

Presentata l'edizione 2014 del Salone Nautico Internazionale di Genova Le risposte a un mercato che cambia

Il Salone Nautico Internazionale di Genova si presenta quest'anno rinnovato e dinamico, capace di adeguarsi alle esigenze di un settore in difficoltà, ma che inizia a dare i primi segnali di ripresa. Rispetto all'edizione passata, l'adesione è in crescita. I settori più attivi sono quelli delle imbarcazioni a motore di dimensioni medio-piccole e della vela. Molto apprezzata è anche la nuova distribuzione degli spazi, sono stati rafforzati i servizi e le infrastrutture. Visitare il Salone quest'anno sarà più facile e un'esperienza più coinvolgente. Sono stati inoltre pienamente raggiunti i due obiettivi che, fin dall'inizio, questa 54esima edizione del Salone si era posta come fondamentali: forte internazionalizzazione e valorizzazione del Made in Italy, un'eccellenza di cui le barche devono essere una vetrina prestigiosa.

L'edizione 2014 del Salone Nautico, in programma dal primo al sei di ottobre, è stata presentata questa mattina a Milano nella sede de Il Sole 24 Ore, media partner della manifestazione, alla presenza di Massimo Perotti, Presidente Ucina, Anton Francesco Albertoni, Presidente de I Saloni Nautici S.p.A., Marina Stella, Direttore Generale Ucina, Alessandro Campagna, Responsabile Salone Nautico Genova e delle Istituzioni, con il saluto dell'Assessore alla Cultura e Turismo del Comune di Genova Carla Sibilla e del Presidente di Fiera di Genova S.p.A. Sara Armella.

Per capire quale sarà il nuovo volto del Salone si parte **dai numeri: 180.000 mq** di superficie a disposizione di cui **100.000** in acqua, **760** espositori, **1.000** imbarcazioni presentate. Oltre **100** le novità. Rispondendo alle richieste degli operatori il Salone è **stato prolungato di un giorno** rispetto allo scorso anno.

L'edizione del 2014 rappresenta **il primo passo di un piano triennale** di rilancio e riorganizzazione della più importante manifestazione nautica italiana. Un compito, questo, reso complesso dalla difficile congiuntura economica che ha colpito in maniera particolarmente dura il comparto della nautica, anche se non mancano i primi segnali positivi che arrivano dal 54esimo Salone Nautico di Genova. In particolare, **il settore della vela** ha fatto registrare un **+22%** delle imbarcazioni esposte, con alcune anteprime mondiali. Cresciuta **del 50%** la presenza di espositori degli **accessori per la vela**, e sono ottimi anche i numeri fatti registrare dal compartimento dei multiscafi.

Sostanzialmente **in linea con il trend della passata stagione** il settore delle imbarcazioni **entrobordo**, mentre con un **+ 50%** è eccellente il riscontro del numero di **scafi con fuoribordo** che quest'anno saranno **esposti in acqua**. E' evidente che la linea di promuovere la possibilità di fare prove in mare, lanciata già l'anno scorso, è stata apprezzata e ha dato i propri frutti.

Il Salone Nautico sta dunque mettendo in campo tutte le proprie energie per adeguarsi alle mutevoli e complesse esigenze del settore, sfruttando i suoi oltre 50 anni di esperienza. A conferma del gradimento che la formula del Salone Nautico 2014 sta riscuotendo, si segnala il ritorno o la riconferma di cantieri e prestigiosi gruppi internazionali come *Ferretti Group, Sanlorenzo, Sunseeker, Groupe Bénéteau, Fipa Group, Hanse Group, Fairline, Cranchi, Absolute, Cantieri del Pardo, Solaris, Brunswick Marine, ecc.*

“Sin dall’inizio avevo indicato i due fondamentali obiettivi da raggiungere – ha dichiarato Massimo Perotti – Prima di tutto, puntare molto sull’italianità, sui valori del Made in Italy. Le nostre barche possono essere la prova della nostra eccellenza nel mondo della cantieristica nautica e anche in settori come il design o l’arredamento. In secondo luogo, lavorare sull’internazionalizzazione della manifestazione: il Salone deve essere lo strumento per far conoscere all’estero i nostri valori, deve attirare buyers e giornalisti da tutti i continenti. Sono molto soddisfatto di come ha lavorato la macchina organizzativa di Saloni Nautici e di come entrambi questi obiettivi siano stati pienamente raggiunti”.

La prima e più evidente novità del 2014 è la riorganizzazione degli spazi espositivi, operazione iniziata l’anno scorso con il “red wall”, che accompagnava i visitatori sin dal loro ingresso. *“Il format che avevamo sperimentato nel 2013 – ha detto Anton Francesco Albertoni – è stato pienamente apprezzato dal settore e nell’edizione ulteriormente matura del 2014 rappresenta ancora meglio le esigenze degli espositori e del pubblico. Per questo abbiamo reso più facile e più piacevole muoversi tra gli stand e lungo le banchine per vivere un’esperienza emozionale intensa, che un evento come il Salone Nautico Internazionale di Genova continua a suscitare tra le centinaia di migliaia di appassionati che lo visiteranno. Anche il 54° Salone consolida quel percorso di avvicinamento tra produttore e consumatore di questo straordinario settore carico di passioni, da entrambe le parti, e continua a rappresentare un unicum in Europa per varietà, ricchezza e completezza merceologica. Voglio poi ringraziare Alessandro Campagna che, interpretando al meglio il ruolo di Boat Show Manager, ha reso ancora una volta tutto ciò possibile”.*

Ufficio Stampa - I Saloni Nautici – press@isaloninautici.com

Andrea Sculati - a.sculati@studioeffeerre.com – M. +393463071216

Gloria Belloni - g.belloni@studioeffeerre.com – M. +393292357344

Roberto Franzoni - robertobeppe.franzoni@gmail.com – M. +39 3485405758

Ufficio Stampa UCINA

Antonio Vettese – vettese@ucina.net – T. +39 335 7366723

Chiara Castellari – castellari@ucina.net – T. +39 0105769812

IL SALONE PER PUNTI

Il nuovo layout

Grande rilievo avrà il mondo della vela, che potrà contare su una nuova casa, il **Sailing World**, più ampia rispetto al passato, che comprenderà gran parte della darsena interna per esporre fino a 120 barche in acqua e oltre 6.000 mq di spazi a terra, lungo le banchine e sotto la tensostruttura. Qui saranno presenti, oltre ai cantieri e all'accessoristica velica, anche gli operatori del charter, della vela sportiva, del turismo nautico e della portualità.

Rilevante attenzione sarà data anche **al mondo dei gommoni e delle imbarcazioni fino a 12 metri di lunghezza**, ospitati nel padiglione B: a loro sarà dedicato **il piano terra**. Inoltre, i battelli di dimensioni importanti troveranno posto **lungo la banchina** che affaccia sulla darsena, proprio davanti al Padiglione B. In tal modo, non solo si creerà una grande area espositiva interamente dedicata al mondo dei natanti, ma si darà anche modo agli appassionati di provare in mare i battelli e di godere di vere e proprie **driving experience** sull'acqua.

La **Nuova Marina 1** è, invece, un'area interamente destinata alle **imbarcazioni a motore**, quello che da sempre è il cuore del mercato italiano. Le barche saranno esposte lungo le banchine e i pontili galleggianti e **saranno a disposizione per le prove in mare**, un "plus" su cui si era già lavorato nell'edizione passata ma su cui si punta ancora di più per quest'anno.

Molto apprezzato già nel 2012, tornerà il **Power Village**, alle spalle della grande tensostruttura, che ospiterà tutto il comparto dei produttori di impianti e grandi propulsori. Tutti gli espositori di **accessori nautici** saranno invece raccolti al piano superiore del padiglione B. **Il Padiglione D** ospiterà i produttori di abbigliamento tecnico e gli stand per lo shopping nautico.

La vocazione internazionale

A ribadire la forte **vocazione internazionale del 54° Salone di Genova** va segnalato il forte coinvolgimento di **operatori e buyer stranieri** che sono stati invitati, grazie al contributo del Ministero dello Sviluppo Economico Italiano attraverso Italian Trade Agency (ex ICE), a visitare il Salone e a conoscere l'eccellenza della produzione nautica italiana. Agli ospiti stranieri sarà anche dedicata un'apposita **area nel Padiglione B**, in cui si svolgeranno incontri personalizzati. Sempre in quest'ottica va ricordata l'adesione, già confermata, **di oltre 60 giornalisti** in rappresentanza di 45 testate del settore nautico e lifestyle di tutto il mondo, anch'essi invitati dall'Italian Trade Agency. Grazie a questa massiccia partecipazione della stampa estera verrà organizzata **un'agenda personalizzata** per promuovere e far conoscere le singole aziende italiane, anche quelle locali, ai più importanti giornalisti internazionali di settore.

L'attenzione ai servizi

Molte sono anche le iniziative intraprese per migliorare la permanenza al Salone di operatori e visitatori. Spicca sicuramente il **nuovo assetto dell'offerta ristorazione**, un cambiamento che avverrà nel segno dell'eccellenza del Made in Italy, grazie alla collaborazione con **Eataly** con **una Food Court centrale**, un elegante spazio allestito nel Sailing World, e numerosi **food corner** dislocati in tutta la fiera. Si potrà poi contare sulla presenza dello **chef Enrico Panero** e su una serie di servizi "su misura", a seconda delle esigenze di operatori e visitatori. Ci saranno infatti un ristorante formale, solo su prenotazione, un ristorante seduto e servito (il **Ristorantino Eataly**) oltre, per chi ha poco tempo, all'offerta di street food lungo tutta l'esposizione. Tutto sempre e rigorosamente all'insegna del Made in Italy. Inoltre, tutte le sere, dopo le 17,30, nella Food Court, verranno organizzati aperitivi a cura di Eataly.

Durante i giorni del Salone, inoltre, nove **tra i più famosi Palazzi della città di Genova** saranno a disposizione degli espositori come location esclusive per meeting con i dealer, presentazioni, conferenze stampa ed eventi privati. Saranno messi a disposizione palazzi del calibro del prestigioso **Palazzo San Giorgio**, del **Palazzo della Borsa** o **Palazzo Nicolosio Lomellino**, uno dei **Palazzi dei Rolli**.

Sempre nell'ottica di rendere più agevole agli operatori la partecipazione al Salone, è stato **4**
confermato l'accordo con il Convention Bureau di Genova. La collaborazione con questo network di cinquanta aziende operanti nel settore congressuale consentirà di seguire gli espositori per qualsiasi necessità pratica legata alla partecipazione all'evento: dalla reperibilità delle camere d'albergo, alla soluzione di qualsiasi problema logistico e organizzativo.

Nell'area parcheggi è stato poi potenziato lo spazio riservato agli espositori. Questa soluzione non solo sarà di aiuto agli operatori, ma renderà disponibile maggiore spazio per i due parcheggi esterni destinati ai visitatori. È stato inoltre organizzato **un parcheggio speciale**, alle spalle della tensostruttura, a disposizione degli **ospiti degli espositori**. Una facilitazione in più che consente l'accesso diretto nel cuore del Salone.

Anche quest'anno sono previste **giornate preferenziali per operatori**: il **Tech Trade**. Prevalentemente nel padiglione B e nel Power Village, **nelle giornate di giovedì 2, venerdì 3 e lunedì 6 ottobre** l'accoglienza presso gli stand coinvolti nell'iniziativa sarà riservata prioritariamente agli operatori professionali.

Non solo barche

Rinnovate anche quest'anno le collaborazioni con le principali associazioni legate al mondo del mare. Con la **Federazione Italiana Vela** saranno promosse esibizioni e competizioni con protagonisti gli atleti delle categorie giovanili. In più per i ragazzi dagli 8 ai 18 anni ci sarà la possibilità di provare le imbarcazioni adatte alla loro età e, come di consueto, saranno numerose le scolaresche in vista: lo scorso anno sono stati ben 1.200 i ragazzi che hanno avuto durante il Salone il loro battesimo nel mondo della vela.

Sempre molto attiva, come già in passato, la collaborazione con il mondo della motonautica da competizione, oltre alla partnership con la **FIM**, la Federazione Italiana Motonautica. Al Salone sarà presente anche **Guido Cappellini**, il pilota italiano **dieci volte campione del mondo di UIM F1**, attualmente impegnato nel campionato mondiale di Classe 1. Due delle sue imbarcazioni da corsa verranno esposte all'ingresso del quartiere fieristico, proprio sotto il Red Wall.

Rinnovata, per il decimo anno consecutivo, la campagna **Navigar m'è dolce**, che Ucina promuove sul territorio nazionale per diffondere la cultura della nautica e del mare.

E, sempre con **Ucina**, sarà come di consueto molto intensa l'agenda dei **convegni e delle manifestazioni collaterali**. Quotidianamente, a partire dalle 10.30 fino agli eventi serali, incontri su temi tecnici (fisco, legislazione, sicurezza, design e tecniche di costruzione) si alterneranno a eventi più "leggeri", come la presentazioni di regate e altre manifestazioni legate al mondo del mare, spettacoli musicali, dibattiti e intrattenimento per il pubblico. Protagonista sarà anche l'area del Teatro del Mare che ospiterà la maggior parte degli eventi.

Sotto i riflettori ci sarà poi il grande spettacolo della vela con le **Audi tron Sailing Series** che disputeranno proprio a Genova, nei giorni del Salone Nautico, la quinta e ultima tappa del loro circuito internazionale. Protagonisti saranno gli equipaggi provenienti da sedici differenti nazioni che regateranno sui monotipi **Melges 32** e che nelle acque davanti alla Fiera di Genova si affronteranno nella particolare formula Team Race.

Anche quest'anno, nell'ambito del 54° Salone di Genova, si terrà l'appuntamento con **Ytem, museo del design nautico italiano**. La riscoperta dei capolavori della nautica italiana continua con **l'analisi del ventennio 1979-1999**. Un percorso che conduce verso la contemporaneità che sarà il tema della prossima edizione. Anche quest'anno lo Spazio Ytem ospiterà tre incontri durante i quali appassionati e studenti avranno la possibilità di incontrare grandi nomi del design italiano.

Il Fuori Salone

A dimostrazione del rinforzato legame tra il Salone e la città, al quarto anno dalla prima edizione, anche per il 2014 **GenovaInBlu** propone un programma di eventi culturali, commerciali, musicali e di spettacoli che animeranno Genova durante tutto il periodo del Salone. Da segnalare poi anche una lunga serie di **altri importanti appuntamenti** in concomitanza con il Salone Internazionale di Genova e che vanno a sommarsi all'offerta di GenovaInBlu. Ci sarà quindi la possibilità di visitare: l'acquario di Genova (con una nuova piccola di delfino e quattro cuccioli di pinguino), il Galata Museo del Mare con una nuova sala dedicata a Joseph Conrad, la mostra di Marco Lodola e Jill Mathis organizzata da Bruno Guidi e il Museo Nazionale dell'Antartide. Ci saranno poi la mostra dedicata agli artisti Frida Kahlo e Diego Rivera e quella al fotografo statunitense Nickolas Muray e infine la possibilità, alla Darsena, di provare l'esperienza di "Dialoghi nel buio", straordinario percorso multisensoriale realizzato in totale assenza di luce. L'evento organizzato dall'Istituto David Chiossone Onlus per ciechi e ipovedenti si svolgerà su una chiatta concessa da Fincantieri.

Le partnership

Oltre a Eataly, l'edizione 2014 del Salone può contare su sponsor e collaborazioni particolarmente importanti come: **Jeep, Grom, Yamaha Musical Instruments, Kel 12, The Art of Living Italy, Vision Ottica, Petit Bateau, Sky Italia e Il Sole 24Ore.**

6

L'intera gamma di **Jeep** sarà in prova per il pubblico e una flotta di vetture sarà a disposizione dell'organizzazione del Salone per un esclusivo servizio di Courtesy Car e per test drive. Protagonista dell'evento sarà la nuova Jeep Renegade, prima vettura Fiat Chrysler Automobiles realizzata in collaborazione tra Italia e Stati Uniti.

Yamaha, la casa dei tre diapason, è ben nota a tutti gli appassionati di motori e di nautica per l'eccellenza dei suoi prodotti e per i successi nel campo delle competizioni. Il ramo Strumenti Musicali della grande Corporation giapponese sarà sponsor del Salone e animerà l'angolo più "cool" della manifestazione, la **food court centrale**, dove quotidianamente si esibiranno *live* orchestre jazz, rigorosamente "strumentate" Yamaha.

Grom, la gelateria di altissimo livello che nasce con l'idea di applicare alla produzione del gelato artigianale l'acquisto di materie prime solo di qualità assoluta, sarà presente con due postazioni: un'Ape "come una volta" e un banco a pozzetti, nel rispetto della tradizione della gelateria italiana. Per tutta la durata della manifestazione Grom metterà a disposizione degli espositori il servizio catering.

Altro importante partner è **VisionOttica**: con oltre 210 centri ottici in tutta Italia, unisce elevata professionalità dell'ottico optometrista a una serie di esclusivi servizi offerti alla clientela.

Kel 12 è un operatore che da oltre 30 anni propone viaggi e vacanze con itinerari tradizionali, personalizzati e differenziati, con mete lontane ed esclusive.

The Art of Living Italy è un noto brand dell'arredamento che realizza prodotti in stile danese, sia per esterni che interni, di ispirazione nordica e marittima. Utilizza materiali tecnici adatti all'outdoor e all'indoor, come Sunbrella, tessuto canvas dell'omonima azienda di rilievo internazionale, resistente al sole e idrorepellente, o Dacron 9oz, il medesimo tessuto utilizzato per le vele, con cui vengono rivestiti arredi e accessori.

Petit Bateau, brand francese conosciuto per la sua celebre "marinière" sarà presente nella sezione del Salone chiamata La Via delle Eccellenze con un temporary store di circa 100 mq in cui si potranno acquistare tutti i nuovi capi della collezione Donna, Uomo e Bambino A/I 2014-15.

Sky Italia sarà presente con un temporary store, situato lungo la Via delle Eccellenze. Qui sarà possibile vivere la "Sky Experience" con il supporto di venditori specializzati, che saranno a disposizione del pubblico per far scoprire tutte le funzionalità della più avanzata tecnologia Sky e per proporre l'offerta commerciale più adatta alle esigenze dei singoli clienti.

Il **Sole 24 Ore**, infine, è il media partner del Salone. Oltre ad ospitare nella sua sede milanese la conferenza di presentazione alla stampa avrà un suo studio all'interno del Salone, da cui trasmetterà regolarmente, su Radio 24, news e aggiornamenti dal mondo della nautica. Un gemellaggio naturale tra Ucina Confindustria e il quotidiano di proprietà della Confederazione Nazionale dell'Industria Italiana.

7

Ufficio Stampa - I Saloni Nautici – press@isaloninautici.com

Andrea Sculati - a.sculati@studioeffeerre.com – M. +393463071216

Gloria Belloni - g.belloni@studioeffeerre.com – M. +393292357344

Roberto Franzoni - robertobeppe.franzoni@gmail.com – M. +39 3485405758

Ufficio Stampa UCINA

Antonio Vettese – vettese@ucina.net – T. +39 335 7366723

Chiara Castellari – castellari@ucina.net – T. +39 0105769812