



LORENZO POLLICARDO

Coordinator of Marine & Maritime Events
di Expo Venice, organizzatrice del Salone

che arriva dall'alto dell'Europa ed è anche per questo che nell'area di Parco San Giuliano abbiamo voluto puntare, soprattutto, (in accordo con il Polo Nautico) sulla promozione della nautica presso giovani e territorio. Sui grandi yacht il discorso è molto diverso. L'Italia detiene ancora una leadership produttiva (38% lo share di mercato mondiale sui nuovi ordini acquisiti) che però non coinvolge l'area dell'alto Veneto. In conseguenza di ciò con l'allestimento dell'Arsenale vogliamo attrarre l'attenzione sulla emergente realtà legata ai servizi per i grandi yacht. Abbiamo per questo voluto fare agreement con gli operatori e le aziende del territorio.

Ha parlato di nautica a due velocità quindi verso quale direzione si muove il futuro del settore?

I segni sono chiari. La grande nautica punterà su quei mercati emergenti dove la fascia della classe

Le aziende devono cercare e selezionare gli operatori del nord-est così da ritornare ad assicurarsi una leadership sul territorio



ricca è molto attenta al segmento luxury e vede nel made in Italy una scelta di prestigio. Nella vecchia Europa, invece, la nautica si muoverà dal basso, all'interno di quel settore medio-piccolo che era stato trascurato nei momenti d'oro della nautica. Un buon segno che si traduce nella creazione di nuovi diportisti.

Parliamo di numeri. Quale potrà essere quest'anno la ricaduta economica di un evento come il Salone Nautico di Venezia sul territorio quest'anno?

Credo molto in questo Salone. Il nord-est ha sofferto moltissimo la crisi del mercato ma, al contempo, è una delle prime aeree del Paese che si sta risvegliando. Questo Salone potrà dare molto perchè interpreta le due diverse realtà del mercato. Le faccio un esempio; in laguna ci sono oltre 50.000 natanti che hanno bisogno di servizi e che fanno after market. Per i brand, nazionali e internazionali, potrebbe essere una buona mossa post crisi quella di cercare e riselectare gli operatori del territorio così da ritornare a sviluppare la distribuzione e assicurarsi una leadership sul territorio stesso. Anche questo è un modo per creare nuove opportunità di business e dare una scossa ad un mercato.