

## NAUTICA ♦ Il presidente di Azimut Benetti Vitelli insiste «Una vetrina di barche all'idroscalo»

Massimo Perotti (Ucina): «Ragioniamo su un "evento di lifestyle" a Genova»

MONICA DI CARLO

IN BUS

Il Salone è agli sgoccioli e Ucina comincia a pensare al futuro delle iniziative da programmare. Di certo c'è il Salone Nautico 2015, le cui date saranno comunicate oggi. Poi, ha confermato il presidente dell'associazione Massimo Perotti, si penserà alle altre iniziative. In primis «un evento di lifestyle a maggio», dice il presidente degli industriali nautici. A fiera chiusa, quantificato l'interesse della potenziale clientela e dopo ampio giro di consultazioni tra gli associati, i vertici di Ucina decideranno. Poi, ovviamente, ogni azienda sceglierà cosa è meglio per sé. Il metodo della consultazione della categoria per le scelte future e, quindi, della libera scelta per le aziende (che sceglieranno in base alle loro caratteristiche ed esigenze) è confermato da Paolo Vitelli, fondatore e presidente di Azimut Benetti, il primo gruppo mondiale della nautica, che quest'anno ha deciso di non essere presente al Salone di Genova.

«Ho sofferto un po' a non es-



PROGETTO ACCOGLIENZA

Ottimo l'esito del "progetto accoglienza", iniziativa realizzata grazie alla Camera di Commercio di Genova che per tutta la durata della manifestazione ha messo in efficace collegamento il Salone con l'aeroporto, la stazione ferroviaria e gli alberghi, registrando un decisivo incremento dell'utilizzo delle navette rispetto all'anno precedente.



sero al Nautico - dice Vitelli -, ma l'orgoglio di avere l'unica impresa familiare, la prima al mondo, ha prevalso. La realtà del business e della serietà supera sogni o voli pindarici. Il voler mantenere tutto a capitale privato senza cedere alle lusinghe dei capitali cinesi, comporta assoluto rigore».

«Dissi mesi fa, e ci credo ancora fortemente - prosegue Vitelli -, che l'Expo 2015 è un'occasione da non perdere che attrarrà 8 milioni di visitatori. È una magnifica vetrina per presentare una delle industrie che sono l'orgoglio dell'Italia. Senza nulla toccare il Salone di Genova e iniziative nazionali e internazionali che già esistono, io credo sarebbe opportuno creare una piccola vetrina di barche all'idroscalo, un "salotto" dove si vanno ad ammirare».

## Il progetto

ALBERTONI:  
«VOGLIAMO RESTARE»

Molto soddisfatto dell'idea di Renzo Piano anche Anton Francesco Albertoni, presidente de "I Saloni Nautici". «Non possiamo che esprimere apprezzamento per un'idea che darà ulteriore valore a un Salone che già quest'anno sta dimostrando la sua forza, apprezzato sia dai tanti visitatori sia dagli operatori, soddisfatti dal gran numero di transazioni che stanno realizzando. La nostra intenzione è di restare qui a Genova, il Salone ha bisogno di una casa che sia sempre grande e prestigiosa. In questa direzione quello di Renzo Piano rappresenta il progetto ideale».

«In questi giorni - dice abbiamo sentito e letto delle cose un po' strane sul futuro - dice Massimo Perotti - io e Anton Francesco Albertoni siamo da sempre i due paladini del Salone a Genova, non solo come associazione, ma anche come imprenditori, lo dimostra il fatto che Anton ha 4 punti nella Fiera e io ho portato 12 barche. Vorrei chiarire una cosa: Ucina è unita e non ci sono delle divisioni interne, per noi rimanere uniti è fondamentale al nostro futuro di imprenditori. Discuteremo tutti insieme anche il destino e il format del Salone lavorando per il bene di tutti i soci».

Intanto, due dei marchi che avevano abbandonato il Salone e sono tornati quest'anno ad esporre fanno un primo bilancio dell'edizione. Stefano Luraschi, direttore commerciale di Cran-

chi, parla di «soddisfaccente affluenza» e aggiunge che «l'interesse c'è». La crisi, però, non è ancora finita. Annuncia che il marchio non sarà presentata a un evento organizzato a maggio, ma conferma l'intenzione di non mancare a ottobre, raccomandando di organizzare meglio i servizi a disposizione degli espositori. Nei pressi dello stand, infatti, non ci sono punti di ristoro. Luraschi dice di apprezzare la città, ma Patrizia Gobbi di Absolute (altro marchio tornato al Salone) si lamenta dei prezzi degli hotel e degli alberghi. Per quanto riguarda il Salone: «I risultati si vedono dopo - spiega - il Nautico ha cambiato faccia e abbiamo colto l'opportunità di tornare. Il mercato ha cambiato faccia e gli utenti hanno nutrito l'approccio alla nautica».

INIZIATIVE ♦ Il bilancio del "fuorisalone": moda, design e apertura delle Gallerie XII Ottobre

## Il successo di "GenovainBlu"

Hotel pieni, ma anche per merito di altre iniziative in città

Successo per le iniziative del fuorisalone GenovainBlu, arrivato alla sua quarta edizione. «GenovainBlu è stato un evento molto partecipato e apprezzato anche dai cittadini genovesi che, in parte, hanno contribuito alla sua organizzazione - dice Carla Sibilla, assessore alla cultura e al turismo del Comune -. È stato un momento in cui i visitatori del Nautico hanno potuto apprezzare e conoscere la città grazie agli eventi di moda, all'Acquario, al design e all'apertura delle Gallerie XII Ottobre. Devo dire - continua l'assessore - che il connubio città, Salone e GenovainBlu ha ben funzionato, dando valore a tutti». For-

mula vincente di GenovainBlu è la capacità di fare coincidere l'offerta permanente di una città che ha, di per sé, un grande patrimonio culturale con l'appeal internazionale del Salone Nautico e dei suoi ospiti, valorizzando attraverso mostre di alto contenuto artistico, l'apertura straordinaria di prestigiose dimore storiche genovesi - come i Palazzi dei Rolli e Palazzo Spinola - le Gallerie di via XII Ottobre e le vie dello shopping. Particolarmente apprezzate quest'anno, per l'alto valore culturale dell'offerta, sono state le iniziative organizzate da SanLorenzo 21 con l'apertura del Refettorio di Santa Marta, illu-

minato e allestito con creazioni di moda e antiquariato e la selezione di elementi di arredamento e design di aziende italiane presso le Gallerie. Fiore all'occhiello della città, anche in questa occasione l'Acquario ha avuto un ottimo riscontro di pubblico. Vincente, per il ritorno commerciale, è stata poi l'apertura straordinaria e prolungata dei negozi, sia in orario serale che festivo particolarmente voluta dalle associazioni di categoria. Estremamente positiva la risposta della città anche per

quanto riguarda la ricettività dei servizi e delle strutture alberghiere, che in questi giorni hanno registrato il tutto esaurito. «C'è soddisfazione in città per come sono andate le cose al Salone» ha dichiarato il presidente della Camera di Commercio Paolo Odone. «Il flusso dei visitatori è stato intenso, la qualità delle proposte fuorisalone elevata. Il Salone non era certo l'unico evento della settimana, ma alla fine gli alberghi si sono riempiti e questo è ciò che conta».

Folla di visitatori all'Acquario

Le aperture serali dei negozi



Coda alla biglietteria della Fiera

I PRODUTTORI GENOVESI ♦

### "Il pesto di Prà" nella cambusa degli yacht

«Il pesto di Prà» spopola al Salone. L'azienda Bruzzone e Ferrari che lo produce lo vende nel "mercato" della fiera. Lo comprano gli equipaggi delle barche, ma anche i visitatori. Il prodotto lo conoscono, lo assaggiano spalmato su un cracker e lo comprano. Poi, assaggiano anche la salsa di noci, decisamente meno nota fuori dai confini liguri, e il "pesto rosso", in cui vengono inseriti anche i pomodorini e mandorle, un prodotto nuovo anche per i consumatori liguri.



La "cabina di prova"

IN CODA ♦ Per i bimbi è un gioco divertente, i grandi vogliono provarlo

### L'antifurto "a nebbia" star dell'esposizione

Lo stand più affollato del Salone Nautico 2014 è, paradossalmente, uno spazio in cui la nautica c'entra poco. La coda c'è fin dal primo giorno. È quello che promuove un antifurto nebbiogeno commercializzato da Sicurnet, un'azienda specializzata in antincendio e sicurezza che ha sede a Cornigliano. I bambini si divertono a far partire la "macchina" che crea la nebbia, gli adulti vogliono capire come funziona quell'aggeggio, nemmeno troppo ingombrante e costoso (per coprire 50 metri

quadrati si spendono 1.190 euro più Iva e installazione), che sventa il 98% dei furti in abitazione, tanto che alcune compagnie assicurative stanno preparando tariffe ridotte per chi lo ha. Massimo Larosa, il responsabile, spiega che il sistema è nato con applicazioni militari in Israele e poi è stato applicato in ambito civile. Lo hanno già in uso istituti bancari (per i bancomat), negozi di lusso, grandi marchi dell'eccellenza italiana, ma anche quei negozi soggetti alle "spaccate". La nebbia è inodore, non macchia né intossica animali o alimentari eventualmente presenti in casa.

IL COMMERCIANTE ♦ Vende maglie

### Luis Santos, da Rio alle fiere europee per cambiare vita

Tra i piccoli espositori, quello che arriva da più lontano è Luis Santos, di Rio de Janeiro. Vende maglie per grandi e piccoli e racconta di girare le fiere nautiche di tutta Europa. «I genovesi? Non è vero che sono tirchi - dice -. A chiedere lo sconto sono i milanesi o gli spagnoli». Luis ha la sua azienda nella città carioca e il suo sogno è trasferirsi nel vecchio continente. «A Rio abito a due isolati dalla mia azienda e rischio ogni volta che torno a casa. Hanno già tentato di aggredirmi diverse volte e devo girare armato. Non si può vivere così».