

La nautica può dare una marcia in più al turismo italiano?

notizia pubblicata 17 Ottobre 2019 alle ore 11:10 nella categoria Turismo



Nonostante negli ultimi anni l'impresa del turismo abbia osservato l'evoluzione di numerosi prodotti e servizi, pare che non sia ancora abbastanza. A parlare sono le analisi condotte sull'estate turistica italiana, che chiude con un bilancio negativo registrando circa 2,3 milioni di presenze in meno rispetto allo scorso anno. La tesi è rafforzata dallo studio biennale condotto dal World Economic Forum, secondo cui l'Italia si posiziona all'8° posto nella Top 10 dei paesi più competitivi nel settore turistico. Basato su aspetti quali ambiente, condizioni politiche ed economiche, infrastrutture, risorse culturali e naturali, in un panorama di 140 paesi, il report vede l'Italia in ottava posizione, frenata da un contesto imprenditoriale non sufficientemente sviluppato, che la fa retrocedere alla 110^a posizione della categoria.

Eppure, nonostante da un lato quella del Bel Paese sembri essere un'industria del turismo che al turismo non dedica ancora abbastanza attenzione né risorse, dall'altro vi è l'industria nautica italiana che pare invece aver spiegato le vele per viaggiare a tutt'altro che velocità di crociera.

Invero, la nautica Made in Italy non solo prosegue nella promozione di iniziative e progetti, ma si dedica anche all'evoluzione di prodotti e servizi che creino esperienze ed emozioni. Parliamo di personalizzazione, sperimentazione, sinergie positive e tanta voglia di continuare a risplendere nel panorama internazionale.

L'amore degli italiani per il mare, di conseguenza, il loro grande interesse per la navigazione, è, da

sempre, cosa nota. Prove evidenti ne sono, a dir poco, l'impatto stimato della 'blue economy' sull'economia italiana, che si aggira sui 140 miliardi di euro, nonché il rapporto emesso dalla Federazione delle Industrie Nautiche (FIN), secondo il quale il fatturato complessivo del settore della nautica da diporto nel 2018, ha raggiunto i 5,09 miliardi di euro. Valore che segna non solo il superamento dei numeri del 2017 ma, soprattutto, che pare scrollarsi di dosso, una volta e per tutte, il periodo di crisi post 2012.

Ulteriore conferma arriva da un'analisi condotta dalla compagnia Click&Boat, specializzata in noleggio barche online, che durante la stagione ha visto il 77% dei clienti italiani propendere per un viaggio lungo le coste del Bel Paese.

“I diportisti tanto italiani quanto stranieri, riconoscono l'incredibile bellezza dei litorali d'Italia, pertanto non esitano a sceglierla come destinazione di vacanze settimanali, così come per piccole fughe della durata di un weekend – spiega Edouard Gorioux, co-fondatore della compagnia – Questo, sommato alla rilevanza che sharing economy ha acquisito negli ultimi anni, ha fatto sì che sempre più viaggiatori si siano appassionati al mondo del noleggio, iniziando ad osservare la nautica non più soltanto come mondo privilegiato, ma come valida alternativa di alloggio, trasporto e fuga dalla routine giornaliera. Alternativa, talvolta, perfino meno cara di un hotel, nonché in grado di offrire esperienze altamente personalizzate”.

In un'era poi nella quale la competitività del turismo aumenta, non solo nei paesi avanzati ma soprattutto per le economie emergenti, e, dove il viaggiatore, abituato ad essere accompagnato durante gli stadi dell'acquisto, è alla ricerca di esperienze organizzate nella loro totalità, la compagnia Click&Boat risponde con la recente acquisizione del concorrente Oceans Evasion, nonché della verticale Oceans Voyage. Mossa strategica che le consentirà non solo di differenziarsi dagli altri attori del settore ma, soprattutto, di fornire all'utente un'esperienza di viaggio completa, dalla A alla Z.