



ITALIA 
Istituto nazionale per il Commercio Estero

Promozione della filiera della Nautica da diporto Intesa Operativa ICE-Unioncamere 2008



NAUTIC ITALY 



NOTE INFORMATIVE SUL SETTORE DELLA NAUTICA GRECIA - MAROCCO - SPAGNA - CROAZIA - TUNISIA



L'Europa alla portata della vostra impresa

INDICE DEGLI ARGOMENTI

| | |
|---|---------|
| Premessa | pag. 3 |
| L'Istituto Nazionale per il Commercio Estero | pag. 6 |
| L'industria navale in Grecia | pag. 7 |
| Il settore nautico in Marocco | pag. 10 |
| Il settore nautico in Spagna | pag. 12 |
| Cantieristica da diporto e turismo nautico in Croazia | pag. 14 |
| La nautica da diporto in Tunisia | pag. 18 |

Promozione della filiera della Nautica da diporto Intesa Operativa ICE-Unioncamere 2008



L'Europa alla portata della vostra impresa

PREMESSA

Attività 2009-2010 dell'ICE a sostegno dell'internazionalizzazione dell'industria nautica italiana

L'intervento promozionale dell'ICE a favore dell'internazionalizzazione del comparto della nautica da diporto si propone, in un contesto che vede quasi il 60% della produzione nautica nazionale destinata all'export, di ampliare ulteriormente la diffusione del prodotto italiano. Oltre ad accrescere le posizioni acquisite, attraverso la promozione dell'immagine e dell'informazione relativa alla produzione nazionale sui mercati maggiormente ricettivi (Europa ed USA, anche con l'apporto dei **fondi straordinari Made in Italy**), l'attività dell'Istituto è volta a rafforzare la presenza su nuovi mercati dalle promettenti opportunità (Cina, India e paesi emergenti).

Fra i settori di eccellenza del Made in Italy, si è negli ultimi anni imposto il **settore nautico**. La combinazione ormai riconosciuta di design, tecnologia, qualità e affidabilità lo rendono uno dei più affermati al mondo, specialmente nel settore delle imbarcazioni medio-grandi.

Come noto, il piano promozionale dell'ICE viene elaborato sulla base delle *Linee di indirizzo* emanate dal Ministero dello Sviluppo Economico, dopo un approfondito confronto con il mondo imprenditoriale ed istituzionale (Associazioni di categoria, Regioni, Camere di Commercio) e tenendo conto delle indicazioni – in termini di potenzialità dei mercati e di opportunità per il Made in Italy – provenienti dalle strutture ICE nel mondo e dalle Ambasciate.

L'intenso e articolato programma di attività 2009 dell'Istituto si è sviluppato in maniera coordinata con il Ministero dello Sviluppo Economico e l'UCINA, Unione Nazionale Cantieri e Industrie Nautiche ed Affini e prevede, oltre a partecipazioni a Saloni internazionali del settore, indagini di settore, workshop, missioni di operatori e giornalisti esteri, newsletter, campagne istituzionali di comunicazione sui principali mercati esteri di riferimento.

30 iniziative, in oltre **20 Paesi** ed un'investimento di **1 milione e 800 mila euro**, di solo stanziamento pubblico (Programma promozionale ordinario, Programma Straordinario Made in Italy, Intesa operativa **ICE/UNIONCAMERE** ed Accordo di Settore ICE/Ucina), destinati a favore della nautica da diporto; questo è il piano promozionale ICE per il 2009.

Gli obiettivi strategici dell'intervento promozionale ICE 2009 per la nautica sono:

- mantenere l'azione promozionale ai livelli precedenti relativamente ai cosiddetti "mercati maturi", rappresentati dall'Europa, Stati Uniti;
- garantire continuità nel tempo ed un adeguato livello di *follow-up* delle iniziative intraprese nelle aree geografiche prioritarie per il prossimo triennio, i cosiddetti Paesi BRIC (Brasile, India, Russia e Cina);
- sviluppare azioni verso nuovi Paesi o aree geografiche Focus.

A ciò si aggiunge l'**Intesa Operativa di settore**, siglata lo scorso 4 ottobre, in occasione del Salone nautico di Genova, tra ICE, MSE ed UCINA e che prevede l'attuazione di un insieme di iniziative a favore dell'internazionalizzazione del comparto della nautica da diporto, incentrate, su diverse aree d'interesse:

- Azioni di comunicazione ed eventi collaterali in occasione della Casa Italia presso l'Expo Universale di Shanghai Aprile 2010;
- Seminari e convegni a sostegno di partecipazioni fieristiche;
- Armonizzazione degli interventi promozionali a favore del comparto nautica da diporto;
- Studi di Fattibilità area Messico e Brasile.

Per quanto riguarda la politica di partenariato, infine, le attività da sostenere congiuntamente con i partners del Sistema Camerale hanno riguardato iniziative già sperimentate con successo negli anni passati e prevalentemente progetti in incoming di operatori e giornalisti esteri ad eventi organizzati ad hoc sul territorio di riferimento, con l'organizzazione di incontri BtoB e visite aziendali, individuando di volta in volta paesi focus dai quali invitare le delegazioni. A tale riguardo si è confermata la necessità di sostenere il settore, non solo concentrandosi sulla cantieristica nautica di diporto, ma anche sugli altri comparti, che sono altrettanto importanti e complementari.

Per questo il programma di iniziative dell'ICE è anche molto orientato alla cosiddetta piccola nautica (imbarcazioni piccole e pneumatiche) ed ai produttori di attrezzature, componenti ed accessori nautici, grazie alla consolidata collaborazione con le Camere di Commercio, nell'ambito dell'Intesa operativa **Ice/Unioncamere** per la filiera nautica. Il Progetto Nautic Italy 2009 prevede, con un co-finanziamento al 50% di ICE e Sistema Camerale, l'organizzazione di incontri commerciali bilaterali, coinvolgendo operatori esteri.

Le iniziative previste nell'Intesa sono le seguenti:

- Interboat (Viareggio, giugno 2009)
- Seminari – Workshop (Castelsardo, 3/4 Luglio 2009)
- Missione in Turchia (Settembre 2009)
- Manifestazione nautica Med (Ravenna, marzo 2010)
- Implementazione strumenti comunicazione (banca dati, sito web, etc.)

Per il 2009 l'attività dell'Istituto si è, quindi, ulteriormente sviluppata rispetto agli anni passati. Il settore, in particolare, dei megayacht e dei relativi servizi ha conquistato una posizione leader nel mondo ed è divenuto uno degli emblemi più efficaci del Made in Italy. Una sintesi moderna della combinazione che ha permesso l'affermazione nel mondo delle nostre produzioni, come espressione non di mero lusso, ma di qualità e stile di vita.

La subfornitura italiana nel settore delle costruzioni navali e della nautica in particolare, ha assunto da tempo un ruolo importante, che trova riscontro dai dati rilevati dall'Associazione di Categoria "UCINA" nella pubblicazione "La Nautica in cifre".

Infatti, il fatturato complessivo dell'intero settore della produzione è stimato pari a € 3.805.190.000, derivante per € 3.332.840 da produzione nazionale (87%) e per € 482.350.000 da importazioni (13%).

La produzione nazionale è formata da € 1.457.690.000 (44%) derivanti dal mercato nazionale e da € 1.865.150.000 da diretta esportazione (56%) di cui € 963.500.000 verso Paesi UE (52%) e € 901.650.000 verso paesi extra UE (48%).

L'ISTITUTO NAZIONALE PER IL COMMERCIO CON L'ESTERO

L'ICE (Istituto nazionale per il Commercio Estero) è l'Ente pubblico preposto alla promozione ed allo sviluppo degli scambi commerciali dell'Italia con gli altri Paesi del mondo favorendo l'internazionalizzazione delle imprese italiane, soprattutto piccole e medie.

Ha la propria sede centrale a Roma, dispone di 16 Uffici in Italia e di una rete estera costituita da 111 sedi in 84 Paesi del mondo, che gli consentono di raccogliere informazioni grazie ad un monitoraggio continuo dei flussi commerciali e degli investimenti.

Con la partecipazione a fiere internazionali, organizzando convegni ed azioni di comunicazione del Programma Promozionale pubblico, l'ICE rafforza l'immagine del **Made in Italy**, intensifica le opportunità d'affari e sostiene il radicamento delle imprese nei mercati internazionali, a tale scopo è attivo il portale **Promoting Italy** (raggiungibile all'indirizzo www.italtrade.com) rivolto agli operatori esteri interessati ad allacciare rapporti d'affari con il nostro Paese.

L'acquisizione di informazioni sui mercati e sulle opportunità di scambio è il primo passo che le imprese devono compiere per la selezione delle aree sulle quali operare e delle modalità di intervento all'estero. Per consentire all'utente un accesso semplice ed immediato, l'intero patrimonio informativo dell'ICE è oggi on line all'indirizzo www.ice.gov.it/. Gli obiettivi che l'impresa può perseguire attraverso i servizi dell'ICE spaziano dall'analisi della concorrenza alla verifica del grado di ricettività di un prodotto, fino alla valutazione complessiva dei contesti operativi, normativi e tecnici in cui potrà trovarsi ad operare.

L'ICE elabora piani di marketing personalizzati, realizzati e calibrati sulle specifiche richieste dell'azienda interessata: dall'ingresso sul mercato alla conclusione di contratti di vendita, licenza o agenzia, joint-venture e altre forme di collaborazione. L'Istituto, inoltre, assiste le aziende italiane nella attività di cooperazione internazionale per facilitare l'accesso ai finanziamenti degli Organismi Internazionali e per stimolare le opportunità di *joint venture* e le partnership industriali e tecnologiche. Il mantenimento e l'accrescimento delle quote di mercato detenute dalle aziende italiane passa anche attraverso la collaborazione industriale che l'ICE promuove attraverso missioni imprenditoriali all'estero, *workshop* e incontri bilaterali, consulenza operativa e finanziaria, seminari specifici per le aziende operanti nel terziario avanzato. Attraverso InvestItaly - frutto dell'accordo tra ICE e Sviluppo Italia - l'Istituto crea opportunità per attrarre investimenti esteri in Italia. Offre assistenza alle imprese di tutto il mondo che intendono stabilirsi nel nostro Paese per l'avvio e l'espansione delle proprie attività.

Molto interessante e' anche l'offerta formativa destinata a *giovani neolaureati, PMI e manager dei Paesi in via di Sviluppo e dei Paesi in transizione*. Sul fronte della formazione universitaria, i corsi sono rivolti a giovani laureati interessati all'inserimento professionale in imprese con un forte orientamento ai mercati esteri. Attraverso l'accordo tra il Ministero per il Commercio Internazionale, l'ICE e la CRUI (Conferenza dei Rettori e delle Università Italiane) inoltre, è stata data l'opportunità alle università italiane di presentare progetti di programmazione congiunta tra mondo accademico e mondo imprenditoriale e creare flussi di scambio di informazioni e di esperienze tra mondo imprenditoriale e accademico.

L'INDUSTRIA NAVALE IN GRECIA

Breve nota informativa - Giugno 2009

Vass. Sofias, 14 106 74 Atene – Grecia
Tel. +30 210 7294971 – 4 Fax +30 210 7294982
www.ice.gov.it/estero2/grecia E-mail: atene.atene@ice.it

L'INDUSTRIA NAVALE IN GRECIA

La Grecia, tradizionalmente Paese a vocazione marittima, occupa una posizione di rilievo nel panorama internazionale relativo al settore dell'industria navale.

Secondo i dati forniti dal "Greek Shipping Co-operation Committee", riferiti al mese di marzo 2007, gli armatori ellenici dispongono di una flotta composta da **3.699 navi** di stazza lorda complessiva (**DWT**) pari a **218 milioni** di tonnellate e di tonnellaggio lordo (**GRT**) di **130,3 milioni** di tonnellate.

Rispetto ai 12 mesi precedenti, si e' registrato un incremento di 302 navi (8,89%), ossia di 28 milioni DWT (14,7%) e di 4,2 milioni GRT (12,9%).

FLOTTA NAVALE ELLENICA NEL PERIODO MARZO '99 - MARZO '06

| PERIODO | NAVI | DWT | GRT |
|------------|-------|-------------|-------------|
| Marzo 1999 | 3.424 | 139.225.184 | 83.454.890 |
| Marzo 2000 | 3.584 | 150.966.324 | 90.227.491 |
| Marzo 2001 | 3.618 | 168.434.370 | 100.220.348 |
| Marzo 2002 | 3.480 | 164.613.935 | 98.195.100 |
| Marzo 2003 | 3.355 | 171.593.487 | 103.807.860 |
| Marzo 2004 | 3.370 | 180.140.898 | 108.929.135 |
| Marzo 2005 | 3.338 | 182.540.868 | 109.377.819 |
| Marzo 2006 | 3.397 | 190.000.000 | 113.600.000 |
| Marzo 2007 | 3.699 | 218.000.000 | 128.300.000 |

Fonte: Greek Shipping Co-operation Committee

La flotta navale ellenica costituisce circa il 15% del totale della flotta mondiale in termini di DWT e il 24% a livello europeo. Di questa, circa il 25% batte bandiera greca, mentre il 15% batte bandiera Panamense, il 14% maltese, il 10% cipriota ed il 10% liberiana.

Gli armatori greci stanno perseguendo una politica finalizzata a rinnovare significativamente la propria flotta navale mediante nuovi ordini di costruzione o acquisti di navi moderne soprattutto petroliere, navi cisterna e navi per trasporto minerali. Al riguardo, si stima che la capacità della flotta ellenica incrementerà del 28% entro il 2010.

L'età media delle navi costituenti la flotta navale greca continua a ridursi progressivamente nel tempo ed il "gap" con la media della flotta mondiale si riduce sensibilmente; nel 2008 si è attestata a 10,1 anni.

Le entrate nette generate dai servizi di trasporti marittimi, nel 2008, hanno superato i 19 miliardi di euro; le uscite si sono attestate a 9,2 miliardi di euro ed il saldo positivo è stato di 9,8 miliardi di euro, con una variazione percentuale del 6,5% rispetto all'anno precedente.

Dati relativi al settore dei trasporti mercantili

(Valori espressi in milioni di euro)

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| PIL nominale | 245.865 | 228.180 | 245.131 |
| Saldo commerciale | -35.286 | -41.499 | -44.049 |
| Saldo dei servizi , di cui | 15.337 | 16.592 | 17.199 |
| Introiti da trasporti | 14.325 | 16.939 | 19.188 |
| Uscite da trasporti | 6.691 | 7.771 | 9.316 |
| Saldo per trasporto | 7.633 | 9.168 | 9.872 |
| Var. % rispetto anno precedente | n.d. | 20,1% | 7,7% |
| % sul PIL | 3,1% | 4,0% | 4,0% |
| % sul Saldo dei Servizi | 49,8% | 55,3% | 57,4% |
| % copertura deficit commerciale | 21,63% | 22,09% | 22,41% |

Fonti: Banca di Grecia - Ente ellenico di statistica

L'importanza del settore dei trasporti nell'economia ellenica risulta evidente dal fatto che il saldo dei servizi di trasporto contribuisce alla determinazione del PIL nella misura del 4%; rappresenta, inoltre, circa il 57,4% del "saldo dei servizi" e riesce a coprire oltre il 22% del deficit commerciale.

È opportuno sottolineare in questo contesto il legame stretto che lega il settore marittimo a quello turistico, favorito dalle numerosissime ed attrattive isole greche, che rappresenta anch'esso un importante fonte di entrate per la bilancia commerciale del Paese.

Il Governo ellenico si e' posto alcuni obiettivi che interessano i settori dei trasporti marittimi e del turismo che intende perseguire nel prossimo biennio. Di seguito, si riportano i punti salienti:

- ammodernamento delle infrastrutture portuali, mediante l'utilizzo di tecnologie innovative, in grado di ricevere mezzi di trasporto sofisticati;
- una piu' attenta manutenzione della flotta navale;
- formazione del personale operante presso le Autorità portuali;
- rafforzamento della competitività;
- miglioramento dei servizi offerti;
- politica rivolta a favorire la circolazione di navi battenti bandiera greca;
- migliori collegamenti con le isole in termini di frequenza, qualità e sicurezza;
- trasformazione del Porto del Pireo in un centro portuale internazionale in collaborazione con imprese navali straniere;
- protezione dell'ambiente;
- creazione di nuovi posti di lavoro.

MAROCCO: IL SETTORE NAUTICO

Bureau de Casablanca

62, Bd d'Anfa Angle Bd Mly Youssef 20000 Casablanca

T +212 522 224992/94/95/96 F +212 522 274945/52

Casablanca.casablanca@ice.it www.italtrade.com/maroc

Il settore nautico nel suo complesso assume un'importanza naturale per il Marocco . Il fatto che il territorio marocchino sia bagnato a Nord dal Mar Mediterraneo e ad Ovest dall'Oceano Atlantico, per una lunghezza totale delle coste di 3.500 km, ci fa comprendere il ruolo centrale di tale settore per lo sviluppo del Paese. Le attività legate al mare si svolgono nei 30 porti attivi del Marocco, la maggior parte dei quali si trovano sulla costa atlantica. I Porti più importanti sono situati nelle città di Casablanca, Safi, Agadir, Tangeri e Larache. Degna di nota é, inoltre, l'attività dei cantieri navali che si occupano della costruzione e della riparazione delle navi, in particolare a Nador, Larache, Casablanca (il più grande cantiere navale del Paese), Tan Tan e Agadir.

Il ramo della pesca marittima é quello più tradizionale ed occupa gran parte dell'attività portuale, impiegando quasi 500.000 persone ripartite fra pescatori imbarcati e lavoratori impegnati a terra nelle attività legate all'industria ittica (trasformazione, costruzione, riparazioni navali, ecc.). Le compagnie di pesca che operano sulla costa marocchina sono composte di 55 unità attive che impiegano una flotta totale di 3.068 battelli.

La parte di settore dedicata allo sport nautico e alla navigazione di lusso é soggetta ad una recente crescita. Fino a pochi anni fa, infatti, era estremamente limitato ad una stretta cerchia di persone. Negli ultimi cinque anni, lo scenario é gradualmente mutato in funzione di un maggior sforzo finanziario da parte del governo per la costruzione di centri nautici e stazioni balneari con l'obiettivo principale di fornire linfa vitale al turismo.

Il quadro marittimo marocchino quindi é in una fase di profondo cambiamento. Il Plan Azur, già a pieno regime, é un segnale della volontà governativa di dare un nuovo impulso al settore. Tale piano prevede un investimento globale di 46 miliardi di Dh (circa 4 mld Euro) e la costruzione di sei nuovi poli turistici a Mogador (Essaouira), Lixus (Larache), Mazagan (El Jadida), Saïdia, Taghazout, e Plage Blanche (Guélmim). Le coste marocchine quindi saranno dotate di stazioni balneari, di nuovi porti e di una nuova immagine. I porti di Agadir, Rabat e Saida sono già ad uno stato avanzato di attività, e El Jadida, Casablanca, Port Lixus ed altri ancora sono soggetti a importanti lavori di ammodernamento. Come conseguenza del rafforzamento di questo settore, é destinata a svilupparsi tutta una serie di attività legate alla costruzione di navi, yacht e alla vendita di imbarcazioni.

Bisogna notare come l'abolizione delle tasse doganali per l'importazione di navi (che potevano raggiungere anche il 100% del loro valore), ha permesso di abbassarne il prezzo e di renderle quindi accessibili ad un numero maggiore di acquirenti.

Alla luce della saturazione dei porti europei per il turismo nautico, l'attenzione delle industrie europee del settore si rivolge verso il Marocco. Difatti circa 60 imprese europee hanno dimostrato il loro interesse per la prima edizione del Morocco Nautic Expo, manifestazione internazionale avutasi lo scorso maggio a Casablanca e destinata alla nautica di lusso ed agli sport in mare.

Durante questa grande manifestazione si sono riunite tutte le autorità marittime ed amministrative, le istituzioni legate al turismo, rappresentanti delle marine e delle stazioni balneari, i principali protagonisti dell'ambiente, le federazioni sportive, cantieri navali, società di credito, compagnie assicurative e la Marina Reale.

Una parte dell'esposizione è stata destinata al rispetto dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile.

I certificati ambientali, in linea con gli standard internazionali, fanno parte della politica per la nautica da diporto intrapresa dal Marocco, con lo scopo di preservare una biodiversità marina e litorale di grande ricchezza.

Per quanto riguarda la diffusione di informazioni sul settore, sono state create delle riviste specializzate come *Amouage Mag*, per i surfisti, e *Vue sur Mer*, primo giornale dedicato interamente al mare. Inoltre l'associazionismo è molto forte, si può trovare un club nautico praticamente in ogni città di mare, e da sottolineare l'esistenza della Fédération Royale Marocaine de Yachting à Voile che organizza numerose attività nel settore.

Nell'interesse delle imprese italiane è importante citare l'esistenza di un programma governativo firmato dal Ministero dell'Agricoltura e della Pesca Marittima, dal Ministero dell'Economia e dall'Ufficio Nazionale per la Pesca (ONP), denominato IBHAR. Tale accordo quadro fornisce dei finanziamenti e delle facilitazioni di accesso al credito per gli armatori interessati all'ammodernamento della propria flotta o alla costruzione di nuove navi. In dettaglio, il programma per la modernizzazione della flotta costiera si articola su due linee denominate Pack SAFINA e Pack SAFINA+: il primo concerne la sostituzione di navi obsolete con delle altre in legno, ed il secondo riguarda la sostituzione delle strutture in legno con strutture più moderne in acciaio, poliestere o qualsiasi altro materiale adatto alla navigazione. Le modalità di finanziamento avvengono in funzione del tonnellaggio della nave ed il tasso di sovvenzione previsto è del 20% del montante investito.

La costruzione delle nuove navi deve avvenire necessariamente in un cantiere navale installato in Marocco. Per le navi facenti parte del programma IBHAR, il termine di realizzazione dei lavori è fissato per un periodo non superiore ai due anni. I progetti di ammodernamento vengono assegnati tramite bandi di gara internazionali

BREVE NOTA SUL SETTORE NAUTICO SPAGNOLO

Il settore nautico spagnolo ha seguito una tendenza di crescita in immatricolazioni dal 2002 al 2006 con un aumento accumulato del 22%.

Dall'anno scorso, invece, e a causa della crisi che si sta vivendo a livello mondiale, si è registrata una discesa tanto nella domanda come nelle vendite.

Con relazione alla flotta di imbarcazioni in Spagna, si utilizzano i dati stimati forniti dalle diverse federazioni ed associazioni dato che non esiste un registro come avviene per le automobili. Secondo la ANEN, la flotta ed il numero di imbarcazioni per abitante, sono i seguenti:

| | <i>Imbarcazione / abitante</i> | <i>Flotta</i> |
|----------------------|---|----------------------|
| Norvegia | 1 / 6 | 793.000 |
| Finlandia | 1 / 7 | 731.200 |
| Nuova Zelanda | 1 / 10 | 421.060 |
| Svezia | 1 / 12 | 753.000 |
| Stati Uniti | 1 / 18 | 16.666.000 |
| Olanda | 1 / 32 | 523.473 |
| Svizzera | 1 / 75 | 100.093 |
| Grecia | 1 / 84 | 130.552 |
| Italia | 1 / 98 | 592.000 |
| Regno Unito | 1 / 111 | 541.560 |
| Francia | 1 / 127 | 483.823 |
| Irlanda | 1 / 168 | 25.830 |
| Germania | 1 / 183 | 450.273 |
| Spagna | 1 / 207 | 220.000 |

Fonte: ANEN (Associazione Nazionale Imbarcazioni Nautiche)

Bisogna tener conto anche delle licenze che ogni anno si rilasciano e che sono in aumento, con un totale di 219.475 nuove licenze fino ad ottobre del 2008. I nuovi titoli, sono anche un buona variabile per accertare l'andamento del settore; questi, infatti, sono aumentati con 43.822 nuovi nel 2007.

I dati generali più rilevanti del 2008 relativi alla situazione del litorale spagnolo sono:

| | |
|--|---------|
| Installazioni nautiche / sportive | 433 |
| Installazioni porti e darsene | 372 |
| Totale porti sportivi | 352 |
| Numero Posti di attracco | 122.949 |
| Lunghezza litorale spagnolo (Km. di costa) | 7.880 |

Fonte: federazione spagnola di Associazioni di Porti Sportivi e Turistici

Nell'ottobre del 2008 risultano registrate 433 concessioni nautiche sportive e la Regione della Galizia era al primo posto con un totale di 85 concessioni. Le isole Baleari si collocavano al secondo posto con 568, seguite dall'Andalusia con 53.

Per quanto riguarda, invece il numero di posti di attracco, la Catalogna è al primo posto e la domanda è molto superiore alle disponibilità reali, ciò che fa sí che il prezzo in questa regione sia molto superiore alla media del resto della Spagna.

La gestione dei porti in Spagna, viene fatta da parte delle Regioni, Autorità Portuarie, Società per Azioni e Clubs Nautici.

Per quanto riguarda la vendita di prodotto nazionale, è da segnalare che la Spagna registra segni negativi nell'ultimo periodo; infatti, nel periodo gennaio/agosto 2008 il consumo di prodotto nazionale ha registrato una diminuzione di circa il 20%, mentre quello di prodotti importati del -8%. Il prodotto nazionale rappresenta un 28,8% del mercato e quello estero il 71,2%.

Le infrastrutture portuarie e i servizi finanziari vincolati alla nautica, sono i fattori chiave per potenziare il settore, ma importanti sono anche i miglioramenti legislativi che permettano l'adeguamento della fiscalità, delle normatrive e delle patenti nautiche per equipararle a quelle dei paesi vicini come la Francia e l'Italia.

CROAZIA: CANTIERISTICA DA DIPORTO E TURISMO NAUTICO

Cantieristica da diporto

La cantieristica rappresenta un settore tradizionale dell'economia croata visto che è presente sui mercati mondiali da oltre mezzo secolo con una produzione realizzata principalmente per conto di armatori stranieri. L'orientamento verso una produzione personalizzata in base alle necessità ed alle condizioni del cliente ha assicurato ai cantieri croati una reputazione favorevole tra gli armatori. Il settore partecipa per il 12% ca. al totale export croato.

Relativamente all'entità del giro d'affari, delle capacità produttive e delle dimensioni dei natanti, il settore cantieristico croato si distingue nelle seguenti categorie:

- Grandi cantieri (7 in totale): è in corso il processo di ristrutturazione al fine di renderli più competitivi sul mercato e, di conseguenza, è probabile la chiusura di alcune strutture;
- Cantieri medi (14 in totale): costruzione e manutenzione/riparazione di navi per navigazione costiera
- Cantieri piccoli (352 in totale) – sono i cantieri per la costruzione (ca. 80 unità che costruiscono prevalentemente imbarcazioni in vetroresina) e riparazione di imbarcazioni da diporto e navi da pesca.

Lo sviluppo abbastanza intenso del turismo nautico ha generato un incremento di interesse per la costruzione, la riparazione e la manutenzione di imbarcazioni da diporto di varie dimensioni non solo lungo la costa adriatica ma anche nell'entroterra. Attualmente sono operativi oltre un'ottantina di cantieri, con buone prospettive per l'apertura di nuovi.

Vengono costruite annualmente oltre 1.000 unità/imbarcazioni da diporto; la struttura di massima della produzione è la seguente:

| | |
|---|-------|
| - imbarcazioni da diporto di lunghezza inferiore ai 7,5 m | 50% |
| - imbarcazioni da diporto di lunghezza superiore ai 7,5 m | 34% |
| - gommoni, canotti pneumatici | 15% |
| - altro | 1% |
| | ----- |
| | 100% |

Oltre alla costruzione di nuovi stabilimenti e dell'acquisizione di tecnologie produttive per nuovi modelli di imbarcazioni, i produttori croati registrano una presenza sempre più consistente anche sul mercato mondiale. In tale ambito va particolarmente evidenziata la società AD BRODOVI con ubicazione nella località di Solin; a tale azienda è stato assegnato il premio "Imbarcazione europea per il 2007" alla Fiera della Nautica di Düsseldorf per l'imbarcazione *Salona 37*.

Va, tuttavia, rilevato che la parte della produzione locale destinata alle esportazioni è pur sempre abbastanza contenuta (annualmente sono esportate ca. 200 unità: ca. 90 - 100 unità di yacht a vela e 100 - 110 unità di yacht a motore) con un trend in crescita. Le esportazioni sono indirizzate principalmente verso i Paesi limitrofi (Slovenia ed Italia), ma anche verso i Paesi Scandinavi e, a breve, verso il mercato olandese e quello inglese.

Le importazioni annue ammontano a circa 650 unità di yacht a vela e ca. 600 unità di yacht a motore. Il valore totale delle imbarcazioni importate ammonta a 85 - 90 milioni di US\$, e la maggior parte delle imbarcazioni (80% di yacht a motore e l'85% di yacht a vela) viene utilizzata per attività di *charter*.

Oltre al settore della cantieristica vera e propria si sta manifestando una ripresa abbastanza consistente anche nella produzione di attrezzature navali / attrezzature per cantieristica.

Presso la Camera dell'Economia della Croazia è operante l'Unione dei produttori di attrezzature/accessori per il settore nautico che raggruppa ca. 200 operatori (che occupano ca. 9.000 dipendenti) che realizzano un fatturato di ca. 650 milioni di € (di cui il 22%, ovvero ca. 143 milioni di €, si riferisce alla produzione di attrezzature navali/accessori di bordo). Nel corso del 2007 le predette aziende hanno fornito ai cantieri navali croati attrezzature navali/accessori di bordo pari a ca. 110 milioni di €.

Quanto alla produzione di accessori di bordo l'offerta locale che spazia in moltissimi segmenti merceologici (salpancore, ancore, verricelli, timoni, timoniere, eliche, gru, grette, ma anche vele, capotte, tende, ecc.). Sono numerose, inoltre, le imprese/officine specializzate per la fornitura di determinate costruzioni metalliche di bordo e quelle che eseguono lavori meccanici e/o metalmeccanici (anche all'interno dei grandi cantieri). Per quanto concerne invece la produzione degli allestimenti interni, fino a tempi abbastanza recenti si è riscontrata una modesta presenza di produttori veri e propri (produzione industriale in grandi serie) di attrezzature di bordo e di arredamento interno. Attualmente la situazione sta lentamente cambiando per cui esiste un'offerta locale in vari segmenti, anche se la produzione non è ancora sufficiente specialmente per i clienti più esigenti. Per quanto riguarda invece gli accessori e gli impianti elettrici ed elettronici va rilevato che quelli elettronici vengono prevalentemente importati; significativa è invece la presenza di produttori di accessori/attrezzature elettriche (quadri elettrici e quadri di comando, trasformatori, contatori, lampade, fari). I produttori locali operanti in questo comparto a volte si occupano anche della manutenzione / riparazione di prodotti / accessori di origine straniera e della successiva installazione; alcuni di loro assumono anche la rappresentanza di fornitori stranieri per completare l'offerta sul mercato.

E' impossibile quantificare il volume delle importazioni di attrezzature ed accessori di bordo e di strumentazione elettronica e di bordo trattandosi di una miriade di articoli che non sono oggetto di un'accurata rilevazione statistica. Si valuta, comunque, che il mercato dell'accessoristica / componentistica / strumentazione elettronica di bordo possa raggiungere un valore superiore ai 20 milioni di dollari.

La produzione locale di motori marini è soltanto parzialmente sviluppata. Vengono prodotti motori diesel su licenza SULZER e MAN B&W, mentre il principale gruppo croato operante nell'industria elettrica/elettronica produce vari tipi di generatori e motori elettrici sincroni e asincroni. Non esiste una produzione locale di motori marini per le imbarcazioni da diporto per cui praticamente tutto il fabbisogno del mercato locale – sia per i motori entro che fuoribordo - viene soddisfatto dalle importazioni. Ci sono comunque alcune imprese che producono componenti per la cosiddetta *marinizzazione* dei motori ovvero per l'adattamento dei motori all'uso marino. La stragrande maggioranza di motori marini che vengono annualmente importati per il settore della nautica da diporto sono i motori fuoribordo (oltre 6 mila unità/anno; prevalentemente i motori *Yamaha*). Il mercato dei motori diesel per le imbarcazioni da diporto è molto più ridotto; in questo segmento sono maggiormente presenti sul mercato croato i motori *Yanmar, Iveco Aifo, Lombardini, ecc.*

Anche se non si dispone di dati statistici esatti si può confermare che la presenza italiana nel settore della cantieristica croata è abbastanza rilevante, soprattutto per quanto concerne le forniture ai cantieri croati medi e piccoli. Il prodotto italiano gode di una buona immagine ed è ben conosciuto ed apprezzato. E' da tener nel debito conto che sul mercato croato si stanno però radicando sempre più anche i fornitori provenienti da altri paesi (Germania, Gran Bretagna, USA, Giappone, Grecia, ecc.).

La vicinanza tra i due paesi (e qui non si intende soltanto quella geografica) è un ottimo presupposto per rafforzare i legami già esistenti. Anche nel settore della cantieristica da diporto, come in molti altri, gli operatori croati ricercano sempre di più rapporti di partnership stabili e affidabili diffidando da collaborazioni a breve termine o *una tantum*.

Turismo nautico

Il turismo è uno dei settori prioritari nell'economia croata in quanto le potenzialità del Paese sono notevoli. Il clima è favorevolissimo per il turismo estivo che si sviluppa su una costa di 6.176 km, di cui 4.398 km appartengono alla costa delle isole (comprese le isolette e gli scogli marini). In totale ci sono ben 1.244 isole/isolette e scogli e solo 50 sono le isole popolate. Lungo la costa si trovano più di 350 pendii/calate naturali idonee per gli approdi delle imbarcazioni. L'inquinamento del mare è a livelli molto bassi; nel 2008 alla Croazia sono state conferite 144 *bandiere blu* (124 alle spiagge e 20 ai marina).

Il turismo nautico è uno dei segmenti più importanti e con migliori prospettive per quanto riguarda l'offerta turistica in Croazia. L'offerta delle capacità ricettive nautiche consiste in 70 porti turistici veri e propri, 9 punti ricettivi sulla terraferma e 15 ubicazioni per l'ancoraggio. In totale sono 56 i marina di cui 21 operanti in seno alla società pubblica *ACI - Adriatic International Club*.

Il numero totale di ormeggi in Croazia (dati 2007) è di 21.020 di cui 15.834 sono gli ormeggi in mare e 5.186 sono i posti per il rimessaggio. Secondo i progetti del Ministero del Mare dei Trasporti e delle Infrastrutture entro l'anno 2015 dovrebbero essere costruiti ulteriori 33.655 ormeggi (di cui 25.755) per raggiungere nel 2015 un totale di 54.675 ormeggi (di cui 41.589 in mare).

Il turismo *charter* segna in Croazia una continua crescita. Per quanto riguarda l'attività di prestazione servizi di charter nel 2007 (ultimi dati disponibili) è stata registrata la presenza di 928 aziende charter che dispongono di ca. 3.463 imbarcazioni.

Ricerca di Mercato

"Nautica da Diporto in Tunisia"

Institut Italien pour le Commerce Extérieur
Sezione Promozione Scambi dell'Ambasciata d'Italia
3, RUE DE RUSSIE
1000 – Tunis
E-mail : tunisi.tunisi@ice.it

Indice

Introduzione

Capitolo I: Valutazione globale del mercato

Introduzione

Valutazione globale del mercato

Valutazione globale del mercato: dati economici e statistici

Il mercato tunisino della nautica con riguardo al mercato italiano, europeo e mondiale

Trend delle importazioni-esportazioni nel settore della nautica

Il mercato tunisino della nautica da diporto

Porti e marine in Tunisia

Porti e marine: le potenzialità ricettive

I principali porti turistici

Le imprese del settore

Strategie di marketing per il prodotto italiano

INTRODUZIONE

La Tunisia per le sue caratteristiche naturali e climatiche estremamente favorevoli si pone nel panorama mediterraneo come un paese con un interessante potenziale per la nautica da diporto: il paese comprende circa 1300 chilometri di costa con una buona offerta di porti e di ormeggi che distano mediamente tra le 100 alle 400 miglia dai principali porti della riva nord del Mediterraneo.

Le condizioni climatiche sono favorevoli alla nautica da diporto in quanto il periodo navigabile è mediamente di tre mesi più lungo rispetto ai Paesi che si trovano sulla parte settentrionale del Mediterraneo .

Inoltre la Tunisia si colloca tra le primarie mete del turismo mediterraneo: tale realtà costituisce un elemento a favore della nautica da diporto in quanto l'evoluzione del pacchetto turistico in tal senso, costituirebbe un miglioramento qualitativo dell'attuale offerta turistica.

La presente indagine si propone quindi di analizzare il comparto nelle sue varie componenti con particolare riferimento al prodotto italiano: verranno verificate le infrastrutture esistenti e quelle di prossima realizzazione, gli indicatori socio-economici relativi alla popolazione, la struttura produttiva e commerciale, la legislazione e le disposizioni doganali che regolano il settore.

L'ipotesi di partenza è verificare che la Tunisia possa entrare a pieno titolo nella strategia più complessa e articolata di penetrazione commerciale del prodotto italiano della nautica da diporto nell'intero bacino del Mediterraneo.

Gli indicatori economici posizionano tale paese nella categoria dei paesi emergenti con delle buone prospettive di crescita, anche per quanto riguarda il prodotto nautico.

L'Italia è già presente nel panorama della nautica da diporto tunisino accanto ad altri Paesi europei: mediante tale presenza si potrà essere in grado di sfruttare al meglio tutti i vantaggi derivanti da un mercato interno in crescita, di un mercato di turismo di sicuro interesse, nonché da future opportunità di business derivanti dagli accordi internazionali che prevedono un graduale smantellamento delle barriere doganali e la creazione di un'Area di Libero Scambio nel Mediterraneo a partire dall'inizio del 2008.

VALUTAZIONE GLOBALE DEL MERCATO: DATI ECONOMICI E STATISTICI

La Tunisia occupa una posizione strategica nel Bacino del Mediterraneo che le permette di stabilire dei contatti diretti e privilegiati con tutti paesi dell'Unione Europea e quelli dell'Africa del Nord.

A partire dal 1980 la Tunisia ha imboccato la via della liberalizzazione economica e della piena ma graduale integrazione nel contesto mondiale, sancita dalla partecipazione all'OMC dalla firma degli accordi del GATT, e dalla sottoscrizione dell'Accordo di Libero Scambio con L'Unione Europea firmato il 17 luglio 1995.

Nel quadro di un programma di Aggiustamento Strutturale (PAS) essa ha inoltre adottato diverse riforme volte all'attivazione dei meccanismi di mercato e all'incoraggiamento dell'iniziativa privata.

Misure importanti sono state altresì messe in atto per sostenere la crescita economica (intorno al 5 % annuo), per gestire le spinte inflazionistiche e ridurre il debito estero.

| La Tunisia in Cifre: dati di base e previsioni a medio termine | |
|--|---|
| Superficie | 162.155 Km ² |
| Capitale | Tunisi |
| Città Principali | Sfax, Sousse, Biserta, Nabeul, Gabès, Kairouan, Jendouba, Béja |
| Popolazione | 9,7 milioni di abitanti (stima al 2004) 10,13 milioni di abitanti (previsione al 2006) |
| Crescita demografica(%) | Anno 2003 = 1,09% Anno 2005 (stima al 2005) = 0,99% |
| Tasso di scolarizzazione nell'insegnamento superiore in % (età tra i 19-24 anni) | Anno 2001 = 22,0% Anno 2006 (stima) = 30,0% |
| Tasso medio annuo di crescita economica | 5,5 % |
| Moneta | Dinaro Tunisino (frazionato in 1.000 millesimi) |
| Tasso di cambio (medio) | 1€ = 1,650 DT |
| Reddito annuo pro-capite | Anno 2003 : 3.286 DT Anno 2004 : 3.565 DT Anno 2005 : 3.735 DT |

| | |
|---|---|
| Crescita del Prodotto Interno Lordo (fuori Agricoltura) | Anno 2004 : 5,4 % Anno 2005 : 6,3 % |
| Risorse principali | Agricoltura, industria, turismo, miniere e attività di servizi |
| Principali prodotti esportati: | Tessile e cuoio, fosfati e prodotti chimici, prodotti agricoli, prodotti dell'industria meccanica ed elettrica, prodotti artigianali. |
| Principali prodotti importati | Materie prime, beni strumentali, prod.semifiniti |
| Crescita PIL per settore (periodo 2002-2006) | |
| Agricoltura e Pesca | 4,3% |
| Industrie manifatturiere | 5,3% |
| Industrie non manifatturiere | 3,7% |
| Servizi | 9,0% |
| Risparmio Consumo e investimenti (periodo 2002-2006) | |
| Tasso di risparmio di fine periodo | 25,3% |
| Crescita media del consumo | 5,5% |
| Bilancia dei pagamenti (periodo 2002-2006) | |
| Crescita delle esportazioni | 5,8% |
| Crescita delle importazioni | 5,4% |

Il mercato tunisino della nautica, con riguardo al mercato italiano, europeo e mondiale.

Sul mercato tunisino della nautica - come sottosectore di un comparto più vasto, denominato "navigazione marittima" nelle fonti dell'Istituto Nazionale di Statistica, ove viene indicato con il numero primario "89" - sono state prese in esame le rilevazioni statistiche che si riferiscono ad un arco temporale decrescente di tre anni, nel periodo 2003-2004-2005.

Tali dati indicano come il mercato tunisino della nautica veda da un lato una relazione privilegiata con alcuni Paesi dell'Unione Europea (Italia, Francia, Germania ed - in misura minore - Spagna) e dall'altro una crescente penetrazione commerciale di prodotti provenienti dall'Estremo Oriente (Cina e Giappone), con occasionali *exploit* da parte di altri paesi da porsi in relazione con l'acquisto di un grande traghetto da parte della più importante compagnia di navigazione tunisina.

Si nota che mentre la relazione di scambio tra i paesi dell'Unione Europea avviene nei due sensi, la Tunisia è esclusivamente un mercato di destinazione per i prodotti provenienti da Cina e Giappone che si compongono prevalentemente di imbarcazioni destinate alla marina militare nel primo caso e di pescherecci nel secondo.

Inoltre, influiscono molto le commesse statali e i trasferimenti tecnologici (anche sotto forma di dono come "assistenza tecnica", nell'ambito di programmi di cooperazione internazionale).

Depurati da tali azioni, che potrebbero far pensare ad una particolare volubilità della domanda tunisina di prodotti della nautica, si possono facilmente individuare quali sono i paesi con cui le relazioni di import-export sono stabili e sviluppati a tutti i livelli, come è ad esempio il caso dell'Italia.

Trend delle importazioni-esportazioni nel settore della nautica

I dati che seguono, illustrano l'interscambio nel settore della nautica nel suo complesso: le cifre censiscono il peso in chilogrammi e il valore in Dinari tunisini dei movimenti commerciali nell'intero comparto della navigazione marittima in entrata ed in uscita dalla Tunisia.

Si fa presente che il dato complessivo è un dato "aggregato" e comprende tutti i settori della navigazione marittima, incluso quello della nautica da diporto, riconoscibile dal comparto doganale "89".

I dati relativi alla Tabella n° 1 si riferiscono a tutti i prodotti nautici: oltre alle imbarcazioni da diporto, tali cifre in censiscono anche altre tipologie di natanti.

Essi comprendono infatti - oltre alle imbarcazioni da diporto - le navi cisterna, pescherecci, imbarcazioni da pesca e altre barche per le quali la navigazione è accessoria rispetto alla funzione principale (navi faro, navi pompa...).

Tabella n°1: Import-export della Tunisia nel settore della navigazione marittima, per paese di provenienza e destinazione - in valore (DT), 1 DT = 0,65 €.

| | Paese | Importazioni | Esportazioni |
|------|------------------------|-------------------|-------------------|
| | | Valore in DT | Valore in DT |
| 2005 | Totale comparto | 11.030.712 | 15.027.000 |
| | Italia | 3.055.509 | 6 964 258 |
| | Francia | 1.500 673 | 631 925 |
| | Germania | 29 317 | 2 592 |
| | Belgio | 174 118 | --- |
| | Spagna | 51 948 | --- |
| | Regno Unito | 3 762 305 | 501 |
| | Svizzera | 5 733 | --- |
| | Canada | 2.422 | --- |
| | USA | 893 785 | --- |
| | Cina | 64 667 | --- |
| | Giappone | 36 115 | --- |
| | Altri Paesi | 1 383 319 | 685 |

| | | | |
|-------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| 2004 | Totale comparto | 11.389.000 | 15.370.000 |
| | Italia | 1.825.000 | 11.079.000 |
| | Francia | 792.000 | 71.000 |
| | Germania | 49.000 | --- |
| | Belgio | 8.000 | --- |
| | Austria | 95.000 | 2.255 |
| | Grecia | 921.000 | --- |
| | Spagna | 123.256 | 10.282 |
| | Regno Unito | 3.815.000 | 15.218 |
| | Norvegia | 66.000 | --- |
| | Svizzera | 43.000 | --- |
| | Canada | 2.009 | --- |
| | USA | 195.000 | --- |
| | EAU | 32.000 | --- |
| | Malta | 932.000 | 51.000 |
| | Libia | --- | 278.000 |
| | Giappone | 40.000 | --- |
| | Altri Paesi | 2.175.000 | 3.864 |
| 2003 | Totale comparto | 26.125.000 | 6.320.000 |
| | Italia | 1.190.000 | 2.459.000 |
| | Francia | 9.873.000 | 202.000 |
| | Germania | 17.000 | --- |
| | Belgio | 2.020 | --- |
| | Austria | 27.764 | --- |
| | Regno Unito | 553.000 | --- |
| | Spagna | 1.473.000 | 55.053 |
| | Norvegia | 3.447 | --- |
| | USA | 32.000 | --- |
| | Cina | 12.519.000 | --- |
| | Giappone | 160.000 | --- |
| | Liberia | --- | 1.736.247 |
| | Singapore | --- | 1.377.653 |
| | Libia | 1.750 | 383.000 |
| | Altri Paesi | 1.742.000 | 162.000 |

(fonte: I.N.S.: "Statistiques du Commerce Exterieur" 2003-2004-2005)

Tabella n° 2 : Import-export della Tunisia nel settore della navigazione marittima (dati complessivi - in valore DT)

| Anno | Importazioni (DT) | Esportazioni (DT) |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|
| >> 2003 | 26.125.000 | 6.320.000 |
| >> 2004 | 11.389.000 | 15.370.000 |
| >> 2005 | 11.030.712 | 15.027.000 |

(fonte: I.N.S.: "Statistiques du Commerce Exterieur" 2003-2004-2005)

Il mercato tunisino della nautica da diporto

Il mercato della nautica da diporto in Tunisia è piuttosto limitato. Numerosi sono i fattori che ne limitano la crescita, anche se tutti sono riconducibili a due fattori: la presenza di una forte tassazione, che colpisce tutti i beni che sono considerati "*voluttuari*" e la presenza di un numero esiguo di cittadini tunisini che usufruiscono di un reddito tale da permettere loro l'acquisto di un'imbarcazione da diporto.

Prendendo in esame in un secondo momento la questione dell'elevata tassazione - la quale può scoraggiare l'acquisto di un'imbarcazione da parte di un privato, mentre incide limitatamente nel caso in cui ad acquistarla sia una società turistica - si dà conto della situazione attuale della distribuzione del reddito in Tunisia, per definire l'odierno *target* di clienti per il mercato locale della nautica da diporto.

Dai dati sulla contabilità nazionale tunisina, risulta che il reddito annuo pro-capite in Tunisia è in lenta crescita, anche se negli ultimi anni si è piuttosto verificata una situazione di stagnazione, legata alla congiuntura internazionale.

In particolare, alla crescita piuttosto lenta del reddito, si contrappone una generale debolezza del Dinaro sull'Euro.

Tale fenomeno comporta in termini reali una diminuzione del reddito ed una perdita di potere d'acquisto nei confronti di beni d'importazione e soprattutto di quelli provenienti dall'Unione Europea.

Porti e Marine in Tunisia: le potenzialità ricettive

Le attuali potenzialità ricettiva del Paese si collocano prevalentemente sulla fascia costiera centro settentrionale: sono attualmente operativi sei porti turistici ma altri sono in fase di realizzazione e di studio ed avranno il compito di colmare presto il deficit ricettivo che presenta la fascia costiera centro-meridionale.

Tra i porti in via di realizzazione vi è quello di Houmt Souk nell'isola di Jerba in fase di completamento - sempre nell'isola di Jerba - è in fase di studio il porto di Lella Hadhria che vedrà presumibilmente la luce entro il 2008.

E' in oltre in fase di avanzato studio il porto di Skanes Monastir che verrà realizzato nella zona dove si sta pianificando e costruendo il più vasto sistema turistico della Tunisia.

Si sta infine concretizzando la possibilità di riconvertire il porto di Tunisi-città per accogliere le imbarcazioni da diporto e diventare quindi un porto di piacenza.

Riguardo la pianificazione sul lungo periodo l'ONTT (*Office National du Tourisme Tunisien*) e il Ministero dello Sviluppo e della Cooperazione Internazionale per il X Piano di Sviluppo (2006-2010) ipotizzano per il settore della nautica da diporto, la creazione di oltre 2.000 nuovi posti di ormeggio.

Poiché i porti turistici saranno dimensionati per accogliere tra le 400 e le 500 imbarcazioni, si prevede che durante il periodo in questione verranno realizzate tra le 6 e le 7 nuove marine.

I principali porti turistici :

| Nome | Città |
|---------------------|----------------------|
| Marina Cap Monastir | Monastir |
| Port El Kantaoui | Sousse |
| Port Yasmine | Hammamet Hammamet |
| Sidi Bou Said | Sidi Bou Said-Tunisi |
| Montezah Tabarka | Tabarka |
| Bizerte | Bizerte |

Le imprese del settore

Da un punto di vista legale, il settore della nautica da diporto presenta sostanzialmente due tipologie di aziende: quelle commerciali e quelle produttive.

Mentre le aziende commerciali si limitano a vendere sul mercato interno i prodotti acquistati localmente o all'estero, le aziende produttive possono vendere la totalità o parte della loro produzione se sono società residenti o se sono società parzialmente esportatrici.

Nel caso invece siano aziende che operano in regime di off-shore devono indirizzare la loro produzione esclusivamente verso mercati esteri rispetto a quello tunisino (con una quota di almeno il 70 %).

Il panorama commerciale e produttivo della nautica da diporto non presenta al suo interno molte differenziazioni: accade infatti che società abilitate ad operare sul mercato interno si occupino oltre che della produzione e della commercializzazione (di prodotti propri, locali o esteri), anche della manutenzione.

Accade infine che aziende operanti in settori affini a quello della nautica da diporto (cantieristica, commercio nautico) abbiano manifestato l'interesse ad operare nel campo della nautica da diporto.

Strategie di marketing per il prodotto italiano

Sulla base delle opinioni espresse da operatori locali del settore, è stato confermato il dato che i prodotti italiani si posizionano in seconda posizione dopo quelli francesi.

Malgrado tale generalizzata preminenza dei francesi (che si manifesta soprattutto nella fornitura di barche di grande taglia, in quelle a vela e nei navigatori GPS), risulta che i fornitori italiani si aggiudicano significative fette di mercato per quanto riguarda le imbarcazioni a motore medio-piccole, per la fornitura di motori fuori bordo e soprattutto per quanto riguarda gli accessori e la componentistica.

Tra gli innumerevoli prodotti e tra le varie case fornitrici, ne sono state indicate alcune (Osculati, Forniture nautiche, Parema, SicilCorde, Selva) che sono saldamente presenti sul mercato tunisino, mediante la fornitura di componentistica e accessori (viti e varia ferramenta in inox, alluminio e ottone, scotte e cime, tra cui anche cime particolari con ad esempio all'interno piombo; pulpiti, battagliole, winch, cerniere, passa cavi e passa cima; parabrezza, oblò, bussole e navigatori GPS tra i più importanti),

Anche per quanto riguarda il settore della sicurezza e dell'abbigliamento in mare i prodotti italiani godono di buona reputazione, così come per la tappezzeria da interno e i tendini para sole (Socovena).

Riguardo ancora il settore dei motori fuori bordo i motori Selva rivaleggiano sul mercato tunisino con il leader mondiale Yamaha.

Infine per quanto riguarda il comparto delle vernici, delle resine e degli antivegetativi vi sono sul mercato tunisino delle aziende che hanno iniziato a fabbricare tali tipologie di prodotti, ma loro qualità è ancora inferiore a quella dei prodotti italiani che spesso continuano ad essere preferiti (Stoppani e Boero tra quelli indicati), accanto ad altre marche straniere, e ciò malgrado le barriere all'importazione.

Si è già accennato al fatto che molto spesso i prodotti italiani giungono in Tunisia per il tramite di operatori francesi; l'opportunità di implementare la commercializzazione diretta dei prodotti italiani, dovrebbe costituire nel prossimo futuro il perno della strategia commerciale dei nostri imprenditori nel Paese, che potrebbero in tal modo consolidare le attuali vendite, ampliarle mediante un accesso non mediato e acquisire nel contempo una migliore conoscenza del mercato di riferimento.

Una politica commerciale più strutturata, costante ed aggressiva potrebbe sia propiziare l'apertura di nuovi contatti, sia favorire l'entrata dei nostri prodotti sui mercati degli altri paesi arabi e maghrebini e creare i presupposti per la creazione di nuovi rapporti di collaborazione sia commerciale che produttiva.

Si ritiene che future strategie di marketing del prodotto italiano dovrebbero innanzitutto partire dal buon posizionamento e dalla buona immagine dei nostri prodotti per consolidare ed accrescere le attuali fette di mercato.

Le aziende italiane dovrebbero inoltre essere maggiormente consapevoli delle potenzialità dell'ambiente economico tunisino per meglio sfruttare tutte le opportunità derivanti da un'economia in buona salute (è opportuno ricordare il tasso annuo di crescita economica in Tunisia che è del 5,5 %), da una politica in via di progressiva liberalizzazione e soprattutto dalle ricadute dell'Accordo di Libero Scambio che come si è visto offre delle condizioni nettamente preferenziali per i prodotti UE rispetto ad altri concorrenti di altre aree.

Il perdurare di una congrua tassazione interna (peraltro in via di abolizione), non potrà costituire un problema insormontabile per le esportazioni italiane, vista la gamma, la qualità e la buona immagine di marca dei prodotti italiani.

Tali potenzialità potranno trovare pieno sviluppo in presenza di buoni risultati dell'economia tunisina e di un consolidamento degli stili di vita a favore della nautica da diporto

- I.1. Valutazione globale del mercato: dati economici e statistici
- I.2. Il mercato tunisino della nautica con riguardo al mercato italiano, europeo e mondiale
 - I.2.1. Trend delle importazioni-esportazioni nel settore della nautica
 - I.2.2. Il mercato tunisino della nautica da diporto
 - I.2.3. Trend delle importazioni di imbarcazioni da diporto