

Indice

Presentazione , di <i>Anton Francesco Albertoni</i>	XI
Prefazione , di <i>Paolo Vitelli</i>	XIII
Introduzione	XVII
Ringraziamenti	XXI
1 La nautica italiana: dalla nascita alla leadership mondiale di <i>Luana Carcano</i>	1
1 Una leadership con radici lontane	1
1.1 Gli albori della nautica italiana da diporto e le fonti del suo successo	8
1.2 Anni Sessanta-Settanta: la rivoluzione della vetroresina e il pionierismo italiano	14
1.3 Gli anni Ottanta: il grande sviluppo	23
1.4 Dagli anni Novanta a oggi: il consolidamento	27
2 La competitività internazionale della nautica italiana di <i>Luana Carcano</i>	31
1 L'Italia, tra le prime nazioni al mondo nella nautica da diporto	31
1.1 La supremazia italiana nei superyacht	33
1.2 Concorrenti emergenti nel segmento dei megayacht	36

1.3	Da cantierista a sistema del valore allargato. La nascita e lo sviluppo delle società specializzate nei servizi per la nautica da diporto	38
2	I cambiamenti del mercato nautico...	42
2.1	Evoluzione dei consumi di beni simbolici nei mercati maturi	42
2.2	Il modello di consumo e utilizzo di beni simbolici delle nazioni emergenti	44
3	... e la «risposta» dei cantieri	48
3.1	Come cambia lo yacht?	49
3.2	Come cambia il modo di porsi del cantiere?	52
4	L'affermazione dell'indiscussa leadership italiana	55

3 Il diporto, un sistema variegato e complesso dell'industria marittima

	di <i>Luana Carcano</i>	61
1	La barca, espressione di sintesi di tanti attori, competenze e specializzazioni	62
2	Le unità da diporto di nuova costruzione	65
3	La riparazione e la manutenzione	74
4	Le relazioni di filiera	78
4.1	I porti	80
4.2	Le certificazioni	82
5	La cantierista da diporto: un volano per lo sviluppo del territorio locale	85
5.1	I principali sistemi territoriali locali	86

4 La filiera del diporto: un network complesso e interconnesso di attività, competenze e attori

	di <i>Luana Carcano</i>	93
1	I soggetti della filiera nautica	94
2	I fornitori: la forza trainante del diporto made in Italy	96
3	La cantieristica: il cuore pulsante del sistema italiano	112
4	Il variegato universo della clientela	117
5	La crucialità di un terziario nautico avanzato	124
6	La barca, un mosaico da comporre attraverso processi operativi complessi	131
6.1	Lo sviluppo prodotto	132
6.2	La gestione del processo costruttivo	135

6.3	La relazione con la clientela	138
6.4	L'assistenza e i servizi complementari	139
5	I modelli aziendali prevalenti dei cantieri italiani	
	di <i>Massimiliano Bruni</i>	145
1	I cantieri italiani: tra specializzazione e trasversalità di posizionamento	146
2	Le scelte di posizionamento strategico dei cantieri produttori di yacht	149
2.1	Le tipologie di imprese considerate	153
3	Fattori di competitività/successo per i diversi raggruppamenti strategici	161
6	Lo yacht, un prodotto complesso e fortemente simbolico. Quali gli elementi di distintività e di eccellenza delle imprese italiane?	
	di <i>Luana Carcano</i>	175
1	Da prodotto a servizio. Da tangibile a intangibile	177
2	Le leve competitive a disposizione dei cantieri	179
3	La costruzione di valore nei beni simbolici: quali strumenti manageriali?	181
4	La relazione con la clientela	191
4.1	La struttura relazionale all'interno della filiera: un plus su cui costruire	196
5	Dal core al sistema allargato: le principali leve competitive a disposizione dei cantieri	199
5.1	La reputazione	199
5.2	La marca	201
6	La fiducia	204
7	Costruire una marca di successo nel settore	205
7.1	Elementi di riconoscibilità sul prodotto	211
7.2	L'innovazione come leva competitiva	216
7.3	Collaborazioni e creazione di valore sociale	222
7	Percorsi di crescita e di sviluppo dei cantieri italiani produttori di yacht	
	di <i>Luana Carcano</i>	227
1	Le direttrici di crescita	228
1.1	Crescere nel proprio ambito competitivo	230

1.2	Ampliamento del proprio ambito competitivo	233
1.3	Estensione e presenza geografica	235
1.4	Ingresso in nuovi business o settori	244
2	Crescita organica o esterna?	250
3	La crescita non è per tutti	256
4	Quali i percorsi di sviluppo della cantieristica italiana?	259
5	Finanziare la crescita	266
6	La nautica, un business in cui entrare per crescere?	275
7	La sostenibilità della crescita	280
8	Le sfide della crescita	288

8 La leadership della cantieristica italiana. Quali le sfide future?

	di <i>Luana Carcano</i>	293
1	Crescere sempre e comunque?	294
2	Le crucialità dei passaggi di transizione aziendale	299
2.1	Da sistema imprenditoriale a sistema manageriale	303
2.2	Il passaggio generazionale, un'opportunità da cogliere	308
3	Yachting «per tutti»?	312
4	Il ruolo della progettazione e del design	316
4.1	L'importanza strategica della progettazione sostenibile	316
4.2	Smaltimento e dismissione di imbarcazioni a fine vita commerciale utile	323
5	Rimettere la competitività al centro della strategia	325
5.1	Fantanautica... chi vince e chi rischia di perdere	330
5.2	La capacità di rispondere alle nuove esigenze della domanda e dei mercati emergenti	332
5.3	Fronteggiare la crisi economica e finanziaria e le sue conseguenze dirette	337
5.4	Finanza, è ancora amore con la nautica?	339
6	Preservare la leadership italiana nel mondo	341

Bibliografia	353
---------------------	-----