



Il rilancio delle crociere e la sfida degli itinerari garantiti



12 Maggio 11:29 2021 da Claudia Ceci
 Stampa questo articolo



La **direzione** è buona per le **navi da crociera**, che cercano di lasciarsi alle spalle questo anno e più di pandemia. La **Bit Digital Edition** è l'occasione per fare il punto su quanto accaduto, sugli stop, le riorganizzazioni, i protocolli e le procedure di imbarco e sbarco, il ripensamento dei servizi di bordo, il ruolo delle agenzie di viaggi, gli itinerari garantiti, la ripresa del booking per il 2021-2022-2023, il momento in cui si tornerà ai livelli record del 2019.

Si parte dall'analisi, con **Francesco di Cesare**, presidente di **Risposte Turismo**. «Se è difficile il lavoro degli analisti in questo periodo, figuriamoci quanto è difficile per gli operatori del mondo delle crociere – dice – Non mi azzardo a fare previsioni, ma solo **ragionamenti**. Oggi è evidente la capacità di **resistenza** di questo comparto, fatto da gruppi, alcuni molto grandi, che si sono trovati con impianti fermi ma anche pronti a ripartire con tutta la tensione dell'incertezza. C'è chi il tentativo di ripartenza lo ha fatto, dando comunque un segnale al mercato. Si tornerà a fare crociere e secondo me sul medio periodo non ci saranno molte differenze riguardo alle aree interessate. La **concentrazione** del settore non potrà che aumentare, sempre con pochi grandi gruppi solidi e con capacità di investimento. Difatti i piani di costruzione delle navi non sono stati annullati, c'è stato solo qualche ritardo, ma restano le prospettive di lungo termine. Altro aspetto da sottolineare è l'**integrazione verticale**: le compagnie entrano anche nella gestione di porti, agenzie marittime, forniture di catering, network di agenzie di viaggi. Però i fornitori serviranno sempre alle compagnie crocieristiche».

Kevin Bubolz, vice president & managing director Europe di **Norwegian Cruise Line**, guarda la mappa dei vari Paesi del mondo: «Al di là di piccole differenze sulle date di riapertura, posso dire che tutti stanno lavorando duramente per cercare di far fronte a limitazioni e restrizioni e il mercato si trova ancora in un periodo abbastanza critico – spiega – Ma ovunque cresce la domanda, le persone vogliono tornare a viaggiare. C'è un **buon rate di prenotazione** per il 2022 e 2023. Il volume dimostra che le persone hanno fiducia nel futuro e ci vedono come un settore sicuro. Inizialmente infatti non prenotavano, ma dopo tutto il lavoro sui protocolli abbiamo dimostrato che la crociera è una vacanza assolutamente sicura. Il 25 luglio ricominceremo a navigare da Atene; due settimane dopo partiamo con due navi ai caraibi; stiamo studiando altri itinerari in Europa, che in questo momento è il mercato più interessante. Speriamo di tornare presto alla normalità dell'esperienza in crociera. Abbiamo atteso per essere adeguatamente preparati e ripartiamo infatti solo con **ospiti**

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

viaggiOff
 tutto un altro mondo



ISCRIVITI
 ALLA
 NEWSLETTER

www.viaggioff.it

viaggiOff

Un altro mondo

Scrigni Veneziani: i musei della Serenissima si svelano online

I Musei Civici di Venezia si raccontano anche online, con una serie di proposte pensate per essere fruite da remoto ma anche per prepararsi al meglio a visitarli dal vivo...

In hotel come un jedi allo Star Wars: Galactic Starcruiser

L'avventura inizia nel terminal, dove incontrare gli altri "passeggeri" prima di partire per la propria destinazione intergalattica, entrando in un launch pod e lasciando la Terra per l'iperspazio di una...

vaccinati».

È ripartita invece il 1° maggio **Costa Crociere**. «È chiaro a tutti quanto è stato difficile il periodo che ci stiamo lasciando alle spalle – sottolinea **Carlo Schiavon**, country manager Italia di Costa Crociere – L'evoluzione del quadro pandemico e normativo ha condizionato le nostre scelte, portandoci a **rivedere** più volte la programmazione e la data di ripartenza. Primo obiettivo è garantire la massima sicurezza, il secondo è non scendere mai sotto un **minimo livello qualitativo** dell'esperienza, come con la questione dell'impossibilità di fare escursioni nei porti di scalo. A livello di concept, da quando è scoppiata la pandemia abbiamo lavorato intensamente per garantire un'esperienza che non stravolgesse la **formula originale**, restando godibile per l'ospite. Abbiamo costruito con le autorità il Costa Safety Protocol, con il tampone per tutti gli ospiti che imbarchiamo. Abbiamo lavorato per garantire il distanziamento sociale. Su tutta la nave ci sono misurazioni della temperatura e stazioni di gel igienizzante».

Fabio Candiani, direttore vendite e network di **Msc Crociere**, racconta di come sia cambiata la **percezione** dei clienti in questi mesi in cui la compagnia ha navigato. «Da agosto scorso a oggi c'è una consapevolezza completamente diversa, una serie di norme sono diventate di uso comune – spiega – Ci siamo abituati ai tamponi e a una nuova normalità. Oggi le restrizioni sono più a terra che a bordo, non perché sulla nave ci sia libertà assoluta, ma perché è stata creata la bolla di sicurezza. Il nostro **"protocollo a fisarmonica"** ha dimostrato nei mesi di potersi adeguare alla situazione sanitaria in Italia, per esempio con l'aumento del numero dei tamponi nell'arco della crociera. I clienti vivono determinate libertà a bordo: non c'è il coprifuoco, si è sempre potuto **passaggiare liberamente**, senza dover essere un runner o avere il cane; si può prendere il caffè al bar, pranzare e cenare, andare in piscina e in palestra, fare escursioni che potranno anche sembrare limitanti, ma permettono di viaggiare a chi finora non si è potuto muovere. Per noi è una **libertà riconquistata**, che vince sulle restrizioni».

Di futuro a breve e medio termine parla **di Cesare**, convinto che presto ci saremo dimenticati i concetti di restrizioni e l'esigenza di sicurezza. «Un plauso agli sforzi enormi che le compagnie stanno facendo per consentire oggi di vivere in tranquillità momenti leisure, di svago; sforzi che da un certo punto in poi diventeranno "costi affondati", perché in futuro cambierà questa esigenza di sicurezza – ritiene – I **topic attuali** della crocieristica presto saranno **messi da parte** e si tornerà a parlare del bello di questo prodotto, non di tamponi e mascherine. La domanda già adesso è fiduciosa. Uno dei punti chiave è la presenza di **repeater**: 3 su 4 che anche in questi mesi si dicevano pronti a tornare a viaggiare nel breve termine. Torneranno i tassi di intensità e di crescita a cui eravamo abituati e resta cruciale il ruolo delle agenzie di viaggi per raccontare il prodotto e come si sviluppa; oggi sono chiamati anche a rassicurare, farsi **garanti** oltre che consiglieri. Non può più accadere che una nave sia ritenuta tra i posti più pericolosi in chiave Covid; il grande investimento mondiale che è stato fatto non deve essere più minato da informazioni non corrette e per questo bisogna insistere sulla **comunicazione**».

La domanda sta aumentando e «gli ospiti stanno prenotando prima del solito: in Asia, alle Hawaii, ai Caraibi – aggiunge **Bubolz** – Abbiamo **sei navi in cantiere**. È vero, sono i piani del 2019, anno in cui il trend era in grande crescita, ma tornerà a essere così. Le persone vogliono andare in crociera e continueremo con l'evoluzione di questo prodotto, verranno aumentate le scelte, gli optional, credo ci sarà maggiore attenzione alla **sicurezza**. Per esempio oggi il **check in** avviene diversamente dal passato e questa procedura potrebbe rimanere, così come il nuovo sistema di areazione o la crescita dello staff medico di bordo».

Era un settore «che ha sempre lavorato molto sull'**early booking**, ma la pandemia ha **sparigliato le carte** anche da questo punto di vista – sottolinea **Schiavon** – In questa prima fase stiamo riscontrando maggiore interesse per gli **itinerari di prossimità** e la nostra offerta è in grado di rispondere perfettamente a questo tipo di richiesta. Stiamo lavorando per aumentare la **durata della sosta nei porti** e per capire quali itinerari confermare per l'estate. Abbiamo deciso che Costa Firenze, nuova ammiraglia, quest'estate farà un itinerario 100% italiano. Il consumatore oggi cerca prima di tutto sicurezza e stabilità. Non c'è dubbio che il settore riprenderà il vigore e le energie di una volta. Andiamo incontro a qualche altro mese di difficoltà. Aspettiamo che il piano vaccinale raggiunga percentuali più alte e in attesa di tempi migliori teniamo duro».

Itinerari certi e garantiti, per «**evitare** di diventare **produttori di voucher**», è uno degli obiettivi messi in evidenza da **Candiani**: «La domanda oggi è per mete di prossimità, per un'estate nel **Mediterraneo**, che copriamo con una buona offerta. È importante lavorare anche con le **agenzie di viaggi** per **valorizzare le destinazioni** italiane. Dovremmo farlo in generale, perché abbiamo sempre questa sindrome di esterofilia. Approfittiamo per valorizzare dei bellissimi porti italiani, perché anche visitare città già conosciute può essere un plus. Con Grandiosa abbiamo dato garanzia di partenze a ospiti e agenzie. Con Seaside stiamo facendo lo stesso, aggiungendo a mio avviso due perle: **Taranto** e **Siracusa**. Questo fino a fine luglio, con la prospettiva nella seconda parte dell'estate di raggiungere anche Francia e Spagna. Stiamo impiegando le navi nuove, con spazi più grandi. Seaside per esempio sviluppa molto gli spazi all'aperto. Sfido a trovare **qualità-prezzo** di questo tipo con un offerta di oltre dieci ristoranti di specialità, attività di intrattenimento, miniclub, aquapark, zipline, palestra... questo può rendere **vincente** il prodotto crociera anche per l'estate

Il mare più bello, le Bandiere Blu 2021

Oltre 400 spiagge, 201 località e 81 approdi turistici: sono i numeri dell'eccellenza del mare italiano premiato anche quest'anno con le Bandiere Blu della Foundation for Environmental Education (Fee). La...

La Pietra del Cabreo, buen retiro tra le vigne del Chianti

Arriva un nuovo indirizzo deluxe sulle colline toscane: La Pietra del Cabreo debutta il 14 maggio a Greve in Chianti, tra vigne, materiali locali e campagna. Sulle colline intorno a...

I più letti della Settimana

- 1 **L'Italia torna a viaggiare: stop quarantena dall'Ue**
- 2 **Pass verde da maggio: «Valido anche per turisti extra Ue»**
- 3 **Vaccini e prenotazioni: l'equazione perfetta del travel**
- 4 **Ota svela i primi ospiti dell'educational al Riva Marina Resort**
- 5 **Th Resorts rinnova il cda: tutti gli uomini di Debellini**
- 6 **Voli cancellati e rimborsi: maxi multa per easyJet**
- 7 **Egitto, niente chiusura anticipata per le attività di hotel e resort**
- 8 **Fiavet diffida easyJet: "Illecita la Carta di distribuzione"**
- 9 **"Voucher rimborsati a 18 mesi": la scelta di Etnia Travel Concept**
- 10 **Bonus Vacanze verso la proroga al 2022**

Facebook Twitter TravelD



L'Agenzia di Viaggi
magazine
56 minutes ago

Il rilancio delle #crociere e la sfida degli itinerari garantiti **new**

Il rilancio delle crociere e la sfida degli itinerari garantiti | www.lagenziadiviaggi.it
www.lagenziadiviaggi.it

I piani di rilancio delle crociere alla Bit Digital Edition, tra analisi dell'anno trascorso, ripresa del booking, resistenza e investimenti.

2021».

[View on Facebook](#) · [Share](#)

Articolo "taggato" come:

- Bit Digital Edition
- Carlo Schiavon
- Costa Crociere
- Fabio Candiani
- Francesco di Cesare
- Kevin Bubolz
- Msc Crociere
- Norwegian Cruise Line
- Risposte Turismo

Categorie

[Navigare](#)

L'Autore

Claudia Ceci

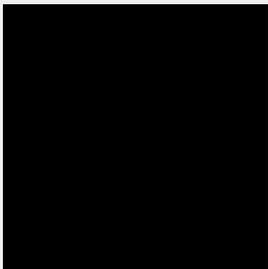
[Guarda altri articoli >](#)



Cerca nei TAG

- Gattinoni Mondo di Vacanze
- Delta Air Lines
- Et
- Alpitour
- Transitalia
- Air Italy
- Emirates
- Federalberghini
- easyJet
- Eto
- Flaviet
- Mibact
- Lufthansa
- Enit
- Costa Crociere
- Msc Crociere
- Iata
- Coronavirus
- Ryanair
- Alitalia

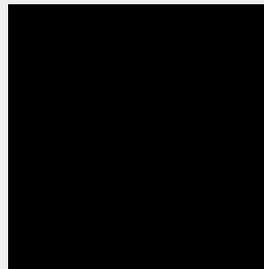
Nella stessa categoria



Chi ha paura di Crocierissime



Msc Grandiosa, ecco la prima nave Meraviglia-Plus



Costa Firenze, a ottobre 2020 la seconda nave per la Cina

SEMPRE SU LAGENZIADIVIAGGI



Alpitour apre i primi corridoi turistici ...

3 mesi fa · 1 commento

Da marzo Alpitour opererà le vacanze covid tested: corridoi dall'Italia alle ...



Garavaglia: «Tavolo con le Regioni per la ...

2 mesi fa · 1 commento

Una promozione del brand Italia ed una nuova fase della digitalizzazione ...



Thailandia Expert/4, full immersion nel ...

2 mesi fa · 1 commento

Tappa finale del viaggio in Thailandia è il nord del Paese, per ...



O'Lea Italia

un ann

Micha
invitar
ministr

0 Commenti [agenziadiviaggi](#) [Privacy Policy di Disqus](#)

[Accedi](#)

[Consiglia](#)

[Tweet](#)

[Condividi](#)

Ordina dal migliore



Inizia la discussione...

ENTRA CON

o REGISTRATI SU DISQUS ?



Nome

Commenta per primo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.