

# Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

## La ripartenza delle crociere secondo Msc, Costa e Silversea

Nicola Capuzzo · Thursday, November 26th, 2020

La ripartenza del settore crocieristico, favorita dall'arrivo del vaccino anti-Covid, scatterà nei prossimi mesi e avverrà all'insegna del **turismo di prossimità** e grazie a un apporto forte del **pubblico di repeater**. L'Italia si troverà però ad affrontare la concorrenza spietata da parte di altri mercati di destinazione, che potrà affrontare al meglio solo se sarà in grado di proporsi come un prodotto unico, magari anche recuperando il suo passato di meta dei Grand Tour del '700-'800. Sono queste, in estrema sintesi, le considerazioni su cui si sono trovati concordi gran parte dei relatori intervenuti all'edizione 2020 dell'Italian Cruise Watch, tenutasi necessariamente on line ma come sempre sotto la conduzione del presidente di Risposte Turismo Francesco di Cesare.

Sulla **prevalenza del turismo di prossimità nel Mediterraneo**, a scapito dei prodotti fly&cruise, si sono espressi Roberto Martinoli, presidente e a.d. di Silversea, Gianni Onorato, Ceo di Msc Crociere, e Beniamino Maltese, executive vice president e Cfo del gruppo Costa Crociere. Onorato – dopo essersi detto fiducioso che gli accosti già programmati dalle compagnie per il 2021 saranno confermati – ha evidenziato che la forza dell'offerta crocieristica del 'mare nostrum' sarà quella di "poter scalare porti dove c'è anche forte mercato di sourcing della clientela. Il Mediterraneo resisterà bene".

Dello stesso avviso Maltese, che ha ricordato come al momento l'offerta fly&cruise sia fuori gioco, viste le limitazioni al traffico aereo passeggeri che hanno messo in crisi l'intero settore dell'aviazione. Per il manager di Costa comunque le crociere negli scali di prossimità avranno una buona domanda e nel 2021 il mercato "risponderà meglio delle aspettative".

In questo senso Martinoli ha sottolineato il ruolo nella ripresa della clientela repeater, che mostra "una domanda forte anche nella quota di over 70, che poi sono il target principale di Silversea". **Difficoltà si riscontrano naturalmente tra i consumatori new-to-cruise**, difficili da attrarre anche per via della "demagogia e populismo" che si sono scatenate attorno a questo settore, secondo Martinoli dimenticato dalla politica "perché non genera voti".

Il tema della percezione del comparto da parte dell'opinione pubblica è tornato anche nelle parole di Maltese, che però ha evidenziato anche il **possibile ruolo 'positivo' dell'emergenza sanitaria**, che potrebbe permettere di valutare a mente più fredda il valore dell'industria delle crociere, in primis per il caso Venezia. In altre parole, secondo il manager di Costa, la crisi economica generata dal Covid potrebbe portare a rivalutare il ruolo e l'apporto delle compagnie alle economie del territorio, anche in Laguna.

I tre top manager di Msc Crociere, Costa Crociere e Silversea hanno poi discusso del fenomeno dell'integrazione verticale che sta prendendo piede nel settore, in particolare rispetto all'offerta delle escursioni a terra, che giocoforza sono oggi gestite direttamente dalle compagnie. Tutti però hanno evidenziato come queste attività, benché supervisionate, prevedano sempre la partnership con operatori locali e che questa impostazione continuerà a prevalere.

A offrire spunti su come le compagnie cercheranno di attrarre la clientela nei mesi a venire sono stati infine Francesco Paradisi, senior business developer manager di Norwegian Cruise Line, e Gianni Rotondo, general manager Emea region di Royal Caribbean International. Entrambi si sono mostrati sicuri del fatto che il prezzo non rappresenterà una leva su cui i brand andranno a puntare più di tanto. "Per i repeater non serve, le loro prenotazioni sono già arrivate" ha affermato Rotondo. "Sulla clientela new-to-cruise il pricing potrà avere più valore, ma non penso che i prezzi caleranno come ad esempio nel dopo-Concordia, in generale saranno più stabili. Addirittura per il 2022 i prezzi sono superiori a quelli del 2019, ultimo anno di vera attività del settore, e la clientela sta rispondendo bene". Simile la valutazione di Paradisi, per il quale i fattori chiave per attrarre il consumatore, considerate le incertezze legate alla crisi sanitaria, saranno soprattutto "flessibilità nelle prenotazioni e la percezione della sicurezza, mentre il prezzo non sarà fondamentale". Rispetto ai canali di vendita, anche Ncl e Rcl, hanno raccontato i due manager, hanno visto come tanti altri settori la crescita dell'online, frutto secondo Paradisi però anche del rallentamento dell'attività di marketing sulle vendite intermedie, che ha portato la clientela a 'cercarsi da sola' il prodotto crocieristico. Una situazione che però andrà a riequilibrarsi con il ritorno di questa attività. Anche da Rotondo sono arrivate rassicurazioni per gli operatori del trade (peraltro presenti in gran numero all'incontro on line): secondo il manager anche l'e-commerce di Rcl è cresciuto molto negli ultimi 8-9 mesi, ma la necessità di ridurre gli investimenti in digital advertising da parte delle compagnie ridarà un vantaggio alle agenzie e alle loro attività di vendita diretta e a contatto con il consumatore.

Nessuno dei due, infine, ha voluto sbilanciarsi sulla data di una possibile ripresa a pieno ritmo del settore, rimandando una valutazione alla seconda metà del 2021. Entrambi però, anche in virtù dell'offerta rappresentata – ovvero di brand statunitensi con un'offerta globale – hanno evidenziato che sì, la domanda riscontrata ad oggi prevede soprattutto un turismo di prossimità, ma che una quota della clientela richiede viaggi di lungo raggio. "Per la fine dell'estate del 2021 – ha evidenziato Rotondo – osserviamo ad esempio un ritorno del trend dei Caraibi".

**F.M.**

**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY**

This entry was posted on Thursday, November 26th, 2020 at 11:55 am and is filed under [Porti](#), [Senza categoria](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.