

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Frank Del Rio (Nclh) agli analisti: “Noi superiori alle altre compagnie che si fanno concorrenza da sole”

Nicola Capuzzo · Friday, October 7th, 2022

Norwegian Cruise Line Holdings genererà un Ebitda e ritorni record per gli investitori nel 2023. Lo ha affermato l'amministratore delegato e presidente Frank Del Rio parlando durante un incontro con analisti finanziari e investitori istituzionali a bordo della nave Norwegian Prima a New York. Secondo il numero uno del gruppo le prenotazioni per il 2023 sono in aumento rispetto al 2019, la capacità di letti bassi offerta è superiore del 16% e i prezzi significativamente più alti.

Parlando dei cosiddetti *key value driver*, Del Rio ha chiesto agli analisti di non mettere Nclh sullo stesso piano delle altre compagnie di crociere perché la sua compagnia si differenzia sotto molti aspetti, tra cui la fascia demografica più alta a cui si rivolge, la flotta di navi per i suoi tre marchi che a suo dire sono al top di ogni segmento di mercato e gli itinerari premium offerti ai crocieristi.

Altre compagnie, ha detto il top manager americano, hanno così tanti marchi che si penalizzano a vicenda mentre Norwegian Cruise Line, Oceania Cruises e Regent Seven Seas Cruises (i tre marchi di Nclh appunto) sono chiaramente differenziati, ognuno operativo in un diverso segmento di mercato e quindi autonomi e non in concorrenza tra loro.

Del Rio ha poi affermato che gli itinerari sono il primo fattore per la determinazione dei prezzi sottolineando di dedicare più tempo alla pianificazione delle rotazioni che a qualsiasi altro aspetto. Altro fattore chiave è il mix di cabine e il suo gruppo sostiene abbia un mix più ricco di cabine, con una percentuale maggiore di quelle con balcone esterno rispetto ad altri competitor. Nclh vuole concentrarsi sul riempimento delle navi, senza praticare sconti e secondo il suo numero uno stanno superando con un ampio margine i concorrenti.

Secondo Del Rio la chiave è che i consumatori sentano di fare un affare, più che offrire prezzi bassi. Se la compagnia riesce a indurre i crocieristi ad acquistare in anticipo rispetto alla partenza i pacchetti per ristorazione, bevande ed escursioni a terra, una volta saliti a bordo i passeggeri hanno il “portafoglio fresco” e spendono di più. Nel 2018 il 52% dei passeggeri aveva acquistato pacchetti prima della crociera mentre quest'anno la percentuale è salita all'85%.

Su Norwegian Prima, durante la sua prima traversata transatlantica, la spesa media dei crocieristi sarebbe risultata doppia rispetto alla media della compagnia.

La curva media delle prenotazioni secondo Nclh è ora di oltre otto mesi durante l'anno: dai 171 giorni del 2016, è ora salita a 245 giorni.

Altro fattore chiave citato per motivare un'attesa forte ripresa del gruppo nel 2023 è quello che Norwegian Cruise Line Holdings è un'azienda attiva soprattutto negli Stati Uniti (un mercato oggi trainante): Del Rio ha affermato che il 78% dei suoi passeggeri proviene dagli Usa.

Tra le altre tendenze segnalate agli analisti vi è un aumento delle prenotazioni dirette, con il restringimento del mercato delle agenzie di viaggio durante la pandemia e con il cambiamento del comportamento dei consumatori verso un maggior numero di acquisti online.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

This entry was posted on Friday, October 7th, 2022 at 11:10 am and is filed under [Navi](#)
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.