



L'industria che avanza

La crisi non sale sulle crociere



Prospettive d'oro per l'unico settore del turismo che continua a crescere

La signora crisi è l'unico passeggero che non salirà in crociera. Almeno per i prossimi anni, nel business turismo, il settore delle vacanze galleggianti sarà in Italia uno dei pochi a non risentire di flessioni o pericolose sbandate. Boom sarebbe la parola adatta, anche se gli addetti ai lavori, forse per prudenza, forse per falsa modestia o scaramanzia, evitano di nominarla. I numeri però ci sono, e sono incontrovertibili: il secondo rapporto "European cruise contribution", dell'European cruise council, attesta che nel 2006 si è registrato un aumento del 9% dei croceristi (3,4 milioni) e

del 21% di quelli in transito nei porti europei (15,2 milioni). La spesa diretta è salita del 27% schizzando a 10,6 miliardi di euro. Altro dato impressionante: tra il 1995 e il 2006 la domanda a livello mondiale è più che raddoppiata, passando da 5,7 a 15,15 milioni di passeggeri. Nello stesso periodo, il numero di cittadini europei che ha scelto la vacanza in crociera è più che triplicato, passando da 1 a 3,4 milioni, portando così al 23% l'incidenza dei croceristi europei sul totale mondiale (che 10 anni fa era il 19%). Previsioni con il segno più anche per gli anni a venire: il rapporto dell'Ecc prevede che



entro il 2010 gli europei in crociera arriveranno a 4,1 milioni e a 5,5 milioni entro il 2015. In questo quadro, l'Italia si conferma come la destinazione crocieristica preferita nel Vecchio Continente con 3,4 milioni di passeggeri in transito nei suoi porti, seguita dalla Spagna (2,7 milioni), dalla Grecia (2,5 milioni) e dalla Francia (1,3 milioni). Nel 2006 gli italiani che hanno optato per la crociera sono stati 517 mila. Nei porti della Penisola si sono imbarcati oltre 1,1 milione di passeggeri (+15%), che hanno sostenuto una spesa diretta di 330 milioni di euro in biglietti aerei, tasse portuali, sistemazioni alberghiere, cibi e bevande, escursioni ed altri acquisti. Quest'anno, infine, i passeggeri saranno circa 8,5 milioni, con una crescita del 10,45% rispetto all'anno scorso. Gli scali nave previsti nei porti italiani saranno 4 mila 415, in crescita rispetto ai 4 mila 350 del 2007: ogni porto, quindi, registrerà un incremento della media dei passeggeri per scalo di oltre 150 unità, passando dai 1.758 passeggeri del 2007 ai 1.913 del 2008.

Eppure, dirigenti, guru del turismo e armatori non si sbilanciano, quasi come se il meglio (per loro) dovesse ancora arrivare. «Le compagnie navali seguono il fenomeno da dieci anni - premette Domenico Pellegrino, direttore generale di Msc - e secondo noi il prodotto crociera, che è un modo alternativo di fare una vacanza - è ancora sottovalutato: del resto, in Europa solo l'1,9 % dei viaggiatori si è imbarcato». Il parere di Mario Martini, senior vice president sales and marketing Europe di Costa Crociere, è analogo: «Le previsioni saranno sicuramente

Domenico Pellegrino



rispettate e sino a oggi la domanda è stata superiore all'offerta». Il direttore generale di Top cruises, il giovane Federico Costa, fa un'analisi da un altro punto di vista e individua il principale responsabile: «Dobbiamo dire grazie alla comunicazione che ha fatto scoprire a tanti italiani e a tanti europei la bellezza di una crociera, anche non targata Costa crociere o Msc. Sì perché in Italia, cosa anomala rispetto al resto del mondo, esiste un duopolio e solo da poco il mercato si è aperto e il clienti ha la possibilità di un'offerta variegata. Attenzione anche ai numeri: l'aumento dei

“ Secondo noi il prodotto crociera è ancora sottovalutato. Ci sono ampi margini di crescita ”

Ai raggi X I numeri del comparto crociere nel 2006



■ **3,4 mln**

I crocieristi nel 2006

■ **10,6 mld €**

la spesa diretta nel 2006

■ **15,5 mln pax**

La domanda del segmento a livello mondiale nel 2006

■ **+9%**

La crescita rispetto al 2005

■ **+27%**

Incremento spesa rispetto al 2005

■ **5,7 mln pax**

La domanda del segmento a livello mondiale nel 1995



L'industria che avanza

“Costa ha fatto la scelta di non seguire altre aziende nella costruzione di navi giganti”

passaggeri non necessariamente sarà pari a un aumento di fatturato, perché per attirare più vacanzieri e riempire le navi inevitabilmente i prezzi dovranno scendere».

“Riempire i letti”: espressione brutale ma che ha una sua logica soprattutto se si considera che oggi c'è la gara a costruire navi sempre più grandi, con tonnellaggi impensabili fino a un decennio fa: in una parola, gigantismo. La ragione del fenomeno è semplice ed è affidata alla legge del mercato: economie di scala, direbbero gli specialisti. Per Pellegrino, invece, la stazza più o meno imponente di una nave dipende anche dal tipo di destinazione: «Oggi esiste un tonnellaggio diverso a seconda degli itinerari, dell'impatto sul territorio, della fruibilità delle risorse che si trovano in un sito turistico». E comunque sul gigantismo i distinguo tra compagnie non mancano. «Costa Crociere - puntualizza Martini - ha fatto la scelta di non seguire altre aziende nella costruzione di navi giganti per non svilire un prodotto che, con le dimensioni attuali, riesce a essere molto ben gestibile e a non limitarne troppo le destinazioni a causa della scarsa ricettività turistica o dei porti non sufficientemente attrezzati».

«La dimensione dei transatlantici Royal Caribbean International - spiega invece Lina Mazzucco, direttore Generale RCCL Italia - risponde alle richieste del mercato, che nella



Mario Martini

“La dimensione delle nostre navi risponde ad una precisa richiesta di mercato”

vacanza cerca sempre più attività, più innovazione, più servizio e soprattutto si traduce in libertà di scelta e vivibilità per gli ospiti durante la crociera. Il fatto che le navi della classe Freedom siano sempre piene dimostra che la strategia perseguita da RCCL è quella giusta». Ancora Pellegrino sostiene che i veri giganti del mare stiano tutti concentrati tutti nei Caraibi, primo mercato per gli Stati Uniti. Già, gli Usa: «Ma ormai gli americani hanno capito - sottolinea Federico Costa - che i Caraibi, con duemila navi, sono saturi e anche loro stanno facendo rotta nel Nord Europa e nel Mediterraneo».

Tutto bene quindi? Bastano le previsioni più che rosee a far dormire sonni tranquilli ad armatori e tour operator? Assolutamente no perché, in Italia soprattutto, resta il problema dei porti che non sempre sono attrezzati al meglio per ospitare navi colossali. Oppure perché molte navi affollano le stesse destinazioni: per la prima volta i tre principali porti italiani (Civitavecchia, Venezia e Napoli) assorbono quasi il 60% dell'intero traffico nazionale. Con l'aggiunta dello scalo di Livorno si arriva al 75%. «La vacanza non si dovrebbe fermare quando la nave è ormeggiata - dice Costa - perché tutto, al momento in cui i viaggiatori scendono dalla scaletta, tutto quanto dovrebbe essere organizzato per accoglierli. Invece molto spesso questo non accade, soprattutto in quelle destinazioni che hanno il porto lontano dalla città o dal suo centro storico».



Lina Mazzucco



L'industria che avanza

Dal punto di vista logistico e strutturale, non tutti i porti italiani saranno in grado di supportare un movimento passeggeri di portata imponente



Federico Costa

“ Gli americani hanno capito che i Caraibi sono saturi, e si stanno indirizzando verso l'Europa ”

“ La crescita del traffico delle crociere non è stata affiancata da uno sviluppo dei porti ”



Sergio Senesi

A Cagliari, per esempio, il porto è di fronte alla via principale della città ma nonostante i dati e le previsioni entusiastiche snocciolati dall'Autorità portuale (63 navi attraccate nel 2007 contro le 41 del 2006) quasi il 70 % degli intervistati per un'indagine conoscitiva su destinazioni e servizi lamenta il fatto che la domenica, quando sbarca, trovano negozi sbarrati e a malapena trovano un taxi. È d'accordo, anche se in modo più sfumato, la Mazzucco (Rccl): «È decisivo l'impegno a migliorare la programmazione: nuove escursioni, migliori infrastrutture e offerte, e questo impegno deve provenire sia da parte della regione di appartenenza del porto che da parte delle compagnie. Ogni scalo non deve essere considerato solo come singola città, ma come porta d'accesso a tutta la regione». La concentrazione su pochi porti provoca comunque difficoltà logistiche. «La crescita del traf-



fico crocieristico - conferma Sergio Senesi, presidente dell'agency network Cemar - non è stata affiancata in questi anni da uno sviluppo adeguato dei porti. Da un punto di vista logistico e strutturale, infatti, non tutti saranno in grado di gestire e supportare in maniera efficace un movimento di passeggeri di portata imponente. E anche le navi di piccole dimensioni hanno ridotto drasticamente gli sbarchi nei porti italiani, optando invece per il sud della Francia o per le isole greche, a causa soprattutto degli elevati costi degli scali nazionali che queste tipologie di navi devono sostenere». Altro nodo da risolvere è la stagionalizzazione o, meglio, la “desettimanzizzazione”: «I porti sono saturi sempre negli stessi giorni - fa notare Costa - quando sarebbe più conveniente per tutti sfruttare anche gli altri giorni della settimana».

Problemi a parte, gli scali storici stanno lasciando spazio anche ad altri porti: Trieste, La Spezia, Savona, poi Olbia e Cagliari. Proprio la Sardegna, che resta la meta più ambita dei vacanzieri italiani, ancora non è riuscita ad assorbire pienamente la domanda crocieristica. Ma forse è questione di tempo, perché l'interesse da parte delle compagnie c'è ed è tanto.

E l'Isola più desiderata del Mediterraneo potrebbe essere la destinazione new entry nel mercato per i prossimi anni.

Ultima annotazione con un occhio al voto del 13 aprile: tutti i dirigenti interpellati non si aspettano molto dalla politica che verrà e dal governo che succederà a quello di Romano Prodi: «Ci basta - dicono all'unisono - che ci facciano lavorare e che non si affossi un settore che porta lavori e ricchezza a tutto il Paese».

Daniele Casale