

LA RIPRESA DOPO LA PANDEMIA

Crociere, così aumenta la spesa media

L'analisi del traffico: tra le destinazioni si consolida il Mediterraneo. Ma il Mar Rosso è in crescita

MATTEO MARTINUZZI

MONFALCONE. Come stanno cambiando le abitudini dei crocieristi con l'evolversi dell'emergenza sanitaria? Lo racconta l'Osservatorio Ticketcrociere, con le tendenze della prossima stagione invernale. In sintesi aumenta di un 6% la spesa media, c'è maggiore richiesta di cabine con balcone vista mare e crescono i viaggiatori single. Tra le destinazioni si consolida il Mediterraneo visto che i viaggi di prossimità sono sempre molto richiesti e spunta però la novità Mar Rosso. Ma vediamo di approfondire.

Cercano comfort e relax, anche mettendo mano al portafoglio, prediligono vacanze vista mare e hanno fretta di partire anche se da soli: questo l'identikit dei nuovi crocieristi al tempo del coronavirus. La spesa media è aumentata del 6%, in base alle prenotazioni per la stagione invernale 2021-2022, rispetto ai dati relativi all'inverno 2019-2020 (pre coronavirus).

Chi è rimasto fermo per tanto tempo non esita a impiegare un budget maggiore pur di concedersi la tanto agognata vacanza, con il panorama che conquista importanza centrale nella scelta. Altrettanto importante la possibilità di godere di spazi all'aperto, purché a uso esclusivo, che garantiscano relax, intimità e distanziamento, come la pandemia ci ha insegnato.

«Le abitudini dei viaggiatori nel dopo pandemia sono cambiate. Il crocierista preferisce privacy e qualche

lusso in più, pronto a spendere pur di concedersi il proprio spazio riservato all'aperto. Oggi aumentano del 10% le scelte di cabine esterne con balcone. E le compagnie si adeguano con offerte e promozioni ad hoc che rispondono alle nuove esigenze del turista» dice Nicola Lorusso, amministratore delegato di Ticketcrociere. Quest'ultimo, marchio italiano di Taoticket, è un'agenzia di riferimento in Italia nella vendita di crociere su Internet. Nata nel 2008 con sede a Genova, la società opera sul mercato italiano e nel 2019 (ultimo anno pre-pandemico e picco mondiale per il turismo crocieristico) ha fatto registrare quasi 20 mila prenotazioni, per un volume d'affari di 18 milioni di euro. Attraverso lo sviluppo di strumenti e app all'avanguardia e con un sito web in sei lingue (italiano, inglese, spagnolo, francese, tedesco e cinese) mira a consolidare il primato in Italia e ad espandersi all'estero. Dal 2009 a oggi è stata premiata ogni anno come migliore agenzia online per il mercato italiano dalle compagnie di crociera.

Tornando alle preferenze dei crocieristi 2021/22, nella scelta della cabina la preferenza per le esterne con balcone sale infatti dal 32% al 42%, mentre le altre percentuali scendono: cabine interne dal 46% al 42%; cabine esterne con oblò dal 15% all'11%; suite dal 7% al 5%.

Un'altra differenza tra il pre pandemia e le prenotazioni effettuate oggi per i prossimi mesi è nello "status" del viaggiatore: aumen-

tano i turisti solitari, passando dal 4% al 7%. Oggi sono di più i single che scelgono di passare le vacanze in crociera approfittando anche della possibilità di fare smartworking a bordo. Regine del mercato restano comunque le coppie (in lieve calo, dal 55% al 54%) e le famiglie (dal 41% al 39%).

Per quanto riguarda le destinazioni, si consolida il Mediterraneo, protagonista assoluto della ripartenza delle crociere già nel 2020, con il 70% delle preferenze. Fuori Europa, ci si orienta per Dubai, per un 6% del totale e cominciano ad arrivare richieste per la nuova destinazione crocieristica dell'anno, il Mar Rosso (5%). Quest'ultima infatti è la grande novità invernale proposta da Msc Crociere con la sua "Msc Bellissima". Il tutto nell'attesa della risposta dei clienti alla riapertura, prevista per l'8 novembre, degli Stati Uniti ai viaggiatori vaccinati, che per le crociere significa soprattutto Miami e Caraibi.

Per il 2022 l'augurio è che si apriranno gradualmente nuovi mercati sperando in una riduzione a livello mondiale delle restrizioni ai viaggi. Per le crociere passare dai viaggi di prossimità a quelli internazionali significherebbe viaggiare verso una completa ripresa sperando che prima o poi si ritornino ai numeri pre-Covid.