

Crociere post-Covid, cambiano le richieste dei passeggeri

Cercano comfort e relax, anche mettendo mano al portafoglio. Prediligono vacanze vista mare e hanno fretta di partire, anche se da soli. Sono i nuovi croceristi, fotografati dall'Osservatorio Ticketcrociere.

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 Covid).

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, spiegano i diretti interessati, «relax, intimità e distanziamento, come la pandemia ci ha insegnato».

«Le abitudini dei viaggiatori nel dopo pandemia sono cambiate – dichiara Nicola Lorusso, ceo di Ticketcrociere – Il crocerista preferisce privacy e qualche lusso in più, pronto a spendere pur di concedersi il proprio spazio riservato all'aperto. Oggi aumentano del dieci per cento le scelte di cabine esterne con balcone. E le compagnie armatoriali si adeguano, con offerte e promozioni ad hoc che rispondono alle nuove esigenze del turista».

Nella scelta della cabina, la preferenza per le esterne con balcone sale dal 32% al 42%, mentre le altre 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: aumentano i turisti solitari, passando dal 4 al 7 per cento. Oggi sono di più i single che scelgono di passare le vacanze in crociera approfittando anche della possibilità di fare smartworking a bordo.

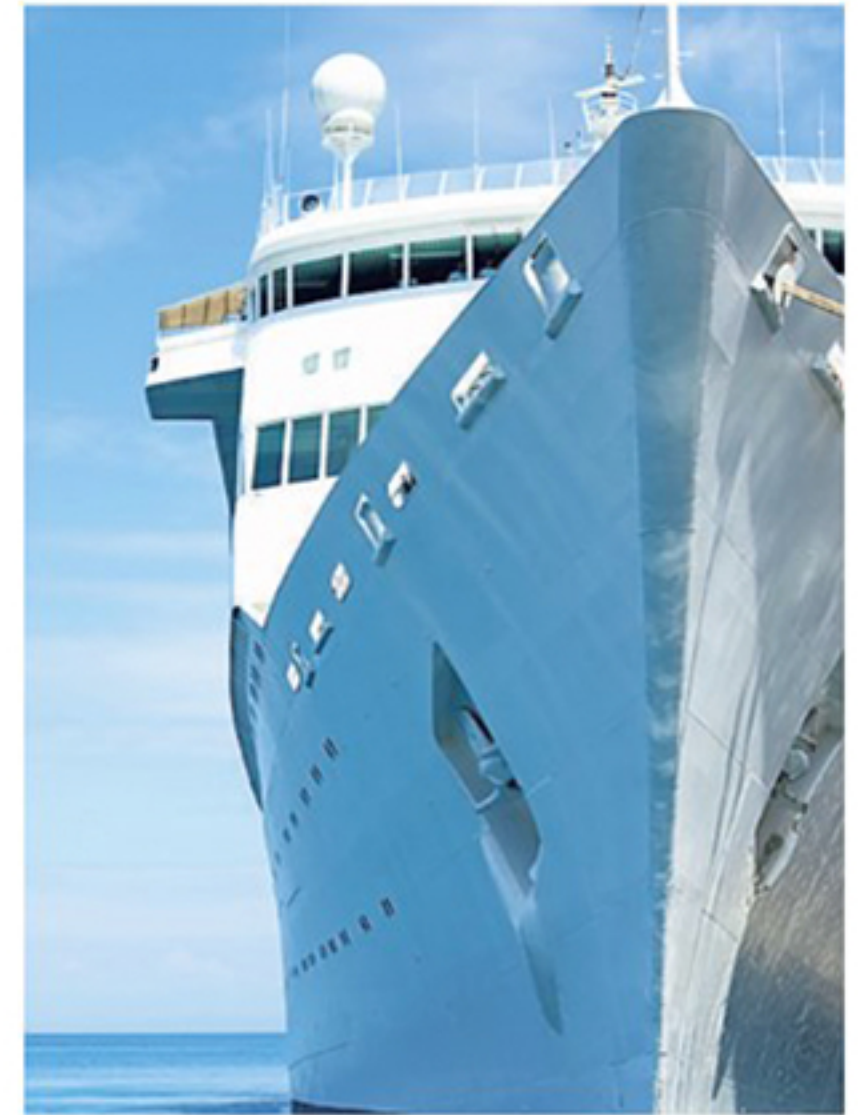
Regine del mercato restano comunque coppie (in lieve calo, dal 55 al 54%) e famiglie (dal 41 al 39%).

Per le destinazioni, si consolida il Mediterraneo – protagonista assoluto della ripartenza delle crociere già nel 2020 – con il 70 per cento delle preferenze. Fuori Europa, ci si orienta per Dubai, per un 6 per cento del totale e cominciano ad arrivare richieste per la nuova destinazione crocieristica dell'anno, il Mar Rosso (5 per cento).

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 la Florida con Miami e i Caraibi.

– (n.b.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ In crociera
Così cambia il mercato

