

Intervista con il presidente della compagnia

# Costa Crociere e Liguria un binomio vincente

**Presidente Foschi, che cosa significa oggi la presenza in Liguria, per Costa Crociere?**

«Ha un significato prima di tutto storico. La Liguria è la nostra casa da oltre 60 anni. E di questo siamo orgogliosi. Sulla poppa delle nostre navi, sotto al tricolore e al nome della nave, c'è la scritta "Genova". Noi il nome di Genova e della Liguria lo portiamo in tutti i mari del mondo, in oltre 250 destinazioni che visitiamo ogni anno, dalle Americhe sino alla Cina. Il nostro legame con il territorio ligure è un legame profondo. Non solo a parole, ma lo dimostriamo prima di tutto con i fatti. La presenza di Costa Crociere in Liguria significa un indotto che, solo nel 2008, ha raggiunto quasi 400 milioni di euro. Una cifra che è cresciuta negli anni a seguire con la crescita della nostra azienda. A giugno 2010 abbiamo inaugurato il nuovo Palazzo Costa in Piazza Piccapietra, il progetto per l'ampliamento e il restyling della nostra sede. Un palazzo che presenta delle soluzioni architettoniche all'avanguardia, ed è uno dei primi in Italia ad "impatto 0". Abbiamo quasi 800 dipendenti a Genova, suddivisi tra la sede di Piccapietra e quella di De Marini. Dal 2000 sono uscite dai cantieri di Sestri Ponente 5 nostre nuove navi, con un impegno complessivo di quasi 2,5 miliardi di euro. Senza contare i lavori di manutenzione nei bacini genovesi, che dal 2008 al 2010 hanno raggiunto un totale di 115 milioni di euro. A Savona gestiamo il terminal crociere, il Palacrociere, che nel 2010 chiuderà con un traffico di 820.000 crocieristi: solo nel 2002 ne faceva dieci volte meno».

**Il porto di Savona, anche grazie al vostro investimento, è diventato uno dei poli crocieristici più importanti d'Europa. Come è nata quella scelta?**

«È dal 1996 che utilizziamo Savona come home port. Prima con una sola nave; poi negli anni la nostra presenza si è rafforzata, sino a diventare una vera e propria partnership con l'Autorità Portuale e direi con l'intera città. La scelta di avviare una collaborazione così stretta è nata dall'imponente piano di crescita della nostra flotta, iniziato nel 2000, e dalla conseguente necessità di avere spazi portuali adeguati nel breve termine. In particolare era necessario per noi un terminal dedicato esclusivamente alle crociere, in grado di assicurare standard di qualità in linea con quelli che i nostri ospiti trovavano a bordo delle nostre navi. Savona si è fatta avanti e ci ha offerto la massima disponibilità e il massimo sostegno per questo progetto. Così nel 2003 abbiamo inaugurato il Palacrociere, per il quale abbiamo investito circa 3,6 milioni di euro, e che gestiamo direttamente. Credo che lo sviluppo di Savona abbia consentito di creare un vero e proprio sistema di porti liguri anche nelle crociere, con evidenti vantaggi per l'intera regione: se guardiamo agli ultimi dati dell'European Cruise Council, nel 2009 Genova e Savona insieme hanno avuto un traffico di circa 1,4 milioni di crocieristi. Una cifra che nessuno dei due porti avrebbe potuto raggiungere da solo».

**Quali vantaggi ha portato la**

**L'orgoglio di Foschi: «Questa è casa nostra da più di sessant'anni»**



Pier Luigi Foschi è presidente e amministratore delegato di Costa Crociere

**presenza delle vostre navi alla città di Savona?**

«I vantaggi sono molteplici e non sono solo di natura economica. Secondo uno studio del MIP, School of Management del Politecnico di Milano, Costa nel 2008 ha prodotto circa l'1% del PIL di Savona, vale a dire 14 milioni di euro. Questi soldi

arrivano dalle spese dirette che sosteniamo per far attraccare le nostre navi e dalle spese generate dai nostri ospiti. E' quindi un indotto diretto, a cui andrebbe aggiunto tutto quello indiretto, derivante da tutte le imprese che lavorano per noi. Le nostre navi sono poi un eccezionale strumento di promozione turistica: ogni anno portiamo a Savona centinaia di migliaia di passeggeri, che hanno modo di conoscere la città e il suo territorio. Inoltre il nome di Savona è su tutti i nostri cataloghi, sui nostri siti web, sulle pagine

pubblicitarie, sulle affissioni, in tutto il mondo. Ma soprattutto le crociere Costa hanno rappresentato il simbolo concreto e tangibile del cambiamento e della rinascita di Savona, della sua rivalutazione. Ormai il rapporto tra Costa e la città è così stretto che le nostre navi possono

considerarsi parte integrante del "panorama" di Savona».

**Il 2010 è agli sgoccioli. Proviamo a fare un bilancio della vostra attività, a Savona e non solo. Quali novità avete in agenda per il 2011?**

«Il 2010 non è stato semplice per l'economia mondiale. L'anno passato si credeva che il 2010 sarebbe stato l'anno della ripresa. In realtà i primi mesi del 2010 sono stati molto difficili, con il riaccutizzarsi della crisi finanziaria. In questo contesto non certamente ottimale, Costa Crociere è comunque riuscita a crescere, puntando sulla qualità del suo prodotto, sulla forza del suo marchio e su prezzi ancora più agevolati per i clienti. Le previsioni per il 2010 sono di arrivare a 2,1 milioni di ospiti totali per l'intero gruppo, contro gli 1,8 milioni del 2009, e di crescere nel fatturato di circa il 10%. Nel 2011 continuerà il piano di espansione della nostra flotta con l'entrata in servizio, nell'estate, di Costa Favolosa, una nave da 114.500 tonnellate di stazza e 3.780 ospiti totali, cui seguirà una gemella, Costa Fascinosa, nella primavera 2012. La crescita della flotta significherà una crescita anche della nostra presenza in Liguria, in particolare a Savona, dove nel 2011 contiamo di raggiungere la cifra record di 1 milione di ospiti movimentati. Per questo entro breve inizieranno i lavori per l'ampliamento del Palacrociere con un terminal satellite, il cui costo, interamente a nostro carico, sarà di circa 8 milioni di euro».

**Un tempo la crociera era una vacanza per pochi privilegiati. Oggi è una vacanza alla portata di tutti. Come siete riusciti a cambiare questa filosofia?**

«Siamo la compagnia numero 1 in Italia e in Europa, e di conseguenza siamo stati i primi a cercare di allargare il pubblico di riferimento delle crociere. I fattori che hanno portato a questo cambiamento sono stati tre. Il primo sono le navi. Abbiamo proposto navi nuove, spettacolari, ad alto contenuto tecnologico, in grado di stupire l'Ospite e di offrirgli delle opportunità di divertimento e relax che è quasi impossibile trovare a terra raccolte in un unico luogo: oltre a bar, piano bar, ristoranti, teatri, piscine ora sulle nostre navi si trovano simulatori di auto da Gran Premio, simulatori di Golf, cinema 4D, centri benessere di oltre 6.000 mq, aree attrezzate con Playstation, piste da rollerskate. Il secondo fattore è ovviamente la qualità: abbiamo lavorato sull'eccellenza del nostro prodotto, garantendo un rapporto qualità/prezzo che non ha eguali nel turismo organizzato. Per questo è stata molto importante la formazione del personale, a cui dedichiamo particolare attenzione, per riuscire ad offrire ai nostri Ospiti un servizio unico ed indimenticabile. Infatti chi viene in crociera con noi torna, e la consiglio ad amici e parenti. Abbiamo il 98% di Ospiti molto soddisfatti o soddisfatti. Il terzo fattore è rappresentato dalla comunicazione e dal marketing: siamo stati i primi a fare spot in tv già negli anni '90 e attualmente utilizziamo tutti i mezzi di comunicazione, compresi i più innovativi, come i social media».

**In una battuta, ci dica perché oggi la crociera è una scelta giusta.**

«Non si può spiegare con una battuta. Una crociera Costa bisogna provarla per capire veramente cos'è: una vacanza da sogno, che va oltre le aspettative. Quindi invito tutti a prenotare una cabina: Mar Rosso, Caraibi, Dubai, Sud America, Oceano Indiano, Estremo Oriente, Canarie, Terra Santa. Il prossimo inverno con Costa Crociere c'è solo l'imbarazzo della scelta».