

I BIG DELLE CROCIERE SEMPRE PIÙ ATTRATTI DAL BUSINESS ASIATICO

IL SECOLO XIX  
LUNEDÌ  
20 OTTOBRE 2014

IL CASO

# E ROYAL CARIBBEAN PORTA IN CINA CINQUE NAVI

Il secondo gruppo al mondo risponde alle richieste del mercato

MATTEO MARTINUZZI

**TRIESTE.** Cinque navi posizionate in Cina nella stagione 2015/16 con 4 home ports diversi; così risponde il gruppo Royal Caribbean a Carnival Corporation, impegnato in prima fila nella sfida alla penetrazione nel mercato cinese delle crociere. È stato lo stesso presidente della compagnia, Adam Goldstein, ad annunciarlo al China Cruise Shipping and International Cruise Expo in corso in questi giorni a Tientsin (Tianjin).

Ma vediamo nel dettaglio quali sono i programmi del brand Royal Caribbean; l'ammiraglia della flotta in estremo oriente sarà la nuovissima Quantum of the Seas che entrerà in servizio tra pochi giorni: è la prima volta che una compagnia posiziona una nuova costruzione in Ci-

na, segno che i tempi stanno cambiando. Questo "cruise-liner" avrà come home-port Shanghai e sarà con le sue oltre 167.000 tonnellate di stazza lorda la più grande nave mai approdata in quei mari. Le altre navi Royal presenti nella zona saranno la Mariner of the Seas (home port a Tientsin), la Voyager of the Seas (home port a Hong Kong) ed infine la Legend of the Seas (home port a Xiamen). Inoltre la controllata Celebrity Cruises proporrà crociere in partenza da Hong Kong con la rinomata Celebrity Millennium. In totale i letti bassi che la compagnia di Goldstein metterà sul mercato in Cina saranno 14.298.

Se facciamo un paragone con Car-



Adam Goldstein (Rccl)

nival Corporation, vediamo che nella stagione 2015/16, il gruppo di Arison posizionerà nell'area cinese 4 navi; tre di Costa Crociere (Costa Victoria, Costa Atlantica e la "new entry" Costa Serena) e una di Princess Cruises (la Sapphire Princess) per un totale di 9.718 letti bassi.

Analizzando i numeri risulta evidente che al momento nella prossima stagione crocieristica Royal sarà in vantaggio rispetto a Carnival in Cina e forse da qui nasce l'idea di costituire una joint venture Carnival-Csc con lo scopo di creare un nuovo brand dedicato e studiato per il mercato cinese. Ma anche Royal Caribbean sta portando avanti gli studi per posizionarsi sul mercato cinese con un marchio appositamente creato per la Cina. Infatti il mese scorso la compagnia ha annunciato la vendita della nave Celebrity Century ad una holding guidata da Ctrip.com International (che si pubblicizza come principale agenzia di viaggi online cinese). Il passaggio di con-

segne avverrà alla fine del prossimo aprile e dopo un significativo rifitting per trasformarla in una "nave con gli occhi a mandorla", la ex-Century navigherà sotto la nuova bandiera di Exquisite Marine. Diverse fonti internazionali però danno in corso uno studio per la creazione di una joint venture per la gestione di questo nuovo marchio cinese sulla falsa riga di quanto è stato fatto tra Royal Caribbean e Tui e che ha portato alla nascita del marchio Tui Cruises dedicato espressamente al mercato tedesco. In questo modo Royal potrebbe anticipare Carnival nella creazione di un proprio marchio dedicato ai crocieristi cinesi.

I prossimi anni saranno decisivi per vedere chi si aggiudicherà prima questo promettente mercato, nel frattempo la "battaglia" è incominciata posizionando su quelle rotte un sempre maggior numero di navi.

shipping@ilsecoloxix.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA