

È tempo di salpare

Viaggiatori d'Occidente - Le crociere stanno ripartendo e la loro lezione potrebbe servire a tutto il settore turistico

/ 09.08.2021
di Claudio Visentin

Se volete farvi un'idea di cosa stia succedendo nel turismo in questa estate complicata, forse dovrete salire su una nave da crociera. Lo scorso anno questi giganti del mare erano il simbolo stesso della pandemia. Nomi da fiaba mille volte sognati e desiderati – *Diamond Princess*, *Grand Princess* – erano diventati lazzaretti galleggianti, con i passeggeri isolati in cabina, impegnati a condividere sui social la loro paura. In queste condizioni il blocco delle crociere fu una scelta inevitabile.

Nei mesi seguenti per ridurre i costi un buon numero di navi furono smantellate, tra queste *Carnival Fantasy*, una leggenda navigante e la prima della sua *classe*; nonostante fosse stata da poco rimodernata, lo scorso settembre ha compiuto il suo ultimo viaggio verso il cimitero delle navi di Aliağa, sulla costa occidentale della Turchia. Di lì a poco hanno condiviso il suo destino anche le gemelle *Carnival Inspiration* e *Carnival Imagination*.

Durante la pandemia le grandi compagnie – *Carnival*, *Royal Caribbean*, *Norwegian Cruise Line* – hanno perso novecento milioni di dollari *al mese* bruciando rapidamente le scorte (per un confronto, nell'estate 2019 avevano guadagnato sei miliardi e mezzo di dollari). Carnival da sola ha accumulato perdite per oltre tredici miliardi di dollari. Oltretutto, per la loro (discutibile) abitudine di stabilire il domicilio legale in paradisi fiscali (Carnival per esempio ha sede e bandiera a Panama), queste compagnie erano rimaste escluse dagli aiuti di Stato e avevano dovuto chiedere prestiti con interessi superiori all'11% (ora va meglio e siamo intorno al 4%).

Dopo tante incertezze, ora sembra giunto il momento di riprendere le vie del mare. Alla fine di giugno *Celebrity Edge* è stata la prima nave a salpare dopo oltre un anno di pausa e altre compagnie l'hanno subito imitata. Le prenotazioni non si sono fatte attendere; in alcuni casi la domanda supera l'offerta e alcune navi sono già al completo, per esempio le crociere di *Royal Caribbean* in partenza

dalla Florida in agosto. È una clientela affezionata: già lo scorso anno circa metà dei passeggeri aveva rinunciato al rimborso preferendo spostare la propria crociera in tempi più tranquilli.

Altri segni di ripresa? Virgin Voyages, la nuova compagnia del miliardario inglese Richard Branson (si è molto parlato del suo recente viaggio ai limiti dello spazio con Virgin Galactic), fu pensata prima dell'epidemia sviluppando un *concept* rivolto esclusivamente a giovani adulti su navi di nuova concezione (*Superyacht*). Il varo della sua nave più importante, *Scarlet Ship*, era previsto per marzo 2020 a Miami ed è stato ovviamente rimandato, ma ora i primi viaggi di prova sono stati proposti al pubblico inglese con un motto all'insegna dell'ottimismo: «È tempo di salpare!» (*It's go time, UK. Let's Sail!*).

Saga Cruises al contrario si rivolge solo a turisti con almeno mezzo secolo sulle spalle; la sua nuova nave *Spirit of Adventure* è da poco salpata per una crociera di due settimane intorno alla Gran Bretagna. I giornali hanno raccontato la storia di Roger (78 anni) e Lynne (67); i due si sono conosciuti su un'altra nave di Saga Cruises nel 2010, si sono sposati quattro anni dopo e ora celebrano in crociera (naturalmente!) il settimo anniversario di matrimonio.

Le crociere fluviali hanno sentito meno il contraccolpo della pandemia, grazie anche al ridotto numero di passeggeri, e ora crescono rapidamente, con formule originali in preparazione per il 2022: per esempio una crociera ferroviaria con partenza da Zurigo sul *Golden Eagle Danube Express* seguita da una settimana di navigazione sulla nuova *SS Venezia* (*Cruise & Rail* di Uniworld).

Le crociere sono ripartite con una nuova visione, puntando a trasformare le loro debolezze in punti di forza. Come ha dichiarato Richard D. Fain, presidente e amministratore delegato di Royal Caribbean, «L'ambiente della nave non è più uno svantaggio, anzi è un vantaggio perché, a differenza di qualsiasi altro luogo, abbiamo tutto sotto controllo». Questo cambio di prospettiva si riflette per esempio sui protocolli sanitari.

Solo qualche mese fa le compagnie si erano opposte, anche in tribunale, a controlli troppo stringenti e costosi. Ora invece chiedono con convinzione di avere a bordo solo passeggeri vaccinati e sono favorevoli a leggi che consentano alle compagnie di chiedere prove di immunizzazione. Singoli casi di contagio verranno affrontati con gli strumenti consueti (test, tracciamento, isolamento, una buona assicurazione di viaggio).

Naturalmente la vita a bordo è diversa rispetto al passato: il numero di passeggeri è ridotto e nessuno può scendere a terra per conto proprio; negli spazi comuni le mascherine sono obbligatorie (ma non al tavolo); niente buffet affollati, discoteche o altri raduni; a teatro si lasciano alcuni posti vuoti tra i diversi gruppi, serve una prenotazione per usare palestre e spa. Sono scelte di ovvia prudenza dietro alle quali tuttavia prende forma un'idea di crociera più personale e su misura; potrebbe attrarre nuovi clienti poco interessati alla formula tradizionale.

Le compagnie di crociera insomma hanno scelto di convivere con il virus, piuttosto che attendere improbabili ritorni alla normalità («Nel lungo periodo saremo tutti morti», sosteneva l'economista John Maynard Keynes), nella speranza che varianti fuori controllo, a cominciare dalla Delta, non vanifichino i loro sforzi. Forse dovremmo fare lo stesso.