

CRUCEROS



Presentación en Madrid a los agentes de viajes.



La "buena vida" de Costa vino a Madrid de la mano de una caravana comercial

La caravana aterrizó en Madrid el pasado día 17 de mayo y durante tres días de sesiones de trabajo y una fiesta de cierre para dar a conocer la experiencia Costa. La Comunidad de Madrid representa casi un 20% del total de las ventas de Costa en España. Con esta acción se llegará a cerca de 1.000 agencias de viajes. En el marco de la campaña "Viva la buena vida", los responsables comerciales de la compañía en España han iniciado un ambicioso plan de batidas comerciales para impactar en la mayor parte del territorio nacional.

Costa Crociere, realizó una pionera y ambiciosa campaña comercial que recorrió, desde el pasado 9 de mayo hasta el 10 de junio, la mayor parte del territorio español. Bajo el eslogan de "Viva la buena vida", el equipo comercial de la naviera italiana, liderado por Carlos López Bahillo, director comercial en España, eligió Madrid como una de las ciudades más importantes para implementar esta nueva estrategia comercial de la compañía:

"Esta innovadora acción en España es parte de la sólida estrategia comercial global de la compañía que incluye, entre otros aspectos, un contacto directo y personal con nuestros socios más importantes en la distribución: los agentes de viajes", ha asegurado Norbert Stiekema, vicepresidente ejecutivo de Ventas y Marketing de **Costa Crociere**, que se

ha incorporado a la naviera italiana hace unas semanas con el objetivo de mantener la posición pionera y competitiva de Costa en el mercado global.

"Viva la buena vida" no es una campaña comercial tradicional, es una filosofía formada por experiencias a bordo únicas e inolvidables para los viajeros, representados en esta ocasión por los agentes de viajes. Los responsables comerciales de la compañía se encargarán de que los profesionales vivan esta experiencia durante tres días, lo cual repercutirá también en el consumidor final al poner a su disposición una serie de ofertas especiales y novedosas durante algunos días.

Vivir la buena vida en Costa

"La experiencia que vivirán los agentes de viajes españoles durante estas caravanas comerciales servirá para que puedan conocer y disfrutar no sólo de novedosas ofertas vigentes durante la semana en curso de la batida comercial sino también de toda la oferta y actividades que **Costa** ofrece a sus viajeros a bordo de los 14 buques de su flota", explicó Bernardo Echevarría, director general de **Costa** en España. Esta acción comercial impactará en 4.000 agencias de todo el territorio español, lo cual implicará visitas a 25.000 profesionales de la distribución a nivel nacional. ●



Vuelve a Túnez

MSC Cruisers, a partir de julio sus cruceros volverán a hacer escala de manera regular en el puerto de La Goulette en Túnez.

"El país ha vuelto a la normalidad, ahora hay una seguridad estable y estamos encantados de volver a ofrecer a nuestros clientes uno de los destinos favoritos en los cruceros de 8 días durante el verano por el Mediterráneo. El turismo representa uno de los mayores recursos para la reactivación económica de este país y estamos orgullosos de contribuir a ello", ha declarado Pierfrancesco Vago, Consejero Delegado de **MSC Cruisers**.

MSC Fantasia y *MSC Lirica* tienen previsto regresar a La Goulette el 5 de julio, junto a *MSC Splendida* y *MSC Sinfonia* que hacen escala en el puerto al día siguiente.

Los cuatro buques ofrecerán cruceros de 8 días explorando las zonas más impresionantes y hermosas del Mediterráneo Occidental. *MSC Lirica* con salidas desde Palma de Mallorca y escalas en Marsella (Francia), Génova (Italia), Ajaccio (Córcega, Francia), Civitavecchia (Roma, Italia), Salerno (Italia), La Goulette (Túnez) y regreso a Palma de Mallorca. *MSC Fantasia* con salidas desde Barcelona y escalas en La Goulette (Túnez), La Valeta (Malta), Messina (Italia), Civitavecchia (Roma, Italia), Génova (Italia), Marsella (Francia) y regreso a Barcelona.

MSC Sinfonia con salidas desde Valencia y escalas en Ibiza, La Goulette (Túnez), Catania (Italia), Nápoles (Italia), Livorno (Florenca, Italia), Villefranche (Francia) y regreso a Valencia. *MSC Splendida* con salidas desde Barcelona y escalas en Marsella (Francia), Génova (Italia), Nápoles (Italia), Palermo (Italia), La Goulette (Túnez), Palma de Mallorca y regreso a Barcelona.

MSC Cruisers ofrecerá también Túnez como destino de invierno en los cruceros de 8 días de *MSC Splendida* desde diciembre de 2011 hasta marzo de 2012 con salidas desde Barcelona. ●





Presenta el diseño de los camarotes con balcón y mini suites de sus nuevas embarcaciones

* *El Proyecto Breakaway incorpora lo mejor de su flota*

Norwegian Cruise Line presentó lo que serán sus nuevos camarotes con balcón y Mini Suites diseñados para el Proyecto Breakaway, nombre provisional para los dos barcos de nueva generación de Freestyle Cruising que se entregarán en abril de 2013 y abril de 2014. Cada uno de los barcos de 144.017 toneladas tendrá una capacidad aproximada para 4.000 pasajeros.

Los barcos del Proyecto Breakaway representan la oportunidad para los clientes de Norwegian Cruise Line de romper con la rutina del trabajo, y del estrés diario con el objetivo de encontrar un verdadero respiro sobre el mar.

Estos nuevos barcos reunirán lo mejor de lo mejor de la flota de Norwegian Cruise Line basándose en la experiencia de haber presentado diez barcos en los últimos diez años -empezando por el Norwegian Star y el Norwegian Sun en 2001 y

culminando con el lanzamiento del Norwegian Epic en 2010.

El grupo Priestmangoode del Reino Unido en conjunto con Tillberg Design of Sweden han sido los encargados del diseño de los camarotes para Norwegian Cruise Line. Priestmangoode se ha ganado los elogios y los premios por el diseño de los Estudios, los primeros camarotes diseñados específicamente para pasajeros que viajan solos, para el Norwegian Epic. Los camarotes del Proyecto Breakaway combinan la forma y la funcionalidad de los camarotes de los barcos de la clase Jewel con el moderno y contemporáneo diseño del Norwegian Epic. Los barcos del Proyecto



Breakaway tendrán cada uno 1.024 camarotes con balcón y 238 Mini Suites de cálidos tonos y colores acentuados. Cada camarote con balcón cuenta con una cama king size (que puede convertirse en dos camas separadas) con un colchón con cubierta extra suave y una cabecera de cuero castaño acolchada. Cada habitación tiene un sofá-cama con un almacenamiento adicional y una televisión plana de 26 pulgadas dispuesta en la pared. Tocarador integrado con estantes y espacio de almacenamiento. La habitación se completa con una luz LED que recorre todo el techo para dar una sensación más cálida a toda la habitación y un armario de gran tamaño con puertas correderas para fácil acceso.

El aseo de los camarotes con balcón cuenta con un diseño contemporáneo y limpio, garantizando un espacio más generoso y cómodo. Una ducha privada con una barra de depilación para mujeres completa el espacio.

Las Mini Suites son una versión más grande de los camarotes con balcón que cuentan con un mayor y más lujoso baño que incorpora un moderno lavabo doble con dos grifos que acompañan un mosaico de vidrio. El baño cuenta con una ducha de lluvia y varios chorros de agua para todo el cuerpo, junto con un cabezal de ducha de mano.

El primer barco tiene previsto iniciar las reservas este octubre. ●



El 30% del mercado internacional de cruceros procede de la industria europea, que generó el año pasado 300.000 empleos y 35.200 millones de euros

La industria europea de cruceros sigue creciendo y consolidándose dentro del sector. Según las cifras publicadas recientemente por el European Cruise Council, en la sexta edición de su informe anual La contribución europea al crucero, los cruceros son el único área del sector del turismo que está disfrutando de un crecimiento sustancial: el año pasado hubo unos 5,5 millones de cruceristas europeos (un 10% más con respecto a 2009), lo que representa aproximadamente un 30% de los pasa-

jeros a nivel mundial. Los países de la UE con más cruceros son Reino Unido (1,6 millones), Alemania (1,2 millones), Italia (890.000) y España (645.000).

En 2010, la industria de cruceros europea también creció en cuanto a número de pasajeros con salidas desde puertos europeos, con 5,2 millones (+7,2%). El impacto global de este sector en la economía europea fue de 35.200 millones de euros el año pasado, incluyendo los más de 14.000 millones de euros de gasto directo. Los principales beneficiarios de

este gasto directo fueron Italia (4.500 millones de euros), Reino Unido (aproximadamente 2.600 millones) y Alemania (2.300 millones). Los astilleros europeos siguen jugando un papel importante en esta expansión, ya que entre 2011 y 2013, construyeron 23 nuevos buques, con una inversión total de cerca de 11.000 millones de euros. El impacto económico de la industria de cruceros también ha contribuido sustancialmente a generar nuevos empleos, con un total de 300.000 en Europa. ●



Reafirma su liderazgo en Europa con 2,15 millones de pasajeros en 2010

- * En 2010, los ingresos consolidados del grupo aumentaron un 12%, hasta 3.000 millones de euros
- * Costa bautizará en Trieste el *Costa Favolosa*, el décimo quinto buque de su flota, el próximo 2 de julio

“A pesar de que la situación económica no es la más favorable, los cruceros europeos siguen siendo una industria creciente y continúa jugando un papel clave en términos de crecimiento económico y empleo. El grupo **Costa Crociere** es la compañía nº 1 en Europa: en 2010 sus buques transportaron a más de dos millones de clientes y generaron un impacto económico valorado en 2.200 millones de euros solo en Italia”, afirmó el presidente de **Costa Crociere**, Gianni Onorato.

Crecimiento en Europa

En este contexto, el grupo **Costa Crociere** –que incluye la histórica marca **Costa Cruceiros** (www.costacruceiros.es), la empresa número uno en el mercado alemán Aida Cruises (www.aida.de) e Iberocruceros (www.iberocruceros.com), que opera básicamente en el mercado español y portugués– reafirma de nuevo su liderazgo en Europa. Los ingresos consolidados del grupo aumentaron un 12% en 2010, alcanzando casi los 3.000 millones de euros, y un total de 2,15 millones de pasajeros, lo que representa un crecimiento aproximado del 18% en comparación con el año anterior. El aumento de ingresos refuerza la posición de **Costa** como el grupo de viajes más grande de Italia.

El grupo tiene su sede en Italia, siendo una de las 10 empresas más rentables del país, la mayoría de su negocio se genera en Italia, que además es el principal beneficiario de la industria de cruceros del continente según el European Cruise Council. En 2010 **Costa Crociere** generó un impacto económico de más de 2.200 millones de euros en la economía italiana (fuente: MIP Politecnico di Milano).

Esta cifra se generó a partir de tres fuentes principales. La primera es el gasto directo (que abarca todos los gastos directos del grupo, como gastos generales de suministro, mantenimiento de nuevos edificios y de la flota, comisiones de las agencias de viajes y servicios portuarios). La segun-

da fuente son las nóminas del personal de tierra y de la tripulación italiana o residente en Italia de **Costa**, más de 3.600 personas empleadas a tiempo completo. La tercera y última fuente se corresponde con los gastos indirectos, que incluyen los gastos producidos en Italia por clientes italianos y extranjeros durante sus vacaciones en los buques **Costa** (gastos de transporte y adquisición de productos para su uso en el crucero, como equipaje, bañadores, etc.). El gasto directo, las nóminas y el gasto indirecto generaron a su vez un gran volumen de negocios en la cadena de suministro de productos y servicios (empleos adicionales, aumento de la demanda del mercado, pedidos cursados por los proveedores a sus proveedores, etc.), que alcanza –junto a los gastos directos y las nóminas– 2.200 millones de euros.

Aumento del empleo generado por el grupo

El impacto económico del grupo **Costa** también contribuye sustancialmente a generar empleo. La investigación de la MIP cifra esta contribución en 12.300 empleos, de los cuales 3.600

proviene del grupo y 8.700 fueron generados en la cadena de suministro, incluyendo la creación de empleo entre los proveedores de servicios de turismo. El número total de empleados de **Costa Crociere** alcanza las 24.000 personas.

El grupo cuenta actualmente con 26 buques en servicio (14 de Costa, ocho de Aida Cruceros y cuatro de Iberocruceros), junto a otros cuatro que se integrarán en 2013 (dos de Costa y dos de Aida Cruceros), lo que la convierte en la mayor flota de Europa. La próxima incorporación es el nuevo buque insignia, el *Costa Favolosa*, el décimo quinto miembro de la flota de **Costa** y el número 27 del grupo, que se entregó a finales de junio. Con un peso de unas 114.500 toneladas y capacidad para 3.800 personas, el *Costa Favolosa*, cuya inversión ascendió a 510 millones de euros, será el nuevo buque de la única flota de cruceros con bandera italiana. El barco se bautizará en Trieste el sábado 2 de julio, en un acto que será un tributo a Italia y que está incluido en las celebraciones oficiales del 150 aniversario de la unificación italiana. ☺





Da comienzo a su temporada por el Norte de Europa en Todo Incluido

El buque *Gemini*, perteneciente a la naviera **Happy Cruise** surca ya los mares del Norte de Europa con una doble ruta.

Realiza las rutas de Tesoros del Báltico y Tesoros de Escandinavia y Fiordos Noruegos. En el primer recorrido citado, zarpará todos los domingos desde Copenhague o Tallin, visitando las ciudades de Lubeck (Hamburgo), Estocolmo, Helsinki, S. Petersburgo y Tallin si se sale desde Copenhague, y Tallin, S. Pestersburgo, Helsinki, Estocolmo, Klaipeda (Lituania), Gdania (Polonia) y Copenhague si se parte desde Tallin.

En el caso de la *ruta Tesoros* de Escandinavia y *Fiordos Noruegos*, tendrá las salidas los domingos desde Copenhague, también a bordo del buque *Gemini*. A lo largo del crucero se visitan las ciudades de Göteborg (Suecia), Oslo, Stavanger, Bergen y Kristiansand (Noruega).

En ambos casos, los vuelos están incluidos en el precio del crucero desde Madrid y Barcelona.

Estas rutas, por supuesto estarán cimentadas en los pilares básicos la filosofía comercial de **Happy Cruises**: la gastronomía elaborada por nuestros chefs españoles, cuyos menús están basados en la dieta mediterránea, sin limitación de cantidad. El servicio de auténtico lujo que se ofrece a bordo de los cruceros, con un servicio personalizado y directo, sin aglomeraciones. El personal de abordaje conoce los gustos de nuestros pasajeros al segundo día del crucero. La animación, con actividades y espectáculos dirigidos especialmente a nuestro pasaje de origen nacional: humoristas españoles como Paco Calonge o Ángel Riero; grandes magos que mezclan la magia y el humor en sus espectáculos; ballet español; ballet flamenco; mariachis; banda brasileñas y cubanas...Y, por supuesto, el Todo Incluido, con primeras marcas en todos los bares, restaurantes y discoteca de a bordo, sin límite, las 24 horas del día y por supuesto: Gratis.

¡Todos a bordo! ☺



NORWEGIAN
CRUISE LINE®

Las estrellas de "iCarly" y "Victorious" se suman al crucero "Nickelodeon All Acces Cruise" a bordo del Norwegian Epic

* *El crucero, de 7 días de duración, parte el 24 de julio desde Barcelona, recorriendo algunas de los emplazamientos más significativos del Mediterráneo*

El crucero "Nickelodeon All Acces Cruise" parte desde Barcelona el 24 de julio para recorrer algunos de los emplazamientos más significativos del Mediterráneo, incluyendo Florencia, Pisa, Roma, Nápoles y Palma de Mallorca.

Nickelodeon y **Norwegian Cruise Line** quieren ofrecer a las familias unas vacaciones por el mar Mediterráneo con una oferta única en entretenimiento para todos a bordo de uno de los buques de mayor tamaño y de diseño más moderno que cruzan actualmente los mares.

Sólo en "Nickelodeon All Acces Cruise" las familias podrán disfrutar de la auténtica experiencia **Nickelodeon** entre la que podrán encontrar:

- La posibilidad de conocer a las súper estrellas de **Nickelodeon** en Shows en vivo con la presencia de Jennette McCurdy y Nathan Kress (iCarly) y Daniella Monet y Leon Thomas (Victorious).
- Encuentros con algunos de los personajes más populares de **Nickelodeon**: Bob Esponja, Dora la Exploradora, Aang y muchos más.
- Visionados exclusivos y estrenos de capítulos inéditos de los hits de **Nickelodeon** iCarly, Victorious y Bob Esponja.
- Juegos con la firma exclusiva de **Nickelodeon** como Slime Time Live! y también en la piscina.
- Todos los días, desayuno especial con los personajes de **Nickelodeon** Un plan especial de adelgazamiento para toda la familia.
- Fiestas tematizadas.

Amplia libertad y flexibilidad de viaje gracias a **Norwegian Cruise Line Freestyle Cruising®**.

Además, una vez en tierra las familias podrán visitar las ruinas de la ciudad de Pompeya, el acuario mundialmente conocido de la isla de Mallorca, así como ir de excursión a la Torre de Pisa antes de terminar el día en alguna playa del Mediterráneo. ☺



Recorre el Centro y Este de Europa a bordo de un crucero fluvial, lo más "in" en tendencias turísticas

Lo único que los cruceros fluviales comparten con los marítimos es el medio de transporte -eso sí, de dimensiones mucho más reducidas-, porque la forma en la que se conoce el destino, el trato con el personal y los servicios a bordo son más cercanos y directos. Nuevas Compañías como A Rosa, de Panavision Tours, e incluso otras más tradicionales como Politours River Cruises y Crosieurope, cuentan con un producto que actualiza por completo el concepto de crucero fluvial, lo que confirma que este es un sector con perspectivas de futuro.

¿Un crucero fluvial es igual que uno marítimo? Esta es la primera pregunta que uno debe hacerse a la hora de planificar un viaje en crucero por río. Y no es lo mismo. A diferencia de los que navegan por mar, los cruceros fluviales son mucho más exclusivos: su capacidad a bordo es infinitamente menor, lo que permite un trato con el huésped mucho más directo; al recorrer las ciudades por el interior, a través del cauce del río, el paisaje se convierte en el eje principal del viaje, lo que hace que el itinerario sea más importante que el propio barco; y los servicios a bordo, tan importantes como las vistas que se divisan desde las ventanas panorámicas del barco.

La naviera alemana A Rosa, de **Panavision Tours**, cuenta con rutas por el Rin, que se extienden hacia Nimega y los Países Bajos; Estrasburgo y la región de Alsacia, en



Francia, la Selva Negra en Alemania, y Basilea, en Suiza. También navega por el Danubio, pasando Austria, Hungría y Eslovaquia, visitando las ciudades de Passau, Viena, Esztergom, Budapest, Bratislava y el valle de Wachau.

Sus barcos son nuevos y con calidades superiores. Todas las salas a bordo están completamente acristaladas, invitando en todo momento a disfrutar del paisaje -desde el camarote, el restaurante o incluso desde el lujoso spa de la embarcación A Rosa Brava-. Camarotes amplios y luminosos, con balcón "francés" -cristal de techo a suelo-. Y entre las delicatessen a bordo, platos cocinados al momento, con productos frescos y de temporada, servidos en sus dos restaurantes: buffet y show-cooking.

En España están representados por Crucemar Cruceiros.

Más información www.crucemar.com.



La Junta destaca la pujanza del segmento de cruceros, que ha triplicado las llegadas de turistas a Andalucía en cinco años

** Montserrat Reyes destaca este turismo como prioritario para la región al atraer viajeros de gasto elevado y altos índices de fidelidad al destino*

El turismo de cruceros es uno de los segmentos con mayores posibilidades de crecimiento en Andalucía, tras haber triplicado las llegadas de pasajeros a puertos de la región en los últimos cinco años y alcanzar en 2010 los 1.065.903 viajeros (un 35% más que en 2009), lo que supone el 15% del total nacional.

Según la secretaria general técnica de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Montserrat Reyes, se trata de un producto "prioritario" para la comunidad no solo por registrar las mayores

tasas de incremento, sino también por atraer a viajeros de gasto elevado (66 euros por pasajero y día de escala) y altos índices de satisfacción y fidelidad al destino.

Durante su intervención en la apertura de la jornada "Sevilla Cruise Forum", organizada en el marco del Plan Turístico de la ciudad hispalense, Reyes señaló que los cruceros "han pasado a ser un segmento residual a ser de primer nivel" y que ocupa un lugar preferente en la planificación turística de la Junta.



Las jornadas "Sevilla Cruise Forum", celebradas en la sede de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación, han contado con la participación representantes de operadores de turismo de cruceros y directores comerciales y responsables de autoridades portuarias españolas, quienes han analizado la proyección de este segmento en Andalucía y las oportunidades de crecimiento de Sevilla como destino de cruceros.