

Speciale

2008

SoloVela

Charter

- Scegliere la barca per una vacanza al top
- Caicchi, la crociera in stile retrò
- Consigli per un charter tranquillo



Un mare da scoprire
14 modi di vivere
il Mediterraneo

Allegato redazionale a SoloVela n.72 aprile 2008 - Editrice Mare S.r.l. - Via Panoli 2, 00197 Roma - Direttore responsabile: Maurizio Anzilotti

L'uomo del charter

Quello del noleggio è un universo in costante evoluzione. A raccontarne le tendenze è Fanis Kiriacoulis, alla guida di una delle maggiori compagnie a livello mondiale



di **Maurizio Anzillotti**

Fanis Kiriacoulis rappresenta la terza compagnia a livello mondiale nel mondo del charter, in particolare per le barche a vela senza equipaggi. Al primo posto in Mediterraneo con 23 basi di cui 7 in Italia e 450 barche, la Kiriacoulis è il naturale punto di riferimento per chi vuole farsi un'idea precisa sul mondo del charter.

Voi siete nel charter da quasi 30 anni. Secondo lei, l'evoluzione di questo mercato è arrivata al capolinea?

Assolutamente no, direi piuttosto che abbiamo ancora molta strada da fare. Negli ultimi anni il mercato ha fatto registrare un ottimo livello di crescita e non credo sia destinato a rallentare nel prossimo futuro.

Come è cambiato il cliente del charter negli ultimi anni?

Il cambiamento più vistoso si riscontra nella provenienza. Dieci anni fa il turista polacco non esisteva, oggi il giro d'affari relativo ai turisti di questo paese è maggiore di quello generato dagli austriaci. Oltre alla Polonia, si stanno muovendo bene molti altri paesi dell'ex blocco comunista.

Sono questi i mercati trainanti?

No, per noi il mercato che ancora va per la maggiore è quello della vecchia Europa: la Francia, la Germania che ultimamente si sta riprendendo da un lungo periodo di stanca, la Spagna e l'Italia. Questo per quanto riguarda il volume d'affari, per quanto concerne la crescita, invece, in Europa si registra un 3-4% annuo, mentre nei paesi dell'Est si arriva anche al 15%.

Dove amano navigare i diportisti che vengono dall'Est?

Sino a qualche anno fa prediligevano la Croazia, ma oggi li troviamo un po' ovunque nel Mediterraneo. In Spagna, in Italia e in Grecia.

Con il passare del tempo, come sono cambiati, se sono cambiati, i gusti dei clienti?

La qualità dell'offerta è salita e con questa i gusti dei clienti che si sono abituati ad avere di più. Oggi le barche devono essere molto giovani, perfettamente tenute e il servizio a terra di alto livello.

Con l'espandersi del mercato, si può immaginare una diminuzione dei prezzi?

No, al contrario i prezzi tenderanno a salire proprio perché il cliente chiede di più in fatto di servizi e di comodità. Per esempio, dall'anno scorso tutte le nostre barche di dimensioni maggiori sono state dotate di wc e winch elettrici. Questo porta indubbiamente a un innalzamento o, quanto-

meno, a un mantenimento dei prezzi anche se a parità di costo si ottiene di più.

Servizi significa che create delle combinate, albergo-barca-auto, o inserite la barca all'interno di un viaggio più sofisticato?

Il modo di fare vacanze è mutato parecchio negli ultimi anni. Una volta, le ferie si prendevano in blocco e si stava fuori per un mese; oggi si preferisce fare tante piccole vacanze, magari di una settimana e questo fa sì che siano monotematiche: il viaggio, la barca, la montagna. Non c'è tempo di abbinare più cose.

Qual è il numero di settimane medio di noleggio per una barca?

Diciassette settimane. Attenzione, questa è la nostra media, non quella del mercato che non mi è dato conoscere.

E in Italia?

La stessa.

In base a cosa un cliente sceglie la sua barca?

Il 95% vuole una barca di un cantiere conosciuto. Di questi, l'80% non ha preferenze particolari in merito al marchio o al modello. Il 10%, invece, cerca proprio un modello specifico di un preciso cantiere, mentre il rimanente 10% manifesta riserve nei confronti di un determinato cantiere o modello.

Voi avete una certa varietà nella vostra flotta. Può descriverla?

Il 70% sono barche Bavaria, il 15% Dufour, il 10% catamarani in genere e un 5% sono ripartiti tra Jeanneau e Bénéteau.

Quali sono, a suo parere, i problemi che limitano la crescita del mercato?

Ce n'è uno che riguarda tutto il mercato nautico, charter o vendita che sia: i posti barca. Se non c'è il posto dove tenere l'imbarcazione, o dove sostare, la crociera non si fa.

È per questo che avete iniziato a interessarvi anche di porti?

Anche per questo. La Kiriacoulis, attraverso la sua controllata K.G., ha in Grecia sei marina, tra cui quella di Corfu e Marina Gouvia. Ora cominciamo a guardarci intorno per provare a realizzarne anche in altri paesi del Mediterraneo.

L'Italia è uno di questi?

In Italia stiamo creando Kiriacoulis Italia, visto che in Tirreno il problema dei posti barca è particolarmente sentito.

Da noi molte società di charter hanno preso sovvenzioni da Sviluppo Italia o dalla comunità europea per l'acquisto delle barche. Voi usufruite di queste facilitazioni?

Ho sentito che in Italia molte barche sono state acquistate con denaro pubblico. In Grecia, e noi siamo greci, non ci sono finanziamenti di questo tipo, ma abbiamo facilitazioni sull'Iva.

“La qualità dell'offerta è salita e con questa il gusto dei clienti”