MSC Crociere, sempre più grandi e a fianco delle agenzie

Entusiasta e comunicativo come sempre, **Leonardo Massa** – country manager di **MSC Crociere** – racconta le novità della "sua" compagnia. Che sono tante: **dal piano industriale 2014-2015 con investimenti per 200 milioni di euro al lancio del nuovo sistema MSC Book destinato alle agenzie di viaggi, arrivando fino ai progetti del 2022**. Innanzitutto, il piano industriale per il biennio prevede imponenti investimenti in tecnologia e soprattutto un **totale restyling di quattro navi della flotta, quelle delle classe Lirica** (MSC Sinfonia, MSC Armonia, MSC Opera e MSC Lirica): ognuna di esse verrà "allungata", aggiungendo 200 nuove cabine ciascuna e sottoponendo a un totale make up le aree comuni e le zone destinate ai negozi. "Già così, incrementiamo la capacità delle flotta di ben 800 cabine" racconta Massa. "Ma, a partire dal 2017 e fine al 2022, raddoppieremo la nostra ricettività con l'arrivo di **nuovissime, avveniristiche navi della classe Vista e Seaside**. Sono commesse già in costruzione presso Fincantieri".

Come dire, in casa MSC Crociere l'ottimismo non manca. "Da sempre cerchiamo di capire e anticipare il mercato. Che ci premia: **nel 2013 abbiamo trasportato 1,7 milioni di passeggeri**. E le vendite per l'estate stanno andando decisamente bene".

Così, nonostante la compagnia presidi tutti i canali di vendita "non si possono avere preclusioni o chiusure verso nessun canale" precisa Massa, l'obiettivo immediato è dare un totale supporto alle agenzie di viaggio. **Arriva così MSC Book, una piattaforma evoluta per prenotazioni facili, rapide e complete**. Dal prossimo autunno, quando il sistema verrà rilasciato, gli adv avranno a disposizione un mezzo potente per costruire la crociere a misura di ogni cliente. Gli agenti potranno non solo ricercare la crociera "ideale" con diversi parametri – itinerario, costo, porti e data di partenza, area geografica, nave – ma anche compararle e soprattutto corredarle di servizi extra – come le escursioni o i pacchetti beverage – direttamente in fase di prenotazione. "**Abbiamo investito 7 milioni di euro per mettere a punto questo strumento, che sarà distribuito alle agenzie di 46 paesi del mondo**" conclude Massa. "E siamo certi che gli agenti sapranno sfruttarlo al meglio per aumentare ulteriormente le vendite".