# Crociere, da Clia le tendenze del mercato italiano per il 2017

Clia svela le **tendenze** per il 2017del **mercato italiano** delle **crociere**. La ricerca di Clia, l’organizzazione internazionale delle compagnie da crociera, scopre le 5 preferenze dei crocieristi quando si tratta di scegliere una crociera: quando prenotare, quali le destinazioni più gettonate, i servizi più amati a bordo, il valore di un’esperienza multiculturale e viaggiare in compagnia. Il 43% degli italiani intervistati preferisce andare in crociera quando trova offerte vantaggiose. Infatti, le prenotazioni molto in anticipo sono rare (solo il 10% dichiara di prenotare un anno prima), mentre il 35% prenota tra i 3 e i 6 mesi prima di partire. Il metodo di prenotazione preferito degli italiani è tramite le agenzie di viaggio (62%) seguito dai siti delle compagnie da crociera (22%).
Le destinazioni più gettonate sono il Mediterraneo Occidentale (43%), il Mediterraneo Orientale (18%) e i Caraibi (16%). Inoltre, il 59% degli intervistati preferisce iniziare e finire la vacanza in crociera in un porto italiano, e il 36% ha fatto viaggi in crociera della durata di 7-11 notti.
I servizi preferiti a bordo per il 56% sono i ristoranti a la carte e al 63% piace l’idea di avere la possibilità di avere delle zone riservate per le cabine di categorie di lusso.
Gli italiani apprezzano poi l’opportunità di poter viaggiare con persone di diverse culture. Infatti, il 69% dichiara di preferire crociere con ospiti multilingue per provare un’esperienza multiculturale. Tuttavia, l’assistenza in italiano è importante per il 79% degli intervistati. Agli italiani inoltre piace condividere l’esperienza in crociera con il proprio partner (55%) o in famiglia con bambini (23%). Viaggiare in compagnia sembra dunque un fattore decisivo.
La ricerca di Clia ha coinvolto oltre 3.000 crocieristi italiani, di cui il 25% afferma di avere fatto più di 10 crociere nella propria vita. "Riteniamo molto importante conoscere le preferenze degli italiani per fare sì che le compagnie da crociera possano sviluppare opzioni di viaggio che rispecchiano al meglio ciò che i viaggiatori desiderano di più - commenta Claudia Marmorato, Business Development Director Southern Europe CLIA - contribuendo a rendere così la crociera un momento unico e indimenticabile".