

“Para que un puerto pueda interesar a una naviera **necesita algo más que infraestructuras**”

EMMANUEL JOLY - DIRECTOR COMERCIAL ROYAL CARIBBEAN ESPAÑA



Entrevista: Josep Piqué  
Fotografía: Royal Caribbean



Royal Caribbean sigue creciendo a pasos agigantados en el mercado español gracias al esfuerzo titánico de su equipo comercial capitaneado por Emmanuel Joly, su director de ventas. Desde que la compañía se instaló en Barcelona con oficina propia, no ha escatimado esfuerzos para alcanzar su principal objetivo: difundir la marca Royal Caribbean en España. Y gracias al trabajo serio, ambicioso y meticuloso, lo han conseguido. Royal Caribbean ya es una de las grandes, también en nuestro país, por su oferta innovadora y por el trabajo bien hecho. Emmanuel Joly atendió a Cruises News para explicarnos aspectos de la actualidad y del futuro más inmediato de la compañía.

**Royal Caribbean ha aumentado sus ventas en 2008. Cuéntenos como se ha desarrollado la venta este año.**

En los últimos años hemos visto en los mercados Europeos en los que opera Royal Caribbean un crecimiento sin igual. Durante este año 2008 hemos destinado más y nuevos barcos en Europa y más concretamente en el Mediterráneo, hecho que ha influenciado muy positivamente en el incremento de las ventas de Royal Caribbean en España. En el 2008 hemos crecido en torno al 40% en el mercado Español respecto al pasado año.

**¿Son los mini cruceros de 4 o 5 días vitales para promocionar el producto Royal Caribbean en España? En 2009 habrá más...**

Sin duda. Las escapadas permiten dar a conocer nuestro producto y nuestra marca a un segmento muy amplio de la población y descubrir porqué el producto Royal Caribbean es considerado el más innovador de la industria de los cruceros. Las escapadas son también el escaparate para nuestro programa "Detalles Mediterráneos" con el cual hemos adaptado todos nuestros productos con salidas

"Las escapadas con el Navigator of the Seas tuvieron mucho éxito en Barcelona. En 2009 repetimos, y además, también ofreceremos mini cruceros desde Málaga en octubre."

desde España, a los gustos y expectativas del público español, todo ello sin renunciar al toque internacional que caracteriza nuestra marca.

En el 2009 Royal Caribbean presenta una nueva edición de las escapadas. Por segundo año consecutivo el Navigator of the Seas realizará durante el mes de Mayo 3 itinerarios distintos de 4 y 5 noches con embarque y desembarque en Barcelona. Pero además y como novedad, introducimos las escapadas desde Málaga. El Navigator of the Seas será también el encargado de efectuar dos rutas distintas de 5 noches por la Riviera Francesa y Madeira y Canarias durante los meses de Octubre y Noviembre con embarque y desembarque en esta bella ciudad andaluza.

**Ahora estáis centrados en los cruceros de invierno. A pesar de la fuerte competencia y la fuerte recesión económica, ¿cómo se está desarrollando la venta de invierno? ¿Qué ofrece Royal Caribbean a diferencia de otras navieras en estos cruceros?**

El entorno general sin duda está complicado pero este año sorprendemos con una programación de cruceros de invierno por el Mediterráneo a bordo del Brilliance of the Seas que estamos seguros nos ayudará a dar esquinazo al frío y largo invierno y a la recesión económica. Hemos apostado por un barco que se adapta perfectamente a las necesidades de un crucero de invierno, y muestra de ello es su Solarium, dotado con un techo de cristal retráctil; el teatro donde se realizan las producciones exclusivas de Royal Caribbean; los cinco restaurantes donde se puede disfrutar de la mejor gastronomía; espacios para los más deportistas; y actividades especialmente diseñadas para niños y jóvenes a través de nuestro programa Adventure Ocean. Por cierto inauguraremos en los cruceros de invierno unas tarifas especiales para nuestros pasajeros más pequeños, que hemos llamado "Precios Pequés", en los cuales solo pagarán tasas y propinas. Estas tarifas especiales también estarán disponibles en una amplia selección de salidas del Voyager of the Seas y Escapadas en el Navigator of the Seas.

**Tras inaugurar 3 barcos de la clase Freedom en los últimos años en otoño del 2009 nacerá la nave más grande del mundo, el Oasis of the Seas. ¿Qué particularidades ofrecerá a diferencia de los últimos buques construidos de la serie Freedom y Voyager?**

El Oasis of the Seas supondrá una nueva superación en cuanto a instalaciones y servicios a bordo. Esta nueva generación de 220.000 Tm y que llegará a finales de 2009 es casi un 40% más grande que la actual clase Freedom. Tendrá capacidad para 5400 pasajeros, una longitud de 360 metros, casi cuatro

“Mantene-  
mos unos  
índices de  
crecimen-  
to del 20%  
para 2009, a  
pesar de la  
coyuntura  
económica  
actual.”

campos de fútbol y una altura de 73 metros. Se convertirá en el crucero más grande y más revolucionario del mundo. Una maravilla arquitectónica en alta mar, que contará con Central Park, un espacio de encuentro para cenar al aire libre y de entretenimiento por la tarde, donde los huéspedes disfrutarán de conciertos y espectáculos callejeros, tiendas y restaurantes. Asimismo, el barco dispondrá de instalaciones totalmente revolucionarias como el Boardwalk, un lugar de esparcimiento inspirado en los muelles junto al mar de antaño, donde destaca una tirolina que permitirá alcanzar una altura de 25 metros y un fascinante “tío vivo” para deleite de los más jóvenes; el Aqua Theater, el primer anfiteatro en alta mar donde se podrá disfrutar de los mejores espectáculos de luz y sonido con fuentes de agua. El Oasis of the Seas también presenta un novedoso concepto de acomodación, los “Loft Suites” de dos plantas con ventanales desde el suelo hasta el techo y una decoración vanguardista.

**Celebrity Cruises y Azamara son dos navieras distintas a Royal Caribbean. ¿Qué ofrecen de diferente? ¿Seguirá apostando Celebrity por Europa? (En verano de 2009 Celebrity, por ejemplo, posiciona los nuevos Equinox y Solstice en Europa...)**

Celebrity Cruises es un producto sin competencia en nuestro mercado. Ninguna otra compañía ofrece un servicio de cinco estrellas a un precio tan competitivo. Tenemos una clientela muy fiel y un crecimiento sorprendente cada año que nos confirma que las posibilidades en el mercado español son muy grandes.

Celebrity Cruises apuesta fuertemente por el mercado Europeo y prueba de ello es que de Mayo a Noviembre de 2009 posicionará en Civitavecchia (Roma) el recientemente inaugurado Celebrity Solstice y de Agosto a Octubre, el Celebrity Equinox que se inaugurará el próximo verano. La nueva clase Solstice de Celebrity es sencillamente excepcional y sin duda va a revolucionar los estándares de los cruceros de cinco estrellas.

Azamara ofrece además de un crucero de lujo en cuanto a servicio, con mayordomo en todos los camarotes y gastronomía, itinerarios exóticos visitando puertos poco frecuentados por otras navieras. En estos cruceros el destino es muy importante porque están orientados a que el pasajero lo viva intensamente.

**¿Cómo están respondiendo las agencias de viajes con el producto Royal Caribbean? En España, ¿cuál es la comunidad nº 1 y la que más ha crecido durante este ejercicio respecto al 2007?**

Los agentes de viajes son parte indiscutible en el crecimiento continuo que estamos experimentando. Los que han podido conocer nuestros productos

transmiten a sus clientes la seguridad de una vacaciones inolvidables, aprovechando además que la venta de cruceros representa para las agencias una oportunidad de negocio muy importante. Por nuestra parte, continuamos nuestra inversión de colaboración con las agencias de viajes.

Cataluña y la Comunidad de Madrid son las principales zonas que aumentan el número de cruceristas pero estamos convencidos que todo el resto de España se apuntará al “boom” de los cruceros, especialmente Andalucía por tener Málaga como puerto base de las “Escapadas” en Otoño y las mejoras en cuanto a facilidad y comodidad para los clientes a desplazarse a los puntos de embarque, siendo el mejor ejemplo el AVE.

**Existen otras compañías que organizan reuniones para agentes de viajes, para dar a conocer sus productos. ¿Pensáis formar a agentes de viajes para explotar vuestra marca?**

En Royal Caribbean siempre hemos colaborado y contribuido con la formación de los agentes de viajes y no sólo no pensamos dejar de hacerlo, sino que para el próximo año estamos creando una nueva herramienta on line para que los agentes de viajes puedan formarse en nuestra marca de forma continuada y actualizada. Continuaremos impartiendo seminarios a bordo de nuestros barcos y realizando visitas a barcos para que los agentes de viajes puedan conocer y experimentar el producto y la marca “in situ”. Además, una nueva iniciativa surgida este año ha sido formar a estudiantes potenciales agentes de viajes y para el próximo año queremos continuar apostando por estos jóvenes futuros vendedores de cruceros.

**Muchos cruceristas españoles fieles a Royal Caribbean se preguntan para cuándo un “Freedom class” en Barcelona...**

De momento tendremos que esperar. El 2009 está lleno de novedades que estamos seguros que los pasajeros fieles a Royal Caribbean disfrutarán y los nuevos cruceristas descubrirán. Con dos barcos de la Clase Voyager en Barcelona y un total de seis barcos de Royal Caribbean International en el Mediterráneo, la oferta es increíble. De todas formas, el Caribe sigue siendo un destino muy importante para nosotros y cada vez son más los españoles que no quieren perderse la oportunidad de navegar en la Clase Freedom desde Miami.

**Barcelona y Málaga se han convertido en puertos clave para la compañía en España. ¿Barajáis otras posibilidades para un futuro no muy lejano?**

Barcelona es sin duda nuestro puerto clave para el Mediterráneo y estamos convencidos que Málaga es su complemento perfecto. En cualquier caso,

no depende exclusivamente de las navieras que un puerto se convierta en una alternativa válida. Se necesitan infraestructuras portuarias y aeroportuarias óptimas, viarias y logísticas, hoteleras, etc. Si a ello le añadimos el encanto natural y la oferta turística de la ciudad, todo es posible.

**¿Qué objetivos se marca la compañía para un 2009 muy duro debido a la crisis económica?**

A pesar de la coyuntura económica, mantenemos unos ambiciosos índices de crecimiento para España, superiores al 20% y que pensamos son realistas, ya que estamos convencidos que los cruceros en general, y los de Royal Caribbean en particular, ofrecen como producto turístico la mejor relación calidad-precio. Creemos que a pesar de la ralentización del consumo en general, los españoles no renunciarán este año a sus vacaciones, y en Royal Caribbean pretendemos ofrecerles un producto de gran calidad por un excelente precio, todo ello con la comodidad de un amplio surtido de salidas desde Barcelona y Málaga. Vemos el 2009 como una excelente oportunidad para consolidar los cruceros como la mejor alternativa vacacional en la mente del consumidor español.



“Los españoles viajan cada vez más a Miami para navegar en uno de nuestros barcos de la clase Freedom.”

**Crucero10.com  
& CruisesNews**

les desean unas  
felices fiestas de  
Navidad y feliz  
Año Nuevo

