

“Hemos posicionado nuestro primer barco en España, pero los demás estarán en Europa”

¿Vision Cruceros nace con la intención de abarcar a un público más exigente?

La relación entre la máxima calidad y el precio que ofrece Vision Cruceros es óptima. Nos dirigimos a los clientes exigentes que analizan muy bien los productos de ocio antes de adquirirlos. Vision Cruceros cumple todas sus expectativas. También nos dirigimos a los repetidores, que aprecian las bondades de los barcos exquisitos y de tamaño reducido. De las naves más marineras que permiten disfrutar, al máximo, de la travesía. Hay que tener presente que más del 90 por ciento de los viajeros que realizan un crucero deciden repetir la experiencia. Son cruceristas expertos que eligen minuciosamente el barco donde van a viajar. Jules Verne es un barco para todos ellos.

¿Cuáles son las características que puede hacer que los usuarios elijan el Jules Verne?

La inspiración de viajar. La palabra Inspiración, Inspiration en inglés resume, de hecho, la experiencia de viajar a bordo de Jules Verne.

Es un barco de dimensiones reducidas, perfecto para los amantes de un nuevo concepto de viaje más emocional y sorprendente. Los camarotes son espléndidos. La mayoría son exteriores, exactamente 230 de los 260 y existe una amplia gama de

SANTIAGO LABRADOR, PRESIDENTE DE VISION CRUISES

Fuente: solocrucero10



“La inspiración de viajar es la principal característica que se pueden encontrar los usuarios a bordo del Jules Verne”.

suites. El barco está dotado de todos los servicios de ocio, entretenimiento y disfrute desarrollados con un estilo personal. El ambiente de Jules Verne es acogedor y muy íntimo.

¿Qué diferencia al Jules Verne de los demás buques de cruceros?

Es una nave que aporta toda la magia de la aventura en el mar, pero evita las grandes masificaciones a bordo y en las llegadas a los puertos. El resultado es una experiencia viajera exclusiva para cada cliente.

La compañía ha apostado por salidas desde Alicante. ¿Cuál es el motivo de esta elección?

La elección de Alicante forma parte de esta estrategia global de personalización y alta calidad de la compañía. Alicante es un destino muy novedoso para el sector de los cruceros en España. El potencial de la ciudad para los cruceros es enorme, pues está estratégicamente situada, tanto para todo el

mercado de Levante, que registra una enorme expansión, como para el centro y sur de España. La ciudad tiene, además, una enorme riqueza turística y un puerto de gran calidad. Alicante es, de hecho, uno de los grandes éxitos del nuevo buque.

¿Cómo afronta la compañía este primer año? ¿Cuáles son las expectativas respecto a las ventas?

La acogida del mercado está siendo magnífica. Las razones son tres: el espíritu de la propia compañía, las características del barco y los itinerarios únicos del mercado. Las dos rutas de inauguración se están comercializando muy bien, pues Jules Verne es uno de los pocos barcos que llegan hasta las Islas Griegas desde un puerto español. El itinerario Perlas del Mediterráneo que parte desde Alicante todos los lunes hasta finales de octubre está teniendo igualmente una acogida excepcional. La gran novedad es Trípoli, la capital de Libia, además de Túnez y puertos tan emblemáticos como Cerdeña, Malta y Palma de Mallorca.

¿Qué medidas van a tomar para incrementar el posicionamiento y reconocimiento de la marca Vision Cruceros?

El conocimiento de la marca aumenta cada minuto. Estamos realizando un enorme esfuerzo comercial, de marketing y comunicación. Vision Cruceros está realizando tanto campañas directas de marketing como de comarketing con compañías del sector que son nuestros máximos colaboradores. Estamos convencidos que la inauguración de Jules Verne en Alicante el 26 de abril ha tenido una enorme repercusión en toda la zona y el resto de España. Jules Verne ya es un símbolo de Alicante.

¿Qué mercado pretende Vision Cruceros abarcar? ¿El objetivo es el mercado nacional?

Respecto a España, todos los mercados geográficos, dado que nuestro producto es único en el sec-



tor, por tipo de barco, itinerarios y posicionado en el Puerto de Alicante. Cualquier crucerista deseará viajar desde un lugar de España para embarcar en Jules Verne. Aunque siempre nos volcaremos comercialmente en las zonas más cercanas a los diferentes puertos de embarque. Actualmente, como Jules Verne está posicionado en Alicante, estamos centrando nuestro esfuerzo en Levante, Andalucía oriental, centro de la península y Madrid. El mercado de Cataluña, que es el más crucerista de España, también es muy interesante para nosotros y, esperamos mucho de él, aunque haya mucha competencia, pero nuestro itinerario y producto son únicos. El segmento de las empresas es igualmente importante para la compañía pues las dimensiones del barco hacen que sea un producto único en el mercado para organizar cualquier tipo de conveniencia, incentivo o evento especial.

¿Tienen dentro de sus planes la inserción en el mercado europeo u otros mercados internacionales?

Es importante destacar también que Vision Cruceros es una compañía española que nace con un ámbito de actuación para toda Europa. Hemos posicionado nuestro primer barco en España, pero los siguientes estarán situados en otros países como, por ejemplo, Francia. Vision Cruises es una marca de ámbito europeo... Nuestro mercado es el europeo que cuenta con un enorme potencial de crecimiento. Especialmente para un producto tan concreto como el nuestro. Hay que tener presente, además, que la población europea cada vez tiene mayor movilidad y que, por ejemplo, hay grandes núcleos de población del norte de Europa que viven en las zonas costeras de España. Ellos son nuestros mejores prescriptores en el resto de Europa. Hemos empezado a trabajar en la promoción del mercado latinoamericano con muy buenas expectativas.

La compañía opera con barcos de alta gama que realizan itinerarios exclusivos y alternativos. La compañía integrará en la flota cuatro barcos similares a Jules Verne.

