

חברת MSC ישראל: גידול של 77% במכירות ב-2017

Posted on 5 ביולי 2018 by עירית רוזנבלום



ישראל עשתה הסטוריה במכירת קרוזים ו-MS C תהיה הבעלים של 25% מכלל האוניות הנבנות בשנים הקרובות בשוק הקרוזים

Categories: קרוזים, ראשי

Tag: MSC, רויאל קריביאן, קרניבל, טלי נוי, Angelo Capurro, תעשיית הקרוזים, נורוויג'ן, קוסטה, פרינסס קרוזס

אמש (ד') קיימה MSC ישראל בראשות **טלי נוי** אירוע פתיחה לעונת הקרוזים 2018-2019 לסוכני נסיעות במרכז האירועים דופלקס בהרצליה. אל מול השקיעה סבבו האורחים ובהם מנכ"ל ישראל **אורי סירקיס**, מנכ"ל אמדאוס **גדי מור**, מנכ"לית התאחדות משרדי הנסיעות **חני סובול**, מנכ"ל אליטליה ישראל **אלון נטע**, סמנכ"ל השיווק של איסתא **רונו קרסו** ועוד.



עילה נוספת היתה השקתה של האונייה החדשה של ה-Seaview, MSC ,בג'נובה שבאיטליה לא מכבר. לרגל האירוע הגיע לישראל מז'נבה אנג'לו קאפורו (Angelo Capurro), המנהל המסחרי של MSC, במטרה לעודד ולתמרץ את הסוכנים למכירות נוספות.

קאפורו הציג שורה של נתונים, חלקם מפתיעים: בעוד שהגידול הכללי של MSC בשוק העולמי ב-2017 היה 9%, בשוק הישראלי הוא עמד על הנתון המרשים של 77%; שנת 2018 אמורה להסתיים, לפי חישובי החברה, בעלייה של 23% בשוק הכללי ושל 34% בשוק הישראלי. ואילו בשנת 2019, שבה צפויה הקיבולת של החברה מבחינת מספר האוניות להיות מוכפלת ☐ תגיע העלייה בשוק הכללי ל-14% ובשוק הישראלי ל-42%.

קאפורו ציין ש-MSC היא חברה משפחתית (של משפחה אפונטה) ואין בה מיקור חוץ. "אנחנו חברה שחיה מהים", סיפר, "המשרדים בז'נבה - אבל הלב בים התיכון. אנחנו מנסים לחלק עם אורחינו את ההרגשה הזו".

החברה בונה כעת שורה של אניות ולדבריו, לפי צבר ההזמנות של אניות חדשות לשנים 2016-2017, 25% מהן הן של MSC לפי הפירוט הבא: 12 אניות עם 57,800 קבינות ל-MSC; שש אניות עם 29,350 קבינות לרויאל קריביאן, שש אניות עם 26,310 קבינות לקרניבל, שבע אניות עם 25,280 קבינות לנורוויג'ן, ארבע אניות עם 18,400 קבינות לקוסטה וארבע אניות עם 14,240 קבינות לפרינסס.

אנג'לו קאפורו, מנהל המכירות של MSC בביקור בישראל. צילום עיריית רוזנבלום

"בכך נמוצב כחברה השלישית בגודלה אחרי קרניבל ורויאל קריביאן", הצהיר קאפורו והוסיף כי לנתון המקורי של מספרי האניות הנבנות ב-MSC, נוספה בינתיים עוד אניה, עליה החליט באחרונה הבעלים של החברה. כיום משיטה החברה כמיליון איש בשנה והיא אמורה להגיע ל-5 מיליון ב-2026.

קאפורו ציין שהחברה שמה לה למטרה לבנות אוניות מסוגים שונים ולא דגם-אב עם שינויים, כשהוא מרמז לחברות האחרות. לדבריו, MSC נמצאת ב-70 מדינות בעולם, היא הגדולה ביותר בדרום אמריקה והמובילה באירופה ובים התיכון. הוא הודה לטלי נוי, לצוות וללקוחות: "אתם הם אלה שמאפשרים למלא את האניות", הדגיש.



טלי נוי הודתה לו ובדברי הברכה שלה הצהירה ש"הבשורה שלי היא שמ-2019 לא מוכרים יותר קרוזים אלא חוויה, קונספט, כף, משהו שזוכרים אותו, כמו שלא מוכרים מלון לפי מטר רבוע".

תעשיית הקרוזים היא שבריר יחסית לכלל התיירות העולמית

תעשיית הקרוזים מגלה בשנים האחרונות צמיחה מרשימה והגיעה כבר לכ-26 מיליון הפלגות בשנה. אלא שבהשוואה לתיירות העולמית - שעומדת לפי נתוני ארגון התיירות העולמי UNWTO על 1.4 מיליארד תיירים בשנה - היא עדיין בטלה בשישים.

אירוע על חוף הים של הרצליה

הצגתי שאלה זו לקאפורו, שהעדיף לראות בה את הצד החיובי: "זה אומר שיש כאן פוטנציאל גדול לצמיחה. ההזדמנות העצומה היא כאן", אמר בחיוך במבטא איטלקי מתנגן, "אני בתעשיית הקרוזים 15 שנים. כשהתחלנו במי שהם עתה השווקים העיקריים שלנו, הם היו מה שישראל היא כיום ☐ נכנסת לתחום הקונספט של מכירת קרוזים ואנחנו היינו 0.5% מהמספר הכולל של תעשיית התיירות. העובדה שאנחנו פיסה קטנה מהעוגה העולמית, היא הזדמנות ענקית, שכן גם הכפלה שלנו אומרת שנהיה רק 2%-3% מהעוגה הכוללת. בשווקים מסויימים, כמו באיטליה, אנחנו קרובים ל-3%, מה שאומר ששילשנו את מספר המפליגים שהיה לפני 20 שנה. להיות קטנים בתעשייה זו הזדמנות גדולה עבורנו".



בתשובה לשאלה האם יש די אניות בתעשייה הוא אומר שלהם, לדוגמה, יתווספו בכל שנה במוצע 1.2 אניות חדשות עד 2026. "יש רק 3 מספנות שיכולות לבנות אניות קרוזים ולנו יש לנו הסכמים עם 2 מהן", הדגיש.

הוא מסביר עוד, שהמוצר הוא מצד אחד קל למכירה ללקוח, אך מנגד גם מסובך. "יש סוכנים שלא חשים בטחון למכור שיט, כי הוא קצת יותר מסובך מאשר למכור חדר במלון או טיול רגיל, אבל כשהם מבינים את הקונספט, הם מבינים את הערך. שלא לדבר על העמלות הגבוהות מאד בהשוואה לענפים אחרים בתעשיית הנסיעות. זאת לצד העובדה ששביעות הרצון של הלקוחות גבוהה מאד, יש הרבה לקוחות חוזרים והתמורה לכסף היא טובה בכל ענף הקרוזים".

קאפרו מדגיש את הייחוד שלהם על פני החברות האחרות בכך שהם רואים בעצמם חברת קרוזים בינלאומית. "יש לנו 67 משרדים במדינות בעולם, כך שאנחנו מכירים את השווקים שלנו. לא יושבים בז'נבה, נאפולי או בבריטניה וחושבים על פיתוח של שוק אחד בלבד. הלקוחות שלנו הם כל 'האחרים' ? אנחנו מסתכלים על תרבויות אחרות, על צרכים של שווקים אחרים, ומנסים לשרת ולתת את הטוב ביותר לצרכן בכל מקום בעולם".

גם בחברון אוהבים לצאת לקרוזים

אחד המשתתפים באירוע היה **שאקיב חוסייני (Shakib A. Husseini)**, הבעלים של סוכנות הנסיעות דיינמיק לינקס בירושלים, המוכר קרוזים לפלסטינים. הוא מייצג את חברות הקרוזים העיקריות ומספר ששיט חביב גם עליהם. "יש לי למעשה עסקים טובים עם הפלסטינים", מפתיע חוסייני, "אני מייצג את האינטרסים בעיקר של MSC ושל קוסטה דרך מד קרוזס, בשוק הפלסטיני. לאן הם מפליגים? אני אישית שולח אותם למערב הים התיכון וזאת מכיון שפלסטינים צריכים ויזה בכל מקום שבו הם רוצים לבקר. במערב הים התיכון הם צריכים רק ויזה אחת, את ויזת שנגן (של האיחוד האירופי, ע.ר). אבל יש כאלה שמתעקשים להפליג בצפון אירופה, למשל".



שאקיב חוסייני, סוכן נסיעות מירושלים. גם הפלסטינים בעניין הקרוזים. צילום עירית רוזנבלום

הוא מודה שמבחינה מספרית אי אפשר כמובן להשוות לשוק הישראלי, אבל המספרים יפים, "בכל חודש מפליגות כמאה משפחות, במיוחד בקיץ. יש לי עמוד בפייסבוק ואני מקדם בו מודעות וסרטונים לרויאל קריביאן, ל-MSC ולחברות האחרות ואני פונה באמצעותם לאנשי חברון, נבלוס (שכס), רמאללה וכדומה". לדבריו, כ-50% מהעסקים מגיע מחברון. "יש גם מירושלים, אבל דווקא הסוחרים העשירים מחברון מרבים לטייל ומוציאים כסף טוב".