



26 giugno 2025

Crociere e territori: la sfida della comunicazione per arginare i professionisti del “no”

La crescita del turismo crocieristico continua a scontrarsi con le proteste e le resistenze di una parte dei territori toccati dagli itinerari marittimi. E se da un lato il settore rivendica l'importanza economica e occupazionale delle crociere, dall'altro emerge con chiarezza la necessità di adottare una strategia comunicativa più efficace per prevenire e gestire le opposizioni locali, spesso alimentate da narrazioni semplificate e contrarie.

È questo il messaggio principale emerso nel corso della tavola rotonda che ha aperto la sessione dedicata alle crociere all'interno dell'Assemblea Federagenti, tenutasi questa mattina, e incentrata sul tema dell'assimilazione, talvolta forzata, del comparto all'overtourism.

Martinoli: “Attenzione al rischio di abbandono dei porti ostili”

Tra i relatori, Roberto Martinoli, figura di riferimento nel settore crocieristico grazie a una lunga esperienza ai vertici di primarie compagnie, ha richiamato l'attenzione su alcuni casi emblematici, come quello dell'Alaska, “abbandonata per anni a causa delle tensioni con le compagnie”. Per Martinoli, è fondamentale non lasciare campo libero alla propaganda dei “professionisti del no”, evitando lo scontro diretto e puntando su una comunicazione preventiva e costruttiva.

Santi: “Il caso Venezia dimostra che sottovalutare il dissenso è un errore”

Una linea condivisa anche da Alessandro Santi, past president di Federagenti, che ha riportato la sua esperienza diretta nel contesto veneziano: “Il settore ha troppo spesso sottovalutato il peso delle contestazioni locali, lasciando che si amplificassero fino a diventare ingovernabili. Serve un approccio più consapevole e una maggiore capacità di ascolto”.

Non solo destinazioni: la nave diventa parte dell’esperienza

Nel dibattito è emersa anche una riflessione sul ruolo delle destinazioni: sempre più spesso, infatti, non sono le località a trainare la domanda crocieristica, ma le navi stesse, che diventano vere e proprie destinazioni galleggianti. Un dato che impone una riflessione ulteriore sul tipo di impatto (percepito o reale) che le crociere generano nei porti di scalo.

Carabetti: “Gli agenti possono facilitare il dialogo con i territori”

In chiusura, Barbara Carabetti ha sottolineato, nel confronto con Anthony La Salandra, direttore di Risposte Turismo, il ruolo chiave degli agenti marittimi come ponte tra le esigenze delle compagnie e le istanze delle comunità locali: “Il coordinamento tra armatori e territori è già oggi una realtà in evoluzione, e può fare la differenza nel prevenire conflitti e valorizzare le ricadute positive delle crociere”.

Una sfida di reputazione, prima ancora che logistica

La sostenibilità delle crociere – ambientale, economica e sociale – passa anche da qui: dalla capacità del comparto di comunicare con trasparenza, instaurare un dialogo stabile con i territori e costruire una narrazione condivisa che vada oltre gli slogan contrapposti. Perché il futuro delle crociere, sempre più, si gioca anche sul piano della credibilità.