

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Quasi 1 miliardo \$ al mese: è la liquidità che ancora bruciano i tre big delle crociere

Nicola Capuzzo · Wednesday, November 11th, 2020

Le prime tre compagnie crocieristiche al mondo (Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises e Norwegian Cruise Line Holdings) in questo periodo stanno ancora bruciando circa 1 miliardo di dollari al mese mentre le navi rimangono 'fuori servizio in disarmo. Lo rende noto Cruise Industry News riportando i dati pubblicati nelle rispettive trimestrali dei tre big delle vacanze a bordo.

Carnival Corporation, il più grande operatore crocieristico del mondo attivo sul mercato con nove marchi (fra cui l'italiana Costa Crociere), sta bruciando 530 milioni di dollari al mese nel suo quarto trimestre che si concluderà il prossimo 30 novembre. Questo è un valore drasticamente ridotto rispetto agli oltre 700 milioni di dollari relativi al terzo trimestre dell'esercizio in corso e la riduzione è merito della cessione di alcune navi vecchie in flotta.

Il gruppo Royal Caribbean ha scelto di non fornire una cifra esatta della cassa in uscita ma ha fatto sapere che la cifra in questione si aggira in media sui 270 milioni di dollari al mese. A parte una nave di Tui, e il previsto avvio della Quantum of the Seas a Singapore, la compagnia non ha navi in servizio.

Il gruppo Ncl ha il più alto tasso di consumo di liquidità per nave considerando che controlla tre marchi e ha una flotta di 28 unità. Il quarto trimestre della compagnia ha stimato un tasso di cash burn di 175 milioni di dollari, in crescita rispetto ai 150 milioni di dollari del terzo trimestre.

A fini comparativi, supponendo che le navi rimangano con il minimo di equipaggio a bordo, il tasso medio di cash burn del quarto trimestre 2020 sarebbe più alto, circa 175 milioni di dollari al mese, principalmente a causa dei tempi di spesa per gli interessi, ha detto Norwegian. Il gruppo prevede oneri in aumento negli ultimi mesi dell'anno con il progressivo rientro in servizio delle navi e i costi associati al loro riposizionamento, ai necessari approvvigionamenti, all'implementazione di nuovi protocolli di salute e sicurezza e a un necessario piano di ramp-up degli investimenti di marketing finalizzati a stimolare la domanda.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

This entry was posted on Wednesday, November 11th, 2020 at 4:00 pm and is filed under [Navi](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and

pings are currently closed.