

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Un 2025 da record per le crociere con 72 mld \$ di ricavi e quasi 34 mln di ospiti

Nicola Capuzzo · Thursday, February 12th, 2026

Oltre 72 miliardi di dollari di ricavi totali (+7,7%) e quasi 34 milioni di crocieristi imbarcati (+4,9%). Sono questi i numeri (stime pubblicate da Cruise Market Watch) che fotografano l'ottimo stato di salute nel 2025 del mercato delle crociere e delle compagnie di navigazione che sono tornate a macinare utili dopo alcuni anni di difficoltà per l'emergenza pandemica.

Carnival Corporation guida la classifica delle società armatoriali sia numero di ospiti a bordo che per fatturato (circa 14 milioni di passeggeri e 26,13 miliardi di dollari), seguita da Royal Caribbean Group (9,1 milioni e 18,01 miliardi), con Norwegian Cruise Line Holdings al terzo posto (3,16 milioni e 10,22 miliardi) e Msc Cruises in quarta posizione (con 3,3 milioni di passeggeri, ovvero un market share del 10%) e quasi 5,3 miliardi di dollari di ricavi (a questi numeri si aggiunge Explora Journeys con 72.600 passeggeri e 178 milioni di dollari). Il marchio Costa Crociere da solo contribuisce al gruppo Carnival con oltre 1,4 milioni di passeggeri e quasi 2,5 miliardi di dollari di ricavi.

Un'analisi pubblicata da Anna Maria Secchi, direttrice Marketing & Business Development di Amalfi Coast Cruise Terminal (il terminal passeggeri del porto di Salerno) evidenzia come la somma dei tre primi gruppi vale circa il 78% dei passeggeri e circa 75% dei ricavi. "In pratica: poche centrali decidono sempre più spesso dove, quando e a quali condizioni una destinazione entra (o esce) dalle rotte" sottolinea Secchi.

Un dato che spiega molti scenari è il "ricavo medio per passeggero", un valore non uguale per tutti. "Se dividiamo ricavi per passeggeri, emergono modelli industriali diversi: i due gruppi 'mass market' stanno intorno a circa 1.900/2.0000 \$/pax, mentre Norwegian Cruise Line Holdings supera i 3.200 \$/pax grazie al mix premium/luxury (delle navi di Regent e Oceania) e a un posizionamento più alto. E quando scendi al livello brand, la forchetta diventa enorme: i segmenti luxury (es. Silversea/Regent) generano ricavi per passeggero di un ordine di grandezza superiore rispetto al mass market. Per una destinazione questa non è una curiosità finanziaria: è il motivo per cui, a parità di 'teste' sbarcate, cambia tutto (spesa a terra, tipo di escursioni, domanda di servizi, sensibilità a congestione e reputazione)" rileva ancora Secchi.

A proposito delle prospettive future del mercato Clia-Cruise Lines International Association la previsione è di arrivare fino a 42 milioni di ospiti nel 2028. Tradotto in implicazioni operative per i

porti si tratta, sempre secondo la responsabile marketing di Amalfi Coast Cruise Terminal, di “più capacità, più competizione per gli slot ‘buoni’ e un’accelerazione nella selezione delle destinazioni che riescono a garantire tre cose insieme: affidabilità (tempi/ormeggi/turni), qualità dell’esperienza a terra (senza attrito) e sostenibilità *economica* della chiamata (costi, produttività, servizi)”.

A proposito delle ricadute economiche delle crociere, nel Global Economic Impact 2023 (Clia/Oxford Economics) la spesa media transit per passeggero era indicata intorno a 96 dollari.

La domanda da porsi e il numero da analizzare, secondo Anna Maria Secchi, più che il solo volume di passeggeri imbarcati/sbarcati o il numero di navi approdate, è “che tipo di ricchezza si vuole generare con ogni scalo di una nave. Perché il punto non è solo crescere: è che cosa resta alla destinazione. La cruise industry oggi è abbastanza grande da premiare chi lavora sulla filiera e abbastanza concentrata da penalizzare chi improvvisa. Nel 2025 la metrica più onesta per un porto non è ‘quanti passeggeri’, ma che valore per approdo e che valore trattenuto sul territorio, cioè filiera locale attivata, qualità dell’esperienza a terra e capacità di trasformare il semplice transito in relazione duratura con la destinazione. Perché il punto non è soltanto crescere, ma decidere che tipo di ricchezza vogliamo generare ogni volta che una nave arriva”.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

**SHIPPING ITALY E’ ANCHE SU WHATSAPP: BASTA CLICCARE QUI PER
ISCRIVERSI AL CANALE ED ESSERE SEMPRE AGGIORNATI**

This entry was posted on Thursday, February 12th, 2026 at 12:19 pm and is filed under [Economia](#), [Market report](#), [Porti](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.