

# Luxusní plavby

## Méně na moři, více na břehu

**H**elen Tepperová si s manželem Jerryem zarezervovali plavbu po Indickém oceánu. Plánovali si, jak se budou stýkat s ostatními pasażéry, relaxovat na palubě a účastnit se spousty aktivit na lodi. Ale na moři jejich program nabral jiný kurs – Tepperovi si nechali ujit lodní uměleckou aukci, hodiny v palubním fitness centru i havajskou party na horní palubě. Důvod? Třicetidenní plavba jim nabídla mnohem více času na souši ve 13 přístavech od Bangkoku po Kapské Město než lenošení na lodi. Dvašedesátiletá paní Tepperová ze státu New York říká, že výlety na souš byly fascinující, i když vyčerpávající a navíc se za ně i extra platilo.

Taková je ale letošní sezóna a nový trend na výletních plavbách. Méně času na lodi a více zastávek spojených s množstvím výletů. Společnost Silversea např. v rámci okruhu po Baltském moři nabízí i několikadenní přenocování v Moskvě a nechybí ani let se stíhačkou MIG. Loď společnosti Seabourn stráví letos dvakrát tolik času zakotvená v Káhiře a pasażéři se mohou vydat třeba na šestihodinový výlet spojený s večeří v domě vdovy po egyptském prezidentovi Sadatovi u Nilu. Další operátor Crystal Cruises přišel letos se svou dosud nejdelší plavbou, která zahrnuje i pětidenní safari v Keni a Tanzanii. „Ano, je to vyčerpávající, ale zdá se, že to funguje,“ říká šéf Crystal John Stoll.

### Přilákat mladší, získat víc peněz

Plavební společnosti tvrdí, že nabízejí náročné pobřežní exkurze, aby přilákaly mladší a aktivnější cestovatele. Podle odhadů společnosti Cruise Lines International Association



FOTO: ARCHIV



se průměrný věk účastníků plaveb pohybuje kolem 50 let, ještě před deseti roky to bylo 60 let. „Tehdy jsme mohli maximálně tak vozit turisty do džungle autobusem. Teď se chtějí spouštět z lán,“ říká s nadsázkou Deborah Natanson, prezidentka Seabourn Cruises.

Ale fakultativní výlety jsou rovněž způsobem, jak z pasażérů vyždímat další peníze. Obsazenost plaveb se pohybuje kolem 105 % (to proto, že např. tříčlenné rodiny se vtěsnají do dvoulůžkové kajuty). Ale udržet si tak vysoké číslo znamená snižovat ceny. Průměrná cena u plavebního gi-

ganta, korporace Carnival Corp. (provozuje společnosti Holland America, Cunard, Seabourn a Carnival) dělá 172 dolarů za osobu a den, v roce 2002 to bylo 153 dolarů, ale ještě o rok dříve 193 USD.

Operátoři si ovšem účtují extra příplatky – třeba za hodiny vaření či léčebné procedury. Ostatně onu káhirskou večeří u Gihan Sadatové si mohou dovolit jen ti, kteří jsou ochotni zaplatit 9 tisíc dolarů! Analytici tvrdí, že dnes tyto extra výnosy činí až 25 % celkových příjmů. Ba co víc, zkrácení času stráveného na palubě ve finále nutí pasażéry víc utrácet, protože jim připadá, že je tlačí čas a chtějí si užít co nejvíc.

Má to ovšem samozřejmě i své nevýhody. Za prvé to vyžaduje chtít po pasážérech platit de facto dvakrát. Operátoři navíc riskují, že se jim odcizí starí věrní zákazníci. Podle analýzy totiž celých 46 % pasážérů tvoří ti, kteří již absolvovali více než pět plaveb!

### Příliš času v přístavu

Není to tak dlouho, co se na výletní lodi pohlíželo jako na luxusní resorty, kde bylo v ceně jídlo i zábava, výhledy na moře a břehy se neustále měnily a výlety na pobřeží neznamenal o moc víc než okružní autobusovou jízdu městem, než loď doplní palivo a zásoby. „Pozemní“ nabídka začala být důkladnější zhruba před deseti lety, když se operátoři snažili nalákat i ty, jimž bylo proti chuti trávit celou dovolenou na lodi. Teď tvrdí, že díky výletům na souš mohou konkurovat klasickým cestovním kancelářím.

Crystal Cruises se např. odvolává na loňský palubní průzkum, v němž většina pasážérů volala po vícero výletech na