



"Allure of The Seas": e' arrivata in Italia la nave da crociera piu' grande del mondo (362 metri)

Dopo il dry-dock, a bordo di Allure of the Seas debuttano nuovi ristoranti, suite e cabine esclusive e negozi al dettaglio. La stagione italiana 2015 di Royal Caribbean: 17 porti, 14 navi, 375 scali totali e oltre 1,1 milione di passeggeri movimentati fino a novembre

Civitavecchia, 21 maggio 2015 - Oggi, 21 maggio 2015, con il **primo imbarco di Allure of the Seas da Civitavecchia**, si entra nel vivo della stagione italiana di **Royal Caribbean**. Dopo una rivitalizzazione di 18 giorni nei cantieri Navantia in Spagna, la nave da crociera più grande del mondo è pronta a salpare per **crociere di 7 notti** in partenza dall'home-port laziale **con scalo a Palma di Maiorca, Marsiglia, La Spezia, Napoli e Barcellona**.

Allure of the Seas sarà la vera protagonista dell'estate 2015 nel Mediterraneo e con i suoi **362 metri di lunghezza** e una stazza lorda di **225.282 tonnellate**, è pronta a stupire i propri ospiti.

Grazie alle **novità introdotte con il dry-dock**, Royal Caribbean arricchisce l'offerta gastronomica a bordo con **nuovi ristoranti** come **Izumi Hibachi & Sushi**, che reinventa la cucina giapponese in una nuova chiave, **Sabor Taqueria & Tequila Bar**, che offre piatti autentici messicani, e **Coastal Kitchen**, esclusivamente dedicato agli ospiti delle suite e ai membri del Pinnacle Club e che fonde le influenze mediterranee con i sapori delle terre californiane.

Per accontentare anche gli ospiti più esigenti Royal Caribbean ha introdotto **10 nuove suite** che offrono una vista mozzafiato sull'oceano, sull'AquaTheater e sul Boardwalk e comprendono 2 Royal Suites, 6 Grand Suites and 2 Royal Family Suites. Queste suite offrono un nuovo livello di sofisticatezza abbinato a nuovi servizi esclusivi come l'area lounge dedicata al relax chiamata Suite Lounge, il solarium Sun Deck e il ristorante Coastal Kitchen, dove poter apprezzare gustosi piatti. Inoltre, da oggi gli amanti dello shopping possono acquistare le creazioni di Kate Spade New York e Michael Kors, oltre a quelle di Coach, grazie alle **nuove boutique** inaugurate a bordo. A disposizione degli ospiti anche una vasta scelta di gioielli e orologi di lusso nel nuovo Regalia in the Park, il duty-free di Royal Caribbean situato nel Central Park.

A bordo della nave delle meraviglie: **16 ponti di puro divertimento** e sette "quartieri" tematici che racchiudono tante opzioni di intrattenimento come la **zip line** per volare sospesi a 25 metri di altezza, il **Rising Tide** - primo bar in movimento sul mare, i

musical di Broadway, lo spettacolare **Aquatheater** e il **Central Park** con oltre 12.000 esemplari di piante vive. E non manca l'esclusiva **DreamWorks Experience**, che permette a grandi e piccoli di incontrare i personaggi più amati dei film d'animazione come Kung Fu Panda, Shrek, i pinguini di Madagascar e molti altri.

E non è tutto! Royal Caribbean dà la possibilità a tutti coloro che lo desiderano di visitare la nave in anteprima, comodamente da casa. In che modo? Grazie a **Google Street View** che, con pochi click, consente di scoprire virtualmente tutti gli ambienti di bordo dal proprio pc e magari scegliere già in quale cabina dormire e il ristorante migliore dove cenare durante la prossima crociera.

“Allure of the Seas è sicuramente una grande opportunità per noi perchè ci consente di far provare anche agli ospiti italiani un prodotto speciale, che finora era stato destinato unicamente ai Caraibi, e un modo di vivere la crociera diverso dal solito, anche grazie alle novità introdotte con il dry-dock . La nave più grande del mondo, con i suoi 68 scali totali tra Civitavecchia, La Spezia e Napoli, movimenterà oltre 367.000 crocieristi in Italia: sarà una stagione ricca di sorprese che pone le basi anche per investimenti futuri sul territorio.” - ha dichiarato **Gianni Rotondo, Direttore Generale RCL Cruises Ltd Italia**. - *“Oltre ad Allure of the Seas, quest'anno abbiamo dedicato al mercato italiano altre due nuove navi, Rhapsody of the Seas e Celebrity Constellation, con l'obiettivo di rinnovare la nostra offerta nel Mediterraneo e realizzare il sogno anche dei crocieristi più esigenti.”*

Quest'anno nel Mediterraneo c'è solo l'imbarazzo della scelta tra le navi di Royal Caribbean International, adatte a un target giovane e a chi ama divertirsi, di Celebrity Cruises, per chi desidera provare l'essenza del “Modern Luxury”, e di Azamara Club Cruises, per gli ospiti che desiderano visitare destinazioni sempre diverse.

Sono in tutto **14 le navi del Gruppo Royal Caribbean** - che arriveranno nei **17 porti italiani** - di cui **7 imbarcheranno dai 2 home-port di Civitavecchia e Venezia** ([Allure of the Seas](#), [Rhapsody of the Seas](#) e [Splendour of the Seas](#) di Royal Caribbean International; [Celebrity Silhouette](#), [Celebrity Reflection](#) e [Celebrity Constellation](#) di Celebrity Cruises; [Azamara Journey](#) di Azamara Club Cruises), per un totale di **375 scali e oltre 1,1 milione di passeggeri movimentati fino a novembre**.