

MOSSA A SORPRESA DEL COLOSSO USA: NIENTE LUSSO E ATTIVITÀ DI VOLONTARIATO

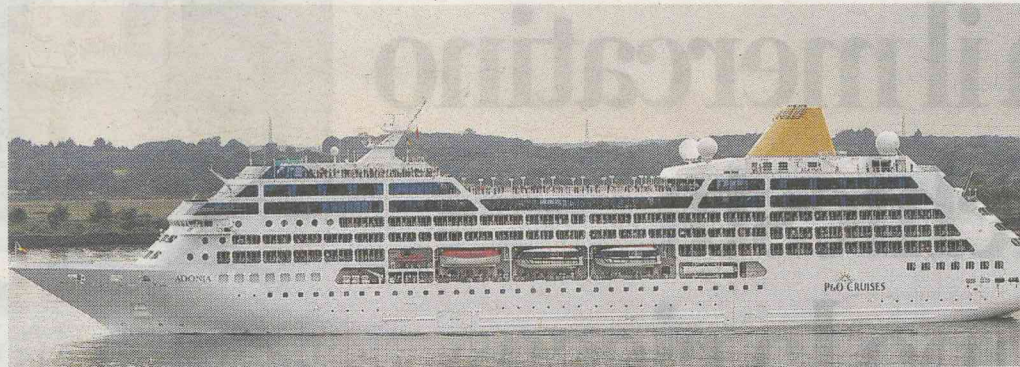
# Carnival vara "fathom", brand solidale

Il gruppo americano lancia il suo decimo marchio. Per ora avrà una sola nave

SIMONE GALLOTTI

**GENOVA.** E dieci. Il gruppo americano Carnival, il colosso mondiale delle crociere che controlla anche Costa, ha creato il brand *fathom*.

Nessuna nuova mega nave, nè menu o ristoranti particolarmente esotici: ieri sera alla presentazione a New York del nuovo marchio, le parole d'ordine sono state: responsabilità sociale, impatto durevole per lo sviluppo dei territori e visione globale. «È così diverso che non possiamo nemmeno chiamarla crociera» ha spiegato Tara Russel, appena nominata presidente di *fathom*. In effetti la nuova offerta di Carnival si rivolge ad un target molto particolare, quello dei clienti attenti all'impatto del viaggio organiz-



La Adonia, la nave più piccola di P&O, è la prima unità del nuovo brand di Carnival "fathom"

zato sul territorio: si potrà fare anche attività di volontariato con le organizzazioni no profit al posto delle tradizionali escursioni delle navi da crociera. Il primo viaggio è previsto tra un anno, ad aprile 2016, e il porto di partenza sarà Miami. La nave scelta per

iniziare l'avventura solidale è la Adonia che ha una capacità di 710 passeggeri. L'unità è un po' vecchiotta, costruita nel 2001 e presa dal marchio P&O, ma fa parte della filosofia del nuovo marchio: «Abbiamo allungato la vita ad una nostra nave, con minore impatti sui

costi rispetto ad una nuova costruzione» ha spiegato Arnold Donald, Ceo del gruppo. Con 10 brand, Carnival ora punta a conquistare tutti i target possibili: dal lusso, al mainstream sino a chi «in crociera non ci sarebbe mai venuto, ma con *fathom* ora può far-

lo e pensiamo soprattutto a famiglie con bambini per una vacanza didattica, a giovani di 34 anni con un reddito intorno ai 125 mila dollari, ma anche a chi ha lavora da tanto e vuole staccare». La compagnia si aspetta anche che gli ospiti che scelgono questa crociera siano disposti a pagare un extra per la crociera: il prezzo è fissato sopra la media del mercato a 1.540 dollari a persona. La crociera durerà sette giorni (un giorno a bordo serve per il training e tre o più sono dedicati ad attività a terra) e per ora è previsto che la Adonia da Miami diriga la prua verso il porto di Amber Cove nella Repubblica Dominicana. Carnival ha schierato una sola nave anche in attesa di capire la risposta del mercato.

© riproduzione riservata

VOLUNTARY DISCLOSURE

## Rientro dei capitali dall'estero, meno di 2.000 domande

**ROMA.** Procede "a passo di lumaca" il rientro dei capitali dall'estero attraverso le procedure per la voluntary disclosure, che consente, fino a fine settembre, di far uscire dal nero i capitali nascosti, anche in Italia, con sconti su pene e sanzioni. All'inizio di giugno, infatti, solo 1.836 contribuenti hanno chiesto di potersi rimettere in regola col fisco. E per un imponibile di appena 300 milioni (tra Irpef, Irap e Iva), sul quale dovranno essere calcolate imposte e sanzioni. Il Governo comunque prudenzialmente aveva cifrato "zero" l'incasso da rientro. Quantificazioni definitive si potranno fare in ogni caso solo alla fine della procedura, e dopo che sarà vagliata tutta la documentazione presentata, sottolinea il sottosegretario all'Economia Enrico Zanetti.