



COSTA CROCIERE INNOVA IL CONCETTO DI VACANZA: LA MERAVIGLIA AL CENTRO DELL'ESPERIENZA DI VIAGGIO

In occasione del 1° Costa Global Summit la compagnia ha presentato la sua strategia e le sue principali novità per il prossimo anno, incentrate sul concetto di meraviglia, da riscoprire grazie alle esperienze che si vivono fuori e dentro la nave

Si è svolto presso l'iconica cornice dell'Allianz MiCo di Milano il Costa Global Summit, il primo esclusivo evento di Costa Crociere, alla presenza dell'Amministratore Delegato Mario Zanetti e del Management dell'azienda, oltre che di un'ampia rappresentanza di dipendenti

Milano, 12 dicembre 2024 - L'evento, che ha accolto oltre 2.500 persone, importanti partner, agenti di viaggio e ospiti d'eccezione di Costa, è stata l'occasione per raccontare le novità del 2025 e presentare l'evoluzione del posizionamento del brand incentrato sulla capacità dell'azienda di creare meraviglia.

Durante la serata il concetto di meraviglia è stato declinato nelle sue quattro dimensioni principali: l'evoluzione del **brand positioning**, incentrato sulla **riscoperta della "meraviglia"** nell'esperienza di viaggio; le nuove e spettacolari proposte di **Sea destinations**, disegnate dal **direttore artistico Luca Tommassini**; l'importanza della **nave** e la sua capacità di personalizzare ogni esperienza a bordo - dal punto di vista del **design, del comfort, delle proposte gastronomiche e dell'attenzione alla sostenibilità** - e l'uso delle tecnologie più avanzate per la **personalizzazione delle esperienze di viaggio**, attraverso l'utilizzo del **Customer Data Platform**.

Il Summit si è aperto con la presentazione dell'innovativa visione di **Effortless Wonder** che ridefinisce il concetto di vacanza, parte centrale del posizionamento del Brand in tutte le sue sfumature. In un mondo dove creatività e sorpresa sono sempre più rare, Costa unisce scoperta e relax, creando esperienze indimenticabili - a terra come a bordo - che bilanciano emozione e semplicità, permettendo agli ospiti di riconnettersi con il mondo e con sé stessi.

Con l'identità di **Wonder Makers** Costa rafforza quindi la sua missione: trasformare ogni momento in un'esperienza ricca di meraviglia, lasciando i viaggiatori ispirati, rigenerati e, soprattutto, senza parole. È stata anche l'occasione per presentare l'evoluzione della piattaforma creativa "Speechless", realizzata con lePub agenzia creativa di Publicis Groupe.

*“Costa Crociere è un’azienda con 76 anni di storia, ma costantemente proiettata nel futuro – ha dichiarato **Mario Zanetti**, Amministratore Delegato di Costa Crociere – La nostra sfida per il 2025 è quella di rivoluzionare ancora una volta il concetto di vacanza, portando i circa 35.000 ospiti che ogni giorno viaggiano con noi a vivere la meraviglia di riscoprire la bellezza del mondo. Le crociere stanno crescendo rapidamente, con quasi 32 milioni di passeggeri nel mondo, ma rappresentano solo il 2% dei viaggiatori globali. Esiste quindi un ampio potenziale di crescita per i prossimi anni, che vogliamo sviluppare con la nostra strategia, grazie a esperienze uniche e memorabili, con la collaborazione di partner d’eccellenza. Tutto questo continuando nel nostro percorso di sostenibilità, che ci vede impegnati con investimenti importanti in nuove tecnologie finalizzati alla decarbonizzazione”.*

Tra le principali novità presentate, una nuova stagione delle **Sea destinations**, esperienze immersive in luoghi unici in mezzo al mare e che rappresentano la vera rivoluzione dell’offerta di Costa. In particolare, le nuove proposte di sono state rese ancora più spettacolari e coinvolgenti grazie alla collaborazione con **Luca Tommassini**, scelto da Costa come **direttore artistico per disegnare le esperienze a bordo**. Tommassini ha interpretato questo nuovo concetto di destinazione mare, facendo scoprire agli ospiti momenti di autentica bellezza attraverso l’ideazione di **spettacoli sulle navi** in profonda connessione con il mondo circostante; così, ci si ritroverà in un **deserto sul mare** nel **Golfo dell’Oman** per scoprire le antiche tradizioni delle oasi dove la magia prende vita con danze e musiche da “Mille e Una Notte” o ad un party esclusivo per **celebrare la luna nel mar dei Caraibi**.

“Portare a Milano alcune delle esperienze che stiamo disegnando per gli ospiti delle navi Costa nei luoghi più belli del mondo è stato un momento speciale. Il concetto di Sea&Land Destinations mi ha affascinato, perché offre agli ospiti non solo la possibilità di esplorare luoghi straordinari a terra, ma anche a bordo celebrando luoghi iconici che prima erano solo di passaggio amplificando così il senso di meraviglia. Il mio approccio nella progettazione delle Sea Destinations è stato quello di portare sulla nave, in una chiave moderna e un po’ estrema colori, suoni, sapori, danze delle destinazioni, combinando semplicità e audacia. Perché il mio obiettivo è quello di costruire dei momenti che restino indelebili nelle menti di chi li vive”, ha affermato Luca Tommassini.

Nel corso dell’evento, l’attenzione si è focalizzata sulla **centralità della nave e dell’esperienza a bordo**, espresse attraverso **il design, il comfort, l’innovazione tecnologica, la food experience** e la sostenibilità, aspetti che si fondono e contribuiscono in egual misura a **rendere unica una crociera con Costa**. Infatti, l’integrazione della tecnologia digitale nel design, se da un lato esalta la bellezza estetica delle navi, dall’altro è fondamentale per rafforzare le azioni di sostenibilità, sia a bordo, con il miglioramento dell’efficienza energetica o la riduzione del food waste, ma anche durante il viaggio, ridisegnando gli itinerari per minimizzare i consumi, gli impatti e ottimizzare la resa del viaggio. Un altro aspetto importante, in linea con questo approccio, è la possibilità di vivere ogni vacanza all’insegna della meraviglia senza pensieri, motivo per cui Costa ha scelto AON come partner.

Sono state inoltre presentate nuove soluzioni in termini di arredo delle cabine a bordo

di Costa Deliziosa, per trasformare gli spazi in ambienti ancora più iconici e accoglienti contribuendo a rendere l'esperienza del cliente sempre più confortevole e accessibile. Le **nuove suite di Costa Deliziosa**, progettate da Luca Zaniboni, founder e partner di **Dordoni Architetti**, rappresentano un'evoluzione significativa: ispirate all'eleganza della nautica di lusso, utilizzano materiali pregiati come mogano e tessuti pregiati, insieme a una palette cromatica nei toni del blu. Gli spazi sono stati ripensati per ampliare la percezione dell'ambiente, eliminando elementi datati e introducendo arredi contemporanei e accoglienti che evocano i prestigiosi marchi italiani del diporto.

A raccontare il valore del comfort nell'esperienza crocieristica è poi intervenuto un Ambassador d'eccezione, **Bruno Barbieri**, uno degli chef italiani più premiati al mondo ed esperto di hospitality, che ha accompagnato il pubblico in un viaggio sensoriale tra comfort, design e sostenibilità a bordo delle navi Costa, dove l'intera esperienza crocieristica è "meraviglia". Barbieri ha condiviso la sua visione unica **sull'ospitalità in mare**, raccontando come l'esperienza in crociera combini attenzione per l'ambiente, come la lotta allo spreco alimentare e la produzione di acqua a bordo, con un comfort eccezionale. Dalle sue prime esperienze nelle cucine di una nave, Barbieri ha visto l'evoluzione di questa vacanza ideale, dove il mare culla dolcemente, le cabine offrono spazi accoglienti e ricercati, e ogni giorno si vive una nuova destinazione.

"Ogni crociera con Costa è un'esperienza che va oltre il semplice viaggio, è un incontro perfetto tra comfort, servizio impeccabile, design, sostenibilità. L'ospitalità a bordo è pensata per coinvolgere tutti i sensi, creando un ambiente dove il mare culla dolcemente, le cabine sono rifugi perfetti e ogni dettaglio è curato per garantire un comfort eccezionale. Con Costa, ho avuto l'opportunità di vedere come l'evoluzione dell'ospitalità in mare possa unire la bellezza dei luoghi, la qualità dei servizi e il rispetto per l'ambiente, offrendo a ogni ospite un'esperienza che è veramente un viaggio nella meraviglia", ha affermato Bruno Barbieri.

A raccontare l'esperienza gastronomica a bordo è un altro chef d'eccezione, **Angel León**, conosciuto come lo "**Chef del mare**", che insieme a Bruno Barbieri e a Héléne Darroze firma l'eccellenza gastronomica a bordo delle navi Costa. Con tre stelle Michelin e una stella verde, León incarna una visione rivoluzionaria della cucina marina, che si fonda su tecniche sostenibili e innovative. Il suo approccio al cibo si intreccia profondamente con l'ambiente marino, da cui trae ispirazione per creare piatti unici utilizzando ingredienti come la salicornia, il plancton e persino materiali luminescenti. Attraverso l'esperienza gastronomica, León non solo esalta la qualità delle materie prime, ma racconta anche un legame intimo con il mare e le destinazioni circostanti. Questo approccio è al cuore del progetto **Archipelago** ristorante delle navi Costa dove poter gustare tre diversi menù firmati da ognuno dei tre chef. Archipelago celebra la connessione con il mondo esterno e con il territorio, dove l'attenzione alla qualità degli ingredienti si traduce in una narrazione gastronomica unica e immersiva.

Costa, in collaborazione strategica con Adobe, ha intrapreso un percorso di trasformazione digitale adottando tecnologie di marketing avanzate come la **Customer Data Platform**. La Customer Experience dei clienti Costa sarà quindi sempre più omnicanale e personalizzata, adattabile alle preferenze di ogni individuo.

Con l'uso dell'intelligenza artificiale per sviluppare asset creativi di qualità, Costa mira inoltre a bilanciare innovazione e personalizzazione. Ogni messaggio è progettato per catturare l'attenzione e soddisfare le aspettative e i bisogni dei consumatori con un approccio che valorizza la creatività e l'identità del Brand.

A chiusura della plenaria lo spettacolo, ideato appositamente per Costa, degli **Urban Theory**, collettivo di ballerini e artisti italiani più seguiti al mondo, che riuniscono il mondo digitale e live, creando esperienze uniche utilizzando la danza come vettore comunicativo.

L'evento si è infine concluso con il "**White Moon Party**", show ideato dallo stesso Tommassini per raccontare, attraverso una performance spettacolare, una delle nuove Sea Destination dei Caraibi, che i passeggeri di Costa potranno vivere a partire da questo inverno. Lo show è stato reso ancora più coinvolgente dal dj-set di **Purple Disco Machine**, musicista e produttore pluripremiato.