



## **COSTA CROCIERE LANCIA LA SUA NUOVA PIATTAFORMA GLOBALE DI BRAND**

**La nuova piattaforma, frutto dell'evoluzione del posizionamento globale del brand, è dedicata alle emozioni che si provano in crociera con Costa**

*Costa Crociere torna in comunicazione con una nuova campagna internazionale, che vuole marcare l'inizio di un nuovo percorso strategico e creativo*

**Genova, 28 settembre 2023** - La nuova strategia - una naturale evoluzione di quanto costruito fino ad oggi - è nata dall'osservazione del comportamento dei consumatori, del contesto socioeconomico e vuole essere la risposta alle loro esigenze e desideri.

Il "concept" creativo frutto della nuova strategia, a cura di **Herezie**, si basa sull'idea che il miglior modo di raccontare le esperienze vissute con Costa, in cui mare e destinazioni si combinano in maniera unica, sia proprio attraverso le emozioni che queste esperienze suscitano negli ospiti. Momenti meravigliosi in cui si resta senza parole, "speechless", perché le emozioni provate sono talmente forti e uniche che non si riesce nemmeno a descriverle. Un concetto che trova la sua risposta nella nuova firma del brand: "**Live Your Wonder**".

*"Nel cuore di ogni innovazione Costa c'è l'esperienza umana nel senso più ampio del termine. Andare oltre le aspettative dei nostri ospiti, proporre una qualità dell'esperienza in grado di suscitare emozioni indimenticabili, è sempre stato un nostro obiettivo imprescindibile. Il nuovo concept creativo della piattaforma ha saputo cogliere proprio quel momento indescrivibile in cui i nostri ospiti sentono di provare emozioni uniche in vacanza con Costa, così belle da lasciare senza parole" - ha dichiarato **Francesco Muglia**, Vice President Global Marketing & Source Markets di Costa Crociere.*

*"L'evoluzione strategica e creativa vuole porre al centro i bisogni e le emozioni del consumatore, dove Costa diventa l'enabler di esperienze indimenticabili a bordo delle nostre navi. Un brand che vuole essere rilevante nella quotidianità dei consumatori al giorno d'oggi deve offrire, oltre ai propri prodotti e servizi, anche un valore più alto, intangibile: emozioni, appunto. Perché sono le emozioni che arricchiscono la vita delle persone e si trasformano in ricordi indimenticabili" - ha dichiarato **Lorenza Montorfano**, Brand and ADV Director Global Marketing di Costa Crociere.*

La campagna ha l'obiettivo di diventare una vera e propria piattaforma coerente e consistente lungo tutto il consumer journey, che andrà ad alimentare, in maniera perfettamente sinergica, i diversi canali di comunicazione della compagnia nei quattro principali Paesi europei in cui opera Costa: **Italia, Francia, Spagna e Germania**.

Il lancio dello spot è avvenuto tra il 24 e il 25 settembre con un soggetto "teaser", in tutti i mercati. Sarà seguito da diversi soggetti tematici, che rivelano altrettante proposte di esperienze da vivere a bordo, assolutamente all'avanguardia del mercato.

Il brano musicale "I am a Believer", che ha accompagnato le ultime campagne di Costa, è presente anche in questo nuovo spot, dove prende nuove forme svariate ed inedite.

La flessibilità della nuova piattaforma di comunicazione consente di presidiare i diversi mezzi di comunicazione con una grammatica e un linguaggio nativi per il canale stesso, dal copy per la televisione, alle piattaforme video digitali, alle attivazioni sul territorio con il DOOH, ai contenuti spontanei e innovativi sviluppati da content creators per i canali social.

La pianificazione media omnicanale della campagna è stata realizzata da **Mindshare Italia**, global media partner di Costa Crociere.