



COSTA CROCIERE PARTNER NAZIONALE DI EUROVISION PRESENTA “ELIOVISION”

**IL FESTIVAL INTERNAZIONALE “PARALLELO” DI ELIO E LE STORIE TESE
PRESENTATO DA FABIO ROVAZZI**

*La compagnia italiana propone un'altra iniziativa speciale legata al mondo della
musica, in collaborazione con DUDE e Mindshare Italia*

Genova, 11 maggio 2022 - Dopo il successo al Festival di Sanremo, **Costa Crociere** torna da protagonista nel mondo della musica, debuttando a **Eurovision Song Contest** con una grande novità: “**Eliovision**”, il primo festival in collegamento da acque internazionali, ospitato a bordo della nuova nave **Costa Toscana**.

Un'operazione nata dalla sinergia con **Dude**, a cui si deve l'idea creativa e la realizzazione, e con **Mindshare** Italia, che ha curato la parte media, riscrivendo le regole della pianificazione pubblicitaria e giocando un ruolo centrale nell'attivazione.

Tutto è iniziato qualche settimana fa sui **social**, quando **Elio e le Storie Tese** hanno annunciato, in maniera provocatoria, che oggi basta “*un po' di eyeliner e una chioma folta*” per suonare all'Eurovision. Ma un gruppo veramente internazionale e visionario come loro ha pensato di fare di meglio: organizzare un proprio festival musicale, l'**Eliovision**, e lanciare un appello sui social a tutto il loro pubblico per aiutarli a trovare una location giusta e internazionale per l'evento.

A rispondere, subito ripreso sui **canali social della compagnia**, è un frequentatore ormai assiduo, dopo l'esperienza Sanremese, di **Costa Toscana**, **Fabio Rovazzi**, che in una telefonata propone ad Elio la **nuova nave** della flotta con le sue **location suggestive** e la sua **multi-culturalità** come posto ideale per ospitare l'evento.

Prende così vita Eliovision, che va in onda il **10, il 12 e il 14 maggio su Rai1**, all'interno dei break **pubblicitari** di Eurovision, rubando la scena al festival principale come una vera e propria interferenza.

Dieci spot televisivi della durata di 30” ciascuno, presentati da Fabio Rovazzi e con Elio e Le Storie Tese in veste di protagonisti e mattatori assoluti, impegnati, in varie location di Costa Toscana, a reinterpretare il loro grande classico “**La Terra dei**

Cachi” in versioni differenti, ispirate a diversi paesi europei. Dal metal scandinavo al rap francese, dal brit-pop alla techno berlinese, gli Elio ci porteranno in viaggio per tutta Europa attraverso costumi, scenografie e performance sempre diverse e sempre ricche dell’ironia, che li hanno resi uno dei gruppi più amati d’Italia.

“Costa Crociere prosegue sulla rotta dell’innovazione, con un’altra iniziativa davvero unica, che presenta alcuni elementi di continuità rispetto a quella realizzata a Sanremo. Abbiamo scelto nuovamente un evento musicale di grande impatto mediatico, come Eurovision Song Contest, focalizzandoci sempre sulla nostra nave ammiraglia. Questa volta Costa Toscana ospita l’Eliovision, il festival internazionale “alternativo” di Elio e le Storie Tese, presentato da Fabio Rovazzi, che permetterà di far scoprire la nostra nave in una maniera inaspettata e divertente. Inoltre, specialmente in questa edizione, c’è un’ulteriore affinità che lega Costa ad Eurovision, dal momento che le nostre crociere, per loro natura, uniscono via mare diversi paesi e diverse culture, portando un messaggio e un esempio di unione e multiculturalità” - ha dichiarato **Francesco Muglia, Vice President Global Marketing** di Costa Crociere.

Eliovision può contare su un’attivazione media fortemente radicata su diversi canali. Infatti, a ulteriore supporto dell’operazione, una campagna stampa e Out Of Home ha portato la locandina di Eliovision a Torino e Milano, con una presenza esclusiva nella stazione della metropolitana di Cadorna.

In sinergia con DUDE, ha lavorato il team di **Hello**, partner di comunicazione social di Costa, che ha curato la strategia e il piano di amplificazione social della campagna. Hello ha realizzato contenuti originali con i protagonisti della campagna, supportando il progetto sui canali su cui è presente la compagnia, con un focus particolare su **TikTok**, interpretando le specificità narrative della piattaforma. Come parte della strategia di Digital PR, sono stati anche inviati una serie di **influencer kit** creati per l’occasione, uno per ogni serata, ispirati alle performance della band.

Costa Toscana è la nuova nave **battente bandiera italiana** della flotta di Costa Crociere, che dallo scorso 5 marzo offre crociere di una settimana nel **Mediterraneo occidentale**. Progettata come una vera e propria “smart city” itinerante, la nave è alimentata a **gas naturale liquefatto**, la tecnologia attualmente più avanzata nel settore marittimo **per abbattere le emissioni**. Gli interni di Costa Toscana sono frutto di un progetto creativo straordinario, curato da Adam D. Tihany. Arredamento, illuminazione, tessuti e accessori sono tutti **“Made in Italy”**, creati da 15 partner altamente rappresentativi dell’eccellenza italiana. L’offerta di bordo si integra perfettamente in questo contesto straordinario: dalla Solemio Spa, alle aree dedicate al divertimento; dai bar tematici, in collaborazione con grandi brand italiani e internazionali, ai 21 tra ristoranti e aree dedicate alla “food experience”. Costa Toscana permette ai suoi ospiti di scoprire le destinazioni visitate in crociera con un’offerta di escursioni eccezionale, che comprende i tour a firma **National Geographic Expeditions**, realizzati in collaborazione con il Tour Operator Kel 12. Ma anche attraverso il gusto, grazie ai menù del ristorante Archipelago, ideati dai tre grandi chef **Bruno Barbieri, Hélène Darroze e Ángel León**. Inoltre, per ogni cena che si degusterà in questo ristorante, Costa Crociere donerà parte del ricavato proprio a **Costa Crociere Foundation** per sostenere progetti ambientali e sociali.

