



## **COSTA CROCIERE RIVOLUZIONA IL TRAVEL RETAIL CON IL PROGETTO “VETRINE IMMERSIVE”**

**Prosegue il percorso innovativo di Costa, in linea con il brand positioning incentrato sulla riscoperta della “meraviglia” nell’esperienza di viaggio che ridefinisce il concetto di vacanza**

*Primi in Italia ad implementare questa tecnologia all’avanguardia nel settore turistico, con l’obiettivo di trasformare il futuro del Travel Retail e aiutare le agenzie di viaggio a distinguersi sul mercato con un’offerta di viaggio ancora più coinvolgente*

**Genova, 8 aprile 2025 - Costa Crociere** ridefinisce gli standard della comunicazione nel settore travel con il lancio del progetto “**Vetrine Immersive**”, una proposta innovativa destinata alle agenzie di viaggio che segna un punto di svolta per il trade marketing e il retail turistico.

La Compagnia crocieristica è la **prima in Italia nella industry del turismo** ad implementare questa tecnologia avviando, a partire da marzo, un progetto pilota che coinvolge una selezione di agenzie del network **Welcome Travel Group**. I punti vendita coinvolti nell’iniziativa saranno rinnovati con le spettacolari **vetrine digitali** trasformando le agenzie di viaggio in veri e propri hub suggestivi e coinvolgenti.

Grazie alla tecnologia MicroMesh LED, per la prima volta nel settore travel, le vetrine delle agenzie diventano display dinamici capaci di offrire contenuti immersivi senza compromettere la visibilità interna, garantita da una trasparenza al 90%. Con oltre 120 metri quadri di schermi digitali distribuiti in punti strategici in Italia, Costa porta il futuro della comunicazione turistica nelle principali città consentendo alle agenzie di viaggio un incremento della propria visibilità e attrattività.

Il palinsesto di contenuti, gestito in remoto da Costa, vede al centro le “**Sea Destinations**” itinerari inediti in luoghi unici da vivere dalla prospettiva del mare, che offrono un nuovo modo di concepire il viaggio. Attraverso video tridimensionali e contenuti immersivi, i passanti potranno vivere in anteprima la magia di queste esclusive destinazioni, lasciandosi trasportare da immagini spettacolari.

Lanciate nell’estate 2024, e il dopo il successo della stagione invernale 2025, anche gli itinerari estivi 2025 includeranno le “Sea & Land Destinations”, un’esclusiva di Costa

che punta su destinazioni innovative in grado di stupire una clientela sempre più diversificata. Le nuove “Sea Destinations” sono state ideate da Luca Tommassini, direttore artistico scelto da Costa per rendere ancora più memorabile l’esperienza di viaggio e si affiancano alle “Land Destinations”, le mete a terra per esplorare i luoghi più iconici, comodamente e ad un prezzo accessibile.

Oltre alle “Sea Destinations”, il palinsesto digitale integrerà anche le campagne promozionali già diffuse in TV, radio e DOOH (Digital Out of Home). Questo approccio multicanale rafforza la sinergia tra i diversi strumenti di comunicazione, massimizzando l’impatto del messaggio e raggiungendo un pubblico sempre più vasto e ingaggiato.

*“Siamo lieti di collaborare con le agenzie di viaggio che hanno abbracciato con entusiasmo questa sfida innovativa,” afferma Luigi Stefanelli, Vice President World Wide Sales di Costa Crociere. “Queste agenzie pioniere hanno compreso il potenziale del progetto, volto a trasformare le loro vetrine in potenti strumenti di marketing, capaci di attrarre e coinvolgere i clienti in modo completamente nuovo. La loro partnership è fondamentale per il successo di questa iniziativa, che mira a rafforzare ulteriormente la nostra collaborazione con il trade.”*

Il progetto “Vetrine Immersive” rientra in un percorso più ampio di innovazione, che per Costa significa attingere dall’evoluzione tecnologica e digitale per offrire servizi ed esperienze sempre nuove e migliori ai nostri ospiti, ma anche ai nostri partner delle Agenzie di Viaggio, attraverso una proposta di vacanza disegnata per offrire emozioni uniche e memorabili.

Costa da tempo utilizza strumenti di comunicazione innovativi, ampliando la proposta di touchpoint di comunicazione all’avanguardia forniti alle agenzie di viaggio in tutto il mondo, come i nuovi contenuti immersivi 360. Questi video sono stati ideati per consentire agli agenti di viaggio e ai clienti di vivere un percorso sensoriale all’interno dell’offerta Costa, attraverso l’utilizzo di visori.

Un altro punto cardine della strategia di Costa è l’utilizzo della Customer Data Platform, sviluppata con Adobe, per migliorare la Customer Experience, rendendola sempre più omnicanale e personalizzata. Con l’uso dell’intelligenza artificiale, Costa bilancia innovazione e personalizzazione, creando messaggi che catturano l’attenzione e soddisfano le aspettative dei consumatori. La piattaforma è fondamentale per migliorare l’esperienza del cliente e semplificare la produzione di contenuti per i partner, come le agenzie di viaggio.