



## QUEST'ANNO A EUROVISION C'È UN CONCORRENTE IN PIÙ: "COSTA CROCIERE" CHE SI ESIBISCE CON LA SUA MUSICA, QUELLA DEL MARE

**La compagnia italiana propone un'altra iniziativa legata alla musica in occasione del festival europeo della canzone, in programma dal 9 al 13 maggio**

*Anche quest'anno il legame tra Costa Crociere e la musica prosegue, con la presenza della compagnia all'evento Eurovision Song Contest 2023*

**Genova, 10 maggio 2023** - Durante gli spazi pubblicitari del festival europeo tre navi Costa si esibiscono come veri e propri concorrenti. Non si tratta però di una performance canora, ma di un'esaltazione dei suoni del mare: la musica del mare, o meglio del modo più unico ed indimenticabile di godersi il mare, a bordo di una nave Costa. Attraverso un accurato lavoro di sound design, Costa ci immerge nei suoni delle sue crociere, trasportandoci in un mondo di suoni dati da onde, gabbiani, natura, associati al divertimento e relax che si vivono a bordo.

È questa l'idea creativa della nuova campagna di comunicazione di Costa Crociere, firmata da **DUDE Milano** e ideata appositamente per l'evento Eurovision. Nello specifico, le "esibizioni" di Costa sono tre: dalla Spagna si esibisce Costa Smeralda, che ci immerge nel suono del mare e del divertimento che bambini e genitori vivono durante una vacanza Costa. In Grecia si esibisce Costa Deliziosa, portandoci nel suono delle coste elleniche e nell'intimità di una romantica vacanza Costa. Infine, va in scena Costa Firenze in Norvegia, esaltando la bellezza dei fiordi e le esperienze che si possono provare con le escursioni proposte da Costa o rilassandosi a bordo. La campagna multi-soggetto termina con una line che imprime in modo chiaro e diretto qual è la musica di Costa, la migliore di sempre: "la nostra musica è il mare".

Gli spot sono on air durante le tre serate di Eurovision: le due semifinali di martedì 9 maggio e giovedì 11 maggio, su Rai2, e la finale di sabato 13 maggio, su Rai1. Inoltre, sono visibili anche sulla piattaforma digitale di RaiPlay e Vevo. La pianificazione media è stata curata da Mindshare Italia.

*"Dopo Sanremo, la nostra comunicazione segue ancora una volta la rotta della musica. Oltre a essere parte integrante della nostra offerta di bordo, insieme a tante altre*

---

*esperienze, la musica è una metafora perfetta della vacanza che propone Costa. Un viaggio che, attraverso il mare, unisce destinazioni e persone diverse, all'insegna della uniqueness: nessun altro offre un'esperienza di viaggio così integrata*" - ha dichiarato **Francesco Muglia, Vice President Global Marketing** di Costa Crociere.

*"Il nostro approccio alla comunicazione è flessibile, per renderla culturalmente rilevante in base al contesto in cui comunichiamo: abbiamo scelto di essere presenti nei più grandi eventi legati alla musica in Italia e non solo, e di farlo in maniera sempre innovativa. Anche in questo caso non ci siamo limitati a proporre uno spot, ma abbiamo creato una comunicazione totalmente integrata con il contesto in cui si inserisce, che valorizza in maniera molto creativa l'unicità delle nostre vacanze"* - ha dichiarato **Lorenza Montorfano, Brand & Advertising Director** di Costa Crociere.