MSC Crociere: torna la “Nave dei Giovani”. E raddoppia

MSC Crociere conferma l’iniziativa “**Nave dei Giovani**”**,** rivolta al target 18-34 anni, che lo scorso anno ha coinvolto 17.500 ragazzi, tra party a tema, feste in piscina, serate in maschera o in discoteca fino a notte fonda, uniti al meglio movida notturna offerto dalle capitali europee del divertimento, come Palma di Maiorca ed Ibiza.“Ci sono importanti novità rispetto alla precedente edizione” sottolinea **Andrea Guanci, Direttore Marketing della Compagnia**. “Prima di tutto, quest’anno **saranno 2 le navi dedicate ai ragazzi**. A **MSC Sinfonia, che replicherà l’itinerario di successo dell’anno scorso, partendo da Genova con tappe a Cannes, Ibiza, Port Mahon, Olbia e Salerno**, si aggiunge sul versante adriatico **MSC Armonia** salperà da Venezia o Ancona per dirigersi verso **Santorini, Mykonos, Kotor e Split**”.

Quest’anno il progetto coinvolge come partner **MTV, RDS, 2Night e Aperol Spritz**: MTV ha inserito la Nave dei Giovani nella propria Summer Selection e realizzato lo spot che va in onda su TV e Social Media, mentre RDS contribuisce al lancio sulla radio e con i propri DJ a bordo. Rinnovata, poi, la sponsorizzazione del Campionato Italiano di Beach Soccer, di cui la Nave dei Giovani è il premio ufficiale.

“Quest’anno rafforziamo ulteriormente il legame tra chi è in nave e chi è rimasto a terra, rendendo la Nave dei Giovani veramente un’esperienza Social a tutto tondo: ad esempio a bordo delle due navi saranno installate le like box, che permetteranno di scattare e postare sul proprio profilo Facebook immagini della vacanza, condividendole con i propri amici in tempo reale” spiega Guanci. “L’hashtag di riferimento rimane sempre lo stesso: #navedeigiovani questa volta ancora più forte perchè aperto a tutte le piattaforme social".