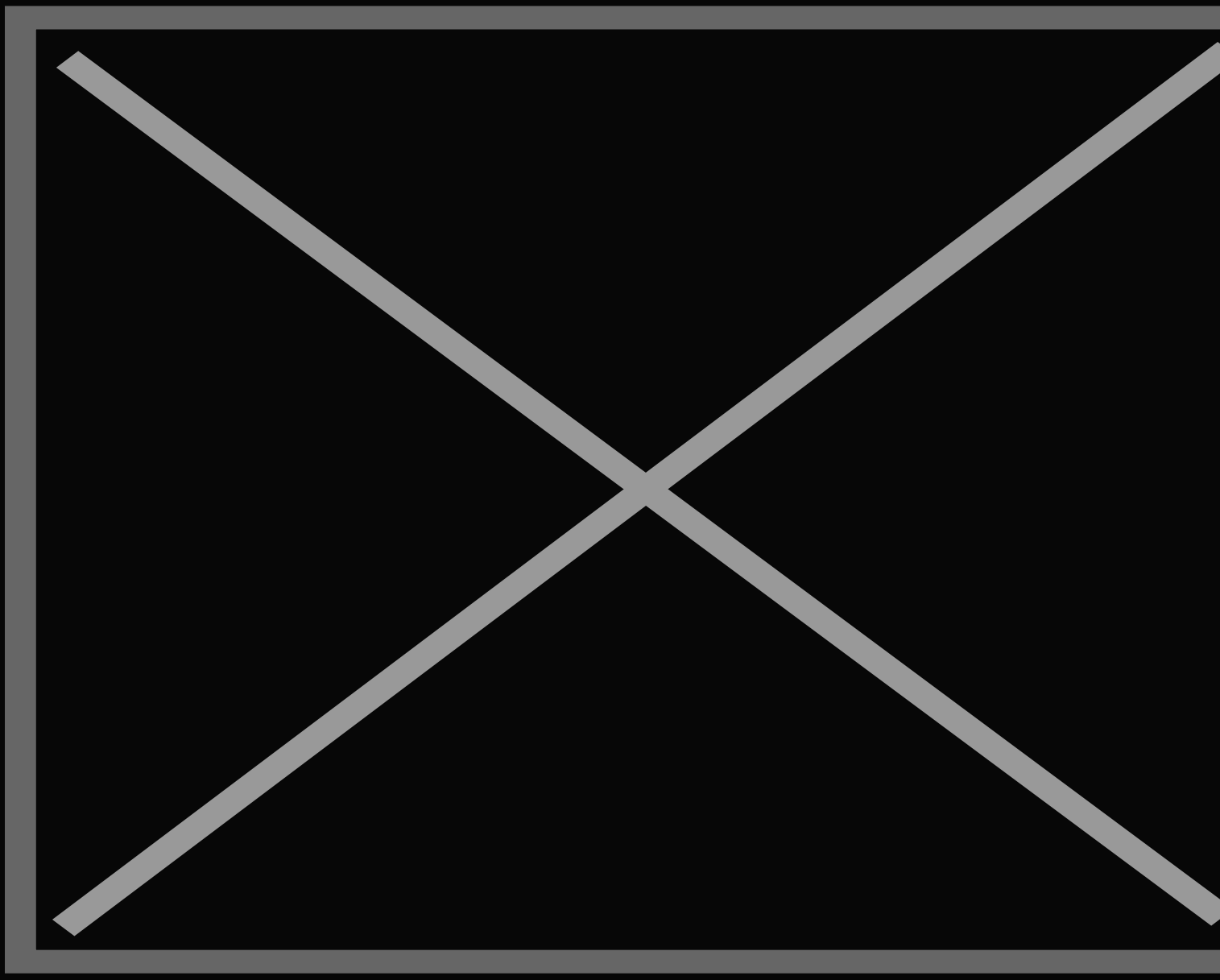
Penélope Cruz al posto di Shakira nella nuova campagna di Costa Crociere con omaggio a Genova

Costa Crociere presenta la nuova campagna pubblicitaria internazionale con una nuova, famosissima testimonial d'eccezione: Penélope Cruz che prende il posto di Shakira. La grande attrice spagnola sarà la protagonista del film della compagnia italiana, interpretando il ruolo di una stupenda sirena che, ammaliata dal suono di una nave Costa, decide di salire a bordo attraverso un "passaggio magico" e di vivere le emozioni e la felicità "al quadrato" di una vacanza in crociera. Cambia il testimonial dunque ma lo slogan rimane lo stesso.

Luca Casaura, SVP Global & Strategic Marketing di Costa Crociere, spiega: "Penélope Cruz è la testimonial ideale per Costa Crociere perché incarna al meglio lo spirito e la bellezza di una vacanza mediterranea a bordo delle nostre navi. È solare, allegra e autentica, ma anche conosciuta per la sua grande professionalità. Con questa campagna pubblicitaria vogliamo infatti comunicare che la crociera è una vacanza "magica", l'unica in grado di far scoprire il mondo dalla prospettiva unica del mare, tanto da incantare una sirena e convincerla a salire a bordo. Infine la musica, Sapore di Sale nella versione originale di Gino Paoli: una colonna sonora perfetta, che riporta subito al ricordo di vacanze memorabili in perfetto stile italiano".

Il film, che sarà proposto nei formati 60", 30", 20" e 15" è diretto da Jaume de Laiguana. La pianificazione sarà importante, con utilizzo soprattutto di tv (in Italia, Francia e Spagna), oltre a web, digital advertising e direct marketing (in tutti i principali paesi dove opera Costa). In Italia la versione completa del film sarà on air per la prima volta il 2 dicembre alle ore 21, su tutte le reti Mediaset, preceduta da un teaser già attualmente in onda.



La musica sarà un altro elemento molto distintivo e fondamentale per il successo del film: "Sapore di sale" di Gino Paoli, nella versione originale del 1963, uno dei brani italiani più amati di tutti i tempi, accompagnerà le immagini, facendo da ulteriore richiamo alle vacanze sul mare, all'italianità della compagnia e anche alle sue origini genovesi, dal momento che Gino Paoli è uno dei più noti esponenti della così detta "scuola genovese", che ha rivoluzionato la musica leggera italiana a partire dagli anni sessanta.

Oltre alla musica, la città della Lanterna, dove Costa ha la sua sede da 70 anni, sarà presente con il logo di "Genova nel Cuore", che comparirà alla fine del film in Italia, Francia e Spagna. "È un ulteriore sostegno che vogliamo offrire alla nostra città in questi mesi così difficili. Fa parte di una serie di iniziative che Costa sta realizzando a supporto di Genova e che prevedono altre grandi novità in arrivo nei prossimi mesi."" - aggiunge Casaura.

La nuova campagna con protagonista Penélope Cruz, realizzata in collaborazione con l’agenzia creativa Young & Rubicam Spagna, avrà a supporto anche un piano social media e sarà declinata con materiale punto vendita nelle principali agenzie di viaggio partner di Costa.