Costa Crociere, online la nuova campagna “The Holiday we miss”

Costa Crociere lancia la nuova campagna **“The Holiday we miss”** (la vacanza che ci manca), online su tutti i canali digitali della compagnia nei sei principali mercati europei in cui opera: Italia, Francia, Spagna, Germania, Austria e Svizzera.
La campagna riprende il concetto alla base di uno storico spot pubblicitario della compagnia, che conserva ancora oggi un grande ricordo non solo tra gli appassionati di crociere: **“la vacanza che ti manca”**, che raccontava in maniera ironica la difficoltà di tornare alla vita di tutti i giorni dopo essere stati a bordo di una nave Costa.
La campagna attuale ripropone il concetto della **mancanza della vacanza**, mai così attuale come in questo momento, ma lo evolve adattandolo, con un messaggio di ripresa e ottimismo, alla situazione particolare che le crociere e tutto il mondo del turismo stanno affrontando dallo scorso marzo.
E’ proprio in questo periodo che la Compagnia ha iniziato a ricevere spontaneamente foto, commenti e messaggi dai suoi ospiti più affezionati, che non vedono l’ora di tornare a navigare. E proprio il grande entusiasmo dimostrato ha fatto nascere l’idea, a partire da aprile, di lanciare una raccolta di questi momenti speciali con una campagna internazionale attraverso i **canali social e direct marketing** di Costa, e l’attivazione dei blogger di crociere e delle community di appassionati del brand. L’iniziativa ha avuto un riscontro estremamente positivo con la raccolta di oltre 6000 contenuti che mostrano i momenti più belli vissuti a bordo, dalla vita sulla nave, alla scoperta delle destinazioni, fino ai tramonti dalla prospettiva unica del mare, tutti elementi che costituiscono la parte visiva della campagna e che hanno guidato la realizzazione del copy.
Francesco Muglia, Vice President Global Marketing di Costa Crociere spiega: “Come brand del turismo abbiamo voluto che la nostra nuova campagna, che diventa anche una piattaforma di comunicazione, possa dare un messaggio di positività sulla ripartenza del settore attraverso una modalità totalmente positiva e con il coinvolgimento diretto dei propri ospiti, ovvero un elemento fondamentale per la Compagnia. E’ un modo per condividere le emozioni più belle che sia noi sia i nostri ospiti abbiamo vissuto e che tutti non vediamo l’ora di riprovare”.
Il video hero, perno della campagna, è una sintesi dei contenuti user generated. Una voce femminile fuori campo accompagna le immagini spiegando che torneremo presto a rivivere quelle emozioni e

che questi momenti saranno ancora più memorabili. Il claim di chiusura “La vacanza che ci manca” è inserito insieme agli **hashtag #CRUISINGSOON** e **#RIPARTIAMOINSIEME**, già utilizzati da Costa nella sua comunicazione social fin dallo scorso marzo. Il video hero è stato ideato e realizzato da DUDE, sotto la guida dei due direttori creativi Livio Basoli e Lorenzo Picchiotti.

Oltre al video, lanciato su tutti i canali di Costa (Social, Direct Marketing, Trade), un **“holiday wall”** sul sito consumer www.costacrociere.it darà spazio ai tanti contenuti degli utenti che Costa sta ancora raccogliendo dagli utenti che verranno anche utilizzati per dare continuità alla campagna attraverso pillole pubblicate sui propri canali social.

Link per scaricare il video: https://we.tl/t-vbaLAa3RBA