



Costa Crociere, con Sea & Land wonder platform lâ??evoluzione del viaggio esperienziale

Descrizione

(Adnkronos) â?? Si Ã" svolta ieri, presso il Centennial Pavilion della Fira Montjuic di Barcellona, la seconda edizione del Costa global summit.

Lâ??evento ha accolto oltre 2.500 partecipanti tra importanti partner, agenti di viaggio e ospiti dâ??eccezione da tutto il mondo. Alla presenza dellâ??amministratore delegato Mario Zanetti e del top management dellâ??azienda, oltre che di unâ??ampia rappresentanza di dipendenti del customer hub di Barcellona, Costa ha presentato le novità per il 2026 e confermato il suo ruolo di leader nel futuro del turismo esperienziale. Tre i pilastri strategici della Sea & land wonder platform che hanno guidato il racconto della strategia di Costa nel corso della serata, così declinati: itinerari, con destinazioni esclusive, per scoprire luoghi iconici in modi inediti; food, con una gastronomia dâ??eccezione che trasforma la cucina in un viaggio sensoriale indimenticabile e flotta, con soluzioni innovative e sostenibili per rendere ogni nave il luogo perfetto in cui vivere la meraviglia. (VIDEO)

Il Summit si Ã" aperto con un video messaggio di Josh Weinstein, ceo di Carnival Corporation & plc, che ha evidenziato il ruolo di Costa allâ??interno della più grande compagnia di crociere a livello globale e una delle principali aziende nel settore dei viaggi leisure. Con una flotta combinata di oltre 90 navi, che effettuano 22.000 scali in più di 800 porti Carnival Corporation & plc rappresenta il 40% del mercato crocieristico globale, per un totale di quasi 13,5 milioni ospiti accolti ogni anno grazie al lavoro che di circa 160.000 collaboratori. In questo contesto, Costa si caratterizza grazie ad itinerari distintivi â??Sea and landâ??: un modo innovativo di scoprire le destinazioni, che unisce le esperienze nelle diverse destinazioni a momenti immersivi a bordo.

il primo programma del settore per la donazione di eccedenze alimentari e lâ??ottimizzazione energetica delle navi tramite intelligenza artificiale. Costa continua sul percorso dellâ??innovazione lungo la rotta verso il futuro del turismo crocieristico con crociere che celebrano la meraviglia in ogni sua forma, creando ricordi destinati a durare a lungo.

Dopo i saluti di benvenuto, Karen Lellouche, managing director & senior partner di Boston Consulting Group (BCG) ha presentato uno studio sul mercato del turismo, con le ultime tendenze e customer

insight sui comportamenti di viaggio, sulle opportunità del settore e sul nuovo modo di scegliere e vivere le vacanze; un quadro chiaro del contesto, con dati, aspettative di qualità e desiderio di esperienze significative. Mario Zanetti, amministratore delegato di Costa Crociere, ha delineato la visione della compagnia mostrando, non solo come anticipi le tendenze, ma rappresenti il «perfect match» dei trend individuati dalla ricerca, e sia la risposta perfetta alle nuove esigenze dei viaggiatori, per i quali il viaggio è connessione, scoperta ed espressione personale. Costa rivoluziona il concetto di crociera diventando experience platform: itinerari esclusivi, che combinano la meraviglia del mare alla scoperta autentica della terra, creando un modello che mette al centro emozione, personalizzazione, innovazione e sostenibilità.

«Da quasi 78 anni abbiamo dichiarato Mario Zanetti che il cambiamento e la capacità di anticipare il futuro sono parte del nostro dna. Oggi la sfida è continuare a creare esperienze di viaggio memorabili, che connettono mare e terra in un'unica offerta unica nel panorama del turismo. Costa oggi è una piattaforma di esperienze flessibile e adattiva, capace di creare il prodotto giusto per ogni pubblico in base alla stagione, alla destinazione e ai desideri di ogni ospite. Questo approccio intercetta le nuove generazioni: i Millennials, cresciuti di tre punti percentuali negli ultimi tre anni, scelgono Costa per itinerari esperienziali in linea con i loro interessi e stili di vita; mentre le mini-crocieri sono in crescita tra la GenZ, alla ricerca di micromomenti e percorsi altamente personalizzati. Baby Boomers e Gen X abbracciano il concetto di longevity travel fatto di più tempo, benessere e viaggi significativi, preferendo crociere più lunghe».

«Grazie agli investimenti fatti sulla flotta e sul prodotto, e con l'introduzione degli itinerari Sea & Land, abbiamo ampliato le proposte nel Mediterraneo orientale, occidentale e nei fiordi norvegesi, registrando una crescita di circa 9 punti percentuali anno su anno sull'indice di gradimento complessivo della nostra offerta. Innovazione e sostenibilità continuano a guidare ogni scelta: dalle soluzioni introdotte su Costa Smeralda per migliorare l'efficienza energetica, all'uso di tecnologie come la personalizzazione maggiore ogni viaggio, anche prima della prenotazione. Il nostro obiettivo è innovare con purpose, creando valore per gli ospiti, per i partner e per le comunità che ci accolgono».

A dare concretezza al percorso evolutivo di Costa è stato Francesco Muglia, chief commercial officer & senior vp, che spiega come questa strategia parta da un concetto chiave: reinventare la vacanza in crociera significa mettere la navigazione al centro, evolvendo il concetto di spostamento tra porti in un'unica esperienza emozionale che connette armonicamente mare e terra creando meraviglia, come un tramonto in mare aperto, un'alba silenziosa, la notte che avvolge tutto. Da questa idea nasce la Sea & land wonder platform, una progettazione integrata di itinerari «sea & land» in cui la navigazione diventa esperienza multisensoriale grazie a luoghi iconici in mezzo al mare dove il tempo si ferma e la meraviglia prende forma, e una curatela di esperienze a terra costruite per rispondere alle diverse esigenze dei nostri customer e far vivere i territori in modo autentico e sorprendente.

«Abbiamo reinventato la vacanza in crociera trasformandola in un'unica esperienza emozionale che connette mare e terra, in modo inedito. La nostra Sea & land wonder platform è un continuum di meraviglia che integra itinerari, gastronomia e flotta, costruendo la perfetta connessione tra ciò che accade a bordo e ciò che avviene a terra. Gli itinerari sea & land sono il cuore di questa filosofia, con momenti iconici in mezzo al mare ed esperienze autentiche nelle destinazioni, pensati per far vivere il viaggio in modo unico e sorprendente».

L'ultimo evento ha proseguito con la presentazione delle principali novità del 2026 in tema di itinerari. Una delle espressioni più concrete della Sea & land wonder platform è con una proposta ricca di viaggi sorprendenti: itinerari esclusivi, una nuova collection di Sea & land destinations e crociere speciali, per celebrare la meraviglia attraverso la connessione con l'ambiente. La prossima estate, Costa Pacifica offrirà un'esperienza iconica nel Mediterraneo Occidentale, una Sea destination emozionante nella baia di Golfo Aranci, dove per la primissima volta gli ospiti potranno sbarcare al tramonto direttamente dalla rada e raggiungere a bordo di un'elegante imbarcazione le acque cristalline di Tavolara per un bagno indimenticabile.

Sempre con Costa Pacifica, uno dei momenti più attesi sarà la crociera speciale dedicata all'eclissi solare prevista a metà agosto, un fenomeno naturale straordinario celebrato con una spettacolare destinazione marina in mezzo al Mare delle Baleari, dove cielo e mare si fonderanno in un evento emozionale unico. E a terra, la connessione continua con esperienze altrettanto iconiche come un tour in Mehari tra i paesaggi di Cassis o un'indimenticabile passeggiata in Vespa tra le sue vie più suggestive di Roma. Un esempio di come, grazie agli esclusivi itinerari Sea & Land, straordinari eventi naturali diventano il palcoscenico ideale per offrire prospettive irripetibili.

Costa Favolosa sarà protagonista in Nord Europa con una proposta unica che combina i due fiordi patrimonio Unesco, Geirangerfjord e Nærøyfjord, ed esperienze a terra straordinarie, con sea destinations come la meditazione all'alba davanti alle Sette Sorelle. In autunno la Crociera del Club, dedicata ai soci del programma fedeltà di Costa, prolungherà la stagione in Nord Europa con l'esperienza magica dell'aurora boreale. Non mancheranno itinerari esclusivi in Asia con Costa Serena, a inizio estate e autunno, come la circumnavigazione del Giappone con momenti scenografici in baie iconiche e aperitivi al tramonto, come quello che fa da sfondo ad una nuova destinazione sul mare, con il vulcano Sakurajima all'orizzonte, una birra giapponese ghiacciata in mano e gyoza appena preparati.

Nei Caraibi, con Costa Fascinosa e Costa Pacifica, la compagnia introduce nuove esperienze che trasformano il viaggio in un'avventura esclusiva. Tra le novità spicca Cabo Rojo, una vera destinazione nella destinazione, con un porto progettato per le crociere e paesaggi che fondono giungla, deserto, acque turchesi e antiche cave, con la possibilità di accedere alla spiaggia più esclusiva di Bahía de Las Águilas. Un'esperienza senza precedenti che continua con l'inaugurazione di Samaná, che segue lo stesso concept innovativo, incentrato su esperienze che ridefiniscono il viaggio. La magia continua sul mare, con un Sea Party sensazionale nella Baia di Catalina dove musica, atmosfera e oceano si fondono per dare vita a ricordi indimenticabili.

A completare l'offerta 2026, in primavera, una proposta di mini crociere da 3-4 giorni nel Mediterraneo, a bordo di Costa Fascinosa, pensate per chi desidera vivere la meraviglia di Costa in un formato più breve, senza rinunciare alla qualità e all'intensità dell'esperienza. L'ampliamento del nostro portfolio con itinerari inediti è la dimostrazione più evidente della nostra capacità di creare meraviglia con proposte uniche nel panorama del turismo. Continuiamo a introdurre novità che arricchiscono l'esperienza di viaggio, con una gamma che spazia dalle mini-crociere di pochi giorni fino al giro del mondo di oltre 130 giorni. Proposte uniche come gli itinerari Sea & Land trasformano ogni viaggio in un continuum emozionale, dove l'ambiente diventa parte integrante dell'esperienza. Eventi irripetibili, come la crociera dedicata all'eclissi solare o alla magia dell'aurora boreale, raccontano la nostra volontà di esaltare la bellezza del mondo e portarla dentro ogni momento della crociera. Ha affermato Luigi Stefanelli, vice presidente worldwide sales di

Costa Crociere.

Il racconto prosegue con l'evoluzione dell'esperienza gastronomica firmata dagli chef Ángel León, Bruno Barbieri e Héctor Darroze, che hanno presentato la nuova experience del ristorante Archipelago. Nato nel 2021 come simbolo di innovazione nel mondo dell'alta cucina, Archipelago evolve e si prepara a stupire ancora una volta. In primavera debutterà con un concept esclusivo: per la prima volta al mondo le personalità di tre chef stellati si fondono per creare un unico menu, ispirato agli itinerari Sea & Land, regalando un'esperienza di gusto inedita, che coinvolge tutti i sensi. Archipelago diventa infatti un luogo dove la cucina incontra la scenografia: dodici cambi di scena per altrettante creazioni, con atmosfere studiate per amplificare il piacere di un viaggio di gusto senza precedenti e trasformare la cena in un momento immersivo condiviso.

Il viaggio continua verso il cuore pulsante della piattaforma Sea & land, la flotta. Le navi Costa rappresentano il fulcro della strategia della compagnia e sono progettate per trasformare ogni momento a bordo in un'esperienza di meraviglia. Dal 2021 sono stati investiti oltre 200 milioni di euro in un piano di rinnovamento che ha già coinvolto tutte le unità, con l'obiettivo di ampliare le feature delle navi più amate per renderle disponibili sull'intera flotta, introdurre soluzioni innovative e sostenibili, che migliorano l'efficienza energetica e arricchiscono l'esperienza, come le nuove aree gastronomiche, il restyling delle suite e gli spazi outdoor ridisegnati.

Protagonista assoluta di questo percorso evolutivo è Costa Serena, che dopo il recente refit in dry-dock debutta come nave Pop, ispirata al mondo degli dei, mantiene la sua identità ma la reinterpreta con un linguaggio pop, fatto di colori vivaci, forme e materiali innovativi. L'atrio si trasforma in un vero tempio della luce, non più semplice punto di passaggio ma palcoscenico di luce e design. Tra le nuove aree spiccano la pizzeria Pummidàoro, dominata da un gigantesco Atlante moderno che sorregge un pomodoro; e Sushino at Costa, dove una sirena dorata veglia sul locale, con le sue squame che si fondono nelle pareti creando un effetto scenografico unico. A completare l'esperienza, uno Speakeasy segreto, pronto a sorprendere con atmosfere misteriose e cocktail d'autore.

Giuseppe Carino, senior vice president Sea-land experience operations di Costa Crociere, ha ricordato: «Appena conclusi i restyling di Costa Serena e Costa Smeralda, continuiamo ad investire sulla flotta, pilastro della strategia Sea and land. Stiamo già progettando gli interventi su Costa Toscana, Costa Favolosa e Costa Pacifica, con nuovi concept per le cabine con balcone, per rendere ogni nave sempre più in linea con i desideri degli ospiti e far vivere la Costa experience».

In chiusura, Giovanna Loi, vp marketing & direct sales di Costa Crociere, porta sul palco la strategia di brand come generatore di domanda e valore, un investimento continuo in creatività e innovazione per portare le persone là dove accade la meraviglia. La Wonder platform prende vita in un mash-up di campagne dai diversi Paesi, dimostrando come un'idea globale possa trasformarsi in emozione locale e conquistare premi e riconoscimenti. Poi lo sguardo si apre sul nuovo scenario digitale, dove Costa diventa protagonista nel mondo dell'AI search, nell'ecosistema video e nei social nativi, con una narrazione semplice e vicina alle persone. Infine, il viaggio entra nel cuore della tecnologia con un approccio AI-driven, data-driven e partner-driven che, grazie a cdp (customer data platform), journey omnicanale e personalizzazione, trasforma i dati in esperienze concrete e conversioni.

«Ispirare, essere visibili e personalizzare: è così che Costa ridefinisce la comunicazione verso il cliente. Mostriamo la Wonder platform in azione con creatività che emoziona, conquistiamo spazio nei

nuovi scenari digitali ?? dall??AI search ai social nativi ?? e trasformiamo i dati in esperienze concrete grazie a tecnologia e personalizzazione. Un approccio innovativo che genera domanda, valore e meraviglia?•, conclude Giovanna Loi, vp marketing & direct sales di Costa Crociere.

Il Costa global summit 2026 ?? stato presentato da Manel Fuentes, noto presentatore televisivo e giornalista spagnolo, che ha accompagnato il pubblico in un viaggio tra innovazione e meraviglia.

L??evento si ?? infine concluso con uno show onirico di danza contemporanea e arte circense firmato dalla compagnia Salt, ispirato al tema sea and land wonder experience. Un finale che trasforma il palco in un universo di emozioni, celebrando la capacità di Costa di stupire e coinvolgere.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

- 1. Comunicati

Tag

- 1. Ultimora

Data di creazione

Dicembre 15, 2025

Autore

redazione

default watermark