



Sanremo, Muglia (Costa Crociere): «Costa si sta trasformando in entertainment platform»•

Descrizione

(Adnkronos) «La partnership con il Festival di Sanremo non è solo in linea con la strategia della marca, ma è l'esempio perfetto della sua evoluzione: da brand di viaggi e vacanze, Costa si sta trasformando rapidamente in una piattaforma di brand entertainment. La novità di quest'anno è un formato inedito: una residency. Avremo un artista di enorme rilievo, Max Pezzali, perfettamente allineato ai valori della marca per la sua capacità di generare emozione e condivisione. L'artista si esibirà per cinque serate tematiche, ognuna delle quali accenderà un mondo diverso appartenente al suo immaginario. Per l'occasione, la nave si trasformerà: utilizzeremo la tecnologia e le diverse location di bordo per cambiarle volto ogni sera, portando meraviglia e sfruttando appieno tutte le opportunità che un asset come questo ci permette di offrire». Così Francesco Muglia, Chief Commercial Officer & Senior VP di Costa Crociere, ha commentato da Sanremo le novità a bordo di Costa Toscana studiate su misura per il Festival della Canzone 2026.

Quella tra Costa Crociere e la manifestazione canora è una collaborazione giunta al quinto anno. «Una partnership così lunga è estremamente impegnativa e complessa dal punto di vista organizzativo, ma comporta la necessità intrinseca di innovare» spiega Muglia «Per restare parte del più importante evento media in Italia (e probabilmente in Europa), è d'obbligo proporre ogni anno contenuti editoriali nuovi per gli ospiti a bordo e per l'audience del Festival. L'innovazione è nel Dna di Costa e nel suo payoff, «Live Your Wonder» aggiunge «Per vivere la meraviglia è necessario stupire, e per stupire bisogna offrire qualcosa di nuovo, che sia dal punto di vista tecnologico o creativo».

Asset che a Costa non mancano: «Torna quest'anno, ancora più forte, un'invenzione introdotta due anni fa: la meshled» fa sapere «Si tratta di una rete di Led monumentale estesa per oltre due campi da calcio che ricopre l'intera fiancata della nave. Questo strumento ci permette di dialogare con il Festival di Sanremo attraverso testi, emoji e immagini, dando vita alla nostra brand integration e rendendo la nave protagonista assoluta del territorio». L'innovazione e l'intrattenimento pensati per il Festival si inseriscono in una più ampia strategia di Costa: «Ogni anno alziamo l'asticella, rinnovando la line-up e le modalità di coinvolgimento» sottolinea Muglia «Sfruttando scenari marittimi unici e destinazioni spesso inedite, abbiamo creato quella che

definiamo la "Sea & Land Wonder Platform". La nostra capacit   quella di generare meraviglia sia a terra che in mare, posizionando la nave in situazioni di forte impatto e appeal per il nostro target, creando eventi sempre pi  attrattivi e unici", conclude.

"

spettacoli

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Febbraio 24, 2026

Autore

redazione

default watermark