Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Costa Crociere fa il pieno di premi

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **12:20** nella categoria **Territori**

Venerdì 11 ottobre 2002 allo Yacht Club Italiano di Genova sono stati consegnati gli “Yacht Design Award 2002” a personaggi, cantieri e compagnie di navigazione che si sono particolarmente distinti nel promuovere la cultura del mare attraverso unità da diporto e da crociera di avanguardia nella tecnologia e nel design.

Pier Luigi Foschi, Presidente ed Amministratore Delegato di Costa Crociere Spa, ha ritirato il premio assegnato alla compagnia genovese per la costruzione di Costa Fortuna, nuova nave da 105.000 tonnellate di stazza e 3.400 passeggeri di capacità massima, attualmente in costruzione presso Fincantieri a Sestri P. (GE), che sarà la più grande nave passeggeri della storia battente bandiera italiana, in servizio a fine 2003. Questo l’elenco dei vincitori del Yacht Design Award 2002: Cantieri Benetti per la confermata leadership mondiale nella produzione di megayacht.

Costa Crociere Spa per la realizzazione delle più grandi navi passeggeri nella storia della marineria italiana, tradizione che continua anche oggi con l’entrata in operatività tra breve della più grande nave passeggeri italiana, Costa Fortuna, costruita negli stessi scali che hanno visto la nascita del mitico transatlantico Rex. Rodriguez Cantieri Navali per il suo ingresso nel mondo dei megayacht dopo i brillanti risultati ottenuti nel settore dei traghetti veloci. Perini Navi per la leadership mondiale nella costruzione di megasailer. Fincantieri per la consolidata leadership a livello mondiale nella costruzione di navi da crociera. Andrew Collier per il progetto della Queen Mary 2.

Ma i riconoscimenti per Costa Crociere non si fermati qui. Costa Crociere ha vinto con lo spot “Colazione”, andato in onda dal 20 gennaio 2002, il prestigioso premio Key Award assegnato per la categoria “Tempo libero, sport, turismo e viaggi, divertimenti e giocattoli” . “E’ un piacere constatare che l’impegno della Compagnia trova riconoscimento non solo presso il pubblico dei crocieristi ma anche per quanto attiene la comunicazione” – ha affermato Lorenzo Bandini “un premio particolarmente gradito perché ci viene attribuito da una giuria composta principalmente da giornalisti di autorevoli testate e da semiologi e psicologi, che esprimono i loro giudizi individualmente, in perfetta indipendenza.. La campagna Costa Crociere – la Vacanza che ti manca – si proponeva, attraverso un linguaggio assolutamente innovativo, di raggiungere un pubblico ancora più ampio e di creare, con l’uso dell’ironia e del sorriso, una complicità del tutto nuova fra la marca Costa e il consumatore di vacanze. Credo che questo premio abbia siglato la svolta dell’approccio aziendale nei confronti del grande pubblico. La statuetta e il diploma ricorderanno a noi tutti di Costa Crociere l’impegno che dovremo tenere nei confronti di tutti coloro che, con fiducia e costanza, credono in questa Azienda”. Nello specifico, lo spot “Colazione”, uno dei 7 soggetti proposti dalla Campagna “La Vacanza che ti manca”, fonda le sue radici sul ricordo dei momenti più belli della vacanza trascorsa in crociera con Costa, un’esperienza unica che manca al punto da far piangere! La

Crociera Costa è la Vacanza che ti manca: se non l’hai provata ti manca qualcosa. Se l’hai provata non puoi più farne a meno. Il messaggio vuole riscuotere simpatia e adesione presso target ampi e diversi attraverso un avvicinamento “emotivo”.