

POLIMI SCHOOL OF  
MANAGEMENT

UPA  
UTENTI  
PUBBLICITÀ  
ASSOCIATI



be

BRANDING  
E-VOLUTION 26

## Costa Crociere a Sanremo: la Brand Integration più spettacolare al mondo

**Marco Tamiazzo** Direttore Brand Integration Rai Pubblicità

**Martina Modenesi** Omnichannel Media planning & Intelligence Director Costa Crociere

Advertising

amazon ads

Google

IAS

MEDIAPLUS  
HOUSE OF COMMUNICATION

NEXTPLORA  
brand & media intelligence

Rai Pubblicità

SENSEMAKERS  
MINDS & DATA

teads

WEBRANKING

# Sanremo: l'unico show capace di intercettare l'attenzione di tutti

**92%**

È un intrattenimento che mescola nostalgia, passione e dibattito pubblico

(TOP3)

**90%**

È l'unico evento in grado di fermare il tempo creando un ponte tra tutte le generazioni

(TOP3)

**96%**

È un evento crossmediale unico e distintivo che vede la partecipazione sempre più attiva del pubblico

(TOP3)

# Il miglior risultato di sempre

**Reach video + social**

**85,8%**

della popolazione

pari a

**49,2 milioni**

di individui  
raggiunti dal Festival

**1,2 miliardi**

visualizzazioni video sui social

**152 milioni**

interazioni

di cui **33%**  
canali  
social Rai

# Il più grande progetto di branded integration e city branding in Italia



## Main Partner



## Category Partner



## Partner sul territorio



**91%**

Vivere il Festival aumenta  
la voglia di partecipare  
alle attività dei brand,  
è contagioso

(TOP2)

**88%**

Durante il Festival  
i brand contribuiscono  
a dare ritmo, colore  
e vita alla città

(TOP2)

**86%**

La presenza dei brand  
crea dinamismo,  
coinvolgimento  
e partecipazione

(TOP2)

## Costa @Sanremo2025 with

30 SECONDS TO • LIVE YOUR WONDER

30 seconds is the time you need to make a life-changing decision

Costa invites the Sanremo's audience to sail immediately on a cruise, showcasing in its commercials the wonders happening

**Live** on board told by an ironic, witty and biting narrator

Anyone who chooses to leave within 30 seconds and scans the qr code can win a cruise on Costa Toscana

# Campaign & contest | adv activation

Tue 11.02

Wed 12.02

Thu 13.02

Fri 14.02

Sat 15.02

1. Stern



3. Basket



5. Water Slides



7. Bellavista Restaurant



9. SPA



2. Stargazing



4. Pool Party



6. Cetacean Sanctuary



8. Hydromassage



10. Bridge



**10**  
different tvcs

**2**  
for each day of the Festival

activated on  
tv and in sync with digital

# Campaign & contest | results

## TV

Campaign Timing: 11/02 - 15/02



Rai

METRIC

REACH 1+

Δ vs PY

+6pp

## Digital

Campaign Timing: 11/02 - 15/02



METRIC

Completed  
video views

Δ vs planned

+130%

24.000  
leads x day

+72%  
prenotazioni vs PP

adv recognition

+8pp  
vs BM

brand attribution

+6pp  
vs BM

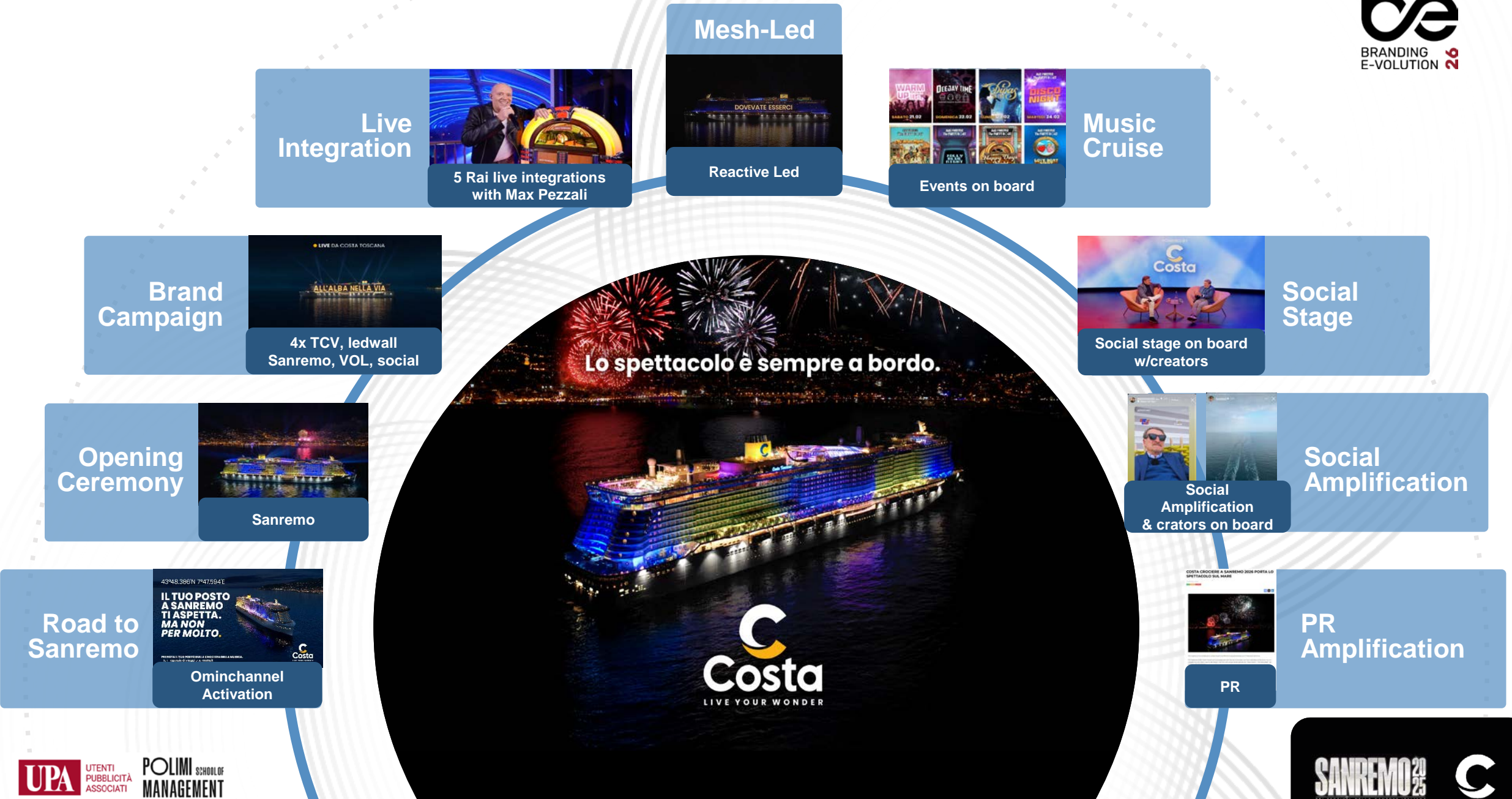
media ROI

+37%  
on web channel vs PY,  
source MMM

# SANREMO 2026

76° FESTIVAL DELLA CANZONE ITALIANA





# Live integration | Max Pezzali @Costa

24 febbraio

Disco night



25 febbraio

Old wild west



26 febbraio

Jolly Blue night



27 febbraio

Happy days night



28 febbraio

Love boat night



# The music cruise | Max forever onboard experiences

## Jolly Blue sala giochi arcade



Free-play arcade, celebrating 90s gaming nostalgia

## Max Forever official shop



Contemporary Max Pezzali fan-space

## Con un deca pizzeria



a Max Pezzali-inspired 90s menu, with a daily pizza for “un deca”

## Nord Sud Ovest Est beer bar



Open Karaoke hub fueling sing-along energy

## La dura legge del goal outdoor pitch



12 teams - 60 footballers

## Sei un mito photocall



iconic pop selfie installation celebrating fans

# Since it has been a 360° brand integration

5x digital videos



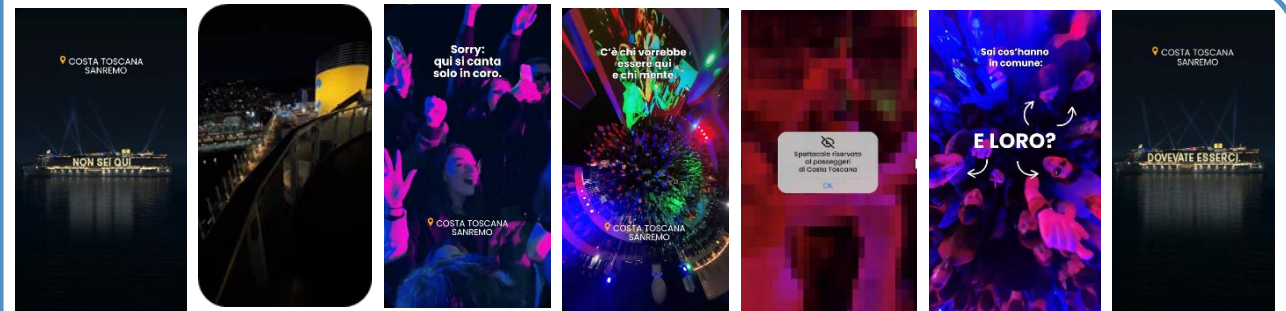
2x DOOH



3x TVC - 30''



7x social videos



# Mesh led | in the spotlight

organic Interactions

**+650%**

vs avg. organic interactions

organic reach

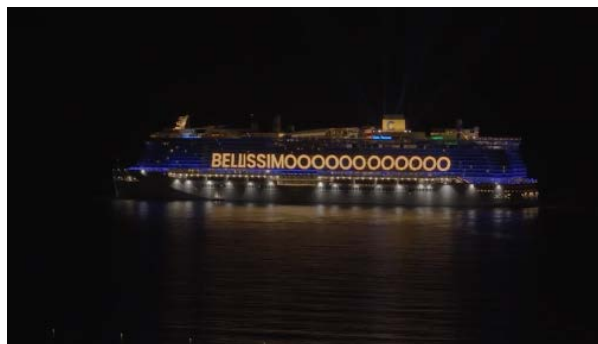
**+896%**

vs avg. organic reach

mesh led mentions

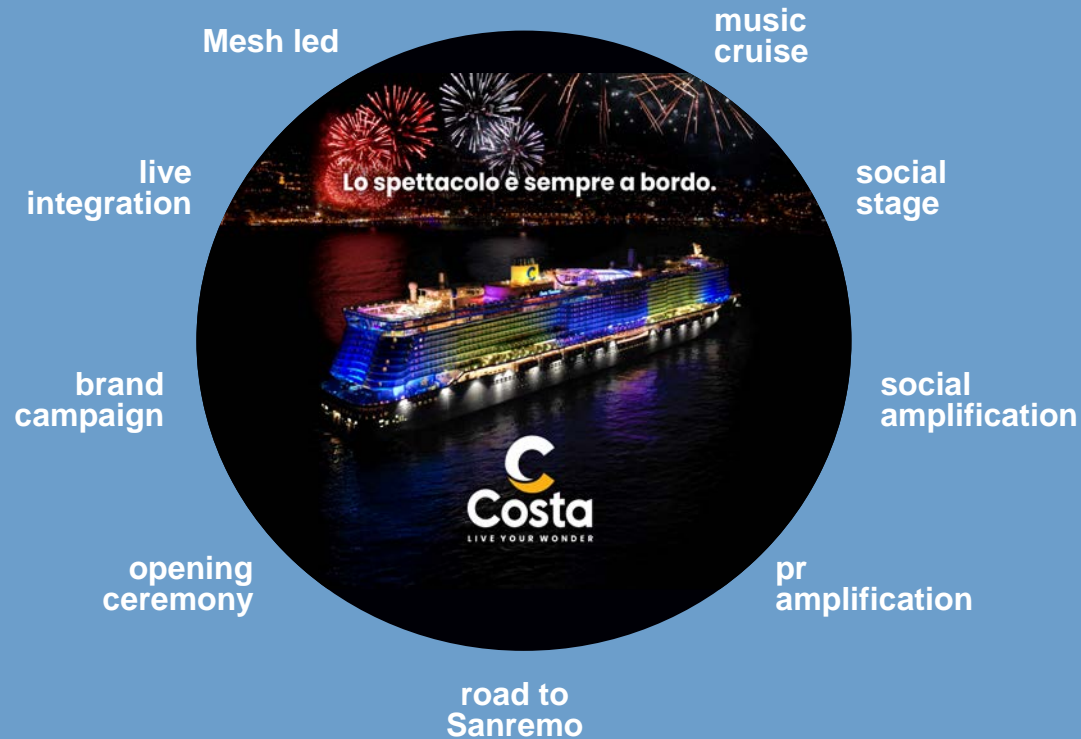
**+40%**

vs 2024 mesh led mentions



# Costa @Sanremo | overall main results

## 360° Brand activation



### overall impressions

(paid, owned & earned)

**2x**  
vs 2025

### ADV recognition

**+17**  
vs PY

### brand attribution

**+14**  
Vs PY



DOEVATE ESSERCI

C

Cruisier Ferries



BRANDING  
E-VOLUTION 26

**UPA** UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI  
**POLIMI** SCHOOL OF MANAGEMENT

Advertising  
amazon ads  
Google  
IAS  
HOUSE OF COMMUNICATION MEDIAPLUS

NEXTPLORA brand & media intelligence  
Rai Pubblicità  
SENSEMAKERS MINDS & DATA  
teads  
WEBRANKING