

## EVENTI Easycom porta a bordo di MSC Sinfonia i personaggi più amati della musica e della tv

Per una settimana i personaggi dello spettacolo, dello sport e della musica hanno fatto sognare, sorridere ed emozionare: sono saliti a bordo di **MSC Sinfonia**, unità della flotta **MSC Crociere**, per passare sette giorni fra le località più belle del Mediterraneo. La crociera evento dell'estate 2005, nata in collaborazione con il settimanale **TV Sorrisi e Canzoni**, risponde all'obiettivo di consacrare MSC Crociere come marchio leader nel panorama del turismo italiano e di caratterizzare le crociere MSC come vacanze divertenti e trendy. L'idea nasce da **Simonetta Prunotto** e **Sergio Annaratone**, di **easycom**, società di marketing e comunicazione che si occupa da anni della comunicazione di MSC Crociere, compagnia totalmente italiana con una flotta di sette navi. L'iniziativa ha riscosso grande successo, sia tra i partecipanti alla crociera, che hanno potuto conoscere e vivere la vacanza fianco a fianco con gli artisti preferiti, sia tra i media che hanno documentato e seguito i vip prima e durante la crociera. A bordo sono



Costantino Vitagliano in crociera con MSC

saliti l'intramontabile **Gino Paoli**, il protagonista della fiction "Incantesimo" **Walter Nudo**, la showgirl **Natasha Stefanenko**, il comico e attore **Francesco Salvi**, la campionessa di sci **Isolde Kostner**, i bravissimi ballerini della trasmissione cult di **Rai Uno** "Ballando" con **Natalia Titova** e **Simone De Pasquale**. Ospiti d'onore **Antonella Clerici**, conduttrice dell'anno, reduce da la "Prova del Cuoco" e dal "Festival di Sanremo" alla quale è stata dedicata la serata di gala e **Costantino Vitagliano**, il vero fenomeno televisivo degli ultimi anni, che si è diverti-

to insieme agli ospiti di MSC Sinfonia in piscina e in discoteca fino a notte fonda. «Volevamo per il nostro cliente MSC Crociere un evento indimenticabile, in grado di attirare l'attenzione su una vacanza veramente fuori dal comune - spiega Simonetta Prunotto, un passato ventennale nel settore della comunicazione per il turismo -. In un mercato che combatte a colpi di sconti e *last minute*, volevamo tornare a parlare di valore della vacanza. E per farlo abbiamo chiesto a TV Sorrisi e Canzoni e ad alcuni fra i personaggi più amati dell'anno di venire a bordo di una crociera MSC». E la speciale crociera è stata seguita anche da alcune trasmissioni televisive. In particolare, il canale **E! di Sky**, dedicato al mondo dello spettacolo, ha trasmesso venerdì scorso, alle 19:30, il primo contributo, all'interno del programma "E! News di Sapore di Stelle... in Crociera". I prossimi contributi andranno in onda, all'interno della stessa trasmissione e sempre alle ore 19:30, mercoledì 20 luglio e venerdì 22 luglio, con interviste speciali agli ospiti.

## DALL'ESTERO

### BUDGET GLOBALI Il turismo australiano ha scelto: si affida a M&C Saatchi e a Carat

L'Australia ha scelto i partner pubblicitari che si occuperanno della promozione turistica del paese nel mondo. Si tratta dell'agenzia inglese **M&C Saatchi** per la creatività e di **Carat** per il media, scelte dall'**Ente del Turismo Australiano**, che fino ad oggi ha lavorato con diverse agenzie su base nazionale, per mezzo di una gara. M&C Saatchi ha avuto la meglio su **Saatchi & Saatchi** e **Clemenger BBDO**. «M&C Saatchi - ha commentato **Tom Dery**, executive chairman of M&C Saatchi Asia-Pacific - è nata ed è cresciuta con budget legati ai viaggi e al turismo. Questa vittoria è il migliore dei modi per festeggiare il nostro decimo anniversario». In effetti, M&C Saatchi per prendere parte alla gara ha rinunciato ad un altro bu-

dget turistico, quello della Nuova Zelanda, che lo scorso maggio ha dunque avviato le procedure per la scelta di una nuova agenzia. L'agenzia inglese deve ora difendere l'incarico acquisito diversi anni fa da **British Airways**, che ha deciso, come già anticipato da questo giornale, di avviare una consultazione per la propria comunicazione internazionale. Sul fronte del media, come detto, il turismo australiano ha scelto di affidare alla centrale di **Aegis Media** la gestione dell'incarico per planning e buying, il cui valore si aggira intorno ai 70 milioni di euro. Del team che ha ottenuto l'incarico, guidato da **Carat Australia**, fanno parte anche la società di ricerche **Synovate** e il network operativo nel mercato del digitale **Isobar**.

### USA

#### Hilton Hotels punta su Young&Rubicam e Omd

**Hilton Hotels Corporation** ha scelto i nuovi partner pubblicitari negli Stati Uniti. La catena, dopo una consultazione, ha affidato il budget creativo a **Young & Rubicam**, agenzia di **Wpp Group**, e la gestione del media planning e buying alla sede californiana di **Omd**, centrale di **Omnicom Group**. Young & Rubicam ha partecipato alla consultazione con i suoi uffici di Irvine, con il sostegno strategico della sede di New York e creativi di quella di Chicago. Alla gara ha partecipato anche il network uscente, **FCB di Interpublic**, che gestiva sia la creatività sia il media.