

Concluso il talent di Moby e Tirrenia. Spettacolo a bordo dell'ammiraglia

16 luglio 2019 [Cronaca](#), [In evidenza](#) 10

Condividi



I viaggiatori sono stati trovati. La campagna straordinaria dell'estate **'AAA Viaggiatori cercasi'**, lanciata da **Moby e Tirrenia** che ha accompagnato le due compagnie del **Gruppo Onorato Armatori** alla ricerca di tre giudici d'eccezione nelle tre categorie dei **'Food lover'**, **'Travel expert'** e **'Family manager'** si è chiusa con un'iniziativa kolossal. Sono stati migliaia, infatti, i partecipanti che hanno postato il loro video e avanzato le candidature sul sito [moby.it](#) e con decine di migliaia di voti sono stati scelti i nove finalisti. E kolossal, infine, è stato anche il contratto: **diecimila euro per un giorno di lavoro** per ciascuna delle categorie professionali scelte, per giudicare i servizi di bordo della flotta Moby e Tirrenia sulle rotte per le più belle località di vacanza.

È stato il papà napoletano, **Diego Di Franco**, ad aggiudicarsi il contratto come miglior **'Family manager'**, ossia organizzatore di viaggi e attività per tutta la famiglia, in grado di fare fronte alle richieste di moglie figli. Una vittoria ottenuta dopo una serie di prove, tra cui anche quella di gonfiare una balena di gomma di Moby nel minor tempo possibile. Per la categoria **'Food lover'**, ossia la persone che non riesce a rinunciare al cibo e che fotografa ogni pietanza con una valutazione certosina di ogni impiattamento, ha vinto la coppia dei **'fratelli del gusto'**, **Margherita e Damiano Tercom** di Rimini. Anche in questo caso per decretare il vincitore ci sono state delle prove di abilità come mangiare bendati

una delle specialità di **Oreste Romagnolo** e indovinare i dieci ingredienti dello gnocco alla cacciatora di pesce spada, ideato dallo chef ponzone re delle cucine di Moby e Tirrenia.

La categoria del ‘Travel expert’ cercava una persona capace nell’organizzazione dei viaggi, nella scelta di destinazioni, mezzi, alberghi, ristoranti e tutto ciò che rientra in una vacanza. La prova per i finalisti è stata decisamente di carattere vacanziero con un cimento nel karaoke sui classici della canzone dialettale italiana, ma con le carte mischiate. Il brano ‘Sciuri sciuri’ è stato cantato da una ragazza sarda, ‘O surdato ‘nnammurato’ da un milanese e ‘O mia bela Madunnina’ da una napoletana. Ennesima prova della capacità di stupire delle navi delle due Compagnie, incarnata dall’assegnataria del contratto da diecimila euro, **Maria Esposito** da Napoli, capace di interpretare quattro personaggi in trenta secondi di video, perfetta testimonial del fatto che per chi sceglie Moby e Tirrenia la vacanza inizia già dal viaggio. Insomma, la campagna innovativa di Moby e Tirrenia ha raggiunto l’obiettivo: raccontare le Compagnie attraverso i suoi passeggeri, ribaltando il concetto tradizionale di promozione passando da un fenomeno ‘social’ a un fenomeno sociale. “Siamo molto soddisfatti di questa esperienza – commenta **Alessandro Onorato** – sia per come si è sviluppata durante questi mesi nelle sue varie fasi, sia per l’affetto con cui ci hanno seguito i nostri clienti. E stiamo già pensando di replicare il prossimo anno”