

<https://www.youtube.com/watch?v=6H3R6u1J6NA>

לדברי **קייטי מקאליסטר** (Katie McAlister), נשיאת חברת קינוארד: "קינוארד היא לא רק דרך לעבור בין מדינות [2] היא הזמנה להתבוננות, לחגיגה של הרגע, למסע פנימי וחיצוני כאחד. בגיל 185, המורשת שלנו זוכה לפירוש מודרני ונועז."

הקמפיין מופץ בבריטניה החל מהיום, בתמהיל מדויק של מדיה יוקרתית [2] דרמות איכות, תכניות בידור פופולריות, פלטפורמות סטרימינג, עיתונות נבחרת ווידאו דיגיטלי. בחודש הבא הוא צפוי להתרחב לארה"ב ולשווקים נוספים.

ברנבי גירלינג, מנהלת קריאייטיב בכירה ב-Supernova, מוסיפה: "קינוארד היא מותג ייחודי בעולם הנסיעות. ניסינו לבטא את התחכום, העדינות והייחודיות של חוויית קונארד [2] לא רק דרך ויזואליה, אלא בתחושת החופש שהיא מעניקה."

הקמפיין, שיימשך עד סוף הקיץ, מבקש לא רק למכור חופשה [2] אלא להגדיר מחדש את משמעות המילה "קרוז".

ברוכים המצטרפים לקבוצת הפייסבוק "**קרוז חלום של הפלגה**" [2] הייחודית בעולם הקרוזים. למעלה מ-15,900 חברים

הצטרפו לקבוצת הוואטסאפ "**קרוז אין-חדשות חמות מהים**"

חפשו אותנו גם **בטלגרם**

.There are no comments yet