

## A Milano apre il Travel Innovation Hub del Gruppo Bluvacanze

*In Monterosa91 uno spazio dove l'esperienza diventa immersiva e l'accoglienza personalizzata: partire in vacanza non è mai stato così innovativo*

**Milano, 4 Marzo 2024**

Con MonteRosa 91 il Gruppo Bluvacanze cambia il Retail del turismo: luogo polifunzionale, ambiente di comunicazione del viaggio nella sua valenza di cultura e conoscenza. Da Milano, il Travel Innovation Hub traccia la via di un innovativo approccio al consumo di vacanze e un nuovo modello di relazione con i clienti, operando l'integrazione tra esperienze online e offline.

Collocato nel contesto di rigenerazione urbana dell'omonimo *building*, MR91 accoglie una visione strategica dell'esperienza di acquisto, ridisegnando completamente il *customer journey*, supportato da strumenti visivi e di *full immersion* nonché da nuove figure professionali dedicate ai clienti.

Tutt'intorno, l'agenzia di viaggi è un ambiente che comunica attraverso videowall e grandi monitor, ma è anche uno spazio di eventi, di atmosfere, di innovazione che gli stakeholder del turismo coglieranno per parlare di servizi e prodotti nonché di destinazioni e tendenze. Infine, l'hub diventa un incubatore di idee con finalità di *education* verso nuove prospettive per l'industria del turismo.

«Abbiamo immaginato il Travel Innovation Hub come una hall di viaggiatori che si incontrano e si raccontano ai nostri consulenti, i quali offrono i loro suggerimenti dedicando tempo e competenza – argomenta **Domenico Pellegrino**, CEO del Gruppo Bluvacanze -: lo abbiamo progettato nel 2020, quando il turismo ha vissuto il momento più incerto della sua storia, ma avevamo una visione chiara del futuro e che la digitalizzazione avrebbe dovuto coniugare la ricerca di viaggi online con la completezza di una relazione personale».

L'hub del gruppo Bluvacanze si sviluppa in aree tematiche e servizi distintivi:

- La hall con tabellone delle partenze collegato alle offerte più vantaggiose dei partner
- una postazione "fast", di prima accoglienza e operazioni veloci
- due salette "hospitality" riservate per la presentazione dei progetti di vacanza
- uno spazio espositivo dove i partner possono svolgere presentazioni ed eventi

- strumenti di realtà aumentata per esperienze immersive e intrattenimento
- servizio di *welcome-in* su appuntamento attraverso l'APP Blu&cluB

Al pari di esperienze di shopping in altri settori del Retail, il nuovo flagship store di viaggi a Milano fa da perno al dialogo *online to offline* instaurato con la strategia di digitalizzazione che il Gruppo sta attuando in tutte le sue tre business unit (Retail, tour operating e business travel). Nel caso specifico, parliamo di "hub" poiché qui convergono le richieste provenienti dal face-to-face, dall'applicazione digitale Blu&cluB e dall'e-commerce Bluvacanze.it, recentemente dotatosi di una funzionalità di Intelligenza Artificiale attraverso la quale costruire il proprio "viaggio dei sogni".

Contatti Stampa:

**Paola Baldacci**

**Corporate Communication Manager**

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

[paola.baldacci@bluvacanze.it](mailto:paola.baldacci@bluvacanze.it)

[ufficiostampa@bluvacanze.it](mailto:ufficiostampa@bluvacanze.it)

## Gruppo Bluvacanze

Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse *legal entities*: Bluvacanze dedicata alla distribuzione turistica, Going al Tour Operating e Cisalpina Tours al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event). In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet. Il tour operator Going è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali GOING4You che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, Going Resort per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, Going4Cruises per le estensioni di soggiorno abbinata in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, Going2Italy per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury. Cisalpina Tours, infine, è la TMC del gruppo (travel management company) che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama Out of the Blu. Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, a Cipro, in Brasile e ad Amburgo con un programma di ulteriori aperture in Europa (Madrid, Parigi, Londra, Ginevra) e in Sudafrica.