

30+300=3000, così Bluvacanze festeggia 30 anni di storia

Fino al 30 aprile, a fronte di un acquisto da 3000€, il network di agenzie di viaggi restituisce dieci voucher di spesa da 300€, da utilizzare per la prossima vacanza

Milano, 4 Aprile 2024

Il brand Bluvacanze compie trent'anni, 30 anni di esperienze di vacanza da celebrare con una promozione dirompente: l'agenzia di viaggi più grande d'Italia diventa Millennial restituendo un valore di spesa pari a 3mila euro a ogni viaggiatore che festeggerà questo importante anniversario insieme ai suoi 300 punti vendita.

Era la metà degli Anni Novanta e in Europa sette Paesi davano vita al primo nucleo dell'area Schengen aderendo all'omonimo Accordo che, tra le altre cose, abolisce i controlli alle frontiere. In Italia si formano i network di agenzie di viaggi e la distribuzione turistica dà vita a propri modelli di Retail di cui Bluvacanze conia, con l'Associazione in partecipazione, una proposta di successo. Trent'anni dopo lo "schema" è ancora apprezzato e permette di individuare nuove strategie di *engagement* sul proprio pubblico in decisa evoluzione verso gli acquisiti online.

Ecco che l'operazione promozionale si basa su un'avvincente formula con il numero perfetto da protagonista: per quanti fanno un acquisto di almeno 3mila euro (da intendersi il valore della pratica di viaggio) in un'agenzia Bluvacanze e Vivere&Viaggiare dal 4 al 30 aprile 2024, il negozio assegna dieci voucher da 300 euro ciascuno per un controvalore di 3mila euro complessivi. Questo tesoretto potrà essere speso da settembre di quest'anno per prenotazioni entro il 2024 e partenze fino a tutto il 2025. Inoltre, i buoni-spesa sono cedibili anche singolarmente.

L'idea con cui nasce "[30+300=3000](#)" è di festeggiare la fiducia di centinaia di migliaia di viaggiatori che da 30 anni scelgono la professionalità di un consulente Vivere&Viaggiare o Bluvacanze, in una delle numerose agenzie presenti sul territorio italiano.

Bluvacanze vuole celebrare 30 anni di esperienze straordinarie, premiando i suoi clienti più importanti.

I punti vendita avranno a disposizione un catalogo di prodotti e i voucher saranno resi disponibili anche attraverso Blu&cluB, l'applicazione digitale – downloadabile sul proprio smartphone dagli store Google e Apple – che riunisce la community dei viaggiatori fidelizzati.

Contatti Stampa:

Paola Baldacci

Corporate Communication Manager

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

paola.baldacci@bluvacanze.it

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.