

Bluvacanze MonteRosa 91 per entrare nel mondo magico di Disneyland Paris

Il flagship store milanese del Gruppo Bluvacanze in Via Monte Rosa diventa il punto vendita di riferimento del Parco parigino con una innovativa consumer experience per le vacanze delle famiglie e di coloro che non smettono mai di sognare

Milano, 22 Maggio 2024

La magia di Disneyland Paris comincia in MonteRosa 91, il nuovo flagship store del Gruppo Bluvacanze, inaugurato a Milano in marzo. Il Parco francese ha, infatti, siglato una collaborazione esclusiva con il primo punto vendita Bluvacanze che esprime concept di accoglienza e comunicazione unici nel settore delle agenzie di viaggio, in base alla quale il pacchetto per Disneyland Paris si valorizza attraverso una innovativa consumer experience.

In qualità di punto vendita Disney Stars Ambassador, MonteRosa 91 si veste dei colori e dei Personaggi Disney, Marvel e Star Wars per invitare tutti i target di consumatori ad entrare nel mondo magico di Disneyland Paris: un luogo dove ogni attrazione, ogni parata, hotel, ristorante e boutique ingaggia i visitatori a far parte della propria storia Disney preferita. “Entra in un mondo magico” è proprio il claim della nuova campagna di brand del Parco, che dal 25 maggio alzerà il sipario sull’attesissimo, nuovo spettacolo del 2024: “Alice & The Queen of Hearts: Back to Wonderland” insieme a diversi altri contenuti che ogni anno arricchiscono l’esperienza di visita.

Spazio di design, caratterizzato da grandi monitor e ledwall funzionali a comunicare in modalità avvincente le destinazioni di vacanza, MonteRosa 91 è il punto di incontro della community digital dei viaggiatori Bluvacanze con la professionalità dei consulenti di viaggi e adotta un approccio rinnovato nella vendita.

Il negozio si trova in un building che esprime principi di sostenibilità ed è la ri-conversione industriale più importante di Milano: un edificio luminosissimo e aperto alla città con il suo giardino urbano, una libreria e la palestra, presto un asilo e un ristorante. In questo contesto, per illustrare ai clienti il progetto di viaggio il team Bluvacanze utilizza visori “Oculus” che creano una full immersion nel Parco Disneyland. In questo modo, viene offerta una consulenza accurata e i viaggiatori in partenza per Disneyland Paris con un pacchetto Bluvacanze acquistato nel flagship store ricevono un kit di documenti personalizzato e una sessione di formazione prima della partenza nelle accoglienti meeting room. Qui il pacchetto di vacanza è illustrato nel dettaglio e il servizio è esclusivo.

«La speciale partnership con Disneyland Paris è da noi vissuta con entusiasmo e passione – ha dichiarato **Domenico Pellegrino**, CEO del gruppo Bluvacanze – Tutti noi siamo grati alla Disney per averci accompagnato nell’infanzia e raccontato storie e valori con cui rapportarci quotidianamente. Disneyland Paris è un luogo fisico dove questo

[Comunicazione alla stampa]

mondo magico trova una sua concreta configurazione. È una destinazione straordinaria per le famiglie, che dona sensazioni uniche e ricordi indelebili, ma anche un percorso fantastico per giovani viaggiatori che possono qui rivivere emozioni straordinarie. È con grande soddisfazione, perciò, che aiutiamo i nostri clienti a realizzare queste magiche avventure».

«La partnership con il Gruppo Bluvacanze arriva in un momento molto importante per Disneyland Paris, di grande espansione – ha aggiunto **Monica Astuti**, country head di Disneyland Paris in Italia – abbiamo infatti appena annunciato tantissime novità. Il Parco Walt Disney Studios, dopo aver trasportato diverse generazioni nella Magia del cinema, cambierà nome e si chiamerà Disney Adventure World quando aprirà la nuova Land World of Frozen, una nuova area immersiva dedicata al mondo invernale di Frozen dei Walt Disney Animation Studios. Siamo molto felici che il Gruppo Bluvacanze creda nel valore della nostra destinazione e abbiamo deciso di supportarci nella vendita in Italia».

In MonteRosa 91 una speciale installazione richiama il legame con Disneyland Paris e così, chiunque lo desideri, qui potrà un po' sbirciare oltre “la soglia della Magia”.

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

Anna Lisa Margheriti

Media Relations Consultant

+39.349.4672766

annalisa.margeriti@consulenti.bluvacanze.it

Ilaria Baioni

Ufficio comunicazione Disneyland Paris Italia

ilaria.baioni@disney.com

Antonio Laserra

Ufficio comunicazione Disneyland Paris Italia

antonio.laserra@disney.com

Disneyland Paris

Disneyland Paris ha aperto le sue porte nell'aprile del 1992 crescendo fino a diventare la destinazione turistica numero uno in Europa, con oltre 375 milioni di visite dalla sua apertura ad oggi. È un Resort che offre due Parchi d'attrazione, sette hotel Disney, il complesso di intrattenimento Disney Village® e una delle principali sedi di eventi aziendali in Europa. Disneyland Paris impiega 18.000 dipendenti con 124 nazionalità rappresentate che svolgono più di 500 mansioni diverse.

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.