

## NOW! Da Bluvacanze e Vivere&Viaggiare un focus sui nuovi approcci di consumo dei viaggi

*A Marrakech, la convention con 160 agenti di viaggi per un'esperienza immersiva nella destinazione e un dibattito sull'oggi della distribuzione turistica che si confronta con target diversificati*

**Milano, 12 Giugno 2024**

Di Generazione Z e nuovi approcci di comunicazione, di strategie condivise con i partner, destinazioni competitive e accessibili, strumenti digitali intuitivi sui quali diversi fornitori della filiera investono per rendere l'operatività più semplice alle agenzie di viaggi: questi i temi principali al centro del dibattito durante la convention dei punti vendita **Bluvacanze** e **Vivere&Viaggiare**, a Marrakech dal 6 al 9 giugno scorsi. La direzione Retail del Gruppo Bluvacanze ha voluto un evento "immersivo" e con il richiamo all'oggi: dal titolo "**NOW!**", quest'anno l'appuntamento del network con le proprie insegne si è focalizzato sulla presa di coscienza del presente e delle innumerevoli implementazioni sviluppate. Tecnologiche, di comunicazione e di prodotto insieme ai fornitori preferenziali, come accennato nell'incipit.

Presenti 160 agenti di viaggio, ospiti del Kappa Club Iberostar La Palmeraie, struttura del portafoglio KappaViaggi, main partner dell'evento, la due giorni di lavori ha ripreso le fila del percorso iniziato nella convention 2022 e proseguito nel novembre 2023.

«Il mercato sta profondamente cambiando e osserviamo con estrema attenzione i comportamenti dei diversi pubblici - commenta **Claudio Busca** della Direzione Retail del Gruppo Bluvacanze -; un target in particolare ci attrae e sono le nuove generazioni, al centro delle nostre strategie social media, ad esempio. Già dalle prime attività, nel solo mese di aprile, le prenotazioni sono state per il 49% di nuovi clienti e di essi oltre il 43% appartiene alle Generazioni Z e X, orientati a un forte *advanced booking*».

Due anni fa, il messaggio offerto ai punti vendita associati era sul futuro della distribuzione turistica, individuato nella misurazione delle performance di redditività grazie alla revisione del sistema gestionale B2B, mentre l'anno scorso c'è stato lo sprone all'Intelligenza Artificiale per far riflettere gli imprenditori sull'impatto dei nuovi strumenti di lavoro come Chat GPT.

A Marrakech, l'attenzione è stata catturata dal presente e sull'impegno in investimenti tecnologici che rivoluzioneranno ulteriormente la relazione con i clienti nei propri negozi di viaggi, grazie all'adozione di soluzioni di customer relationship management evolute, disponibili dall'autunno.

Un percorso che i rappresentanti della *supply chain* intervenuti durante il panel dal titolo “NOW! Il turismo oggi” stanno perseguendo pressoché all’unisono, ognuno con proprie peculiarità: l’ente del turismo del Marocco, la compagnia aerea Royal Air Maroc, i partner Ota Viaggi, Allianz Partners, GNV e Smartbox. Manager e direttori hanno illustrato novità di prodotto e di piattaforme di prenotazione, spiegando che la distribuzione turistica è il fulcro delle loro strategie.

Infine, la convention “NOW!” ha riepilogato gli strumenti resi disponibili ai punti vendita Bluvacanze e Vivere&Viaggiare nell’ultimo anno e mezzo attraverso il sistema gestionale ADA. Tra i principali c’è Blumove, nuova piattaforma di prenotazione voli, car rental e treni; Blublitz, contenitore di pacchetti di viaggio value for money caricati direttamente dai fornitori-partner; un “archivio” di eventi di formazione tra webinar, fam trip e convention con una funzionalità di management che permette di rimanere in contatto con i partecipanti anche successivamente; infine, un rinnovato repository di contenuti di comunicazione B2C da utilizzare per i social media e vetrine.

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

# Bluvacanze

---

**[Comunicazione alla stampa]**

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.