



Gruppo Bluvacanze Travel Innovation Hub

Il flagship store milanese di Bluvacanze, inaugurato a marzo 2024, dove l'esperienza diventa immersiva e l'accoglienza personalizzata.

Location esclusiva: MonteRosa 91, un'oasi urbana rinata da un progetto dello studio Renzo Piano con uffici in affitto, negozi e spazi dedicati alla cultura a Milano.

Milano, giugno 2024

STRATEGIA

Per **Bluvacanze** il futuro delle agenzie di viaggio si basa **sull'interpretazione dei desideri dei consumatori**, per **dialogare** con loro e **guidarli** nella scelta delle esperienze e nelle prenotazioni, **facendoli sentire protagonisti**.

VISION	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instaurare una relazione dinamica con i viaggiatori creando un'esperienza di viaggio che faccia leva sull'omnicanalità e sull'accesso da diversi touch points digitali e fisici, tra essi 900 punti vendita in Italia, di cui 300 associati. ▪ Migliorare e personalizzare la customer journey grazie all'introduzione di nuove figure professionali dedicate ai clienti e attraverso l'impiego di strumenti visivi e di <i>full immersion</i>.
OBIETTIVI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tracciare 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. ▪ Rafforzare il dialogo online to offline instaurato con la strategia di digitalizzazione che il Gruppo sta attuando in tutte le sue tre business unit: <ol style="list-style-type: none"> 1. Retail 2. Tour operating 3. Viaggi d'affari <p>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".</p>

	<ul style="list-style-type: none">▪ Offrire uno spazio di eventi, di atmosfere, di innovazione nel quale gli stakeholder del turismo possano parlare non solo di servizi e prodotti, ma anche di destinazioni e tendenze.▪ Diventare un incubatore di idee con finalità di education verso nuove prospettive per l'industria del turismo.
STRATEGIA DIGITAL PER L'AREA RETAIL	<ul style="list-style-type: none">▪ Sviluppo di un piano di comunicazione orientato a stimolare i viaggiatori a rivolgersi a un punto vendita Bluvacanze e Vivere&Viaggiare.▪ Avvio di un progetto di social engagement incentrato sull'esperienza di viaggio costruita da un professionista.▪ Istituzione di una nuova divisione digital consumer experience - supportata dell'IT- che ha impiantato un'infrastruttura tecnologica basata sul CRM di Salesforce di cui Bluvacanze è tra le poche aziende in Italia a sfruttare anche il modulo di Loyalty.
APP BLU&CLUB E-COMMERCE DELLA PIATTAFORMA BLUVACANZE.IT	<p>Strumenti che concorrono allo scouting di nuovi consumatori da condurre in agenzia e nel nuovo Travel Innovation Hub. Tra le tecnologie introdotte, l'Intelligenza Artificiale, in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Costruire una esperienza di viaggio guidata all'interno del motore di ricerca (beneficio dei viaggiatori).▪ Sveltire le attività di creazione di contenuti visivi e testuali (lato backoffice).▪ Supportare il team MKT e comunicazione nell'individuare tattiche di advertising con l'avvio di campagne da aprile 2024. <p>L'app Blu&cluB, supporta il viaggiatore nel progettare le vacanze con il massimo del comfort e il minimo dello stress.</p> <p>Tramite questa applicazione è possibile:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ richiedere consulenze di viaggio personalizzate;▪ firmare il contratto digitale con l'agenzia;▪ tenere traccia dello stato di avanzamento della pratica;▪ pagare online direttamente dall'app;▪ ricevere tutte le informazioni di viaggio sul cellulare, aggiornate tempestivamente. <p>Inoltre, l'assistenza durante il viaggio è garantita 24 ore al giorno, 7 giorni su 7, con una centrale operativa pronta a rispondere nel momento in cui l'agenzia di viaggio di riferimento è chiusa. Molte le promozioni e gli sconti dedicati solo ai membri del programma, che le riceveranno direttamente sullo smartphone e potranno richiedere maggiori informazioni direttamente in app o entrando in agenzia di viaggi.</p>

	<p>La registrazione a Blu&club è gratuita e può avvenire sia direttamente dall'app, oppure dal sito: in questo secondo caso, una volta completata la registrazione basterà scaricare l'app (store iOS e Android) ed effettuare il login con le proprie credenziali.</p> <p>Bluvacanze è presente anche sui social attraverso i profili @bluvacanzeofficial (Instagram e TikTok).</p>
SERVIZI	<ul style="list-style-type: none">▪ Esperienze immersive e intrattenimento grazie a strumenti di realtà aumentata come i visori Oculus▪ Servizio di welcome-in su appuntamento attraverso l'APP Blu&club

LA LOCATION

Situato all'interno del *building multi-tenant* MonteRosa 91, il Travel Innovation Hub è il negozio di viaggi più innovativo d'Italia: **250 MQ** allestiti come una hall che accoglie e comunica, uno spazio di eventi con ledwall e grandi monitor per raccontare in video destinazioni ed esperienze di viaggio.

AREE TEMATICHE	HALL	Attrezzata con un tabellone delle partenze collegato alle offerte più vantaggiose dei partner
	POSTAZIONE "FAST"	Funzione di prima accoglienza con operazioni veloci
	SALETTE "HOSPITALITY"	Due aree riservate dedicate alla presentazione dei progetti di vacanza
	SPAZIO ESPOSITIVO	Riservato ai partner per eventi e presentazioni
DESIGN	CONCEPT	<p>Il progetto di <i>interior design</i> è pensato per ospitare eventi con presentazioni e <i>happening</i></p> <p>Realizzato da CBRE Design Collective, divisione globale di CBRE Group specializzata nei servizi di progettazione</p>
	GLI SPAZI	<p>Lo spazio è arredato come un vivace <i>living</i> con divani e pouf, disposti davanti al grande schermo digitale da 7,5 MQ (165 pollici) dove viene trasmessa una programmazione di contenuti video sulle destinazioni di viaggio, aggiornata come per un palinsesto televisivo</p> <p>All'ingresso un tabellone come in aeroporto, con le partenze imminenti di "Blublitz", la piattaforma esclusiva della rete di punti</p>

		<p>vendita Bluvacanze e Vivere&Viaggiare che cataloga solo i viaggi in offerta</p> <p>Nel perimetro di MR91 i salotti configurati come la cabina di un aereo, adibita a sala <i>meeting</i> dove ai viaggiatori vengono presentate le esperienze che andranno ad acquistare</p>
--	--	---

MONTE ROSA 91

MR91, situata tra i quartieri di San Siro e City Life, rappresenta l'anello di congiunzione fra l'esperienza di Retail sul territorio e la community di viaggiatori digitali aggregata dai nuovi touchpoint online come l'APP Blu&cluB, Bluvacanze.it e le attività social media.

In caso di grandi eventi, MR91 può contare sul supporto degli spazi comuni dell'intero edificio in cui si colloca; tra essi un auditorium da 250 posti a teatro, due foyer e un ampio outdoor. Oltre al flagship store, nello stesso building sono presenti gli uffici della travel management company Cisalpina Tours e di CisalpinaMICE.

IL CAMPUS	<p>La dimensione del campus, di più di 80mila metri quadri totali per oltre 47mila metri quadri locabili e circa 10mila metri quadrati area verde, rende Monte Rosa 91 uno degli edifici più grandi di Milano</p> <p>Uno spazio concepito come luogo di contaminazione, incontro e socialità. Ogni attività è pensata per essere accessibile a tutti i cittadini, non solo ai tenant delle società</p> <p>Molti gli spazi ibridi, luoghi aperti, come il Parco della Luce, un'area verde di oltre 4mila mq di superficie</p>
PARCO DELLA LUCE	<p>Parco della luce ha trasformato la piazza e la collina interna (alta 13 mt coperta di lecci, querce e liquidambar) da luoghi chiusi a spazi pubblici aperti a tutti. Il programma culturale (letteratura, teatro, arte, musica e cinema) è curato dalla scrittrice Gaia Manzini e prevede percorsi che coinvolgono diverse discipline aprendo nuove prospettive sulla vita contemporanea</p>
SOSTENIBILITÀ	<p>Monte Rosa 91 può vantare un'alta tecnologia per la gestione degli impianti e dei consumi, per conoscere in modo proattivo, quando possibile, le esigenze degli utenti</p> <p>Tra i vari interventi di efficienza energetica, sono stati completamente rinnovati gli impianti e sono stati installati pannelli fotovoltaici sul tetto</p> <p>Monte Rosa 91 è il primo edificio riqualificato in Italia ad aver ottenuto la certificazione Platinum Wired Score e sarà certificato anche Leed Core&Shell Platinum,</p>

con un'attenzione particolare all'efficienza energetica e climatica, oltre a ottenere la certificazione Leed Ebom Gold, che attesta l'efficacia operativa dell'immobile

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

Consulente esterna Media Relations e Ufficio Stampa

Ufficio Marketing & Comunicazione

+39.349.4672766

annalisa.margeriti@consulenti.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 imminenti aperture in Europa (Madrid, Parigi, Londra, Ginevra) e in Sudafrica (Durban).