

Al via Blupeople Mission, il primo viaggio di gruppo di Bluvacanze

Workshop di content creation e divertimento a bordo di MSC Fantasia: si salpa da Genova il 9 dicembre con i digital travel creator Simone De Ruggiero e Cristina Redaelli.

La vacanza si arricchisce di contenuto speciale: imparare a creare engagement con i social

Rimini, 15 Ottobre 2024

Con Blupeople Mission il Gruppo Bluvacanze lancia il primo viaggio di... gruppo, coordinato dai suoi Travel Creator, Simone De Ruggiero e Cristina Redaelli. Parte del team digital dall'aprile 2024, i Blupeople sono i volti e le voci dei social media TikTok e Instagram @bluvacanzeofficial che da quest'anno raccontano di esperienze e destinazioni a una sempre più numerosa community di viaggiatori e follower.

Dopo sette mesi di missioni e narrazioni, per i Blupeople è tempo della Mission più importante: partire il 9 dicembre insieme ai loro seguaci in crociera, da Genova verso il Mediterraneo occidentale a bordo di MSC Fantasia. Il pacchetto all inclusive di bevande è di 8 giorni e 7 notti, con un contenuto speciale.

Non si tratta, infatti, solo di navigazione ed entertainment tra attività sportive e *dance*, il simulatore di F1e l'XD theater, ma di una esperienza di viaggio che coinvolgerà il gruppo con una formazione dedicata sulla *content creation*, dunque, la produzione di testi, articoli, immagini, video e audio per i propri canali social.

L'agenda delle giornate in crociera sarà scandita dal giusto equilibrio di attività secondo le preferenze dei viaggiatori della Gen Z, come dalle ricerche di mercato si evince: 40% di visite in compagnia dei Blupeople, 25% workshop con i content creator, 20% party e intrattenimento, infine 15% relax a bordo.

Il workshop di content creation è incluso nel pacchetto: sia in modalità di "lezioni in aula" ma soprattutto esercizi pratici per provare i tool digitali necessari a pubblicare video professionali, che verranno visualizzati insieme agli esperti e corretti. Il target? Dai 18 ai 35 anni.

Durante la settimana di viaggio, viene offerto un vero e proprio corso sulle tecniche di storytelling, sull'utilizzo di uno strumento di lavoro come può diventare il proprio smartphone, nonché di fotografia che è alla base del video making. Infine, si tratterà specificamente di Instagram e di TikTok, spiegando gli elementi di base della comunicazione per questi canali social e per crescere nel numero di follower.

Blupeople Mission viene amplificata con un'ampia campagna di comunicazione B2C che comprende il lancio sui canali Meta e su TikTok attraverso un video degli stessi protagonisti, la [landing page](#) dedicata su Bluvacanze.it

mentre B2B vengono resi disponibili materiali *visual* a disposizione delle agenzie di viaggio Bluvacanze e Vivere&Viaggiare, coinvolte attivamente nella promozione e nel *go-to-market* del pacchetto di vacanza.

Guarda la landing page Blupeople Mission: [Blupeople Mission - Bluvacanze](#)

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 (Istanbul e Izmir), a Cipro (Limassol), in Brasile (Santos), ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra; prossimamente è prevista l'apertura in Sudafrica (Durban).