

## Gruppo Bluvacanze lancia al TTG di Rimini il primo numero di “Emozioni”

*Il travel magazine si presenta al pubblico degli operatori di settore in una nuova veste editoriale e grafica: voce di viaggi e di attualità, parla del Turismo che cambia e, con lui, la società*

**Rimini, 9 Ottobre 2024**

In occasione di TTG Travel Experience 2024, che si tiene a Rimini dal 9 all'11 di ottobre, il Gruppo Bluvacanze presenta la nuova edizione di “Emozioni Travel Magazine”. La testata, diretta dal noto giornalista Peppe Iannicelli, propone ai propri lettori una nuova visione del “Viaggiare” parlando non solo di luoghi ed esperienze, ma interrogandosi sull'evoluzione del comparto economico, sulle nuove tendenze dei viaggiatori e sul forte impatto provocato dalla svolta *digital* e dalla giovane generazione Z di business and leisure traveller.

Punto di partenza del progetto, fortemente voluto da Domenico Pellegrino, CEO del Gruppo Bluvacanze, è quello di racchiudere in ogni articolo gli stessi parametri utilizzati per la programmazione di una proposta di viaggio: sicurezza, sostenibilità, unicità. «Attraverso le pagine di *Emozioni* racconteremo il mondo del turismo, così come lo vediamo e lo proponiamo, con tutte le sue evoluzioni, con il desiderio di emozionare, di dare cioè umanità e contenuti esperienziali a un settore dove la tecnologia è sempre più protagonista. Ci sono nuove sensibilità che amiamo garantire ai nostri viaggiatori», commenta **Domenico Pellegrino**.

Emozioni Travel Magazine, è rivolto a tutti coloro che, per passione o per lavoro, sono spesso in trasferta o vogliono programmare alcuni giorni di relax e di scoperta. L'obiettivo è ispirarli e informarli sulle tendenze. Che si tratti di un viaggio di piacere o business, il Gruppo Bluvacanze, grazie ad un'esperienza nel settore di oltre 50 anni, condividerà i diversi *insight* dei mercati italiano e internazionale. Il gruppo, facente capo a MSC Cruises, può infatti contare sulla travel management company Cisalpina Tours (con sedi in Italia e all'estero) e sul tour operator Going dedicato al consumer travel, oltre che sull'agenzia di viaggi più grande d'Italia con i brand Bluvacanze e Vivere&Viaggiare.

In linea con i principi di sostenibilità e coerentemente con l'investimento fatto in termini di innovazione (l'APP Blu&Club e Bluvacanze.it), la testata giornalistica è disponibile in formato digitale con cadenza trimestrale così da raccontare tempestivamente le tendenze e i fatti principali dell'anno. La redazione è coordinata dalla giornalista e Corporate Communication Manager di Bluvacanze, Paola Baldacci e accoglie le firme sia di copywriter come Eliana M. Verbini e content editor come Chiara Cianci che dei professionisti di Bluvacanze impiegati in vari settori, tra cui Silvia Mussa, Trade Marketing & Partnership Manager, e Giulia Ruggiero, Marketing Coordinator di Going, Tecla

De Amicis e Sara Limentani, Digital and Consumer Manager all'interno del digital department. La grafica è affidata ad Andrea Piuma e Andrea Gasser.

Domenico Pellegrino in veste di Direttore Editoriale anticipa gli argomenti del primo numero: «Parleremo delle mete dei prossimi mesi fino al Natale, condivideremo alcune incoraggianti ricerche sulla Generazione Z, il cui tasso di occupazione è salito al 39% negli ultimi 5 anni (dati Istat) per proseguire con l'analisi delle tendenze del business travel che vedono le aziende impegnate nella qualità delle trasferte e nel worklife balance».

Oltre ai trend e alle destinazioni viene dato grande spazio a tutti i servizi che incentivano il concetto di viaggio sostenibile, non solo in termini di consumo, ma soprattutto che sensibilizzino il lettore sull'importanza di lasciare un'impronta positiva, che renda i luoghi visitati e il pianeta in generale migliori di come si sono incontrati. Inoltre, la programmazione comprende anche esperienze di viaggio guidate dalla passione per le cucine di tutto il mondo nonché di shopping, per entrare nei dettagli di ogni ispirazione che invita al viaggio come cultura e conoscenza.

Gli iscritti a Blu&cluB, la community di fidelizzazione dell'omonima APP scaricano gratuitamente il magazine dall'applicazione, disponibile su tutti gli APP store. Una campagna di comunicazione darà ampia visibilità al primo numero di Emozioni e andrà *on air* su touchpoint come la newsletter dei *members* di Blu&cluB, il sito web e-commerce Bluvacanze.it e i social media Instagram e TikTok.

Leggi Emozioni Travel Manager nello sfogliabile: <https://online.fliphtml5.com/nceg/ilmy/>

#### 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

# Bluvacanze

---

[Comunicazione alla stampa]

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).