

venerdì, 04 Aprile 2025

chi siamo | pubblicità

homeeventiedizioni regionali database aziende [cerca](#) [Home](#) » Bluvacanze ospita presentazione di 'Guida pratica al Brand Reloading'

Bluvacanze ospita presentazione di 'Guida pratica al Brand Reloading'

venerdì, 04 Aprile 2025



Il Travel Innovation Hub del Gruppo Bluvacanze 'MonteRosa91', ha ospitato il lancio di 'Guida pratica al Brand Reloading – Tecniche e pratiche per rigenerare la marca', volume pubblicato da [Franco Angeli](#) e a cura della professoressa Patrizia [Musso](#), esperta e studiosa di branding, direttrice di [Brandforum.it](#) e docente all'Università Cattolica di Milano.

Il concetto di brand reloading è particolarmente rilevante anche nel settore Travel, poiché molte aziende si trovano a rinnovare la propria immagine e strategia di marketing per adattarsi ai cambiamenti del mercato, alle nuove esigenze dei viaggiatori e all'evoluzione digitale.

Nel saggio, tra i 5 settori di cui sono presi in esame i migliori casi, dunque nella moda, nel beauty, nel food, nell'arte/cinema, c'è anche il turismo con esempi di Retail e di destination marketing, grazie ai contributi a firma di Silvia Mussa, trade e partnership manager del Gruppo Bluvacanze e di Alessandra Olietti, docente di branding communication e comunicazione turistica all'Università Cattolica di Milano. Cui si aggiunge l'ampliamento di Elisabetta Sala, docente al Master Global Business and Sustainability di Altis (Unicatt), sulla collaborazione tra brand e con quali scopi viene realizzata al fine della rigenerazione della marca.

Gli Speciali



04 Aprile 2025, 09:41 - Sicilia

Oggi si inaugura Travelexpo: il programma di venerdì



03 Aprile 2025, 12:08 - Sicilia

Travelexpo, 3 seminari in diretta su Facebook

Il testo mostra quanto i canali di comunicazione siano usati anche nel Travel in una ottica sempre più integrata per dar vita a una rigenerazione del brand in modo coerente su diversi touchpoint. E l'ibridazione è crescente anche lato strategie e approcci capaci di passare dal marketing di ultima generazione al gaming fino al branded entertainment.

Nel Retail del turismo, la rigenerazione della marca parte dal rinnovato design dell'esperienza di acquisto come avviene in MonteRosa91 con Bluvacanze.

“Il nostro Travel Innovation Hub è unico in Europa e rappresenta una delle leve di rinnovamento più forti del brand Bluvacanze: comunica esperienze di viaggio attraverso contenuti multimediali realizzati in sinergia con i partner della filiera del turismo e il viaggio per i clienti comincia appena varcata la soglia”, ha detto Silvia Mussa.

Nell'ambito delle destinazioni e della loro promozione, il brand reloading risponde alla richiesta di proposte sostenibili, inclusive e al tempo stesso autentiche. Un approccio che mette al centro obiettivi di sviluppo equilibrato rispetto ad aspetti solo economicamente competitivi.

“La riscoperta del territorio e delle sue mete meno conosciute, di tradizioni e culture locali e della mobilità lenta (slow tourism) ben si lega a una richiesta di fruizione sempre più phygital dell'esperienza turistica come proposto, ad esempio, dal podcast 'Wonders. Scopri l'Italia delle meraviglie' promosso dalla principale concessionaria autostradale del Paese. In questo scenario di reloading turistico le tendenze di cui tenere conto nella comunicazione delle destinazioni vanno dal climate change alla personalizzazione dell'esperienza in un'ottica di stagionalizzazione”, ha aggiunto Alessandra Olietti.

Il lancio di 'Guida pratica al Brand Reloading' in Bluvacanze MonteRosa91 ha offerto l'opportunità di un dialogo tra studiosi di marketing e professionisti di una industry, che sta profondamente innovando i punti di contatto con il cliente e disegnando un futuro del Retail turistico tra tecnologia, consulenza e narrazione esperienziale.

bluvacanze guida pratica al brand reloading monterosa91 turismo

Articoli Correlati



tour operator

02 Aprile 2025, 09:45