



Il progetto con la startup Blaster Foundry

Eden Viaggi, Brand di Alpitour World entra nel mondo del gaming online

Giulia Irrera, Marketing Manager di Eden Viaggi: "Abbiamo creato tre giochi a tema viaggio per parlare a un target più giovane e far conoscere le nostre offerte"

L'azienda

Nata come piccola agenzia di viaggi nel 1947 a Cuneo, Alpitour World è oggi il leader italiano e uno dei più importanti player europei nel settore turistico. Da oltre 70 anni, il Gruppo accompagna generazioni di italiani nella scelta delle loro vacanze, mettendo al centro professionalità, qualità, passione e innovazione. Alpitour World è attivo lungo tutta la filiera turistica, grazie a cinque divisioni integrate che operano a livello nazionale e internazionale: Tour Operating, Aviation, Hotel Management, Incoming e Travel Agencies. Ciascuna rappresenta un'eccellenza nel settore di riferimento e, tutte insieme, contribuiscono all'identità e alla solidità del gruppo, cresciuto negli anni attraverso la creazione di nuovi asset di business, acquisizioni, fusioni e capitalizzazioni. Alpitour World conta più di 4.700 dipendenti, 7 sedi in Italia e ha società controllate in 16 paesi nel mondo. Ogni anno Alpitour World fa viaggiare oltre 2 milioni di persone. Nel 2023 ha realizzato un fatturato di 2,4 miliardi di euro.

L'idea in breve

A partire dal 2023, Eden Viaggi, Brand di Alpitour World è entrata nel mondo del gaming online attraverso la collaborazione con la startup Blaster Foundry.

Dalla TV al gaming online

Acquisita nel 2018, Eden Viaggi è uno dei Brand di Alpitour World con più prospettive di crescita, vanta oltre 200.000 strutture in più di 50 destinazioni. Nel 2021, il Gruppo ha deciso di trasformare il brand, con una strategia e alcune iniziative volte a rompere i luoghi comuni sui viaggi organizzati. Con il suo riposizionamento, ha iniziato a rivolgersi a un target più giovane e ha adottato un piano di comunicazione crossmediale: è tornata in TV con un nuovo spot, ha rafforzato la propria presenza su social media e altre piattaforme digitali e ha deciso di puntare anche sul gaming.



Collaborando con Blaster Foundry, ha sviluppato tre giochi interattivi a tema travel, rivolti al target 25-40 anni, con l'obiettivo di creare una relazione informale con i clienti, aumentare il traffico verso il sito web (drive-to-site) e migliorare l'engagement.

I giochi a tema viaggio

I tre giochi sviluppati nel 2023 con Blaster Foundry hanno meccaniche semplici e grafiche coinvolgenti per gli utenti: Tropical Match è un puzzle game in cui i giocatori devono raggruppare pesci con il minor numero di mosse possibili; Five Letters è un gioco di parole in stile Wordle; Guess Your Holiday è un quiz sulle mete di viaggio. Quest'ultimo in particolare è stato pensato per presentare le destinazioni di Eden Viaggi in maniera nuova e divertente e far conoscere le ultime proposte di viaggio.

I giochi sono stati integrati sul sito www.edenviaggi.it. Nella pagina dedicata ai games, un banner rimanda alle offerte del momento. L'aspetto grafico, coerente con lo stile dei cataloghi e del sito, contribuisce a consolidare l'identità visiva del marchio. Anche il linguaggio è facile, amichevole e informale per raggiungere un target ampio. L'iniziativa è stata promossa con una campagna social che ha raggiunto oltre 200.000 persone.

Benefici

Oltre a potenziare la presenza digitale del brand, il progetto ha trovato applicazione anche in contesti fisici, come eventi e conferenze stampa, dove il gioco quiz Guess Your Holiday, disponibile su grandi schermi touch, è stato utilizzato per coinvolgere e ingaggiare il pubblico.

L'approccio di Eden Viaggi al mondo del gaming ha dato risultati positivi. La campagna di promozione dei giochi sulle piattaforme Meta ha raggiunto più di 200.000 persone. Oltre a intrattenere gli utenti, i giochi permettono all'azienda di migliorare la relazione con i clienti e la brand awareness e facilitano il product placement, incrementando l'attenzione verso l'offerta di Eden Viaggi. L'iniziativa, in futuro, potrebbe rappresentare un'opportunità anche per raccogliere lead per il programma di loyalty dell'azienda.