Global Blue e illy insieme per un “Welcome” Made in Italy

caffe1-4bb71c84

Offrire il meglio del Made in Italy ai turisti internazionali. Questo l’obiettivo della partnership siglata fra Global Blue, società leader per i servizi Tax Free Shopping, e illycaffè, azienda leader globale nel segmento del caffè di alta qualità.Nelle Lounge Global Blue di Milano, Roma e Venezia, infatti, i Globe Shopper possono ora gustare il migliore caffè italiano e vivere una “Welcome experience” tutta italiana.

Le tre Lounge di Global Blue si trovano in luoghi dal fascino unico ed intramontabile: a Piscina Moisè, in zona San Marco a Venezia, nella suggestiva Piazza di Spagna (al civico 29) a Roma, e al centro del Quadrilatero della Moda, in Via Santo Spirito 5. Tre spazi eleganti e raffinati, nel cuore dello shopping di lusso italiano,che offrono un servizio di altissimo livello di accoglienza ai turisti internazionali. Un momento che si arricchisce fino al 31 luglio 2018 del gusto del blend unico di illycaffè: un emblema del Made in Italy che lavora costantemente per migliorarsi e offrire al mondo il meglio di se.

A Venezia, Milano e Roma, i Globe Shopper possono dunque non solo ricevere il rimborso Tax Free Shopping, disporre di wi-fi gratuito e ascoltare i consigli sullo shopping nelle boutique più esclusive col supporto di personale multilingue, ma anche impreziosire la shopping experience gustandola tostatura normale o la varietà deca preparate con la nuova Y3 disegnata da Piero Lissoni. Agli ospiti delle Global Blue Lounge poi, viene offerta insieme al caffè una card con il 10% di sconto spendibile nell’illy Caffè di via Monte Napoleone a Milano e presso l’illy Shop di via Due Macelli a Roma.

Stefano Rizzi, Country Manager Global Blue Italia ha commentato: *“Sono particolarmente soddisfatto della partnership con illycaffè S.p.A. La migliore accoglienza nelle nostre Lounge di Venezia, Milano e Roma si arricchisce così di un altro elemento tipicamente italiano a conferma che siamo sempre attenti a migliorare il nostro “Welcome” oltre che la shopping experience dei turisti internazionali che scelgono il nostro Paese”.*