Un'idea per innovare il catalogo Alpitour vince la prima edizione di Shift Hacktravel

250 persone si sono iscritte da tutta Italia per partecipare alla prima edizione di **Shift Hacktravel**, BTO 2015 edition, una maratona di 12 ore per lavorare all'ideazione e allo sviluppo di idee di business innovative che rivoluzionino il modo di viaggiare sfruttando le trasformazioni che l'impatto del digitale sta provocando nell'industria del turismo. La sfida consisteva nel realizzare progetti per risolvere i problemi alla base dei brief forniti da **4 aziende** partecipanti: Alpitour, ECVacanze, SEA - aeroporti di Milano Malpensa e Milano Linate e Poste Italiane.

L'hackaton, che ha preceduto di un giorno l'edizione 2015 di BTO è stato organizzato da **Travel Appeal**, startup che opera nel settore della reputazione online e dell'analisi dei big data, in collaborazione con **Fondazione Sistema Toscana**.

Tante le idee emerse dai team di ragazzi formati da figure marketing, di designer e developer. Quella risultata vincitrice è stata realizzata dalla squadra "**Domino X**" sul brief di Alpitour: il progetto consisteva nell'inserimento di un **marker nel catalogo** e che tramite app permette di accedere a contenuti extra generati sia da Alpitour che dai clienti stessi. L'idea risponde al brief lanciato di generare engagement con il cliente, non rinunciando alla componente informativa e mantenendo la centralità dell'intermediazione dell'agenzia di viaggi. Abbiamo intervistato Fabio Curzi, uno dei componenti della squadra vincitrice insieme a Eleonora Tramonti, Giulia Laura Iacopini, Elena Gambetti, Samuel Chiaraluce e Carlotta Soli, quasi tutti di provenienza marchigiana.

Tra gli altri progetti premiati c'è quello pensato per ECVacanze che ha lanciato la sfida di immaginare come sarà il villaggio del futuro. E' risultato vincitore un wearable che migliora la customer experience: attraverso una **piattaforma cloud collegata a braccialetti e app**, il cliente non deve portare con sé nient'altro che il braccialetto per accedere a tutti i servizi (fast check in, swipe to pay, door key, mobility service, grocery delivery)..

SEA-aeroporti invece ha chiesto ai ragazzi di valorizzare la propria infrastruttura aeroportuale trasformando l'aeroporto da passaggio obbligato a vera e propria tappa del viaggio. Il progetto vincitore prevede un **sistema integrato tra tutti i totem interattivi** e i touch point presenti in aeroporto con l'app per migliorare esperienza e l'interazione tra i viaggiatori.

Poste Italiane ha posto la necessità di individuare nuove soluzioni digitali per mettere in contatto il turista con l’Amministrazione Comunale prima, durante e dopo la vacanza.
Il team premiato risolve la questione del **pagamento della tassa di soggiorno attraverso un sistema cash back** che consente al cliente di pagare la tassa con una carta virtuale chiamata Back to Italy e contemporaneamente accumulare sconti in accredito da spendere in Italia sempre tramite la carta virtuale.
Il premio speciale di UniCredit infine, è andato al gruppo Albatros che ha lavorato per Alpitour e, tramite un **software configuratore stand alone per agenzie**, permette al cliente di scegliere la propria vacanza come se avesse di fronte l’operatore a cui esprimere le proprie preferenze ed esigenze.