Il gruppo Alpitour entra nella realtà virtuale: in arrivo nelle adv 6.500 cardboard

Il Gruppo Alpitour entra in una nuova realtà, quella virtuale. E lo fa diventando il primo tour operator italiano ad offrire video immersivi delle proprie strutture. Ad aprire questa strada è **Villaggi Bravo**, il brand più social e poliedrico del Gruppo, che ha deciso di realizzare video immersivi dei propri villaggi sparsi in tutto il mondo: un investimento importante, con l'obiettivo di offrire la possibilità di esplorare in anteprima le strutture e i loro ambienti, nonché di fornire un efficace strumento anche per gli agenti di viaggio. Del resto, questi video permettono di vivere un'esperienza "diretta", estremamente coinvolgente, proprio perché pongono lo spettatore al centro della scena, dandogli completa libertà di movimento: un'immersione totalizzante in un'altra realtà, così viva da diventare la più potente delle leve comunicative. In quest'ottica, Villaggi Bravo ha prodotto circa **6.500 Cardboard** da inviare alle agenzie per coinvolgerle nel progetto, guidarle nella realtà virtuale e supportarle ulteriormente nelle vendite. Attualmente, sul canale Alpitour World di **YouTube**, sono presenti già 5 video immersivi, di cui un teaser di presentazione e gli altri quattro sui Villaggi Bravo Mistral Rhodos, Naxos Imperial, Vila do Farol e Viva Fortuna Beach.

Per l'attuazione del progetto, il Gruppo si è appoggiato a **Byfarm**, affermata casa di produzione, che nel 2006 ha portato per prima in Italia i video immersivi, registrandone marchio e dominio. Al momento sono state ultimate le riprese di 10 strutture, ma il traguardo finale è di 15 video, uno per ogni Bravo. Oltre a Villaggi Bravo, anche Francorosso si sta affacciando alla realtà virtuale: Byfarm ha infatti ultimato il video del nuovissimo **SeaClub Dhiggiri,** alle Maldive. A breve verrà inoltre condiviso quello sul SeaClub Maayafushi, ulteriore tassello che andrà ad arricchire la libreria virtuale sul canale YouTube di Alpitour World.

"I video immersivi rappresentano una modalità di presentazione del prodotto turistico nuova – afferma **Alessandro Seghi**, Direttore Marketing Strategico del Gruppo Alpitour – particolarmente efficace ed immediata. La VR ha la capacità di raccontare in modo diverso una location, lasciando lo spettatore libero di orientarsi all'interno di un luogo fisico. Quello che però risulta particolarmente interessante per un prodotto come 'il villaggio' – continua – è la capacità di questa tecnologia di far vivere momenti e atmosfere che fino ad oggi potevano solo essere raccontati. Nei prossimi due mesi completeremo il caricamento dei video delle strutture del catalogo invernale di Villaggi Bravo, configurandoci come il

primo tour operator italiano a rendere fruibile, in modalità immersiva, l’intero portfolio prodotti.”