# Alpitour sceglie Angry Birds per portare le famiglie in agenzia

**Alpitour**, leader nel settore dei viaggi, ha stretto una collaborazione con il famoso marchio **Angry Birds**, di Rovio Entertainment, noto a livello mondiale per la simpatia e le avventure dei suoi irriverenti protagonisti. L'operazione è stata possibile grazie al supporto della Maurizio Distefano Licensing, agente per l'Italia di Angry Birds, che ha fatto un lavoro di scouting con Alpitour per definire il partner più in linea con i valori del brand.



La collaborazione tra le due realtà si avvierà ufficialmente il 1° marzo e durerà per tutta l'estate, coinvolgendo più ambiti e andando ad arricchire e personalizzare l'esperienza dei clienti e dei loro
bambini che potranno incontrare i famosi pennuti colorati prima, durante e dopo la vacanza.
**Maurizio Distefano**, Presidente dell'omonima agenzia, afferma: "Con il secondo film di Angry Birds, che ci si aspetta sarà una delle uscite più forti del 2019, questa collaborazione è perfetta per donare un divertimento assicurato ai i bambini e alle loro famiglie nei resort Alpitour. Siamo entusiasti di aver ricoperto un ruolo di congiunzione tra i famosi personaggi di Angry Birds e il maggior tour operator d'Italia".
La partnership, nata inizialmente per offrire nuovi contenuti e attività nei miniclub degli AlpiClub Famiglia di Alpitour, si è poi evoluta in un percorso più ricco reso possibile dalla compatibilità fra i due brand che ha consentito di sviluppare una sinergia articolata ed allargata a molteplici iniziative.

I celebri protagonisti di Angry Birds voleranno infatti in tutti i 33 AlpiClub Famiglia e al VOI Tanka Resort portando ai più piccoli spiritosi omaggi e rallegrando le giornate con i giochi proposti dalle simpatiche mascotte Red e Ippo.
Il divertimento, però, inizierà ben prima, dando la possibilità ai clienti di tentare la fortuna e vincere un buono sconto per la loro vacanza successiva: questo avverrà sia recandosi in agenzia di viaggi, sia sul portale 360.alpitour.it dove si giocheranno due differenti instant win personalizzati e realizzati per Alpitour. Inoltre, sull'APP My Alpitour World sarà anche disponibile un mini game sviluppato in esclusiva per Alpitour da Rovio Entertainment, il produttore dei videogiochi Angry Birds: in questa versione gli Hatchlings andranno… in vacanza!
Infine, al termine dell'estate e dopo aver vissuto l'avventura con gli impertinenti amici pennuti Angry Birds, Alpitour offrirà a una selezione di agenzie di viaggio e di clienti la possibilità di andare a vedere in anteprima assoluta Angry Birds 2, il nuovo film che uscirà nelle sale italiane il 12 settembre, sequel del celebre debutto del 2016.
Il primo Angry Birds Movie, prodotto da Rovio Entertainment e distribuito in Italia da Sony Pictures, uscito nei cinema italiani il 15 giugno 2016, aveva totalizzato $352 milioni al botteghino mondiale.
Sono molte le affinità che uniscono i due brand, a partire dell'awareness estremamente forte di cui godono: Alpitour è il primo tour operator del Paese, Angry Birds ha una notorietà internazionale che si riflette anche sul mercato italiano, dove 47 milioni di persone hanno scaricato la APP e conoscono il marchio. Entrambe sono poi realtà rivolte alle famiglie, legate al tempo libero e con location esotiche e di mare: un fil rouge che ha permesso di estendere le attività, avvolgendo e colorando ulteriormente il divertente mondo di Alpitour.
"Da sempre il brand Alpitour è attento al target famiglia e la collezione AlpiClub è pensata per coloro che cercano una vacanza relax in club capaci di offrire servizi dedicati e attività di intrattenimento - commenta **Andrea Cortese**, Chief Marketing & Digital Officer del Gruppo Alpitour -. Quest'anno abbiamo scelto di caratterizzare la nostra offerta "famiglia" con la presenza di Angry Birds: un'operazione nuova per il nostro Gruppo che ci consente di differenziare e posizionare in modo unico i miniclub Alpitour, di creare un percorso di comunicazione durante tutta la consumer journey e di attrarre maggiormente l'attenzione delle famiglie millenials".