MSC Crociere, con il catalogo immersivo la vacanza (virtuale) inizia a casa

Nuove navi, nuove destinazioni, nuovo sistema di pricing e soprattutto nuove tecnologie. Ecco, in sintesi, le tante novità presentate da **MSC Crociere** per il biennio 2017-2018. "Lavoriamo sempre i cataloghi con almeno due anni di anticipo. Non dobbiamo dimenticare che li distribuiamo in oltre 50 mercati del mondo" racconta **Leonardo Massa**, country manager Italia. "E tutto quello che è in arrivo è già realtà nella pubblicazione valida da aprile 2017 a maggio 2018".

011_MSCMa definire catalogo quello che MSC Crociere ha presentato oggi a stampa e agenti di viaggio è sinceramente riduttivo. "Siamo tra i primi al mondo presentare un **catalogo immersivo che consente di sperimentare virtualmente il mondo e l'esperienza MSC**" spiega il direttore marketing della compagnia, **Andrea Guanci**. "Avevamo già fatto un test durante Expo, portando all'Esposizione Universale la realtà immersiva. L'esperimento ha avuto successo, così la abbiamo resa disponibile per circa 100 agenzie di viaggi. Oggi, invece, vogliamo fare un'operazione democratica e offrire a tutti, gratuitamente, questa opportunità. Nel dettaglio, il "kit" per vedere filmati a 360 gradi di navi, proposte e destinazioni si compone del catalogo, del "**cardboard**", ovvero il visore che forniamo, della nostra app MSC 360VR disponibile gratuitamente sia per iOS sia per Android ai quali va aggiunto lo smartphone dell'utilizzatore.

003_MSC Prima selezioneScaricando la app e inserendo lo smartphone nel cardboard - una piccola scatola di cartone - si potrà fruire della brochure in modo esperienziale, entrando direttamente negli ambienti, visitando le cabine e i ristoranti, provando le escursioni". In alternativa, si può utilizzare solo il proprio smartphone, attraverso la diretta inquadratura dei QR Code presenti sulla brochure. Il catalogo, solo in Italia, è già stato stampato in oltre un milione di pezzi, mentre le agenzie hanno iniziato a ricevere i primi 250 mila carboard.

007_MSC Prima selezioneSe quella della realtà virtuale è la novità più futuristica e d'impatto, non mancano annunci importanti anche per quanto riguarda la compagnia e le navi. "Abbiamo chiuso il 2015 con **1 milione 700 mila ospiti,** ma sappiamo che possiamo fare di più" racconta Massa. "Per questo nei prossimi otto anni raddoppieremo la capacità della flotta. Sono in fatti in arrivo sette nuova navi, due delle quali - **MSC Meraviglia e MSC Seaside**, entrambe da oltre 5.500 passeggeri - entreranno in flotta rispettivamente nel giugno e nel dicembre 2017".

Sul fronte pricing, la compagnia ha deciso di evidenziare solo tre macro stagionalità, indicando per ciascun periodo i prezzi di partenza così da rendere subito evidenti i momenti di maggiore convenienza. "Adottiamo il prezzo dinamico, una formula sempre più conosciuta e apprezzata dal pubblico. Però, per avere il prezzo definitivo della crociera prescelta, l'utente dovrà andare in agenzia di viaggi. Le agenzie di viaggi, confermo, sono e restano i nostri partner preferenziali". Per quanto riguarda la tipologia di esperienza, a Bella (una sorta di entry level con tariffe di conseguenza) e a Fantastica (una formula con più servizi) si aggiunge anche Wellness, un "pacchetto" costruito con **Technogym**. "A partire dalla primavera 2017 i clienti che sceglieranno questa experience troveranno programmi ad hoc solo per loro. Ad esempio, appena saliti a bordo faranno un check up medico, poi avranno un programma di allenamento personalizzato e con un trainer dedicato, e ancora seguiranno il regime alimentare più corretto per il loro allenamento. Ovvio che ogni passeggero avrà un programma su misura" dice Massa.

Infine, per quanto riguarda le destinazioni, "che negli anni a venire saranno sempre di più", il focus sarà sui **Caraibi,** con l'incremento delle navi su Cuba e il debutto dell'isola privata Ocean Cay alle Bahamas, e con lo sviluppo dell'area degli Emirati Arabi. Riflettori accesi sempre, e tutto l'anno, anche sugli intramontabili Mediterraneo e nord Europa.

"Con una gamma così di navi, mete, offerte la crociera sarà sempre più la vera alternativa alla vacanza classica" conclude Massa.