

Restart Tourism Day: nuovo portale e nuova immagine per raccontare i cambiamenti del turismo da Cartorange

La più grande azienda italiana di consulenti di viaggio rinnova la propria immagine coordinata: il sito diventa un portale che ispira e mette in contatto clienti e consulenti mentre il nuovo logo veicola i valori del brand nelle dimensioni web, social e fisica

È tempo di rebranding per CartOrange, la più grande azienda italiana di consulenti di viaggio, la prima ad aver portato questa figura professionale nel nostro Paese. L'azienda, che ha sede a Firenze e Milano e conta oltre 450 collaboratori, ha scelto di rinnovare la propria immagine per essere sempre più riconoscibile come brand leader dei viaggi di qualità e per comunicare le sue due anime, quella digitale e quella umana. Oggi si presenta quindi con un **nuovo logo, più essenziale e declinabile** per web, social e campagne offline, e con un **sito interamente ridisegnato per essere sempre di più un punto di contatto tra viaggiatori e consulenti**.

«Il lancio di queste novità coincide con un momento molto delicato per l'intero settore turistico, che nonostante le difficoltà dello scenario attuale si prepara a ripartire dopo due anni difficilissimi – spiega l'**amministratore delegato di CartOrange Gianpaolo Romano** –. Ecco perché abbiamo deciso di intitolare l'evento di presentazione dedicato ai nostri collaboratori "**Restart Tourism Day**": il mondo dei viaggi è cambiato e oggi rimane competitivo chi sceglie di innovare continuamente puntando sulle competenze delle sue persone, come CartOrange fa sin dalla sua nascita. La nostra immagine deve raccontare la nostra realtà, sempre un passo avanti nel realizzare **la mission di offrire su misura viaggi di qualità**, grazie all'assistenza di un **Consulente per Viaggiare®** e a una **esperienza digitale snella e coinvolgente**».

Il nuovo logotipo di CartOrange è moderno ed essenziale: nella scritta il font presenta linee pulite e arrotondate **la O diventa un mappamondo stilizzato**, glifo che si presta a numerose reinterpretazioni grafiche. **La continuità è data dall'uso del tradizionale colore arancione di CartOrange** (il cui nome rimanda alla "carte orange", l'abbonamento che permette un numero illimitato di viaggi sui mezzi pubblici di Parigi) **che si abbina ora al rosso**. Tutti elementi che concorrono a esprimere quattro valori: **tradizione, qualità, servizio e tocco umano**. «Il nuovo design – commenta Gianpaolo Romano – è stato pensato anche per essere più **leggibile, usabile e versatile** su tutti i canali e supporti comunicativi».

Il nuovo logo di CartOrange si può vedere già in azione sul sito CartOrange.com, interamente rinnovato per unire la potenza e la comodità del digitale (il mezzo principale con cui i viaggiatori si ispirano e si informano) con il fattore umano rappresentato dai consulenti. «**Il portale CartOrange.com mette al centro le persone**, offrendo un'esperienza digitale dal tocco umano – commenta sempre Romano –. **450 consulenti, essi stessi viaggiatori, sono disponibili nella vita reale**, in videochiamata oppure in presenza, per **progettare assieme al cliente viaggi ogni volta diversi e unici**». L'esperienza di organizzare una vacanza su CartOrange.com risulta completamente nuova, fluida e allo stesso tempo umana. Dopo aver immaginato il viaggio ideale grazie a oltre 18mila contenuti ben organizzati (tipologie di viaggio, destinazioni, temi, esperienze, periodo, durata...) il cliente viene messo in contatto con un consulente disponibile in videochiamata, oppure può fissare un appuntamento in presenza, nel luogo che preferisce o in un Travel Office CartOrange.

Il design del nuovo portale di CartOrange è stato curato da Sketchin (www.sketchin.com), studio di design strategico elvetico che opera a livello internazionale e che si è strettamente interfacciato con



viaggi su misura

la Divisione Marketing di CartOrange per definire la progettazione. Hanno lavorato al nuovo portale anche le agenzie Nucleus, per la SEO, e Diginventa, per lo sviluppo.

Il rebranding ed il nuovo logo sono invece frutto di uno sviluppo interno, portato a termine grazie alle competenze ed all'esperienza dei reparti dell'azienda; anche i tantissimi contenuti pubblicati sul nuovo sito sono frutto di un lavoro di team interno, che ha coinvolto decine di persone tra cui molti consulenti di viaggio CartOrange; il team ha popolato e continuerà a popolare il portale di contenuti sempre nuovi, interessanti e aggiornati su tutte le tendenze, per essere al servizio dei viaggiatori. «Una vera e propria miniera di idee e di sogni – conclude Romano – che i Consulenti per Viaggiare sono pronti a realizzare».

CartOrange - Viaggi su misura (www.cartorange.com) è la più grande azienda di Consulenti per Viaggiare®, attiva in Italia dal 1998 con 450 Consulenti e svariate filiali sul territorio nazionale. Un servizio personalizzato per proporre viaggi su misura unici e ricchi di esperienze, alla scoperta dei luoghi più belli del pianeta.

*Ufficio Stampa CartOrange: Eo Ipso
Miriam Giudici – 346 3907608 – mgiudici@eoipso.it*