



COMUNICATO STAMPA

Nasce Travel Extra: il programma di sconti e servizi legati ai viaggi realizzato da Affinion International in esclusiva per UBI Banca.

UBI Banca lancia Travel Extra, il programma di sconti e servizi legati ai viaggi riservato a clienti del gruppo, creato in esclusiva da Affinion International, multinazionale europea specializzata nella gestione di progetti di marketing relazionale e loyalty per le aziende volti ad incrementare il valore della relazione con il consumatore.

Travel Extra nasce con l'obiettivo di arricchire le vacanze di oltre 1 milione di clienti del Gruppo bancario UBI Banca con un servizio ad alto valore aggiunto, focalizzato sul travelling/turismo e fortemente personalizzato in base alle esigenze dei singoli viaggiatori, per valorizzare il loro tempo libero con una "travel experience".

I clienti di UBI Banca che sceglieranno di entrare a far parte del club Travel Extra saranno accompagnati in ogni momento della vacanza, dalla pianificazione al rientro a casa, beneficiando di consulenza e servizi di assistenza in aggiunta a pacchetti sconto immediati. Tra questi, agevolazioni con network di hotel, sconti sui biglietti aerei, tutela legale, eventuali rimborsi medici, sconti sull'acquisto di valigeria o di guide turistiche, prenotazioni semplici e con prezzi agevolati per parcheggi in aeroporto o per il noleggio di automobili.

"Il programma Travel Extra - dichiara Giovanna Casale, Country Head di Affinion International in Italia - si inserisce in un percorso che vede da tempo Affinion International e UBI Banca fianco a fianco nello sviluppo di prodotti extrabancari e soluzioni marketing personalizzati, volti ad ampliare la gamma dei servizi da offrire ai clienti del Gruppo, fidelizzarli e aumentarne il coinvolgimento".

In occasione del lancio dell'iniziativa è stato creato per i viaggiatori un sito internet ad hoc, www.travelextra.it, dedicato alla pianificazione della vacanza personalizzata, suddiviso in quattro aree.

Il portale si apre con la sezione "Prenotare", dove è possibile accedere alle offerte dei maggiori tour operator, per poi condurre nell'area "Proteggersi", dove, in collaborazione con UBI Assicurazioni, si mette a disposizione un pacchetto di servizi assicurativi per viaggiare in Italia e all'estero in tutta sicurezza. Navigando nella sezione "Organizzarsi", è possibile pianificare tutti i particolari del viaggio, mentre nella pagina "Muoversi", si può accedere a servizi che rendono semplice ed economico ogni spostamento.



Il Gruppo UBI Banca è il quarto Gruppo bancario Italiano (www.ubibanca.it) in termini di capitalizzazione di mercato. Opera sul territorio italiano tramite nove banche rete (Banca Popolare di Bergamo, Banco di Brescia, Banca Popolare Commercio e Industria, Banca Regionale Europea, Banca Popolare di Ancona, Banca Carime, Banca di Valle Camonica, Banco di San Giorgio e UBI Banca Private Investment, un network di promotori finanziari) e società prodotte specializzate nelle aree strategiche dell'asset management, della bancassurance (vita e danni), del leasing, del factoring, del corporate banking e del consumer credit. Al 30 settembre 2010, il Gruppo UBI Banca presenta indici patrimoniali fra i più solidi del sistema italiano con un Core Tier 1 al 7,56%, 103,9 miliardi di euro di raccolta diretta, 78,7 miliardi di raccolta indiretta, nonché impieghi per 101,2 miliardi di euro. Il Gruppo, con circa 4 milioni di Clienti, dispone di una rete di circa 1.900 sportelli e conta circa 20.000 dipendenti.

Affinion International appartiene ad Affinion Group, il gruppo americano leader mondiale nel settore con 35 anni di esperienza, oltre 5.500 clienti e un fatturato di 1.3 miliardi di dollari, oggi di proprietà del fondo di Private Equity Apollo.

In Italia dal 1996, Affinion offre servizi di marketing relazionale e customer care, finalizzati ad acquisire e fidelizzare i clienti, alle principali banche ed istituzioni finanziarie, assicurazioni, utilities, portali di e-commerce, aziende di trasporti nonché aziende retail.

Un team di 60 specialisti studia soluzioni personalizzate sviluppando prodotti di tipo package, club, programmi a punti, programmi di incentivazione, o attivando pacchetti di servizi e sconti ad hoc su viaggi, attività per il tempo libero, salute e benessere e programmi sicurezza (delle carte di pagamento, dei beni, delle persone) che le imprese offrono ai propri clienti.

Milano, febbraio 2011