



UOMINI FORTI, DESTINI FORTI

COMUNICAZIONE VISIVA E DESIGN DELLE INTERFACCE

SerenityDreams

Travels

Documentazione

ANDREA FELIZIANI

ALESSANDRO CIRILLO

BENEDETTA CASINI

CLAUDIO DEL PRETE

MARTINA COMBI

MARTINA DECANI

Ispirazioni

per la realizzazione del nostro progetto ci siamo
avvalsi di alcuni siti web il cui stile ha rappresentato
per noi un punto di partenza per la definizione
dell'estetica di Serenity Dream Travels

#1 - VIRGIN GALACTIC

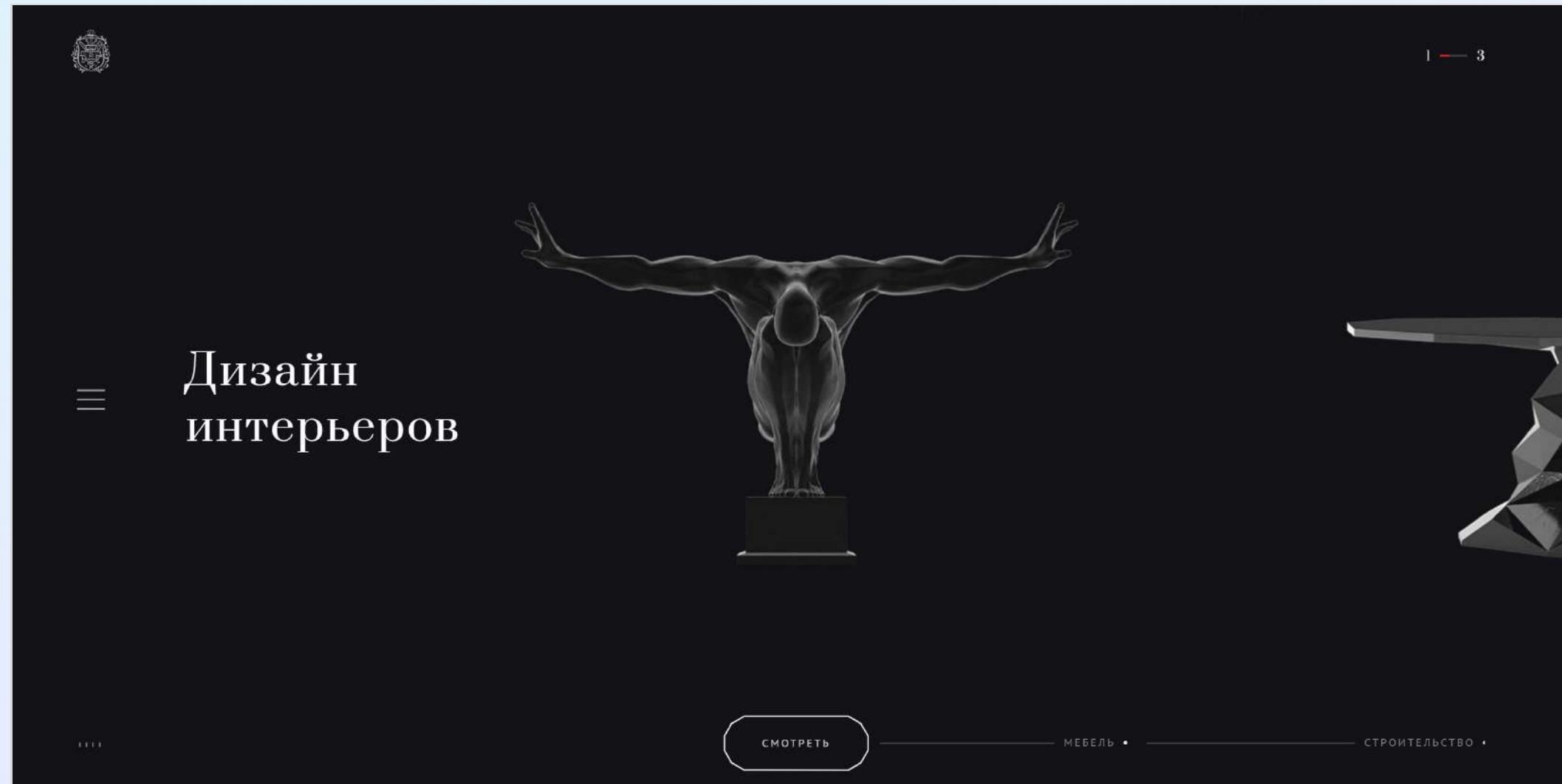


Virgin Galactic è il sito dell'agenzia di turismo spaziale di Richard Branson, un imprenditore che ha l'obiettivo di espandere il mercato dei viaggi nello spazio. Il sito si compone di un banner molto ampio che occupa la totalità dello schermo sia su desktop che mobile.

Questa scelta è rilevante perché manifesta un carattere essenziale, che dà voce solo alla mission dell'azienda, cioè quello di portare persone nello spazio. La comunicazione in questo modo è chiara e aumenta la sensazione di professionalità. Non ci sono elementi esterni "in eccesso" che possano minare l'attenzione dello user. Il minimalismo della homepage è così spinto che il sito non presenta neanche il tradizionale header nella parte superiore della pagina.

Scorrendo verso il basso è possibile notare una serie di particolarità: il sito si articola spesso su una serie di trasparenze che dà l'impressione di esser composto di più strati. Non solo, ma il video scrolling e l'espansione dei contenuti multimediali garantiscono anche una dinamicità che ben si addice al business dell'azienda.

#2 - DIANA DANIELI



Diana Danieli è un e-commerce di articoli di interior design. Benché non sia un portale incentrato sul turismo e sui viaggi, riteniamo possa essere d'ispirazione per alcune caratteristiche ed elementi estetici inerenti alla homepage. La User Experience risulta da subito interattiva, con la richiesta fatta all'utente di tener premuto un button per poter accedere e visualizzare per intero la homepage.

A seguire, pochi elementi, disposti in orizzontale, formano un catalogo suddiviso per categorie e consultabile dall'utente tramite buttons posti inferiormente alle immagini.

Tutta l'atmosfera del sito è resa solenne, elegante e misteriosa da uno sfondo grigio tonalizzato e da una texture a comparsa che segue lo spostamento del cursore. Quest'ultimo aggiunge un tocco di particolarità all'identità del sito perché non è un puntatore convenzionale, ma ricorda quasi un mirino di colore rosso.

#3 - SPACEDU

Spacedu è un portale dedicato alla didattica e nello specifico all'apprendimento e al ripasso di concetti legati al nostro sistema solare.



La homepage si articola su un banner interattivo attraverso il quale è possibile selezionare il Sole o il pianeta di nostro interesse attraverso un click del mouse al seguito del quale si verifica un'animazione che porta in primo piano l'item selezionato.

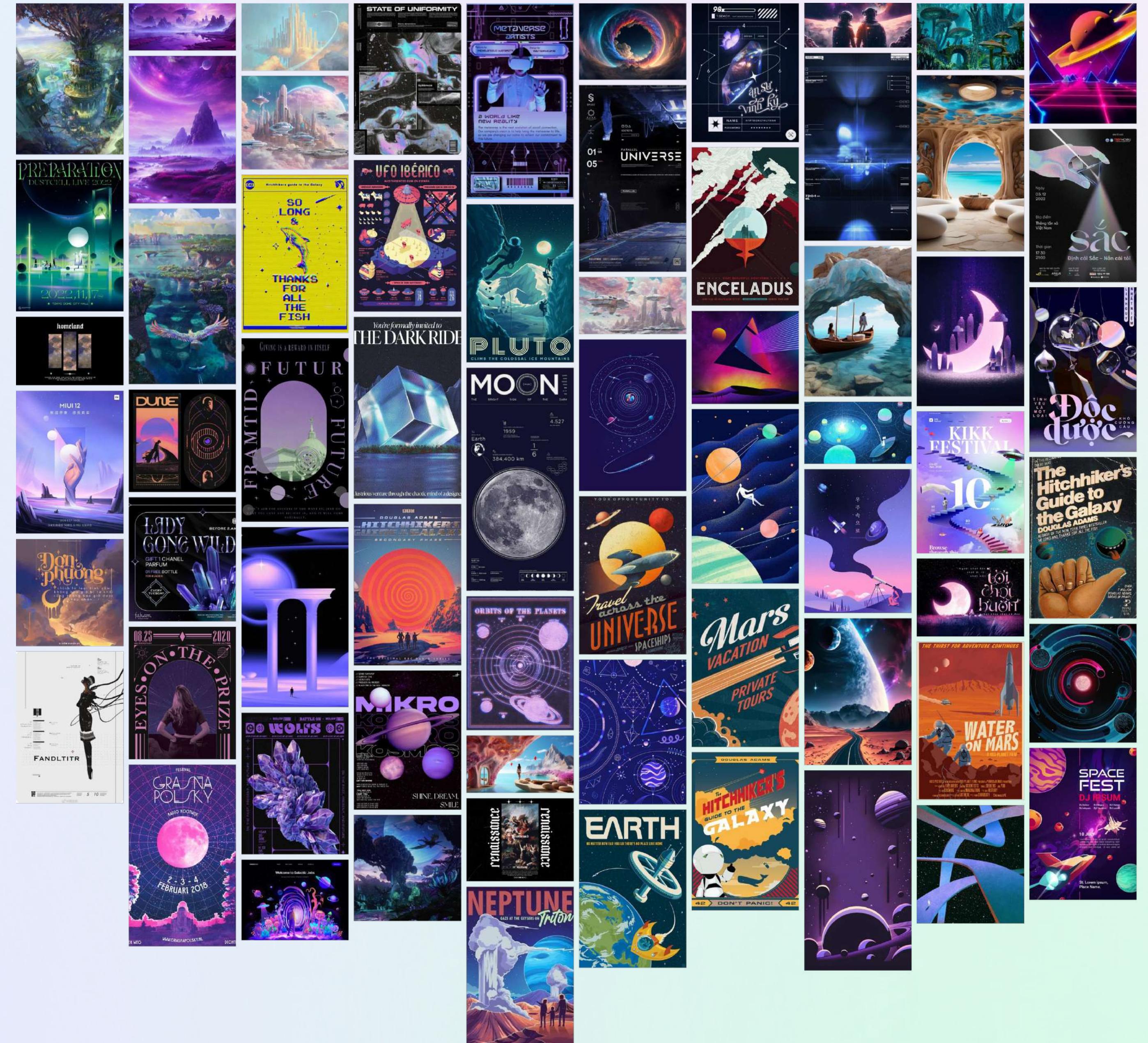
Successivamente, è possibile premere il button “Get Started” per approfondire le nozioni rispetto a ciò che è di nostro interesse.

Ciò che è di impatto di questo sito è sicuramente lo stile minimalista e allo stesso tempo sofisticato. Come per altri progetti, anche qui non vi è sovrabbondanza di informazioni ma piuttosto è ravvisabile una sofisticata cura dei dettagli dei pochi elementi presenti all'interno.

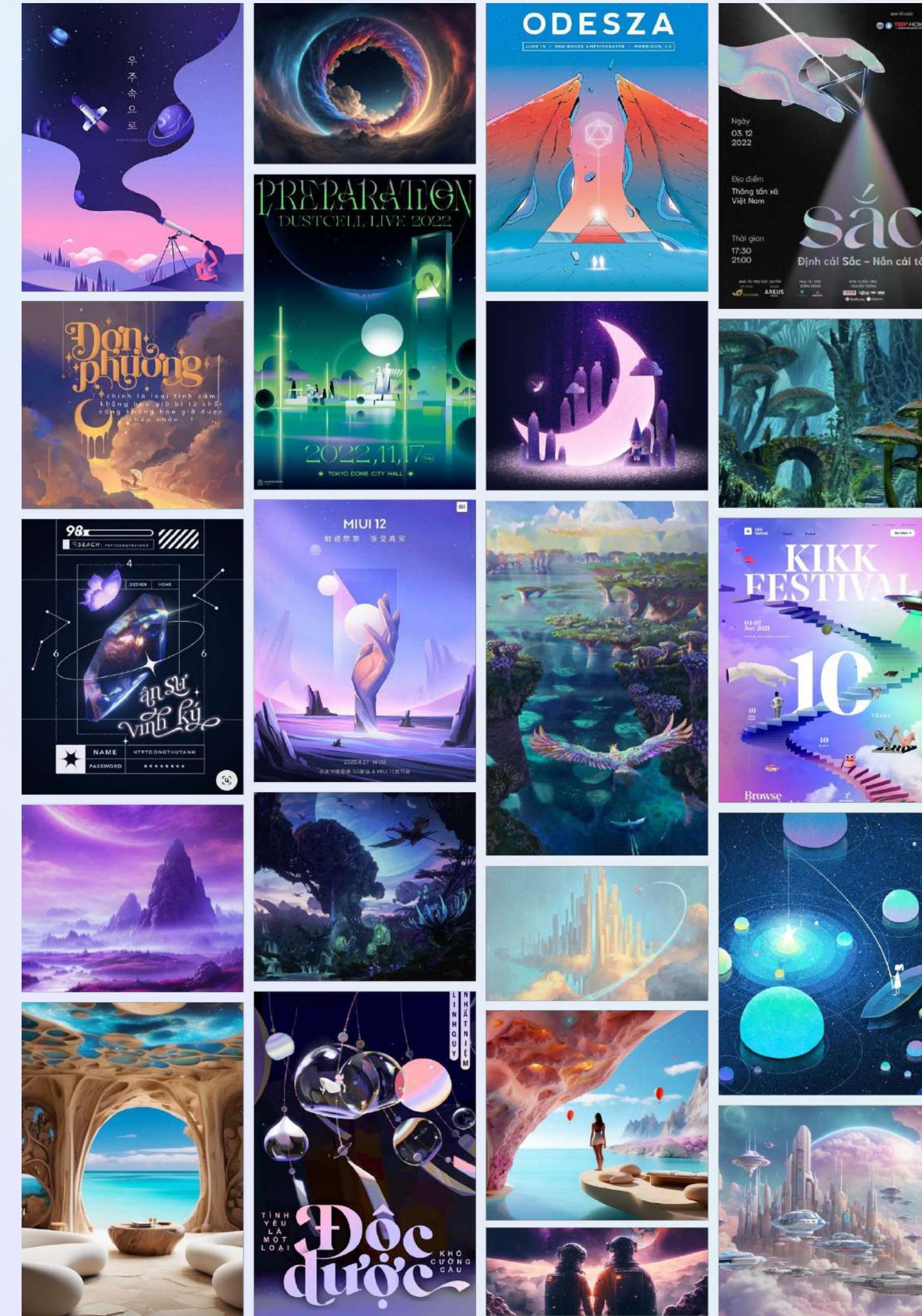
Creazione della Moodboard

Per la realizzazione della Moodobard abbiamo preso ispirazione da vari sottogeneri delle illustrazioni spaziali. Abbiamo raccolto immagini che evocassero nell'utente diverse sensazioni. Effetti nostalgici, distopici, futuristici, scientifici, magici, hanno fatto da sfondo alla nostra ricerca di immagini dello spazio e degli elementi che più lo caratterizzano.

Questa è una raccolta dei possibili elementi che avrebbero potuto caratterizzare l'estetica del sito web.



Moodboard

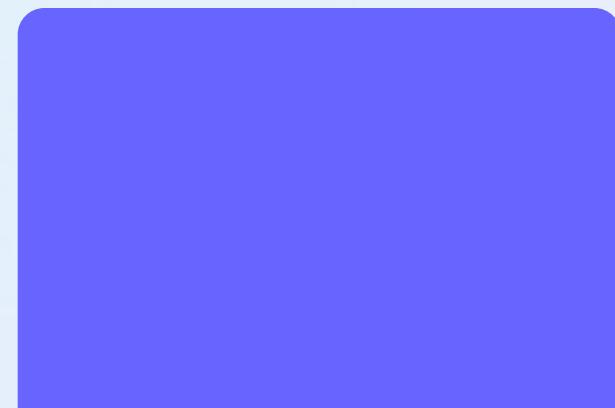


Color Palette Drafts



pink

#EA76F4
R234 G118 B244



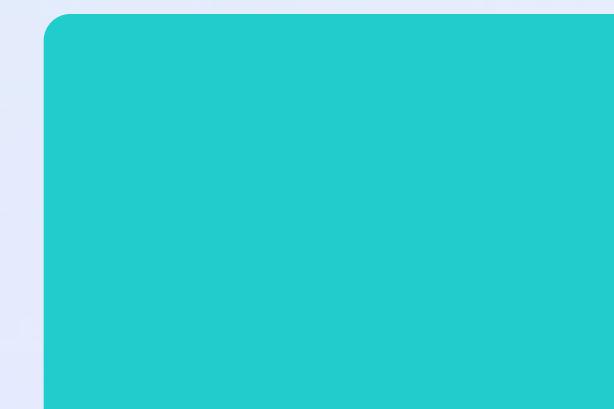
purple

#6865FF
R104 G101 B255



dark

#211E43
R33 G30 B67



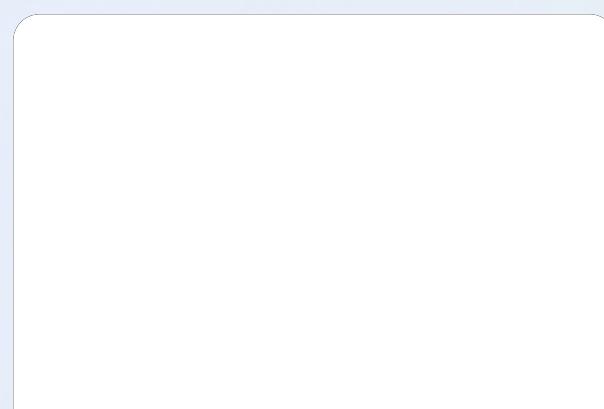
teal

#21CCCC
R33 G204 B204



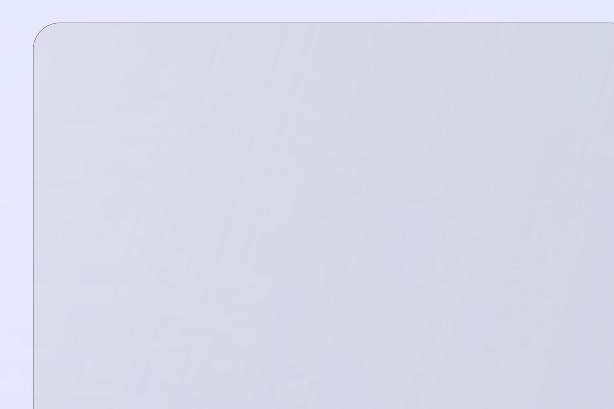
green

#6AFFAF
R106 G255 B175



white

#FFFFFF
R255 G255 B255



glass

#-
R- G- B-

La scelta dei colori della palette ha cercato fin da subito di basarsi sui principali toni che caratterizzano gli elementi dello spazio, come nebulose, stelle, galassie. L'idea, era quella di trovare un set di colori che potesse dar vita a un gradiente variegato, vibrante, in linea con l'argomento del sito e che, soprattutto, risultasse moderno.

Abbiamo quindi generato diverse palette colori per capire quale potesse adattarsi meglio non solo alla creazione del gradiente poc'anzi citato, ma anche alla definizione degli elementi di UI come i button o altri elementi grafici.

La scelta definitiva si è orientata quindi su una palette che escludesse binomi troppo marcati, come viola e arancione, e che invece creasse uno spettro di colori freddi e accesi come viola, blu, verde, più adatti al tema spaziale.

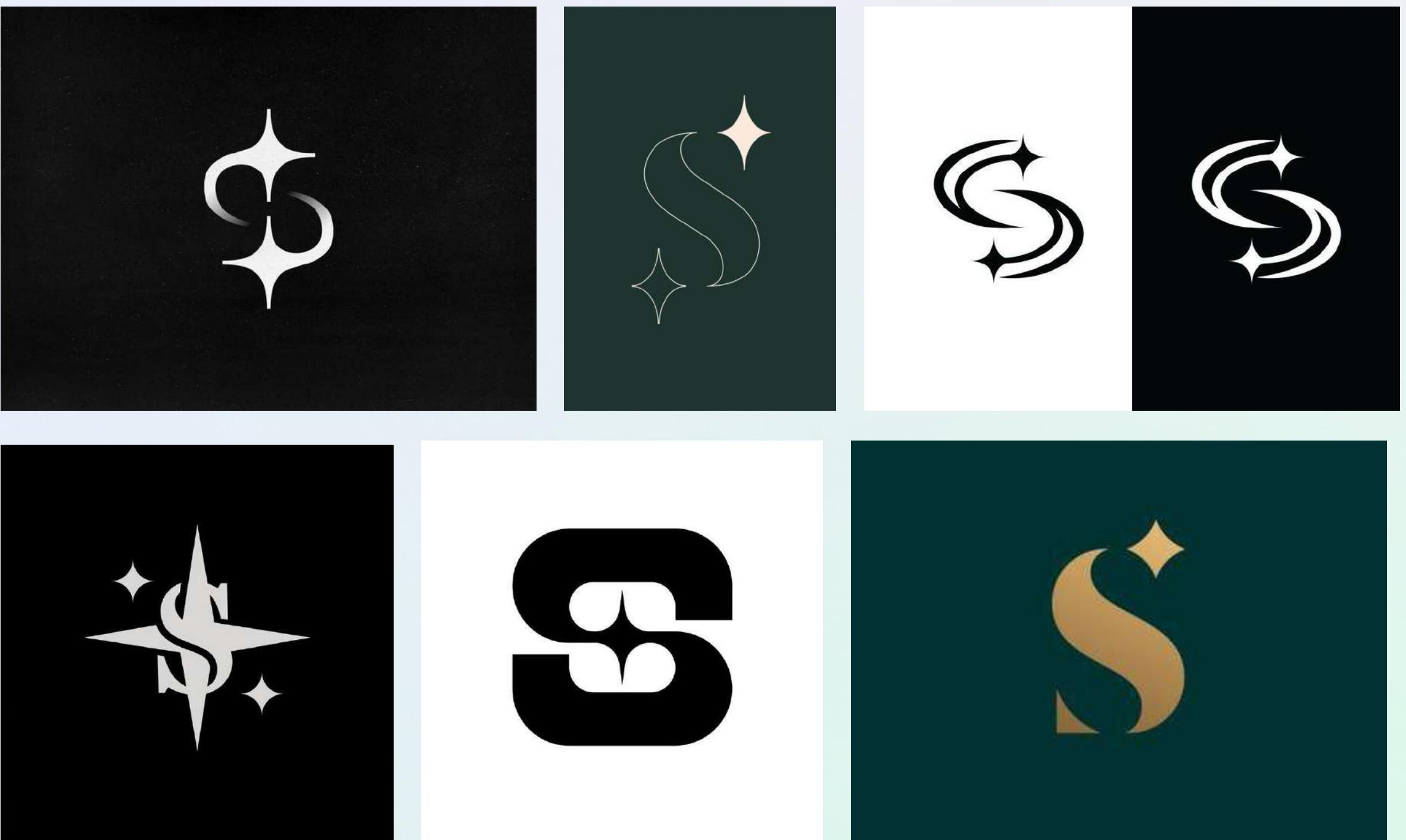
Logo

Per la realizzazione del pittogramma, l'idea è stata quella di unire l'iniziale del nome con un elemento che fosse immediatamente riconoscibile e che riconducesse all'attività svolta dal brand.

Dal momento che l'agenzia opera grazie ai viaggi spaziali, abbiamo scelto la stella come elemento rappresentante.

Successivamente, abbiamo applicato alcune fantasie alla lettera "S", iniziale del nome del brand, fino a rappresentarla come l'unione di due stelle.

Infine, il pittogramma è stato inclinato per veicolare l'idea di movimento.



Typography

Title	
Font against	Letter Spacing 0%
Weight Regular	Text Decoration None
Size 80px	Paragraph Spacing 0px
Line Height Automatic	Case Original

Title

SubTitle	
Font Montserrat	Letter Spacing 0%
Weight Bold	Text Decoration None
Size 70px	Paragraph Spacing 0px
Line Height Automatic	Case Original

SubTitle

H1	
Font Montserrat	Letter Spacing 0%
Weight SemiBold	Text Decoration None
Size 50px	Paragraph Spacing 0px
Line Height Automatic	Case Original

the lazy dog

h2	
Font Montserrat	Letter Spacing 0%
Weight SemiBold -Bold	Text Decoration None
Size 40px	Paragraph Spacing 0px
Line Height Automatic	Case Original

The quick brown
fox jumps over
the lazy dog.

H3	
Font Montserrat	Letter Spacing 0%
Weight SemiBold	Text Decoration None
Size 35px	Paragraph Spacing 0px
Line Height Automatic	Case Original

The quick brown
fox jumps over the
lazy dog.

h4	
Font Montserrat	Letter Spacing 0%
Weight SemiBold	Text Decoration None
Size 25px	Paragraph Spacing 0px
Line Height 150%	Case Original

The quick brown fox jumps
over the lazy dog.

Paragraph	
Font Montserrat	Letter Spacing 0%
Weight Medium	Text Decoration None
Size 20px	Paragraph Spacing 0px
Line Height 150%	Case Original

The quick brown fox jumps over the
lazy dog.

Variant_Paragraph	
Font Montserrat	Letter Spacing 0%
Weight Regular	Text Decoration None
Size 15px	Paragraph Spacing 0px
Line Height Automatic	Case Original

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

In accordo con l'estetica del sito, abbiamo optato per l'utilizzo del font Against per la realizzazione dei titoli. La scelta di questo font si sostanzia nelle particolari grazie e nel tratto sinuoso di alcune lettere che, quasi a richiamare un font gotico, contrasta perfettamente il resto dei caratteri più rigidi e sobri. Against è quindi il font ideale per esprimere il carattere del brand

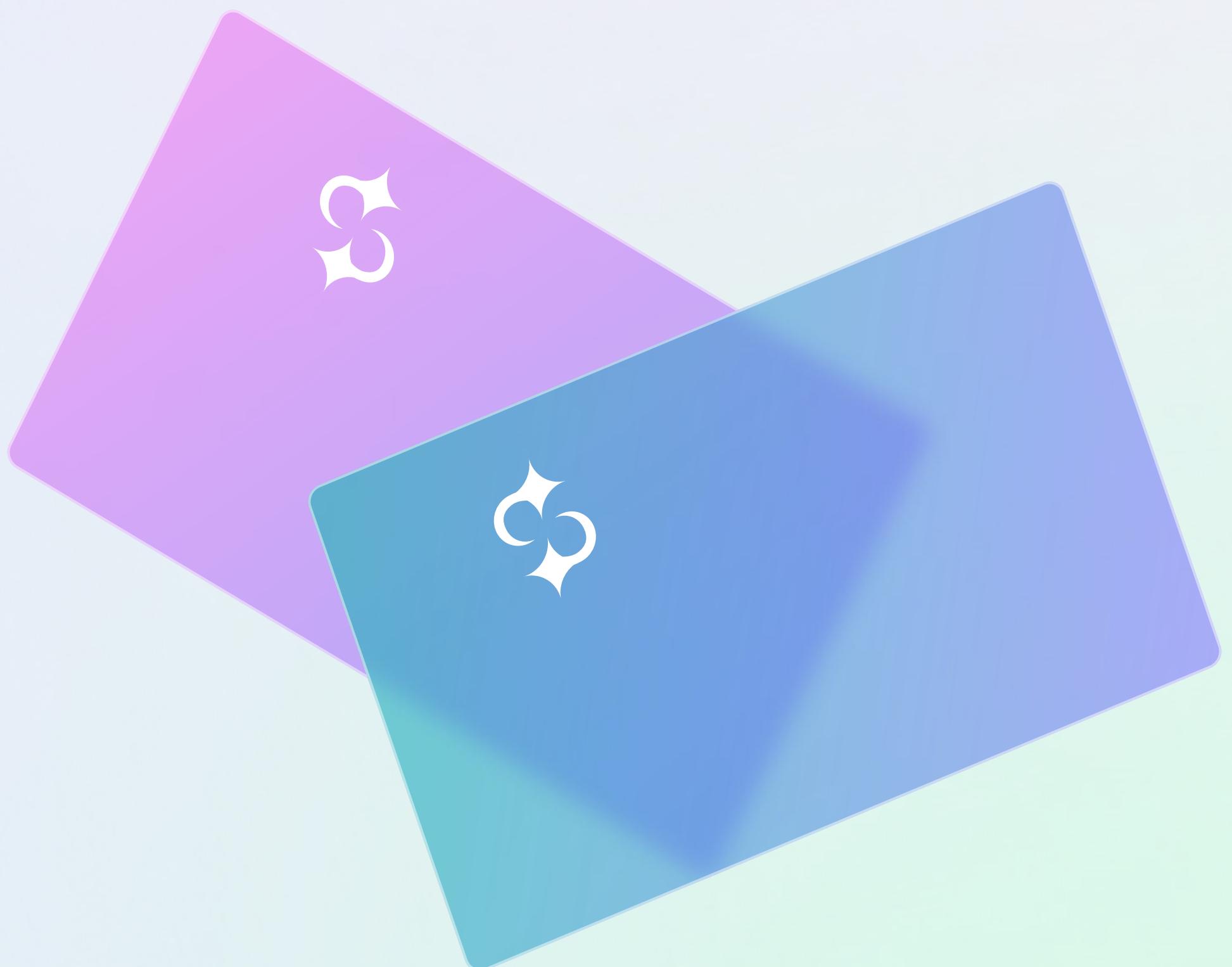
Per quanto concerne i paragrafi, abbiamo invece utilizzato Montserrat. L'estensione accentuata dei glifi e la linearità di questi ultimi si traducono in una maggior leggibilità, donando ai contenuti testuali l'equilibrio e il giusto contrasto con un font caratteristico come Against.

Scelte Stilistiche

Glassmorphism

Il Vetro è l'elemento minimalista per eccellenza. Comunemente, quando si pensa ad un ipotetico scenario futuristico, i pannelli di vetro rappresentano una costante. Il motivo è chiaro. L'estetica che veicola il vetro rimanda alla pulizia e al minimalismo, due aspetti che ben si legano alla sofisticatezza che è propria del futuro.

Abbiamo scelto di servirci di alcuni dettagli realizzati con la tecnica del glassmorfismo per comunicare tutte le proprietà che questo elemento comunica e per dare un tocco originale al sito. L'header e il footer infatti non figurano più come rigidi blocchi monocolore, ma catturano meno l'attenzione, lasciando più spazio ai contenuti



Scelte Stilistiche

Gradienti

L'intero sito si caratterizza per la presenza di gradienti con un leggero rumore di fondo. I colori utilizzati riprendono la palette del brand e spaziano dal verde al blu scuro, passando per varie tonalità di rosa e di viola. Il gradiente viene poi sfocato e l'opacità ridotta affinché non distraiga l'utente durante la navigazione. I gradienti sono un modo per veicolare quell'estetica eterea a metà tra l'ambientazione spaziale e il carattere fantasy della nostra identity.

Parallax

All'interno della Homepage, nella Hero Section, abbiamo scelto di applicare un effetto parallasse agli elementi grafici presenti, le nuvole. Il motivo di tale scelta è duplice. Da un lato, ha lo scopo di colpire fin da subito l'utente che accede per la prima volta al nostro sito grazie ad un'estetica accattivante; dall'altro, riprende il tema della scoperta, svelando per intero la homepage solo dopo l'interazione dell'utente stesso che, allo scrolling del mouse, fa scostare le nuvole a lato, mostrando per intero il nome del nostro brand.

Immagini

Per quanto concerne le immagini, abbiamo scelto di inserire all'interno del sito delle preview delle nostre destinazioni, in modo tale da poter ispirare l'utente e mantenere alto il livello di attenzione, offrendo una buona alternativa ai testi presenti all'interno del sito. Tra le varie immagini, tutte generate con AI, abbiamo selezionato quelle che meglio potessero concordare con l'estetica o con lo scopo della pagina. Ad esempio, nella pagina "Esperienze" abbiamo scelto quelle che avessero un maggior potere emozionale ed evocativo, mentre, all'interno della Homepage, sono raffigurate immagini con tonalità più vicine all'identity del brand.

Caroselli

In modo tale da svecchiare l'impronta del sito e discostarlo da tutti i competitors, abbiamo fatto molto riferimento all'utilizzo di caroselli all'interno delle varie pagine del sito. Al di là del rendere l'esperienza di navigazione più fluida e dinamica, ci è sembrato un modo per rafforzare il concetto di esplorazione nella mente degli utenti, così che questi ultimi avessero l'impressione di star navigando da un pianeta all'altro prima ancora di prenotare un'esperienza sul sito.

Scelte Stilistiche

Tone of voice

Il nostro linguaggio è semplice e accessibile, privo di termini tecnici complicati o di formalità eccessive.

Vogliamo che i visitatori si sentano a loro agio, come se stessero parlando con un amico fidato.

Il nostro tone of voice mira a coinvolgere attivamente i visitatori, stimolando la loro curiosità e invitandoli a interagire con i contenuti del sito.

Vogliamo che i visitatori lascino il nostro sito con una sensazione positiva. Pertanto, il nostro linguaggio è sempre ottimistico e incoraggiante.



Dario Moccia

Dario Moccia, noto content creator e streamer italiano vi porterà a scoprire questo fantastico posto pieno di sorprese..



Attività Subacquee Celesti

Sperimentate lo snorkeling o l'immersione spaziale in acque trasparenti e cristalline, esplorando mondi sottomarini alieni.

User Personas

TARGET 1 - VIAGGI PER FAMIGLIE

Le famiglie cercano avventure interstellari adatte a tutte le età. Questi viaggiatori cercano esperienze adatte anche per i più piccoli come attività educative e momenti di connessione familiare. Vogliono imparare la storia dell'universo e creare ricordi indelebili da aggiungere all'album di fotografie di famiglia.



Età
da 45 a 2 anni

Professione
Supereroi

Pianeta
Terra

TARGET 1 - VIAGGI PER FAMIGLIE

GLI INCREDIBILI

ABITUDINI

Durante Le Vacanze, La Famiglia Incredibile Si Allenava Attivamente E Pianificava Per Emergenze. Amanti Dell'avventura, Esploravano Luoghi Insoliti, Aiutando La Comunità Con I Loro Poteri. Si Adattavano Con Calma Alle Situazioni Impreviste, Godendo Anche Di Momenti Di Relax. Flessibili Nel Viaggio, Condividono Conoscenze E Abilità.

ABITUDINI TECNOLOGICHE

La Famiglia De "Gli Incredibili" Utilizza Principalmente Un Computer Fisso. Violetta E Flash, Essendo Ragazzi, Sono Molto Bravi Ad Usare I Nuovi Apparecchi Tecnologici E Per Questo Aiutano Molto Spesso I Loro Genitori A Svolgere Le Loro Mansioni Con Il Computer.

FRUSTRAZIONI

Disaccordi Sulle Attività E Sulle Mete Da Visitare Durante Il Viaggio In Famiglia.

Mancanza Di Attrezzature Per Bambini Nei Luoghi Di Soggiorno E Ristoranti.

Difficoltà A Trovare Attività Adatte A Tutti I Membri Della Famiglia.

BISOGNI E OBIETTIVI

Bisogno Di Attività Coinvolgenti Che Tengano Conto Dei Ritmi Dei Bambini.

Pianificazione Di Pause Rilassanti Per Evitare Stress E Stanchezza.

Attività Culturali, Interattive E Divertenti Adatte A Tutte Le Età.

TARGET 2 - VIAGGI ROMANTICI

Le coppie preferiscono esperienze intime e coinvolgenti. Cercano tranquillità e romanticismo per vivere momenti speciali da condividere con il proprio partner. Sognano cene sotto le stelle, corriere private nello spazio e luoghi suggestivi per rafforzare il loro legame.



Età

19 BBY

Professione

Jedi

Pianeta

Tatooine

TARGET 2 - VIAGGI ROMANTICI

ANAKIN

ABITUDINI

Anakin, In Viaggio Romantico Con La Sua Compagna Padmé, Cerca Intimità E Avventura, Preferendo Esperienze Spontanee E Senza Una Pianificazione Rigida. È Alla Ricerca Momenti Romantici E Attività Emozionanti, Rimanendo Pronto A Combattere O Affrontare Sfide Impreviste Come Jedi, Oltre A Condividere Momenti Speciali Con Il Partner.

ABITUDINI TECNOLOGICHE

Lavorando A Stretto Contatto Con Droidi, Ha Imparato A Sfruttare Al Massimo La Tecnologia A Sua Disposizione. Il Suo Fedele Droide Astromeccanico, R2-D2, È Sempre Al Suo Fianco Per Effettuare Ripari E Manutenzioni Alle Sue Navi Stellari.

FRUSTRAZIONI

Limitazioni Nel Tempo O Pianificazioni Troppo Rigide.

Eventi O Attività Affollate E Affrettate Che Limitano Il Tempo Trascorso In Coppia.

Abituato A Situazioni D'azione, Potrebbe Essere Irritato Da Lunghe Attese In Luoghi Turistici Affollati.

BISOGNI E OBIETTIVI

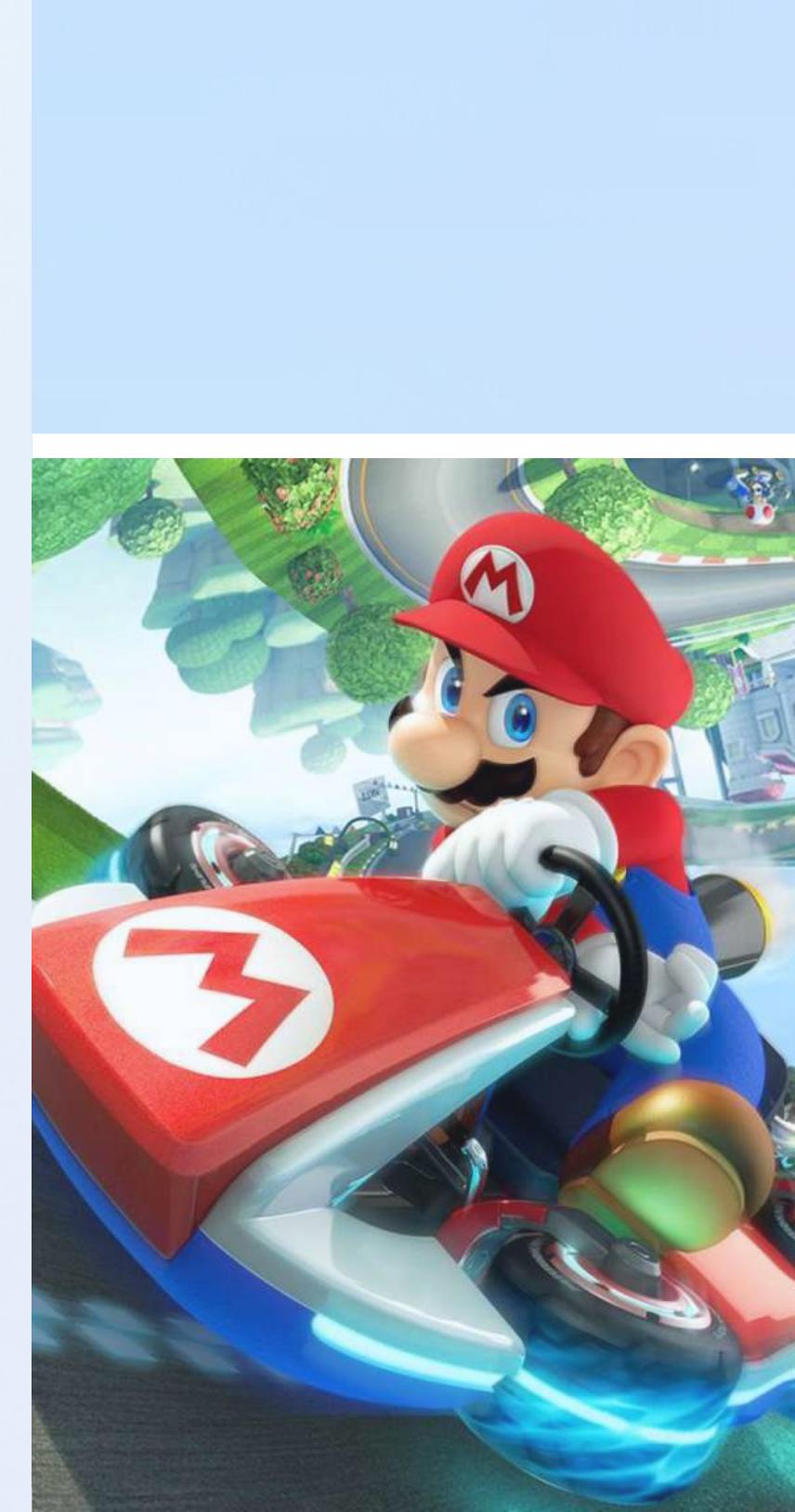
Bisogno Di Attività Coinvolgenti Che Tengano Conto Dei Ritmi Dei Bambini.

Pianificazione Di Pause Rilassanti Per Evitare Stress E Stanchezza.

Attività Culturali, Interattive E Divertenti Adatte A Tutte Le Età.

TARGET 3 - VIAGGI ESTREMI

I viaggiatori avventurosi cercano l'emozione, l'adrenalina e la sfida di esplorare territori spaziali unici e inesplorati. Amano mettersi alla prova in ambienti estremi, vivere avventure ad alto rischio che gli facciamo provare emozioni forti.



Età

36 Anni

Professione

Idraulico

Pianeta

Mushroom Kingdom

TARGET 3 - VIAGGI ESTREMI

SUPERMARIO

ABITUDINI

Super Mario È Amante Delle Corse Automobilistiche E Dei Percorsi A Ostacoli E Vuole Vivere Un Viaggio Coinvolgente Ed Esaltante Con I Suoi Amici. Cerca Gare Mozzafiato, Percorsi Avventurosi E Sfide Emozionanti Per Trascorrere Momenti Indimenticabili, Divertendosi E Creando Ricordi Condivisi All'insegna Dell'adrenalina E Dell'entusiasmo.

ABITUDINI TECNOLOGICHE

SuperMario È Piuttosto Imbranato Con La Tecnologia. Possiede Un Tablet Regalatogli Da Toad Per Giocare A Mario Kart 8 Deluxe. Principalmente Utilizza Il Telefono Per Comunicare Con Peach E Per Scegliere Insieme A Suo Fratello Luigi I Luoghi Adatti A Delle Corse Automobilistiche Sfrenate.

FRUSTRAZIONI

Le Attività Non Offrono Il Livello Di Adrenalina O Avventura Che Si Aspetta.

Attrezzature O Strumenti Inadeguati Per Le Attività Estreme Previste.

Limitazioni O Restrizioni Di Sicurezza Che Impediscono Di Svolgere Attività Più Estreme O Avventurose.

BISOGNI E OBIETTIVI

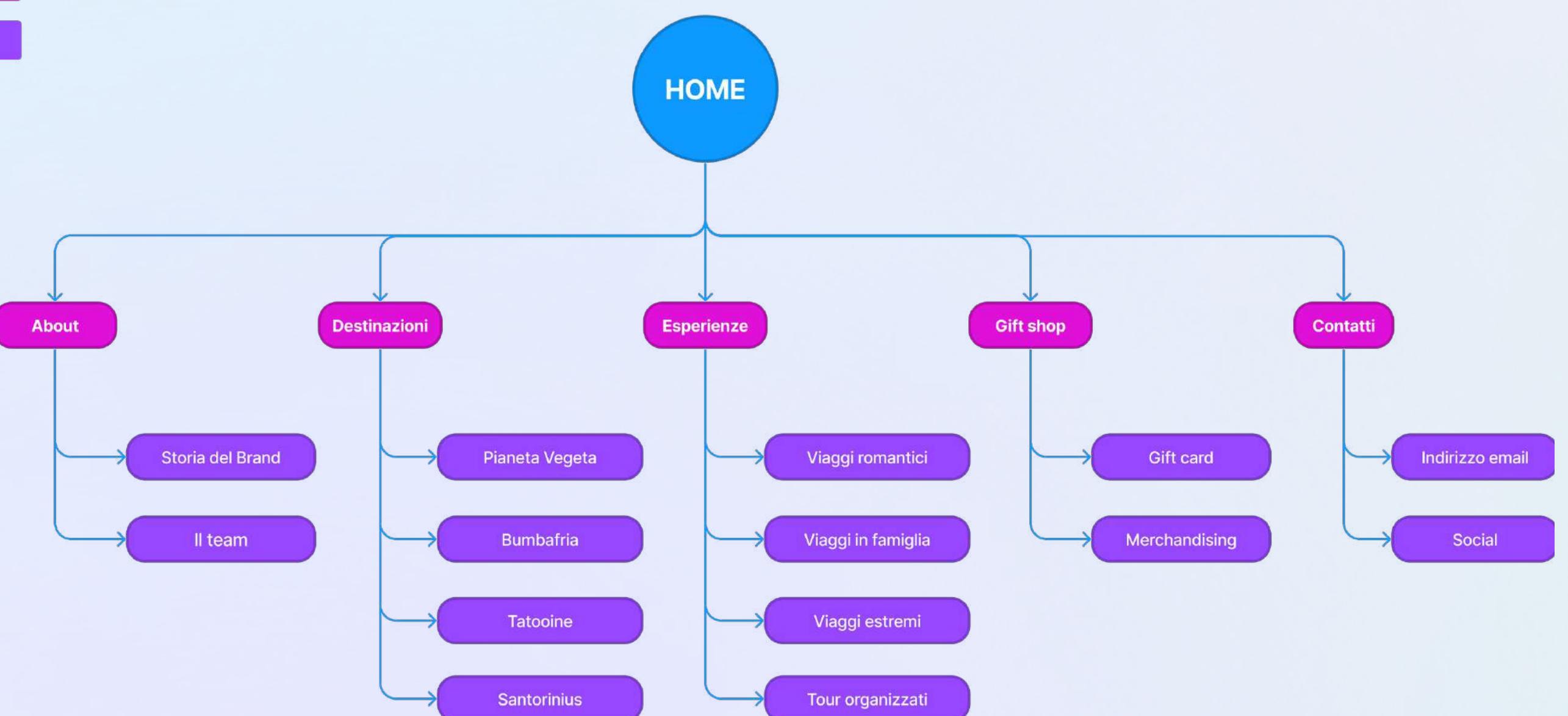
Esperienze Emozionanti Che Offrano Adrenalina E Avventura Durante Il Viaggio.

Ambiente Sicuro Durante Le Attività Ad Alto Livello Di Adrenalina.

Esperienze Uniche E Originali Che Lo Portino Fuori Dalla Sua Comfort Zone.

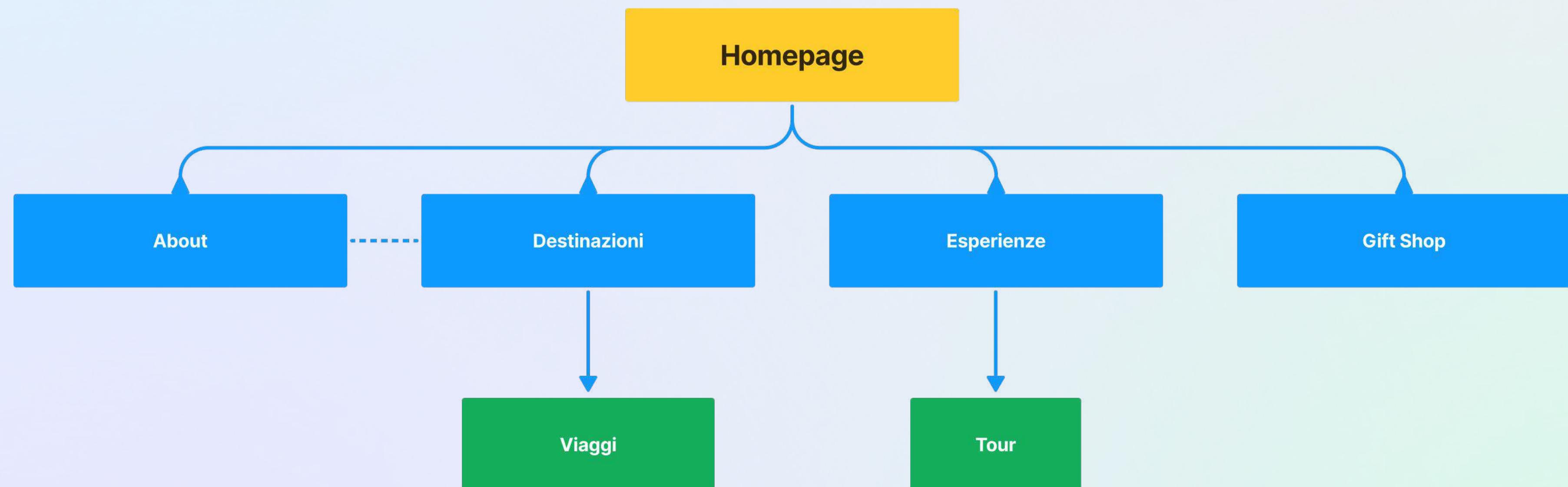
Progettazione dell'IA

Legenda



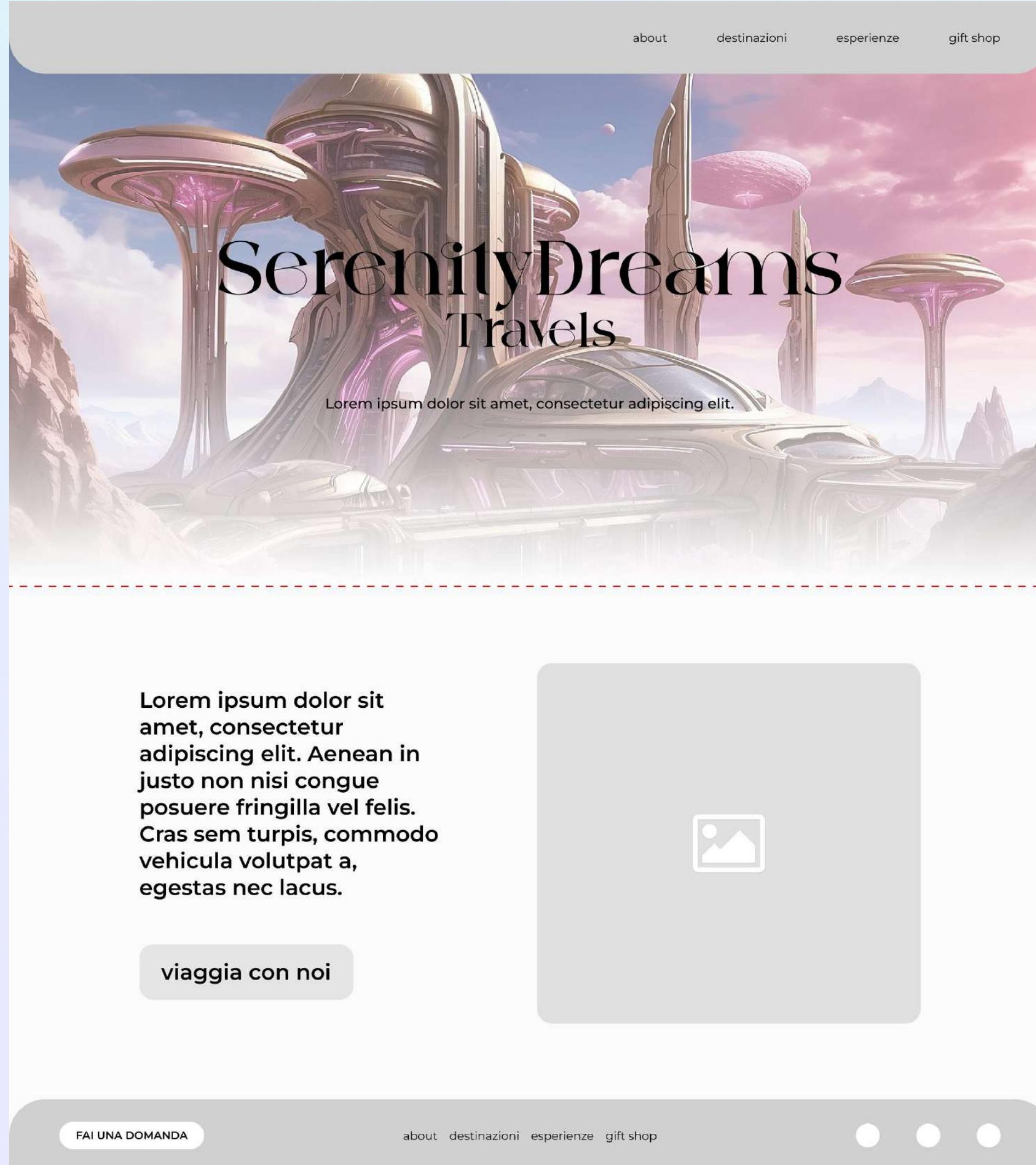
Inizialmente, l'information architecture prevedeva 6 pagine compresa la homepage. Dopo alcune revisioni, abbiamo pensato di integrare i contatti all'interno del footer, eliminando la necessità di realizzare una pagina apposita.

Information Architecture



Web Design Drafts

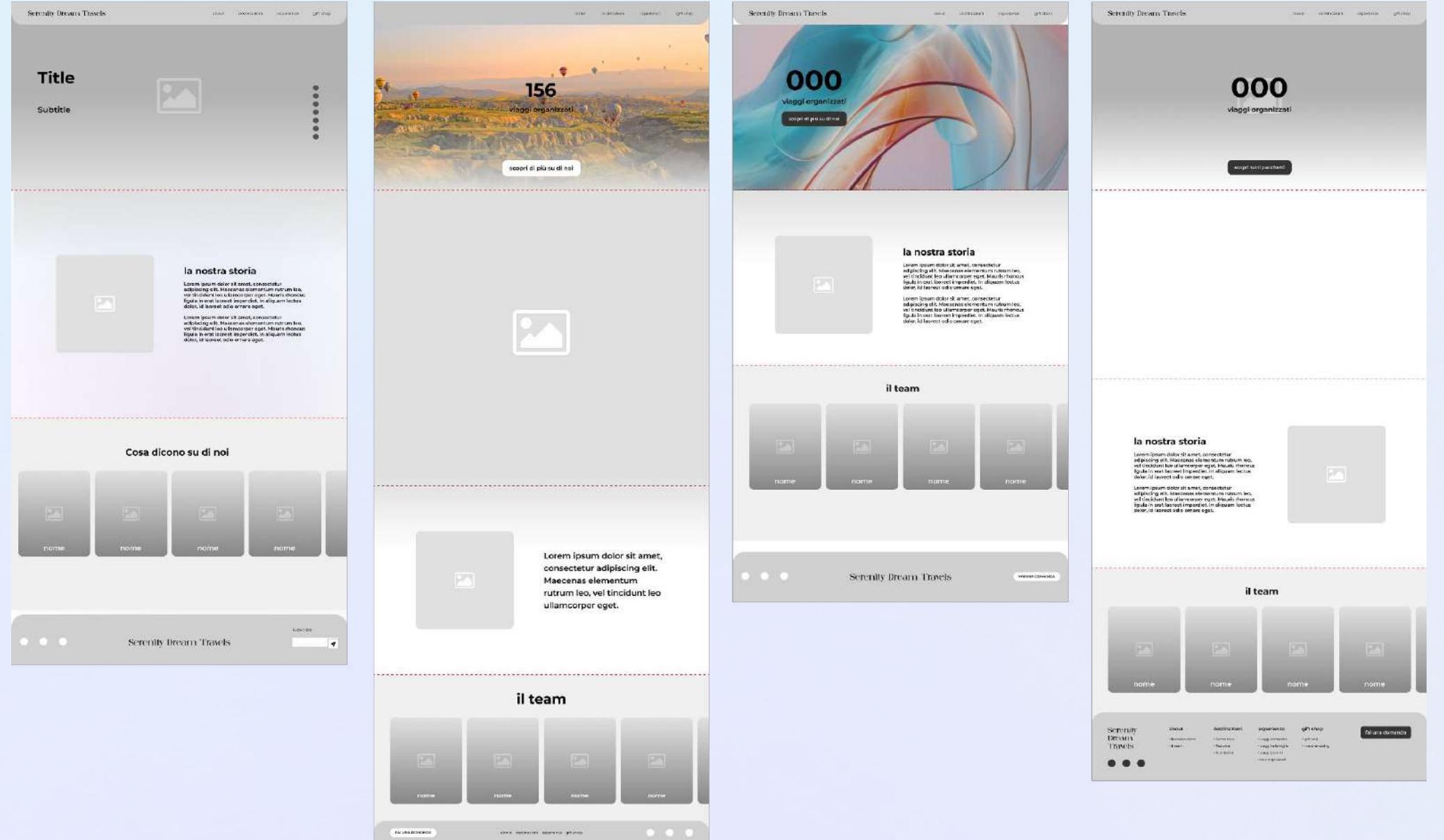
Homepage



Il nostro primo progetto di Homepage mirava a costruire una sezione che potesse rapidamente coinvolgere l'utente nel processo di organizzazione del viaggio. L'idea era quella di evitare elementi superflui per far sì che si concentrasse sullo scopo del sito e sulla relativa CTA in basso.

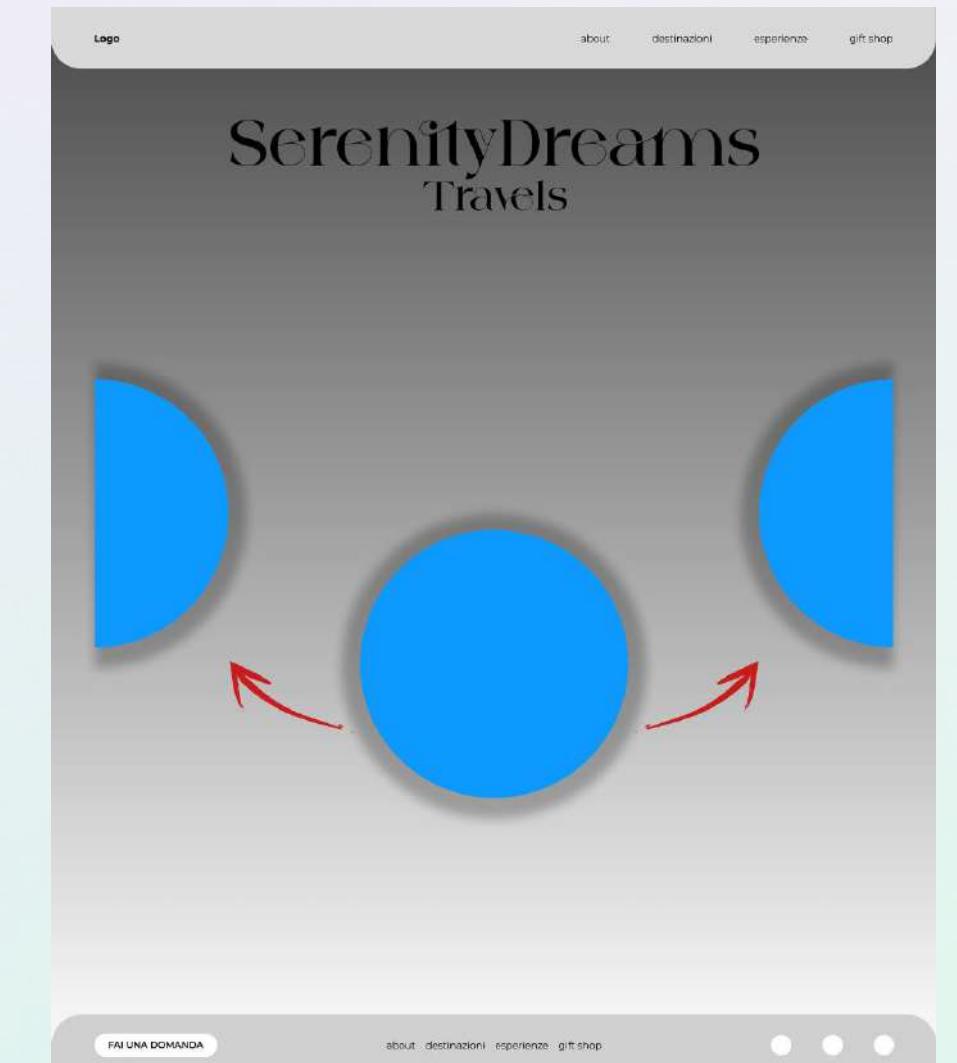
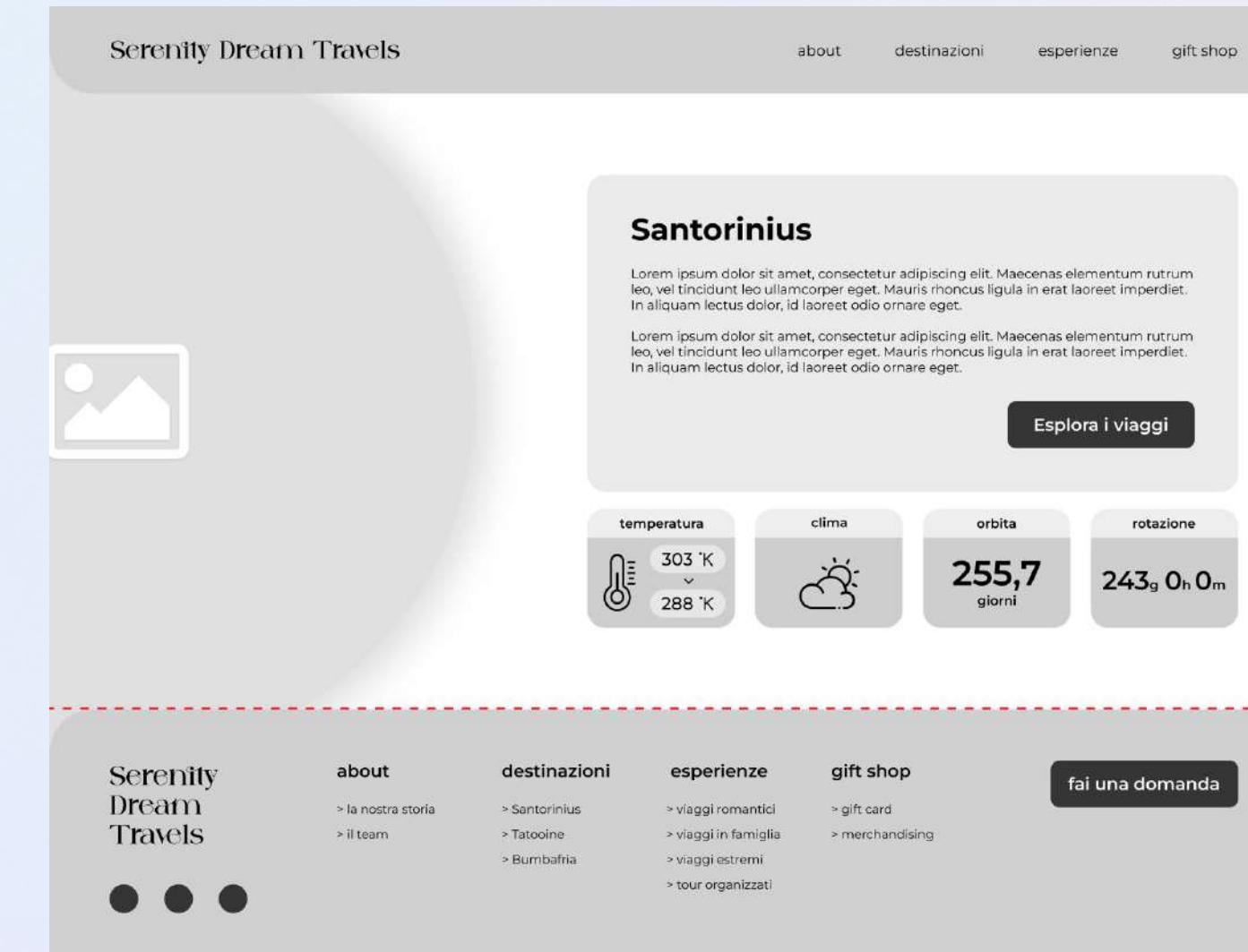
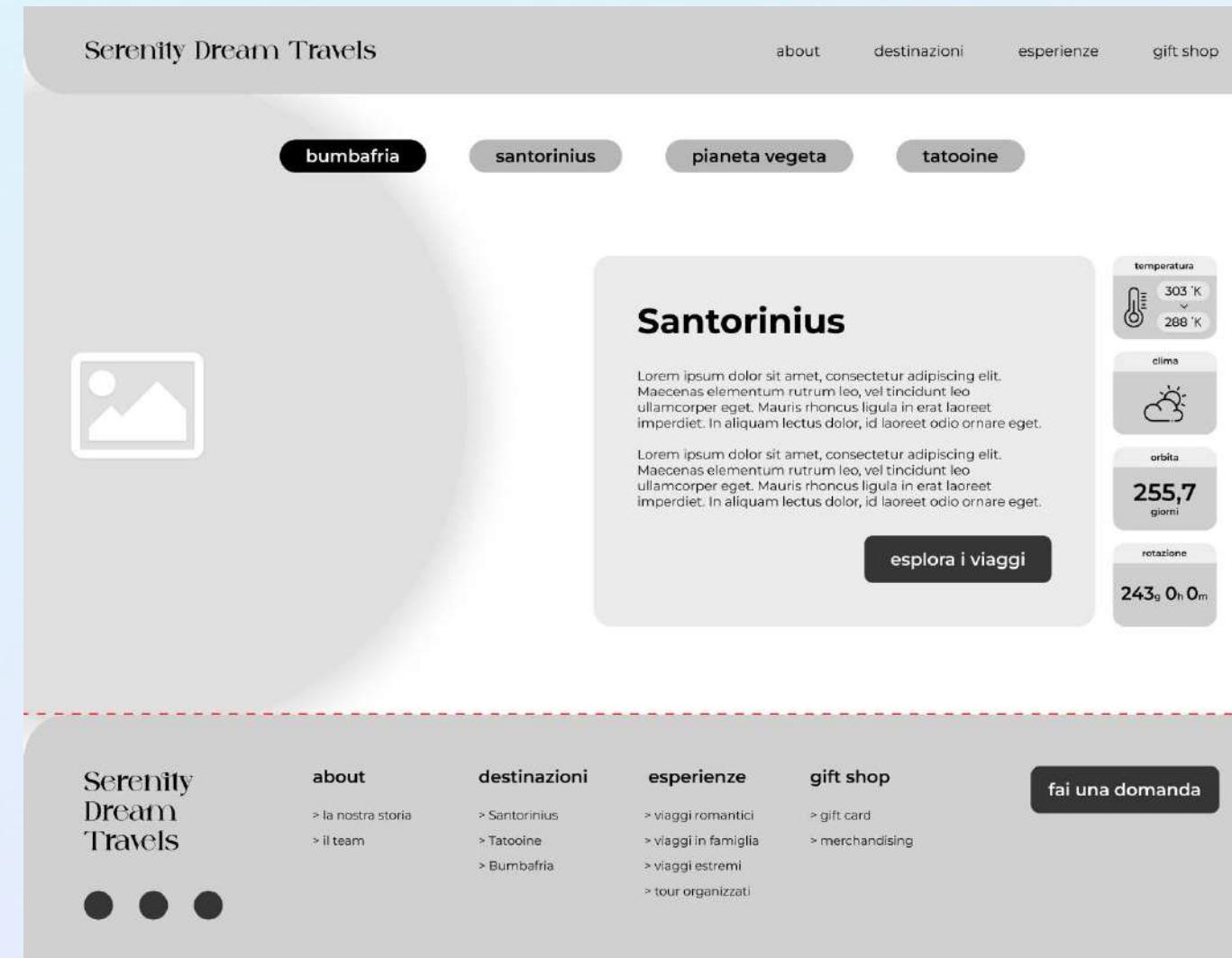
L'idea è stata poi abbandonata perché abbiamo ritenuto che arricchire la homepage di specifici elementi, quali i nostri numeri, i punti di forza e un form per le domande, potesse risultare in una maggior professionalità agli occhi dell'utente

About



La progettazione della pagina about ha comportato una costante evoluzione che andasse dalla creazione di una hero section che raccontasse i numeri della nostra azienda, fino ad optare per un carosello con i membri del team. Altre sezioni riguardano la storia e le recensioni. Le opinioni dei clienti hanno preso il posto delle card de "Il Team".

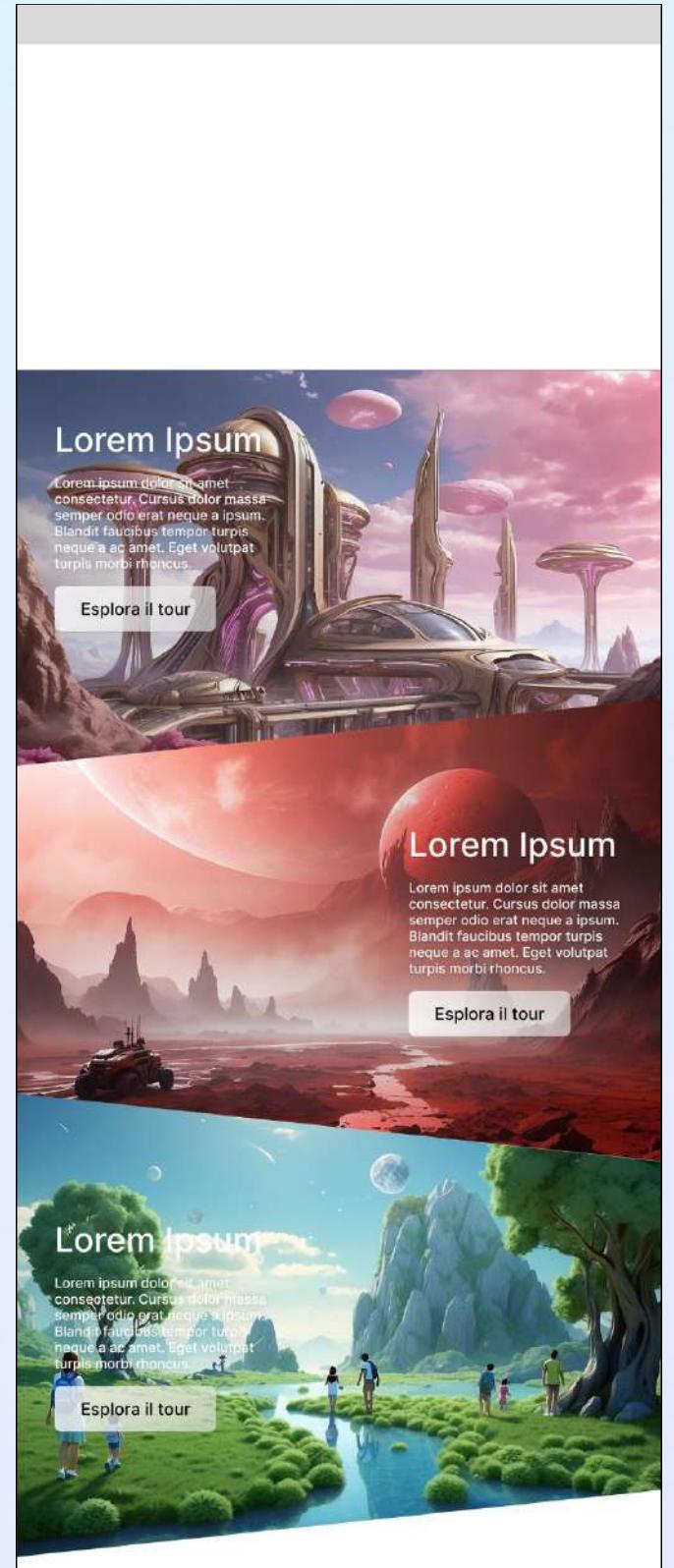
Destinazioni



Per la pagina Destinazioni, avevamo inizialmente optato per un frame a grandezza viewport. L'idea era quella di creare un carosello che permettesse di visualizzare il pianeta e, annesse, le informazioni e la CTA per i button.

Successivamente, l'idea è stata abbandonata in favore di un anchor link che consentisse all'utente di selezionare il pianeta, cliccare un button e scrollare fino all'apposita sezione.

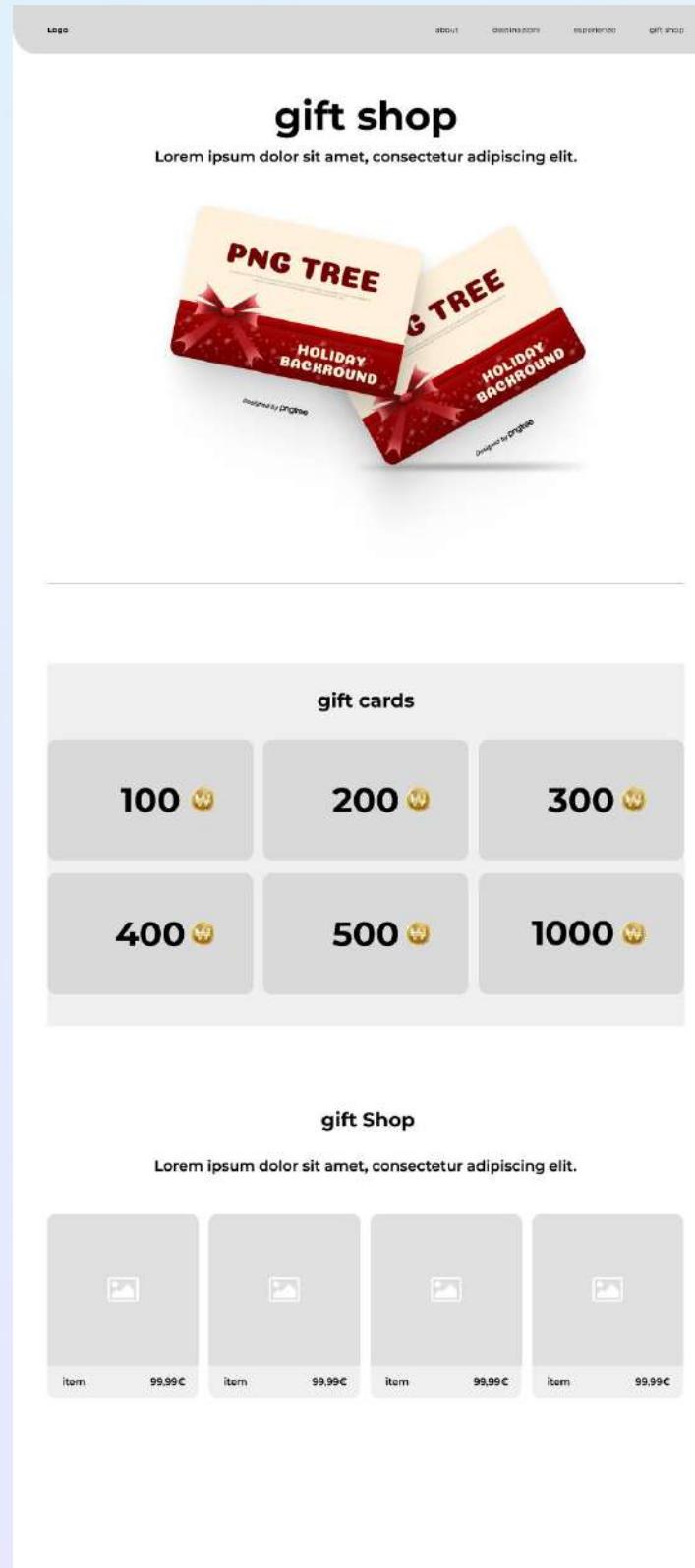
Esperienze



A travel website interface for "esperienze". The header includes links for "about", "destinazioni", "esperienze", and "gift shop". The main title "esperienze" is centered over a background image of hot air balloons in a valley. Below the title is placeholder text "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.". A search bar and filter section are present. The main content area displays a grid of travel cards, each with a title like "titolo viaggio location" and a "scopri di più →" button. At the bottom, there's a "FAI UNA DOMANDA" button and a navigation bar with three dots.

Inizialmente, abbiamo immaginato la pagina Esperienze come un modo per far leva sulla curiosità dell'utente, cercando di impostare una sorta di "Vetrina" delle nostre migliori soluzioni di viaggio. L'idea, tuttavia, è stata poi soggetta a differenziati ambienti, principalmente per il fatto che con l'introduzione delle card, si sarebbe non solo guadagnato spazio per i filtri di ricerca, ma si sarebbero potute aggiungere anche molte più offerte.

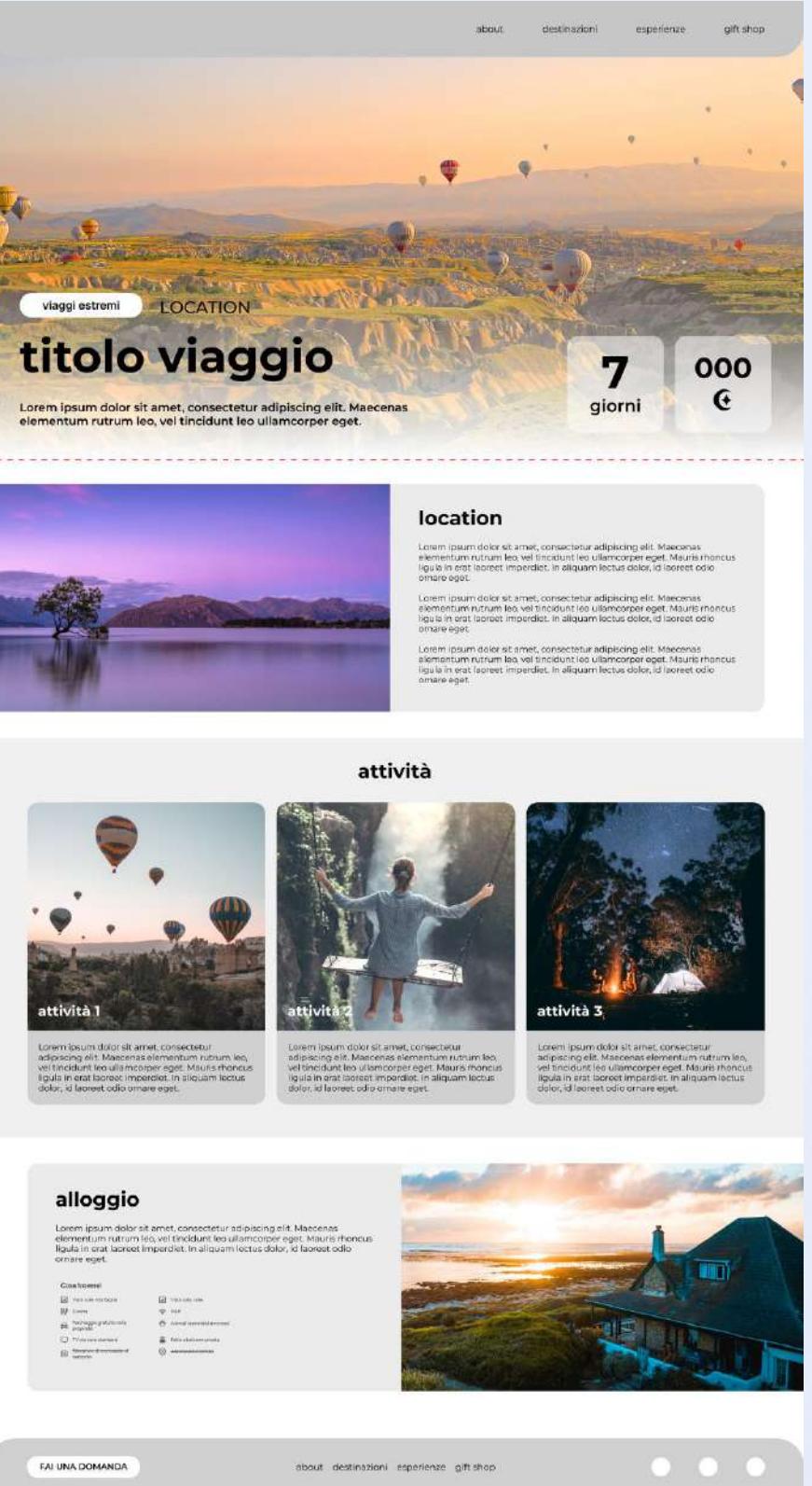
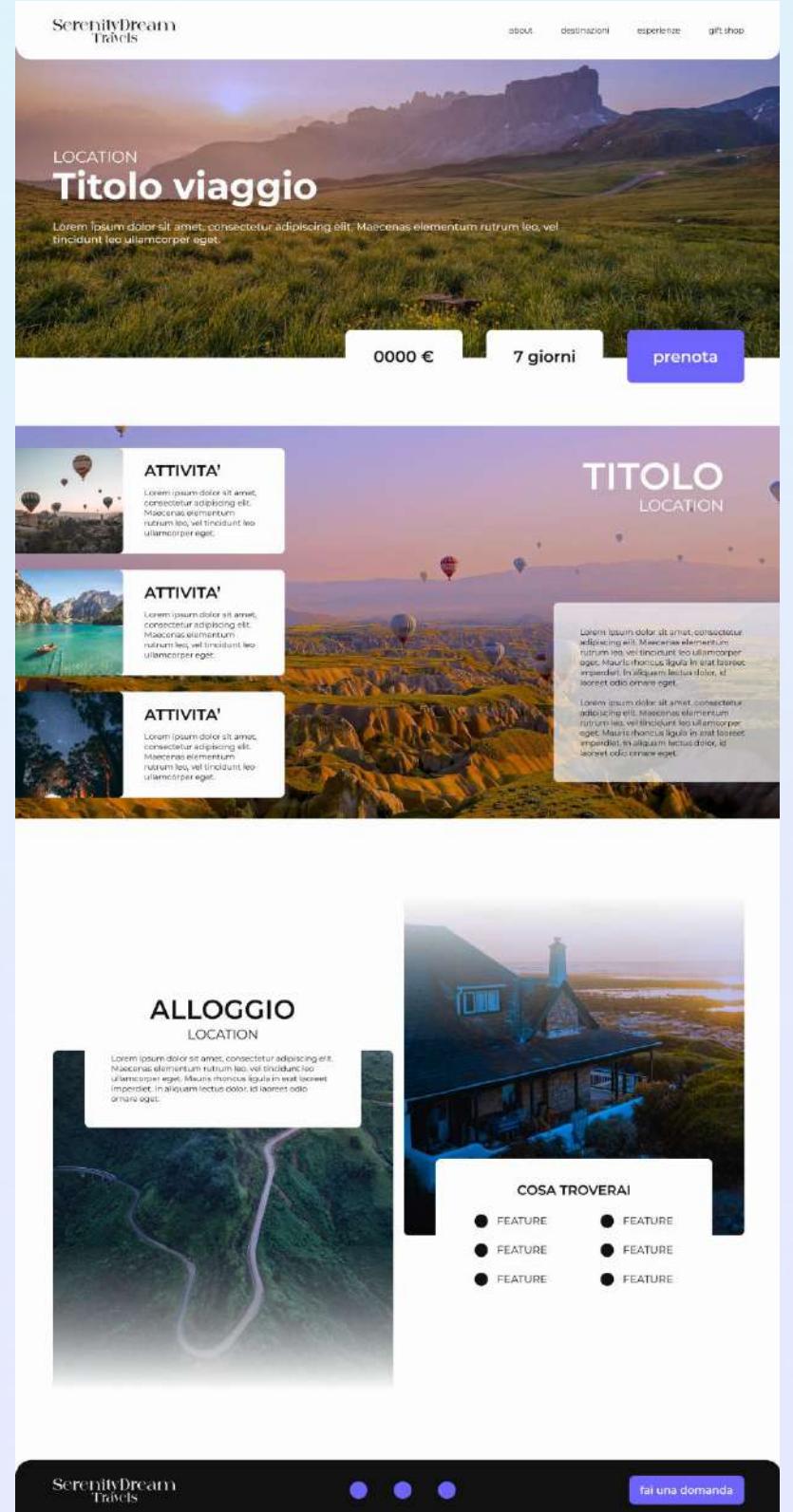
Gift Shop



La pagina web "Gift Shop" è nata inizialmente solo con la sezione centrale rappresentata dalle card. Queste rappresentano una somma di denaro pre-caricata che può essere utilizzata come regalo versatile.

Solo successivamente è stata inserita un'altra sezione dedicata ai Pacchetti Esperienza. Questa area offre una serie di esperienze uniche che possono essere acquistate come regalo. I pacchetti si rifanno direttamente al concetto delle Smart Box dove l'utente può acquistare esperienze come la settimana bianca lattea o il safari astrale e molto altro.

Viaggi



Per la pagina Viaggi, abbiamo proposto varie versioni che differissero per l'idea alla base. Nel primo caso, la pagina avrebbe dovuto dare più info a livello generale, dando l'occasione all'utente di scoprire attività, location, alloggio e feature in modo più rapido, ma con un'attenzione in meno verso l'estetica.

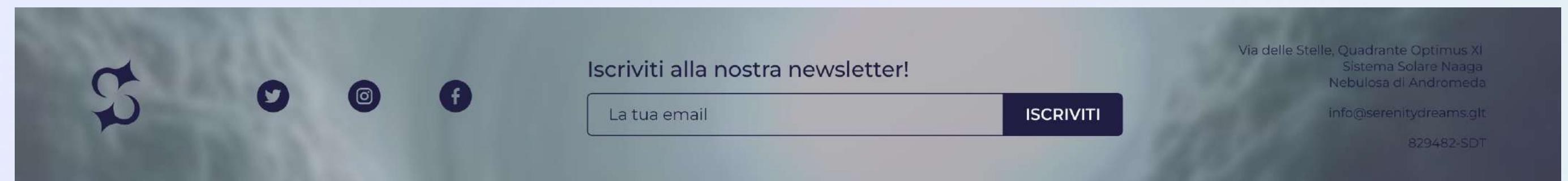
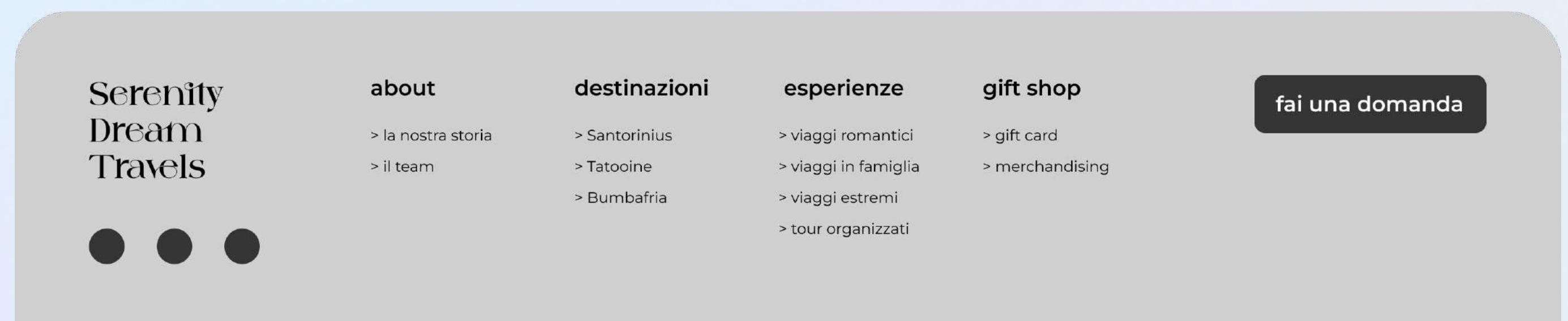
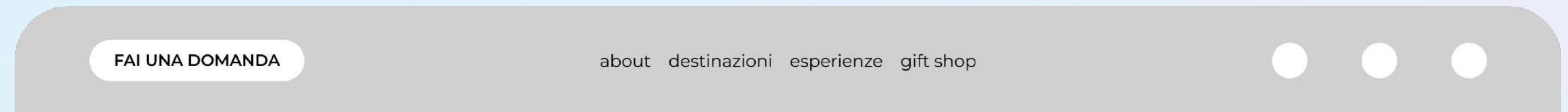
Successivamente, abbiamo pensato di allungare le dimensioni della pagina, di dare il giusto rilievo alle varie sezioni che la compongono. Per questo, le attività sono state scorporate dalla location e messe in basso. Abbiamo impostato un ordine che rispecchiasse quella che secondo noi è la scala di priorità dell'utente: location, attività, alloggio.

Tour

The image displays two wireframe prototypes of a travel tour page. The left prototype features a static layout with four sections, each representing a day of the trip ('GIORNO 1', 'GIORNO 2', 'GIORNO 3', 'GIORNO 4'). Each section includes a placeholder image, a location name, and descriptive placeholder text. The right prototype shows a more dynamic design. It has a main header 'Titolo tour' and a 'LOCATION' section. Below this is a timeline with five numbered boxes ('GIORNO 1' through 'GIORNO 5') connected by a winding path. Each box contains a placeholder image, a location name, and descriptive placeholder text. A sidebar on the right side of the timeline also contains placeholder text.

La pagina Tour avrebbe dovuto offrire una panoramica generale delle attività da svolgere in un viaggio di più giorni, una volta acquistato. Inizialmente abbiamo pensato ad un layout più statico, con una suddivisione della pagina in sezioni, ciascuna delle quali si riferisse ad un giorno del tour. Successivamente, abbiamo racchiuso questa suddivisione all'interno di una timeline, che ha il vantaggio non solo di risultare più moderno ma anche di mantenere la stessa intuitività dell'alternativa più tradizionale.

Footer Drafts



La realizzazione del Footer ha comportato principalmente un graduale processo di riempimento.

Inizialmente, l'obiettivo, dato anche dal glassmofismo scelto come uno dei principali canoni estetici, era quello di dar priorità ai contenuti e di alleggerire la struttura del sito, riducendo al minimo l'header, il footer e tutti gli elementi non direttamente coinvolte nell'esplorazione del sito.

Successivamente, abbiamo pensato di mantenere un design che potesse risultare comunque elegante ma informativo, offrendo all'utente l'occasione di consultare i profili social e di iscriversi alla newsletter. Non solo, ma abbiamo eliminato la pagina contatti per inserire i dati direttamente nel footer.

Look & Feel

Homepage

Serenity Dream Travels

about destinazioni esperienze gift shop

Esplorate l'ignoto con Serenity Dream Travel, la vostra agenzia spaziale di fiducia. Offriamo esperienze uniche nel loro genere, da orbite panoramiche a incantevoli passeggiate sulla Luna. Lasciatevi trasportare oltre l'ordinario. Serenity Dream Travel, dove ogni viaggio è un'avventura celeste.

VIAGGIÀ CON NOI

I nostri numeri

200	140	116	160
compagnie	viaggi	viaggiatori	awards

HAI DUBBI?
FAI UNA DOMANDA

IN VIA

Iscriviti alla nostra newsletter!

Serenity Dream Travels

VIAGGIÀ CON NOI

I nostri numeri

000	come spazi
000	viaggi
000	viaggiatori
000	awards

HAI DUBBI?
FAI UNA DOMANDA

IN VIA

Iscriviti alla nostra newsletter!

About

Serenity Dream Travels

about destinazioni esperienze gift shop

Claudio Del Prete

Front End Developer

La nostra storia

Le origini di Serenity Dream Travel risalgono a un incontro fortuito tra sei individualità appassionate di esplorazione spaziale. Unendosi in un connubio unico di ingegno, competenze scientifiche e visione, questo gruppo eclettico ha tracciato la strada per un'agenzia destinata a realizzare i sogni di chi desidera varcare i confini dell'universo. Attraverso collaborazioni, sfide superate e una determinazione condivisa, hanno creato un'agenzia che trasforma il desiderio di avventura in realtà accessibile.

Cosa dicono su di noi

Zarnak
★★★★★
"Serenity Dream Travels ha trasformato il mio sogno intergalattico in realtà. Esperienza straordinaria, servizio impeccabile, destini spaziali indimenticabili. Raccomando vivamente!"

Light

Goku

Synthra

Synthra

Iscriviti alla nostra newsletter!

Front End Developer
Claudio Del Prete

La nostra storia

Le origini di Serenity Dream Travel risalgono a un incontro fortuito tra sei individualità appassionate di esplorazione spaziale. Unendosi in un connubio unico di ingegno, competenze scientifiche e visione, questo gruppo eclettico ha tracciato la strada per un'agenzia destinata a realizzare i sogni di chi desidera varcare i confini dell'universo. Attraverso collaborazioni, sfide superate e una determinazione condivisa, hanno creato un'agenzia che trasforma il desiderio di avventura in realtà accessibile.

Dicono su di noi

Zarnak
★★★★★
"Serenity Dream Travels ha trasformato il mio sogno intergalattico in realtà. Esperienza straordinaria, servizio impeccabile, destini spaziali indimenticabili. Raccomando vivamente!"

Light

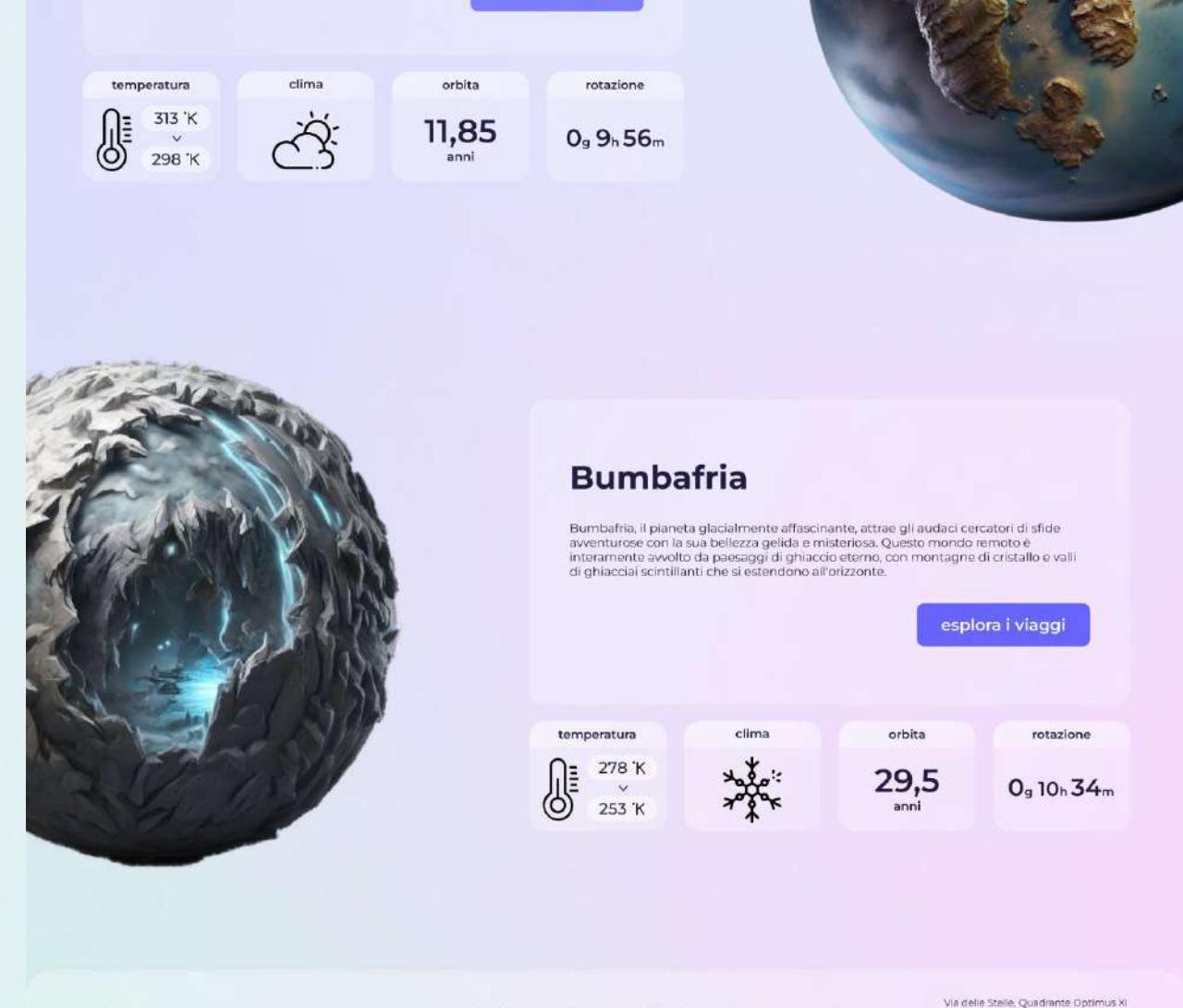
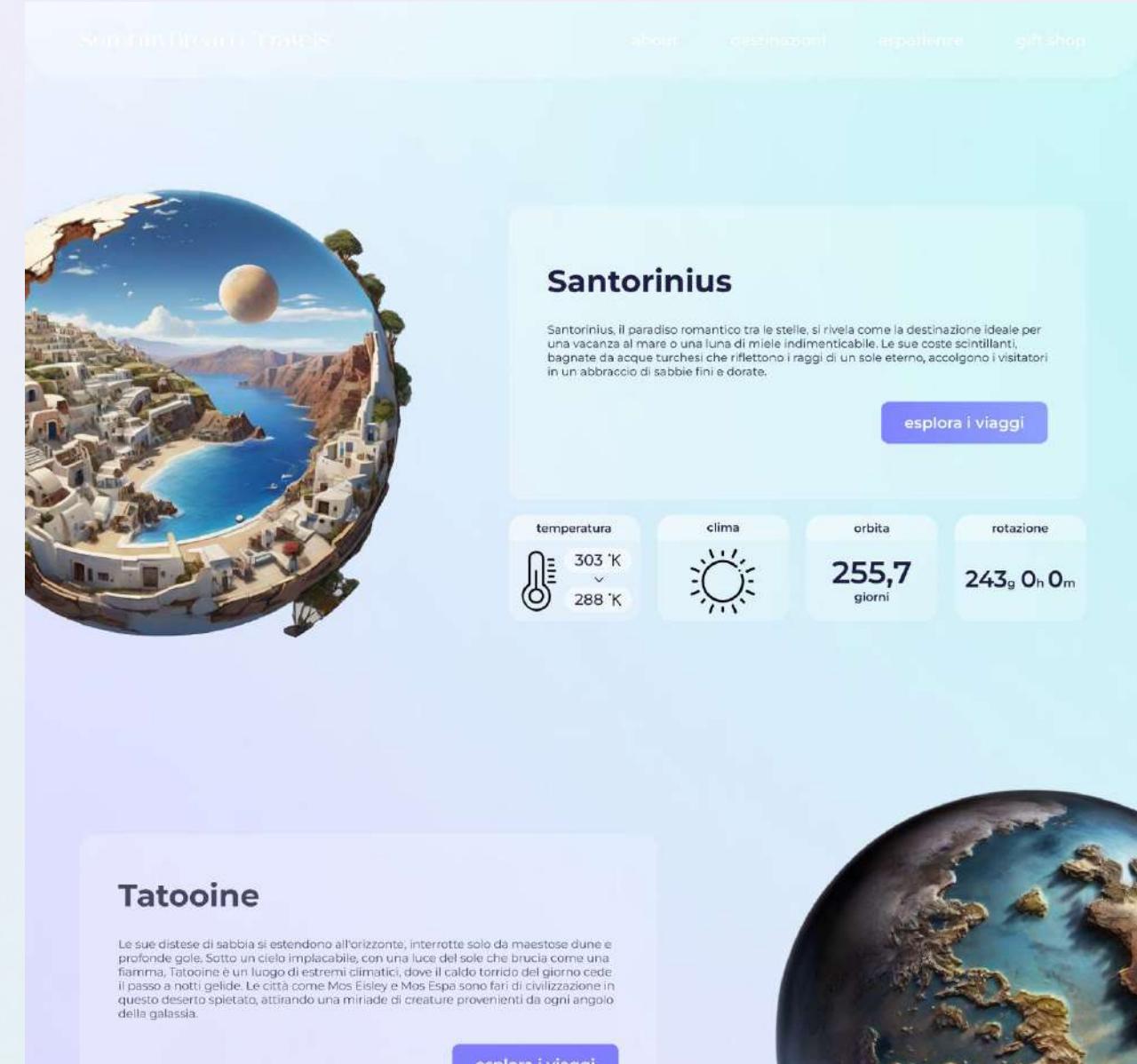
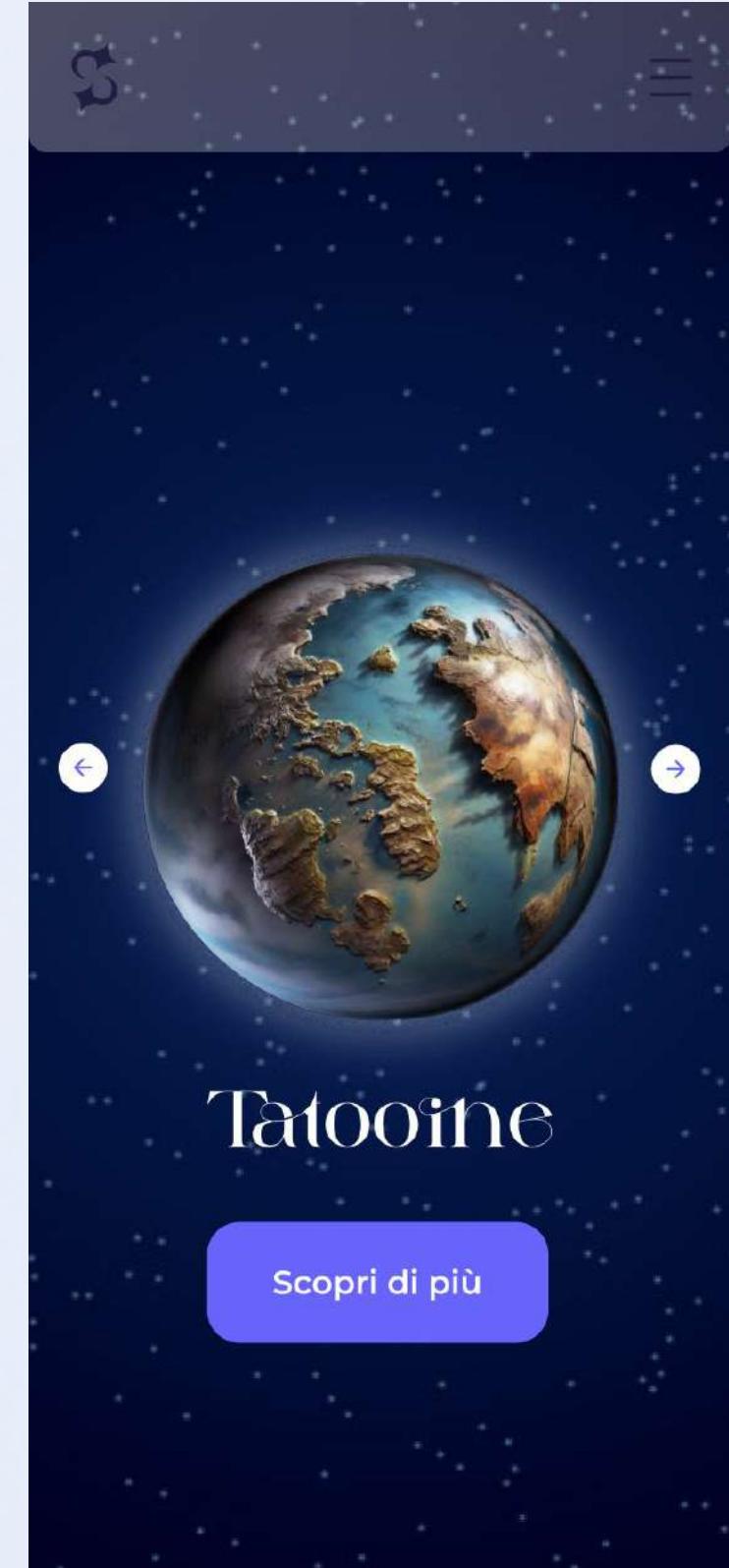
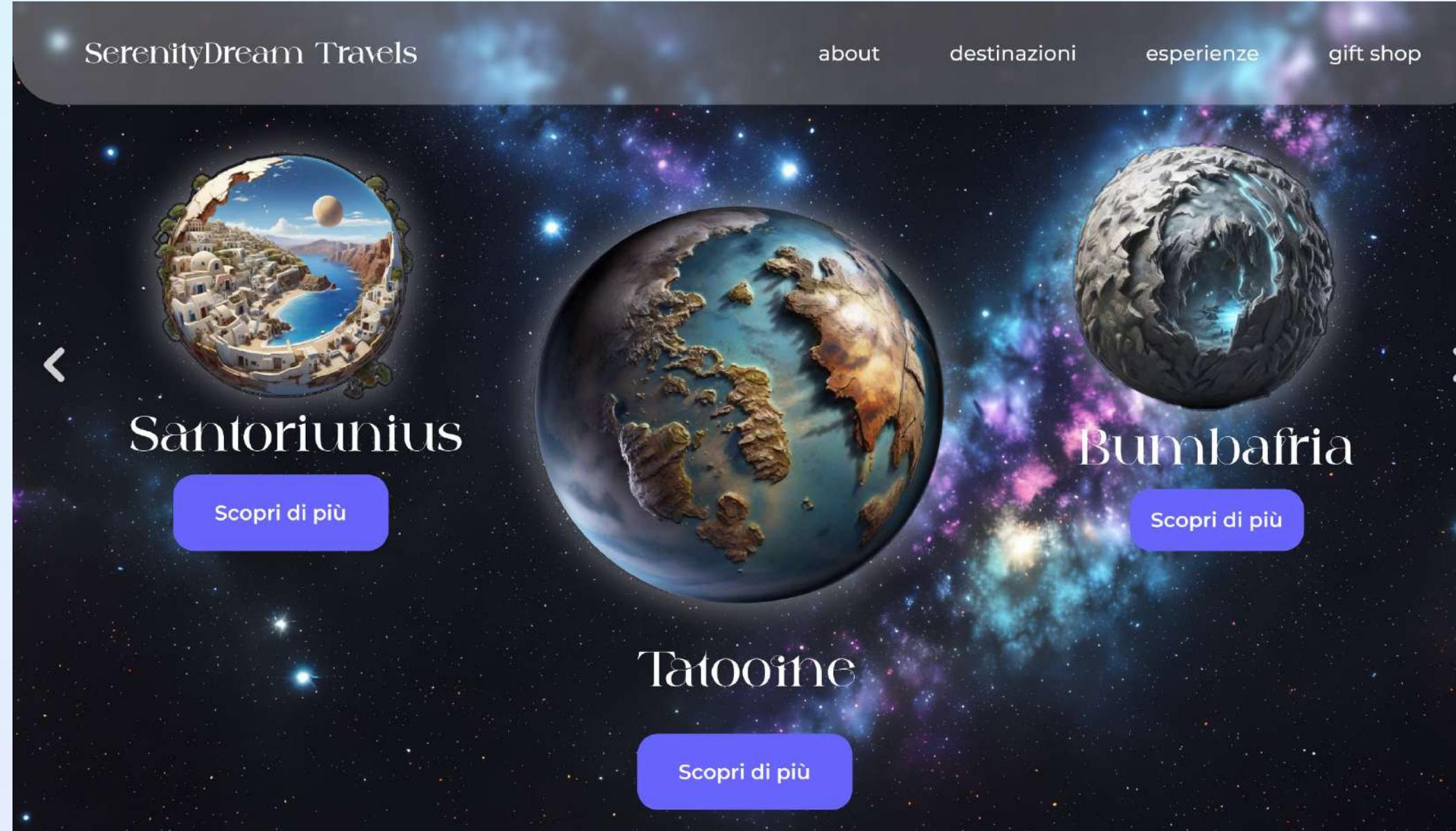
Goku

Synthra

Synthra

Iscriviti alla nostra newsletter!

Destinazioni



Esperienze

The homepage features a large banner with the word "Esperienze" and a search interface for travel details like check-in, check-out, planet, and guest type. Below are cards for experiences like "Crociera tra le nebulose", "Campaggio stellare", "Safari astrale", "SPA galattica", "Parco divertimenti celeste", "Yoga interstellare", "Fuga d'amore spaziale", and "Settimana bianca lattea".

This screenshot shows the "Esperienze" section with a search interface for check-in, check-out, planet, and guest type. Below are cards for experiences like "Crociera tra le nebulose", "Campaggio stellare", "Safari Astrale", "Parco Divertimenti Celeste", "Yoga Interstellare", "Fuga d'Amore Spaziale", and "Settimana Bianca Lattea".

Gift Shop

The "Gift shop" section features a banner for "Gift cards e Smartbox per viaggi intergalattici". It displays "Gift Cards" in various colors (100€, 500€, 1000€, 5000€) and "Smart Box" options like "Settimana bianca lattea", "Safari Astrale", "Fuga d'amore spaziale", and "Campaggio stellare". A newsletter sign-up form is at the bottom.

This screenshot shows the "Gift shop" section with a banner for "Gift cards e Smartbox per viaggi intergalattici". It displays "Gift Cards" in various colors (100€, 500€, 1000€, 5000€) and "Smart Boxes" like "Settimana bianca lattea", "Safari Astrale", "Fuga d'amore spaziale", and "Campaggio stellare". A newsletter sign-up form is at the bottom.

Viaggi

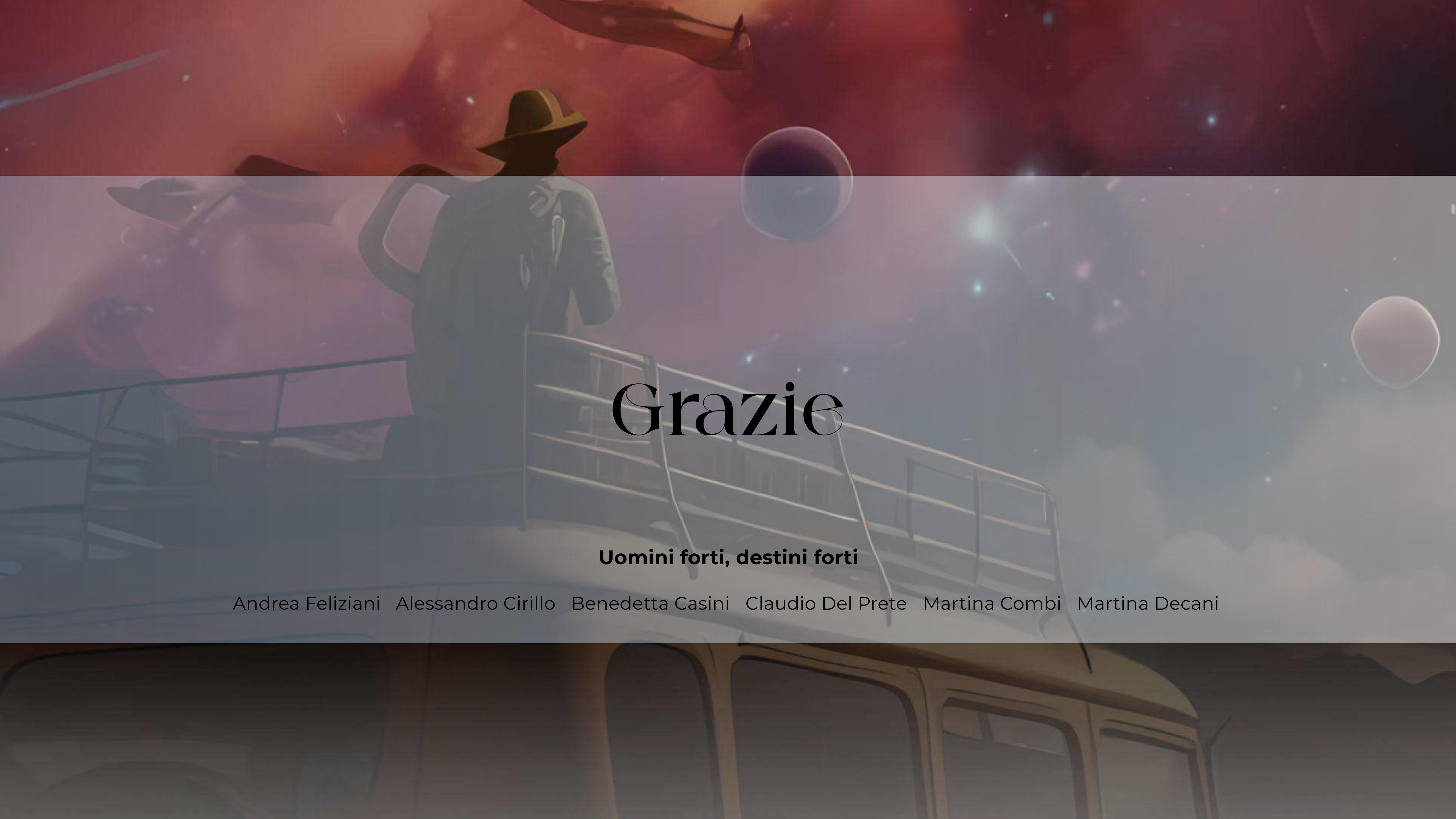
The screenshot shows the homepage of SerenityDream Travels. At the top, there's a navigation bar with links for "about", "destinazioni", "esperienze", and "gift shop". A large banner for "Fuga d'amore spaziale" (SANTORINIUS) features a couple in a futuristic setting with a space station in the background. Below the banner, there are sections for "Attività" (Activities) including "Attività Subacquee Celesti", "Osservazione Astronomica Privata", and "Cena Romantica su un'Asteria Terrazza". A "Dove dormirai" (Where you sleep) section shows a modern, curved interior. A "Il tuo veicolo" (Your vehicle) section features a sleek white spaceship named "Viva Stella". At the bottom, there's a newsletter sign-up form.

This screenshot shows a detailed view of a travel package titled "Fuga d'amore spaziale" for Santorinius. It includes a price of 57.110 € and a duration of 14 giorni. A "PRENOTA" button is visible. Below this, there's a section for "Attività" (Activities) with three options: "Cena Romantica su un'Asteria Terrazza", "Osservazione Astronomica Privata", and "Attività Subacquee Celesti". Each activity has a small image and a brief description.

Tour

The screenshot shows a guided tour to Tatooine. It features a banner with a space station and a couple. Below the banner, there's a "La tua guida" (Your guide) section featuring an alien named Daryo Moccia. The main part of the page is titled "Tour Guidato" and shows a timeline of 7 days. Each day has a title and a brief description. The days are: Giorno 1: Benvenuto a Tatooine, Giorno 2: La casa di Obi-Wan Kenobi, Giorno 3: Il Canyon del Beggar's, Giorno 4: Visita ai Tusken Raiders, Giorno 5: Oasi di Anchorhead, Giorno 6: Le dune del mare di sabbia, and Giorno 7: Ritorno a Mos Eisley. A "Iscriviti alla nostra newsletter!" (Subscribe to our newsletter!) form is at the bottom.

This screenshot shows another view of the guided tour to Tatooine. It features a banner with a space station and a couple. Below the banner, there's a "La tua guida" (Your guide) section featuring an alien named Daryo Moccia. The main part of the page is titled "Tour Guidato" and shows a timeline of 7 days. Each day has a title and a brief description. The days are: Giorno 1: Benvenuto a Tatooine, Giorno 2: La casa di Obi-Wan Kenobi, Giorno 3: Il Canyon del Beggar's, Giorno 4: Visita ai Tusken Raiders, Giorno 5: Oasi di Anchorhead, Giorno 6: Le dune del mare di sabbia, and Giorno 7: Ritorno a Mos Eisley. A "Iscriviti alla nostra newsletter!" (Subscribe to our newsletter!) form is at the bottom.

A black and white photograph of a man in a fedora and trench coat standing on the side of a train car. He is looking towards the camera. The train car has a railing and some equipment attached. The background is dark with some lights visible.

Grazie

Uomini forti, destini forti

Andrea Feliziani Alessandro Cirillo Benedetta Casini Claudio Del Prete Martina Combi Martina Decani