Bluvacanze: alleanza con Alitalia, MSC e Trenitalia. Dall'11 marzo spot tv pro agenzie viaggi

Una collaborazione strategica per aumentare visibilità, sinergie ed ottimizzare i processi distributivi dei servizi offerti. E' questo l'obiettivo dell'accordo di partnership commerciale che il **Gruppo Bluvacanze** ha stretto con tre dei maggiori player dell'industria turistica italiana: **Alitalia**, **MSC Crociere** e **Trenitalia**. L'intesa è stata annunciata durante l'evento O2O, Online2Offline, la convention delle agenzie di viaggio Bluvacanze e Vivere&Viaggiare che si è svolta venerdì 2 marzo negli studi televisivi di Silva36 a Milano.

Molteplici gli obiettivi della partnership: aumentare reciprocamente la visibilità sul consumatore finale e incrementare la qualità dei servizi di intermediazione offerti attraverso le reti agenziali Bluvacanze e Vivere&Viaggiare. "Siamo orgogliosi di compiere un cammino assieme a tre aziende leader ai massimi livelli del mondo leisure che rappresentano il settore marittimo, aereo e ferroviario - ha commentato il Ceo del Gruppo Bluvacanze, **Domenico Pellegrino** -. La partnership prevedrà azioni sul consumatore finale con una campagna media sui canali televisivi nazionali dalla seconda decade di marzo a programmi formativi trade, allestimenti personalizzati nei point of sales Bluvacanze e Vivere&Viaggiare, programmazione commerciale a sales action dedicata per tutto il network per l'intero 2018".

"Con noi, la tua vacanza è un sogno ad occhi aperti" è il **payoff dello spot televisivo del network** al centro dell'innovativa campagna di comunicazione che prenderà il via l'11 marzo e realizzata in collaborazione con Alitalia, MSC Crociere e Trenitalia. La pubblicità vuole mettere in evidenza la qualità, la professionalità e la consulenza dell'agente di viaggio a cui il soggetto dello spot si affida per curare la sua vacanza in ogni minimo dettaglio. La scelta in termini di comunicazione è quella di porre l'enfasi sulla fiducia che il cliente ripone sul professionista come persona affidabile, esperta e in grado di fornire assistenza prima, durante e dopo la vacanza.

La campagna televisiva, ideata e prodotta dall'agenzia creativa **Axed Group**, debutterà l'11 marzo per rimanere on air due settimane sui principali canali delle emittenti televisive Rai, Mediaset, Sky e Discovery. Due i format pensati dello spot rispettivamente da 15 e 30 secondi per un numero

complessivo di 2.500 passaggi su oltre 40 canali sia terrestri che satellitari. La regia è firmata da Riccardo Paoletti già direttore di spot televisivi per importanti brand internazionali come Save The Cildren, Citroen e Samsung.
La struttura dello spot si divide in **tre situazioni** dove i protagonisti si ritrovano a sognare ad occhi aperti. Nel primo caso una ragazza immagina una nave MSC Crociere che "naviga" nella tazza della sua tisana, nel secondo caso il fischio di un convoglio ad alta velocità Trenitalia attira l'attenzione di un ragazzo che sta scalando un "tramezzino", mentre nel terzo caso una famiglia attende il figlio davanti ad un chiosco e dalla "nuvola dello zucchero filato" spunta un aereo Alitalia. Nell'ultima scena i protagonisti si ritrovano all'interno di un punto vendita Bluvacanze e Vivere&Viaggiare dove vengono accolti dal sorriso di un agente di viaggi pronto a realizzare i loro sogni.