Bluvacanze porta in televisione il turismo organizzato

La campagna televisiva lanciata da Bluvacanze si arricchisce di un nuovo investimento. A partire dal mese di maggio è sul piccolo schermo **BluMagazine**, il nuovo format realizzato in collaborazione con i tour operator partner dell'iniziativa: il Gruppo Alpitour, Eden Travel Group, MSC Crociere, Caleido Group, Ota Viaggi e Nicolaus. L'obiettivo è quello di evidenziare l'unicità, la specializzazione e la professionalità dell'operatore e della rete di agenzie di viaggio **Bluvacanze** e Vivere&Viaggiare nel proporlo al cliente finale.

In sei puntate da 40 minuti i tour operator hanno potuto raccontare, attraverso i volti dei manager e dei dipendenti che lavorano nella sede, qual è il loro valore aggiunto e i loro punti di forza grazie anche alle immagini delle destinazioni proposte. Le 6 puntate verranno veicolate su tv nazionali quali SportItalia, Odeon/Nuvolari e Reteconomy più un network di oltre 100 tv locali in tutta Italia.

"Abbiamo deciso di continuare ad investire nel mezzo televisivo per diversi motivi – spiega **Marion Bozzoli Hangl**, Marketing & Communication Manager del Gruppo Bluvacanze – vogliamo aumentare la nostra brand awareness, valorizzare l'expertise delle agenzie Bluvacanze e Vivere&Viaggiare ed evidenziare i punti di forza dei tour operator partner intervistando il management e mostrando ad un pubblico generalista i vari momenti della giornata lavorativa nella sede degli operatori. Proseguiamo nell'obiettivo di intercettare e coinvolgere un target a 360 gradi per far conoscere il valore di prenotare in agenzia viaggi".