

Bluvacanze: ecco progetto 'Gold', piano a lungo termine con adv e partner selezionati

notizia pubblicata 19 Gennaio 2021 alle ore 11:12 nella categoria **Agenzie di viaggi**



“Questo momento storico deve servire per mettere in atto dei cambiamenti che erano già necessari a tutto il settore e non ci sono più né tempo né alternative: il Progetto Gold vuole rimodulare i rapporti tra distribuzione e fornitore”. Lo ha detto Claudio Busca, direzione generale leisure Gruppo Bluvacanze, presentando il progetto Gold in un webinar a cui hanno partecipato tutte le agenzie del polo di distribuzione turistica Vivere&Viaggiare con Bluvacanze, Blunet e Nuovevacanze.

Si tratta di un progetto innovativo che ha l'ambizione di proporre un nuovo modello di collaborazione con i fornitori. Una relazione costante e continua fatta di condivisione degli obiettivi e unione di intenti per abbattere costi, aumentare marginalità e redistribuire ricchezza all'interno di tutta la filiera che deve essere messa al servizio del valore, quel valore per cui il cliente è disposto a pagare e che differenzia le agenzie del Gruppo Bluvacanze dalla vendita online.

Saranno poco più di 15 i fornitori che faranno parte del Progetto Gold: l'obiettivo che si propone il Gruppo Bluvacanze è quello di passare da una partnership commerciale a qualcosa di più profondo.

“Sappiamo – prosegue Busca – che il 2021 sarà un anno difficile e le agenzie avranno necessità di aumentare i ricavi: lo potranno fare tramite questo progetto che è e sarà sempre di più un patto di filiera, con una visione industriale di medio e lungo periodo”.

La direzione commerciale sta operando per proporre alle agenzie un paniere di fornitori Gold che vada a

coprire tutte le esigenze dei clienti. Grande attenzione per l'estate 2021 al Mare Italia con TO specializzati e player del comparto crocieristico senza dimenticare operatori tailor made e lungo raggio. "Il focus dell'iniziativa è senza dubbio la maggiore redditività per le agenzie ma non fine a sé stessa e la condivisione totale degli obiettivi con i fornitori fino ad arrivare in futuro alla condivisione della programmazione", conclude Corrado Lupo, direzione commerciale Gruppo Bluvacanze.