

'Out of the Blu', la nuova divisione Bluvacanze per Comunicazione integrata e Eventi Omnichannel

notizia pubblicata 20 Giugno 2022 alle ore 12:19 nella categoria **Tour operator**



Sono recenti gli interventi in campo tecnologico che avvieranno entro l'anno i clienti Bluvacanze ad un'esperienza phygital, secondo un modello di ibridazione che, all'interno di processi tecnologici evoluti, tende a valorizzare la relazione umana, soprattutto nella formula face to face. Anche il tour operating, con una nuova sede a Napoli, allarga i suoi orizzonti all'intera struttura delle agenzie in Italia. Mentre, proprio nel periodo post pandemico, il corporate ha fatto registrare 45 acquisizioni di nuovi clienti: un segnale di apprezzamento ed orientamento del mercato. È in questo contesto che il Gruppo ritiene giunto il momento di aprire anche al mercato Corporate di servizi di Comunicazione, arricchendo l'offerta con una vera in-house Agency, specializzata nella Live Communication. Nasce così il progetto 'Out Of The Blu'.

“Al centro della filosofia di tutto il mondo MSC c'è da sempre la cura per le persone – ha detto il CEO del Gruppo Bluvacanze Domenico Pellegrino – Il Gruppo Bluvacanze vuole oggi affiancare alle sue consolidate competenze logistiche quei servizi necessari per completare la sua offerta di servizi: Out of the Blu è un'agenzia specificatamente dedicata alla comunicazione integrata e agli eventi omnichannel, con una mentalità aperta ad interpretare la fluidità delle nuove esigenze di mercato”, ha concluso Pellegrino.

Out of the Blu intende caratterizzarsi proponendo un modello operativo centrato su una vera componente umana e che ben si sintetizza nei tre pillar: PASSION, PEOPLE, PERFORMANCE. Ciò significa che se la passione è il vero motore creativo e la persona umana rappresenta l'orientamento valoriale, la

performance è la tangibile sintesi di tutto ciò: è qualità, efficienza ed efficacia di una consulenza progettata per aiutare i clienti a raccontare e raccontarsi.

Out of the Blu è anche il risultato dell'unione tra competenze altamente qualificate, per realizzare una sinergia straordinaria. Manager e professionisti in possesso di significative esperienze specifiche, in grado di far esprimere al meglio le eccezionali qualità del Gruppo Bluvacanze.

“Questa è per noi la strada giusta; ed è un servizio che il mercato ci richiedeva”, aggiunge Giorgio Garcea, Chief Commercial & Operation Officer dell'area Corporate Travel.

“Lo testimonia il fatto che il team Out of the Blu ha già iniziato ad operare con successo. È un valore aggiunto che poniamo al servizio ed a completamento dei dipartimenti operativi esistenti: come quello del team MICE guidato da Maria Guadalupe Lucasevich, così come di altre aree quali quelle degli Sports Events, dove abbiamo Leonello Camerano Spelta Rapini come Operation Manager. Queste business unit potranno ora contare su di una propria Agenzia di Comunicazione interna, che vede Isabella Vallini quale Head of Project Management, Marco Brancatelli come Head of Production e Lorenzo Manusardi in charge come Creative Director”.

Per il Gruppo Bluvacanze Out of the Blu rappresenta perciò anche un'opportunità di investimento per entrare in un nuovo settore operativo – quello della comunicazione – anche come completamento del set di servizi ad alto valore aggiunto di cui il Gruppo intende dotarsi per accompagnare il suo processo di internazionalizzazione.

www.outoftheblu.eu