

Bluvacanze rafforza l'area Leisure & End Consumer

Autore: Monia Marchese

Data: 06 Marzo 2026



In una fase di forte complessità per il settore turistico internazionale, segnata dalle tensioni geopolitiche in Medio Oriente e dalle criticità operative che stanno interessando l'area del Golfo e degli Emirati, Bluvacanze accelera il rafforzamento della propria struttura organizzativa con l'obiettivo di consolidare la relazione diretta con il cliente viaggiatore e con le community consumer e industriali del travel.

Il gruppo amplia, infatti, il team dedicato alla nuova area Leisure & End Consumer, una divisione strategica che nasce con l'obiettivo di comprendere, servire e monetizzare la relazione con il consumatore finale attraverso modelli O2O (online-to-offline) e un ecosistema integrato tra retail fisico, digitale e partnership di settore. La divisione integra le attività già presidiate nell'ambito Welfare e Convenzioni da Lorenzo Mazzucchelli, e si sviluppa ulteriormente con nuovi ingressi e con il rafforzamento del team già operativo.

I nuovi ingressi

Marta Ferraro – Corporate Digital Communication

Entrata nel gruppo con il compito di sviluppare e coordinare le attività di comunicazione digitale corporate, Ferraro si occuperà della gestione istituzionale dei social media, delle relazioni con la stampa digitale e dei progetti di comunicazione online del gruppo. Il suo lavoro sarà orientato alla costruzione di un dialogo più diretto e continuo con il pubblico dei viaggiatori e con le community digitali del turismo. Marta Ferraro ha maturato, tra le altre, esperienze in Rai News 24, Fanpage, Il Mattino e Il Messaggero oltre ad avere curato newsletter internazionali dedicate a community di milioni di lettori. Porterà ora la sua esperienza nel team di Corporate Communication guidato da Paola Baldacci.

Diego Parola – Manager Direct & Online Sales (Retail)

Parola assume la responsabilità dello sviluppo delle vendite dirette e dei prodotti veicolati attraverso i canali online leisure. Il suo ambito di attività comprende il coordinamento delle vendite retail dirette, l'integrazione dei canali digitali con la rete di agenzie dirette del network e l'ottimizzazione delle logiche di conversione e pricing. Una lunga militanza nel turismo, di cui gli ultimi 6 anni nell'area Sales di Alpitour, rappresentano la base professionale su cui Diego Parola costruirà il suo nuovo ruolo.

Mia Hezi – Head of Leisure Marketing, Partnerships & Events

Guiderà le attività di marketing strategico orientate alla creazione di valore attraverso partnership industriali e iniziative di brand activation. Il suo ruolo sarà centrale nello sviluppo di progetti di cross-selling tra le business unit del gruppo, nella costruzione di eventi e iniziative con partner e nella generazione di funding da accordi di co-marketing. I suoi studi, le sue esperienze internazionali e i ruoli di relazione altamente qualificati, come la sua attuale presidenza di Visit USA Italy, hanno portato Mia Hezi a essere il candidato ideale per svolgere questo ruolo così strategico.

Bruno Sottini – Head of AIP Network Development

Sottini entra nel gruppo con il compito di guidare lo sviluppo strategico della rete delle agenzie in partecipazione (AIP). La sua attività sarà focalizzata sullo scouting di agenzie indipendenti di alta qualità, sulla presentazione del modello Bluvacanze e sulla valutazione imprenditoriale dei nuovi ingressi nella rete. Bruno Sottini, che vanta una lunga esperienza nel settore turismo, sia nella distribuzione e nel tour operating sia nella gestione imprenditoriale, porterà la sua conoscenza di filiera a supporto degli imprenditori che vorranno entrare da protagonisti nel progetto Bluvacanze.

Il nuovo assetto si inserisce in un'organizzazione già presidiata da manager di esperienza come Claudio Busca, Antimo Russo e Raffaele Caizzo, che continuano a guidare rispettivamente le attività di governo del retail, la gestione della rete AIP e lo sviluppo dei network affiliati.

L'obiettivo è costruire una struttura sempre più integrata tra canale fisico, digitale e relazionale, capace di valorizzare l'ampia base di clienti del gruppo e di attivare nuove sinergie con partner industriali, brand e community consumer.

“In una fase di forte instabilità internazionale – spiega Domenico Pellegrino, CEO del Gruppo Bluvacanze – crediamo che la risposta strategica non sia ridurre la capacità organizzativa, ma rafforzarla. Il turismo vive di relazioni e fiducia: per questo stiamo investendo in una struttura dedicata alla relazione evoluta con il cliente finale, integrando canali fisici e digitali e sviluppando nuovi modelli di collaborazione con partner industriali e community di viaggiatori. Il nostro obiettivo è costruire un ecosistema O2O in cui il valore della consulenza delle agenzie si unisce alla potenza delle piattaforme digitali e delle partnership”.

Riferimento articolo: https://travlnostop.com/news/tour-operator/bluvacanze-rafforza-larea-leisure-end-consumer_668695

Generato il 21/05/2026