

Pit Spot

Chi non sogna non parte, l'idea di Bluvacanze

a cura di **Aldo Grasso**
pitspotcorriere@gmail.com
in collaborazione con
Massimo Scaglioni

La tazza del tè si trasforma in un mare su cui veleggiare. Il tramezzino diventa una montagna da scalare in libertà. Lo zucchero filato muta in nuvole, solcate da un aereo pronto a trasportarci verso mete sconosciute. Nessuna parola, solo il cenno d'intesa della coppia protagonista che, con un sorriso, si avvia in agenzia a prenotare la vacanza. Esordisce in pubblicità e sul piccolo schermo l'agenzia di viaggio Bluvacanze, che si affida ad Axed Group. «Con noi, la tua vacanza è un sogno ad occhi aperti»: nel *payoff* è riassunto il senso della campagna in onda sulle principali reti tv. Uno dei punti di forza dello spot è mettere in luce la collaborazione di Bluvacanze con altri partner per fornire il miglior servizio: Alitalia, MSC Crociere e Trenitalia. Le scelte di comunicazione sono semplici e efficaci: quali e quante

sono le occasioni nelle quali l'idea di un viaggio — ovvero la voglia di fuggire lontano dalla quotidianità, dal lavoro, dagli impegni — irrompe nella nostra giornata, come un sogno ad occhi aperti? Ecco quindi le tre situazioni nelle quali il sogno pare concretizzarsi: una elegante signora pensa alla prossima crociera mentre si trova nel salotto di casa, un ragazzo in pausa pranzo immagina di partire, una coppia con figli pianifica le prossime ferie. Che cosa divide il sogno dalla realtà? Ce lo spiega la sequenza finale, accompagnata da una suadente voce fuori campo al femminile: i clienti entrano in agenzia e iniziano a rendere meno onirici i desideri, «vivere e viaggiare con Bluvacanze. La più grande agenzia di viaggi d'Italia». Sulle vacanze, insomma, non si scherza: sono necessarie doti di professionalità e un'offerta di qualità per chi sogna di liberarsi da tutte le incombenze, almeno quando può godere di tempo libero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

