Bluvacanze: 3 milioni di euro già erogati alle agenzie del Gruppo

Il **Gruppo Bluvacanze** ha varato un piano di intervento e sostegno alle agenzie di viaggio del Gruppo del valore complessivo di oltre 3 milioni di euro. È stato questo il tema principale della **convention digitale** che si è svolta sabato 31 ottobre in cui la direzione ha affrontato i temi recenti che riguardano il sostanziale nuovo lockdown del settore turistico illustrando gli aiuti economici per le agenzie.
Il ceo **Domenico Pellegrino** ha dichiarato: "La forza di uno straordinario gruppo globale, con grande diversificazione e specializzazione, con l'abitudine a procedere con investimenti e pianificazioni di lungo periodo, con una visione strategica chiara e innovativa del turismo, è la colonna cui si è ancorata l'intera struttura del gruppo Bluvacanze ed è anche l'osservatorio privilegiato dal quale sta organizzando il suo futuro oltre la tempesta perfetta del Covid-19. Siamo da sempre quello che gli altri vorrebbero essere domani. Siamo una grande impresa con i valori di una famiglia. Questo determina azioni concrete, come ad esempio l'aver assorbito al 100% i costi di locazione di tutte le agenzie per 10 mesi, da marzo a dicembre 2020".
"La prima azione che abbiamo messo in campo – ha dichiarato il CFO del Gruppo Bluvacanze **Marco Sighinolfi** – è stata quella di dare più liquidità possibile alle agenzie di viaggio, già dall'inizio dell'evento pandemico, con la creazione di un fondo d'emergenza. Abbiamo assorbito i costi relativi a tutti gli affitti di ogni singolo punto vendita da marzo in poi, quelli relativi alle spese di gestione, e garantite anche le commissioni del mese di marzo su pratiche che poi sono state annullate nel periodo. Il programma prevede ancora un sostegno concreto fino a tutto dicembre, e l'attivazione di circoli virtuosi che assorbiranno l'intero investimento in 6 anni".
"La reingegnerizzazione dei contratti operata due anni fa – ha aggiunto **Claudio Busca**, Direzione Generale Leisure – ci ha permesso di ridurre in modo progressivo i costi di gestione e di abbattere, a beneficio delle agenzie, i costi relativi a Fondo di garanzia, RC, costi di contabilità, costi legali, costi di affiliazione network, canoni per gestionali contabili e operativi mediamente di oltre il 50% per punto vendita per un valore complessivo totale di oltre 1,3 milioni di Euro. Siamo riusciti ad andare oltre questo saving e l'assorbimento di tutti i costi di locazione, in un'ottica di continuità del business con un finanziamento ulteriore di oltre 1,5 milioni di euro, distribuito alle agenzie e affiancato da un piano chiamato Gold di 6 anni che, grazie ad azioni di carattere commerciale e amministrative".