



## COMUNICATO STAMPA

### **Blufreccia.com, ecco i grandi eventi sportivi al servizio della comunicazione e del marketing delle aziende**

**E' la prima azienda italiana specializzata in "corporate sport travel" e "corporate sport hospitality"**

Rimini, 10 marzo 2008 - Anche in Italia le aziende scoprono che non sono solo le corporation multinazionali a poter utilizzare il grande sport per promuovere la loro immagine verso clienti e partner. Anche le piccole e medie imprese possono associare la propria immagine allo spettacolo del grande sport e ai valori che questo veicola: tutto questo offrendo a partner e clienti soluzioni di **"sport corporate hospitality"**.

"Sport corporate hospitality significa accogliere e intrattenere i propri ospiti in luoghi molto raffinati, situati al cuore di un grande evento sportivo internazionale" spiega **Marco Mazza** responsabile marketing di Blufreccia.com. "Un match di Champions League a San Siro o all'Emirates Stadium, ad esempio, o un Gran Premio motociclistico a Rimini, una giornata al Roland Garros di Parigi, un grande Open di Golf in Scozia, un Mondiale di Rally in Sardegna. Sport corporate hospitality significa stupire i propri ospiti e associare in modo forte l'immagine della propria azienda a quella di un evento realmente irripetibile, ad emozioni vere e mai artificiali. Significa creare dei legami con i propri clienti e partner, legami che nascono dalla condivisione di una esperienza forte e piacevole come quella di una giornata fatta di grande sport, relax ed eleganza".

Le possibilità sono tante, per tutti i gusti e per tutti i budget. L'industria dell'ospitalità aziendale legata agli eventi sportivi è un settore in grande crescita in tutto il mondo e ogni giorno nascono nuove idee e soluzioni per gli eventi sportivi più emozionanti e le destinazioni più esclusive.

Se infatti le proposte più classiche e consolidate sono quelle legate a grandi eventi sportivi europei come i tornei tennistici di Wimbledon e Roland Garros, ai GP di Formula 1 o MotoGP, gare ippiche come il Royal Ascot a Londra o il Grand Prix d'Amérique a Parigi, i prossimi mesi vedranno ad esempio l'esplosione di fenomeni come i GP di Formula 1 in notturna in incredibili circuiti cittadini come quello di Singapore o di Valencia. Altro fronte molto interessante è quello del calcio inglese, che nei giorni scorsi è arrivato ad ipotizzare la possibilità di giocare diverse partite del campionato 2011 in USA ed in alcuni paesi asiatici.

"Il calcio e lo sport in genere stanno diventando uno dei più grandi ed entusiasmanti show business del mondo ma l'Italia resta al palo con stadi sempre più vuoti e squallidi, bilanci in perdita e frodi fiscali", conclude Marco Mazza, "Blufreccia.com vuole lanciare un segnale innovativo anche in questa direzione, con spettacolari proposte ad hoc".

Anche in Italia Blufreccia.com propone infatti interessanti soluzioni corporate: ad esempio a Milano e Torino per i match di Inter, Milan, Juve e Torino, a Misano per il MotoGP di San Marino, al Mugello per il MotoGP d'Italia, a Monza per la F1 e in vari circuiti italiani per il Mondiale Super Bike.



## **Blufreccia.com**

Blufreccia è un'agenzia di servizi b2b leader nella progettazione e realizzazione di viaggi di incentivazione, viaggi premio ed eventi aziendali legati ai grandi appuntamenti sportivi nazionali ed internazionali. Blufreccia.com è anche il primo portale italiano specializzato in viaggi per eventi sportivi e vacanze attive. Oltre a migliaia di viaggiatori, si sono già affidate ai servizi di Blufreccia.com aziende come Procter&Gamble, Iveco, Nokia, PAI, CSC, DoctorGlass, American Express, Schneider Electric, Genworth, Manetti&Roberts, Confindustria Perugia, Telindus, STM Italia, ...

### **Per maggiori informazioni:**

Gian Maria Brega

PR Manager

Blufreccia.com

Mobile: +39 338 9020851

gm.brega@blufreccia.it

<http://www.blufreccia.com>