

[on blue]

DI MARINA BELLANTONI

www.ecostampa.it

Nel blu dipinto da On Blue

DAL 1999 ON BLUE ORGANIZZA EVENTI SPECIALI PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA. CON UN UNICO SCOPO: LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE, CHE L'AGENZIA MILANESE RAGGIUNGE GRAZIE ALLA SUA INNATA ATTITUDINE ALL'ASCOLTO, ALLA VIVACE CAPACITÀ PERCETTIVA E A UN LINGUAGGIO 'BIDIREZIONALE'. IL RISULTATO: PROGETTI UNICI, TAGLIATI SU MISURA PER SODDISFARE OGNI ESIGENZA DI COMUNICAZIONE.

'Limpido cielo di una festante primavera...
 Attraente bellezza di due occhi ricchi di mistero...
 Indimenticabili accordi di una struggente Rapsodia...'.
 Da sempre il colore blu è legato a valori positivi quali bellezza, fascino, eleganza. Da oltre 10 anni, però, è anche sinonimo di passione, impegno, entusiasmo. Grazie all'attività di un'agenzia dal nome evocativo, On Blue, nata con la mission di guidare le aziende in percorsi di comunicazione mirati, attraverso l'organizzazione di incentive, convention ed eventi speciali. Fil rouge dell'operatività di questa struttura milanese e carattere distintivo di ogni progetto è il 'Fattore Blu', basato su tre elementi chiave per un rapporto agenzia/cliente equilibrato e vincente: ascolto, percezione e linguaggio.

"Essere capaci di ascoltare - spiega Roberto Allieri, presidente - rappresenta l'unico modo per conoscere a fondo le esigenze del cliente. Capire le necessità e le motivazioni di fondo che spingono un'azienda a voler organizzare un evento è fondamentale per

partire con il piede giusto. È poi importante lavorare sulla percezione, fare proprie le esigenze del committente e trasferirle nel progetto", perché, come recita la pagina pubblicitaria, "trasmettere il messaggio che l'azienda vuole dare fa la differenza tra un viaggio premio e un incentive travel, distingue una riunione aziendale da una convention, salva un evento dalla banalità del solito menù".
 Da non dimenticare, infine, l'utilizzo di un linguaggio 'giusto', frutto di una corretta interpretazione dei



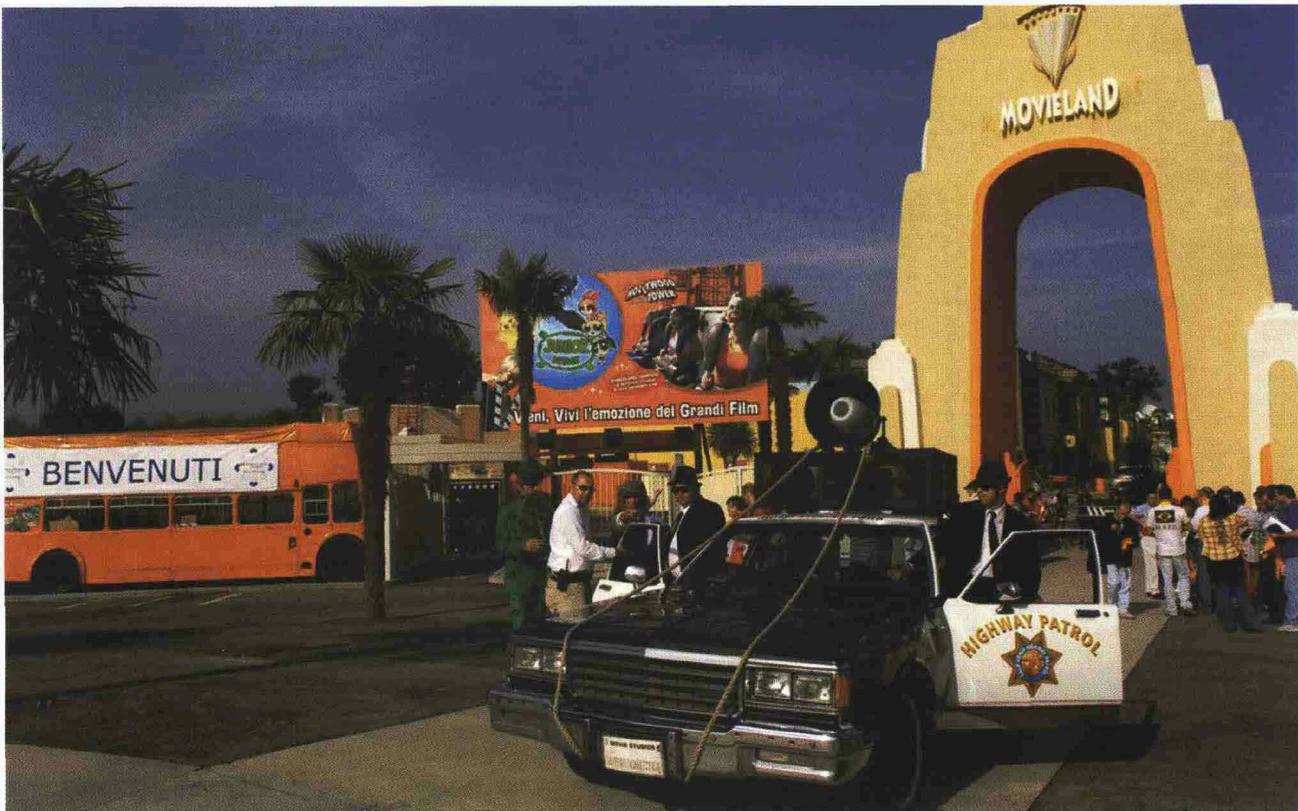
ROBERTO ALLIERI,
PRESIDENTE ON BLUE



LAURA MANCINI,
AMMINISTRATORE DELEGATO
ON BLUE

Una Thailandia inedita e affascinante quella proposta da On Blue come incentive per i migliori clienti Fila





messaggi razionali, tradotti affinché risultino degni di attenzione, utili e costruttivi. Per ottenere un alto potenziale di interazione, On Blue incrementa al massimo la disponibilità percettiva dei partecipanti a un evento, realizzando progetti pensati e personalizzati per target specifici. Per questo sono necessarie molta esperienza, una forte professionalità e la capacità di avvalersi di collaboratori di alto livello per rendere ancora più completa la propria offerta. In quest'ottica, l'agenzia sta ampliando alcune business unit dedicate al marketing non convenzionale, per rispondere alla sempre crescente domanda di eventi aggregativi e B2C originali e al passo con i tempi, trasferendo in essi l'esperienza maturata con clienti business. Comun denominatore delle divisioni e dei claim aziendali, ma anche fulcro della filosofia operativa On Blue, è il concetto di comunicazione, o per meglio dire il 'comunicare'. Capacità che la struttura ha acquisito in oltre due lustri di attività e che ritroviamo declinata in diverse modalità, a seconda

che si leghi al concetto di incentive, di convention e meeting o di evento speciale. Vediamo allora che per On Blue è possibile 'comunicare anche tra i pesci', 'comunicare per lasciare il segno' o realizzare 'un albero di idee per comunicare'. Immagini che conducono alla vocazione della società, ben sintetizzata in un altro slogan pubblicitario: 'I luoghi comuni non servono per comunicare... On Blue lontano dai luoghi comuni'.

DETTAGLI CREATIVI

Una marcia in più è rappresentata dalla ventennale esperienza dei soci fondatori, **Roberto Allieri** e **Laura Mancini**, e dalla collaudata squadra che forma il personale interno.

Un team apprezzato da numerose aziende, alcune delle quali puntano sull'affidabilità e la competenza di On Blue fin dall'inizio della sua attività.

"La consulenza 'chiavi in mano' - continua Allieri -, ci ha portato negli anni alla fidelizzazione dei clienti, che ci riconoscono grande competenza, flessibilità, »

☑ L'evento realizzato per Banca Popolare di Bergamo al parco Movieland è citato nel libro 'Internal Branding' di Patrizia Musso come esempio di comunicazione interna aziendale

[on blue]


 si può **Comunicare** anche **tra i Pesci**

Comunicare *è un* **Segno**

 un *albero* di **Idee** per **Comunicare**

ONBLUE
 Incentive & Convention
 Eventi per comunicare

10'99
anni

velocità di realizzazione e innovazione".
 "L'innovazione - incalza **Laura Mancini**, amministratore delegato - fa parte del nostro Dna: è un elemento imprescindibile per rimanere competitivi. Abbiamo maturato un'esperienza sul campo 'intelligente'. Ogni nostro progetto, infatti, è un mix tra competenze acquisite e creatività. La cura dei dettagli è, infine, basilare, come la capacità di risolvere i problemi velocemente, con estro".

Altra caratteristica da non sottovalutare è per On Blue la coerenza, come spiega Mancini: "Essere coerenti con la propria filosofia è essenziale per garantire progetti efficaci, capaci di trasmettere messaggi a livello razionale ed emotivo". Per verificare la soddisfazione del committente e dei partecipanti ai propri eventi, On Blue richiede la compilazione di questionari e organizza incontri post evento con i clienti per sintetizzare i risultati e sottolineare le eventuali criticità.

"La capacità di riconoscere il format più adatto ai diversi target di riferimento è una caratteristica che da sempre ci viene riconosciuta", continua Mancini. Un esempio? Il progetto 'Uniti in azione', realizzato per Banca Popolare di Bergamo nel 2006. Una case history di successo diventata oggetto di un capitolo del recente libro 'Internal Branding', di Patrizia Musso, edito da **Franco Angeli**. "Il progetto - spiega Mancini - prevedeva l'organizzazione di una giornata che sottolineasse i valori base di Bpb. Anziché prevedere la tradizionale convention, abbiamo scelto di organizzare una giornata all'insegna di coinvolgimento e interazione". On Blue ha scelto come location Movieland, parco divertimenti a Lazise sul Garda che ricrea gli studi cinematografici hollywoodiani, dove le sessioni formative sono state anticipate da percorsi a ostacoli e dalla creazione, da parte dei partecipanti, di veri e propri cortometraggi, con tanto di cameraman e montatori professionisti. Momenti indimenticabili culminati con una 'Notte degli Oscar', con statuette per i partecipanti.

Oltre 1.300 ospiti per l'evento 'Carimeo', realizzato per Ubi Banca Carime nel giugno 2008 presso il Nova Yardinia di Taranto

EVENTI 'MONDIALI'

"È per noi molto difficile scegliere una sola case history che rappresenti al meglio il nostro modo di operare - dichiarano Allieri e Mancini -. Ogni progetto ha caratteristiche diverse ma, allo stesso tempo, riproduce i nostri valori". Messo 'alle strette', il team On Blue sceglie la convention 'Carimeo', efficace prototipo dell'approccio dinamico e creativo della società. Protagonista di questa case history di successo Carime, la Banca del Gruppo Ubi che riunisce gli sportelli di Puglia, Campania e Calabria, che ha scelto On Blue per l'ideazione e la realizzazione di un evento che consentisse al management di fare il punto sulla 'migrazione informatica' e contribuisse a comunicarne le ultime istruzioni operative a tutti i dipendenti. Il progetto di comunicazione è stato sviluppato in modo tale che il rigore istituzionale fosse abbinato a una formula simpatica e divertente, in grado di coinvolgere positivamente i presenti.

A partire dal naming dell'evento: 'Carimeo', un nome e un logo che evocano in modo scanzonato il 'marameo' dei bambini, alla mini-fiction introduttiva che ha rappresentato in modo surreale e spesso esilarante i vari momenti di preparazione alla migrazione informatica, all'interessante talk-show che ha coinvolto alcuni rappresentanti delle varie filiali.

"On Blue è stata coinvolta a 360 gradi su ogni aspetto organizzativo e creativo dell'evento - spiega Mancini -, svoltosi a fine giugno 2008, presso il più grande convention resort di tutto il sud Italia, il Nova Yardinia di Taranto". Dall'ideazione dell'immagine coordinata e relativa produzione di inviti, materiale di presentazione, banner, scenografie, filmati e tecnologie audio-video-luci, alla realizzazione di un sito dedicato di presentazione e pre-accreditamento, al follow-up, alla segreteria operativa, all'emissione e spedizione agli ospiti preaccreditati dei badge elettronici, all'installazione dei portali Rfid per l'accreditamento automatico in loco degli ospiti, alla



logistica e ai trasporti delle persone e dei materiali, al catering per i 1.300 ospiti. L'incontro si è poi concluso con lo spettacolo del duo comico Ale e Franz che hanno riproposto le migliori battute del loro repertorio sul palco della nuova tendostruttura appositamente inaugurata, che ha visto impiegati oltre 1.000 metri di americane, circa 300 KW di luci e un impianto di condizionamento capace di contrastare efficacemente il caldo sole del sud.

[CHI È]

ON BLUE Srl

Via G.B. Pergolesi, 1 - 20124 Milano - Tel. 02 29414204 Fax 02 2043972

onblue@onblue.it; marketing@onblue.it; www.onblue.it

Management: Roberto Allieri, presidente, Laura Mancini, amministratore delegato.

Numeri: Giro d'affari: 4.500.000 euro. Addetti: 12.

Servizi: Viaggi e campagne incentive, convention, meeting aziendali, partecipazione a congressi nazionali e internazionali, formazione, team building, outdoor training, eventi speciali B2B e B2C.

Principali clienti: Alpine, Artemide, Banca Popolare di Bergamo, Banca Carime, Banca Sara Private Financial Service, Banco di Brescia, Campari, Cariparma, Credit Agricol Asset Management Sgr, Banca Popolare di Vicenza, Carrier, Daewoo Electronics, Ecs International, Epson, Euronics, Farmaceutici Dr. Ciccarelli, Fastweb, Fila, Findomestic Banca, Findea, Gabetti, General Electric, Genertel, Goodyear Dunlop, Helvetia, Hitachi, Intesa Previdenza, Iveco, Italiana Assicurazioni, Lancaster Group, LG Electronics, Lovable, Malaguti, Mellin, Mercedes Benz, Milupa, Mitsubishi Electric, Nital, Roche Diagnostics, Sanpaolo Leasint, Swarovski, Ubi Banca, Vortice.

[ON BLUE]