Margò presenta Anda, nuovo brand di viaggi esperienziali

MARGÒ, il tour operator del portfolio Eden Viaggi dedicato ai veri globetrotter, cresce e annuncia la nascita di **ANDA**, linea prodotto pensata per chi ama viaggiare in tutto il mondo in compagnia di nuovi compagni di viaggio, accumunati dallo stesso desiderio di scoperta autentica e voglia di condivisione.



“MARGÒ da sempre rappresenta per Eden Viaggi la proposta per coloro i quali amano viaggiare in libertà e immergersi nei luoghi, esplorare le culture, incontrare le persone. La loro vacanza è molto più di un momento di svago: è scoperta, emozione, libertà- commenta **Alessandro Gandola**, Direttore Business Unit Margò. ANDA mutua questo spirito e questa consolidata esperienza che traduce in una nuova offerta dove all’elemento di contatto diretto con la cultura e l’atmosfera locali unisce il viaggio in compagnia di persone che questo spirito lo condividono - conclude Gandola.

L’offerta

Il catalogo ANDA proporrà oltre settanta itinerari in cinque continenti e di questi oltre 50 in esclusiva, per vivere il mondo a 360 gradi con partenze sempre garantite e assistenza 24/7. Comprenderà esperienze immersive a stretto contatto con i locali, con la storia ma anche con il cibo e la cultura tipica di ogni destinazione, da vivere in modo attivo o più slow.

Per ANDA, infatti, “Muoversi è vita, spostarsi è viaggio”: i mezzi di trasporto e il movimento diventano parte integrante dell’esperienza di viaggio, secondo gli stili e le abitudini locali. Itinerari da vivere su strada e fuoristrada con i trasporti pubblici di linea per apprezzare l’autenticità della vita locale, i piccoli bus privati per addentrarsi dove il turismo di massa non arriva, i fuoristrada per le rotte più estreme o mezzi su rotaia e imbarcazioni per vivere un’esperienza profonda nella vita locale e attraversare giungle, foreste e le stesse città. Anche la notte diventa un’occasione di esperienza autentica attraverso cui assaporare lo stile del luogo, sarà possibile dormire in soluzioni tipiche come le tea houses in Himalaya, le futuristiche capsule-hotel in Indonesia, i backpackers hotel in Australia e Sudafrica, i rifugi nei deserti di sale in Bolivia o nei monasteri e gli antichi ryokan in Corea del Sud, oltre che in abitazioni locali e le tipiche posadas in Sud America… perché con ANDA tutto il viaggio diventa scoperta.
Gli itinerari e i tour proposti sono autentici e alternativi e potranno essere vissuti sempre accompagnati da un team leader italiano che garantisce assistenza e coordinamento per tutta la durata del tour, al fianco del gruppo (formato al massimo da 15 persone) per affrontare il viaggio nella massima serenità e per contribuire all’affiatamento e alla coesione dei viaggiatori. Una proposta di viaggio che nasce da professionisti che si attua nel concreto grazie a professionisti, ma senza alcuna forma di associazionismo.
Il viaggio può inoltre essere personalizzato con escursioni o attività facoltative da vivere da solo o con i propri compagni di avventura. Il Cliente avrà inoltre la libertà di scelta se acquistare solo il pacchetto land o land più volo, proprio per questo i tour iniziano sempre dalla città di destinazione.
“Una nuova filosofia del viaggio che permette di essere completamente avvolti dalla realtà locale, condividendo l’autenticità dell’esperienza. I nostri itinerari partono sempre dalla destinazione, sono sempre garantiti con partenze fisse stagionali e hanno prezzi competitivi, i migliori del mercato” commenta **Savino Pellerano**, Responsabile prodotto ANDA.

L’idea progettuale

“Da tempo stavamo pensando a un prodotto specificamente dedicato alle nuove generazioni di viaggiatori che desiderano sentirsi liberi, fare una vacanza attiva, raggiungere la vera anima delle destinazioni e condividere l’esperienza con altri viaggiatori con lo stesso spirito- spiega **Tommaso Bertini**, Direttore Marketing e Comunicazione Eden Viaggi, che continua “per questo siamo entusiasti di annunciare la nascita di ANDA, un progetto strategico per Eden Viaggi a cui abbiamo lavorato con dedizione e tempo, raccogliendo insights da parte della nostra rete commerciale, dalle agenzie e dai consumatori rappresentativi del target al quale vogliamo rivolgerci, partendo dalla nostra consolidata esperienza nel tour operating e da quella specifica del marchio MARGÒ”.

Per questo ANDA significa soprattutto godere a pieno di spirito, atmosfera e cultura in ogni angolo del mondo. Una modalità di viaggio unica e particolarmente adatta a chi sceglie la libertà, la flessibilità e l'avventura.

La distribuzione

Margò in questi ultimi 10 anni ha portato innovazione di prodotto e commerciale grazie a formule nuove come EatAround o Destination Card -i Superpoteri Margò- che completano un'offerta di vacanze che "Conviene più del web", ma al contempo assicura flessibilità e autonomia, seppure tutelati dall'organizzazione e dalla sicurezza che solo il tour operator può dare.
Con ANDA, Eden fa un ulteriore passo in avanti alla conquista di un nuovo pubblico che comprende viaggiatori che ricercano viaggi su misura, ad alto contenuto culturale ma poco abituati ad entrare in agenzia di viaggi preferendo ascoltare i consigli di amici.
"Una grandissima sfida che affronteremo affiancando le agenzie in modo costante e in tutte le fasi della vendita per conquistare questa nuova fetta di mercato"- ha commentato **Angelo Cartelli**, Direttore Commerciali Eden Viaggi. "Non metteremo a disposizione solo cataloghi, ma cercheremo il più possibile di essere partner in questo nuovo progetto, anche fornendo un supporto per la vendita del prodotto tramite i siti e i canali social delle agenzie stesse. Un percorso tutto nuovo con la grande ambizione di portare nuovi clienti verso questo canale specializzato e competente" ha concluso Cartelli.