SGtour diventa Travel4Target e lancia WeRoad: viaggi su misura in base ai propri interessi

Dopo 5 anni di attività SGTour, il tour operator del gruppo OneDay che organizza e gestisce gli **ScuolaZoo Viaggi Evento**, lancia il rebranding che abbraccia una nuova Mission per il prossimo futuro: creare un viaggio evento per ogni community, e per rimarcare questo ambizioso progetto cambia il suo nome in **Travel4Target** – Moving Communities.

Se quando fu fondato, **SGTour** (Student Global Tour) aveva l'ambizione di portare in viaggio evento tutti gli studenti di varie parti del mondo, oggi con il nuovo marchio vuole aprirsi ad altre community con la stessa formula che ha decretato il successo degli **ScuolaZoo Viaggi Evento**: una fusione di digital e reale, per creare una community che rimanga in contatto prima, durante e dopo il viaggio.

La prima community ad essere presa in considerazione è stata quella degli amanti dei festival musicali a cui è stato dedicato un nuovo prodotto: **CruiseBreak**, che nell'edizione 2016 ha portato circa 150 partecipanti all'Ultra Music Festival di Spalato e che vede l'edizione 2017 in partenza il 24 giugno per un vero e proprio Festival a bordo della cruise Grimaldi Lines sulla linea Civitavecchia-Barcellona con circa 350 partecipanti.

La seconda community è quella LGBT con **GBreak**, divenuto un viaggio evento di SGTour nella sua 13° edizione per il Ponte dell'Immacolata 2016 a Passo del Tonale. Replicata in edizione estiva con il primo Boat Party gay d'Italia ha visto la partecipazione di 150 persone. L'evento ritornerà anche per il ponte dell'Immacolata 2017, sempre a Passo del Tonale.

Il successo riscontrato dai format per le nuove community ha fatto capire al gruppo che il modello era replicabile e questo ha portato al nuovo brand name Travel4Target e al payoff **Moving Communities**.

E da questa nuova consapevolezza nasce il primo progetto ispirato alla nuova vocazione: **WeRoad**. Già online in fase sperimentale (con sito, gruppo Facebook e canale Instagram) consiste in un viaggio per mini gruppi di 25-35enni, da 7 a max 15 persone, che verranno aggregati in base al proprio mood di viaggio verso destinazioni di medio e lungo raggio. Guidati da un coordinatore del gruppo, esperto della destinazione, il viaggio è espressamente dedicato a chi viaggia da solo, in coppia o in piccoli gruppi e ama conoscere nuove persone con gli stessi interessi.

I **mood di viaggio** tra cui scegliere sono 5: Natura e avventura, Monumenti e storia, Relax e mare, Città e cultura, Party e nightlife. Tra le destinazioni già disponibili ci sono Perù, Cuba, Thailandia,

Argentina e Islanda.
Un'altra particolarità di questo format è che il pacchetto comprende solo i servizi a destinazione e i trasferimenti interni. Il volo per la destinazione è quindi a carico del viaggiatore o, meglio, "rappresenta un'opportunità per le 100 agenzie di viaggi partner di SGTour / Travel4target che potranno inserire le proposte di WeRoad, tutte commissionabili, in pacchetti più ampi, comprensivi non solo di volo ma anche di estensioni di viaggio", spiega la managing director di Travel4Target, **Betty Pagnin**.