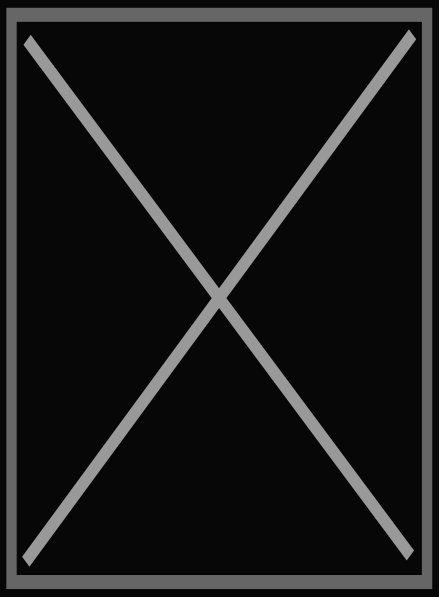
La nuova scommessa di Viaggidea: i single

Viaggidea si prepara a lanciare la prima collezione di itinerari per viaggiatori single. Il nuovo catalogo, **Single**
Travellers, esce questa settimana e raccoglie proposte esclusive, in linea con la filosofia del brand e attente alle esigenze di questa nicchia di mercato sempre più rilevante.



Si tratta di un target in rapida crescita e destinato a continuare in questa direzione: secondo l'Annuario 2016
dell'Istat, in vent'anni i single sono aumentati del 10%, divenendo un 'esercito' di circa 8 milioni di persone che, per motivi diversi, decidono di partire da soli. Le previsioni per quest'anno mostrano un trend che non accenna a rallentare: secondo il Report Single Traveller 2017, si attende un incremento della domanda pari al +9% rispetto al 2016. Un bacino estremamente interessante, che il **Gruppo Alpitour** ha deciso di conoscere meglio: di qui anche la collaborazione già realizzata con Meetic e giunta quest'anno alla seconda edizione. Ora è arrivato il momento di Viaggidea, che ha deciso di sfruttare una domanda sempre più importante, proponendo viaggi tailor made che favoriscano momenti di socializzazione e confronto, ma allo stesso tempo rispettino le esigenze di privacy dei single, offrendo esclusivamente soluzioni senza supplemento singola.
Per il momento, il catalogo sarà in formato digitale e proporrà itinerari da dicembre, realizzati ad hoc per visitare le destinazioni più richieste: Messico, Perù, Argentina, Cina, India, Thailandia, Sudafrica e due metropoli d'eccellenza, New York e Dubai.

“La decisione di creare questa nuova collezione deriva dalla volontà di ascoltare l’evoluzione della nostra società – commenta **Andrea Moscardini**, Direttore Commerciale Viaggidea –, un processo che il Gruppo Alpitour vuole continuare ad interpretare e assecondare, come avviene ormai da settant’anni”.