

La luna di miele è diventata un viaggio di famiglia. Tra seconde nozze e coppie che si sposano dopo una convivenza, in agenzia è sempre più frequente trovarsi a organizzare un viaggio con bambini, con tutte le sfide del caso, anche sul fronte dei prezzi.

Come reagiscono i t.o.? «Prima non andavano incontro alle famiglie, oggi invece applicano lo sconto sposi anche nei viaggi con bambini», spiega **Simona Andreotti**, banconista di Furore Viaggi di Napoli. Si tende a rimanere su una quotazione media, «cercando il miglior rapporto qualità-prezzo, indicativamente 5mila euro a coppia per due settimane». Ma per le honeymoon formato family uno dei nodi resta la scelta della destinazione: «I clienti con figli piccoli cercano soluzioni con servizi adatti, anche villaggi sul medio raggio, di rado un tour», spiega **Gianluigi Polimeno**, titolare di Salento Viaggi a Maglie (Le).

E a Genova, spiegano in casa Fieschi Travel, «cominciano anche i viaggi di nozze di coppie gay, il mercato è pronto – racconta **Rossella Isola**, leisure travel director – E poi ci sono i millennial che vogliono tutto smart. Registriamo una crescita di richieste fuori dalle solite rotte. Bolivia, Perù, Cile, Panama con l'arcipelago di San Blas o addirittura la Kamchatka, e c'è chi ci chiede il trekking».

Sposi sempre più viaggiatori. Un'evoluzione intercettata anche da H24 Travels di Roma: «Abbiamo sposato l'anno scorso la filosofia della società 5.0», spiega il presidente **Pierluigi Cruciani**. Di matrice giapponese, il concetto è sfruttare le potenzialità della tecnologia per riportare la persona al centro, dunque anche il viaggiatore. E il ritorno alle agenzie e al valore della consulenza si sente anche tra gli sposi. Il budget è alto per tutti? «È un viaggio dove si allargano molto le maglie e noi abbiamo un taglio medio-alto», spiega **Piero Larocca**, socio di Viaggimmagine, agenzia e tour operator di Milano specializzato in viaggi su misura. Si tratta prevalentemente di viaggi confezionati «in casa», «meno del 20% sono quelli da catalogo».

Ma è una tendenza valida per tutti, anzi per diverse agenzie l'avvento della nuova direttiva Ue sui pacchetti comincia a incidere. Lo conferma **Monica Frisoni**, direttore tecnico di In Transit Viaggi e Turismo di Rimini: «Tendiamo a non spaccettizzare per mantenere alta la professionalità dei servizi». Perché altrimenti slittando nella categoria di organizzatore cambierebbero i livelli di responsabilità e gli adempimenti richiesti, e un viaggio spesso lungo e con alti standard come quello di nozze richiederebbe – in caso di problematiche – impegni talvolta insostenibili. L'agenzia romagnola segnala una forte ripresa delle Maldive e un ritorno delle Seychelles, insieme al trend positivo di Indonesia, Bali e Thailandia.

Salento Viaggi conferma il Giappone anche combinato a Malesia, Filippine e Polinesia, e il ritorno della passione verso il safari in Africa. Per **Irene Tumbiolo**, titolare di Vacanze Singolari ad Aci Catena (Ct) le richieste rimangono molto tradizionali: «Crociere con partenza da Catania o da Messina, ma anche Stati Uniti con estensione ai Caraibi e Thailandia, oltre a qualche preventivo per Sudafrica e Giappone». Il budget? Molto variabile, dai sei a 18mila a coppia.

LE SFIDE ONLINE DEL CONSULENTE. Il lavoro di personalizzazione è fondamentale anche online. Lo spiega **Stefania Rigioli**, consulente di Evolution Travel specializzata, in termini di destinazioni, su Piccole Antille e Bahamas, «destinazioni che non offrono quasi mai la classica vacanza all inclusive, ma prevedono anche attività outdoor come trekking, sport e immersioni». E se i clienti si «intercettano» grazie alla pubblicità sul web e i social media, sul fronte promozionale continua a contare molto il **passaparola**. La sfida? Ricondurre richieste spesso «multidestinazione» a una scelta precisa in base alle esigenze dei clienti. Tenendo conto che i viaggiatori che si rivolgono al consulente online non hanno un identikit preciso, né in termini anagrafici né di spesa, non cercano necessariamente il risparmio, ma apprezzano la disponibilità continua.

TRA YOUTUBE E APERIWEDDING. Non solo fiere sposi. La parola d'ordine è eventi su misura. Lo ha scelto **H24 Travels**, che organizza il Wedding Travel No Stress: per un mese accoglie i futuri sposi con eventi ad hoc insieme a operatori sponsor, con focus quest'anno sui viaggi esplorativi. **Fieschi Travel** va invece in video in collaborazione con una tv locale, con appunti di viaggio fruibili anche su YouTube. A Napoli **Furore Viaggi** invita le coppie ad aperiwedding dedicati a un prodotto o a una destinazione; mentre **Ciclone Viaggi** (Firenze) organizza appuntamenti personalizzati, come il corso di fotografia di viaggio.