

SHARING MEDIA®

Quotidiano Digitale | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Viola Lala
Editore: SHARING MEDIA SRL - ROC 36886 - REA RM-1640967 - P. IVA IT-16193971005

Testata periodica telematica internazionale di attualità, politica, cultura ed economia

ISP: BT Italia S.p.A. - Via Tucidide 56 - 20134 Milano - Aut. DGSCER/1/FP/68284

BONUS PUBBLICITÀ

SEI ANCORA IN TEMPO, APPROPFITTA ADESSO!

50%

**di risparmio su ogni investimento pubblicitario su STAMPA ed ONLINE
INFO: press@sharing-media.com**

Il Media Network Sharing Media Srl

Le testate giornalistiche del network Sharing Media sono registrate presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tali permettono di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La società è iscritta al ROC - Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.



Triplicato il fatturato della start-up Vamonos-Vacanze.it

[Spazio Pubblicitario Vamonos Viaggi Eventi SRL]

Eccezionalmente positivo il bilancio del tour operator romano Vamonos-Vacanze.it, grazie al posizionamento sul mercato dei suoi viaggi dedicati ai single ed ai gruppi di amici con un potere di spesa di fascia medio-alta.

Si prospetta una chiusura di bilancio con un +350% sull'anno precedente, che aveva già fatto registrare un aumento dei volumi del tour operator romano Vamonos-Vacanze.it.



Start Up Innovativa

Fondata a Roma a maggio 2021, Sharing Media Srl si è costituita come startup innovativa, specializzandosi nell'edizione di libri a marchio editoriale "Edizioni Sharing Media Srl", già registrato presso l'Agenzia ISBN, nell'edizione di testate periodiche online ed offline e nello sviluppo e prototipazione di un innovativo servizio di ottimizzazione delle inserzioni pubblicitarie. «Vogliamo produrre libri che risvegliano le coscienze, per questo l'attività libraria per noi è molto importante», sostiene Viola Lala, amministratrice unica di Sharing Media e direttrice responsabile dell'omonimo Quotidiano "Sharing Media". Il piano d'impresa di Sharing Media prevede un'alta sensibilità allo sviluppo sostenibile e l'adozione di modelli di business orientati all'innovazione sociale.

«Una crescita raggiunta grazie al posizionamento del "prodotto" su una **clientela di fascia medio-alta**: uomini e donne di successo, prevalentemente **single nella fascia di età compresa tra i 26 ed i 55 anni**, indipendenti e decisi, che cercano **esperienze ed emozioni** e sanno esattamente cosa vogliono» spiega **Emma Lenoci**, fondatrice di **Vamonos-Vacanze.it**.

«Già ad agosto —prosegue **Emma Lenoci**— ci ritroviamo con un fatturato triplicato rispetto al 2021. Il fatto è che **il nostro target di riferimento rappresenta un acquirente molto appetibile**: è disponibile a viaggiare, è molto esigente e può permettersi lussi non concessi ad una persona sposata con figli, è indubbiamente più dinamico sul mercato e padroneggia il web spaziando tra le varie opzioni di acquisto».

Il target ha un maggiore potere di acquisto ed è in crescita. Secondo il **rapporto dell'Istat di quest'anno** il numero dei single ha superato quello delle coppie con figli: 33% contro 31,2% ed entro il 2040 ci saranno più coppie senza figli che quelle con i figli. Ed anche a questa tipologia di cliente punta **Vamonos-Vacanze.it**, che già oggi è il tour operator preferito dai **gruppi di amici che decidono di partire senza il partner**.

«Oggi **le relazioni sono più fluide** e sempre più spesso anche alle coppie capita di volere organizzare **vacanze separate** o concedersi comunque una **pausa con gli amici**, prediligendo viaggi-esperienza sempre più completi ed autentici all'interno dei quali le diverse tipologie di vacanzieri si fondono in un'unica "Tribù Vamonos", dando vita a spazi e momenti di crescita e condivisione» sottolinea **Emma Lenoci**.

Certo si può partire anche con gli amici, **ma sempre più spesso si parte anche da soli**.

BONUS PUBBLICITÀ

SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTA ADESSO!

50%

di risparmio su ogni
investimento pubblicitario
su STAMPA ed ONLINE
INFO: press@sharing-media.com



Ogni viaggio è organizzato per fasce di età e ci si ritrova con persone affini che hanno voglia di esplorare, conoscere, divertirsi e fare nuove amicizie, accompagnati sempre da un **«group leader»**, il collante tra i membri di ogni gruppo.

I risultati economici sono trainati dalle vendite principalmente per **l'Italia (con una quota di fatturato del 34%)** e per il resto del **Mediterraneo (25%)**, con Isole Baleari ed Isole Greche in testa.

Mentre le **crociere** rappresentano ad oggi il **21% del fatturato**, le mete **extra-Ue il 14%**, con il Mar Rosso in testa. E, poi ancora, dopo la grande esplosione registrata durante il Covid, continuano ad andare forte le **vacanze in barca a vela che pesano dell'8%** sulla distribuzione del fatturato di **Vamonos-Vacanze.it**.

I più spendaccioni? Secondo il tour operator, **la propensione a spendere di più è maggiore a Roma, Milano, Napoli, Verona, Firenze e Torino**: queste 6 città, messe insieme, rappresentano il **65%** dei clienti di **Vamonos-Vacanze.it** che scelgono vacanze sopra i 1.500 euro.

Ad optare invece per **vacanze sotto gli 800 euro sono invece i viaggiatori di Palermo, Bologna, Catania, Cagliari, Bari, Ancona, Perugia e L'Aquila**: queste 8 città, messe insieme, rappresentano il 64% dei clienti che scelgono vacanze meno dispendiose ma non per questo meno coinvolgenti. **Entro questo budget di spesa c'è perfino la Crociera MSC in Grecia, Mykonos e Croazia** (prossima partenza disponibile dal 18 al 25 settembre 2022).

«Il turismo è tornato a numeri da alta stagione con una domanda che è decisamente superiore agli anni precedenti, persiste una grande domanda per i gioielli italiani (che da noi crescono del 39% rispetto allo scorso anno), con Sardegna, Sicilia e Puglia in testa; e salgono esponenzialmente i viaggi nei confini del Mediterraneo (+420% ad agosto)» spiegano gli analisti di **Vamonos**.

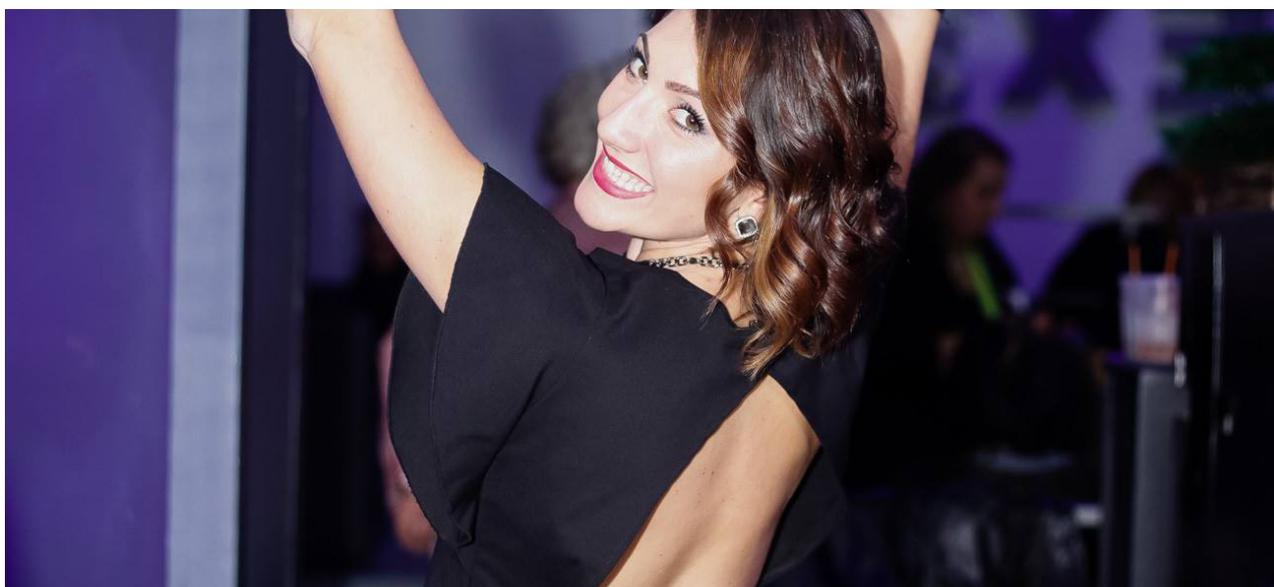
Così come —sempre ad agosto 2022— si è rinnovato sulla piattaforma il fascino delle **crociere (+310%)** e di alcune mete **extra-Ue (+280%)**, con il Mar Rosso in testa. E poi ancora —dopo la grande esplosione registrata durante il Covid— sono continuate ad andare forte le vacanze in **barca a vela (+27%)**: in questo ambito **Vamonos-Vacanze.it** propone anche a settembre **pacchetti week-end lunghi all'imbattibile prezzo di 359 euro**.



Nel piano di sviluppo di **Vamonos-Vacanze.it** per il prossimo **triennio 2023-2025** sono ora in previsione l'implementazione di **nuove mete** e la collaborazione con **nuove strutture** sul corto, medio e lungo raggio, nonché accordi di esclusiva con diverse compagnie marittime, **per un investimento di almeno 6 milioni di euro** spalmato sui 3 anni ed una **crescita del valore della produzione pari a circa il 20% annuo**, con l'ambizioso obiettivo di arrivare a **40 milioni di euro di fatturato alla fine del triennio**.

L'obiettivo è ambizioso considerando la giovane età del tour operator, che peraltro è entrato ad operare sul mercato in tempi di pandemia. Ma se la società è giovanissima, **il team può vantare con le esperienze pluridecennali** dei suoi componenti.

*«Il progetto **Vamonos-Vacanze.it** —tuttavia— è solo all'inizio: la nostra vision a lungo termine è quella di consolidare il brand lavorando sulla **qualità e sull'esperienzialità dei servizi offerti nelle nostre strutture**, controllando ed adattando costantemente il “prodotto” —dalla cucina, all'animazione, con un particolare focus sulle location— e mantenendo sempre (nonostante l'inflazione e l'aumento dei prezzi dell'energia) il **pricing aggressivo che da sempre ci contraddistingue**»* conclude il ceo di **Vamonos-Vacanze.it**, Emma Lenoci.





vamonos

vacanze amicizie esperienze emozioni