

REPORTATGE ELS 'SINGLES' SÓN UN COL·LECTIU MOLT RENTABLE PER FER NEGOCI

# El meravellós món de la solteria

Creixen les iniciatives que promouen el fet de conèixer nova gent com creuers o webs d'amistat

Silvia Roig

Els anomenats *singles* -solters, separats, divorciats o vidus- cada vegada representen un percentatge més gran de la nostra societat. La idea, però, d'associar aquest col·lectiu amb la soledat ha quedat totalment desfasada. Són moltes les empreses que es dediquen a oferir activitats per a aquest col·lectiu: des de la típica agència de viatges que organitza excursions per solters fins cadenes com els clubs DiR, que compten amb un programa especial per a ells, o pàgines com [www.singelringen.com](http://www.singelringen.com), pioners en la creació d'un anell exclusiu per a no casats.

Està clar que el negoci dels *singles* mou molts diners, però totes les propostes destinades a aquest grup solen tenir un tret comú: que es relacionin entre ells, facin amistats i, amb el temps, mai se sap el que pot sorgir. Des del 2005, a més, els solters tenen la seva pròpia fira. Es tracta del Saló Singles, que aquest any tindrà lloc al Palau de Congressos de Catalunya durant els dies 13 i 14 de desembre. En les edicions passades, el Saló va comptar amb un total aproximat de 44.000 visitants. I no és d'estranyar que diverses empreses fixin la seva mirada en aquest col·lectiu, ja que, segons dades proporcionades pel propi Saló, hi ha vuit milions de *singles* a tota Espanya, que suposen el 27% de la població, amb un creixement anual del 7%. A més, viatgen un 39% més que la resta i gasten una mitjana de 500 euros al mes amb targeta.

L'Anna, que ha preferit mantenir l'anonimat, és una soltera de 47 anys, que ja en fa tres que pertany a Vida Singular. "El meu objectiu no era trobar parella, sinó ocupar el meu temps lliure amb altres perso-



Membres de Vida Singular en una excursió de grup.



La passada edició del Saló Singles va ser tot un èxit.

nes", confessa. Per la seva banda, l'administrador de l'empresa d'activitats per a *singles* Vida Singular, Luis Sardà, destaca l'originalitat d'algunes activitats, com festes temàtiques, cursos de grafologia o tallers de cinema i ràdio. El Pedro Bracero és un divorciat de 50 anys que ha participat en un d'aquests tallers i, juntament amb altres companys, ha seguit tot el procés que requereix un curtmetratge, "des de crear el guió fins la seva estrena", explica.

## TROBAR L'AMOR EN UN CREUER

Els creuers de solters van començar com un fet puntual, però s'han consolidat com una opció molt escollida per trobar parella. La Maria Asunción Alegret, de 53 anys, i el Julián Expósito, de 57, van embarcar-se el setembre de 2006 a un vaixell que donaria un gir a les seves vides. Era el primer creuer pel Mediterrani organitzat des de [www.solterosabordo.com](http://www.solterosabordo.com). La Maria Asunción, que és divorciada, va assabentar-se del viatge gràcies a Vida Singular i el Julián, que és vidu, hi va arribar a través de Viajes Mediterráneo. Tots dos van compartir el mateix grup d'amics dins del vaixell, amb els que feien excursions per ciutats com Roma, Cartago o Palermo, anaven a les festes, balla-

## Les dones són més actives

L'administrador de l'empresa d'activitats per a *singles* Vida Singular, Luis Sardà, afirma que el perfil més comú es troba entre els 30 i els 50 anys i "tot i que hi ha bastant participació masculina, el sector més actiu és el femení", apunta. La directora de Redpoint Singles, Àngela Llorente, també està d'acord en afirmar que les dones són les més decidides a l'hora d'apuntar-se a viatges, excursions o sopars.

ven, reien i es coneixien més a fons. "Va ser una experiència molt maca", tal com afirma Alegret, però l'amor entre ells no va començar des del primer moment. Malgrat la Maria Asunción volia trobar un marit dins del creuer, quan li van presentar al Julián no va pensar en ell com a parella. Segons confessa Expósito: "En el vaixell ens vam conèixer, fora ens vam enamorar". Tots dos coincideixen en destacar la serietat i l'educació dels viatgers. "No perquè sigui un creuer de solters ha de ser una perversió", afirmen.

## Agència matrimonial o Internet?

Existeixen noves formes de lligar a través del xat i de pàgines web com [meetic.es](http://meetic.es) o [match.com](http://match.com). Però internet és sinònim de distància, incertesa i, molts cops, d'engany. És per aquest motiu que les agències matrimonials segueixen tenint clients que busquen la opció més segura. La directora de l'agència Samsara, Maria del Carme Banús, afirma:

"Aquí no hi ha enganys, nosaltres tenim documentació de tots i cada un dels nostres clients". Actualment, compten amb prop de 1.000 clients actius i, segons Banús, més del 70% aconsegueix el seu objectiu. "El col·lectiu més comú és el de separats i divorciats i el que menys, el de persones vídues", conclou Banús.

## Nissan fa "xantatge" per no marxar

■ La secció sindical d'UGT de Nissan Motor Ibèrica ha acusat a la direcció de la companyia automobilística de "fer xantatge" als treballadors plantejant una modificació de les condicions laborals a canvi de no presentar un expedient que preveu l'acomiadament de 450 treballadors. UGT considera "un greu error" l'amenaça de la multinacional.

## Protestes a una fàbrica de Sony

■ El comitè d'empresa de Sony va convocar una vaga de 48 hores a la planta de Viladecavalls per l'acomiadament de tres treballadors i la incertesa sobre el futur d'aquesta factoria, segons fonts dels representants dels treballadors que van dir que la tasca que feien aquests operaris s'ha externalitzat a una empresa aliena a Sony.

## Els treballadors de Seat ja no fan dejuni

■ Dos dels acomiadats de Seat en l'Expedient de Regulació d'Ocupació (ERO) de 2005 que van iniciar fa 17 dies una vaga de fam per exigir els 66 reingressos pendents en la companyia van decidir abandonar el seu dejuni després del compromís de l'empresa de reprendre les reincorporacions. Els dos treballadors han perdut més de deu quilos durant la vaga.



Els vaguistes han perdut deu quilos en aquest dies de protesta.