

# VIAGGI DIGITALI RICETTA FRANCESE

La (ex) startup parigina Evaneos ha raccolto oltre 90 milioni di finanziamenti e punta a diventare un brand globale, con una proposta di turismo su misura e gestita in loco. Prossimi passi: più investimenti sull'Italia. E lo sbarco negli Usa

di **Francesca Gambarini**

**D**alla sua sede, La Voyagerie, nel IX arrondissement di Parigi, ha raccolto 93 milioni di dollari di finanziamenti. Se l'idea di partenza della (ormai) ex startup Evaneos era diventare un brand globale del turismo, il momento giusto per provarci è ora. La posta in gioco è alta: il settore è un forziere da 1,33 trilioni (online più offline) di dollari. Certo, gli sfidanti sono agguerriti: si chiamano Expedia, Booking o Airbnb. Ma Evaneos ha buone carte da gio-

carsi. Grazie a una piattaforma che mette in contatto diretto sul web i clienti con le agenzie di viaggio locali, disintermediando la pratica di viaggio e abbattendo — riferiscono in azienda — dal 15 al 30% i costi di prenotazione, la «creatura» di Eric La Bonnardière, 37 anni, e del socio Yvan Wibaux, 34, ha già fatto viaggiare, con 1300 partner in loco, oltre 300 mila persone in 160 destinazioni. Tutte vacanze personalizzabili, a seconda delle esigenze: dalla durata del soggiorno all'itinerario, fino ai mezzi di trasporto scelti.



**Progetti** Eric La Bonnardière, 37 anni, cofondatore e presidente di Evaneos

Con un quarto fundraising, a settembre, Evaneos ha ottenuto 80 milioni di dollari, uno degli importi più alti raccolti nel 2018 nel settore tech in Europa. Tra gli *angels*, nuovi investitori come i fondi francesi Partech e Quadrille Capital, e Level Equity, che ha base a New York ma già opera in Francia. Si è così aperta una porta importante verso gli Stati Uniti, il mercato su cui Evaneos, già presente in nove Paesi europei, inclusa l'Italia, vuole affacciarsi nel 2019. «A livello tecnologico siamo pronti. Questo finanziamento è un feedback importante: vuole dire

che al mondo interessa il nostro business e che stiamo diventando più internazionali. Oggi già il 60% dei nostri viaggiatori non è francese», ragiona La Bonnardière, che incontriamo nel quartier generale di Evaneos, in un'accogliente e colorata sala riunioni.

### Strategie

Fuori dalla stanza, tra souvenir, quelli che regalano le guide locali quando vengono in visita, (tanti) tecnici al lavoro e un call center attivo tutti i giorni, l'atmosfera è tipica delle startup. «Lo spirito degli inizi è rimasto intatto — dice il manager —. Per questo, grazie agli ultimi fondi, investiremo ancora in tecnologia: nuovi tool per le agenzie (a cui Evaneos fornisce una sorta di programma di accelerazione digitale e di marketing) e assunzioni, per esempio di *data specialist*». In totale saranno 70 i collaboratori reclutati nei prossimi 18 mesi: i dipendenti arriveranno a 250, 500 i partner in loco che uniranno alla community.

Del resto, il «capitale umano» è la forza del modello Evaneos. «Selezioniamo solo il 10% degli agenti che ci contattano — spiega La Bonnardière —, il cliente si deve potersi fidare e deve essere garantito al 100% quando ci sceglie: ci piace dire che il nostro modello di marketing preferito è il passaparola». Poi, certo, ci sono i *pay per click*: «Sono importanti, anche se attualmente meno del 30% del traffico sul sito in Francia, e meno del 45% in Italia, arriva da Google — puntualizza il manager —. Vogliamo lavorare ancora di più sui contenuti dell'offerta, per ispirare i viaggiatori e creare curiosità verso mete ed esperienze non convenzionali».

Il turismo low cost o le destinazioni *mass market*, di fatto, entrano poco nell'orbita di Evaneos: «Spingiamo un tipo di vacanza il più possibile sostenibile, chi prenota con noi non cerca risparmi, piuttosto vuole i servizi di un'agenzia specializzata, ma con la libertà e lo stile di un viaggiatore zaino in spalla». Una dichiarazione di intenti che comincia dal nome: Evaneos sta per «nuova evasione». La parola turismo non c'è, nemmeno nel logo. Scelta azzardata? «Una sfida, soprattutto in tempi in cui avere un brand riconoscibile è diventato vitale per le aziende, — dice La Bonnardière —. Volevamo crearci un'identità da zero. Ora, dopo quasi dieci anni di attività (la startup è nata nel 2009), affermare il marchio diventa obiettivo primario». La svolta è evidente in Italia, secondo mercato dopo la Francia, e in rapida crescita. Da noi Evaneos punta sulla tv: una serie di spot appena andati in onda sulle principali reti e la sponsorizzazione di sette puntate della trasmissione *Alle falde del kilimangiaro* su Rai Tre. «In Francia il business è già redditizio, in Italia e Spagna sta per diventarlo — svela il manager —. In questi Paesi, il fatturato raddoppia ogni anno». Altri numeri non escono, dal 27 di Rue de Mogador. Chiude La Bonnardière: «Reinvestiamo per crescere, questo adesso è il principale obiettivo».

Fujitsu consiglia Windows 10 Pro.

## Accelera l'innovazione

FUJITSU Workstation  
CELSIUS W570 & J550/2

# FUJITSU

shaping tomorrow with you

FORNITORE UFFICIALE

LUNA ROSSA

Previous generation  
W Series

CELSIUS W570  
Desktop Workstation

CELSIUS J550/2  
Small Form Factor Workstation

### Workstation Fujitsu - Per innovatori e creatori

Curate nei minimi dettagli dalla progettazione alla realizzazione, le workstation CELSIUS sono costruite in Germania e Giappone con funzionalità all'avanguardia. Silenziosissime grazie alla soluzione per la gestione termica e il raffreddamento, le workstation CELSIUS di Fujitsu supportano creatività, simulazione e calcolo ai massimi livelli, per accelerare il tuo business ogni giorno. Le potenti workstation CELSIUS sono utilizzate anche da Luna Rossa Challenge - Sfidante alla 36a America's Cup, per effettuare complesse simulazioni sulle varie iterazioni progettuali della propria imbarcazione da gara.

Info:  
[www.fujitsu.com/it/workstation](http://www.fujitsu.com/it/workstation)  
Numero verde: 800 466 820  
[customerinfo.point@ts.fujitsu.com](mailto:customerinfo.point@ts.fujitsu.com)  
[blog.it.fujitsu.com](http://blog.it.fujitsu.com)

 Windows 10 Pro

Windows 10 Pro è sinonimo di business.