

Bus Sharing, GoGoBus punta a leadership europea Al via la campagna di Equity Crowdfunding su Opstart

**Forte di un mercato in rapida crescita e già leader di settore in Italia
GoGoBus mira a potenziare i sistemi di automazione e la rete di agenzie**

Duplica l'obiettivo di raccolta: 100 e 400 mila euro

**GoGoBus ha ideato e sviluppato in house la piattaforma che consente di fare
business con il mercato del noleggio bus senza possederne alcuno**

Selezionata lo scorso maggio da Assolombarda come startup di eccellenza, giunta al quarto anno di attività e già leader di settore in Italia, **GoGoBus lancia su Opstart la sua prima campagna di Equity Crowdfunding** (<https://www.opstart.it/progetto/gogobus/>). Obiettivo: **diventare leader in Europa negli spostamenti su autobus non di linea** nel mercato ricreativo e del turismo grazie a un forte sviluppo nell'automazione dei processi organizzativi e logistici e all'introduzione di nuove funzionalità nella piattaforma sviluppata interamente in-house.

Oltre che da Assolombarda, GoGoBus è stata promossa dalla stessa piattaforma di crowdfunding che ha deciso di ospitare la campagna di GoGoBus dopo averne vagliato qualità e composizione del team, innovatività del servizio offerto, redditività del modello di business, potenziale scalabilità, traction e investimento dell'equity raccolto.

COSA FA GOGOBUS

Nata nel 2015, GoGoBus offre un servizio di **bus sharing** per organizzare e condividere facilmente un viaggio in pullman. Grazie a una rete nazionale di fornitori certificati e a un sistema software sviluppato interamente in house, la startup

consente agli utenti tramite sito di organizzare e condividere facilmente un viaggio in Italia in autobus con altre persone interessate a raggiungere la stessa meta. GoGoBus si configura così come una valida alternativa all'auto privata, garantendo spostamenti più economici e sicuri ma egualmente pratici. Si arriva precisamente alla destinazione voluta, si riparte esattamente da lì.

GoGoBus collega grandi città con sede concerti, eventi, fieri ma anche parchi di divertimento. Non solo, GoGoBus si occupa anche dello **scouting degli eventi da coprire**, della progettazione degli **itinerari**, delle attività di **marketing e vendita dei biglietti** per partecipare agli eventi in programma.

GoGoBus è di fatto una startup digitale che non possiede alcun autobus. Per questo nel settore è indicata come la **“Flixbus degli eventi”**.

IL GIRO D’AFFARI DI GOGOBUS

Il percorso di crescita di Gogobus si basa su uno storico concreto di traguardi che hanno permesso di sviluppare un **giro d'affari complessivo cumulato di oltre 1,1 milioni di euro** superando i **25.000 passeggeri** trasportati con più di **500 autobus partiti**. La traction è significativa e in particolare modo se comparata con altre startup italiane nello stesso stadio di sviluppo e con finanziamenti ricevuti limitati.

“In questi anni abbiamo registrato una crescita superiore alle nostre aspettative, il mercato ci sta dando ragione e i numeri del comparto ci confermano che questo è il momento più adatto per crescere. Il mercato è vasto”, afferma **Alessandro Zocca**, co-founder e Ceo di Gogobus.

IL VALORE DEL MERCATO DI RIFERIMENTO

L'Italia conta 2,2 miliardi di fatturato nel settore del noleggio autobus (fonte Anav) e sono 7 milioni le persone che prendono il pullman annualmente nel nostro Paese, il 47% dei quali per fini turistici. Il mercato cui si rivolge GoGoBus, tuttavia, non coincide con quello del noleggio autobus ma all'intera serie di servizi potenzialmente connessi con l'organizzazione e la partecipazione a eventi. Un aspetto particolarmente importante da tenere in considerazione è rappresentato dal mercato degli autobus a media e lunga percorrenza, settore in pieno boom, il cui principale operatore è ormai rappresentato da Flixbus, entrato nel mercato italiano a metà del 2015. Nei primi tre anni di attività ha trasportato nel nostro Paese oltre 10 milioni di passeggeri con un tasso di crescita annua medio superiore al 50%

Automazione, marketing e rete offline: gli obiettivi della campagna su Opstart

L'automation dei processi è il principale obiettivo cui verrà indirizzato il capitale raccolto dalla campagna di CrowdFunding. La raccolta è suddivisa in due target di raccolta: 100 e 400 mila euro. Il primo target servirà al potenziamento dei servizi online, allo sviluppo di algoritmi di intelligenza artificiale, di analisi predittiva e machine learning. Verrà inoltre completata l'integrazione in un unico sistema di tutti i dati provenienti dalle varie piattaforme di marketing e verrà gestita meglio l'analisi di tutti i big data presenti in quattro anni di attività.

L'obiettivo dei 400 mila euro servirà al rafforzamento e allo sviluppo della rete offline, con ambassador distribuiti sul territorio e all'incremento del personale dell'azienda.