Nasce Wimbify, l'app di condivisione esperienze di viaggio per la community Lgbt

E' stato presentato nei giorni scorsi a San Francisco e a Milano il nuovo marchio del gruppo Sonders & Beach. Si tratta di **Wimbify**, un'app per Ios e Android, pensata per la community **Lgbt**, persone che si trovano spesso, per scelta o necessità, a viaggiare da sole.

Il nome deriva dal termine Wimby, acronimo inglese usato per "**Welcome in my back yard**" (Benvenuto nel mio giardino). Seguendo la filosofia della **sharing economy** l'app permette di ospitare altri membri della community, di proporsi come guida turistica per la propria città, di condividere un viaggio in auto e, ovviamente, di aggregarsi alle proposte degli altri iscritti.

Alessio Virgili, CEO Wimbify e co-founder assieme a **Andrea Cosimi** spiega: "Se pensiamo che il 53% delle persone LGBT viaggiano e vivono da sole, Wimbify è il modo più semplice ed efficace per trovare un compagno o una compagna di viaggio, per trovare ospitalità a un prezzo abbordabile, per accedere ad offerte per due persone, per dividere o abbattere dei costi di spostamento, e in ultimo, ma importantissimo, condividere due culture differenti attraverso uno stile di vita simile".

Il **mercato potenziale** in cui trova spazio l'applicazione è rappresentato da 1 miliardo di viaggiatori Lgbt (dati Community Marketing).

"L'obiettivo del nostro business plan quinquennale è di raggiungere i **500.000 viaggi organizzati** attraverso la piattaforma entro il 2020, con un volume d'affari di oltre 9 milioni di dollari, di cui il 10% di viaggi in Italia", afferma Alessio Virgili.

L'App in questo momento, anche se già scaricabile e installabile dagli store, è in **fase di test** e poco alla volta saranno rilasciate diverse funzionalità che andranno ad arricchirne le funzioni. Una prima versione definitiva è prevista per settembre.

"L'applicazione - continua Virgili - è una vera e propria community Lgbt, aperta anche agli eterosessuali, in cui tutte le proposte che verranno inserite saranno offerte da persone Lgbt e avranno tutte un **taglio gay oriented**: ad esempio un utente potrà proporsi come guida per un giro turistico della città che permetta al turista anche di entrare in contatto con la gay scene del posto. Un servizio molto importante soprattutto in destinazioni dove la gay life è nascosta"

Il **modello di business** si basa sull'acquisto di crediti che possono essere utilizzati per prenotare le esperienze proposte ma che possono essere anche guadagnati da chi propone delle attività.

"Le revenue arriveranno principalmente dall’acquisto dei crediti, ma prevediamo di puntare anche sulla vendita di spazi pubblicitari attraverso la concessionaria del nostro gruppo, la Marketing Unique Solutions. La piattaforma rappresenterà per i viaggiatori non solo un canale dove incontrare sempre nuove persone e nuove opportunità, ma anche un **marketplace** che si fa garante dello scambio tra gli utenti verificando l’autenticità dei profili e supervisionando il rapporto", assicura il co-founder.
"Siamo certi di poter puntare ad un alto **tasso di fidelizzazione**, in fondo il costo dei crediti sarà davvero irrisorio per cui gli utenti saranno disposti a sostenere questa spesa a favore delle garanzie e delle opportunità offerte. Un po’ come quello che accade poi su portali come Blablacar o Airbnb dove i costi di intermediazione sono nettamente più alti dei nostri, eppure vengono utilizzati per i motivi di cui sopra".
Per concludere Virgili ci regala la sua visione sulla **sharing economy**: “In Italia le piattaforme di sharing economy sono 138, ma ancora non siamo preparati dal punto di vista delle regole, ai cambiamenti che questa nuova economia sta apportando alla nostra società. Si tratta di un fenomeno che va regolamentato, ma non ostacolato dalle imprese. Per i consumatori invece si tratta di un’opportunità di accedere a dei beni primari o servizi risparmiando, senza pretendere un approccio professionale, quanto piuttosto sociale, umano, emotivo, solidale”.