Lastminute.com festeggia i dati semestrali comprando un social network

Il gruppo **Lastminute.com** ha comunicato i risultati del primo semestre 2016 con dati molto positivi per il colosso svizzero dell'online travel: le revenue si sono attestate a 133,2 milioni di euro, in crescita dell'8,2%, mentre l'Ebidta rettificato è stato di 17,3 milioni, 5 volte superiore a quello del primo semestre 2015.

Risultati commentati positivamente dal Ceo del gruppo **Fabio Cannavale**: "Il primo semestre 2016 è il risultato di un 2015 particolarmente sfidante in cui il nostro principale obiettivo è stato quello di ottenere la massima efficienza dal processo di ristrutturazione messo in atto".

waynE i buoni risultati, a quanto pare, sono subito stati reinvestiti: Lastminute.com ha infatti rilevato, il social network **Wayn**, storica community di viaggiatori nata nel 2002 e che oggi conta circa 20 milioni di iscritti e 2 milioni di visitatori unici al mese. Numeri che non hanno consentito loro di tenere il passo con i social network del momento ma che rappresentano comunque una base di iscritti che farebbe gola a qualunque player del settore.

L'acquisizione non avrà impatto sul conto economico del gruppo in quanto è stata realizzata nella forma di scambio di asset. Ha invece una notevole valenza strategica per la nuova business unit di Lastminute.com dedicata all'advertising, **The Travel People**, di cui avevamo scritto a luglio.

Marco Corradino, Chief Audience Architect di lastminute.com group infatti ci spiega: "Wayn si integra perfettamente con il nostro gruppo. Il loro team ha creato una coinvolgente community di viaggiatori che si diverte condividendo milioni di recensioni di viaggio. Un business complementare al nostro che può diventare l'hub dei contenuti di tutto il nostro gruppo"

Jerome Touze, co-fondatore di Wayn ha aggiunto: "E' fantastico far parte di un'organizzazione così dinamica con così tanti brand iconici. Combinando le rispettive capacità è audience saremo in grado di aiutare gli inserzionisti a raccontare storie rilevanti al proprio pubblico"