10 milioni di fatturato per One Day Group nel 2016 grazie ai Millennials

OneDay Group, business factory dedicata ai Millennials con il tour operator SG Tour e i marchi ScuolaZoo e Zoocom ha chiuso l'anno raggiungendo l'obiettivo di 10 milioni di euro di fatturato.
Il Gruppo, forte di un tasso crescita medio del +40% nell'ultimo triennio, ha registrato quest'anno un +28,2% y/y e visto crescere il proprio organico da 47 a 62 persone assunte full time. Fatti che dimostrano la solidità finanziaria del gruppo e l'efficacia del business model intrapreso, focalizzato sul coinvolgimento dei millennials su asset a loro dedicati e in ambienti da loro frequentati in modo da poter poi coinvolgerli negli eventi e nei viaggi organizzati.
Le dimensioni raggiunte di OneDay Group hanno portato alla decisione di allargare il Board del gruppo non solo ai partner storici **Paolo De Nadai, Francesco Fusetti e Betty Pagnin**, ma anche ad **Alberto Poma**, Chief Financial Officer del gruppo e **Stefano Marchi**, imprenditore con oltre 15 anni di esperienza nel settore digitale a completare un CDA così in equilibrio tra azionisti, manager operativi e consiglieri esterni.
In particolare, **ScuolaZoo** si conferma la community degli studenti leader in Italia. Grazie ai suoi asset (2.300.000 utenti unici mensili, eventi in 35 città e un nuovo sito web dedicato ai maturandi con 500mila utentu unici mensili) ha registrato un fatturato di 1,6 milioni di euro.
Parlando di viaggi, **SGTour**, il tour operator dedicato alle community di OneDay Group, ha chiuso l'anno con 33 settimane di viaggio evento in 16 destinazioni diverse e un fatturato di 6 milioni di euro quest'anno.
Tra le milestone messe a segno dal gruppo ce ne sono in particolare 4 da segnalare:

- ScuolaZoo Viaggi Evento ha abbattuto quest'estate il traguardo dei 10.000 ragazzi portati in viaggio, con 26 settimane organizzate in estate in 11 destinazioni europee diverse
- Ai viaggi estivi si aggiungono i viaggi evento per il Capodanno che aggiungono 3 destinazioni. In totale, celebreranno il Capodanno di ScuolaZoo 1.500 ragazzi
- SGTour si è aperta a nuove community: a luglio è stato organizzato il primo CruiseBreak, viaggio evento organizzato in collaborazione con SNAV e dedicato agli amanti della musica elettronica a cui hanno partecipato 200 music lovers

- A questo si aggiungono i viaggi evento arcobaleno: SGTour ha infatti incubato quest’anno Gbreak, il primo format di viaggio evento dedicato alla comunità LGBT. La prima occasione sarà il Ponte dell’Immacolata a cui parteciperanno 200 partecipanti
  Infine **ZooCom**, la media agency del gruppo ha registrato un fatturato di 2,4 milioni di euro a soli due anni dalla sua fondazione.
  “OneDay Group si basa su un business model unico, in cui i Millennial non sono solo il target di riferimento dei servizi delle company del gruppo, ma un vero e proprio asset.” Commenta **Paolo De Nadai**, **CEO di OneDay Group**. “La Community di ScuolaZoo infatti non è solo un media, ma una vera e propria comunità di persone che coinvolgiamo e partecipa sentitamente a iniziative e progetti. ScuolaZoo, SGTour e ZooCom, ognuna nel proprio ambito, sono i partner ideali di aziende e istituzioni per presentarsi, dialogare e coinvolgere il target nelle proprie iniziative.”