Musement acquisisce Triposo per personalizzare l'offerta di attrazioni

Musement ha annunciato l’acquisizione della piattaforma di contenuti di viaggio **Triposo**. L'accordo unisce più di 12 milioni di viaggiatori considerando entrambe le piattaforme e rafforza la presenza globale di Musement.

“La notizia di oggi rappresenta una tappa fondamentale, sia per gli utenti che per i partner commerciali di Musement” dichiara **Alessandro Petazzi**, co-founder e CEO di Musement. “Il nostro obiettivo è costruire la migliore piattaforma possibile per prenotare e scoprire le attività disponibili una volta giunti a destinazione. La scelta di unire la tecnologia di machine learning di Triposo, che fornisce agli utenti contenuti iper-personalizzati, ai servizi di scoperta e prenotazione di esperienze in-destination di Musement, è stata naturale. Con questa partnership mettiamo insieme un team fantastico e una tecnologia all'avanguardia, e miglioreremo in modo significativo l’esperienza generale per i nostri utenti, oltre a creare nuove opportunità di business per centinaia di nostri travel partner.”

Fondata nel 2013 a Milano da Paolo Giulini, Claudio Bellinzona, Alessandro Petazzi e Fabio Zecchini, Musement seleziona con cura e propone esperienze da scoprire e prenotare per tutti i tipi di viaggiatori, garantendo una vacanza senza problemi, facendo risparmiare tempo prezioso e portandosi a casa ricordi meravigliosi. In meno di quattro anni, l’azienda è cresciuta fino a diventare una delle più importanti piattaforme al mondo per le attività in-destination e le esperienze di viaggio. Con un’app che conta più di 10 milioni di download, di cui più del 40% proviene dagli Stati Uniti e dall'Europa occidentale, Triposo è invece una piattaforma di contenuti di viaggio che usa un algoritmo di apprendimento automatico che analizza ed elabora i dati di milioni di siti e di recensioni per riunirli tutti su un’unica piattaforma.

L'integrazione di Triposo verrà completata nei prossimi mesi e permetterà a Musement di offrire ai suoi utenti un'esperienza più personalizzata e intuitiva in tempo reale. Grazie a questa integrazione, Musement sarà in grado di aggiungere contenuti iper-personalizzati alle sue opzioni di prenotazione all’interno di diverse aree verticali - da tour guidati e musei, a esperienze food & wine o attività spa & wellness - e attraverso diversi touch-point: i siti web e le app B2C di Musement e Triposo, e le relative API B2B che i partner possono integrare nei propri siti.

Commentando l’acquisizione, **Nishank Gopalkrishnan**, CEO di Triposo, ha affermato: “Siamo entusiasti di unirci al team di Musement e di unire le forze con una delle piattaforme maggiormente in crescita e più importante per le esperienze in-destination, con la pluripremiata tecnologia di machine learning di Triposo. Sono fiducioso che insieme saremo in grado di proporre ai nostri utenti i contenuti migliori e di fornire ai nostri partner opportunità di business su larga scala.”
Il mercato dei tour locali e delle attività in-destination in cui operano Musement e Triposo ha oggi un valore stimato di 135 miliardi di dollari ed è in fase di consolidamento ed evoluzione. L'operazione di oggi segue una serie di altre acquisizioni importanti nel mercato quali quella di Viator nel 2014 da parte di Tripadvisor e, più di recente, quella di Zozi da parte di Peek, avvenuta nell’aprile 2017.
Triposo continuerà a operare da Amsterdam e questa sede si aggiungerà così agli uffici di Musement presenti a Milano, Barcellona, Londra, New York e Dubai. In base all’accordo, InterWest Partners entra a far parte della compagine azionaria della società.