

La nuova start-up italiana del settore dei viaggi unisce TikTok e YouTube a Tripadvisor

# Il turismo è social con *blinkoo*

## Con il crowdfunding raccolti 716 mila euro: obiettivo 2 mln

DI FILIPPO MERLI

**S**i chiama *blinkoo*. Così, tutto minuscolo. Una particolarità che contraddistingue la nuova start-up italiana del travel. Con *blinkoo* anche il turismo diventa social: l'app rappresenta una sorta di fusione tra la durata breve dei video di TikTok, l'intrattenimento di Instagram e YouTube e le informazioni migliori che si possono trovare su *Tripadvisor* o *TheFork*. Una piattaforma innovativa che piace agli investitori del *crowdfunding*. **Video sintetici, influencer professionisti, racconti** di esperienze autentiche e luoghi poco conosciuti: un servizio verticale che accompagna gli utenti in tutte le fasi di organizzazione di un viaggio. *blinkoo* unisce le funzionalità dei social network tradizionali e delle maggiori piattaforme di recensioni per dare ai turisti gli strumenti per pianificare un viaggio e prenotare le attività desiderate seguendo i consigli di chi ha già vissuto l'esperienza.

**Nei primi giorni di crowdfunding sulla piattaforma BacktoWork**, la start-up ha già raccolto 716 mila euro. La raccolta proseguirà per altri 45 giorni per raggiungere l'ambizioso obiettivo dei 2 milioni e 300 mila euro. «*blinkoo* nasce dalla volontà di semplificare il processo decisionale che le persone compiono online per organizzare un viaggio o per scoprire nuove esperienze da vivere e attività da fare, vicino casa o dall'altra parte del mondo», ha spiegato **Smeraldo Meminaj**, fondatore dell'app, già disponibile su Apple Store e Google Play. «Il per-

corso che porta una persona a scegliere una meta e prenotare un viaggio, il *travel customer journey*, può essere molto lungo, non lineare, frammentato e caotico».

**Meminaj è un esperto del settore. L'idea di *blinkoo* è nata nel 2019** dall'esperienza precedente di *Crush Travel*. In due anni il team dedicato al progetto è cresciuto sino a comprendere 25 persone che lavorano allo sviluppo e alla promozione dell'app. *blinkoo* si sviluppa all'interno di un ecosistema di *influencer*, *content creator* e media online coinvolti nel progetto. Professionisti che basano il proprio successo sui contenuti di valore e sulla fiducia che le persone ripongono in loro. La start-up, attualmente, lavora con oltre 60 tra i maggiori *influencer* in Italia nel settore dei viaggi come **Marcello Ascani**, **Human Safari**, **Giovanni Arena** e **In viaggio col Tubo**.

«**Manca un modo coerente e organizzato per ispirarsi** sulle destinazioni e su quello che offrono», ha aggiunto il fondatore. «In media un utente online naviga tra circa 34 siti e piattaforme diverse alla ricerca di ispirazione e di informazioni utili all'organizzazione di un viaggio, passando dai grandi social media come Instagram, YouTube e TikTok a piccoli siti di istituzioni locali». «Le informazioni trovate cercando online sono frammentarie e parziali, a volte contraddittorie e non sempre attendibili. *Blinkoo* aggiunge valore a tutti e tre gli attori coinvolti nel processo: viaggiatori e appassionati, *influencer* e *content creator* e operatori turistici».

— © Riproduzione riservata — ■

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901

