

Dopo Safe Bag anche Sos Travel.com verso l'Aim

«Vogliamo diventare la Wikipedia degli aeroporti, il punto di riferimento cui tutti guardano per muoversi negli hub grazie a un'app che raccoglie i servizi importanti per i viaggiatori, dai voli in tempo reale, ai cambi di gate, ai bagagli persi e ritrovati, alla possibilità di evitare le code in aeroporto fino alle assicurazioni mediche e di viaggio». È il racconto dagli Usa di Rudolph Gentile, presidente e amministratore delegato di Safe Bag. La società di Gallarate, specializzata nei servizi di protezione e ritracciamento dei bagagli, quotata sul segmento Aim dal 2013, sta per portare a sua volta sul listino delle pmi di Piazza Affari Sos Travel.com. Nata nel 2016, Sos Travel.com ha registrato ricavi lordi per 4 milioni, ricavi netti per 1,7 milioni con un ebitda di 440 mila euro. Il servizio è stato richiesto da 1,1 milioni di viaggiatori. Lo sbarco a Piazza Affari è previsto per il primo semestre dell'anno, con una raccolta



Rudolph
Gentile

fra 20 e 30 milioni. Si tratta di un'operazione tutta in aumento di capitale che vede Banca Finnat - sotto la guida di Giulio Bastia - quale nomad e global coordinator, Ambromobiliare advisor finanziario e PwC advisor strategico.

La stessa Safe Bag, quotata a 2,25 euro, oggi scambia attorno a 4,85 euro, con un rialzo dall'ipo del 115% e del 162% nell'ultimo anno. «L'app è gratuita per le informazioni di base, permette di poter comprare diversi servizi, dalle polizze ai taxi. Le funzioni invece più strutturate come quella di concierge, tipica per esempio della carta di credito American Express platino, che permette di avere un call center cui fare riferimento in ogni parte del mondo per

qualunque esigenza, viene erogata tramite abbonamento. Abbiamo già un centro assistenza in grado di interloquire in sette lingue», racconta Gentile.

Il servizio di Sos Travel.com non ha concorrenti diretti sul mercato, spiega poi l'imprenditore, perché ogni aeroporto tende a creare la propria applicazione, «una rete che collega 2.200 hub nel mondo ancora non c'è ed è il nostro obiettivo», conclude. Il target della società che si pone sulla strada della quotazione è rappresentata da 335

milioni di viaggiatori, soprattutto quei 231 milioni appartenenti alla categoria Millennials e alla Generazione X. (riproduzione riservata)

