

# ONEDAY

ScuolaZOO

a ONEDAY company

travel4target  
MOVING COMMUNITIES

a ONEDAY company

ZOOM  
COM

a ONEDAY company

DREAMS  
BUILDING

a ONEDAY company

manolibera

a ONEDAY business mate

MADE FOR  
SCHOOL

a ONEDAY business mate

sweetguest

a ONEDAY business mate

DREAMSET  
A NEW GENERATION OF COMMUNICATION

a ONEDAY business mate



CHI SIAMO

## VISION

Un business mate in ogni mercato

## MISSION

Essere il più grande gruppo indipendente che offre struttura istituzionale, finanziaria e operativa alle realtà ad alto potenziale che vogliono rivoluzionare le regole di un mercato, supportandole e valorizzandole.

## VALORI

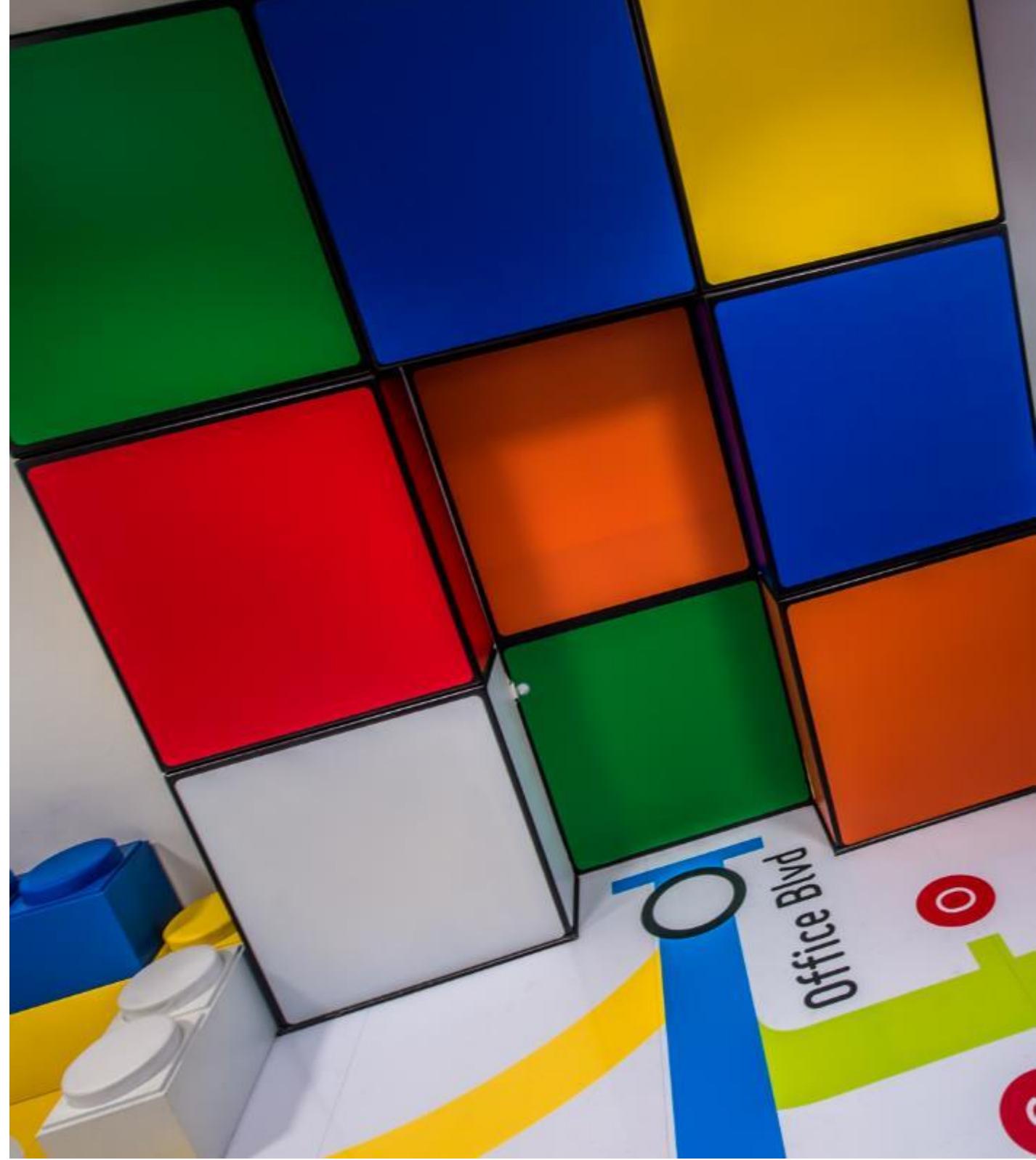
- ✓ Informalità
- ✓ Ambizione
- ✓ Proattività
- ✓ Concretezza
- ✓ Passione
- ✓ e... un pizzico di Zoo!

**OneDay** è molto più di un incubatore di start up: siamo una vera e propria **Business Factory** che investe in realtà digitali ad alto potenziale e partecipiamo concretamente alla loro crescita mettendo a disposizione il nostro know how e il team di HR, l'amministrazione, il marketing, i programmatori informatici, l'ufficio stampa.

E perché no? Anche gli spazi di lavoro, nel primo **gaming coworking** d'Italia, il **C32** di Milano.

Tutte funzioni che normalmente una start up non ha, ma che offrono quel supporto necessario a lasciare l'imprenditore libero di concentrarsi sul proprio core business.

Il gruppo è la casa di importanti realtà digital native come **ScuolaZoo**, **Travel4Target** e **ZooCom** ma anche compagna di business di numerose start up e PMI dal DNA simile come **Made For School**, **manolibera**, **Dreamset** e **Sweetguest**.





Partiamo dal DNA di ScuolaZoo, la prima società del gruppo ad essere stata creata, e manteniamo in OneDay il focus sui Millennials, in ogni declinazione, grazie alle Company del gruppo e ai Business Mate.

**ScuolaZoo** intrattenendoli, informandoli e aiutandoli nella formazione, **Made For School** essendo presente all'interno dei loro istituti, **Travel4Target** portandoli in viaggio evento, **Sweetguest** dando ai partner l'opportunità di incontrarli in formule di vacanza al di fuori del viaggio evento, **ZooCom** fornendo alle aziende la strategia adeguata per attrarli e **Dreamset** e **manolibera** sviluppando la comunicazione visiva e video che è più vicina al target.

**OneDay** si occupa dello stesso target, ma nell'ambito del lavoro: contribuendo alla crescita di giovani startupper innovativi e investendo nella carriera di professionisti di talento.

Partiti nel 2007 dall'iniziativa di due persone, siamo oggi più di **60** compagni di business, che fatturano **€ 10 milioni** all'anno con un tasso di crescita medio y/y del **+30%**.



A photograph of a modern conference room. In the center is a large, rectangular glass table with a white frame. Several blue office chairs with high backs are arranged around the table. On the table, there are several colorful, small, cylindrical objects. In the background, there is a white wall with a large window on the left and a black TV mounted on the right. A small table with a laptop and a bottle is visible near the window. A red poster with a white speech bubble is on the wall to the left.

# LA NOSTRA STORIA

**ScuolaZoo.com** nasce il 1 aprile 2007 come portale di video sharing dedicato alla scuola grazie all'intuizione di due liceali, **Paolo De Nadai** e **Francesco Fusetti**, oggi rispettivamente Amministratore Delegato e Presidente del gruppo OneDay. All'Università scatta la sinergia con **Betty Pagnin**. Nascono così, nel 2009, i viaggi evento di ScuolaZoo, per rispondere al desiderio degli utenti della community online, di conoscersi da vivo e condividere esperienze anche nella realtà oltre che sul web.



# I TRE SOCI ONEDAY



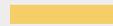
**FRANCESCO FUSETTI**  
CO-FOUNDER



**PAOLO DE NADAI**  
CEO E CO-  
FOUNDER



**BETTY PAGNIN**  
BOARD MEMBER





### NASCE IL BLOG SCUOLAZOO

Paolo De Nadai decide di condividere sul blog che gestisce con l'amico Francesco Fusetti la foto del professore che si addormenta durante il suo esame di maturità.

Dal blog la foto passa ai media e ScuolaZoo diventa un blog nazionale mezzo di denuncia di casi di malaistruzione con tono irriverente.

2007

### LA PRIMA EDIZIONE DEL DIARIO SCUOLAZOO

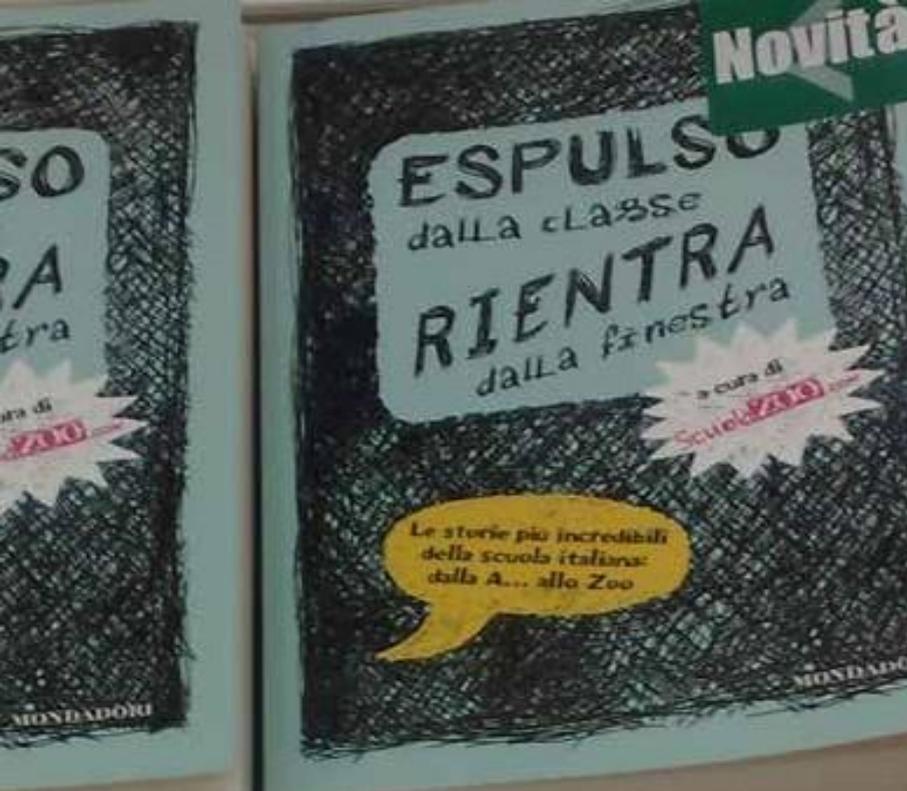
Francesco e Paolo scrivono ed editano il primo Diario ScuolaZoo che dà agli studenti il vero supporto che richiedono.

2008

### IL PRIMO VIAGGIO EVENTO DI SCUOLAZOO

Dal digital alla realtà: la community si incontra lanciando il format dei viaggi evento in Italia con il primo Viaggio Di Maturità.

2009



### IL PRIMO LIBRO FIRMATO SCUOLAZOO

"Espulso dalla classe rientra dalla finestra" è il titolo del primo libro firmato ScuolaZoo ed edito da Mondadori.

L'anno successivo sarà editato, sempre da Mondadori "Siamo una classe fortissimi".

### NASCE IL TOUR OPERATOR SGTour

Specializzato nella creazione e nell'organizzazione di viaggi evento per community e gruppi, grazie all'esperienza con ScuolaZoo.

. Dal 2015 SGTour è associato ASTOI, Startup Turismo e WYSE Travel Confederation.

### NASCE IL PROGETTO R.I.S. Rappresentanti di Istituto ScuolaZoo

ScuolaZoo entra fisicamente nelle scuole con gli studenti, che possono candidarsi alle elezioni studentesche con la lista ScuolaZoo, per migliorare la scuola dal basso.

2010

2012

2013



- **SCUOLAZOO È IN TV**

Mediaset trasmette 36 puntate de "I fuori classe", il programma TV di ScuolaZoo.

- **NASCE ZOOCOM**

Agenzia media leader nella realizzazione e viralizzazione di contenuti per le multinazionali del largo consumo.

- ScuolaZoo Viaggi Evento lancia il **IL CAPODANNO SCUOLAZOO**.
- Nasce il nuovo pilastro di ScuolaZoo: **IL TEAM DELLE PUBBLICHE RELAZIONI** che con i suoi Ambasciatori, PR e Promoter rappresenta e porta ScuolaZoo nella quotidianità delle proprie città.

2013



- **SCUOLAZOO DIVENTA TESTATA GIORNALISTICA**

- per offrire contenuti sempre più puntuali e di rilievo
- Una nuova sede rappresenta lo spirito informale di ScuolaZoo: nasce il primo gaming Coworking, **il C32**.
  - La pagina Facebook di ScuolaZoo raggiunge il **1° milione di fan**.

2014



- **SCUOLAZOO E' SEMPRE PIU' SOCIAL**

Il profilo Facebook raggiunge i 2 milioni di fan e il 1° milione di fan su Instagram.

- Viene lanciato il sito **SOSTudenti.it** : un filo diretto con il target universitario .

- Il C32 ospita il **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP CONGRESS**, evento che riunisce tutti i maggiori attori mondiali coinvolti nella creazione di un ecosistema imprenditoriale fondato sull'innovazione.

2015



- **NASCE ONEDAY GROUP**

ScuolaZoo, con SGTour e ZooCom entra nella neonata Business Factory OneDay Group, fondata dai tre soci di sempre Paolo De Nadai, Francesco Fusetti e Betty Pagnin, per aiutare altre realtà digital italiane a crescere con l'entusiasmo e la professionalità di ScuolaZoo.

- **SUPERATI I 10 MILIONI DI EURO**

Con una crescita del +30% y/y è abbattuto il tetto dei €10 milioni di fatturato

- **I PRIMI BUSINESS MATE**

Le prime quattro Business Mate completano l'offerta di OneDay per i Millennials e per gli stakeholder che vogliono raggiungerli. Sono Made For School, manolibera, Sweetguest e Dreamset

2016



- **SGTour viene rinominato in Travel4Target**, per riaffermare il focus su tutte le community

- Viene acquistato **SETTE in Condotta**, quinto diario più venduto in Italia, forte sul target Generazione Z

- Viene lanciato **WeRoad**, primo viaggio a lungo raggio di Travel4Target, dedicato al target 25-35 anni

2017

# CRESCITA GRUPPO ONEDAY

2013-14

2014-15

2015-16



FATTURATO

5.5M

7.8M

10M



ORGANICO

32

47

62

# LE ONEDAY COMPANY





ScuolaZOO

Una community prima di un prodotto

# CHI È SCUOLAZOO

**ScuolaZoo** è il media brand dedicato agli studenti delle superiori italiani con oltre **2,9 milioni di utenti**. E' la più grande community online di studenti in Italia.

**Nata nel 2007** da un'idea di **Paolo De Nadai** e **Francesco Nazari Fusetti** per agevolare i contatti fra studenti di tutta Italia e contrastare gli episodi di mala istruzione.

ScuolaZoo è una **testata giornalistica** che informa gli studenti su tutto ciò che li riguarda, con uno stile diretto e ironico, comprensibile al pubblico di riferimento.

ScuolaZoo è presente all'interno delle scuole con la lista dei **Rappresentanti di Istituto ScuolaZoo** e informando gli studenti su temi legati alla responsabilità civile, come la lotta alla mafia o il rispetto per le donne.

ScuolaZoo è anche **il terzo diario più venduto d'Italia**, il primo con contenuti generati dagli utenti e l'unico con un e-commerce proprio.

ScuolaZoo è **Notte Evento**: il tour d'Italia delle serate più cool pensate e organizzate per i Millennial.

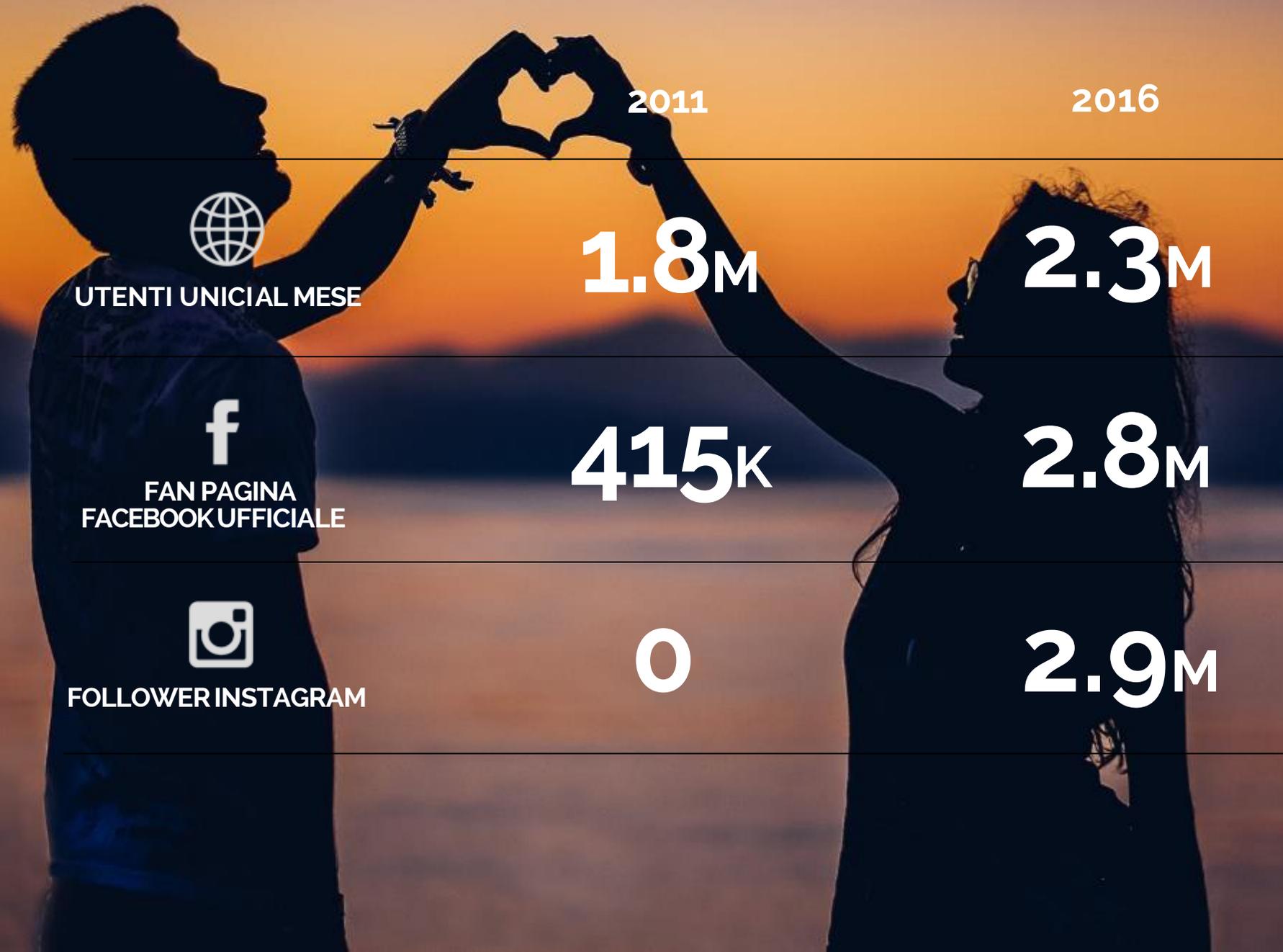


## PARTNER E OSPITI SCUOLAZOO

- **Terre des Hommes**: L'ONG che vuole proteggere i bambini da ogni forma di violenza o abuso, garantirgli il diritto alla salute, all'educazione e alla vita. La partnership con ScuolaZoo ha portato alla redazione di una ricerca su cosa i ragazzi pensano della violenza sui minori, degli stereotipi di genere, dei rischi e delle opportunità della rete e dell'integrazione dei minori stranieri.
- **Pepita Onlus**: cooperativa sociale che lavora al fianco dei ragazzi per renderli attivamente responsabili e prevenire così ogni forma di bullismo. Pepita ha partecipato come ospite durante le assemblee R.I.S con l'obiettivo di coinvolgere i ragazzi emotivamente al tema dei bullismi e e fargli elaborare soluzioni per affrontare il fenomeno.
- **ImAmRev**: un "movimento studentesco rivoluzionario" che ha l'obiettivo di rendere consapevole ogni ragazzo dei propri talenti e in grado di esprimerli senza paure. Il movimento è protagonista di assemblee R.I.S in cui proietta video riguardanti storie di personaggi famosi che hanno abbattuto i loro complessi per diventare dei numeri uno e fornisce testimonianze dirette di giovani che hanno superato traumi e malattie.
- **Gherardo Liguori**: giovane consulente che a 27 anni è stato inserito fra i migliori 40 professionisti della comunicazione politica digitale in Italia e ad oggi ha formato oltre 2.000 persone durante corsi online e Master. Gherardo ha parlato agli studenti durante le assemblee R.I.S dei lavori più richiesti oggi, della disoccupazione giovanile e dei lavori che scompariranno nei prossimi anni e di quali competenze acquisire per i nuovi lavori che verranno a crearsi.



ScuolaZOO



2011

2016



UTENTI UNICIAL MESE

1.8M

2.3M



FAN PAGINA  
FACEBOOK UFFICIALE

415k

2.8M



FOLLOWER INSTAGRAM

0

2.9M



travel4target  
MOVING COMMUNITIES



## **Travel4Target è un Tour Operator per community.**

Organizza viaggi evento che creano esperienze per gruppi di persone riunite da uno stesso interesse o stile di vita che le accomuna per un periodo di tempo più o meno lungo.

Crea viaggi evento signature che si ripetono nel tempo per determinate community, ma agisce anche come consulente o organizzatore di viaggio per associazioni terze, gruppi di persone o altri tour operator che richiedono le competenze di Travel4Target su determinate community o come expertise nell'organizzazione di eventi.

Le destinazioni sono selezionate accuratamente in base alle esigenze e all'interesse dei viaggiatori, per garantire un'esperienza completa e il miglior rapporto qualità-prezzo.

Lo staff è selezionato e formato nel corso dell'anno perché possa essere il miglior compagno di viaggio dei partecipanti, capace di vivere l'esperienza in sintonia con la community.



Il tour operator **Travel4Target** nasce nel 2012 e garantisce affidabilità e sicurezza in ogni viaggio evento organizzato.

E' membro di:



Travel4Target è associato ad ASTOI Confindustria Viaggi dal 2015. L'associazione, che ad oggi rappresenta l'80% dei tour operator italiani, si pone come obiettivo di tutelare gli obiettivi del settore industriale dei TO e ne cura i rapporti con le istituzioni di riferimento.



Travel4Target è associato a STARTUP TURISMO, l'associazione con lo scopo di facilitare il networking e lo sviluppo di sinergie fra le realtà che si occupano di turismo e cultura con forti componenti di innovazione digitale, forniscono servizi, supporto e prodotti alle stesse, sono incubatori o acceleratori di impresa, finanziari, logistici e promozionali, nonché di qualsiasi altra natura che possa agevolare la crescita degli associati.



Travel4Target è associato The World Youth Student and Educational (WYSE) Travel Confederation, un'organizzazione no profit che si dedica a promuovere e sviluppare opportunità per i giovani viaggiatori e l'industria turistica per i giovani, gli studenti e l'istruzione. Con oltre 600 membri da 120 paesi nel mondo, l'organizzazione associa i protagonisti dei prodotti più innovativi per i viaggi dei Millennials.



Travel4Target, with the format GBreak, is associated to AITLG, the Italian Association of Gay&Lesbian Tourism that promotes LGBT tourism in Italy and worldwide. AITGL is subscribed to IGLTA (International Gay&Lesbian Travel) and Confindustria Assotravel, that assembles all the entrepreneurial and institutional stakeholders that are declared as gay friendly.

# travel4target

MOVING COMMUNITIES

2011

2016



PARTECIPANTI

2.227

11.500



SETTIMANE

6

33



DESTINAZIONI

4

16

BRAND E AZIENDE  
ALLA STESSA VELOCITÀ  
DEI RAGAZZI.





# CHI È ZOOCOM

Siamo la **creative media agency** del gruppo OneDay, specializzata nel conversare con il target giovane sul digital, social network e field.



## I NOSTRI PILLAR



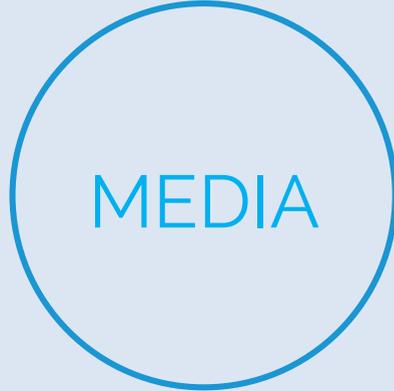
TARGET

Ascolto e monitoring target  
Analisi movimento audience  
Analisi e definizione target  
focus  
Brand positioning



CONTENT

Creative content  
Video and animation  
Progetti integrati  
Social marketing  
Digital PR  
Events & field



MEDIA

Publisher & community  
Progetti speciali editori  
Content distribution  
Custom content  
Native advertising  
Display premium



2.5 MIO

RAGAZZI INGAGGIATI OGNI GIORNO

## LA NOSTRA CRESCITA

DAL 2014

7  
PERSONE

23  
CLIENTI

41  
PROGETTI

800K  
FATTURATO

AL 2016

15  
PERSONE

68  
CLIENTI

113  
PROGETTI

2,4M  
FATTURATO

# ONEDAY BUSINESS MATE



a **ONEDAY** business mate



A NEW GENERATION OF COMMUNICATION

a **ONEDAY** business mate



a **ONEDAY** business mate



a **ONEDAY** business mate



a  **ONEAY** business mate

**Made For School**, nasce dall'iniziativa di **Manuel Meinardi** e **Francesco Invernici**, due ex rappresentanti d'istituto che hanno fatto confluire le competenze acquisite in questo percorso nello sviluppo di una realtà imprenditoriale.

Oggi Made for School aiuta già **70 scuole superiori** a potenziare la loro identità ed aumentare il senso di appartenenza alla comunità scolastica. Lo fa attraverso la produzione di merchandising personalizzato, la realizzazione dell'annuario, l'organizzazione di "Open Day" e dando loro accesso ai fondi europei.



The logo for manolibera features the brand name in a dark, handwritten-style font. Above the 'i' in 'libera', there are three orange curved lines that resemble a stylized sun or a signal icon.

a  business mate

**manolibera** è una società di progettazione e sviluppo di soluzioni per la comunicazione visiva online e offline.

Il servizio non si limita al prodotto finale ma **all'ideazione e progettazione dell'identità** corporate e di prodotto e poi la sua declinazione in differenti forme di comunicazione visiva: siti web efficaci e strumenti per la comunicazione on-line, sviluppo di sistemi complessi per la gestione della comunicazione dinamica (blog, CMS, newsletter) e del business on-line (e-commerce, web marketing, SEO, campagne Google AdWords). Il tutto completato dallo sviluppo di prodotti below the line: impaginazione e grafica editoriale, progettazione per stampa su materiali non cartacei e tramite fornitore selezionati.

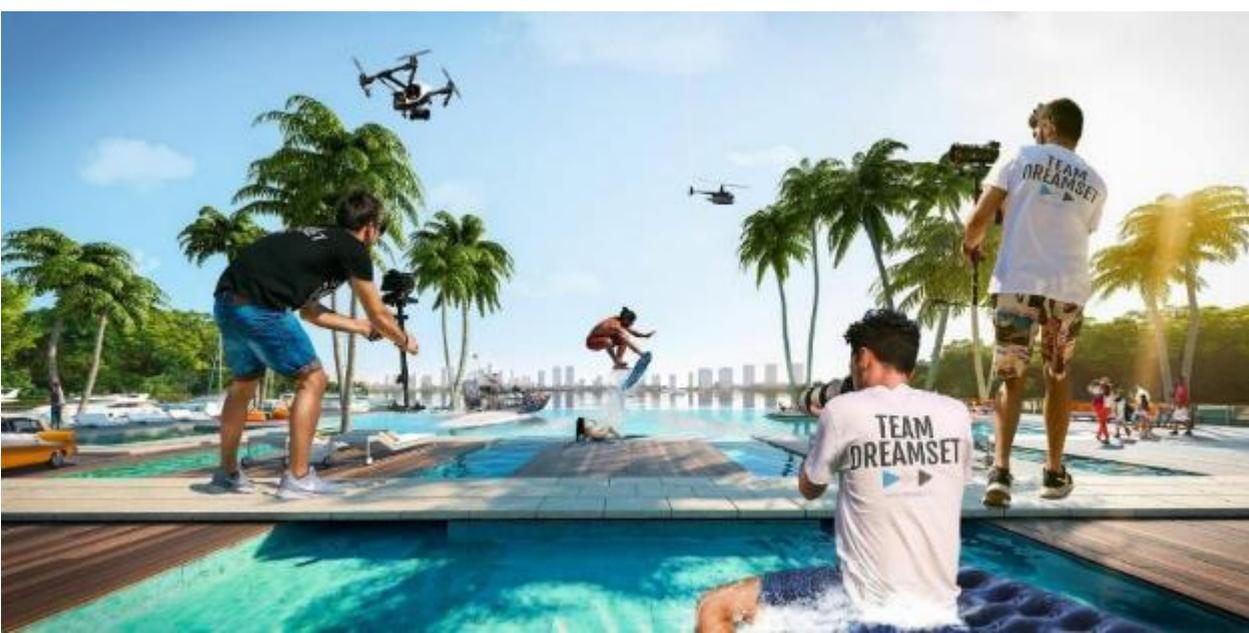




**Dreamset** è una creative video agency specializzata nell'ideazione di spot pubblicitari, engaging video campaign e entertaining web series con contenuti di native marketing dall'alto potenziale di viralità online e social con il linguaggio audiovisivo.

Il team idea inoltre **web serie originali** che creano engagement con un pubblico che si riconosce nello stile comunicativo e segue gli stessi valori di innovazione dell'agenzia.

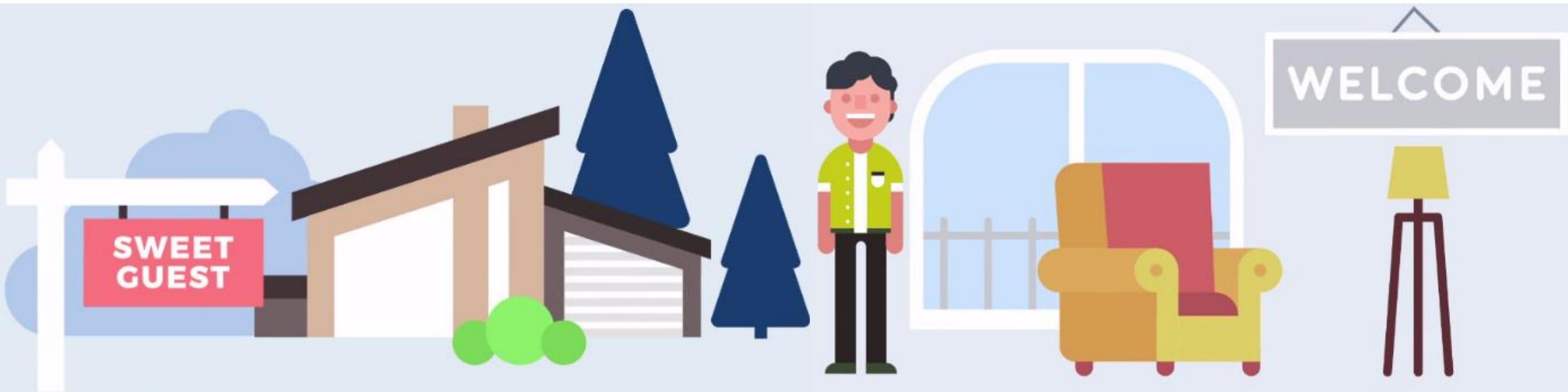
Le produzioni Dreamset hanno ottenuto **oltre 8 milioni di visualizzazioni organiche** sui principali social network come Facebook, Youtube e Instagram nel 2015.





**Sweetguest** è la start up che si rivolge a tutti i proprietari di casa che vogliono cogliere le opportunità offerte dal grande mercato degli affitti brevi senza doversi fare carico delle incombenze che questo tipo di attività comporta.

Il team segue tutte le fasi dell'affitto: dall'aggiornamento dei prezzi all'upload di foto professionali, dalla messaggistica con gli ospiti alla loro accurata selezione, dal check-in/chek-out alle pulizie fino alla manutenzione ordinaria e straordinaria.



A background image of a bright sunburst breaking through a cloudy sky. The sun is positioned in the center, with rays of light radiating outwards. The clouds are dark and textured, creating a dramatic, high-contrast scene.

**ONEDAY**

**Un business mate in ogni mercato**