

WeRoad raccoglie 58 milioni di dollari per l'espansione negli Usa. Tra gli investitori anche Airbnb

2026-05-27 16:25:00 di Giulia Zamponi

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/05/27/weroad-round-58-milioni-dollari-airbnb/>

Un round di Serie C da **58 milioni di dollari**: è questo il finanziamento raccolto dalla travel tech italiana **WeRoad**, specializzata in viaggi di gruppo per giovani Millennials e Gen Z. A fare da capofila al round, il colosso americano degli affitti brevi **Airbnb**, che entra così nel capitale con una quota di poco più del 10%. Al finanziamento hanno partecipato anche gli investitori storici, tra cui **H14**, il family office della famiglia **Berlusconi** e lead investor del round di Serie B. Nel tempo, nel capitale sono entrati anche imprenditori privati e founder del mondo tecnologico italiano, oltre alla famiglia Grassi del gruppo E80 e alla famiglia Rovati. Il totale raccolto dalla nascita dell'azienda è salito a **100 milioni di dollari** e servirà per finanziare la prima grande espansione fuori dall'Europa: verso gli Stati Uniti. **LEGGI ANCHE: ["Fare business con i viaggi dei millennial: WeRoad, la startup di OneDay che ha già raccolto 36 milioni di euro"](#)**

Il successo di WeRoad

WeRoad è la startup di **OneDay Group**: è stata fondata nel 2017 da **Paolo De Nadai** per offrire viaggi avventura per piccoli gruppi di persone. Da quell'anno, oltre 300mila persone hanno viaggiato con WeRoad, su oltre mille itinerari in giro per il mondo, consolidando un enorme successo. L'azienda ha chiuso il 2025 con un record di 130 milioni di euro di ricavi, +30% rispetto all'esercizio precedente. Il 90% dei viaggiatori parte da solo e **tramite questa esperienza incontra nuovi amici con gli stessi interessi**, con cui rimanere in contatto una volta finito il viaggio. Era proprio questa l'idea alla base dell'azienda: creare una community travel, dove il viaggio è il miglior modo per conoscere nuove persone. I social hanno aiutato a costruire **una community fatta da 3,5 milioni di follower e oltre 4mila coordinatori**, ovvero viaggiatori esperti che accompagnano ogni gruppo e gestiscono la logistica. Ma è fuori da Internet che accade la magia: sconosciuti provenienti da ogni parte d'Italia decidono di condividere esperienze ed emozioni insieme durante i viaggi. **LEGGI ANCHE: [L'italiana WeRoad raccoglie 18 milioni di euro per diventare leader europeo neo viaggi di gruppo](#)**

Lo sbarco in America

Già leader nel settore travel in Europa, con la sua presenza in Spagna, Inghilterra, Francia e Germania, oltre che in Italia, adesso l'obiettivo è il mercato statunitense. Negli Stati Uniti, Internet e i social media stanno ridisegnando il modo di relazionarsi l'un l'altro, ancora di più che in ogni parte del mondo. Migliaia di connessioni online, ma **spesso poche vere relazioni autentiche**: il 30% dei giovani adulti dichiara di sentirsi solo ogni giorno. WeRoad cerca di dare una risposta a questa esigenza. Il primo punto di contatto con la community locale americana sarà **WeMeet**, la **piattaforma lanciata nel 2025 di esperienze offline** aperta a tutti, anche a chi non ha mai viaggiato. In un anno, da quando la piattaforma è attiva, ci sono stati 2.000 eventi con 50mila partecipanti, in più di 38 città e 150mila download dell'app. Aperitivi, escursioni, sessioni di yoga, cene: tutto possibile con l'app WeMeet. Negli Stati Uniti l'azienda partirà con gli itinerari già disponibili per il mercato internazionale, con alcuni itinerari studiati apposta. **Il ceo Andrea D'Amico si trasferirà a San Francisco** per guidare la categoria di Airbnb dedicata agli hotel. Oltre a lui e al fondatore

Paolo De Nadai, le altre figure chiave di WeRoad sono il co-founder e cmo Fabio Bin e la co-founder e Chief of Experience Erika De Santi. Non si può più parlare di WeRoad come una startup italiana, è diventato un player internazionale di successo del settore travel.