Sabre: "lastminute.com è ufficialmente sul mercato"

Lo avevamo detto ieri, tra tanti colossi predatori nel turismo sul web, vi è anche una preda dal passato glorioso, ma della quale l'attuale proprietà, il gds statunitense Sabre, se ne vuole liberare. Stiamo parlando di **lastminute.com**, l**a creatura di Brent Hoberman e Martha Lane Fox** nata nel 1998 e comprata per 577 milioni di sterline nel 2005 da **Travelocity**, gruppo Sabre.

"Lastminute.com è un brand iconico che nel corso degli anni è sempre stato un faro nel mercato, con pubblicità leggendarie e servizi all'avanguardia - spiega **il presidente e ceo di Sabre Tom Klein** in un comunicato stampa -. Sotto Sabre, lastminue.com ha fortemente sviluppato la sua tecnologia, ed ora è in rampoa di lancio per sfruttare al massimo tutte le sue potenzialità di crescita e di profittabilità". Nel comunicato si legge che Lastminute.com è un brand riconosciuto da circa il 90% dei cittadini europei essendo uno dei siti di prenotazione online leader in Europa, e che, oltre che nella distribuzione mobile, di cui lastminute.com è un precursore, il sito ha anche sviluppato diversi prodotti, quali i Top Secret® Hotels, pacchetti di viaggio in Francia e proposte esclusive in Gran Bretagna.

Insomma un quadro positivo per dire che lastminute.com, in verità almeno in Italia un po' appannato, è pronto per esser messo sul mercato, "perché Sabre vuole concentrarsi sui business strategici per lui", come sottolinea Klein. Lo stesso destino capitato anche a **Opodo**, venduto dopo pochi anni di attività dalla rivale **Amadeus**.