

Bto 2014: chiusura con il botto. Con Booking e grandi numeri

Chiusura con il botto per Bto 2014. A intervenire quest'anno, "dopo 7 anni di corteggiamento" come ha detto il founder Giancarlo Camiani, al panel finale, ben due esponenti di Booking.com, la regina delle Olta: Andrea D'Amico, Regional Director Italia e Rob Ransom Director Hotel Marketing e membro del Leadership Team del sito con sede ad Amsterdam. Quest'ultimo ha evidenziato le possibilità di *site building* da parte di Booking.com per gli hotel partner, con booking engine integrata e ottimizzazione, ed tra gli elementi di distinzione. D'Amico ha invece snocciolato i numeri della big europea delle prenotazioni di hotel online, controllata da priceline: "abbiamo più di 550 mila proprietà in 200 paesi nella nostra directory - spiega D'Amico - 8500 impiegati dedicati, 135 uffici in 50 paesi, 33 milioni di recensioni e 4,5 room nights vendute ogni settimana". Numeri impressionanti per un sito che è il benchmark del settore, con un sito in 43 lingue, 12 customer center in 42 lingue sempre aperti e nuove sfide aperte sul mobile, "dove abbiamo già il 19% delle prenotazioni. Il 30% per i giovani" aggiunge D'Amico.

Numeri impressionanti che ha fatto anche Bto quest'anno, al suo secondo anno in Fortezza da Basso, dopo aver lasciato la storica sede della Leopolda ormai troppo piccola per la portata dell'evento. Sono stati infatti 8mila i partecipanti alla manifestazione quest'anno, con un più **15% di biglietti venduti**, e stand cresciuti dai 43 dello scorso anno ai 53 di quest'anno. Oltre 6.000 sono stati gli utenti unici che hanno seguito in diretta lo streaming dei principali eventi in programma, che in tutto sono stati **124**, a cui hanno partecipato **230 relatori** provenienti da tutto il mondo. 350 i giornalisti e i blogger accreditati, provenienti da diversi paesi del mondo. Tra le regioni, oltre alla Toscana padrona di casa, anche **Lazio, Liguria, Sicilia, Puglia, Umbria, Abruzzo ed Emilia Romagna** erano presenti all'evento.

Tra i temi principali di questa settima edizione: Web Marketing, Big Data e turismo, sharing economy, storytravelling, turismo sostenibile, l'evoluzione del Mobile, Reputation e Relevance, Mega Metasearch, Hospitality Internet of Things e Wearable technologies. Come sempre tanti anche gli studi presentati, dalle abitudini di viaggio degli under 30 in Italia, "Travel young travel

