

BTO 2016 supera le 10mila presenze in 2 giorni e fa largo ai giovani. Ecco i trend emersi dalla 9a edizione

I numeri della nona edizione di **BTO** superano i risultati positivi del 2015 con oltre 10.000 presenze registrate nei due giorni, +10% di ticket venduti e +20% di espositori e sponsor. Un record reso possibile anche dalla presenza degli studenti provenienti da 12 corsi universitari e master italiani che ha contribuito a rinnovare la platea della manifestazione.

[bto_0032](#)L'attenzione alle nuove generazioni si è concretizzata anche nel coinvolgimento di **82 giovani nel team BTO 2016**, inseriti in un percorso di alternanza scuola lavoro.

Alle presenze fisiche si è aggiunto il pubblico che ha seguito l'evento grazie allo streaming: oltre 6.000 gli utenti unici che hanno seguito la diretta video su [intoscana.it](#).

La manifestazione, con in programma 148 eventi ospitati in due Main Hall (una delle quali dedicata agli ospiti internazionali con dibattiti esclusivamente in inglese) e 7 Focus Hall, ha portato a Firenze **198 speaker e 400 tra giornalisti e blogger accreditati**. 62 gli espositori (+10% rispetto al 2015) di cui 8 aziende straniere (provenienti da Spagna, Gran Bretagna, Svizzera, USA) e ben 13 realtà territoriali italiane: Toscana, Lazio, Liguria, Basilicata, Sicilia, Puglia, Abruzzo, Sardegna, Lombardia, Emilia Romagna, Marche, Umbria, Caves Piemonte.

In Fortezza si sono incontrati aziende, albergatori, agenzie, esperti di marketing, startupper, amministratori regionali e nazionali. Tra questi il direttore generale del settore Turismo del MIBACT, **Francesco Palumbo**, l'assessore regionale al Turismo, **Stefano Ciuoffo**, il direttore esecutivo ENIT, **Gianni Bastianelli e Roberta Milano**, tornata in BTO nel ruolo di direttore marketing digitale ENIT.

[bto2016_d2_2_0223](#)Durante la manifestazione sono state presentate in anteprima numerose ricerche su scenari italiani e internazionali. PhoCusWright®, uno degli enti di ricerca sul turismo più autorevoli al mondo, ha svelato che già **dal 2016 il totale delle prenotazioni da mobile in Italia sarà di 835 milioni di euro**, il 10% di tutto l'online travel (nel 2014 le prenotazioni da mobile erano 372 milioni, con un incremento del 98% rispetto all'anno precedente).

Secondo la ricerca PhoCusWright®, la **messaggistica diretta** è la nuova frontiera: già oggi un miliardo di persone usa WhatsApp ogni mese, 900 milioni sono su Messenger (l'applicazione di

messaggistica diretta di Facebook) e 400 milioni di persone sono su Instagram ogni mese. Le app per prenotare più popolari saranno quelle di messaggistica o social media.

Dati confermati anche dal Travel Flash Report 2016 presentato in BTO da Criteo, azienda tecnologica specializzata in performance marketing, che registra un **+33% per le prenotazioni da smartphone in tutto il mondo** nell'ultimo anno. Le travel app dominano le prenotazioni per soggiorni brevi (72% di soggiorni da una notte). Non potevano mancare, poi, i laboratori di formazione di Facebook, le innovazioni di Google con il progetto Home, i nuovi sviluppi molto "local" di Airbnb e Booking.com. E poi i **Millennials**, che - secondo la ricerca di SG Tour, tour operator specializzato in community – scelgono per lo più l'Europa come meta di viaggio (55%), hanno un budget giornaliero compreso in media tra 21 e 50 euro e sono sempre connessi, per il 76% da mobile.

BTO - Buy Tourism Online è un marchio di Toscana Promozione Turistica / Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze. L'organizzazione è affidata a Fondazione Sistema Toscana e PromoFirenze - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze.