Expedia, la domanda per Roma cresciuta del 19%

Il gruppo Expedia ha incontrato i partner di Roma in occasione di un evento dedicato in cui ha presentato le iniziative, le soluzioni, i programmi e gli strumenti ideati per gli albergatori locali. Inoltre, l'azienda ha anche condiviso la crescita dei risultati raggiunti nella capitale. "Questo evento ha rappresentato una grande opportunità per incontrare i nostri partner, rafforzare le nostre relazioni e condividere con loro i successi ottenuti insieme a Roma", ha dichiarato **Walter Lo Faro**, Senior Director of Management Market di Expedia. "**Nel 2014 la domanda per Roma è cresciuta del 19%, con un incremento nell'ultimo trimestre, durante il quale ha raggiunto il 24% di crescita**. Performance importanti sono state registrate anche dai viaggiatori internazionali, dai pacchetti e dal mobile". Secondo i dati di Expedia, in termini di prenotazioni internazionali, **nel 2014 gli Stati Uniti e il Regno Unito sono stati i principali contribuenti alla crescita registrata a Roma, in quanto mercati di riferimento da sempre forti in Italia**. Nel 2014 anche altri mercati hanno registrato un'importante crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, vedi il +165% per la Polonia, +112% per Taiwan, +107% per il Belgio, +105% per la Spagna. Nel 2014 la domanda di pacchetti (hotel+volo) per i viaggi a Roma è cresciuta del 36% rispetto al 2013, più della media di mercato. "Come azienda globale con oltre 150 siti di viaggi online in più di 70 paesi, siamo in grado di spingere il business a livello internazionale e di incrementare la domanda e le prenotazione degli hotel nostri partner in Italia. Il gruppo Expedia conduce importanti ricerche sulle modalità di prenotazione dei viaggiatori, così come su ciò di cui nostri partner hanno più bisogno", ha dichiarato Lo Faro. Per questo, nel corso dell'ultimo anno **il gruppo Expedia ha fatto importanti investimenti nelle innovazioni (600 milioni di euro), sviluppando nuovi prodotti tecnologici per tutti i suoi brand,** grazie ai quali poter supportare i clienti nella fase di ricerca e prenotazione del viaggio aiutati da vari device tecnologici, che hanno portato a un incremento della domanda fra i suoi hotel partner.