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_0032L'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_0223Durante 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.