

**FINALMENTE E'ARRIVATO IL TRAVEL HANDBOOK DA lastminute.com**  
***Ovvero tutto quello che avreste voluto sapere sui viaggi online***  
***in Italia e in Europa!***

**lastminute.com**, sito leader in Europa nella prenotazione di viaggi e idee per il tempo libero, è lieta di presentare alla stampa la prima versione italiana del **TRAVEL HANDBOOK 2006**: una raccolta di dati davvero interessanti per poter finalmente conoscere a fondo il mercato dei viaggi online, le richieste dei navigatori e i loro acquisti in rete in Italia e in Europa.

Grazie alla sinergia e alla collaborazione con tutte le filiali europee di lastminute.com, il Travel Handbook 2006 contiene tutte le destinazioni più richieste dell'estate 2006 in Italia e in Europa, ma anche una stima di quelle che saranno le mete più cliccate nell'inverno 2006/2007, con previsioni e trend dell'andamento delle destinazioni a livello europeo e italiano per i prossimi mesi.

Per permettere una fruizione più comoda dei dati, il Travel Handbook 2006 è suddiviso in 2 parti: i dati sull'estate 2006 e quella sulle previsioni per il prossimo inverno. In entrambe, vengono analizzate le diverse tipologie di scelta e acquisti online per il tempo libero:

- ü **Pacchetti vacanza**
- ü **Volo + hotel (cosiddetto dynamic packaging)**
- ü **Voli**
- ü **Hotel**
- ü **Noleggio auto**

Inoltre, per ciascuna categoria che è possibile prenotare su lastminute.com, è stata tracciata la "Top 10" delle destinazioni vendute, cercate, e in crescita.

Per fare qualche esempio, nell'estate del 2006 gli Italiani hanno scelto su lastminute.com più pacchetti destinazione Italia, sintomo del positivo effetto delle vittorie dei Mondiali di calcio, mentre il quadro a livello europeo è differente: in Francia è la Tunisia ad essere la più venduta, in Spagna emerge Madeira, i tedeschi hanno preferito la Spagna e gli Irlandesi il Marocco.

In inverno invece le destinazioni più ricercate sono ancora le capitali europee, l'intramontabile e affascinante Ville Lumiere, mentre i voli invece hanno come meta preferita New York...segno che ormai le paure del recente passato sono ormai superate.

Alfonso Castellano, Group Managing Director, Consumer Business Europe di lastminute.com, commenta così il lancio del Travel Handbook 2006: *"Siamo lieti di aver messo a punto uno strumento sicuramente utile per tutti gli operatori del settore turistico, offrendo uno sguardo*

*d'insieme sul mondo dei viaggi online. I dati raccolti per questa ricerca hanno coinvolto tutte le altre sedi di lastminute.com in Europa, e possono quindi essere una fonte attendibile e interessante per analizzare e commentare il settore del travel online, la cui crescita continua ad essere tra le più rapide in Internet".*

L'aspetto più interessante della raccolta dei dati fatta da lastminute.com è la possibilità poi di confrontare i mercati europei e avere un quadro completo dell'andamento del comparto dei viaggi online in Italia e in Europa.

Grazie alle informazioni contenute nel Travel Handbook 2006 lastminute.com permetterà di far conoscere le vere abitudini dei viaggiatori online che non sempre, come emerge, seguono le stesse mete dei viaggiatori tradizionali...magari si scopriranno target di viaggiatori finora ignorati dall'industria turistica, che grazie ad Internet soddisfano la loro ricerca di viaggi "costruiti ad hoc e realmente personalizzati in base alle proprie esigenze". Insomma sembra che su Internet riescano a prendere forma e si convertano in acquisti tutte quelle esigenze una volta biasimate da un famoso spot tv il cui tormentone noi tutti ricordiamo recitava: **"Turista fai da te? Ahi, ahi, ahi!"**.

#### **lastminute.com**

Fondato nell'ottobre del 1998 nel Regno Unito da Brent Hoberman e Martha Lane Fox, lastminute.com, al momento impiega circa 2.000 persone in tutta Europa e conta più di 10 milioni di iscritti alla propria newsletter settimanale. lastminute.com nasce con l'obiettivo di fornire idee e soluzioni per il tempo libero anche "all'ultimo minuto", offrendo ai propri utenti l'opportunità di acquistare biglietti aerei, camere d'hotel, pacchetti vacanza, regali, biglietti per spettacoli, eventi e attività sportive e altro ancora, anche con pochissimo preavviso.

lastminute.com è una fonte inesauribile di proposte originali e convenienti. Versioni localizzate del sito sono state attivate in Francia, Germania, Italia (on line da dicembre 2000 anche con il dominio { [HYPERLINK "http://www.lastminute.it"](http://www.lastminute.it) } ), Paesi Bassi, Spagna, Svezia, Australia e Giappone.

Con le 14 acquisizioni negli ultimi 3 anni, lastminute.com annovera ad oggi brand online quali holidayautos.com, travelprice.com, degriftour.com, travelselect.com, travel4less.co.uk, eXhilaration.co.uk, medhotels.com, first-option.co.uk, gemstonetravel.com, onlinetravel.com e lastminute.de. Dal 20 Luglio 2005 lastminute.com è entrato a far parte del gruppo Sabre Holdings leader mondiale nel settore dei viaggi, fornisce prodotti turistici e soluzioni tecnologiche e di distribuzione all'industria turistica.

#### **Per informazioni:**

Ufficio stampa lastminute.com c/o AIGO

Flaviana Facchini, Anna Fosso, Michela Bernardo

Tel. 02-669927.1

E-mail: { [HYPERLINK "mailto:f.facchini@aigo.it"](mailto:f.facchini@aigo.it) }, { [HYPERLINK "mailto:a.fosso@aigo.it"](mailto:a.fosso@aigo.it) }, { [HYPERLINK "mailto:m.bernardo@aigo.it"](mailto:m.bernardo@aigo.it) }