

COME VIAGGIANO GLI UNDER 30? A BTO2014 IL PANEL “TRAVEL YOUNG. TRAVEL DIFFERENT” DEDICATO AL TURISMO DELLA GENERAZIONE Y

Il 98,7% è iscritto ad almeno un social network, il 96% ha uno smartphone ma solo il 18% lo usa in vacanza all'estero anche in roaming, il 64% usa app di viaggio ma solo il 4% di loro ha nel proprio telefono più di 10 app turistiche: sono i 700 giovani under 30 di 34 paesi del mondo che si raccontano nella ricerca dello Studio Giaccardi & Associati che sarà presentata in anteprima a BTO a Firenze martedì 2 dicembre

Firenze, 29 novembre 2014 - Hanno una rete di relazioni sui social, viaggiano per studio, piacere e lavoro soprattutto in Europa. Dei **700 giovani** coinvolti nell'indagine “Travel Young. Travel different” il **98,7% è iscritto ad almeno un social network**, il **96% ha uno smartphone** ma solo il **18% lo usa in vacanza all'estero anche in roaming**. Sono **448 su 700 (64%) i giovani che usano app di viaggio** ma solo il **4% di loro ha nel suo smartphone più di dieci app turistiche**. Il **76% usa i metamotori per scegliere il viaggio in aereo e treno** e solo il **12% si rivolge alle agenzie di viaggio**. A quanto pare i giovani si preoccupano poco se le recensioni online sono vere o false e infatti il **92% di loro non prenota senza aver letto le recensioni di altri viaggiatori**.

Sono questi alcuni dei dati emersi dalla ricerca “Travel Young. Travel different” realizzata dallo **Studio Giaccardi & Associati** (www.giaccardiassociati.it) per scoprire come vivono il turismo i **giovani dai 20 ai 30 anni** e che sarà presentata il **2 dicembre alle 9.45 a Firenze alla settima edizione di BTO, nella Focus Hall #2**. La ricerca fotografa modi, stili e abitudini di viaggio dei giovani tra i 20 e i 30 anni per scoprire quanto la cultura digitale e la tecnologia incide sui loro comportamenti e capire con quali viaggiatori ci confronteremo nel presente-futuro.

La metodologia della ricerca adottata ha permesso di raggiungere in breve tempo **700 giovani di 34 nazionalità**: sono stati selezionati dieci ragazzi under 30 disomogenei per età, provenienza, occupazione e ceti sociali. A ciascuno di loro è stato chiesto di fare da “nodi di rete” inviando il questionario ai propri network sociali. In gergo tecnico, questo approccio è definito “campionamento a palla di neve” o “a valanga” e ha l'obiettivo di ottenere un grosso quantitativo di dati in tempi relativamente brevi. Nello specifico ogni “nodo” ingaggia “n” intervistati nei propri rapporti online i quali a loro volta trovano altre persone a cui somministrare lo stesso questionario. In questo modo, il campione accomunato, da valori comuni e affinità relazionali, si autoproduce per similitudine e per identificazione con i soggetti che hanno fatto partire la nostra “palla di neve”.

Sono ben **125 gli eventi** che si susseguiranno nella **settima edizione di BTO – Buy Tourism Online**. Tra questi spiccano l'intervista al ministro per i Beni, le Attività Culturali e il Turismo, **Dario Franceschini**, il panel che vedrà l'intervento su turismo, innovazione e digitale di **Paolo Barberis**, Consigliere per l'Innovazione del Presidente del Consiglio e la tavola rotonda che metterà seduti allo stesso tavolo: **Helena Egan Director**, industry relations **TripAdvisor**, **Sydney Burdick**, Global Communication **Trivago**, **Gurhan Karaagac**, Country manager Italia **Kayak** e **Filippo De Matteis**, Marketing manager Italia **Skyscanner**. Fa il suo ritorno alla manifestazione **Expedia** con **Walter Lo Faro**, Sr. Director, Market Management Southern Europe & European Regional Territories. Ogni slot verrà introdotto e moderato da **Giancarlo Carniani**, Direttore Scientifico e Responsabile del Concept Artistico di BTO 2014 e dagli altri due curatori: **Philip Wolf**, Founder PhoCusWright® e **Roberta Milano**, Co-founder BTO Educational e Comitato Scientifico BTO.

Programma day one: <http://www.buytourisonline.com/eventi/day/one/>

Programma day two: <http://www.buytourisonline.com/eventi/day/two/>

Per maggiori info sul piano tariffario: <http://www.buytourisonline.com/come-partecipare/>

BTO - Buy Tourism Online è un evento promosso da Regione Toscana, Toscana Promozione e Camera di Commercio di Firenze, organizzato da Fondazione Sistema Toscana e PromoFirenze - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze. Programma scientifico e concept creativo BTO Educational.

Facebook <https://www.facebook.com/BTO.Educational>

Twitter <https://twitter.com/buytourism>

Flickr <http://www.flickr.com/photos/btouniversity>

Youtube <http://www.youtube.com/BTOUniversity>

Slideshare <http://www.slideshare.net/BTOEducational>

Contatti stampa

Mariangela Della Monica - Responsabile ufficio stampa Fondazione Sistema Toscana

tel. +39 055.2719028 mobile +39 334.6606721 e-mail: m.dellamonica@fondazione-sistematoscana.it



Con il Patrocinio di: ENIT, Comune di Firenze

Sponsor: QNT - Simple Booking, Allianz Global Assistance, Opera di Firenze, Emirates, TripAdvisor

Media Partner: intoscana.it, Corriere Innovazione, Monti&Taft, Guida Viaggi, Kiss from the World, Media Hotel Radio, Hospitality Business Magazine

Engagement Partner: Airplus International, Amadeus

Partner: Fuoricentro, Weekend in Italy, Net7, The Darkroom

WWW.BUYTOURISONLINE.COM



PARTNER ISTITUZIONALI / INSTITUTIONAL PARTNERS



Camera di Commercio
Firenze



fondazione
sistema toscana



PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Civiltà e Commercio di Pistoia

DIREZIONE SCIENTIFICA



MEDIA PARTNER

intoscana.it