Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Lazio

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Expedia Group fa il punto a Roma sul 'Futuro delle destinazioni'

notizia pubblicata **04 Giugno 2019** alle ore **11:00** nella categoria **Eventi**

Giovedì 30 maggio, presso il St. Regis Hotel di Roma, Expedia Group si è riunita con esperti del settore, hotel partner e associazioni turistiche per un evento dedicato al 'Futuro delle Destinazioni'.

L'evento ha ospitato relatori ed esperti di alto livello, tra cui Joseph Ejarque, Destination Manager e ex GM del Tourism Boards della Cataluña, La Coruña, Torino, Friuli Venezia Giulia, che ha illustrato le migliori 10 strategie e attività di marketing delle destinazioni europee, con un particolare riferimento ai Millennials alla Generazione Z, e Andrew van der Feltz, Senior Director di Expedia Group Media Solutions, che si è invece concentrato sul futuro di Roma da un punto di vista turistico.

Tra i partecipanti all'evento anche stakeholder importanti per la città di Roma, come Giorgio Palmucci, presidente di ENIT; Onorio Rebecchini, presidente del Convention Bureau di Roma; Giuseppe Roscioli, presidente di Federalberghi Roma; Fausto Palombelli, direttore Marketing & Sviluppo Aviation Aeroporti di Roma; Serafino Lo Piano, Head of Sales high speed, Italian Railways.

L'evento è stato un'ottima occasione per celebrare il legame tra Expedia Group e gli hotel partner, e per rinnovare il costante impegno e supporto della più grande società di viaggi online del mondo a favore degli albergatori.

Expedia Group è orgogliosa di collaborare a stretto contatto con le istituzioni locali e con il settore privato per contribuire allo sviluppo turistico della città. La domanda di turismo cinese è stata molto significativa,

con una crescita a tre cifre di circa il +155% nel primo trimestre dell’anno, rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente.

Il Gruppo Expedia conduce ricerche sulle modalità di prenotazione dei viaggiatori, così come sull’identificazione dei bisogni dei propri partner. Di pari passo con questa ricerca, l’azienda effettua importanti investimenti: più di 1,6 miliardi di dollari in tecnologia e nella produzione di contenuti nel 2018, che si sono concretizzati in nuovi strumenti dei brand Expedia, più ulteriori sviluppi di Expedia Group Partner Central per gli hotel partner.