

**lastminute.com**

**15 ottobre 2013**

## **lastminute.com compie 15 anni**

### ***Dal 1998 ha introdotto un nuovo concetto di vacanza che ha cambiato il modo di viaggiare***

- I clienti hanno risparmiato 47 milioni di Euro grazie ai Top Secret® Hotel
- Mettendo in fila le valigie dei clienti europei nel 2013, è possibile coprire una distanza pari a 5 volte il giro del mondo
- È sempre più *last minute* mania: le prenotazioni degli hotel lastminute.com attraverso gli smartphone vengono effettuate in media un giorno prima del check-in

lastminute.com festeggia oggi il proprio 15° compleanno: nell'ottobre 1998, prima della nascita di Facebook e dell'Euro, aprì i battenti nel Regno Unito e, poco dopo, in molti altri paesi.

lastminute.com è diventando il sito web per antonomasia dedicato ai viaggi e alle vacanze *last minute*, introducendo di fatto un nuovo concetto di vacanza che nessuno aveva mai offerto prima in Europa: ad oggi, nel vecchio continente, nessun altro brand è associato così fortemente a questa modalità\* di viaggio.

Dopo 15 anni, le occasioni per sfruttare appieno le possibilità offerte da lastminute.com sono più rilevanti che in passato grazie alle tecnologie *mobile* che hanno reso semplice e accessibile a tutti uno stile di vita incentrato sull'immediatezza: se nel Regno Unito i clienti prenotano un hotel con lastminute.com dai propri computer 12 giorni prima del check-in, attraverso i propri smartphone la media si è abbassata a solo 1 giorno di anticipo rispetto all'arrivo in hotel.

Matthew Crummack, Presidente europeo di [lastminute.com](http://lastminute.com) afferma: "Dal 1998 siamo a fianco di clienti e fornitori per ampliare e diffondere il concetto "last minute" e siamo orgogliosi di aver contribuito a offrire esperienze di viaggio, in tutta Europa, che portano con sé una piacevole sensazione di spontaneità e immediatezza. La nostra passione per contagiare le persone ad amare le scelte dell'ultimo minuto fa parte del nostro DNA, ma costituisce anche un pilastro fondamentale per il nostro futuro. Le abitudini dei nostri clienti rivelano un interesse sempre crescente per viaggi e vizi pensati e decisi quasi all'istante".

Crummack prosegue: "Stiamo vedendo, infatti, che le finestre di prenotazione si stanno notevolmente accorciando, ciò principalmente grazie all'utilizzo di smartphone e tablet che facilitano ulteriormente decisioni e comportamenti *last minute*. Non a caso, se nel 1998 i clienti si chiedevano con intervalli di una settimana dove andare il weekend seguente, oggi, sono più propensi a scelte *on the go*, chiedendosi a fine giornata se tornare a casa o partire subito prenotando un hotel direttamente dal proprio telefono".

## 15 anni di lastminute.com – forse non tutti sanno che...

### 1. È iniziato tutto in un salotto di Londra nel 1998

lastminute.com è stato inventato da Brent Hoberman e Martha Lane Fox nell'appartamento londinese di Brent.

Lì nacque l'idea di poter permettere ai turisti di vivere l'esperienza di un hotel 5 stelle a un prezzo da 3 stelle, offrendo camere e prodotti disponibili all'ultimo minuto.

### 2. La prima prenotazione

La prima prenotazione ricevuta da lastminute.com fu per un pernottamento al Washington Mayfair Hotel di Londra. 15 anni dopo l'hotel afferma: "Nel **1998** lastminute.com vendette la prima prenotazione nel nostro hotel e oggi continuiamo a offrirle su lastminute.com quando abbiamo bisogno che siano piene. Questo sito web è il nostro partner preferito per le prenotazioni all'ultimo minuto".

### 3. Riempire gli hotel

Dal **2003**, lastminute.com ha venduto così tante stanze di hotel da riempire il Ritz di Londra più di 33.000 volte.

### 4. Enormi risparmi

Nel **2003** lastminute.com ha creato i Top Secret® Hotel\*\*. Da allora, attraverso questa categoria di prodotto, lastminute.com ha permesso ai clienti di tutta Europa di risparmiare 47 milioni di Euro. Prenotare in un Top Secret® Hotel vuol dire pernottare in una camera esclusiva a prezzi tutt'altro che esclusivi, risparmiando fino al 35% sul prezzo standard.

### 5. 2004, l'anno della svolta per i viaggi e le vacanze acquistate online

Nel 1998, l'anno di fondazione di lastminute.com, l'11% degli europei aveva prenotato online viaggi e vacanze, come ha evidenziato una nuova indagine di lastminute.com effettuata su un campione di 5.500 persone in 6 paesi\*\*\*.

Tuttavia è stato il **2004** l'anno in cui in media è stata effettuata la prima prenotazione online di un hotel, di un volo, di una vacanza o di un altro prodotto di viaggio.

I primi a cogliere quest'opportunità sono stati gli irlandesi, poi i britannici e gli italiani, che hanno fatto la loro prima prenotazione nel 2003. Nel 2004 hanno iniziato di tedeschi, nel 2005 gli spagnoli e nel 2006 i francesi.

### 6. L'effetto Robbie Williams

Nel **2005**, un concerto di Robbie Williams ha fatto registrare la più veloce vendita su lastminute.com di biglietti per uno spettacolo: 12.000 in soli 9 minuti.

### 7. "Sì, lo voglio"... immediatamente

Nel **2006** lastminute.com ha montato una chiesa gonfiabile al centro di Leicester Square a Londra. In un giorno, 45 coppie si sono unite e, tra esse, anche un uomo con il suo amato cane. Chiaramente, questi matrimoni *last minute* erano uno scherzo...

**lastminute.com**

#### **8. Lo spettacolo continua ancora, e ancora, e ancora...**

Nel **2009** lastminute.com ha venduto ben 1,5 milioni di biglietti di spettacoli teatrali. Se in ognuno di questi teatri gli applausi fossero durati 5 minuti, lastminute.com avrebbe raccolto quasi 15 anni di applausi continui.

#### **9. Un quartier generale rosa**

Nel **2011** una sala "rosa" è stata creata nel quartier generale di lastminute.com: in essa, i clienti sono stati invitati a condividere i propri pensieri sulle ultime innovazioni del sito web. I cambiamenti sono stati effettuati direttamente online attraverso una vera e propria operazione a cuore aperto sul sito.

#### **10. Cool brand**

lastminute.com è stato votato come il miglior brand nella sezione viaggi da CoolBrands **2011-2012** (le nuove votazioni sono in corso, incrociamo le dita!)

#### **11. Non ci dimenticheremo mai...**

Nel **2012** lastminute.com ha fatto un'indagine sulle cose più strane dimenticate da un proprio cliente in una camera di hotel: una moglie a Praga, migliaia di dollari in un hotel di Las Vegas, un serpente in un hotel a Washington e una madre in un hotel a Dublino.

#### **12. La prenotazione più costosa**

Nel dicembre **2012**, lastminute.com ha registrato la più lussuosa prenotazione per una vacanza: con partenza prevista solo 10 giorni dopo, questo cliente particolare ha prenotato 11 notti in un hotel di lusso alle Isole Mauritius, prendendo due ville sull'oceano adattate ad hoc. La prenotazione per 4 persone è costata circa 43.000€.

#### **13. Le orbite tracciate dalle valigie**

Se tutti i clienti che hanno attraversato l'Europa usando lastminute.com per i propri pacchetti di vacanze nel 2013 allineassero le proprie valigie, queste creerebbero una fila lunga 5 volte il giro del mondo.

#### **14. La migliore destinazione**

Tra il **1998 e il 2013** la destinazione preferita per un pernottamento in hotel è stata Londra. Per una vacanza su un'isola, gli Europei hanno eletto la solare Majorca come migliore destinazione.

#### **15. Noi facciamo quello che riportiamo sull'etichetta**

Nel 2013 un istituto di ricerca indipendente ha scoperto che quando le persone vogliono fare un viaggio entro un mese, visitano lastminute.com più che ogni altro sito web in Europa. Nel corso dell'indagine è stato chiesto anche quale brand europeo i turisti associassero ai viaggi e allo stile di vita "last minute": il 94% di questi ha segnalato lastminute.com, facendo sì che risultasse primo in classifica.

via Lancetti, 43 - 20158 Milano  
telefono +39 02 6719191  
fax +39 02 67191950  
email [ufficiostampa@lastminute.com](mailto:ufficiostampa@lastminute.com)

**lastminute.com**

#### **Note**

\*La ricerca effettuata nel 2013 da Simpson Carpenter ha scoperto che quando i clienti intendono effettuare un viaggio entro un mese, essi scelgono lastminute.com, più di ogni altro sito in Europa. Nel corso dell'indagine è stato chiesto agli intervistati anche quale brand europeo associassero ai viaggi e allo stile di vita "last minute" – il 94% ha scelto lastminute.com

\*\* I Top Secret® Hotel offrono due benefici principali: permettono ai clienti di risparmiare il 35% offrendo l'opportunità, a chi preferisce pernottare in un albergo lussuoso, di pernottare in un hotel 5 stelle al prezzo di un 4 stelle. Quando si prenota un Top Secret® Hotel, i clienti possono navigare tra una selezione di opzioni come il luogo, il numero di stelle e il prezzo. Tuttavia solo dopo la prenotazione finale verrà rivelato il nome dell'hotel. L'opzione Top Secret® Hotel è utilizzata da quasi la metà dei clienti di lastminute.com (47%) come un modo per migliorare le proprie "fughe".

\*\*\*La ricerca è stata svolta da OnePoll per conto di lastminute.com. Tutti i dati, se non diversamente specificato, sono di OnePoll. Il campione totale analizzato su sei paesi è di 5.500 individui: 1.000 nel Regno Unito, 500 in Irlanda, 1.000 in Germania, 1.000 in Francia, 1.000 in Spagna e 1.000 in Italia. Le interviste sono state effettuate online nel mese di settembre 2013 e sono rappresentative degli adulti maggiorenni di ciascun paese.

\*\*\*

#### **About lastminute.com**

lastminute.com è uno dei principali player nell'ambito del turismo on line in Italia. Fondata nel Regno Unito nell'aprile del 1998 da Brent Hobermann e Martha Lane-Fox, in Europa e nel mondo sono presenti versioni localizzate del sito in Francia, Germania, Italia, Spagna, Irlanda. lastminute.com è ad oggi una delle principali online travel agency per numero di visitatori unici e uno dei più apprezzati player online nel mondo. lastminute.com Italia è attiva dal dicembre del 2000 e ha sede a Milano. La filiale italiana si avvale di circa 60 collaboratori tra professionisti ed esperti agenti di viaggio che mettono la propria esperienza e professionalità al servizio degli utenti. Il lavoro quotidiano di lastminute.com Italia si basa su un principio fondamentale: la grande attenzione alla clientela, seguita direttamente proprio dal Customer Care interno all'azienda.

#### **Press Contacts**

lastminute.com  
Annamaria Calderaro, [annamaria.calderaro@lastminute.com](mailto:annamaria.calderaro@lastminute.com)  
Tel. 02 67 19 19 43

Mirandola Comunicazione  
Marco Ferrario – Laura Avanzi  
[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net) – [laura@mirandola.net](mailto:laura@mirandola.net)  
+39 320 7910162 - +39 329 3978804  
Tel. 0524 574708

R.E.A. 1613622  
Sede legale via Lancetti, 43 - 20158 Milano  
Partita I.V.A. 13087700152