

<b>Tour Operator presenti a <u>I.W. by Comitel</u></b>	<b>% di Intervistati</b>
NORVEGIA	75,0%
DANIMARCA	91,7%
SVEZIA	85,4%
FINLANDIA	77,8%
LETTONIA	87,5%
LITUANIA	66,7%
ESTONIA	66,7%
<b>TOTALE</b>	<b>82,5%</b>

### **1. Quanti contatti avete avuto durante I.W. by Comitel?**

	<b>NORVEGIA</b>	<b>DANIMARCA</b>	<b>SVEZIA</b>	<b>FINLANDIA</b>	<b>LETTONIA</b>	<b>LITUANIA</b>	<b>ESTONIA</b>	<b>Media Ponderata</b>
FINO A 10	66,7%	36,4%	42,9%	64,3%	28,6%	50,0%	50,0%	<b>47,5%</b>
DA 11 A 20	11,1%	63,6%	48,6%	35,7%	42,9%	50,0%	50,0%	<b>43,8%</b>
OLTRE 20	22,2%	0,0%	8,6%	0,0%	28,6%	0,0%	0,0%	<b>8,8%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## 2. Come giudica la qualità di questi contatti?

	NORVEGIA	DANIMARCA	SVEZIA	FINLANDIA	LETTONIA	LITUANIA	ESTONIA	Media Ponderata
OTTIMO	22,2%	27,3%	37,1%	14,3%	71,4%	100,0%	50,0%	<b>35,0%</b>
BUONO	66,7%	45,5%	57,1%	57,1%	28,6%	0,0%	50,0%	<b>52,5%</b>
SUFFICIENTE	11,1%	27,3%	5,7%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>12,5%</b>
INSUFFICIENTE	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## 3(A). La vendita del prodotto "Italia" per GRUPPI come è stata nel periodo Primavera - Estate 2010 rispetto allo stesso periodo del 2009?

	NORVEGIA	DANIMARCA	SVEZIA	FINLANDIA	LETTONIA	LITUANIA	ESTONIA	Media Ponderata
MAGGIORE	55,6%	45,5%	45,7%	21,4%	14,3%	0,0%	50,0%	<b>38,8%</b>
STABILE	11,1%	27,3%	28,6%	57,1%	42,9%	50,0%	0,0%	<b>32,5%</b>
MINORE	11,1%	0,0%	5,7%	14,3%	14,3%	0,0%	50,0%	<b>8,8%</b>
NON SA, NON RISPONDE	22,2%	27,3%	20,0%	7,1%	28,6%	50,0%	0,0%	<b>20,0%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**3(B). La vendita del prodotto "Italia" per FIT come è stata nel periodo Primavera - Estate 2010 rispetto allo stesso periodo del 2009?**

	NORVEGIA	DANIMARCA	SVEZIA	FINLANDIA	LETTONIA	LITUANIA	ESTONIA	Media Ponderata
MAGGIORE	55,6%	27,3%	20,0%	28,6%	57,1%	0,0%	0,0%	<b>28,8%</b>
STABILE	33,3%	54,5%	22,9%	42,9%	42,9%	50,0%	50,0%	<b>35,0%</b>
MINORE	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,3%</b>
NON SA, NON RISPONDE	11,1%	18,2%	54,3%	28,6%	0,0%	50,0%	50,0%	<b>35,0%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**4(A). La vendita del prodotto "Italia" per GRUPPI nel periodo "Inverno 2010" è...**

	NORVEGIA	DANIMARCA	SVEZIA	FINLANDIA	LETTONIA	LITUANIA	ESTONIA	Media Ponderata
IN CRESCITA	11,1%	9,1%	14,3%	0,0%	14,3%	0,0%	50,0%	<b>11,3%</b>
STABILE	33,3%	54,5%	42,9%	71,4%	42,9%	100,0%	0,0%	<b>48,8%</b>
IN DIMINUZIONE	11,1%	0,0%	8,6%	0,0%	14,3%	0,0%	50,0%	<b>7,5%</b>
NON SA, NON RISPONDE	44,4%	36,4%	34,3%	28,6%	28,6%	0,0%	0,0%	<b>32,5%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

#### 4(B). La vendita del prodotto "Italia" per FIT nel periodo "Inverno 2010" è...

	NORVEGIA	DANIMARCA	SVEZIA	FINLANDIA	LETONIA	LITUANIA	ESTONIA	Media Ponderata
IN CRESCITA	0,0%	18,2%	17,1%	14,3%	42,9%	0,0%	0,0%	<b>16,3%</b>
STABILE	44,4%	45,5%	22,9%	50,0%	57,1%	100,0%	0,0%	<b>37,5%</b>
IN DIMINUZIONE	0,0%	9,1%	5,7%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	<b>5,0%</b>
NON SA, NON RISPONDE	55,6%	27,3%	54,3%	35,7%	0,0%	0,0%	50,0%	<b>41,3%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

#### 5(A). Rispetto al 2009, come è attualmente il trend delle vendite per tutti i prodotti?

	NORVEGIA	DANIMARCA	SVEZIA	FINLANDIA	LETONIA	LITUANIA	ESTONIA	Media Ponderata
IN CRESCITA	55,6%	54,5%	54,3%	50,0%	71,4%	0,0%	0,0%	<b>52,5%</b>
STABILE	44,4%	27,3%	37,1%	42,9%	28,6%	100,0%	0,0%	<b>37,5%</b>
IN DIMINUZIONE	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	<b>2,5%</b>
NON SA, NON RISPONDE	0,0%	9,1%	8,6%	7,1%	0,0%	0,0%	50,0%	<b>7,5%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**5(B). Rispetto al 2009, come è attualmente il trend delle vendite per il prodotto Italia?**

	NORVEGIA	DANIMARCA	SVEZIA	FINLANDIA	LETONIA	LITUANIA	ESTONIA	Media Ponderata
IN CRESCITA	33,3%	54,5%	51,4%	28,6%	28,6%	0,0%	0,0%	<b>41,3%</b>
STABILE	22,2%	45,5%	28,6%	57,1%	57,1%	100,0%	0,0%	<b>38,8%</b>
IN DIMINUZIONE	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	<b>2,5%</b>
NON SA, NON RISPONDE	44,4%	0,0%	17,1%	14,3%	14,3%	0,0%	50,0%	<b>17,5%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**6. Quale di questi prodotti ha venduto nel 2010?**

CITTA' D'ARTE	42,5%
MARE	36,3%
LAGHI	35,0%
AGRITURISMO	33,8%
ENOGASTRONOMIA	33,8%
MONTAGNA INVERNALE	25,0%
EVENTI	21,3%
CITTA' D'ARTE MINORI	17,5%
TERME	12,5%
BUSINESS	12,5%
MONTAGNA ESTIVA	11,3%
MEETING	11,3%
ALTRO	7,5%
CORSI DI LINGUA	3,8%
CULTURA (LETTERATURA, ARTE, ETC)	3,8%
SPORT (MOTOCICLISMO, F1, ETC)	3,8%
BIKING	2,5%
SICILIA	2,5%
<b>TOTALE</b>	<b>316,3%</b>

## 7. Quando vende una vacanza in Italia, in media, qual è la permanenza (in notti)?

Permanenza media:

6,3 notti

### PUNTI DI FORZA DEL PRODOTTO "ITALIA"

GASTRONOMIA	85,0%
ARTE & CULTURA	81,3%
CLIMA	77,5%
VINO	77,5%
NATURA	66,3%
OSPITALITA'	57,5%
MARE	57,5%
SHOPPING	50,0%
MONTAGNE	48,8%
POSIZIONE GEOGRAFICA	45,0%
MUSEI	43,8%
SITI ARCHEOLOGICI	43,8%
QUALITA' STRUTTURE RICETTIVE	42,5%
INFORMAZIONI TURISTICHE	38,8%
EVENTI	33,8%
TRASPORTI	31,3%
FOLKLORE	27,5%
COMPETENZA PROFESSIONALE	25,0%
PREZZI	21,3%
EVENTI SPORTIVI	20,0%
VITA NOTTURNA / SOCIALE	17,5%
<b>TOTALE</b>	<b>991,3%</b>

**PUNTI DI DEBOLEZZA DEL PRODOTTO "ITALIA"**

PREZZI	<b>55,0%</b>
COMPETENZA PROFESSIONALE	<b>30,0%</b>
QUALITA' STRUTTURE RICETTIVE	<b>22,5%</b>
EVENTI SPORTIVI	<b>21,3%</b>
TRASPORTI	<b>21,3%</b>
VITA NOTTURNA / SOCIALE	<b>20,0%</b>
INFORMAZIONI TURISTICHE	<b>15,0%</b>
EVENTI	<b>13,8%</b>
FOLKLORE	<b>13,8%</b>
POSIZIONE GEOGRAFICA	<b>13,8%</b>
MUSEI	<b>10,0%</b>
SHOPPING	<b>8,8%</b>
MONTAGNE	<b>7,5%</b>
MARE	<b>7,5%</b>
SITI ARCHEOLOGICI	<b>7,5%</b>
OSPITALITA'	<b>6,3%</b>
GASTRONOMIA	<b>3,8%</b>
VINO	<b>3,8%</b>
ARTE & CULTURA	<b>1,3%</b>
NATURA	<b>1,3%</b>
CLIMA	<b>0,0%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>283,8%</b>