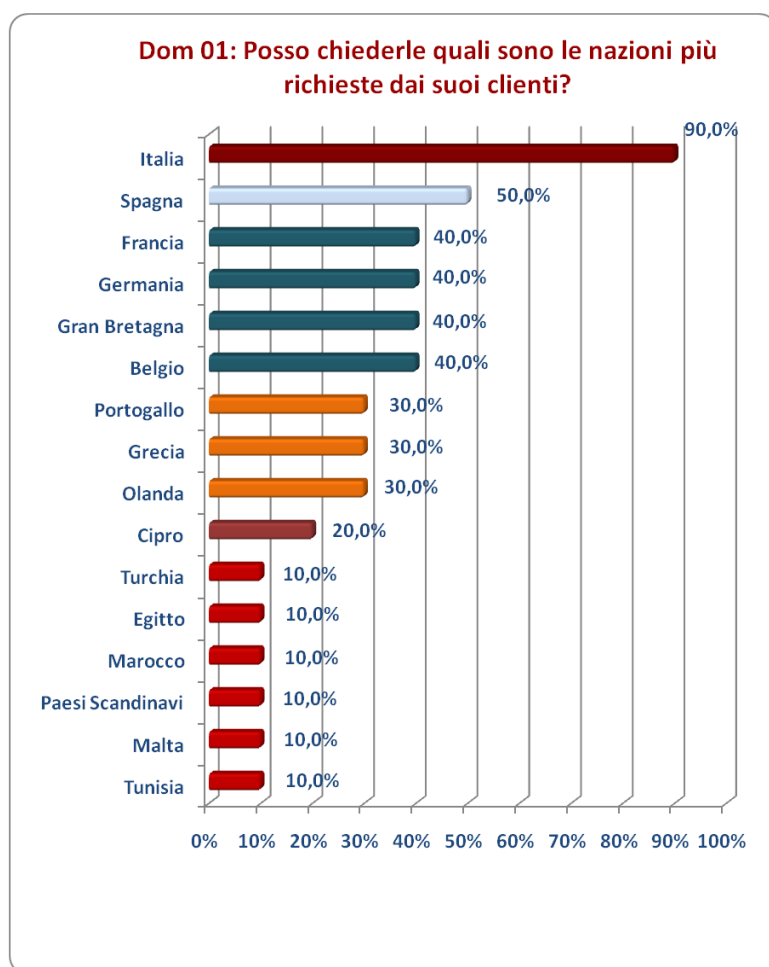


- WEB CENTER
- RICERCHE DI MERCATO
- TELEMARKETING
- CUSTOMER PROFILING
- AGGIORNAMENTO DATABASE
- COSTITUZIONE DATABASE
- EVENTI INTERNAZIONALI
- ROAD SHOW
- EDUCATIONAL TOUR STAMPA / T.O.
- WORKSHOPS INTERNAZIONALI
- CONFERENZE STAMPA

ELABORAZIONE STATISTICA ANDAMENTO DEI MERCATI DI GRAN BRETAGNA E IRLANDA PER L'ANNO 2009

Di seguito quanto emerso dall'analisi delle risposte ottenute dai rappresentanti della domanda turistica di Gran Bretagna e Irlanda in occasione del Workshop svoltosi il 07/05/2009 presso il Radisson Sas Portman Hotel di Londra

DOM 01 Posso chiederle quali sono tra i seguenti i paesi più richiesti?



(Prevista più di una risposta)

L'Italia risulta essere quindi la destinazione più richiesta dai mercati di Gran Bretagna e Irlanda seguita dalla Spagna. Francia, Germania, Gran Bretagna e Belgio risultano richieste in una misura del 40% secondo le opinioni dei tour operator inglesi e irlandesi.

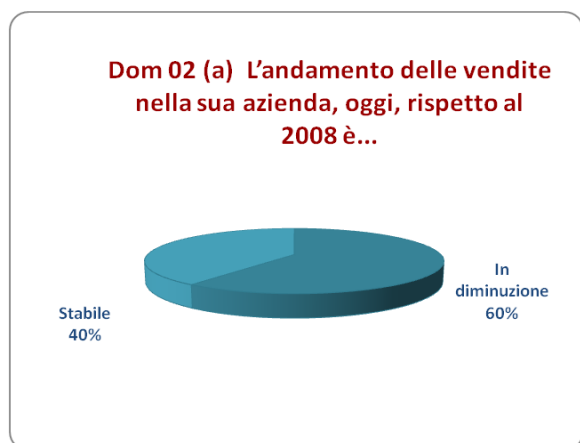
Percentuali del 30% si registrano per Portogallo, Grecia e Olanda. Cipro copre il 20% delle richieste, mentre Paesi scandinavi, Turchia, Malta, Tunisia, Marocco ed Egitto registrano la percentuale più bassa: 10%.

- WEB CENTER
- RICERCHE DI MERCATO
- TELEMARKETING
- CUSTOMER PROFILING
- AGGIORNAMENTO DATABASE
- COSTITUZIONE DATABASE
- EVENTI INTERNAZIONALI
- ROAD SHOW
- EDUCATIONAL TOUR STAMPA / T.O.
- WORKSHOPS INTERNAZIONALI
- CONFERENZE STAMPA

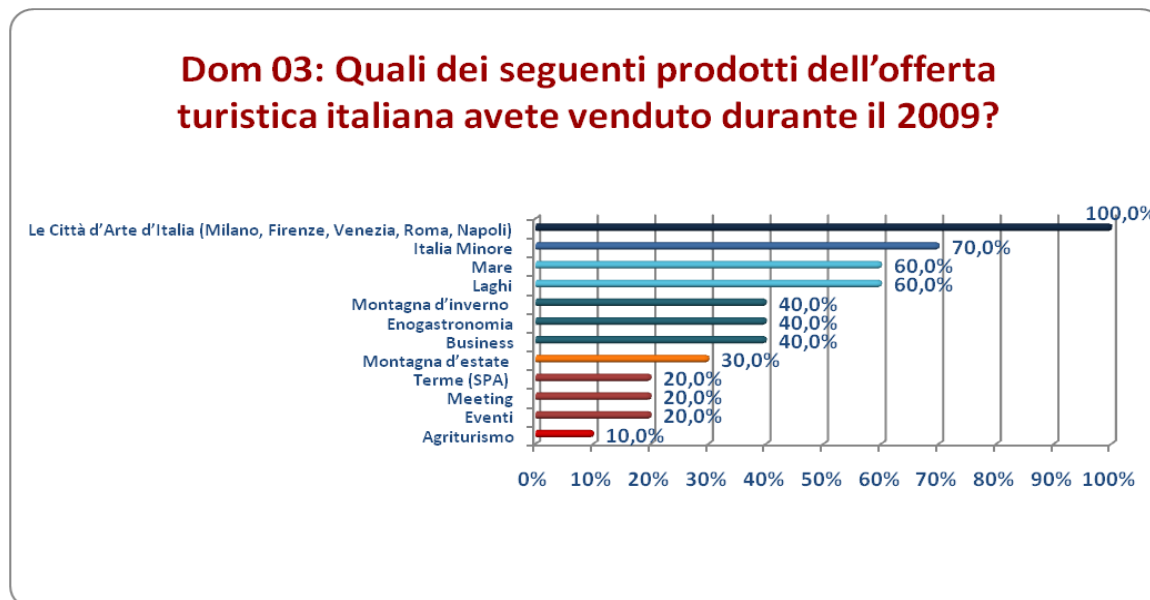
Dom 02: L'andamento delle vendite totali nella sua azienda, oggi, rispetto al 2008 è...

L'andamento delle vendite totali nel 2009 rispetto all'anno precedente non ha registrato purtroppo aumenti, dato riconducibile alle conseguenze negative della crisi economica generale di questo periodo.

Le vendite del prodotto Italia risultano comunque avere un buon andamento, visto che sono rimaste stabili per il 60% degli operatori intervistati.



Dom 03: Quali dei seguenti prodotti dell'offerta turistica italiana avete venduto durante il 2009?



(Prevista più di una risposta)

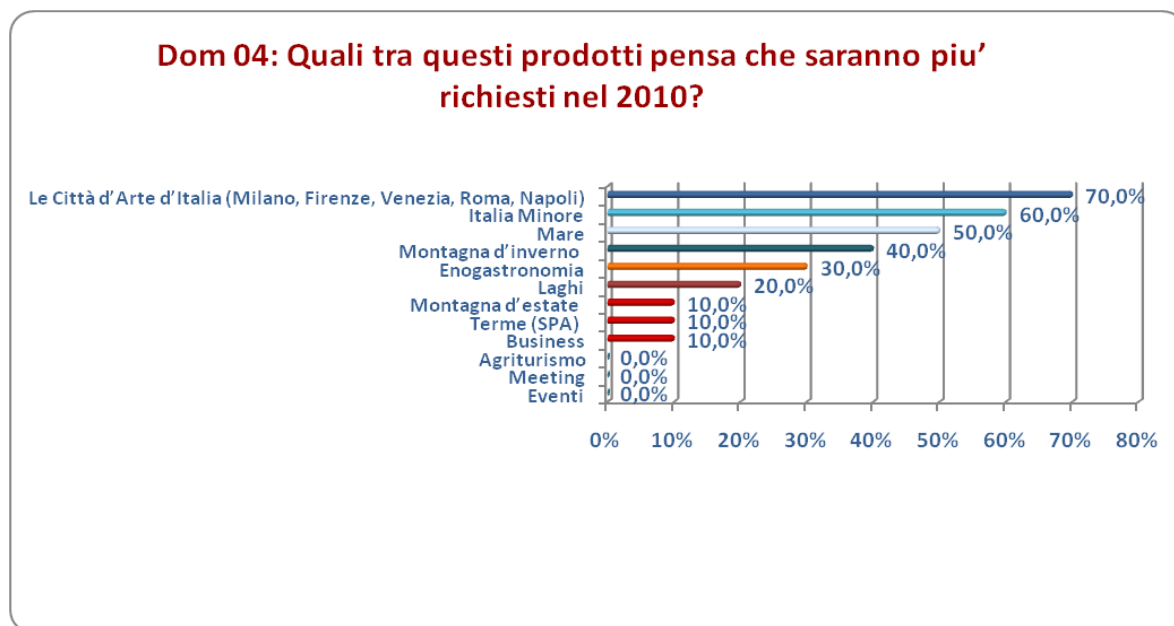
Tra le eccellenze della nostra penisola le città d'Arte insieme alle mete artistiche italiane meno conosciute, risultano essere il segmento di maggiore interesse per i visitatori inglesi e irlandesi.

Una percentuale di interesse più che buona si è registrata anche per le mete balneari e per i laghi.

- WEB CENTER
- RICERCHE DI MERCATO
- TELEMARKETING
- CUSTOMER PROFILING
- AGGIORNAMENTO DATABASE
- COSTITUZIONE DATABASE
- EVENTI INTERNAZIONALI
- ROAD SHOW
- EDUCATIONAL TOUR STAMPA / T.O.
- WORKSHOPS INTERNAZIONALI
- CONFERENZE STAMPA

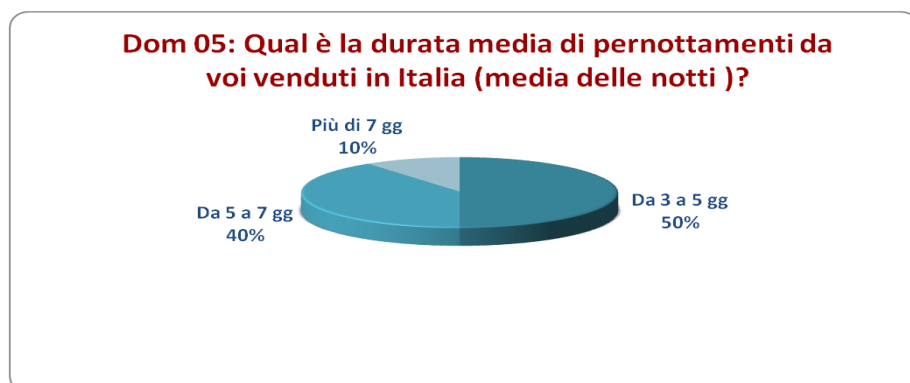
Dom 04: Quali tra questi prodotti pensa che saranno più richiesti nel 2010?

La previsione delle vendite per il 2010 naturalmente riflette l'andamento delle vendite registrato nel 2009. Le città d'Arte così come le mete balneari infatti hanno registrato le percentuali maggiori. In controtendenza rispetto a quanto emerso dall'analisi del grafico relativo alla domanda n.3, il prodotto laghi registra una percentuale di vendita previsionale 2010 inferiore rispetto a quella di vendita effettiva per l'anno precedente.



(Prevista più di una risposta)

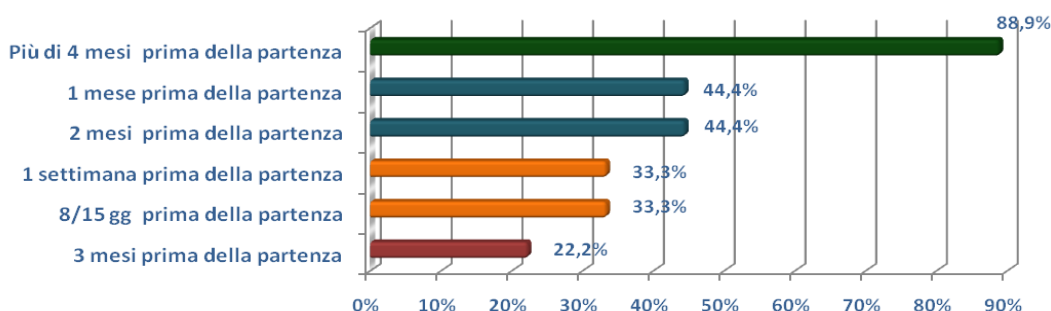
Dom 05: Qual è la durata media di pernottamenti da voi venduti in Italia (media delle notti)?



- WEB CENTER
- RICERCHE DI MERCATO
- TELEMARKEETING
- CUSTOMER PROFILING
- AGGIORNAMENTO DATABASE
- COSTITUZIONE DATABASE
- EVENTI INTERNAZIONALI
- ROAD SHOW
- EDUCATIONAL TOUR STAMPA / T.O.
- WORKSHOPS INTERNAZIONALI
- CONFERENZE STAMPA

Dom 06: Mediamente quanto tempo prima avvengono le vendite dei vostri pacchetti?

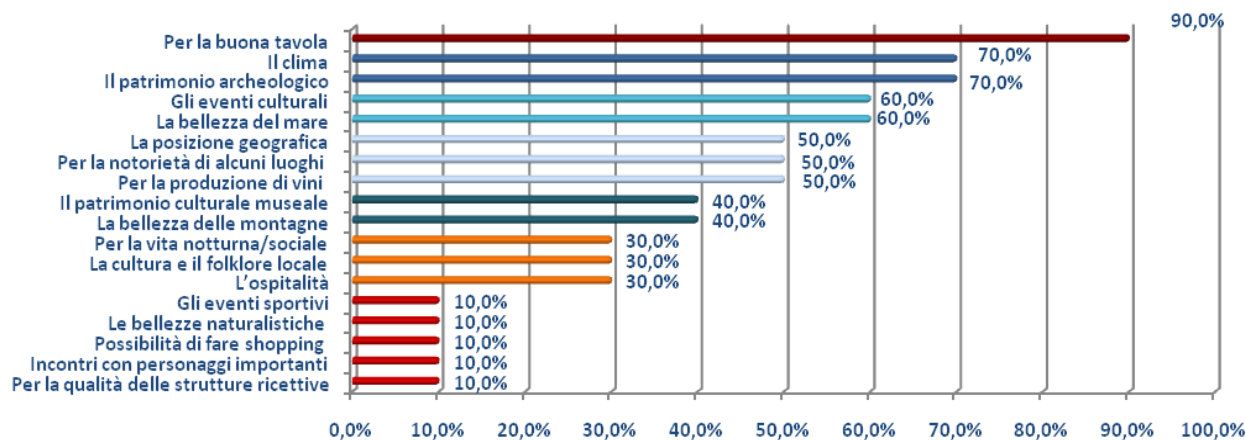
Dom 06: Mediamente Quanto tempo prima avvengono le vendite dei vostri pacchetti?



(Prevista più di una risposta)

Dom 07-08: Analisi dei punti di forza e di debolezza nella vendita del prodotto Italia

Dom 07: Secondo Lei quali sono i punti di forza per vendere il prodotto Italia?



(Prevista più di una risposta)

- WEB CENTER
- RICERCHE DI MERCATO
- TELEMARKETING
- CUSTOMER PROFILING
- AGGIORNAMENTO DATABASE
- COSTITUZIONE DATABASE
- EVENTI INTERNAZIONALI
- ROAD SHOW
- EDUCATIONAL TOUR STAMPA / T.O.
- WORKSHOPS INTERNAZIONALI
- CONFERENZE STAMPA

Dom 08: Ed i punti di debolezza?



(Prevista più di una risposta)

L'Enogastronomia risulta essere per gli operatori di Gran Bretagna e Irlanda il punto di forza del mercato turistico in Italia seguito ovviamente dal clima, dal patrimonio archeologico e dalla bellezza del mare. Le difficoltà maggiori nel vendere il prodotto Italia si riscontrano maggiormente nei prezzi elevati.