

ITALIAN CRUISE WATCH: GLI OBIETTIVI

Italian Cruise Watch è un percorso di analisi a 360° dell'industria crocieristica in Italia, dei suoi processi, dei suoi attori, delle sue prospettive, delle sue problematiche, che definisce un quadro di riferimento annuale arricchito da riflessioni utili a decifrare lo scenario di fondo nel quale gli operatori assumeranno le prossime decisioni strategiche e operative. Il rapporto viene annualmente presentato ad Italian Cruise Day, la giornata della crocieristica italiana, che dopo Venezia e Genova, quest'anno approda a Livorno il 25 Ottobre prossimo. Le precedenti edizioni sono scaricabili gratuitamente sul sito della manifestazione (www.italiancruiseday.it).

Il lavoro, grazie alla raccolta di dati oggettivi e valutazioni soggettive, seleziona esclusivamente fonti qualificate e ampiamente rappresentative dell'intero fenomeno capaci, una volta elaborate, di definire l'assetto attuale e disegnare la traiettoria più verosimile del comparto, evidenziando tanto le opportunità da sfruttare quanto le criticità e le problematiche da affrontare e risolvere. Tra i soggetti ascoltati: le compagnie di crociera, i porti ed i terminal nazionali, l'intermediazione turistica (AdV e TO).

L'INTERMEDIAZIONE TURISTICA ITALIANA ED IL PRODOTTO CROCIERISTICO

Si prega di restituire tramite email (info@italiancruiseday.it) oppure fax (+39 041 2446985)

Compilatore	Comune (Prov.)
Ruolo/funzione	Tipologia ADV/T.O. <input type="checkbox"/> Indip. <input type="checkbox"/> Netw. <input type="checkbox"/> Gruppo
Contatto E-mail/Tel	Ev. numero sedi
Disponibilità Ricontatto <input type="checkbox"/> SI e-mail <input type="checkbox"/> SI Tel. <input type="checkbox"/> NO	Anno di inizio attività

1] IL PESO DELLA CROCIERISTICA SUL GIRO D'AFFARI DELLA SUA AZIENDA		0-4,9%	5-9,9%	10-14,9%	15-19,9%	20-24,9%	25-29,9%	+30%
Valore percentuale del venduto crocieristico sul giro d'affari totale (considerando sia leisure che biglietteria e business travel)	2003*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2012	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Stime 2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Previsioni 2014	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*per questa ed altre domande nelle quali si richiedono informazioni relative all'anno 2003, laddove non disponibili dati certi si invita il rispondente ad indicare comunque i valori che oggi, a più di dieci anni di distanza, ricorda come verosimili.

2] INDICHI LE VARIAZIONI DELLE VENDITE REALIZZATE NEL MESE DI GIUGNO 2013 E NEL PRIMO SEMESTRE 2013 RISPETTO AGLI STESSI PERIODI DEL 2012		VARIAZIONE NEGATIVA			VARIAZIONE POSITIVA			
VENDITE		Oltre il -10%	Dal -5 al -10%	Fino al -5%	Nessuna variazione	Fino al +5%	Dal +5 al +10%	Oltre il +10%
2a	Giugno 2013 su Giugno 2012	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2b	1° semestre 2013 su 1° semestre 2012	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3] SEGNALI LE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO CROCIERA CHE A SUO GIUDIZIO SONO PIÙ RILEVANTI E CONVINCENTI PER LA SUA CLIENTELA (massimo 3 risposte)	
Proposta crocieristica "a tema"	<input type="checkbox"/>
Forma / modalità di viaggio "nuovo"	<input type="checkbox"/>
Soddisfazione per crociere già effettuate in passato	<input type="checkbox"/>
Possibilità di fare diverse escursioni	<input type="checkbox"/>
Novità delle destinazioni proposte (varietà dell' itinerario)	<input type="checkbox"/>
Importanza delle destinazioni toccate nell'itinerario	<input type="checkbox"/>
Prossimità del luogo di residenza al porto di imbarco	<input type="checkbox"/>
Notorietà del marchio (campagne di comunicazione intensive)	<input type="checkbox"/>
Confronto complessivo vincente rispetto ad altre tipologie di vacanza	<input type="checkbox"/>
Sconti / promozioni / costo complessivo della crociera	<input type="checkbox"/>
Altro (_____)	<input type="checkbox"/>

4]	FATTO 100 IL TOTALE DELLE CROCIERE VENDUTE DALLA SUA AZIENDA, QUESTE TIPOLOGIE QUANTO PESANO SUL TOTALE?	2012	Stime 2013	Previsioni 2014
4.1]	Crociere "superbudget" (inferiori a 500 euro p.p. per settimana)	%	%	%

4.2]	Crociere fly & cruise	%	%	%
------	-----------------------	---	---	---

5]	FATTO 100 IL TOTALE DEI CLIENTI DELLA SUA AZIENDA, QUESTE TIPOLOGIE QUANTO PESANO SUL TOTALE?	2012	Stime 2013	Previsioni 2014
5.1]	Clienti crocieristi alla loro prima crociera	%	%	%

5.2]	Clienti Over 60	%	%	%
------	-----------------	---	---	---

6] HA MAI PROPOSTO AI SUOI CLIENTI I PRODOTTI CROCIERISTICI FLUVIALI?

- Sì, con buon successo (di vendite)
- Sì, ma senza successo (di vendite)
- No, ma lo ritengo un prodotto da proporre prossimamente
- No, e non lo considero un prodotto competitivo per la mia clientela

7] SEGNALI LE EVENTUALI MOTIVAZIONI CHE PIU' SPESSO PORTANO I CLIENTI INIZIALMENTE INTERESSATI AL PRODOTTO CROCIERA A NON ACQUISTARLO (massimo 3 risposte)

- Preferenza, a parità di costi, per altre tipologie di vacanza
- Indisponibilità di servizi per clienti con esigenze particolari (accessibilità, mobilità, alimentazione,..)
- Indisponibilità del prodotto desiderato nella data a disposizione
- Giudizio negativo sul programma a terra e le possibilità di effettuare escursioni
- Difficoltà nel valutare il costo complessivo della vacanza
- Complessità o costi per raggiungere il porto di imbarco
- Incertezza su cosa li attenderà
- Altro (_____)

8] CARATTERISTICHE AZIENDA

GIRO D'AFFARI 2012 inferiore a 500.000 € tra 500.000 e 1mln € tra 1 e 2.5 mln € oltre 2.5 mln €

	COMPLESSIVO	SOLO PER ATTIVITÀ CROCIERISTICA
STIMA GIRO D'AFFARI 2013	<input type="checkbox"/> In calo <input type="checkbox"/> Stabile <input type="checkbox"/> In aumento	<input type="checkbox"/> In calo <input type="checkbox"/> Stabile <input type="checkbox"/> In aumento
PREVISIONI GIRO D'AFFARI 2014	<input type="checkbox"/> In calo <input type="checkbox"/> Stabile <input type="checkbox"/> In aumento	<input type="checkbox"/> In calo <input type="checkbox"/> Stabile <input type="checkbox"/> In aumento

9] ULTERIORI COMMENTI SULLE PROSPETTIVE DEL PRODOTTO CROCIERA

Informativa D.lgs. 196/03. I Suoi dati sono trattati per la realizzazione dell'indagine; il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la partecipazione stessa; i Suoi dati saranno trattati con modalità manuali, informatiche e/o telematiche ma **NON saranno comunicati a terzi. Non è prevista la diffusione se non in forma aggregata.** Lei potrà rivolgersi a Risposte Turismo srl all'indirizzo di posta info@risposteturismo.it per verificare i Suoi dati e farli integrare, aggiornare o rettificare e/o per esercitare gli altri diritti previsti dall'art. 7 del D.lgs 196/03. Titolare del trattamento dei dati è Risposte Turismo srl.

LA RINGRAZIAMO PER LA SUA PREZIOSA COLLABORAZIONE