

Piano Strategico Regionale per lo Sviluppo del Turismo

Allegato 3.2 ***“Principali paesi di provenienza dei turisti stranieri in Molise”***

A cura di Sviluppo Italia Molise

In collaborazione con la Camera di Commercio del Molise e
con il coordinamento scientifico dell'Università degli Studi del Molise



Campobasso, giugno 2019

Germania

TARGET	
Segmento socio-economico di appartenenza	I turisti tedeschi che visitano l'Italia sono principalmente liberi professionisti, funzionari e pensionati, nonché giovani (single o in coppia), con disponibilità di spesa medio-alta. Il 63% svolge un'occupazione e il 29% guadagna più della media.
Livello culturale	Scuola dell'obbligo, diplomati, laureati.
Fasce di età	Il 26% sono famiglie, il 47% è di età compresa tra i 34 e i 54 anni, il 30% è over 50.
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Mare/spiaggia, natura, vacanza attiva, vacanza famiglia, sightseeing e viaggi a tappe; perdono importanza (trend stabile o negativo) le visite ad amici e parenti e il relax.
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Combinare il soggiorno con esperienze culturali e del gusto, a contatto con la natura, i cammini spirituali e religiosi. Continuano ad essere richieste l'arte, la montagna, i laghi e il mare. Continua il boom delle crociere e del lungo raggio. Aumenta l'importanza del turismo "sostenibile" e la quota di +60.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Il consumatore tedesco è attento a: rapporto qualità-prezzo, efficienza dei servizi, stato e offerta delle infrastrutture, professionalità del personale, conoscenza delle lingue e assistenza in loco (soprattutto in caso di emergenza).

Stati Uniti

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	35%
2	Famiglie con bambini	14%
3	Giovani/studenti	10%
4	Seniors	21%
5	Singles	7%
6	Uomini d'affari/professionisti	9%
7	Altro	4%
TOTALE		100%

TARGET 1 COPPIE SENZA FIGLI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Alto
Livello culturale	Alto
Fasce di età	25-55
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Vacanza, motivi professionali
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte e cultura, enogastronomia, vacanze attive
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi, sicurezza, conoscenza delle lingue, efficienza dei servizi

TARGET 2 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio/medio-alto
Livello culturale	medio/medio-alto
Fasce di età	30-45
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, visita parenti ed amici
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte e cultura, enogastronomia, natura
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi, sicurezza, conoscenza delle lingue, efficienza dei servizi

TARGET 3 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio-alto
Livello culturale	Alto
Fasce di età	14-25
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, studio
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	città d'arte, cultura, corsi di lingue, vacanze attive
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi, sicurezza, efficienza dei servizi

TARGET 4 SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio/medio-alto
Livello culturale	medio, alto
Fasce di età	60-oltre
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, visita parenti ed amici
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte e cultura, enogastronomia
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi, sicurezza, conoscenza delle lingue, efficienza dei servizi

TARGET 5 SINGLES	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio/alto
Livello culturale	alto
Fasce di età	25-65
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Vacanza, motivi professionali
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	meeting & congressi, shopping, enogastronomia
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	costi, livello di organizzazione, sicurezza, conoscenza delle lingue, efficienza dei servizi

TARGET 6 UOMINI D'AFFARI /PROFESSIONISTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Alto
Livello culturale	Alto
Fasce di età	30-65
Principali motivazioni di vacanza all'estero	business, motivi professionali
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	meeting & congressi, shopping, enogastronomia
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	costi, livello di organizzazione, sicurezza, conoscenza delle lingue, efficienza dei servizi

Danimarca

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	31%
2	Famiglie con bambini	27%
3	Giovani/studenti	13%
4	Seniors	12%
5	Singles	8%
6	Uomini d'affari/professionisti	9%
7	Altro	0%
TOTALE		100%

TARGET 1 COPPIE SENZA FIGLI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Per il target considerato il costo della vacanza all'estero non costituisce un limite alla possibilità di viaggio. Questo target ha una buona disponibilità di reddito ma poco tempo a disposizione, il che comporta la predisposizione a fare più viaggi, ma di breve durata (3-6 notti)
Livello culturale	Alto
Fasce di età	25-45
Principali motivazioni di vacanza all'estero	In cerca della "Dolce Vita", con paesaggi naturalistici ed eccezionali borghi minori, eccellente enogastronomia e city break con una vita notturna e visite culturali da "sogno"
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, campagna, grande città, montagna
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo, accessibilità della destinazione, efficienza dei servizi, conoscenza delle lingue

TARGET 2 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Per il target considerato il costo della vacanza all'estero non costituisce un limite alla possibilità di viaggio. Il buon reddito consente anche più viaggi all'estero nel corso dell'anno
Livello culturale	Medio-alto
Fasce di età	30-50
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Mare e relax
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, laghi, campagna, montagne e grande città
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Value for money, accessibilità della destinazione, efficienza dei servizi

TARGET 3 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Per il target considerato il costo della vacanza all'estero costituisce un limite alla possibilità di viaggio. Le destinazioni scelte sono soprattutto citybreaks, di breve durata, in sistemazione standard (2-3 stelle), ma spesso più viaggi durante l'arco dell'anno
Livello culturale	Medio-alto
Fasce di età	18-25
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Divertimento
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna e grande città
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo, efficienza dei servizi e accessibilità della destinazione

TARGET 4 SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	Per il target considerato il costo della vacanza all'estero non costituisce un limite alla possibilità di viaggio. Il reddito è medio-alto
Livello culturale	Alto
Fasce di età	55-75
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Evasione climatica, arricchimento dell'io, itinerari naturalistici ed enogastronomici
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, laghi, montagna, campagna e città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo, accessibilità della destinazione, sicurezza, livello di organizzazione, efficienza dei servizi.

TARGET 5 SINGLES	
Segmento socio-economico di appartenenza	Con reddito elevato, che consente anche più viaggi all'estero durante il corso dell'anno. Si tratta, spesso, di donne e trend leader
Livello culturale	Alto
Fasce di età	27-50
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Alla ricerca del lusso e dell'esclusività come conferma del proprio successo
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare e grandi città ma spesso il viaggio ha come unico scopo una location particolare o un evento speciale o una visita a ristoranti di elevato livello
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Immagine della destinazione

TARGET 6 UOMINI D'AFFARI /PROFESSIONISTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Il reddito alto consente a più viaggi all'estero anno
Livello culturale	Medio
Fasce di età	30-60
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Viaggi d'affari o viaggi incentives / kick-off / teambuilding
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Grandi città, montagna, laghi, campagna. Non più di due ore di transfer da un aeroporto internazionale con collegamenti diretti
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Accessibilità della destinazione, sicurezza, livello di organizzazione, efficienza dei servizi

Corea del Sud

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	35,2%
2	Famiglie con bambini	8,16%
3	Giovani/studenti	30,1%
4	Seniors	14,28%
5	Singles	12,24%
6	Altro	0,02%
TOTALE		100%

TARGET 1 COPPIE SENZA FIGLI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Livello medio e/o alto
Livello culturale	Livello medio e/o alto
Fasce di età	Viaggiatori tra i 20 e i 30 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Enogastronomia e Relax, Storia e cultura, Turismo e shopping
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Arte/cultura, Mare/laghi, Shopping
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo adeguato alla qualità dei servizi, Livello di organizzazione, Efficienza dei servizi

TARGET 2 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Livello medio e/o alto
Livello culturale	Livello medio e/o alto
Fasce di età	Viaggiatori tra i 30 e i 40 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Cultura, Città d'arte, Centri minori con elevata offerta storica e culturale
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Livello di organizzazione, Sicurezza, Prezzi

TARGET 3 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Livello medio e/o alto
Livello culturale	Livello medio e/o alto
Fasce di età	Viaggiatori tra i 20 ed i 30 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Scoperta e approfondimento di culture straniere Scambio di cultura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Arte, Mare, Shopping
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzi, Offerte convenienti, Clima

TARGET SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	Livello medio e/o alto
Livello culturale	Livello medio e/o alto
Fasce di età	Oltre 65 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Storia e cultura, relax e natura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Arte, Montagna/parco
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Lingua, Efficienza dei servizi, Sicurezza

TARGET 5 SINGLES	
Segmento socio-economico di appartenenza	Livello medio e/o alto
Livello culturale	Livello medio e/o alto
Fasce di età	Viaggiatori tra i 20 ed i 30 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Scoperta e approfondimento di culture straniere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Arte, Mare, Shopping
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Offerte convenienti, Clima, Prezzi, Sicurezza

Francia

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Seniors	52%
2	Famiglie con bambini	18%
3	Giovani/studenti	9%
4	Uomini d'affari/professionisti	6%
5	Coppie senza figli	8%
6	Singles	4%
7	Altro	3%
TOTALE		100%

TARGET 1 SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio alto (soprattutto per la fascia dei 50-65 anni) Il loro reddito è stabile e superiore del 38% rispetto alla popolazione più giovane
Livello culturale	Medio – alto
Fasce di età	Dai 50 anni in poi. All'interno di questa fascia si distinguono tre sotto-categorie: i "giovani senior" (55-70 anni), i "senior propriamente detti" (70-85 anni), i "grandi senior" (oltre 85 anni)
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Piacere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Cultura, enogastronomia, lirica, balneare, benessere sport e natura, leisure
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo e organizzazione sono i due fattori più importanti nella scelta delle destinazioni, la sicurezza e l'efficienza dei servizi

TARGET 2 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio – medio alto
Livello culturale	Medio
Fasce di età	30-50
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Cultura e clima, leisure, benessere, sport, natura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Cultura, mare, laghi
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo, destinazione ed efficienza dei servizi legati ai bambini

TARGET 3 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio
Fasce di età	15-24
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Studi e gite scolastiche, leisure, sportivo, trekking
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Cultura, mare
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo, connessione internet

TARGET 4 VIAGGI D'AFFARI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio alto
Livello culturale	Medio alto
Fasce di età	30-50
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Lavoro
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Arte, cultura, Spa, golf, enogastronomia
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo, efficienza dei servizi e facilità di organizzazione, wi-fi

Romania

I dati dell'Istituto di Statistica Rumeno non prevedono una suddivisione come quella riportata qui in basso, in quanto una categoria non esclude l'altra (es. Un uomo d'affari può essere allo stesso tempo senior e avere una famiglia con bambini, oppure uno studente può essere allo stesso tempo single o avere una relazione con o senza figli).

Pertanto si riportano i dati così come elaborati dallo stesso Istituto. Non esiste una statistica sulla struttura delle famiglie rumene (coppie senza figli, famiglie con bambini e singles) e sugli uomini d'affari.

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	%
2	Famiglie con bambini	%
3	Giovani/studenti	27,8%
4	Seniors	16,2%
5	Singles	%
6	Uomini d'affari/professionisti	%
7	Altro	%
TOTALE		%

TARGET 1 COPPIE SENZA FIGLI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio
Fasce di età	dai 25 ai 60 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Relax, piacere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna invernale, laghi
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo

TARGET 2 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio
Fasce di età	dai 25 ai 60 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Relax, piacere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna invernale, laghi
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo

TARGET 3 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio
Fasce di età	Dai 0 ai 24 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Relax, piacere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna invernale, laghi
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo

TARGET 4 SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio
Fasce di età	Dai 65 anni in su
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Relax, piacere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Città d'arte, mare, montagna invernale
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo

TARGET 5 SINGLES	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio
Fasce di età	Dai 18 anni in su
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Relax, piacere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna invernale, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo

TARGET 6 UOMINI D'AFFARI /PROFESSIONISTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Alto
Livello culturale	Alto
Fasce di età	Dai 35 anni in su
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Relax, piacere
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna invernale, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Sicurezza, efficienza dei servizi

Canada

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	21%
2	Famiglie con bambini	20%
3	Giovani/studenti	10%
4	Seniors	25%
5	Singles	12%
6	Uomini d'affari/professionisti	8%
7	Altro	4%
TOTALE		100%

TARGET 1 COPPIE SENZA FIGLI	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio / medio-alto
Livello culturale	medio / medio-alto
Fasce di età	30-35
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, visita parenti ed amici
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte e cultura enogastronomia mare laghi montagna shopping
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi sicurezza conoscenza delle lingue efficienza dei servizi

TARGET 2 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio / medio-alto
Livello culturale	medio / medio-alto
Fasce di età	30-45
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, visita parenti ed amici
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte e cultura enogastronomia mare laghi montagna
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi sicurezza conoscenza delle lingue efficienza dei servizi

TARGET 3 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio
Fasce di età	14-25
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, motivi di studio, lingue
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	città d'arte cultura corsi di lingue vacanze attive
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi sicurezza efficienza dei servizi

TARGET 4 SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio / medio-alto
Livello culturale	medio
Fasce di età	60- oltre
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, visita parenti ed amici
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte e cultura enogastronomia mare laghi montagna
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi sicurezza conoscenza delle lingue efficienza dei servizi

TARGET 5 SINGLES	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio-alto
Livello culturale	medio-alto
Fasce di età	25-55
Principali motivazioni di vacanza all'estero	vacanza, motivi professionali
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte e cultura enogastronomia mare vacanze attive
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi conoscenza delle lingue sicurezza efficienza dei servizi

TARGET 6 UOMINI D'AFFARI /PROFESSIONISTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio-alto / alto
Livello culturale	Alto
Fasce di età	30-65
Principali motivazioni di vacanza all'estero	business, motivi professionali
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	meetings & congressi shopping enogastronomia
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	costi livello di organizzazione conoscenza delle lingue sicurezza efficienza dei servizi

Polonia

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Giovani/studenti	27%
2	Uomini d'affari/professionisti	20%
3	Coppia senza figli	15%
4	Famiglie con bambini	15%
5	Seniors	13%
6	Singles	5%
7	Altro	5%
TOTALE		100%

TARGET 1 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Livello economico medio-basso, medio, medio-alto.
Livello culturale	Livello d'istruzione media e superiore.
Fasce di età	19-30 anni.
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Sfruttare il periodo delle vacanze universitarie invernali ed estive. Lavoro, studio delle lingue, studi all'università, vivere esperienze nuove, conoscere altre culture.
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Montagna, grandi città, mare, arte, sport.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Il fattore determinante rimane il prezzo, nonché le offerte con sconti per gli studenti (frequente l'uso della carte 26 ed ISIC).

TARGET 2 UOMINI D'AFFARI/ PROFESSIONISTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio-alto, alto e molto alto.
Livello culturale	Istruzione superiore generale o professionale, istruzione universitaria.
Fasce di età	25-60 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Riposo, conoscere luoghi nuovi.
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, arte, laghi, sport, crociere, tour tematici, enogastronomia e agriturismo, terme.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Standard delle strutture ricettive, localizzazione, clima, programma, possibilità di autonoleggio, efficienza dei servizi.

TARGET 3 COPPIE SENZA FIGLI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio, medio-alto, alto.
Livello culturale	Istruzione superiore generale o professionale, istruzione universitaria.
Fasce di età	25-60 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Riposo, conoscere luoghi nuovi, visitare amici, varie feste.
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, arte, sport, tour tematici.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo/qualità, localizzazione, clima, programma originale, possibilità di autonoleggio, efficienza dei servizi.

TARGET 4 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio, medio-alto, alto.
Livello culturale	Istruzione superiore generale o professionale, istruzione universitaria.
Fasce di età	25-45 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Il desiderio di far vedere ai figli il mondo e la sicurezza del tempo bello, che non è sempre garantito dal clima polacco. Molte famiglie con figli d'età superiore a 3 anni d'età scelgono le vacanze estive all'estero, rinunciando alle ferie in Polonia ed evitando il rischio di condizioni atmosferiche negative.
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzi, livello di organizzazione, facilitazioni per famiglie con bambini, sicurezza, efficienza dei servizi, mezzo di trasporto comodo.

TARGET 5 SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	Basso, medio-basso, medio, medio-alto.
Livello culturale	Istruzione di base, superiore generale, superiore professionale, universitaria.
Fasce di età	55-80 anni.
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Motivi religiosi, clima.
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, arte, turismo religioso.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo, standard degli alberghi, facilitazioni per i turisti con disabilità, sconti per senior, sicurezza, servizio guida-accompagnatore, offerte di benessere, clima, formula (All Inclusive; HB — Half Board, cioè due piatti al giorno, ecc.).

TARGET 6 SINGLES	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio, medio-alto, alto.
Livello culturale	Istruzione superiore generale, superiore professionale, universitaria.
Fasce di età	25-60 anni.
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Riposo, feste varie, conoscere luoghi nuovi e persone nuove, visitare amici, spesso sono partecipanti ai progetti europei tipo Leonardo (ormai "Erasmus +").
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, arte, sport, tour tematici.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Prezzo/qualità, localizzazione, clima, programma originale, efficienza dei servizi, target di persone adeguato (per quanto riguarda il turismo organizzato).

Austria

Composizione TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	15%
2	Famiglie con bambini	26%
3	Giovani/studenti	18%
4	Seniors	18%
5	Singles	17%
6	Uomini d'affari/professionisti	6%
7	Altro	0%
TOTALE		100%

TARGET 1 COPPIE SENZA FIGLI	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio / medio-alto
Livello culturale	medio / medio-alto
Fasce di età	24-64 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Vacanza attiva, relax (mare, lago o montagna), e cultura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, laghi, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Sicurezza, giusto rapporto qualità/prezzo, efficienza dei servizi

TARGET 2 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Segmento socio-economico di appartenenza	medio / medio-alto
Livello culturale	medio / medio-alto
Fasce di età	24-64 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Vacanza attiva, relax (mare, lago o montagna), e cultura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, laghi, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Sicurezza, giusto rapporto qualità/prezzo, efficienza dei servizi, vicinanza della meta turistica

TARGET 3 GIOVANI/STUDENTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio
Livello culturale	Medio-alto
Fasce di età	0-25 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Divertimento, sport
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Costo vacanza, sicurezza, divertimento

TARGET 4 SENIORS	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio-alto
Livello culturale	Medio-alto
Fasce di età	65 anni e oltre
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Relax (mare, lago o montagna) e cultura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, città d'arte, laghi
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Sicurezza, giusto rapporto qualità/prezzo, efficienza dei servizi, vicinanza della meta turistica

TARGET 5 SINGLES	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio-alto
Livello culturale	Medio-alto
Fasce di età	20-64 Anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Vacanza attiva, relax (mare, lago o montagna), e cultura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, laghi, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Sicurezza, giusto rapporto qualità/prezzo, efficienza dei servizi

TARGET 6 UOMINI D'AFFARI /PROFESSIONISTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	Alto
Livello culturale	Alto
Fasce di età	20-75 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Vacanza attiva, relax (mare, lago o montagna), e cultura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Mare, montagna, laghi, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Sicurezza, livello di organizzazione, giusto rapporto qualità/prezzo, efficienza dei servizi

Regno Unito

TARGET 1 GIOVANI/STUDENTI	
Livello culturale	Medio-alto
Fasce di età	16-24 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	cultura, svago
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	mare, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	prezzi, motivi di studio, aspetto culturale, lavoro

TARGET 2 SENIORS	
Livello culturale	Misto
Fasce di età	65 e più
Principali motivazioni di vacanza all'estero	cultura e svago, relax
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	città d'arte, laghi, wellness, mare, enogastronomia, turismo rurale
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	sicurezza, efficienza dei servizi, livello di organizzazione

TARGET 3 FAMIGLIE CON BAMBINI	
Livello culturale	Misto
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Svago, conoscere nuove culture e tradizioni
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	mare, laghi, città d'arte, con servizi di svago per bambini
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	sicurezza, livello di organizzazione, efficienza dei servizi, servizi per bambini

TARGET 4 COPPIE SENZA FIGLI	
Livello culturale	Misto
Principali motivazioni di vacanza all'estero	cultura, svago
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte, mare, laghi, città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	sicurezza, livello d'organizzazione, efficienza dei servizi, conoscenza lingue

TARGET 5 SINGLES	
Livello culturale	Misto
Principali motivazioni di vacanza all'estero	cultura, svago, avventura
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	arte, mare, montagna, laghi, wellbeing
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	sicurezza, livello di organizzazione, efficienza dei servizi, conoscenza delle lingue

TARGET 6 UOMINI D'AFFARI /PROFESSIONISTI	
Livello culturale	universitario, dottorato
Fasce di età	24-55 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Affari
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	sicurezza, livello di organizzazione, efficienza dei servizi, conoscenza delle lingue