



SEDE CENTRALE

Direzione Centrale
Programmazione e Comunicazione

ENIT- AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO PRESENTA:

**“Marketing intelligence/strumenti di pianificazione strategica:
le migliori pratiche per la vendita del Prodotto Italia”**

Giornate di approfondimento dei mercati esteri

PRESENTAZIONE

Nell’ambito della propria funzione di assistenza e consulenza a Regioni, Enti Locali e privati, ENIT- Agenzia Nazionale del Turismo intende fornire a tutti gli operatori del comparto approfondimenti sui mercati turistici e linee-guida per ottimizzare la pianificazione, lo sviluppo ed il controllo delle strategie da attuarsi all’estero.

In tale prospettiva, sono previste nel corso del 2011, secondo il calendario che si riporta a seguire, una serie di Giornate tematiche di approfondimento a cura dei responsabili della rete estera dell’ENIT.

I lavori si svolgeranno a Roma, nella sede dell’ENIT.

La quota di partecipazione per ogni giornata tematica ammonta **ad Euro 242 IVA inclusa a persona.**

Ai Soci **Platinum e Gold** del **Club Italia** (vedasi nuovo Regolamento sul sito www.enit.it) verranno accordate le seguenti facilitazioni:

- Soci **Platinum**: partecipazione gratuita
- Soci **Gold**: sconto del 30%

Ai fini della iscrizione gli interessati dovranno compilare la modulistica pubblicata sul sito www.enit.it sezione “Studi e ricerche”, “Giornate tematiche”.

L’Agenzia provvederà a dare conferma definitiva dello svolgimento delle sessioni almeno 15 giorni prima di ogni evento.

ITEMI IN TRATTAZIONE

Le sessioni, dedicate in particolare al personale quadro delle Regioni e degli Enti Locali impegnati nella programmazione turistica, alle Agenzie di incoming nonché a tutti gli operatori del comparto interessati (Strutture ricettive, associazioni di categoria, aziende del settore del tempo libero, dello sport e del benessere, ecc.), verteranno sui seguenti temi:

ANALISI DEL MERCATO TURISTICO

VALUTAZIONE E SELEZIONE PRODOTTI/TARGET

POSIZIONAMENTO RISPETTO AI CONCORRENTI

LEVE DI PROMOZIONE E MARKETING

CONTROLLO DEI RISULTATI

PROGRAMMA

- **Prima Sessione (9.00/10.30)**

- 1. Focus Paese**

Analisi del mercato

- a) I fattori della domanda turistica
- b) Il profilo del visitatore
- c) L'outbound Mondo/Italia
- d) I flussi attuali e potenziali
- e) Prodotti attuali ed emergenti
- f) Il posizionamento dell'Italia rispetto ai Competitori
- g) La domanda organizzata e individuale
- h) Tipologia canali distributivi
- i) Il sistema di vendita
- j) L'Italia nei cataloghi dei Tour Operators

10.30/11.00 Pausa caffè

- **Seconda Sessione (11.00/12.45)**

- 2. Linee - guida ai Piani di Marketing: dove andare, cosa fare, come.**

- a) Come migliorare la penetrazione in mercati nuovi e/o attuali;
- b) Come innovare i pacchetti turistici e/o riformulare il prodotto turistico globale e/o specializzato;
- c) Le decisioni da assumere nella comunicazione, la pubblicità e la promozione;

- d) Le decisioni da assumere nei rapporti con i canali della commercializzazione.

12.45/13.45 Pausa pranzo

- **Terza Sessione (13.45/18.00)**

3. Promo-commercializzazione a confronto: le best practices dei soggetti territoriali

- a) Modelli e strumenti innovativi utilizzati e risultati raggiunti
- b) Case studies su specifici prodotti turistici.

CALENDARIO 2011

MESI	DATE	MERCATI
FEBBRAIO	02 mercoledì	RUSSIA
FEBBRAIO	23 mercoledì	SCANDINAVIA
APRILE	13 mercoledì	GERMANIA - SVIZZERA - AUSTRIA
APRILE	14 giovedì	BELGIO - PAESI BASSI
MAGGIO	11 mercoledì	REGNO UNITO - IRLANDA
GIUGNO	08 Mercoledì	GIAPPONE - AUSTRALIA
GIUGNO	22 mercoledì	USA - CANADA
LUGLIO		
AGOSTO		
SETTEMBRE		
OTTOBRE	05 mercoledì	FRANCIA
OTTOBRE	06 giovedì	SPAGNA - PORTOGALLO
OTTOBRE	13 giovedì	INDIA
OTTOBRE	19 mercoledì	COREA
OTTOBRE	20 giovedì	REP. CECA - UNGHERIA - POLONIA
NOVEMBRE	16 mercoledì	EMIRATI ARABI
DICEMBRE	01 giovedì	CINA
MARZO 2012	28 mercoledì	BRASILE - ARGENTINA