

## **Assotrail, al via la seconda edizione di Barometro Travel**

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **09:35** nella categoria **Territori**

---



Dopo il successo dell'anno scorso prende il via la seconda edizione di Barometro Travel, l'indagine periodica sul mercato delle agenzie di viaggio curata da Assotrail (Associazione Nazionale delle Agenzie di Viaggio e Turismo aderente a Confindustria) e Pragmatica (Istituto di Ricerca di Mercato appartenente al network Jack Blutharsky group).

Due le novità sostanziali dell'attuale edizione: l'estensione dell'indagine al mercato turistico internazionale e, di conseguenza, l'adozione di un sistema di rivelazione (eurovoxbox) costituito da un questionario strutturato (in italiano ed in inglese) che si rivolge agli operatori sia italiani che stranieri.

Collegandosi al sito internet di Assotrail è possibile, cliccando sull'apposito link <http://www.eurovoxbox.org/index.php?q=23&p=asso&u=anonymous>, accedere direttamente al questionario e partecipare in questo modo alla ricerca.

In un panorama caratterizzato da cambiamenti continui e sempre più veloci, è fondamentale per le agenzie di viaggio individuare in anticipo le novità e le tendenze per poter sviluppare strategie e politiche commerciali efficaci.

Nel contempo, attraverso questa ricerca, Assotrail intende dimostrare al comparto e all'opinione pubblica che il vero barometro del mercato è rappresentato dalle agenzie di viaggio.

Questo insieme ramificato su tutto il territorio nazionale costituisce un'opportunità unica come fonte estremamente qualificata sia per conoscere orientamenti e gusti dei consumatori, sia per verificare plus e minus dei vari prodotti, ma soprattutto come un'antenna costituita da veri e propri esperti dei viaggi e dei comportamenti dei clienti, utile per rilevare anche le nuove tendenze in atto.

Infatti l'obiettivo di Barometro Travel è quello di fornire dati ed informazioni che definiscano un quadro preciso sul mercato dei viaggi, al fine di rappresentare un punto di riferimento per tutti gli operatori del settore: non solo agenzie di viaggio, ma anche tour operator, compagnie di volo e di navigazione, aziende turistiche locali, assessorati al turismo, turismo immobiliare, catene alberghiere, aziende consumer legate al mercato turistico e tutti gli attori che intendono trarre importanti informazioni per il proprio interesse di mercato.

Al pari della scorsa edizione l'indagine analizzerà l'andamento della stagione invernale appena trascorsa e della precedente stagione estiva, le destinazioni in auge e quelle in ribasso, i comportamenti d'acquisto della clientela, le aspettative sul futuro del mercato, i criteri in base ai quali i consumatori prediligono un

prodotto turistico, nonché una valutazione sui singoli player e influenzatori di mercato (tour operator, agenti di viaggio, l'impatto delle compagnie aeree low cost, media di settore etc).

I risultati della ricerca saranno oggetto di un convegno ad hoc nei prossimi mesi.