

**Turismo volano della
ripresa, Trenitalia volano
del turismo.**

Scenari ed Obiettivi strategici

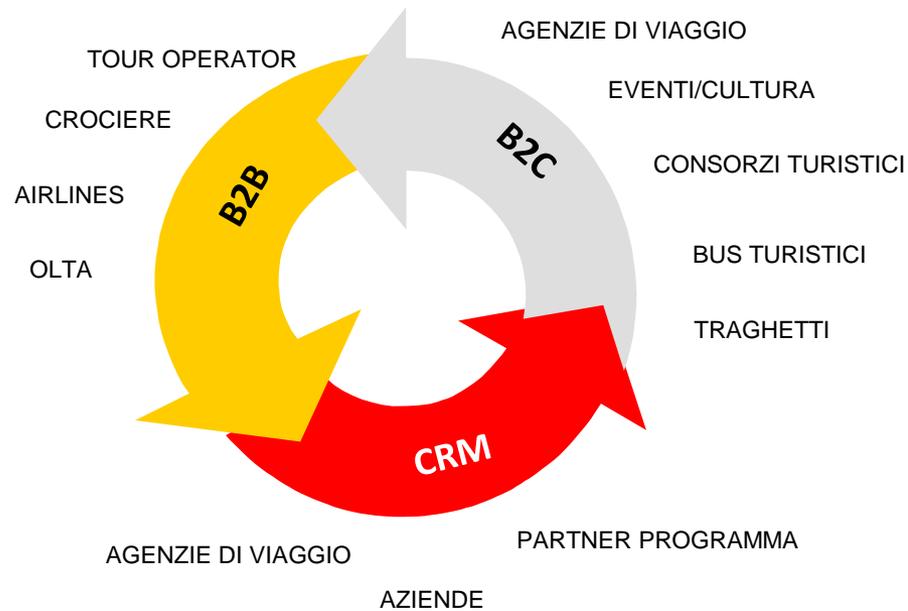
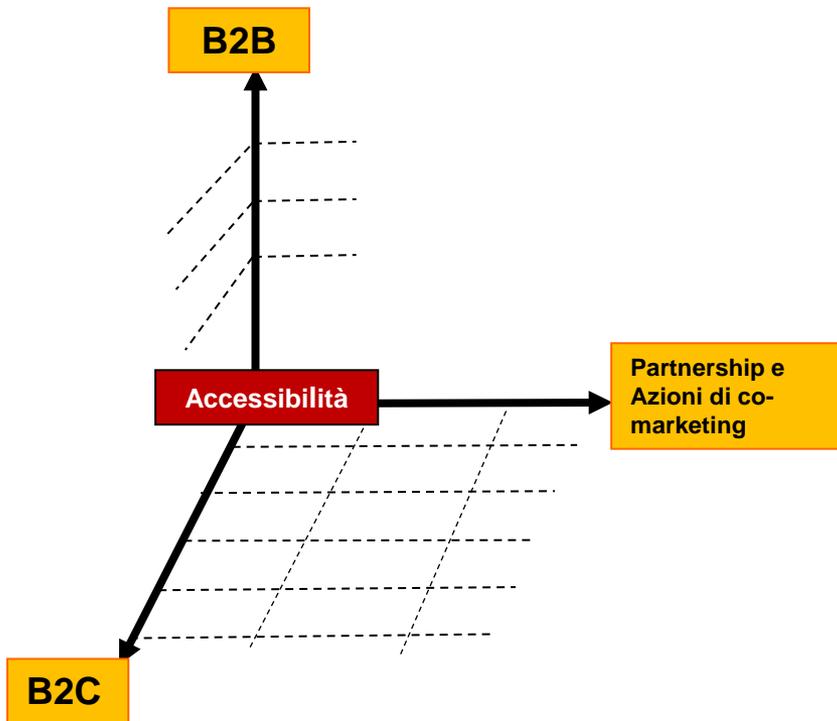
- Forte influenza della crisi economica sulle scelte di viaggio
- Preferenza per short breaks e/o vacanze meno concentrate
- Richiesta di “trasporto di qualità”; necessita di un rapporto prezzo/servizio erogato molto competitivo
- Stagionalità molto elevata e necessità di modulare l’offerta

Le strategie sul segmento turistico

- Aumentare la conoscenza del prodotto ferroviario all'interno del segmento dei T.O. e diventare uno dei vettori preferenziali
- Generare traffico attraverso la creazione di nuove opportunità di viaggio e la conquista di nuovi segmenti di clientela e stimolare la ripetizione di acquisto.
- Aumentare la domanda nei periodi di bassa stagione e creare adduzione al sistema dell'Alta Velocità

Il treno per uso turistico

Iniziative ed integrazione con filiera del turismo



Freccia & Fly: un nuovo modello di mobilità globale



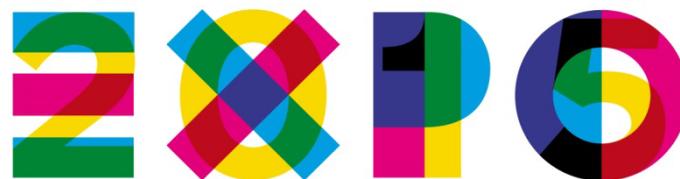
Dal 1° al 30 giugno Emirates regalerà ai propri clienti che acquisteranno un volo Milano – New York in business o first class con partenza dal 1° luglio al 31 agosto:

- ✓ Un biglietto Trenitalia in **Business o Prima classe** per raggiungere Milano
- ✓ Il servizio limousine Emirates dalla stazione Centrale per raggiungere l'aeroporto





CON



MILANO 2015

FEEDING THE PLANET
ENERGY FOR LIFE

Official Global Carrier Partner