

Thomas Cook Group plc
Philip Poile
Director of UK Mainstream Purchasing & Hotels Division

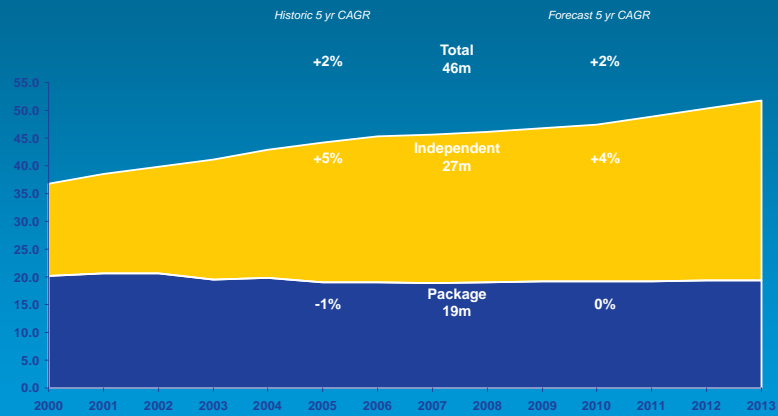


The UK Travel Market



The UK leisure travel market continues to grow

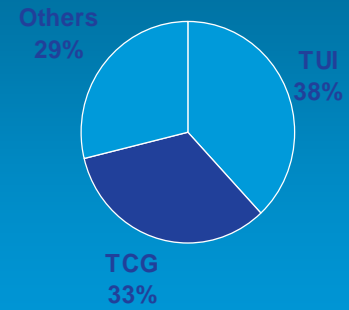
UK Leisure Travel Market 2000-13, Pax m



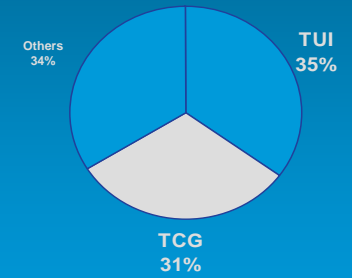
Source: Mintel (Jul 08)

The UK package and retail markets

UK package market – Tour Operator share



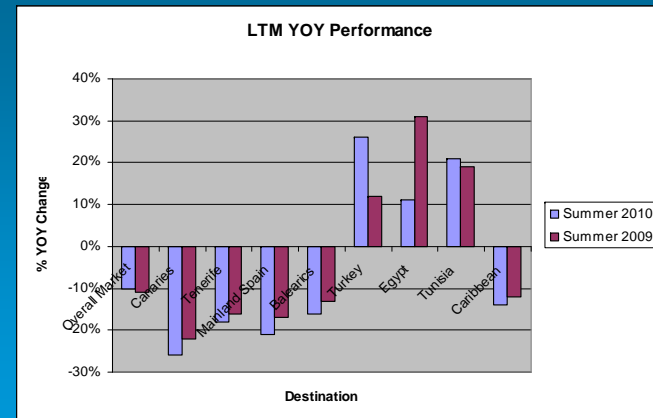
UK Package Market – Retail Share



UK Package Market Share, 2008

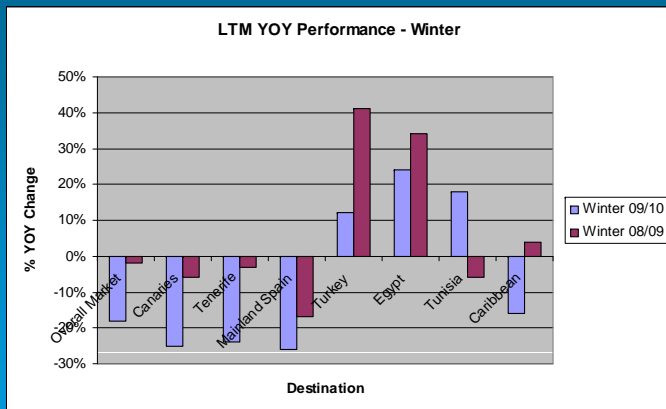
The UK Market to Tenerife

The UK Market - Summer



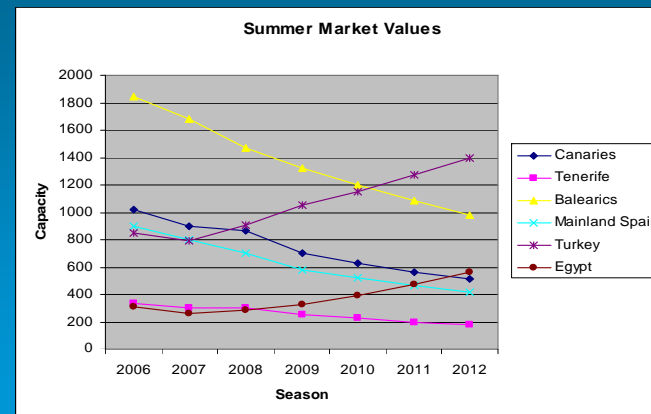
Source: LTM – UK Package Holiday Market Data to Aug 09

The UK Market - Winter



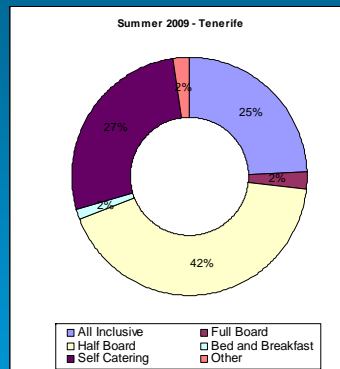
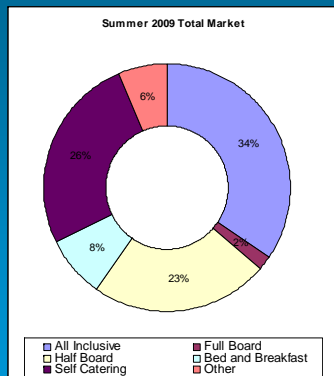
Source: LTM – UK Package Holiday Market Data to Aug 09

The UK Market – Future Trends



Source: LTM – UK Package Holiday Market Data to Aug 09 and future trends extrapolated

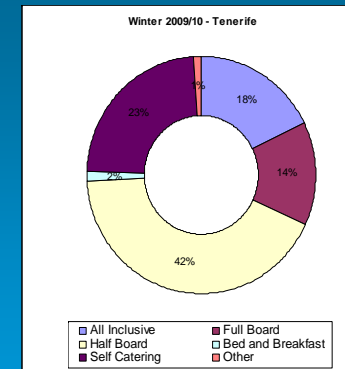
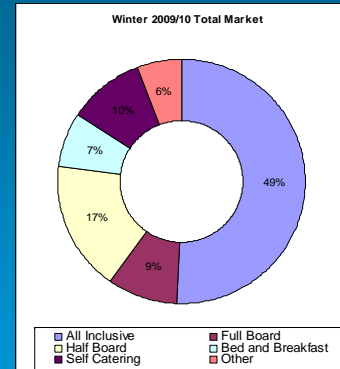
The UK Market to Tenerife – Summer Board Basis Mix



Source: LTM – UK Package Holiday Market Data to Aug 09



The UK Market to Tenerife – Winter Board Basis Mix



Source: LTM – UK Package Holiday Market Data to Aug 09



Cost Challenges

• S09 Average Selling Prices

Canaries	+11%
Tenerife	+9%
Balearics	+9%

(Source: LTM – UK Package Holiday Market Data to Aug 09)

• Cost Increase S10

• FE	+10%
• Accommodation cost	+0%
• Flight cost	+8%

Tenerife SWOT Analysis

FORTALEZAS

- Muy buenas infraestructuras
- Fácil Acceso desde Reino Unido
- Condiciones climáticas muy agradables todo el año
- Amplia gama y variedad de alojamientos
- Situación política estable

DEBILIDADES

- Zona EURO
- Alto coste de vida
- Problema de imagen: falta de "gancho" y "entusiasmo" del destino
- Playa de las Americas está muy desarrollado y explotado – espacio muy limitado para poder competir con otros destinos emergentes, por ej. Turquía
- Mercado maduro

OPORTUNIDADES

- Mayor atractivo para familias con instalaciones como p. ej. Siam Park
- Incrementar la demanda a otras zonas, p. ej. Los Gigantes
- Promocionar alternativas vacacionales al tradicional "sol y playa"
- Promocionar e incrementar el interés en paquetes vacacionales "Premium" para competir con otros destinos, p. ej. Turquía, Egipto
- Incrementar las actividades de marketing y maximizar la presencia de Tenerife en todos los medios y canales de venta para combatir el declive de la demanda de cara al futuro

AMENAZAS

- Competencia por parte de destinos en zonas fuera del EURO
- Incremento de costes y crisis económica han contribuido a la reducción de capacidades desde el Reino Unido
- Competencia por parte de otras Islas Canarias, p. ej. Fuerteventura