



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*

Diplomazia
economica
italiana



GEORGIA

Rapporto Congiunto
Ambasciate/Consolati/ENIT 2017





*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



INDICE

1. **Analisi del quadro socio-economico**
 - 1.a Principali indicatori economici
 - 1.b Principali indicatori sociali e demografici

2. **Analisi del mercato turistico**
 - 2.a Analisi del turismo outgoing
 - 2.b Composizione target
 - 2.c Analisi SWOT della destinazione Italia
 - 2.d Analisi della domanda organizzata
 - 2.e Collegamenti aerei
 - 2.f Brand Italia e analisi dei competitors
 - 2.g Nuove tecnologie e turismo

3. **Le linee strategiche**

Bibliografia

Contatti

1. Analisi del quadro socio-economico

Negli ultimi anni l'economia della Georgia ha registrato buoni tassi di crescita (v. tabella), sostenuta in gran parte dagli investimenti pubblici e dalla domanda interna. Tuttavia, a partire dall'ultimo trimestre del 2014, a causa della crisi regionale del forte deprezzamento della moneta nazionale (circa il 30% in meno), del calo delle esportazioni (per la riduzione delle importazioni da Russia e Ucraina) e delle rimesse dall'estero si è registrato un sensibile rallentamento dell'economia georgiana, con una crescita del PIL nel 2015 del 2,5%. Nonostante le politiche monetarie messe in atto dalla Banca Centrale Georgiana, rimane ancora forte la dollarizzazione dell'economia e resta ampia l'esposizione agli shock esterni. Grazie alla sua posizione geografica fra i continenti europeo e asiatico, al basso costo del lavoro, alla stabilità sociale e all'ambiente molto favorevole per le aziende e le imprese straniere, buone sono le prospettive di sviluppo del Paese, anche tenendo conto dell'attuazione dell'Accordo di Libero Scambio Completo e Approfondito (DCFTA) siglato con l'UE, entrato in vigore dal settembre 2014, che dovrebbe dispiegare i suoi effetti nel medio-lungo periodo. Le prospettive di crescita per il 2016 e il 2017 sono positive, rispettivamente del 3,0% e del 4,5%.

1.a Principali indicatori economici

In euro o dollari	2014	2015	2016	2017
PIL (Mld. USD)	16.507	14.007	13.942	15.388
PIL pro-capite (USD)	3.676,2	3.743,1	3.790,5	4.192,2
Crescita del PIL reale (var. %)	4,8%	2,5%	3,0%	4,5%
Consumi privati	11.676	12.264	n.d	n.d
Debito pubblico (Mld.USD)	4.157	4.314	4.422	n.d
Investimenti diretti stranieri, (Mld.USD)	1.758,4	1.351.1	n.d	n.d
Bilancia commerciale (Mld.USD)	-5.733	-5.525	n.d	n.d
Rating OECD sul rischio Paese	6/7	6/7	6	6

Fonti: GEOSTAT, FMI, World Bank

1.b Principali indicatori sociali e demografici

Anno 2016	
Popolazione (in milioni)	3.720,4
Lingua ufficiale	Georgiano
Religione	Cristianesimo Ortodosso (83.4%), Musulmani (10.7%), Cattolici (1%), altri (2%)
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 17.4%; 15-64 anni: 68.6%; over 65 anni: 14%
Età media	38.3
Tasso di crescita della popolazione (in %)	-17.2
Rapporto maschi/femmine	48% / 52%

Fonti: GEOSTAT



2. Analisi del mercato turistico

2.a Analisi del turismo outgoing

Le mete preferite dalla maggior parte dei turisti georgiani rimangono le località balneari interne lungo la costa del Mar Nero e la vicina e più economica Turchia. Solo i ceti sociali più benestanti, che costituiscono ancora una fascia ristretta della popolazione, che scelgono come destinazione l'Italia ed altri luoghi turistici europei.

La principale meta dei viaggi dei turisti georgiani all'estero è **la Turchia**, grazie soprattutto alla vicinanza geografica ed al basso costo delle offerte alberghiere (oltre che all'assenza di obbligo di visto). Il numero dei turisti georgiani che ha visitato la Turchia è aumentato del 28% nel periodo gennaio – marzo 2016 (432.703 unità).

Tra le destinazioni europee, l'Italia si colloca tra le prime posizioni. Le altre destinazioni europee richieste sono **Francia, Repubblica Ceca, Ungheria, Germania e Grecia**. Tra le regioni italiane preferite, ai primi posti risultano **Lazio, Veneto, Campania, Lombardia, Emilia Romagna**. Le località maggiormente visitate sono **Venezia, Roma, Firenze e Napoli**.

La possibilità che si registri un rilevante aumento del flusso turistico verso le destinazioni europee è strettamente connessa all'incremento del reddito pro-capite della popolazione e alla tanto attesa liberalizzazione dei visti Schengen (facilitata anche dalla presenza di un volo diretto Alitalia, purtroppo sospeso da quest'anno), decisione su cui, proprio in vista della liberalizzazione dei visti, si auspica un ripensamento da parte della nostra Compagnia di bandiera. Al momento, è ragionevole ritenere che, almeno nel breve periodo, difficilmente si possa verificare un incremento di reddito in modo esteso. Al contrario, nel medio periodo ci sono concrete possibilità che si verifichi un progressivo incremento del numero turisti georgiani verso destinazioni europee, anche eventualmente stimolato da una diminuzione delle tariffe aeree per effetto di una maggiore concorrenza rispetto alla situazione attuale – oltre che dall'eliminazione del visto per soggiorni turistici (che dovrebbe avvenire entro la fine del 2016). Dal 29 aprile 2013 ha cominciato a collaborare con l'Ambasciata d'Italia il "Visa management service Georgia" (fornitore esterno di servizi autorizzato nella raccolta delle domande di visto). Anche grazie a detta collaborazione, infatti, i richiedenti visto ottengono un appuntamento per presentare le domande di visto normalmente entro due giorni lavorativi (contro la media di 10-20 giorni per gli altri Paesi Schengen accreditati a Tbilisi), circostanza che ha contribuito a promuovere l'Italia come destinazione turistica in Georgia.

Statistica visti	
2012	9.502
2013	9.978
2014	10.450
2015	8.532
%	-18,36%

2.b Composizione target

TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	12%
2	Famiglie con bambini	15%
3	Giovani/studenti	10%
4	Seniors	5%
5	Singles	23%
6	Uomini d'affari/professionisti	30%
7	Altro	5%
TOTALE		100%

Di seguito le tabelle che descrivono brevemente i principali target di riferimento come individuati precedentemente:

UOMINI D`AFFARI/PROFESSIONISTI	
Segmento socio-economico di appartenenza	In considerazione del fatto che la maggior parte della popolazione percepisce ancora un reddito molto limitato, nella grande maggioranza dei casi, i turisti sono uomini d'affari di medio-alto livello (che viaggiano spesso con le famiglie, abbinando viaggi d'affari con un periodo di vacanza), nonché alti funzionari di aziende private o, talvolta, di strutture statali.
Livello culturale	Pur essendo il turismo verso l'estero un fenomeno limitato ad un'élite economica della popolazione, non sempre a ciò corrisponde un buon livello di preparazione culturale del turista
Fascia di età	La fascia di età media del turista georgiano è di 25-50 anni.
Propensione al viaggio	La fascia di popolazione che gode di un buon reddito è particolarmente incline ai viaggi all'estero, anche per effetto del livello mediamente insoddisfacente delle strutture ed infrastrutture turistiche locali
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Oltre alla prevedibile attrazione per la conoscenza di nuove località artistiche, balneari e di montagna, una delle principali motivazioni che spingono il turista georgiano a viaggiare è rappresentata dal livello culturale più elevato e dalla maggiore possibilità di scelta di offerte turistiche rispetto al mercato locale.
Mezzi di trasporto preferiti	Aereo (64,4 %), pullman (20,1%), auto (8,5%), treno (7%)
Prodotti turistici preferiti ed emergenti	In Italia i turisti georgiani prediligono principalmente le località artistiche (Roma, Milano, Venezia, Firenze); da segnalare tuttavia anche un certo flusso di turisti per motivazioni religiose che si recano in pellegrinaggio a Bari (presso la tomba di San Nicola) .
Fattori determinanti nella scelta	I fattori che maggiormente influenzano la scelta del turista



delle destinazioni	sono il costo dei servizi turistici e la qualità dei collegamenti aerei con la Georgia
Tipo di alloggio preferito	Di solito il turista georgiano preferisce la sistemazione in albergo di 3 – 4 stelle, 5 stelle per la clientela VIP
Mesi preferiti per i viaggi	Il periodo dell'anno in cui si registra il più alto numero di viaggi è quello compreso tra maggio – settembre, dicembre (in occasione del Natale)
Fonti di informazione privilegiate	L'informazione turistica tramite la stampa specializzata è pressoché inesistente; le principali fonti di informazione sono i cataloghi dei T.O., i siti web e le occasioni di promozione turistica organizzate dall'Ambasciata d'Italia in concomitanza con eventi di tipo culturale (attraverso brochure, poster, video). L'Ambasciata ha promosso e curato la realizzazione di un numero speciale della rivista Voyager, magazine per i clienti VIP della principale banca del Paese, la Bank of Georgia. Il numero dell'estate 2016 è esclusivamente dedicato all'Italia e verrà presentato il 21 giugno (primo giorno d'estate) con un evento che prevede anche musica, video clip e tanto made in Italy.
Canali d'acquisto utilizzati	I canali più utilizzati sono le Agenzie turistiche e i siti internet.



2.c Analisi SWOT della destinazione Italia

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> - Ricco patrimonio culturale; - Presenza delle risorse turistiche naturali (mare, montagna, laghi); - La cucina e il vino italiani - La simpatia verso il “modo di essere” degli italiani. 	<ul style="list-style-type: none"> - La scarsa disponibilità di materiale turistico informativo in georgiano. - La mancanza di voli diretti con l'Italia - La mancanza di eventi promozionali dedicati al turismo in Italia
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> - La Georgia è un Paese in continua crescita economica, con una popolazione di fasce alte in continuo incremento; - Tale crescita determina un aumento del potere d'acquisto individuale e quindi della possibilità di poter viaggiare di più, data anche dalla relativa vicinanza geografica con l'Europa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Necessità del visto d'ingresso (prospettiva di abolizione per la fine dell'anno).

2.d Analisi della domanda organizzata

Il numero totale di operatori turistici in Georgia è di 275, di cui solo poche unità propongono pacchetti per l'Italia, ma nessuno specializzato soltanto sul nostro Paese, pertanto nessun T.O. è accreditato presso l'Ambasciata. La richiesta di visto turistico viene fatta direttamente alla sezione Consolare dell'Ambasciata, tramite l'outsourcing VMS Georgia dalla persona interessata anche se viaggia tramite un T. O. per cui i dati richiesti non sono reperibili.

2.e Collegamenti aerei

Nel periodo Gennaio - Marzo 2016 gli aeroporti georgiani hanno visto un aumento del 19,38% dei passeggeri, il cui totale è 432.949. Nel Luglio 2012, l'Italia inaugurò il primo collegamento Roma - Tbilisi. Purtroppo per il 2016 Alitalia ha sospeso tale tratta, fatto che ha influito negativamente sui flussi turistici dalla Georgia. Le compagnie aeree che attualmente volano in Italia, con scalo in altri aeroporti, sono: Turkish Airlines, Lufthansa, Pegasus Airlines, LOT, Ukraine International Airlines, Air Baltic, Aegean Airlines, Atlas Jet Global. L'Alitalia realizzava un alto loadfactor (oltre 85%) sui voli da e per Tbilisi, ma accusava comunque perdite dovute a costi operativi troppo alti e scarsa percentuale di voli intercontinentali e quindi a più alto revenue. Nonostante offerte di incentivi/facilitazioni da parte georgiana, Alitalia ha deciso comunque di sospendere il volo.

2.f Brand Italia e analisi dei competitors

L'Italia occupa una posizione di grande prestigio nella considerazione dell'opinione pubblica Georgiana per la sua ricchezza culturale, paesaggistica e per l'enogastronomia. E' in continua crescita la presenza degli imprenditori italiani sul territorio Georgiano, creando anche più occasioni di conoscenza reciproca. Non sono disponibili i dati riguardanti i budget per la promozione turistica in Georgia, stanziati dalle varie rappresentanze turistiche straniere presenti sul mercato.



2.g Nuove tecnologie e turismo

In Georgia circa il 50% della popolazione totale ha un accesso a internet, con una situazione molto diversificata nella Capitale e nelle campagne. Di questi circa i tre quarti utilizza internet ogni giorno (soprattutto nelle fasce giovanili 18-35 anni, mentre gli over 56 non utilizzano quasi mai internet). Del totale degli utilizzatori di internet l'83% utilizza Facebook (1.800.000 account registrati in Georgia), il primo social media nel Paese. Facebook – oltre alla televisione – è utilizzato anche come fonte di informazione. L'utilizzo di internet per gli acquisti online, soprattutto nel settore turistico è estremamente basso (1%, secondo i dati di CaucasusBarometer), in quanto ancora la maggior parte dei turisti preferisce recarsi in agenzia viaggio. Circa il 30% della popolazione totale ha uno smartphone (statistica più che raddoppiata nella Capitale). La maggior parte del mercato internet è controllato dalle società "Silknet" (40%) e "Caucasus Online" (30%) appena acquistata dalla compagnia telefonica georgiana "Magticom".

3. Le linee strategiche

- Snellimento delle procedure per l'ottenimento del visto turistico attraverso l'accredito dei T.O. georgiani presso la Cancelleria Consolare dell'Ambasciata d'Italia o presso il Visa Management Service e la loro responsabilizzazione circa la completezza e regolarità della documentazione presentata;
- Sviluppo di nuovi prodotti turistici di nicchia (Terme e benessere, Montagna, Arte, Congressi e incentive, Laghi, Enogastronomia e Agriturismo) presso i T.O. georgiani attraverso "site inspections" e "press-trip";
- Incremento delle attività di comunicazione dell'ENIT e organizzazione di eventi ad hoc per la promozione turistica;
- Sensibilizzazione su Alitalia per ripristino volo diretto.



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



Bibliografia

www.osservatoriocaucaso.org

www.tourism.gov.ge

www.cisstat.com

www.internetworldstats.com

Contatti

ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo

Tel. +7 495 2582291

123610, Russia, Moscow

Krasnopresnenskayanab. 12 - of. 1202

moscow@enit.it

Ambasciata d'Italia a Tbilisi

ChitadzeSt. 3/A

0108 Tbilisi

Tel: + 995 32 2996418

Fax: + 995 32 2996415

embassy.tbilisi@esteri.it

