



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



VENEZUELA

Rapporto Congiunto
Ambasciate/Consolati/ENIT 2017



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

Stando agli ultimi dati disponibili pubblicati dal Banco Central de Venezuela (BCV) il PIL venezuelano alla fine del terzo trimestre 2015 ha registrato un tasso negativo del -7,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. Le attività non petrolifere hanno fatto segnare un -7,0% rispetto allo stesso periodo del 2014, mentre il settore petrolifero, strategico per lo sviluppo del Paese, si è caratterizzato per un flessione del -1,9%.

Tra i settori che hanno maggiormente registrato un segno negativo si segnalano quelli della costruzione -20,2%, finanziario e assicurativo -14,4%, commercio e servizi di riparazione -12,8%, manifatturiero -11,1%, trasporti e stoccaggio -10,7%. Tra i settori di segno positivo si segnalano quello comunicazioni (+2,2%) e quello dei servizi prodotti dal settore pubblico che hanno evidenziato un tasso di crescita dell' 1,0%.

Nel 2014 il PIL venezuelano ha evidenziato un tasso di crescita negativo pari al -3,9% mentre secondo stime del FMI nel 2015 l'economia ha avuto un ulteriore rallentamento del 5,7%.

Il tasso di disoccupazione nel mese di dicembre 2015 è stato pari al 6,0% superiore a quello registrato a dicembre 2014 (5,5%).

1.a Principali indicatori economici

(in euro o dollari)	2014	2015	2016	2017
PIL (mld USD)	446,4	492,1	576,0	702,5
PIL pro-capite (\$)	8.217	7.744	5.908	4.685
Crescita del PIL reale (var %)	-3,9	-5,7	-13,9	-8,3
Consumi privati (%)	-3,4	-7,8	-21,6	-13,3
Debito pubblico (mld USD)	271,1	438,2	1.564,4	19.765,71
Investimenti diretti stranieri	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Bilancia commerciale (mld USD)	27,2	1,7	2,9	12,3
Rating OECD sul rischio Paese	7	7	7	7

Fonti (FMI, EIU, OCDE)

1.b Principali indicatori sociali e demografici

(anno 2014)	
Popolazione (in milioni)	30,6
Lingua ufficiale	Spagnolo
Religione	Cattolica
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni:29,5 15-64 anni:65,1 over 65 anni:5,4
Età media	26,3
Tasso di crescita della pop (in %)	1,47
Rapporto maschi/femmine	50,09/49,90

Fonti (Istituto Nazionale di Statistica – INE)

2. Analisi del mercato turistico

La tipologia del turista venezuelano che si reca all'estero ha registrato un cambiamento determinato, oltre che dalla difficoltà a reperire valuta straniera sul mercato, anche dalle difficoltà congiunturali che si sono presentate nel corso di questi ultimi anni (altissima inflazione, svalutazione). Ad una fascia alta di turisti venezuelani, poco sensibile agli effetti negativi dell'economia e che da sempre ha rappresentato una buona parte dei cittadini di questo Paese diretti all'estero, si è contrapposta una fascia medio-alta e media che ha sensibilmente risentito della crisi economica e che ha visto ridursi sensibilmente la possibilità di recarsi all'estero per turismo. Dal febbraio 2003 esiste inoltre un controllo cambiario che permette l'acquisto di valuta estera solo in quantità ridotte e contingentate. Secondo gli ultimi dati pubblicati dal Ministero del Turismo (MINTUR), i turisti venezuelani che si sono recati all'estero nel 2013 sono stati 1.931.397. Sempre secondo i dati del Ministero del Turismo, le principali destinazioni prescelte sono state le seguenti: Stati Uniti (346.387 turisti, in particolare Miami, dove è presente una numerosa comunità venezuelana), Spagna (202.279 turisti), Colombia (171.983), Argentina (151.892 turisti), Panama (136.536 turisti), Perù (101.115 turisti), Italia (93.384 turisti), Ecuador (54.507 turisti). I principali motivi del viaggio all'estero sono stati per svago e turismo, visite a familiari. Per quanto riguarda il movimento turistico verso l'Italia i dati ISTAT, relativi al 2015, indicano 46.984 arrivi e 151.845 presenze di venezuelani nel nostro Paese. Le principali regioni visitate sono state il Lazio, la Lombardia e la Toscana. L'Italia si colloca tra le principali destinazioni turistiche europee scelte dai venezuelani. L'attuale situazione di crisi che sta attraversando il Paese influirà negativamente sul settore turistico.

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

Segmento socio-economico di appartenenza	Alto e medio alto
Livello culturale	Alto e medio alto
Fasce di età	Dai 25 ai 60
Propensione al viaggio	Un mese
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Svago e turismo, visite famigliari ed amici
Mezzi di trasporto preferiti (auto, pullman, aereo, treno, ecc., con relative quote %)	Aereo
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Pacchetto tutto compreso. Nei casi di turisti di origine italiana, organizzazione autonoma.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	1) Facilità dell'approccio turistico 2) Alti standard di qualità e servizi
Tipo di alloggio preferito	Grandi complessi turistici "all inclusive", case di parenti ed amici
Mesi preferiti per i viaggi	Luglio-agosto e generalmente i periodi di feste (Natale, Carnevale e Pasqua)
fonti di informazione preferite (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)	Cataloghi, inserzioni su giornali ed internet, famiglie di origine e parenti
Canali d'acquisto utilizzati (Agenzie di viaggio, Tour Operators, Internet, ecc.)	Agenzie di viaggio

2.c Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione "Italia"

Punti di forza	Punti di debolezza
- Vasta comunità di origine italiana	- L'Italia è nota soprattutto per le città d'arte e le località turistiche più rinomate. Poco noti invece gli "itinerari alternativi" che permetterebbero di ampliare il bacino di potenziali turisti. - Soppressione dei voli Alitalia (diretti)
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
- Apprezzamento dell'immagine dell'Italia in generale.	- Crisi dell'economia venezuelana - Propensione del turista venezuelano a realizzare viaggi verso l'America del Nord, Caraibi e America del sud -Concorrenza con altri Paesi europei, in

2.d Analisi della domanda organizzata

Secondo gli ultimi dati pubblicati dal Ministero del Turismo del Venezuela, ad agosto 2012 le agenzie di viaggio e turismo sono state 2.420, molte delle quali (anche di grandi dimensioni) sono di proprietà di italiani o di italo-venezuelani, mentre gli esercizi ricettivi sono risultati essere 3.482. I viaggi per il turismo verso l'estero vengono abitualmente prenotati attraverso le agenzie di viaggio, che offrono pacchetti "tutto compreso".

2.e Collegamenti aerei

L'aereo è il mezzo di trasporto quasi sempre utilizzato per i turisti che si recano all'estero. I collegamenti diretti verso l'Italia effettuati da Alitalia sono stati sospesi l'8 aprile 2015 mentre quelli Lufthansa saranno sospesi dal corrente mese. L'Italia può essere raggiunta con Iberia e Air Europa via Madrid, con Air France via Parigi e con TAP via Lisbona.

2.f Brand Italia e analisi dei competitors

Il Brand Italia è da sempre molto considerato ed associato alla moda, alla creatività, alla tecnologia ed ai settori agroalimentare e imprenditoriale. Le varie manifestazioni promosse dall'Ambasciata d'Italia a Caracas in collaborazione con il locale ufficio ICE, la Camera di Commercio venezuelano-italiana e l'Istituto italiano di Cultura sono state le occasioni per promuovere i settori di eccellenza del nostro Paese. Per quanto riguarda i principali concorrenti, si segnalano Spagna, Francia e Portogallo.

2.g Nuove tecnologie e turismo

La penetrazione di internet in Venezuela è passata, secondo i più recenti dati pubblicati dalla Commissione Nazionale per le Telecomunicazioni (CONATEL), da un 3,38% del 2000 ad un 62,48% nel 2015. Nel 2015, su una popolazione di oltre 30 milioni di abitanti, gli abbonati internet sono stati oltre 3,65 milioni, mentre gli utenti sono stati quasi 16,7 milioni. E' aumentata sensibilmente negli ultimi anni la tendenza a disporre di un palmare da utilizzare come strumento per i collegamenti ad internet e interagire nei social network. Internet viene utilizzata anche per ottenere informazioni turistiche, ma generalmente non per l'acquisto dei viaggi.

3. Le linee strategiche

Prodotti turistici tradizionali - mantenimento/consolidamento, competitività

In considerazione delle opportunità fornite dal "turismo di ritorno", sarebbe auspicabile concentrare gli sforzi in azioni di promozione in loco in modo da rafforzare la posizione italiana all'interno delle mete europee dei venezuelani.

Prodotti turistici di nicchia - Sono presenti in Venezuela numerose associazioni regionali (è soprattutto il caso di piemontesi, abruzzesi, campani e siciliani) in grado di proporre, in collaborazione con le Regioni italiane di riferimento, itinerari turistici nei settori enogastronomici e culturali, di particolare interesse per i venezuelani.

Destagionalizzazione - La propensione al viaggio del turista venezuelano è concentrata soprattutto nei mesi estivi (da metà giugno ai primi di settembre, periodo corrispondente alla chiusura delle scuole) e nei periodi delle festività pasquali, natalizie e di carnevale. Potrebbe dunque non incontrare successo la promozione di pacchetti al di fuori di detti periodi.

Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud - La promozione delle Regioni dell'Italia del Sud viene concretizzata essenzialmente attraverso le azioni della locale Camera di Commercio venezuelano-italiana e delle locali associazioni regionali, che organizzano annualmente manifestazioni volte alla promozione dei prodotti tipici delle Regioni italiane.

Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico - La varietà di eventi (cinematografici, artistici, culturali, ecc.) organizzati in collaborazione con l'Ufficio ICE a Caracas, la Camera di Commercio venezuelano-italiana e l'Istituto italiano di Cultura, hanno sicuramente contribuito a promuovere anche il settore turistico italiano.

Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane - La firma nel 2001 dell'Accordo Quadro di Cooperazione Economica costituisce il quadro normativo di riferimento per tutti gli operatori che intendono iniziare attività nel mercato venezuelano. In mancanza di un ufficio ENIT in Venezuela, le imprese italiane che intendono promuovere attività turistiche in Venezuela o in Italia possono usufruire dell'assistenza delle locali Ambasciata d'Italia, Camera di Commercio e ICE.

Bibliografia

FMI/EIU/ISTAT/MINTUR/CONATEL

Contatti

Ufficio ENIT competente, Agenzia di Buenos Aires

Ambasciata d'Italia
Edificio Atrium, PH
Calle Sorocaima – tra Avenida Tamanaco e Avenida Venezuela
El Rosal
1060 Caracas
Venezuela
e-mail: ambcaracas@esteri.it/ tel 0058 212 9527311 fax 00 58 212 9524960

Consolato Generale d'Italia



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



Quinta El Ancla

Avenida Mohedano n. 64 entre 1° e 2° transversal

La Castellana

Caracas

Venezuela

e-mail: segreteria.caracas@esteri.it/ tel. 0058 212 2121148 fax 00 58 212 2676027

ICE

Edificio Atrium, PH

Calle Sorocaima – tra Avenida Tamanaco e Avenida Venezuela

El Rosal

1060 Caracas

Venezuela

e-mail: caracas@ice.it tel. 0058 212 9520396 fax 0058 212 9514820

Camera di Commercio venezuelana italiana (CAVENIT)

Av. San Juan Bosco, Edif. Centro Altamira

Nivel Mezzanina, Local 17

1062 Caracas

Venezuela

Tel. 0058 212 2632427/2634614 fax 0058 212 2647213

e-mail: info@cavenit.com

Web: www.cavenit.com