

PERU'

Rapporto Congiunto  
Ambasciate/Consolati/ENIT 2017

---

PERU'



## 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

Il rallentamento dell'economia cinese potrebbe causare una leggera revisione al ribasso delle aspettative di crescita dell'economia peruviana, che si attestano ad oggi attorno al 3,1% per il 2015 e all'incirca al 4,8% per il quadriennio 2016-2019. Secondo le previsioni, la domanda interna registrerà una crescita più contenuta, del 2,7% in lieve flessione rispetto al 3% registrato nel 2015. Preoccupa gli analisti economico-finanziari internazionali il possibile perdurare della turbolenza del gigante asiatico, principale mercato di sbocco dell'*export* peruviano.

A parziale sostegno della crescita è attesa, nel corso del 2017, l'implementazione da parte del Governo del neo eletto Presidente Pedro Pablo Kuczynski, dei grandi progetti energetici, di infrastrutture e miniere – tra cui quelle di rame di Toromocho e Las Bambas.

Nonostante i conflitti tra le popolazioni locali e le multinazionali che controllano le miniere e i giacimenti (più di centoquaranta su tutto il territorio nazionale), il settore minerario permane un motore importante per l'economia. La politica di sviluppo sociale ha contribuito a ridurre il tasso di povertà, oggi scesa al 21,8% della popolazione.

### 1.a Principali indicatori economici

(In euro o dollari)	2014 <sup>1</sup>	2015 <sup>1</sup>	2016 <sup>2</sup>	2017 <sup>2</sup>
PIL MLD USD	202,9	192,1	196,9	210,7
PIL pro-capite USD	10.896	11.239	11.761	12.396
Crescita del PIL reale (var %)	2,4	3,2	3,9	4,5
Consumi privati (spesa % sul PIL)	4,1	3,4	4,3	4,4
Debito pubblico/PIL	20,1	23,3	26,3	28,6
Investimenti diretti stranieri MIL di EURO	65.823,14	nd	nd	nd
Bilancia commerciale MIL USD	-946	-2.838	-717	198
Rating OECD sul rischio Paese	3	3	3	3
Altro ...				

Fonti: EIU Economist Intelligence Unit

1 Valori reali

2 Previsioni

### 1.b Principali indicatori sociali e demografici

(Anno 2015)	
Popolazione (in milioni)	31,8 (previsioni per il 2017)
Lingua ufficiale	Spagnolo con minoranze quechua, aymara e altre lingue native che sono co-ufficiali nelle aree

	territoriali dove predominano.
Religione	Cattolica, con piccole minoranze protestanti
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 30%; 15-64 anni: 64%; over 65 anni: 6%
Età media	27
Tasso di crescita della popolazione (in %)	1,05 (previsioni per il 2017)
Rapporto maschi/femmine	+1,016% (maschi)

Fonti: INEI Instituto Nacional de Estadística e Informática

## 2. Analisi del mercato turistico

### 2.a Analisi del turismo outgoing

L'area geografica di maggior attrazione rimane il Sud America (principalmente Cile, Bolivia ed Ecuador), seguita dal Nord America (principalmente gli Stati Uniti) e dall'Europa.

I flussi turistici dei peruviani verso l'Italia risultano in leggera flessione probabilmente a causa del progressivo rimpatrio di molti peruviani residenti nel nostro Paese. Le mete turistiche preferite dai turisti peruviani risultano essere le città d'arte, legate a motivazioni di tipo culturale, quali Roma, Firenze, Venezia e Milano. Il flusso turistico verso Roma è legato anche a motivi di tipo religioso.

I principali punti di forza del nostro Paese a livello turistico sono la ricchezza del patrimonio culturale e naturalistico, l'immagine positiva a cui storicamente è collegata l'Italia, il "made in Italy" e l'interesse religioso.

Le principali difficoltà sono rappresentate dagli alti costi connessi ad una permanenza nel nostro Paese e, prima ancora, in Europa, oltre che dalla mancanza di collegamenti aerei diretti fra il Perù e l'Italia contrariamente ad altri Stati europei (Spagna, Francia, Olanda, Regno Unito).

L'eliminazione dell'obbligo di visto per soggiorni di breve durata (inferiore ai novanta giorni) per i peruviani che viaggiano verso i Paesi dell'area Schengen (in vigore dal 15 marzo 2016) dovrebbe portare, con buone probabilità, a un aumento dei flussi turistici anche verso il nostro Paese.

Secondo i dati di PromPeru, nel marzo di quest'anno sono arrivati in Perù 300.342 turisti internazionali, con un aumento del 9,6% rispetto allo stesso mese del 2015. Anche i numeri relativi al primo trimestre dell'anno sono confortanti: tra gennaio e marzo 2016 si è registrato, infatti, un incremento del numero di arrivi internazionali pari al 7,1% rispetto allo stesso periodo del 2015. Se gli aumenti più consistenti riguardano Stati Uniti (+10,1%), Ecuador (+20,1%) e Costa Rica (+60,8%), anche i Paesi europei, che nel complesso rappresentano il 14,5% degli arrivi internazionali in Perù, fanno registrare numeri decisamente positivi: in testa i Paesi Bassi, con un +18,6%, il Regno Unito con +12,1% e quindi l'Italia con +4,6%. Machu Picchu risulta essere al primo posto fra le 25 destinazioni più popolari del mondo. I distretti maggiormente visitati sono Lima, Cusco, Puno, Arequipa e Ica, mentre ancora poco conosciute la Sierra centrale e la Selva.

Questi dati sono qui inseriti in quanto, parallelamente alla crescita dei flussi turistici verso questo Paese, sta consolidandosi all'interno del Perù, tra gli stessi cittadini peruviani, la cultura del turismo e la predisposizione a viaggiare; il trend economico positivo, la riduzione progressiva della povertà e la contestuale crescita della classe media sono, in prospettiva, fattori in grado di stimolare flussi verso il nostro Paese.

### 2.b Composizione target

Non essendo disponibili dati di fonti ufficiali, è stato realizzato uno studio sui visti concessi per turismo da parte di questa Ambasciata nel corso del 2015, che sono stati in totale 3.312 (+ 26% rispetto al 2014).

Il 35,60% di coloro che hanno ricevuto il visto per turismo sono familiari di cittadini residenti all'interno dell'Unione Europea.

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

### 2.d Analisi della domanda organizzata

I principali Tour Operator che vendono l'Italia sono:
CARRUSEL TRAVEL
AMERICAN REPS
LIMA REPS
IBER TRAVEL
DESTINOS MUNDIALES

### 2.e Collegamenti aerei

Attualmente non esistono voli diretti tra Italia e Perù; le principali compagnie aeree che operano in questo Paese con voli diretti, da e per l'Europa, sono KLM, Air France, Iberia, British Airways, Air Europa e Lan.

### 2.f Brand Italia e analisi dei competitors

n.d.

### 2.g Nuove tecnologie e turismo

L'utilizzo di smart phone è molto diffuso sia a Lima che fuori dalla capitale.

Secondo l'Istituto Nazionale di Statistica e Informatica locale (INEI) almeno un terzo dei peruviani utilizza internet. La maggior parte dei principali luoghi di aggregazione sociale (centri commerciali, ristoranti, café, supermercati, etc.) dispone di una connessione wi-fi gratuita. Molto diffuso è l'utilizzo di siti internet per acquisti di viaggio come: [www.expedia.com.pe](http://www.expedia.com.pe); [www.despegar.com.pe](http://www.despegar.com.pe); [www.atrapalo.pe](http://www.atrapalo.pe); [www.tripadvisor.com.pe](http://www.tripadvisor.com.pe).

Lima è al 16° posto nella classifica delle città più "smart" del mondo di Traveler Magazine, la rivista specializzata nel turismo di National Geographic, grazie alla qualità dei suoi hotel e della sua enogastronomia internazionale. Negli ultimi anni hanno investito a Lima le più importanti catene alberghiere al mondo.

## 3. Le linee strategiche

Il tour delle città d'arte italiane come Roma, Venezia, Firenze, Napoli e Milano è sicuramente il prodotto più richiesto in Perù, anche in abbinamento con altre destinazioni europee. La recente esenzione dall'obbligo del visto di breve durata per i peruviani diretti nell'area Schengen ha determinato una crescita dei flussi turistici verso l'Europa. Sarebbe pertanto auspicabile la riattivazione da parte di *Alitalia* (assente in Perù da circa 20 anni) di almeno due collegamenti aerei diretti settimanali con il nostro Paese: uno con Roma e uno con Milano.

- Prodotti turistici di nicchia

La crescente fascia della popolazione che vanta maggiori redditi pro-capite può rappresentare una opportunità per il nostro settore turistico. Crociere di lusso in Italia, terme e benessere si collocano tra le nuove offerte degli operatori turistici locali.

- Destagionalizzazione

L'anno scolastico peruviano prevede le vacanze estive da Natale fino a febbraio compreso (emisfero australe). Le offerte della bassa stagione in Italia (gennaio e febbraio) potrebbero rappresentare un incentivo per visitare le nostre montagne che costituiscono un notevole polo di attrazione considerata l'organizzazione e l'eccellenza di molte località (ad esempio quelle dolomitiche), per la maggior parte sconosciute in Perù. Nonostante la presenza di massicci montuosi rilevanti nel Paese, mancano attrezzature idonee a praticare sport invernali.

- Promozione dell'Italia minore

Occorre diffondere ad un pubblico più vasto le informazioni su località turistiche italiane meno note. La presenza di numerosi agriturismo, ad un prezzo nettamente favorevole rispetto alle catene alberghiere, potrebbe favorire l'ingresso di quella fascia di turisti peruviani interessati a tornare in Italia per visitare mete meno note, ma altrettanto interessanti del nostro Paese.

- Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud

Vi è un sensibile interesse verso la Sicilia ed in generale verso l'Italia del Sud ad eccezione della Sardegna ancora poco nota. Occorre pertanto un'attività promozionale più concreta e l'intervento di esperti dell'area che possano fornire informazioni più approfondite e precise agli operatori peruviani anche illustrando le ricchezze artistiche e gastronomiche di questa parte dell'Italia.

- Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico

Accanto al turismo tradizionale, quello religioso - non solo a Roma, ma anche Assisi ( Basilica S. Francesco), Torino ( Sacra Sindone), San Giovanni Rotondo ( Padre Pio) ecc.- potrebbe incentivare il flusso turistico verso il nostro Paese essendo il Perù prevalentemente cattolico, anche attraverso canali di comunicazione informatici che in questo Paese sono molto utilizzati. La moda italiana, sempre più apprezzata, potrebbe essere una alternativa allo shopping negli Stati Uniti (prevalentemente Miami), mediante tour appositamente organizzati negli outlet italiani con un eccellente rapporto prezzo/qualità per prodotti di fascia medio-alta.

- Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane

Bisognerebbe favorire l'apertura di un'antenna Enit in Perù e/o creare delle figure professionali specifiche all'interno della struttura dell'Ambasciata o presso l'Istituto di Cultura per favorire gli operatori turistici italiani, rafforzando i rapporti con il locale Ministero del Turismo finalizzati alla realizzazione di accordi bilaterali nel settore turistico.

Sarebbe auspicabile la presenza di operatori italiani privati e pubblici alle fiere locali, come “PERU TRAVEL MART”, (si è da poco conclusa la 21ma edizione), che si svolge a Lima. Si tratta di un appuntamento strettamente professionale per tour operator, che promuove il prodotto turistico peruviano ad operatori provenienti da ogni angolo del mondo, organizzato in collaborazione con PromPerú e con la Camera Nazionale del Turismo, ente che rappresenta tutte le associazioni turistiche del Paese. Sarebbe altresì importante la partecipazione di operatori turistici peruviani alla Fiera Internazionale del Turismo di Rimini.

## **Bibliografia**

- EIU Country Data
- INEI Instituto Nacional de Estadística e Informática [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)
- ISTAT <http://www.istat.it/impreseturtrasp/>
- MININTER-Dirección General de Migraciones y Naturalización <http://www.digemin.gob.pe/>
- MINCETUR [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)

## **Contatti**

### **Ufficio ENIT competente**

Patricia Eterovic  
Lic. en Turismo  
Av. Cordoba 345 – C1054AAC  
Buenos Aires  
Telefono: +5411 43128556  
Fax: +5411 43133376  
Mail: [buenosaires@enit.it](mailto:buenosaires@enit.it)

### **Ambasciata d'Italia Lima**

Paola Orsini  
Addetta Commerciale  
Av. Giuseppe Garibaldi, 298  
Jesús María – Lima  
Tel. 0051 1 4632727 (230)  
E-mail: [commerciale.lima@esteri.it](mailto:commerciale.lima@esteri.it)