



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*

Diplomazia
economica
italiana



UZBEKISTAN

Rapporto Congiunto
Ambasciate/Consolati/ENIT2017





*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 Collegamenti aerei
- 2.e Brand Italia e analisi dei competitors
- 2.f Nuove tecnologie e turismo

3. Le linee strategiche

Bibliografia

Contatti

1. Analisi del quadro socio-economico

L'Uzbekistan è il Paese più popoloso della regione centro asiatica con oltre 30 milioni di abitanti, ricco di importanti risorse minerarie (uranio, oro, gas naturale e cotone). Sono presenti riserve sufficienti per l'esportazione di piombo, zinco, rame, tungsteno e argento. La crescita economica dell'Uzbekistan è tra le più virtuose tra i Paesi ECA con tassi abbastanza sostenuti negli ultimi anni. Nel 2014 il PIL si è attestato all'8,1% secondo queste Autorità preposte mentre secondo gli organismi internazionali al 6,3%, risentendo del ribasso dei prezzi mondiali di alcuni dei principali beni esportati dal Paese. Una stima relativa al 2015, segnala un crescita più debole (6,5% secondo le Autorità mentre stime EIU pongono la crescita ad un debole 4,5%. Secondo le previsioni locali l'inflazione è rimasta sostanzialmente stabile (10%) stime confermate anche da EIU mentre altri organi di statistica internazionali valutano un tasso di inflazione superiore in relazione al continuo e graduale deprezzamento della moneta locale continuato per tutto il 2015 ed anche nella prima parte del 2016. La crescita del Paese ha subito un forte rallentamento per una serie di concause tra le quali spicca la crisi russa -ricordiamo che l'Uzbekistan ha come primo partner "privilegiato" la Russia-, comunque continua ad essere trainata dal settore industriale e soprattutto da quello agricolo che continua a beneficiare di finanziamenti internazionali. La posizione fiscale dell'Uzbekistan continua a registrare una certa stabilità: il deficit di bilancio è stimato intorno all'1% (entrate e spese rappresenterebbero valori attorno al 22% e 21% del PIL), mentre il rapporto debito/PIL si attesterebbe sui valori dello scorso anno (8,6%). Se pur secondo l'ultimo rapporto della BM sul clima degli affari (Doing Business 2016), l'Uzbekistan migliora ancora la sua posizione passando dalla 156ma alla 146ma posizione su 189 economie censite nel 2015 e addirittura ricoprendo la 87 posizione ora nel 2016 sempre restando in coda tra i Paesi CIS. Pur di fronte ad una apparente capillare attenzione del Governo per contrastare i fattori che rendono poco appetibile il Paese dal punto di vista del clima degli affari (violazioni contrattuali, burocrazia asfissiante, ingerenza dello Stato nell'economia e nel commercio, lungaggini per il trasferimento dei profitti legate ai lunghi tempi di attesa per la conversione della moneta locale in divisa estera, espropri), il contesto economico, finanziario e burocratico in cui gli investitori stranieri si trovano ad operare è sempre più complesso e particolarmente difficile.

L'indice di democrazie (EIU 2016) pone il Paese in coda (158 posizione su 167 Paesi).

1.a Principali indicatori economici disponibili

Principali indicatori economici	2011	2012	2013	2014	2015
PIL (milioni di USD)	45,308	51,174	56,780	57,278	59,298
PIL pro-capite (USD at PPP)	4,412	4,787	5,170	5,518	5,887
Crescita del PIL reale (variazione %)	8.3	8.2	8.0	6.5	4.5
Debito pubblico	8.1	7.2	7.4	9.6	9.6
Investimenti diretti stranieri	3 mld di UD				
Bilancia commerciale (milioni)	3,367	1,561	1,082	38	-109
Rating OECD sul rischio Paese	7				

Fonti: FMI, EIU,



Altri indicatori	2011	2012	2013	2014	2015
Riserve Internazionali (m.)	15,000	16,000	17,000	18,000	19,000
Esportazioni (milioni di USD)	13,204	12,202	12,832	12,988	13,171
Importazioni (milioni di USD)	-9,837	-10,641	-11,750	-12,950	-13,280
Saldo partite correnti	2,627	1,390	1,020	475	-16
Cambio Sum/USD	1,789	1,978	2,198	2,412	2,776
Tasso di inflazione (%) fonti locali	7,3	7	6,8	6,2	6,3
Tasso di inflazione (%) Fonte EIU	14,5	12,5	12	13	10
Democracy Index (su 167-Fonte EIU)	164	161	162	154	158

Fonti: FMI, EIU,

1.c Principali indicatori sociali e demografici

Principali indicatori demografici (anno 2015)	
Popolazione (in milioni)	30,7
Lingua ufficiale	Uzbeko (russo lingua veicolare)
Religione	Islam (45%)
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni 3515-64 anni:55over 65 anni: 10
Età media	35-40
Tasso di crescita della popolazione (in %)	1,39

Fonti: FMI, EIU,

1.d Altri indicatori

Superficie	447.400 km ²
Costituzione	8 dicembre 1992
Forma di Governo	Repubblica Presidenziale
Presidente	Islam Karimov
Scadenze elettorali	Prossime elezioni presidenziali: aprile 2020 - durata del mandato: 5 anni - ultime elezioni: Aprile 2015 Prossime elezioni legislative: dicembre 2019 - durata del mandato: 5 anni - ultime elezioni: 27 dicembre 2014
Amministrazione del territorio	12 Province ed 1 Repubblica autonoma (Karakalpakstan)



2. Analisi del mercato turistico

2.a Analisi del turismo outgoing

I flussi turistici dall'Uzbekistan verso l'Italia risultano essere limitati, comunque nell'anno 2015 si è registrato un aumento dei visti turistici rilasciati del 12% rispetto all'anno 2014 (n.1.924 visti nel 2015, n.1.713 nel 2014). Si è registrato anche un aumento della domanda da parte di una ristretta cerchia di rappresentanti dell'élite politica ed economica.

I Paesi esteri preferiti dai turisti dell'Uzbekistan sono Russia, Egitto, Turchia, Malaysia, Kazakistan, Ucraina, Azerbaijan, Cina, Grecia, Francia, Israele, Emirati Arabi.

Le Regioni italiane più visitate sono: Veneto e Lazio.

2.b Composizione target

TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	13,1%
2	Famiglie con bambini	13,3%
3	Giovani/studenti	10,3%
4	Seniors	3%
5	Singles	26,1%
6	Uomini d'affari/professionisti	31,2%
7	Altro	5%
TOTALE		100%

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

TARGET 1 (specificare)	
Segmento socio-economico di appartenenza	I turisti verso l'Italia sono soprattutto imprenditori, autorità del governo e membri dell'élite politico-economica che appartengono al segmento socio-economico medio/alto.
Livello culturale	In generale è medio/alto
Fascia di età	La fascia d'età dei viaggiatori uzbeki è tra i 26 e 50 anni
Principali motivazioni di vacanza all'estero	La maggior parte dei turisti dell'Uzbekistan vanno all'estero per shopping tour (Cina, Turchia, Emirati Arabi). Gli altri motivi dei viaggi all'estero sono quelli turistici e per affari (il fattore non da sottovalutare è che l'Uzbekistan si trova al secondo posto al mondo per l'esportazione del cotone)
Mezzi di trasporto preferiti	Aereo - 70%, treno - 15 %, auto – 5%, pullman – 10%
Prodotti turistici preferiti ed emergenti	Alle prime posizioni si attestano le città d'arte ed il mare. La montagna e vacanza attiva che spesso completano l'offerta turistica non sono molto richieste perché sul territorio uzbeko si trovano monti di oltre tremila metri
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni	I fattori che influenzano le scelte sono innanzitutto i costi, a cui si aggiunge in secondo ordine la qualità dell'organizzazione dei servizi ed il tipo di collegamento aereo. La conoscenza della lingua del posto non costituisce un elemento rilevante. Maggiore importanza viene invece conferita alle condizioni generali di sicurezza
Tipo di alloggio preferito	Alberghi di 3,4 e 5 stelle, appartamenti
Mesi preferiti per i viaggi	I mesi preferiti per i viaggi sono nel periodo: marzo - settembre
Fonti di informazione privilegiate	Al momento di scegliere un Paese per la propria vacanza i potenziali turisti uzbeki ricorrono ad informazioni pubblicate su internet, cataloghi delle agenzie turistiche e alle proprie conoscenze culturali visto che la maggior parte dei viaggiatori possiede un livello culturale medio/alto
Canali d'acquisto utilizzati	Considerato l'obbligo del visto d'ingresso in Italia la maggioranza dei turisti si rivolge agli operatori turistici ed alle agenzie di viaggio per organizzare una vacanza in Italia.



2.c Analisi SWOT della destinazione Italia

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> - L'Italia offre un prodotto turistico vario e completo; - Il collegamento aereo sulle principali città italiane da parte della compagnia aeree nazionali Uzbekistan airways, Aeroflot, Alitalia, Lufthansa, AirFrance, AirBerlin. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lontananza geografica, culturale e religiosa - Prezzi alti delle strutture ricettive rispetto ad altri Paesi; - Necessità del visto; - Scarse informazioni su destinazioni turistiche in Italia sui siti degli operatori turistici uzbeki. A breve sarà disponibile il dominio: "latuaitalai.uz", in lingua russa e italiana per dare informazioni aggiornate, utili e continue.
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> - L'Uzbekistan è in continua crescita economica; - Costante crescita del potere d'acquisto individuale 	<ul style="list-style-type: none"> - Procedure di rilascio del visto d'ingresso che penalizzano fortemente i flussi turistici verso l'Italia - Mancanza del materiale promo-pubblicitario in lingua locale o russa

2.d Collegamenti aerei

L'Italia è collegata con alcune città dell'Uzbekistan (Tashkent, Samarkand, Urgenci, Bukara, Termez, Andizhan) con voli effettuati dalle compagnie aeree: Uzbekistan airways, Aeroflot, Transaero, Alitalia, Lufthansa, AirFrance, AirBerlin, Turkish airlines.

2.e Brand Italia e analisi dei competitors

L'Italia occupa una posizione di grande prestigio nella considerazione dell'opinione pubblica uzbeka. E' un paese ricco di sole, di monumenti culturali e storici. E' in continua crescita la presenza degli imprenditori italiani sul territorio e ciò permette ai cittadini di conoscere meglio il modo di vivere italiano.

Non sono disponibili i dati riguardanti i budget per la promozione turistica in Uzbekistan, stanziati dalle varie rappresentanze turistiche straniere presenti sul mercato.

2.f Nuove tecnologie e turismo

Secondo le statistiche ufficiali, il numero totale di utenti mobile in Uzbekistan ha raggiunto 24 milioni di persone; gli utenti in rete sono 12.716.575 milioni di persone, mentre il numero di utenti di Internet su supporto mobile risulta essere di circa 10.160 milioni. Ciò dimostra la popolarità dell'uso dello smartphone come mezzo per l'accesso alla rete. Secondo i dati del servizio Facebook Statistics, in Uzbekistan sono registrati 450.000 utenti di Facebook.

Circa 5 milioni di persone in Uzbekistan ogni anno utilizzano Internet per ottenere informazioni turistiche



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



3. Le linee strategiche

- Campagna di promozione delle destinazioni turistiche italiane;
- Snellimento delle procedure per l'ottenimento del visto turistico attraverso l'accredito dei T.O. dell'Uzbekistan presso la Cancelleria Consolare dell'Ambasciata d'Italia e la loro responsabilizzazione circa la completezza e regolarità della documentazione presentata;
- Supporto informativo agli operatori turistici locali;
- Sviluppo di nuovi prodotti turistici di nicchia (Terme e benessere, Montagna, Arte, Congressi e incentive, Laghi, Enogastronomia e Agriturismo);
- Incremento delle attività di comunicazione dell'ENIT.

Bibliografia

www.stat.uz
wego.com.ru
www.mitc.uz
www.internetworldstats.com
www.internetworldstats.com

Contatti

ENIT Mosca,
Russia, Mosca,
123610, Krasnopresnenskaya nab., 12, uf. 1202
+74952582291
moscow@enit.it

Ambasciata d'Italia in Tashkent
40, Yusuf Khos Khodjib
1000031, Tashkent
Uzbekistan
Tel.: +99871 2521119, 2521121
Fax: +99871 1206606
E-mail: segreteria.tashkent@esteri.it; commerciale.tashkent@esteri.it;