

BOLIVIA

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

Dal 2006, la Bolivia ha ottenuto risultati particolarmente positivi, grazie anche alla stabilità politica, alle nazionalizzazioni e alla dinamica dei prezzi delle materie prime: crescita media del PIL al 5,1% (rispetto al 3,2%), incremento degli investimenti pubblici al 795% (rispetto al 15%), aumento delle riserve statali del 782% (rispetto al 61%), incremento del 303% delle entrate fiscali (rispetto al 182%), riduzione della povertà al 18,8% (rispetto al 45,2%), incremento del salario minimo del 227%, accesso all'istruzione primaria al 99,82%, tasso di disoccupazione del 3,2%, il più basso della regione (era al 12,1% nel 2005). È stato approvato il Piano Economico e Sociale di Sviluppo che prevede finanziamenti per 48,57 miliardi di dollari in cinque anni: i settori prioritari sono idrocarburi (12,6 Mld), infrastrutture (11,6 Mld), energia (5,8 Mld) e agricoltura (5,6 Mld). Benché limitato, l'interscambio commerciale è favorevole per l'Italia: nel 2014 il volume di scambi bilaterali ha raggiunto 153 milioni di euro (-5,3% rispetto al 2013), con un surplus di 47 milioni di euro in favore dell'Italia (-17,1% rispetto al 2013). Fra le imprese interessate al Paese, figurano Agusta, Alenia-Aermacchi, ANAS, Coopprogetti, Geodata, Italtel, Maire-Tecnimont, Salini-Impregilo, Selex, Telecom, Tecnobuilding e Trevi. In Bolivia è attiva l'unica Sede Estera dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo del Sud America: dal 1986 sono stati realizzati 173 programmi per 269,6 milioni di euro. Attualmente sono 36 programmi di cooperazione per un totale di 90,48 milioni di euro, nei settori salute, emergenza, ambiente, acqua, infanzia, sicurezza alimentare e turismo. Al 15 marzo 2016 sono residenti 3.887 connazionali, la maggior parte residenti a Santa Cruz de la Sierra (48,06%).

1.a Principali indicatori economici

(In euro o dollari)	2014	2015	2016	2017
PIL	33,9	37,3	40,8	
PIL pro-capite	5,602	5,889	6,194	6,520
Crescita del PIL reale (var %)	5,6	5,5	4,1	4,0
Consumi privati	6,1	4,5	4,3	4,4
Debito pubblico (% del PIL)	17,3	19,1		
Investimenti diretti stranieri (milioni)	648	703 (1° sem)		
Bilancia commerciale	5,9	-1,5		
Rating OECD sul rischio Paese	6	6		
Struttura del debito pubblico (milioni)		1,4		

Fonti: Banco Central de Bolivia, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas della Bolivia, OECD, The Economist Intelligence Unit Forecast e Ministero dello Sviluppo Economico

1.b Principali indicatori sociali e demografici

(Anno 2015)	
Popolazione	10.598.000 abitanti
Lingua ufficiale	Spagnolo; aymara; quechua
Religione	Cattolica 95%. Minoranze protestanti e animiste 5%
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 35,92% 15-64 anni: 59,61% over 65 anni: 4,57%
Età media	65,5 anni
Tasso di crescita della popolazione (in %)	1,5
Rapporto maschi/femmine	100,3

Fonti: INE e ONU

2. Analisi del mercato turistico

2.a Analisi del turismo outgoing

- flussi turistici all'estero e principali destinazioni

Secondo gli ultimi dati disponibili della Direzione Generale di Migrazione relativi al 2015, i boliviani che sono stati all'estero (partenze) sono 987.807; dal 1994 (data della prima rilevazione) si registra un costante trend in aumento: il numero di turisti è raddoppiato in 15 anni. Non si tratta però soltanto di turisti ma soprattutto di emigranti o cittadini boliviani residenti all'estero che tornano in Patria per un periodo di vacanza.

Nel 2015 le principali destinazioni sono state: Stati Uniti (27,22%), Cile (23,91%), Spagna (11,20%), Repubblica Dominicana (4,24%) e Argentina (2,41%).

- flussi turistici e spesa turistica verso l'Italia¹, principali destinazioni turistiche italiane

Nel 2015 sono stati 838 boliviani che hanno richiesto l'emissione del passaporto indicando come destino l'Italia.

Tra le principali agenzie di viaggi della capitale, le preferenze dei boliviani si dirigono verso le città d'arte: Roma, Venezia, Milano, Firenze, ma anche verso Bergamo, che è la città ove risiede la maggior comunità boliviana in Italia (oltre 25.000 persone).

- posizionamento dell'Italia rispetto ai principali competitors

L'Italia è il secondo Paese europeo, dopo la Spagna, dove emigrano i boliviani. La maggior parte delle proposte di turismo verso l'Europa hanno come destinazione la Spagna, l'Italia, la Germania e la Francia.

- prospettive future relative all'outgoing

Soltanto una piccola parte della popolazione boliviana ha un reddito sufficiente per affrontare gli alti costi di trasporto e soggiorno in Europa. La maggior parte dei visitatori è composta invece da persone che sono ospitate da amici e familiari residenti in Italia e possibilmente visitano l'Italia anche per cercare eventuali possibilità d'impiego. Per il

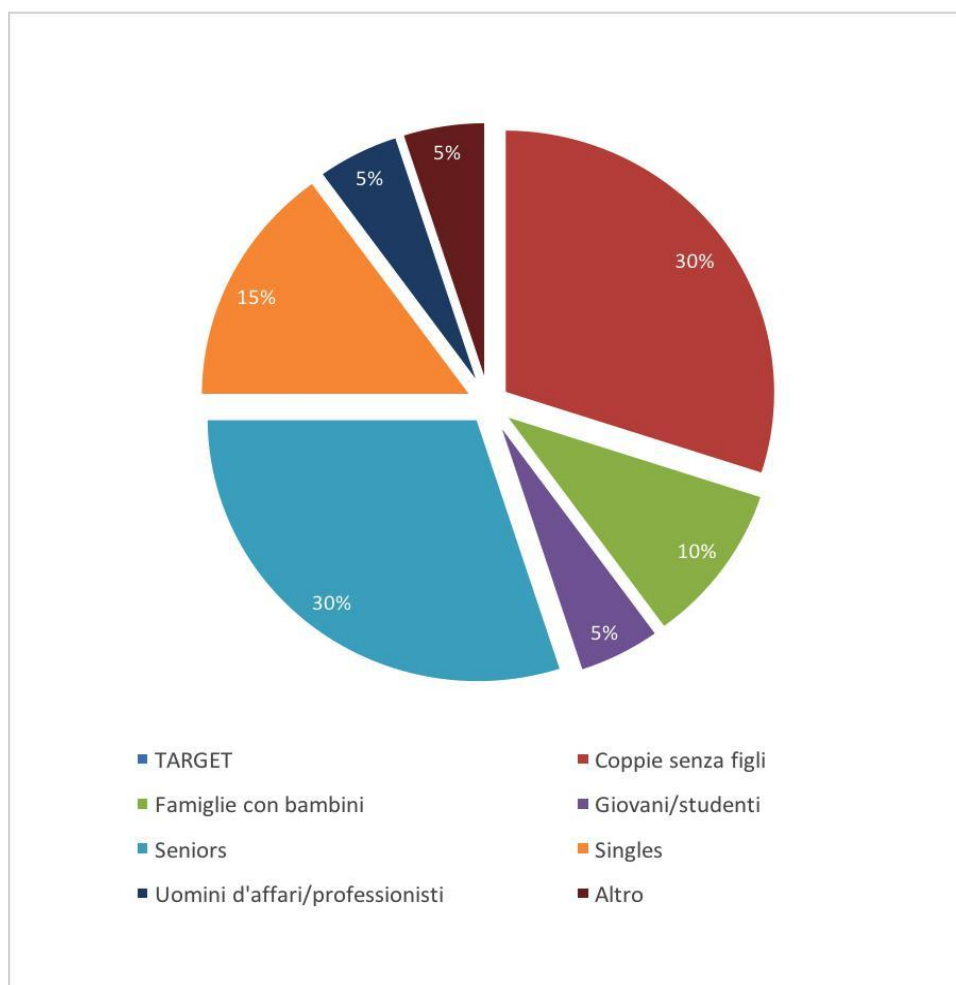


collegamento aereo tra la Bolivia e l'Italia, per il sono necessari almeno due scali, ed il biglietto non costa meno di 1.600 dollari USA.

La partecipazione delle società e degli imprenditori boliviani all'Expo Milano nel 2015 ha fatto crescere l'interesse verso l'Italia, soprattutto per le possibilità legate alle esportazioni di materie prime. Durante l'Expo, 75 imprese boliviane hanno esposto i loro prodotti.

2.b Composizione target

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



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

Segmento socio-economico di Appartenenza	Il livello socio-economico dei boliviani che si recano in Italia per "puro turismo" è alto (professionisti, imprenditori) dato il costo del viaggio, l'assenza di voli diretti, il costo medio del biglietto non inferiore a 1.600 dollari USA nonché quello del soggiorno nel nostro Paese.
Livello culturale	Generalmente le persone con alti redditi hanno compiuto studi di livello superiore, anche universitario, spesso anche all'estero (Stati Uniti, Cile e Argentina).
Fascia di età	Non ci sono dati ufficiali, però generalmente chi viaggia per turismo è "over 30".
Propensione al viaggio	Secondo i dati forniti dalla Direzione Generale Migrazione, 838 boliviani si sono recati in Italia nel 2015; fra questi, quelli che hanno viaggiato per turismo potrebbero essere poche centinaia. La maggior parte dei turisti (stimabile intorno al 80%) giunge in Italia con viaggi "fai-da-te".
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Visita a familiari, città d'arte, sole e mare, congressi-seminari.
Mezzi di trasporto preferiti (auto, pullman, aereo, treno, ecc., con relative quote %)	L'unico mezzo di trasporto per arrivare in Italia è l'aereo (almeno due scali e 24 ore di viaggio).
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Città d'arte, gastronomia, sole e mare, montagne.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	In ordine di preferenza sono: il costo del viaggio, la conoscenza della lingua del Paese di destinazione e l'efficienza dei servizi.
Tipo di alloggio preferito	Residenza di amici o parenti; alberghi.
Mesi preferiti per i viaggi	I mesi di gennaio, giugno, luglio, agosto e dicembre.
Fonti di informazione privilegiate (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)	Internet, cataloghi, materiale promozionale, programmi TV specializzati.
Canali d'acquisto utilizzati (Agenzie di viaggio, Tour Operators, Internet, ecc.)	Agenzie di viaggi ed Internet

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

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> - Interesse culturale per l'Italia (prestigio del Made in Italy, per quanto concerne in particolare la moda e la gastronomia) - Interesse dei giovani boliviani per l'apprendimento della lingua italiana 	<ul style="list-style-type: none"> - La situazione economica e sociale del Paese - Il visto Schengen - L'assenza di un ufficio ENIT in Bolivia - Il costo del biglietto aereo e del soggiorno
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> - Interesse per la cultura italiana, per i nostri prodotti ed eventi fieristici 	<ul style="list-style-type: none"> - Immigrazione illegale - Traffici illeciti

2.d Analisi della domanda organizzata

In Bolivia ci sono soltanto quattro tour operator per turismo ricettivo. Non vi sono dati disponibili.

2.e Collegamenti aerei

Il 100% dei boliviani che visitano l'Italia devono utilizzare il volo aereo anche perché è l'unica via per giungere in Europa. Le principali compagnie aeree che operano in Bolivia sono: Air Europa, Boliviana de Aviación (BOA), che prevedono un collegamento diretto Santa Cruz-Madrid; partendo da La Paz può essere conveniente anche un'altra rotta, via Lima con le compagnie aeree Air France, LAN, Iberia e KLM. È poi possibile utilizzare Alitalia, giungendo negli scali di San Paolo o Buenos Aires, con connessione locale assicurata da BOA.

2.f Brand Italia e analisi dei competitors

L'Italia è sufficientemente ben conosciuta nell'immaginario collettivo e relativamente presente nei media boliviani per quanto riguarda certi ambiti (arte, cultura, moda, calcio, ecc.).

Non esistono investimenti dei principali concorrenti (se non dei Paesi confinanti) in ragione dello scarso potenziale esistente e dovuto principalmente al basso livello di reddito medi e agli alti costi di soggiorno al di fuori di un contesto regionale.

2.g Nuove tecnologie e turismo

Grazie ad Internet, la diffusione delle offerte per il turista boliviano che vuole recarsi in Italia sono raddoppiate; i social network come Facebook, TripAdvisor e anche Twitter forniscono informazioni sull'esperienza dei viaggiatori per fare viaggi "fai-da-te", senza sostenere il costo d'intermediazione.

3. Le linee strategiche

Obiettivi e azioni da perseguire ai fini dell'incremento dei flussi turistici verso l'Italia con riferimento a:

PRODOTTI	E AREE DI INTERVENTO	STRATEGIA E STRUMENTI
Prodotti turistici tradizionali - mantenimento/consolidamento competitività		Senza adeguati finanziamenti e strutture risulta difficile incrementare l'attuale situazioni relativamente al flusso dei turisti che si recano in Italia.
Prodotti turistici di nicchia		Moda e prodotti gastronomici
Destagionalizzazione		
Promozione dell'Italia minore		
Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud		
Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico		
Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane		L'assistenza alle imprese è una delle priorità dell'attività istituzionale dell'Ambasciata, con ottimi risultati in termini di commesse aggiudicate.

Bibliografia

Country Report: Bolivia 2016. Economist Intelligence Unit. www.eiu.com
 Boletín Electrónico Bisemanal N° 480. 2016. IBCE. www.ibce.bo
 Reporte de Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional del Estado Plurinacional de Bolivia. 2015. Banco Central de Bolivia.
 Reporte de la Deuda Pública. 2016. Banco Central de Bolivia.
 Memoria Institucional 2012-2105. Dirección General de Migración. Boletín Informativo Especial. Turismo Emisor. Instituto Nacional de Estadística. INE
 Immigrazione-dossier Statistico 2008 XVIII rapporto. CARITAS.

Contatti

Ufficio ENIT competente
 Av. Paulista, 1971 – 3° andar – CEP01311-300
 Cerqueira César - Sao Paulo – SP
 Tel.: 0055 11 21487261/ 21487275/
 21487282
 Fax: 0055 11 21487269
 E-mail: saopaulo@enit.it

Ambasciata d'Italia in Bolivia
 Calle 5 (Jordan Cuellar) n. 458
 Obrajes. La Paz (Bolivia)
 Tel.: 00591 2 2788506
 Fax: 00591 2 2788178
www.amblapaz.esteri.it