

PAESE:

CROAZIA



I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

I.A. Quadro degli indici economici, demografici, e sociali

Popolazione:	4,44 milioni
Densità popolazione:	79 abitanti per km ²
Popolazione attiva:	1.759.000
Superficie:	56.542 km ²
Capitale:	Zagabria (<i>Zagreb</i>) 879.145 abitanti
Principali Città:	Spalato (<i>Split</i>) 205.694 abitanti
	Fiume (<i>Rijeka</i>) 154.043 abitanti
	Osijek 114.616 abitanti
	Zara (<i>Zadar</i>) 82.718 abitanti
Lingua ufficiale:	croato
Religione (ultimo censimento):	Cattolici 87,9%, Ortodossi 4,4%, Musulmani 1,3%
Moneta:	Kuna croata (HRK)
PIL pro capite:	2008: 10.682 €
Crescita PIL:	2008: 2,4%
Disoccupazione:	2008: 13,7%
Inflazione:	2008: 6,1%
Orario di lavoro:	in media 40 ore settimanali
Congedo annuale:	minimo 18 giorni

Salario medio nel 2008:
netto ca. 5.178 kune (ca. 720 €)

lordo ca. 7.544 kune (ca. 1.050 €)

La crisi internazionale iniziata nel 2008 ha comportato una brusca interruzione della fase espansiva dell'economia croata, che si era protratta per un decennio.

Dopo aver raggiunto lo zenit del 5,5% nel 2007, la crescita del PIL ha fortemente rallentato nel 2008, a causa dell'ultimo quadrimestre negativo, attestandosi al 2,4% su base annua.

Il calo iniziato alla fine del 2008 si è intensificato nei primi sei mesi del 2009: la domanda interna e le esportazioni si sono notevolmente contratte, quale conseguenza di un netto calo degli investimenti dall'estero e dell'aggravarsi della recessione nei principali partner commerciali.

Le stime del 2009 della Banca Nazionale Croata indicano dunque un calo del PIL del -5,5%, con previsioni di una sua leggera ripresa nel 2010 (+0,5%). Si tratta della prima recessione per la Croazia dal 1999.

Nel primo semestre del 2009 il PIL è diminuito del 6,5% rispetto al primo semestre del 2008. Praticamente tutti i settori hanno registrato trend negativi, sia nel comparto produttivo sia nel settore commerciale. È da evidenziare, in particolare, il calo delle attività nell'edilizia, settore che nel 2008 era stato tra i più propulsivi. Il trend di crescita si è mantenuto soltanto nei settori dell'intermediazione finanziaria e dell'intermediazione immobiliare.

Diversi indicatori mostrano come la tendenza recessiva, anche se non ancora arrestatasi, abbia cominciato a rallentare nel corso dei mesi estivi, lasciando supporre che entro la fine dell'anno l'economia possa invertire la rotta e riprendere un andamento positivo. La produzione industriale nel terzo trimestre ha infatti registrato un calo del 9%, più contenuto rispetto a quello dei primi 6 mesi (-13,7%). Analogamente, il decremento del giro d'affari del commercio al dettaglio (-14%) è nel terzo trimestre inferiore al crollo del primo semestre.

La recessione ha messo in evidenza alcune debolezze strutturali dell'economia croata, non dissimili da quelle di altri Paesi della regione.

In primo luogo, le alte percentuali di crescita degli anni scorsi sono state in larga parte determinate da una "bolla" creditizia, alla lunga insostenibile, che ha fatto aumentare la percentuale di debito verso l'estero nell'ultimo quinquennio, fino a raggiungere livelli di guardia.

Inoltre, il Paese soffre da anni un costante saldo negativo della bilancia commerciale, con la conseguente pressione sulle riserve valutarie della Banca Nazionale.

I dati dei primi mesi del 2009 relativi agli scambi commerciali con l'estero, diffusi dall'Istituto Statale di Statistica Croato, mostrano un parziale bilanciamento del saldo negativo della bilancia commerciale. Il calo delle importazioni (-37% nel periodo gennaio-agosto) è stato infatti superiore a quello delle esportazioni (-32,3% nello stesso periodo), determinando una riduzione del deficit della bilancia commerciale di 6,9 miliardi di euro, -40,9% rispetto al 2008.

Il **debito estero** è continuato a crescere, nonostante gli sforzi di consolidamento delle autorità monetarie. Nel dicembre 2008 esso ha superato i 39 miliardi di €; nel corso dei primi quattro mesi del 2009 il debito è aumentato di 434 milioni €, importo che è comunque alquanto inferiore rispetto a quello dello stesso periodo dell'anno scorso (1,7 miliardi di Euro).

In tale quadro, la Banca Centrale aveva opportunamente avviato, sin dal 2007, una **politica monetaria** restrittiva che ha consentito da un lato di affrontare la crisi internazionale con un sistema finanziario solido e, dall'altro, di mantenere stabile il tasso di cambio della kuna nei confronti dell'euro. Tale ultima condizione è essenziale per la stabilità del Paese, dal momento che l'indebitamento delle famiglie è quasi totalmente in valuta estera.

Il Governo è stato per parte sua costretto ad adottare una **politica fiscale** volta al contenimento della spesa pubblica.

Sono state infatti varate tre manovre finanziarie correttive e dal mese di agosto 2009 è stata introdotta una tassa anti-crisi sui redditi, così come l'aumento dell'IVA dal 22% al 23%. La spesa pubblica è stata dunque ridotta di quasi 7 miliardi di kune (circa 960 milioni di euro), pari al 2,1% del PIL. Contemporaneamente, l'aumento della pressione fiscale ha garantito un incremento delle entrate di 1,4 miliardi di kune (circa 192 milioni di euro), pari allo 0,4% del PIL. In tal modo è stato possibile mantenere il deficit 2009 entro il 3% del PIL.

Anche il documento di programmazione finanziaria 2010-2012 è fondato sulla necessità di contenimento della spesa pubblica, che nel prossimo triennio dovrebbe essere ridotta di altri 4,2 miliardi di kune (circa 575 milioni di euro) in modo da dimezzare il deficit (dal 2,9% all'1,4%).

II. Analisi del mercato turistico

II.A. Analisi del turismo outgoing

1. Flussi turistici e principali destinazioni

In base ai dati pubblicati dall'Eurostat, nel 2008 il flusso turistico dalla Croazia verso l'estero ha registrato 2.176.031 partenze e 13.410.616 presenze. Rispetto all'anno 2007, si registrano le seguenti variazioni:

Estero	2007	2008	Variazioni 07/08
TOTALE viaggi	2.218.844	2.176.031	- 1,93%
Vacanze	1.696.923	1.798.148	+ 5,97%
Affari	521.921	377.883	- 27,60%

FONTE: Eurostat

Per quanto riguarda l'Italia, nell'anno 2008, l'Eurostat ha reso noto che gli arrivi dalla Croazia sono stati 361.340 con 2.775.003 pernottamenti. Rispetto all'anno 2007, si evidenziano le seguenti Variazioni:

Viaggi in ITALIA	2007	2008	Variazioni 07/08
TOTALE	385.111	361.340	- 6,71%
Vacanze	259.050	317.668	+ 22,63%
Affari	126.061	43.672	- 65,36%

FONTE: Eurostat

L'ISTAT nel 2007 ha ufficialmente registrato 185.903 arrivi dalla Croazia (+14,01%) con 677.213 pernottamenti (+14,71%).¹

Viaggi in ITALIA	2006	2007	Variazioni 06/07
Arrivi	163.055	185.903	+ 14,01%
Presenze	590.363	677.213	+ 14,71%

FONTI: ISTAT

2. Posizionamento dell'Italia rispetto ai principali concorrenti

Tra le destinazioni preferite dai turisti croati, l'Italia risulta al secondo posto con una quota del 14,6% sui viaggi per vacanze all'estero.

Viaggi per vacanze Anno 2008

Paesi esteri preferiti dai croati	N° viaggi	Percentuale
Totale	2.176.031	100,00%
Austria	333.039	15,30%
ITALIA	317.668	14,60%
Slovenia	304.432	13,99%
Germania	303.244	13,94%
Svizzera	118.226	5,42%

FONTI: Eurostat

Per i viaggi d'affari all'estero l'Italia si posiziona al quarto posto, occupando una quota di mercato pari all'11,56%.

¹ La differenza tra i dati ISTAT ed Eurostat è dovuta a sistemi di rilevazione diversi: il primo attraverso le dichiarazioni dei flussi delle strutture ricettive italiane, mentre il secondo su indagine campionaria comunicata dai paesi interessati. Relativamente al movimento turistico dei croati verso l'estero e verso l'Italia, si registra, quindi, un consistente aumento dei viaggi per vacanze e una forte diminuzione dei viaggi d'affari.

Viaggi per affari Anno 2008

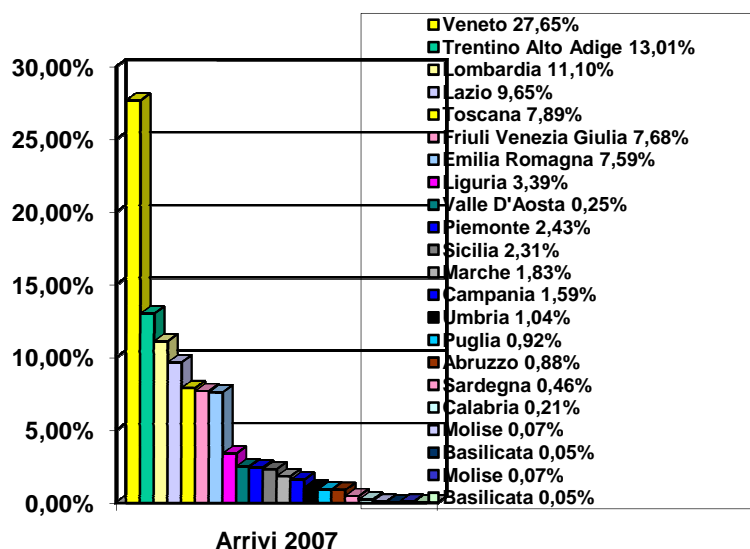
Paesi esteri preferiti dai croati	N° viaggi	Percentuale
Totale	377.883	100,00%
Austria	69.793	18,47%
Slovenia	69.450	18,38%
Germania	65.929	17,45%
ITALIA	43.672	11,56%
Ungheria	41.944	11,10%

FONTE: Eurostat

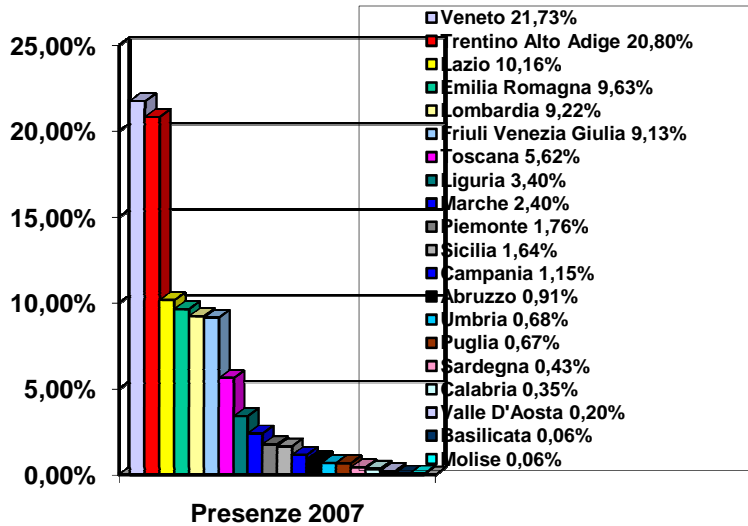
3. Principali destinazioni turistiche in Italia

I flussi turistici croati si dirigono principalmente verso le regioni del nord e del centro Italia, privilegiando nell'ordine: Veneto, Trentino Alto Adige, Lombardia, Lazio, Toscana, Friuli Venezia Giulia ed Emilia- Romagna.

Distribuzione degli arrivi nelle regioni d'Italia (Fonte: ISTAT)



Distribuzione delle presenze nelle regioni d'Italia (Fonte: ISTAT)



4. Prospettive per il breve e medio periodo

La Croazia già nel 2008 ha cominciato a risentire della crisi economica mondiale. Ciononostante, per quanto riguarda il settore del turismo, nel 2008 non sono stati registrati cali rilevanti: i viaggi per vacanze sono aumentati; quelli d'affari diminuiti.

Le principali motivazioni di viaggio del turista croato in Italia sono costituite dalla cultura, con le visite alle città d'arte del Nord Italia e a Roma, e dalla possibilità di praticare gli sport invernali, con vacanze concentrate nelle località sciistiche più vicine e raggiungibili in macchina.

II.B. Analisi della domanda

1. Segmento socio-economico di appartenenza

Ceto basso	5%
Ceto medio	20%
Ceto alto	75%

2. Livello culturale

Nella popolazione sopra i 15 anni, il livello culturale è così suddiviso:

Scuola dell'obbligo	37,51%
Scuola media superiore	47,06%
Scuole professionali, non universitarie	4,08%
Università, Master e Dottorati	7,82%
Analfabeti	2,86%

Non classificabile 0,67%

3. Fasce di età

0 - 14 anni	15,5%
15 - 64 anni	67,5%
Over 65 anni	17%

4. Propensione al viaggio

Nel 2008 si è verificato un aumento del 5,97% dei viaggi per vacanze che conferma l'interesse dei croati per i viaggi all'estero. In modo particolare l'Italia, quale paese limitrofo, occupa una posizione privilegiata rispetto ad altri paesi della concorrenza.

Anche per quanto riguarda i viaggi d'affari, nonostante la forte diminuzione registrata nel 2008 (-27,60%), se ne prevede un graduale e consistente sviluppo, in relazione alle varie fasi della ripresa economica mondiale.

5. Principali motivazioni di vacanza all'estero

- cultura, città d'arte, shopping
- vacanze attive (montagna + sport)
- visite ad amici e parenti
- relax: spiaggia, località balneari e lacustri
- wellness/spa
- eventi, festival e manifestazioni varie
- altre motivazioni

6. Prodotti turistici preferiti

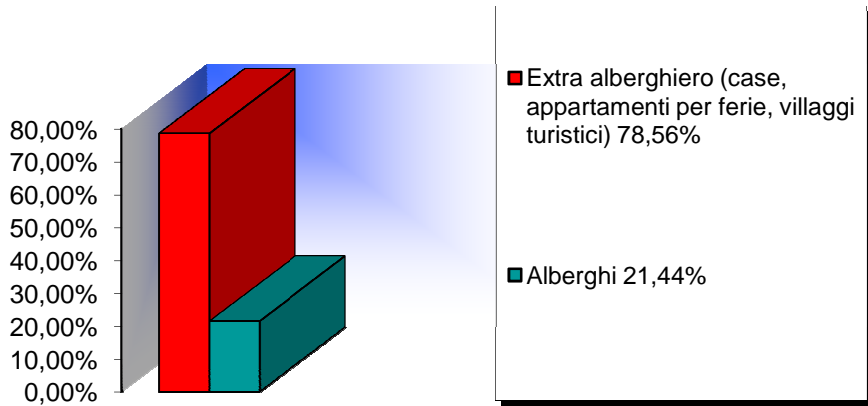
- turismo culturale (città d'arte);
- sport invernali
- turismo balneare (località marittime e lacustri);
- località termali
- turismo d'affari
- turismo religioso

7. Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni

nell'ordine:

1° posto	prezzo conveniente del pacchetto turistico
2° posto	motivazione (cultura/arte/mare/montagna)
3° posto	mezzo di trasporto diretto
4° posto	paese di destinazione

8. Tipo di alloggio preferito



FONTE: Eurostat

9. Mesi preferiti per i viaggi

In base ai dati Istat del 2007, è possibile stabilire quali sono i mesi preferiti dai croati per i viaggi in Italia. Di seguito, la ripartizione percentuale mensile:

Gennaio	14,70%
Febbraio	5,20%
Marzo	7,49%
Aprile	11,37%
Maggio	8,41%
Giugno	8,43%
Luglio	6,56%
Agosto	5,94%
Settembre	8,21%
Ottobre	10,65%
Novembre	6,22%
Dicembre	6,82%

10. Fonti d'informazione preferite

Siti internet degli operatori pubblici e privati nazionali ed internazionali, opuscoli degli enti turistici ufficiali e stampa croata (quotidiani e riviste).

11. Canali utilizzati

Operatori turistici ed agenzie di viaggio croati, internet, contatti diretti con le strutture ricettive.

II.C. Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione “Italia”

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Offerta culturale • Turismo montano • Turismo balneare • Stile di vita • Enogastronomia • Shopping 	<ul style="list-style-type: none"> • Basso rapporto prezzo/qualità • Piccola criminalità • Forte carenza di collegamenti aerei diretti, charter e low cost per l'Italia • Scioperi • Scarsità di pacchetti all inclusive • Insufficienza di offerte turistiche online
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> • Festival • Avvenimenti culturali e folcloristici • Partecipazione ad eventi e feste popolari • Azioni di co-marketing con i tour operator 	<ul style="list-style-type: none"> • Lancio quotidiano di offerte promozionali della concorrenza.

III. Obiettivi

1. Prodotti turistici tradizionali – mantenimento / consolidamento competitività:
Occorrerà incentivare maggiormente gli operatori turistici croati per dare agli stessi la possibilità di creare prodotti turistici *all inclusive*, utilizzando le risorse primarie dell'Italia turistica, quali le strutture ricettive, le bellezze paesaggistiche, artistiche e culturali, l'enogastronomia.
2. Prodotti turistici di nicchia: alberghi diffusi per le famiglie; il golf, la nautica, il rafting e il kitesurfing per le vacanze attive; parchi nazionali, trekking e ecoturismo per gli amanti della natura; itinerari enogastronomici abbinati a corsi d'insegnamento dell'italiano per gli amanti della cucina e della lingua italiana.
3. Destagionalizzazione: promozione verso gli over 55 e verso i giovani (gite scolastiche e scambi culturali tra studenti). Per le famiglie con figli senza obblighi scolastici, offerte specifiche quali i borghi d'Italia, grandi eventi musicali, programmi culturali ed iniziative *ad hoc* delle stazioni balneari e lacuali.
4. Promozione dell'Italia minore: lancio di prodotti di alta qualità (residenze storiche, vacanze di lusso, congressuale e shopping).
5. Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud: la conoscenza del turista croato è limitata ai territori del nord-est dell'Italia, in quanto più vicini e più facilmente raggiungibili. Negli

ultimi anni però, è cresciuto l' interesse verso le Regioni meridionali, ostacolato in parte dall'assenza di voli diretti. Tuttavia, per adempiere, almeno in termini di comunicazione, al desiderio di ottenere notizie sull'offerta turistica del Sud d'Italia, bisogna realizzare educational tour per operatori, uffici viaggi e mass-media croati. L'imprenditoria turistica pubblica e privata dell'Italia meridionale, oltre ad adoperarsi per creare i collegamenti aerei necessari, deve aderire maggiormente alle tecnologie informatiche, occupando spazi online con concrete e significative proposte di viaggi, di immagine e di commercializzazione sulle potenzialità dei turismi territoriali.

6. Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico: i bacini più importanti sono rappresentati dalla capitale Zagabria con 879.145 abitanti e dalla città di Spalato con 205.694 residenti.
7. Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane: ricerche di mercato, mailing liste di operatori e giornalisti croati, proposte operative per la formulazione di progetti promozionali ed assistenza in caso di intervento sul territorio croato.

Bibliografia

- ISTAT <http://www.istat.it/>
- ICE <http://www.ice.it/>
- EUROSTAT <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>
- ISTITUTO DI STATISTICA CROATO <http://www.dzs.hr/>
- CIA - THE WORLD FACTBOOK <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>