

PAESE:

SLOVACCHIA

I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

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

SUPERFICIE	49.039 kmq (1/6 dell'Italia)
DENSITÀ	109,9 per kmq
N. ABITANTI	5.412.254
STRUTTURA DEMOGRAFICA:	0-14 anni: 15,3%; 15-64 anni: 72,2%; oltre 65 anni: 12%
SVILUPPO DEMOGRAFICO:	0,09%
CITTÀ PRINCIPALI	Bratislava - Kosice - Zilina - Banska Bystrica
ABITANTI PER REGIONI (al 31.12.2008)	Bratislava: 616.578
	Trnava: 559.934
	Trencin: 599.859
	Nitra: 706.375
	Zilina: 696.347
	Banska Bystrica: 653.697
	Presov: 803.955
Kosice: 775.509	

DATA DI COSTITUZIONE	1 gennaio 1993
MEMBRO DELL'UE	1 maggio 2004
SEDE DI GOVERNO	Bratislava (Capitale)
MONETA	Euro (dal 1 gennaio 2009)
LINGUA UFFICIALE	slovacco
RELIGIONE	Cattolici (68,9%), Atei (13,7%) Protestanti (6,9%), Ortodossi (4,1%), Altre (6,4%)
PIL	Anno 2008: 2028.4 mld. di Corone (67,3 mld. di Euro) I sem 2009: 30,3 mld. di Euro
FORMAZIONE DEL PIL	agricoltura 3,7%; industria 37,2%; servizi 59%
TASSO DI INFLAZIONE	4,6%(2008); 1,8%(I sem. 2009)
TASSO DI DISOCCUPAZIONE	9,6%(2008); 10,9%(I sem. 2009)
RETE FERROVIARIA	3.626 km
RETE STRADALE	17.888 km (collegamenti stradali principali)

Fonte: Ufficio Statistico slovacco; Banca Centrale Slovacca; Ministero dei Trasporti Slovacco, CIA

I.B. Previsioni a breve termine

Le più recenti previsioni economiche della Banca Centrale Slovacca (NBS) confermano che l'arretramento del PIL per il 2009 si attesterà al -5,6%. Oltre all'incidenza della domanda estera sulla produzione industriale e sull'interscambio mercantile, la NBS evidenzia a fine 2009 una contrazione degli investimenti delle imprese, determinati dalla crisi e dalla diminuzione dei profitti. I riflessi negativi della crisi economica, che hanno determinato un aumento della disoccupazione, determineranno inoltre, alla fine del corrente anno una forte contrazione della capacità di risparmio e dei consumi finali delle famiglie rispetto ai valori registrati nel 2008. L'andamento negativo dei suddetti indicatori tenderà ad attenuarsi nel 2010, per poi tornare ad un livello di crescita superiore al 3% nel 2011.

Per il prossimo biennio, la Banca Centrale Slovacca stima attualmente una crescita del PIL rispettivamente del 2,9 e 4,2% e ritiene che le esportazioni potrebbero alimentare in buona parte la ripresa economica. In relazione all'inflazione, la NBS sostiene inoltre che la prevista crescita si rifletterà in un progressivo aumento dei prezzi al consumo. Le attuali previsioni sull'andamento dell'inflazione secondo l'indice armonizzato dei prezzi al consumo (IAPC) pari all'1,8% nel 2010 e 2,4% nel 2011, potrebbero inoltre essere influenzate già dall'inizio del prossimo anno dall'andamento del prezzo dei principali prodotti energetici e da una possibile tendenza al rialzo determinata da una eventuale ripresa economica più rapida del previsto.

In relazione al mercato del lavoro, l'Istituto Statistico ha rilevato che nel primo semestre 2009 il tasso di disoccupazione ha raggiunto il 10,9% registrando un aumento su base annua dello 0,6%. Nel periodo di riferimento il salario medio nominale è ammontato a 721,40 Euro ed ha registrato un aumento del 3,7% su base annua. A fine giugno 2009 l'inflazione (IAPC) ha registrato un aumento su base annua dello 0,7%.

Per il 2009, la NBS prevede un tasso di disoccupazione dell'11,2% (9,6% nel 2008). Per il prossimo biennio detto tasso dovrebbe raggiungere l'11,9% in quanto la graduale ripresa economica potrebbe non riflettersi proporzionalmente sul tasso di occupazione.

II. Analisi del mercato turistico

II.A. Analisi del turismo outgoing

- Flussi turistici e principali destinazioni

La Slovacchia, in virtù della sua evoluzione storica che dal 1993 ad oggi ha portato il Paese ad acquisire l'indipendenza ed a portare a termine il processo di integrazione nelle strutture euro-atlantiche e nell'Unione Europea, sta conoscendo una progressiva apertura dei movimenti turistici verso l'estero. Il primo gennaio 2009, la Slovacchia ha adottato la moneta unica divenendo così, in poco meno di un quinquennio, il sedicesimo Paese dell'Unione Monetaria europea.

Nel 2008 la spesa complessiva della Slovacchia per i viaggi internazionali, che ammonta a circa 1.467,3 milioni di Euro, ha registrato un aumento su base annua del 31,41%. Nei primi 6 mesi del 2009 detta spesa si è attestata a 726,6 milioni di Euro. Rispetto al primo semestre del 2008 l'aumento è stato del 12,79%.

Viaggi internazionali: entrate e spese all'estero (valori espressi in milioni di Euro)

	2007	2008	Indice 08/07	Gen/Giu 2008	Gen/Giu 2009	Indice 09/08
Entrate	1.472,8	1.762,6	119,68	773	767,3	99,26
Spese	1.116,6	1.467,3	131,41	644,2	726,6	112,79
Saldo	356,1	295,3	82,93	128,8	40,9	31,75

Fonte: Ministero dell'Economia della Repubblica slovacca

- Posizionamento dell'Italia rispetto ai principali concorrenti

L'Italia rappresenta una delle più importanti mete di destinazione del flusso turistico slovacco. La relativa vicinanza, unita ad una diffusa passione per la nostra cultura e al crescente fenomeno dello studio della lingua italiana, costituiscono, congiuntamente ai rapporti d'interscambio commerciale, gli elementi più qualificanti del flusso slovacco verso l'Italia. Nell'intento di fornire un quadro quanto più esaustivo possibile sui flussi turistici, si ritiene utile precisare che le statistiche di seguito riportate sono state rilevate da diverse fonti quali, l'Ufficio di Statistica slovacco, l'ISTAT, gli operatori turistici slovacchi, Eurostat e dall'elaborazione di dati ENIT.

In base ai dati dell'Istituto di statistica slovacco relativi ai flussi turistici verso l'estero, sono stati registrati nel 2008 complessivamente 3.683.461 viaggi, suddivisi tra vacanze (2.828.948) e affari (854.513). Nella graduatoria delle destinazioni estere preferite dal turista slovacco, con un totale di 168.547 dei viaggi per vacanze, l'Italia si posiziona al quinto posto con il 7,1%.

Dalla comparazione dei dati relativi al turismo organizzato 2007-2008 l'Italia registra un aumento del numero dei viaggi dell'1%

Viaggi per vacanze

Viaggi per vacanze estero 2008	Numero viaggi	Percentuale Paese
Croazia	501.322	21,10
Egitto	246.791	10,40
Grecia	230.869	9,70
Rep. Ceca	217.896	9,20
ITALIA	168.547	7,10
Austria	127.951	5,40

Fonte: Ufficio Statistico slovacco.

Per quanto riguarda i viaggi d'affari, secondo i dati dell'Eurostat per l'anno 2008, l'Italia si colloca al quinto posto con 35.304 viaggi complessivi.

Viaggi per affari

Viaggi per affari all'estero 2008	Numero viaggi	Percentuale Paese
Rep. Ceca	323.687	42,36
Germania	113.571	14,86
Ungheria	54.237	7,10
Austria	46.718	6,11
ITALIA	35.304	4,62
Polonia	34.814	4,56

Fonte: Eurostat.

Comparazione turismo organizzato: Viaggi 2007-2008

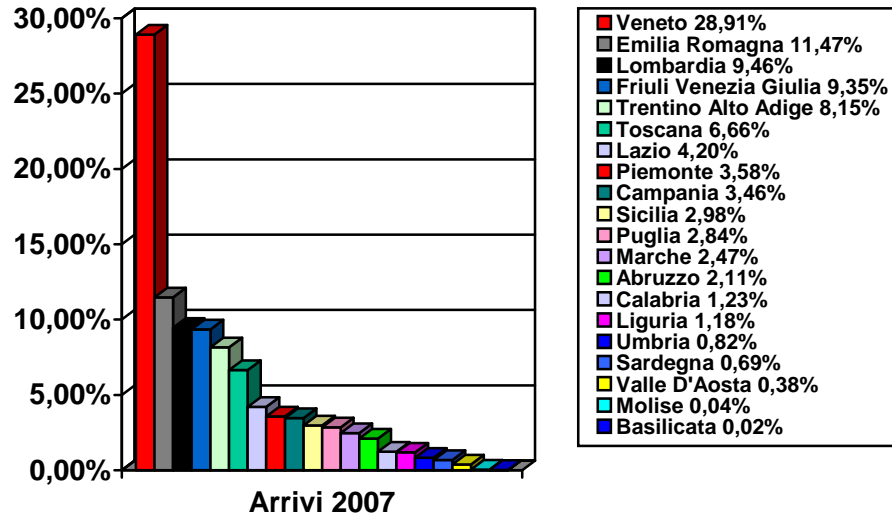
PAESE	2007	2008	Indice 08/07
Croazia	122.904	138.461	112,66
Grecia	102.451	109.282	106,67
Egitto	59.891	73.119	122,09
Bulgaria	63.745	51.318	80,51
ITALIA	49.040	49.518	100,97
Turchia	27.173	48.597	178,84
Tunisia	37.606	42.120	112,00
Austria	21.208	24.395	115,03
Spagna	20.447	20.408	99,81
Francia	11.431	16.144	141,23
Ungheria	13.132	8.567	65,24
Altri Paesi	61.381	49.105	80,00
Totale	578.978	631.034	

Fonte: Ufficio Statistico slovacco.

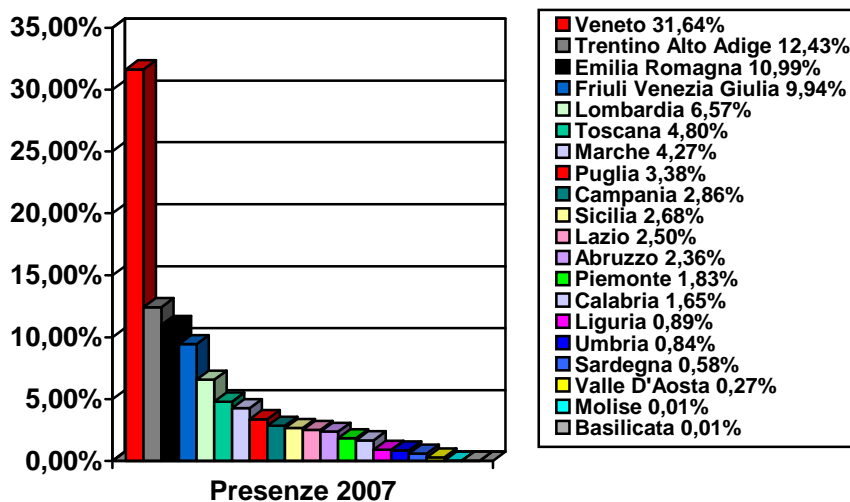
- Principali destinazioni turistiche in Italia

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

Distribuzione degli arrivi nelle Regioni d'Italia (fonte ISTAT)



Distribuzione delle presenze nelle Regioni d'Italia (fonte ISTAT)



Prospettive per il breve e medio periodo

Nel 2008 l'economia slovacca ha continuato a presentare una crescita sostenuta, nonostante gli effetti negativi della crisi economica mondiale accentuatisi verso fine anno. Il salario medio nominale dei cittadini slovacchi (circa 723 Euro) ha registrato, comunque, nel 2008 un aumento medio su base annua dell'8,1%. Il tasso di occupazione riporta una crescita del 3,2% rispetto all'anno precedente. Tale andamento ha sicuramente delle ripercussioni positive sui flussi turistici degli slovacchi.

Per promuovere in modo efficace la destinazione Italia è indispensabile migliorare e aumentare i collegamenti ferroviari con il nostro Paese. In relazione al trasporto aereo, a seguito del fallimento della compagnia aerea slovacca SkyEurope, occorso a settembre 2009, i collegamenti aerei diretti con l'Italia (Milano, Roma, Bologna e Pisa) sono al momento assicurati da tre compagnie low cost, quali la Ryanair, la Wizz Air e la slovacca Danube Wings. Le principali città italiane sono inoltre raggiungibili tramite i collegamenti aerei assicurati dalle città di Vienna, Budapest e Praga. A tale riguardo sarebbe opportuno attuare una politica di persuasione nei confronti delle compagnie del settore, al fine di instaurare collegamenti diretti e stimolare gli operatori turistici slovacchi ad organizzare voli charter verso il nostro Paese.

Il settore turismo, nel sistema Italia, dovrà cercare di creare e promuovere un'immagine attraente e favorevole della nostra penisola, servendosi di tutti i maggiori organi d'informazione e degli operatori intermediari di prodotti "Made in Italy".

II.B. Analisi della domanda

Segmento socio-economico di appartenenza

Popolazione in età lavorativa (15-65 anni)	4 milioni
di cui, popolazione attiva	2,5 milioni

Livello culturale

Su una popolazione sopra i 18 anni il livello culturale è così suddiviso:

Scuola d'obbligo	13,50%
Scuola media superiore	71,40%
Università	15,10%

Fasce d'età

0 – 14 anni:	15,30%
15 – 64 anni:	72,20%
oltre i 65 anni:	12,00%

Propensione al viaggio

Gli slovacchi continuano a dimostrare un grande interesse per i viaggi all'estero, in particolare verso i paesi limitrofi. In base ai dati dell'Istituto di statistica slovacco e dell'Eurostat per l'anno 2008, l'Italia ha registrato +7,10% sui viaggi per vacanze e +4,62% sui viaggi d'affari. La propensione al viaggio è determinata anche dal desiderio di conoscere altre società, soprattutto quelle dei paesi dell'Unione Europea.

Principali motivazioni di vacanze all'estero

- relax: spiaggia, località balneari e lacustri
- vacanze attive (montagna e attività sportive)
- cultura, città d'arte, shopping
- visite ad amici e parenti
- Centri benessere e cure termali
- eventi, festival e manifestazioni varie
- altre motivazioni

Prodotti turistici preferiti

- turismo balneare (località marittime e lacustri)
- sport invernali
- turismo culturale (per lo più città d'arte)
- turismo d'affari
- turismo termale/wellness
- turismo religioso

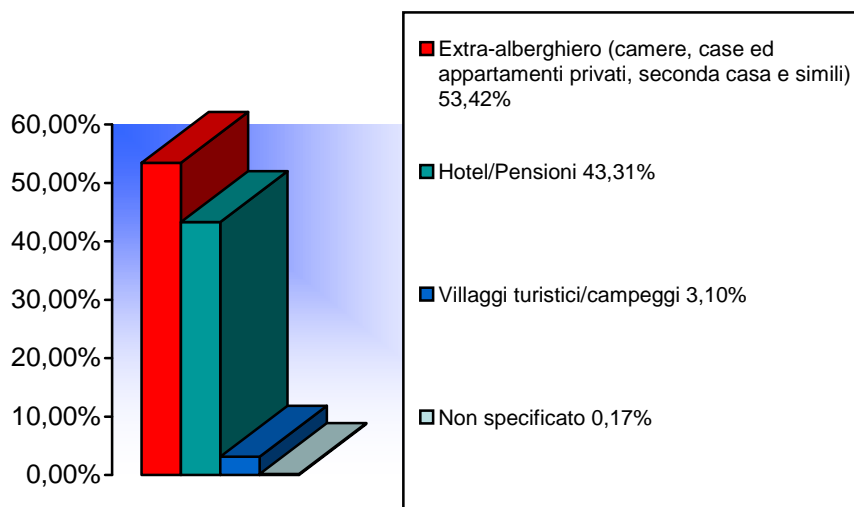
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni

Nell'ordine:

- 1° posto la motivazione (ad esempio mare, montagna, cultura)
- 2° posto il prezzo del pacchetto turistico
- 3° posto il mezzo di trasporto diretto
- 4° posto il paese di destinazione

Tipo di alloggio preferito

Per quanto riguarda i viaggi per vacanze (+ 4 notti), di seguito se ne riporta la ripartizione secondo il tipo di alloggio scelto dagli slovacchi (Fonte Eurostat).



Mesi preferiti per i viaggi

Sulla base dei dati ISTAT dell'anno 2007, si evince la seguente ripartizione mensile dei viaggi effettuati in Italia dagli slovacchi:

Gennaio	3,23%
Febbraio	4,11%
Marzo	6,17%
Aprile	5,18%
Maggio	7,20%
Giugno	15,51%
Luglio	22,23%
Agosto	15,49%
Settembre	10,04%
Ottobre	4,69%
Novembre	3,37%
Dicembre	2,78%

Fonti di informazione preferite

In Slovacchia il turismo individuale, rappresentato dalla formula del “fai da te”, va per la maggiore con una quota del 70,49% di slovacchi che utilizzano i siti web e gli organi di stampa. Il restante 29,51% si riferisce al turismo organizzato e si rivolge agli operatori turistici ed agli uffici viaggi. (Fonte: Eurostat)

Canali utilizzati

Contatti diretti con le strutture ricettive italiane, internet, operatori turistici, agenzie di viaggio, vettori aerei e ferroviari.

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

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> - Turismo balneare - Turismo montano - Offerta culturale - Stile di vita - Enogastronomia - Shopping 	<ul style="list-style-type: none"> Disparità tra rapporto prezzo/qualità Piccola criminalità Scioperi Pacchetti non comprensivi di tutti i servizi Carenza di offerte turistiche in rete on-line
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> - Festival - Avvenimenti culturali e folcloristici - Partecipazione ad eventi e feste popolari in Slovacchia - Azioni di co-marketing con i Tour Operator 	<ul style="list-style-type: none"> - Notizie allarmanti sulla stampa italiana riferite al caro vita, alla qualità delle acque, agli scioperi, furti, etc. - Lancio quotidiano di offerte promozionali della concorrenza.

III Obiettivi

- **Prodotti turistici tradizionali- mantenimento/consolidamento competitività**

occorrerà esercitare un'azione più efficace sul mercato turistico slovacco della domanda internazionale con pacchetti turistici wellness abbinati al turismo culturale, enogastronomico e alle possibilità di shopping delle località limitrofe ai centri balneari.

- **Prodotti turistici di nicchia**

per il segmento famiglie: gli alberghi diffusi; per le vacanze attive, il golf, la nautica, il rafting e il kitesurfing;

per il segmento amanti della natura: aria aperta, parchi nazionali, trekking e ecoturismo;

per il segmento amanti della cucina e della lingua italiana: itinerari enogastronomici abbinati a corsi d'insegnamento dell'italiano.

- **Destagionalizzazione**

promozione verso gli "over 55" e verso i giovani (gite scolastiche e scambi culturali tra studenti di nazionalità diversa). 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.

- **Promozione dell'Italia minore**

lancio di prodotti alta qualità (residenze storiche, vacanze di lusso, congressuale e shopping).

- **Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud**

i cittadini slovacchi hanno una buona conoscenza del nord-est dell'Italia, ma non del meridione italiano. Negli ultimi anni, però, è cresciuto il loro interesse verso le Regioni del Sud dell'Italia che, difficilmente, riescono a soddisfare a causa dell'assenza di voli diretti. Per questo motivo, al fine di adempiere, almeno in termini di comunicazione, al desiderio di ottenere notizie sull'offerta turistica del meridione d'Italia, bisognerà realizzare educational tour per operatori, uffici viaggi e mass-media slovacchi. L'imprenditoria turistica pubblica e privata dell'Italia del Sud, oltre ad adoperarsi per creare i collegamenti aerei necessari, dovrà servirsi maggiormente delle tecnologie informatiche, occupando spazi on-line con concrete e significative proposte di viaggi, di immagine e di commercializzazione dei territori interessati.

- **Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico**

Il bacino più importante è rappresentato dalla capitale Bratislava (428.791 abitanti) e dalla città di Košice (233.659 abitanti).

- **Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane**

le imprese italiane possono richiedere all'ENIT Agenzia di Vienna ricerche di mercato, mailing liste di operatori e giornalisti slovacchi, proposte operative per la formulazione di progetti promozionali ed assistenza in caso di intervento sul territorio slovacco.

Bibliografia

I dati e le informazioni riportate nel Rapporto sono stati tratti da pubblicazioni e siti web delle seguenti istituzioni e dai dati elaborati dalla Delegazione ENIT di Vienna:

Ministero dell'Economia Slovacco <http://www.economy.gov.sk/index/index.php?lang=en>

Ministero dei Trasporti www.telecom.gov.sk

Banca Nazionale Slovacca <http://www.nbs.sk/en/home>

Ufficio di Statistica slovacco <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=359>

ISTAT www.istat.it

EUROSTAT <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>