

## PAESE:

### GEORGIA

#### I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

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

Pur con alcune difficoltà, nel corso del 2009 l'economia georgiana ha saputo reggere all'impatto congiunto della **crisi finanziaria internazionale** e del **conflitto russo-georgiano** dell'agosto 2008. Nonostante l'attuale fase di incertezza, si scorgono incoraggianti segnali di una possibile ripresa, anche se appare ancora lontano il raggiungimento dei ritmi di crescita che avevano segnato il periodo dal 2004 all'agosto 2008, quando il PIL georgiano era cresciuto in media del 9% all'anno.

Le ripercussioni negative subite da alcuni settori particolarmente sensibili (banche, lavori pubblici, turismo, consumi) sembrano essere state in parte controbilanciate dagli ingenti stanziamenti di fondi destinati alla cooperazione in seguito alla **Conferenza dei Donatori** convocata a Bruxelles il 22 ottobre 2008 (nell'ambito della quale erano stati annunciati dai vari donatori internazionali aiuti pari a circa 4,5 miliardi di dollari tra *grants* e *loans* per il successivo triennio). E' ovviamente ancora prematuro stabilire se la parte di stanziamenti destinata anche indirettamente al sostegno della domanda interna ed agli investimenti – in particolare i finanziamenti stanziati dalle Istituzioni Finanziarie Internazionali (Fondo Monetario Internazionale, Banca Mondiale, Banca Europea per la Ricostruzione e Sviluppo, Banca Europea per gli Investimenti, Banca Asiatica di Sviluppo), che da soli costituivano quasi la metà del *pledge* totale – sia stata in grado di mitigare definitivamente gli effetti congiunturali negativi.

##### I.B. Previsioni a breve termine

Nel suo rapporto del novembre 2009 sulla Georgia, il Fondo Monetario Internazionale ("FMI") ha sostenuto che l'economia del Paese avrebbe ormai oltrepassato la fase di crisi e si appresterebbe a incamminarsi nuovamente lungo un sentiero di crescita del PIL (+2% la previsione per il 2010). Nello stesso vanno le valutazioni del rapporto di marzo 2010 dell'*Economist Intelligence Unit*.

La sfida che attende la classe dirigente georgiana nel 2010 è cogliere i frutti dell'accrescimento della cosiddetta "**Country awareness**" di cui il Paese beneficia all'estero dal 2008, tentando di scongiurare un'eccessiva dipendenza dall'assistenza internazionale e mettendo a frutto le notevoli potenzialità che esso esprime in termini di risorse umane, ambientali e culturali.

#### II. Analisi del mercato turistico

##### II.A. Analisi del turismo outgoing

- flussi turistici e principali destinazioni
- posizionamento dell'Italia rispetto ai principali concorrenti

- principali destinazioni turistiche in Italia
- prospettive per il breve e medio periodo

- La guerra e la crisi mondiale hanno colpito duramente tutti i settori dell'economia georgiana, ma il settore del turismo, che aveva iniziato a riprendersi negli ultimi 2-3 anni, è uno di quelli che probabilmente hanno subito perdite più forti. Gli operatori del settore outgoing ammettono che quest'anno le partenze all'estero sono in calo, ma non esistono dati ufficiali sull'entità di questa diminuzione. Dai dati sui visti d'ingresso concessi dall'Ambasciata d'Italia a Tbilisi sembra comunque da escludere un calo dei viaggiatori verso l'Italia nel corso del 2009, rispetto sia al 2008 che al 2007.

Anche a causa di un reddito ancora limitato, le mete preferite dalla maggior parte dei turisti georgiani rimangono le località sciistiche di Gudauri e Bakuriani e le località balneari interne lungo la costa del Mar Nero, oltre alla vicina e più economica Turchia. Solo i ceti sociali più benestanti, che costituiscono ancora una fascia molto ristretta della popolazione, scelgono come destinazione l'Italia ed altri luoghi turistici europei.

- La principale meta dei viaggi dei turisti georgiani all'estero è **la Turchia**, grazie soprattutto alla vicinanza geografica ed al basso costo delle offerte alberghiere (oltre all'assenza di obbligo di visto). L'Italia si colloca comunque tra le prime posizioni dopo **Turchia, Egitto e Francia**.

- Tra le regioni italiane preferite, ai primi posti risultano **Lazio, Veneto, Toscana, Lombardia, Emilia Romagna, Campania**. Le località maggiormente visitate sono **Roma, Milano, Firenze, Venezia, Napoli**.

- La possibilità che si registri un rilevante aumento del flusso turistico verso le destinazioni europee è strettamente connessa all'incremento del reddito pro-capite della popolazione. Al momento, pertanto, è ragionevole ritenere che, almeno nel breve periodo, difficilmente ciò si possa verificare in modo esteso. Nel medio periodo ci sono concrete possibilità che vi possa essere un progressivo incremento del numero di turisti georgiani verso destinazioni europee, anche eventualmente stimolato da una diminuzione delle tariffe aeree per effetto di una maggiore concorrenza rispetto alla situazione attuale.

## II.B. Analisi della domanda

- segmento socio-economico di appartenenza
- livello culturale
- fasce di età
- propensione al viaggio
- principali motivazioni di vacanza all'estero
- prodotti turistici preferiti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)
- fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)
- tipo di alloggio preferito
- mesi preferiti per i viaggi
- fonti di informazione preferiti (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)
- canali utilizzati (Agenzie di viaggio, Tour Operators, Internet, ecc.)

### **- Segmento socio-economico di appartenenza**

In considerazione del fatto che la maggior parte della popolazione percepisce ancora un reddito molto limitato, nella grande maggioranza dei casi i turisti sono quindi uomini d'affari di medio-alto livello (che viaggiano spesso con le famiglie, abbinando viaggi d'affari con un periodo di vacanza), nonché alti funzionari di aziende private o, talvolta, di strutture statali.

### **- Livello culturale**

Una larga parte dei viaggiatori georgiani conosce in maniera particolarmente approfondita ed ammira la cultura europea: in particolare l'Italia suscita interesse per la lingua, la storia, la musica (l'Opera in Georgia è un genere frequentatissimo), il cinema, l'architettura, la cucina, il calcio. Non sempre, tuttavia, pur essendo il turismo verso l'estero un fenomeno limitato ad un'élite economica della popolazione, a ciò corrisponde un livello eccellente di preparazione culturale del turista.

### **- Fasce di età**

La fascia di età media del turista georgiano è di **30-50 anni**.

### **- Propensione al viaggio**

La fascia di popolazione che gode di un buon reddito è particolarmente incline ai viaggi all'estero, in particolare verso l'Italia, Paese che in Georgia gode di forte ammirazione, in particolare per la cultura e per lo stile di vita.

### **- Principali motivazioni di vacanza all'estero**

Oltre alla prevedibile attrazione per la conoscenza di nuove località artistiche, balneari e di montagna, una delle principali motivazioni che spinge il turista georgiano a viaggiare è rappresentata dal livello culturale diversificato e dalla maggiore possibilità di scelta di offerte turistiche rispetto al mercato locale.

### **- Prodotti turistici preferiti**

In Italia i turisti georgiani prediligono principalmente le località artistiche (**Roma, Milano, Venezia, Firenze**); da segnalare tuttavia anche un certo flusso di turisti per motivazioni religiose che si recano in pellegrinaggio a **Bari (presso la tomba di S. Nicola)**.

### **- Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni**

I fattori che maggiormente influenzano la scelta del turista sono il costo dei servizi turistici e la qualità dei collegamenti aerei con la Georgia.

### **- Tipo di alloggio preferito**

Di solito il turista georgiano predilige la sistemazione in albergo

### **- Mesi preferiti per i viaggi**

Il periodo dell'anno in cui si registra il più alto numero di viaggi è quello compreso tra **maggio e settembre**

### **- Fonti di informazione preferiti**

L'informazione turistica tramite la stampa specializzata è pressoché inesistente; le principali fonti di informazione sono cataloghi dei T.O. e siti web.

**- Canali utilizzati**

I canali più utilizzati sono le Agenzie turistiche

**II.C. Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione "Italia"**

<b>Punti di forza</b>	<b>Punti di debolezza</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ricco patrimonio culturale;</li> <li>- Presenza delle risorse turistiche naturali (mare, montagna, laghi);</li> <li>- Simpatia verso il "modo di essere" degli italiani.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mancanza di un collegamento aereo diretto con l'Italia;</li> <li>- Scarsa disponibilità di materiale turistico informativo in georgiano.</li> </ul>
<b>Opportunità</b>	<b>Rischi/Difficoltà Potenziali</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Georgia è un Paese in continua crescita economica;</li> <li>- Tale crescita determina un aumento del potere d'acquisto individuale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessità del visto d'ingresso</li> </ul>

**III. Obiettivi**

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

- Prodotti turistici tradizionali – mantenimento/consolidamento competitività
  - Prodotti turistici di nicchia
  - 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
- Sviluppo di nuovi prodotti turistici di nicchia (Terme e benessere, Montagna, Arte, Congressi e incentive, Laghi, Enogastronomia e Agriturismo) presso i Wholesalers di Georgia attraverso site inspections e press-trips.
  - Organizzazione di un volo diretto Georgia (Tbilisi) – Italia
  - Incremento delle attività di comunicazione.

**Bibliografia**

[www.osservatoriocaucaso.org](http://www.osservatoriocaucaso.org)  
[www.tourism.gov.ge](http://www.tourism.gov.ge)  
[www.cisstat.com](http://www.cisstat.com)