

PAESE:

SUD AFRICA

I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

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

Il Sud Africa è a distanza di oltre 16 anni dalle prime elezioni democratiche un paese in vivace evoluzione economica e sociale.

Negli anni Novanta l'economia e la società sudafricana hanno subito un processo di profonda trasformazione. La prima è passata da una struttura basata prevalentemente sul settore primario (agricolo e minerario) ad un modello di sviluppo in cui il terziario ha assunto preminenza nel quadro economico del paese. Nei primi anni del decennio inoltre essa era caratterizzata da elevati tassi di inflazione, ampi deficit strutturali, un tasso di crescita economica relativamente basso e dal quasi azzeramento delle riserve valutarie: eredita' degli anni Ottanta e delle sanzioni delle Nazioni Unite contro il regime dell'apartheid. Il paese, infine, doveva affrontare ulteriori problemi economico-sociali, come l'elevato tasso di disoccupazione, di analfabetismo, e la scarsità di lavoratori specializzati.

A partire dal 1994, anno di nascita del Sud Africa democratico con le prime elezioni a suffragio universale, i Governi dell'ANC (African National Congress) hanno attuato politiche economiche ortodosse orientate alla riduzione dell'inflazione e del deficit pubblico, hanno promosso le privatizzazioni e adottato riforme del regime di tassazione, che hanno prodotto risultati estremamente positivi sul piano del risanamento dei conti pubblici e della stabilità macroeconomica. A fronte di politiche economiche rigorose, orientate ad attrarre investimenti dall'estero per sostenere la crescita economica, non sono stati ancora raggiunti solidi risultati in termini di inclusione della popolazione nell'economia formale e di lotta ai problemi sociali che gravano sul paese, imperniati innanzitutto sull'elevato tasso di disoccupazione.

La politica economica del Sud Africa si basa ancora oggi formalmente su un programma di ristrutturazione e sviluppo economico (*Accelerated and Shared Growth Initiative for South Africa-ASGISA*) il cui obiettivo è di sostenere la creazione di capitale fisso reale e lo sviluppo di risorse umane qualificate. Nella pianificazione originaria del programma (varato nel 2006), venivano assunti come target una media annuale di crescita economica del 4,5% entro il 2009 ed una media del 6% tra il 2010 e il 2014. La crisi economica mondiale sviluppatasi nel 2008 e nel 2009 ha colpito indirettamente anche il Sud Africa, che pure dal punto di vista finanziario era ben protetto dalla capitalizzazione delle sue banche, tramite la recessione in molti i suoi principali partners (tutti quelli occidentali) e ha reso irrealistico il rispetto contabile di queste previsioni. Tuttavia il Governo Zuma (insediatosi nel maggio 2009) ha confermato l'orientamento rigoroso in materia economica da parte del Governo, pur capitalizzando sui successi ottenuti negli anni passati dal Paese nel consolidare l'economia, dando quindi maggiore importanza al tema dell'inclusione sociale.

Nella tabella 1 sono riportati alcuni dei principali indicatori economici e sociali del Sud Africa.

| | |
|---|--|
| Popolazione | 44,8 milioni (censimento 2001) → Stima 2009: 49,32 milioni |
| Crescita (GDP)* | +3,2% (marzo 2010 trimestre su trimestre) → media 2009: -1,8% → media 2008: +3,7% |
| Disoccupazione* | 4 ° trimestre 2009: 24,3% |
| Inflazione* | marzo 2010: 5,1% incremento prezzi al consumo anno su anno → media 2009: 7,1% → media 2008: 9,9% |
| Tasso d'interesse di riferimento ^o | 6,5% (dal 26 marzo 2010) |
| Prime rate ^o | 10% (dal 26 marzo 2010) |
| Avanzo di bilancio ^o (%GDP) | 6,2% (previsione budget speech 2010), stimato al 4,1% nel 2012 → 2009: -7,3% |
| Debito pubblico ^o (%GDP) | 28,7% (stima budget speech 2010, che prevede una crescita fino al 40% al 2013) → 2009: 22,2% |
| Debito estero ^o (%GDP) | 25,9% (stima budget speech 2010). |
| Cambio medio con US\$ ^o (Rand per US\$) | media 2009: 8,43 al 30 aprile 2010: 7,32 |
| Cambio medio con € ^o (Rand per €) | media 2009: 11,69 al 30 aprile 2010: 9,73 |
| Conto corrente ^o | - 4% media 2008 → -7% |

TABELLA 1: PRINCIPALI INDICATORI SOCIO-ECONOMICI |

I.B. Previsioni a breve termine

| Come detto sopra, la Presidenza Zuma ha confermato l'andamento rigoroso delle politiche economiche del paese. Inoltre, capitalizzando sui successi degli anni passati e sulla credibilita' del Governo, ha potuto dare maggior peso alle politiche sociali, in un quadro macroeconomico stabile. La poverta' diffusa, in paese caratterizzato da un'assai elevata disegualianza nella distribuzione della ricchezza, rimane il problema fondamentale del paese.

Nel breve termine la stabilita' politica e' garanzia di sviluppo economico e sociale, come mostra la solo breve (e di modesta entita') interruzione della crescita economica del paese nel corso del 2009. La classe media sudafricana continuerà ad aumentare in percentuale e a godere di livelli crescenti di reddito disponibile, che verra' speso avvalendosi pienamente di tutti i sofisticati strumenti di credito disponibili nel mercato sudafricano (il reddito disponibile e' in questo momento impegnato per circa il 75% nel pagamento di debiti per lo piu' al consumo). Invece appare prevedibile che solo nel medio-lungo termine la lotta alla poverta' possa raggiungere successi decisivi. |

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

l'Italia viene considerata come una delle principali destinazioni turistiche in Europa. Secondo le rilevazioni Eurostat nel 2006, l'Italia si è classificata dopo la Spagna, seguita da Germania, Francia e Regno Unito, tra il gruppo di paesi che hanno registrato in totale il 72,0% delle presenze turistiche nei 27 paesi dell'area comunitaria. Per quanto riguarda il Sud Africa, secondo i dati pubblicati dall'Ufficio statistico sudafricano, nei dodici mesi del 2008 oltre 4,4 milioni di residenti sudafricani, intesi come cittadini sudafricani e cittadini non-sudafricani con permesso di residenza permanente, hanno lasciato temporaneamente il paese per mettersi in viaggio utilizzando vettori aerei dagli aeroporti internazionali di Johannesburg, Durban e Cape Town (40%) o via strada oltrepassando le frontiere dei paesi limitrofi di Botswana, Lesotho, Mozambico, Namibia, Swaziland e Zimbabwe (circa 60%). Tuttavia nella statistica sudafricana, non sono menzionati i dati sul paese di destinazione finale e lo scopo della visita dei residenti in quanto le rilevazioni statistiche si basano sulla sola scansione del passaporto alle frontiere. Tradizionalmente i residenti sudafricani si recano maggiormente nel Regno Unito ma anche in Germania e Francia. Risulta difficoltosa la puntuale rilevazione del numero dei turisti sudafricani diretti in Italia per l'esistenza della normativa sui visti dell'area Schengen che permette ai cittadini sudafricani, che decidono di recarsi in viaggio in Europa, di richiedere il visto per il paese europeo nel quale sosterranno più a lungo, senza però escludere eventuali periodi di soggiorno in Italia. Se nel 2009, rispetto al 2008, si è rilevata una flessione generale del numero dei visti per turismo verso l'Italia rilasciati ai sudafricani, nel primo trimestre 2010 si è notato un incremento rispetto allo stesso periodo del 2009, dovuto al fatto che i sudafricani hanno preferito recarsi in vacanza in Italia in anticipo rispetto alle usuali stagionalità dei flussi, a fronte dell'atteso evento dei Mondiali di Calcio 2010 che si terranno in Sud Africa dall'11 giugno all'11 luglio p.v. Per quanto riguarda il turismo sudafricano in Italia, secondo i dati Istat, nel 2008 gli esercizi ricettivi italiani (alberghi ed esercizi complementari) hanno registrato 68.960 clienti sudafricani (+9,03% rispetto al 2007) che hanno in totale trascorso 229.829 notti nelle suddette strutture con un periodo medio di permanenza di 3,33 notti per cliente. Le principali destinazioni del turismo sudafricano in Italia risultano nel 2008 il Veneto, Lombardia, Campania, Liguria, Piemonte, Umbria, FVG, Trentino, Emilia Romagna, Val d'Aosta e Marche che hanno registrato in totale 37.261 clienti sudafricani (54% dei clienti sudafricani sul complesso delle regioni italiane) Le preferenze dei turisti sudafricani rimangono gli alloggi nelle strutture alberghiere piuttosto che negli esercizi complementari (campeggi, villaggi, agriturismo) |

II.B. Analisi della domanda

- Segmento socio-economico di appartenenza: medio alto
- Livello culturale: medio alto
- Fasce di età: giovani che decidono per vari motivi di trascorrere un periodo in Europa e che girano il continente; famiglie per lo più benestanti
- Propensione al viaggio: generalmente molto alta. In parte per motivi culturali ed in parte per il fatto di essere abituati ai lunghi viaggi nello stesso Sud Africa, non si lasciano scoraggiare quindi dalle ore di volo che li separano dagli altri continenti.
- Principali motivazioni di vacanza all'estero: turismo a volte combinato a viaggi di affari.
- Prodotti turistici preferiti: pacchetti offerti dalle agenzie di viaggio aventi come destinazioni le maggiori città d'arte, ma anche vacanze in montagna e nelle località marine.
- Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni: ricco patrimonio artistico culturale, facilità di scoperta del territorio (date le dimensioni largamente inferiori rispetto al paese di provenienza), gastronomia, stile di vita, moda.
- Tipo di alloggio preferito: esercizi albergheri piuttosto che esercizi complementari.
- Mesi preferiti per i viaggi: nel 2008, secondo i dati Istat, da marzo a ottobre (autunno ed inverno australi) si sono registrati i picchi maggiori dei flussi turistici dal Sud Africa
- Fonti di informazione preferiti: cataloghi di tour operator, agenzie di viaggio, passaparola, inserti/articoli focus su mete turistiche in Italia
- Canali utilizzati: Agenzie di viaggio, Tour Operator, a volte i siti internet

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

| Punti di forza | Punti di debolezza |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - patrimonio artistico-culturale italiano - tradizione enogastronomica - stile di vita, moda, Made in Italy - bellezze naturali, montagna, costiera amalfitana e ligure | <ul style="list-style-type: none"> - mancanza di collegamento aereo diretto tra Sud Africa e Italia. - rapporto qualità-prezzo delle strutture ricettive italiane rispetto agli standard sudafricani |
| Opportunità | Rischi/Difficoltà Potenziali |
| <ul style="list-style-type: none"> - maggiore visibilità degli eventi culturali, sportivi e musicali, delle realtà turistiche dei piccoli centri italiani - ripristino del volo diretto da Johannesburg - maggiore coordinamento della promozione turistica tra le strutture centrali e quelle regionali | <ul style="list-style-type: none"> - aumento del costo della vita in Italia - rialzo dei prezzi degli esercizi ricettivi rispetto alla qualità offerta - maggiore competitività dei concorrenti europei: Spagna, Germania, Francia |

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

Sicuramente e' possibile allargare la base dei potenziali turisti interessati al nostro paese, che al momento e' composta principalmente da famiglie benestanti "bianche" o da giovani, anch'essi appartenenti ad un livello socio-economico medio-alto, che inseriscono una visita in Italia all'interno di un soggiorno prolungato per studio e/o lavoro in Europa (principalmente in Gran Bretagna).

Senza sottovalutare l'importanza di consolidare la competitivita' dell'offerta turistica italiana nei prodotti tradizionali, che normalmente si rivolgono alle suddette fasce di popolazione, e' comunque importante concentrare l'attenzione allo sviluppo ed alla commercializzazione di prodotti alternativi, possibilmente con costi ridotti, che possano risultare attraenti per la classe media nera emergente. In questo senso, il turismo enogastronomico puo' senz'altro costituire una carta vincente per incrementare i flussi di turisti sudafricani verso il nostro Paese.

Un discorso a parte merita essere l'elite "nera" che e' venuta emergendo dopo il 1994, che associa ad una notevole capacita' di spesa un'alta propensione al consumo e che mostra un crescente interesse per il cosiddetto "turismo-shopping" per prodotti quali vestiti, calzature, gioielli, arredamento, artigianato, oggetti di design, nei quali il Made in Italy esercita una notevole attrattiva. Nella stessa direzione, anche se in una piu' lunga prospettiva, andrebbe osservato l'ampliarsi della ancora poco numerosa classe media sudafricana che, aumentando la propria capacita' di spesa e quindi di consumo per viaggi, potrebbe essere senz'altro attratta verso l'Italia. Inoltre, appare sensato immaginare significative sinergie tra la promozione turistica e la promozione commerciale: non soltanto per l'evidente importanza in entrambi i casi di un volo diretto per l'Italia, ma anche perche' chi si reca per affari in Italia puo' essere un target privilegiato per la promozione turistica.

Bibliografia

[Eurostat Panorama on Tourism (III edition) 2006
Statistics South Africa – Tourism 2008]