

PAESE:

SLOVENIA

I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

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

Popolazione:	2.019.406 abitanti
Capitale:	Lubiana: 260.000 abitanti
Principali Città:	Maribor: 108.200 abitanti Kranj: 38.800 abitanti Celje: 38.000 abitanti
Densità di popolazione:	100 abitanti / km
Fasce d'età della popolazione:	- da 0 a 14 anni: 13,6% - da 15 a 64 anni: 69,9% - oltre 65 anni: 16,5%
Popolazione attiva nel 2008:	940.000 occupati
Lingue ufficiali:	sloveno, italiano ed ungherese nelle aree nazionalmente miste (italiano nei tre Comuni bilingui di Capodistria, Pirano e Isola)
Religione:	cattolici: 57,80% musulmani: 2,40% ortodossi: 2,30% altre 4,60% atei 10,10% non dichiarata 15,70% sconosciuta 7,10%
Crescita PIL:	7,70% (2008) in termini nominali 3,50%(2008) in termini reali
PIL pro capite:	18.196 Euro (2008)

Inflazione annuale:	5,50%
Orario di lavoro:	40 ore settimanali
Congedo annuale:	minimo quattro settimane
Salario medio (2008):	1.391 Euro (lordi)

I.B. Previsioni a breve termine

Le previsioni dell'IMAD (Istituto di Analisi e Sviluppo Macroeconomico, ente governativo) per il 2009 stimano una diminuzione del PIL in termini reali del 7,3%, mentre la Banca Centrale del 6,7%. Per il 2010 l'IMAD prevede una crescita dello 0,9%, mentre la Banca Centrale arriva a prevedere un più 1,6%. Nel 2011 l'IMAD prevede un più 2,5% e la Banca Centrale un più 1,7%. L'inflazione per il 2009 prevista dall'IMAD su base annua (IPC, Indice dei Prezzi al Consumo) è dell'1,9%. Le previsioni della Banca di Slovenia circa l'inflazione prevedono una crescita complessiva dell'1,1% nel 2009 e dell'1,50% nel 2010. Per quanto attiene al tasso di disoccupazione, secondo l'OIL (Organizzazione Internazionale del Lavoro), la previsione per il 2009 è del 5,7% e del 9,1% secondo i disoccupati registrati all'ufficio di collocamento. L'agenzia specializzata, DUN&BRAD STREET (rapporto di Agosto 2009) prevede un calo del PIL del 7% dell'anno in corso, ed un'inflazione dello 0,50%. L'Economist Intelligence Unit (rapporto di agosto 2009) prevede una decrescita del 6%.

II. Analisi del mercato turistico

II.A. Analisi del turismo outgoing

1. Flussi turistici e principali destinazioni

Per l'anno 2007 l'ISTAT ha rilevato un flusso turistico dalla Slovenia verso l'Italia di +15,41% sugli arrivi e di + 4,96% sulle presenze rispetto al 2006.

Arrivi e presenze 2006/2007

Viaggi in ITALIA	2006	2007	Variazioni 06/07
Arrivi	169.080	195.131	+ 15,41%
Presenze	601.531	631.347	+ 4,96%

FONTE: ISTAT

L'Istituto di statistica della Slovenia, nel 2008, ha registrato un aumento pari al 9,82% sui viaggi all'interno del Paese e su quelli all'estero una flessione di -1,5%.

Viaggi complessivi	2007	2008	Variazioni 07/08
Slovenia	1.756.581	1.929.000	+9,82
Estero	2.496.400	2.459.000	-1,50%

FONTE: Istituto di statistica sloveno

In base ai dati pubblicati in Slovenia, nel 2008 il flusso turistico verso l'Italia è stato pari a 206.000 viaggi con un incremento del 19,17% rispetto all'anno 2007.

Viaggi in ITALIA	2007	2008	Variazioni 07/08
Arrivi	172.863	206.000	+19,17%

FONTE: Istituto di statistica sloveno

In merito, bisogna specificare che i due Istituti di statistica adottano sistemi di rilevazione diversi: l'Istat attraverso le dichiarazioni dei flussi da parte delle strutture ricettive italiane, mentre l'Istituto di statistica sloveno estende un'indagine campionaria su 3.500 persone nei primi tre trimestri e su 6.000 persone nel quarto trimestre dell'anno in questione. Tuttavia, l'istituto di statistica sloveno nel 2008, pur registrando una diminuzione del -1,50% sul totale dei viaggi all'estero, ha invece rilevato un aumento del +19,17% sui viaggi in Italia. Già nell'anno 2007 l'Istat registrava un aumento degli arrivi in Italia dalla Slovenia del +15,41%. Si hanno buoni motivi per ritenere che nel 2008 anche l'Istat potrebbe confermare o, addirittura, migliorare il dato fornito del +19,17% dall'istituto di statistica sloveno.

2. Posizionamento dell'Italia rispetto ai principali concorrenti

Nella graduatoria del flusso turistico sloveno verso i Paesi esteri, l'Italia si posiziona al secondo posto dopo la Croazia

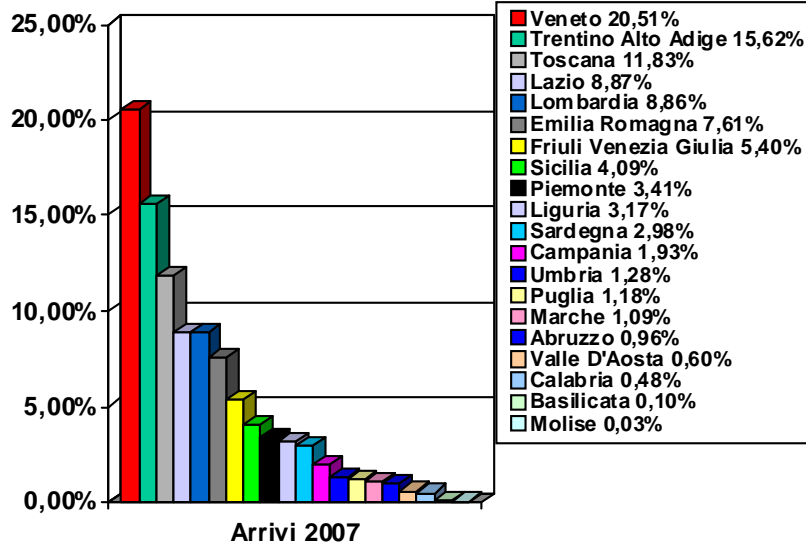
Croazia	45,75%
ITALIA	8,38%
Austria	7,16%
Bosnia Erzegovina	6,18%
Germania	5,86%

FONTE: Istituto di statistica sloveno

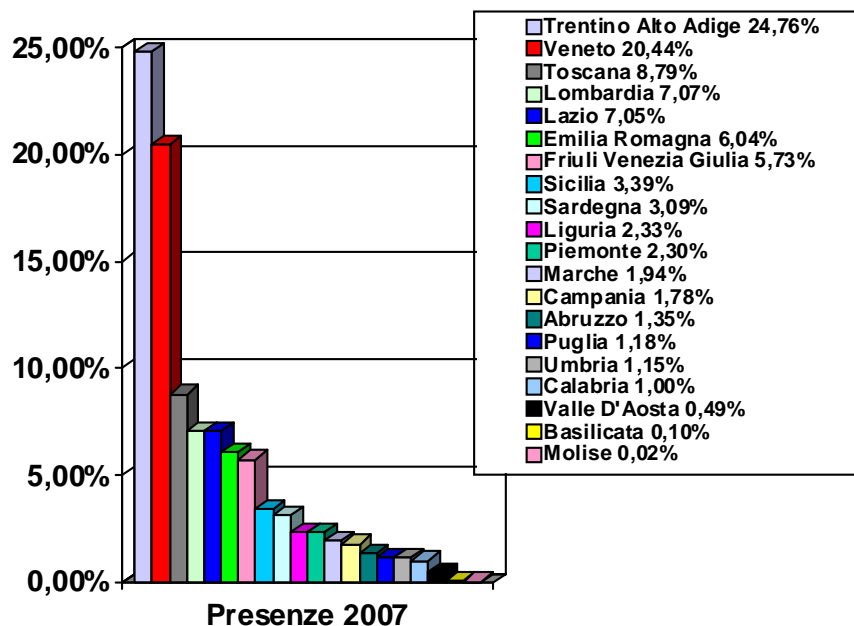
3. Principali destinazioni turistiche in Italia

I flussi turistici sloveni si dirigono principalmente verso le regioni del nord-est e del centro Italia privilegiando nell'ordine Veneto, Trentino Alto Adige, Toscana, Lazio e Lombardia.

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

In base alla congiuntura economica si evince che, nonostante la crisi economica mondiale che colpisce anche la Slovenia, i salari dei cittadini sono aumentati nel 2008 del 2,4%. Questo incremento ha sicuramente delle ripercussioni positive sui flussi turistici degli sloveni.

II.B. Analisi della domanda

1. Segmento socio-economico di appartenenza

Occupati	46,04%
Pensionati	31,47%
Studenti	14,57%
Disoccupati	6,21%
Altro	1,71%

FONTE: Istituto di statistica sloveno

2. Livello culturale

Scuola dell'obbligo	26,64%
Scuola media superiore	47,92%
Scuole secondarie professionali	13,60%
Università + Master + Dottorati	11,84%

FONTE: Istituto di statistica sloveno

3. Fasce di età

15 - 24 anni	13,32%
25 - 44 anni	33,01%
45 - 64 anni	34,43%
65 + anni	19,24%

FONTE: Istituto di statistica sloveno

4. Propensione al viaggio

Nonostante la lieve flessione del -1,5% (2008) sui viaggi all'estero, gli sloveni dimostrano un grande interesse per i viaggi, in particolare verso Paesi limitrofi, compresa l'Italia, nell'intenzione di soddisfare la necessità di conoscere l'Europa dopo l'indipendenza dalla ex-Jugoslavia e l'ingresso nell'Unione Europea. Per quanto riguarda l'Italia, si può certamente parlare di risultati soddisfacenti: nel 2008 è stato registrato un aumento pari al 19,17% rispetto all'anno precedente che ha permesso al nostro Paese di classificarsi al secondo posto nella graduatoria delle destinazioni estere preferite dagli sloveni.

5. Principali motivazioni di vacanza all'estero

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

6. Prodotti turistici preferiti

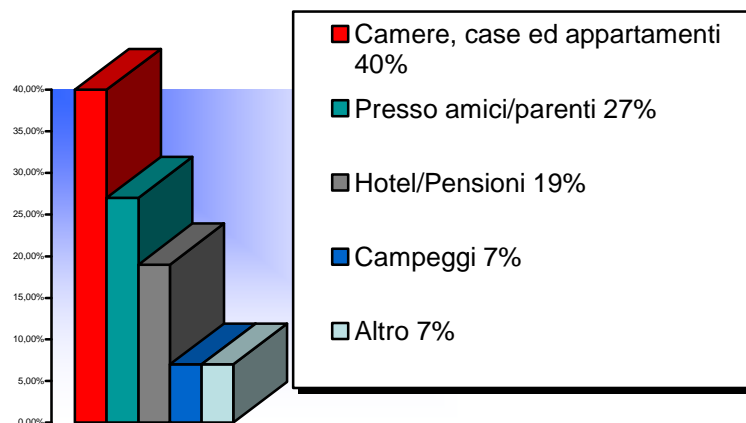
- turismo culturale (in particolare città d'arte);
- turismo balneare (località marittime e lacustri);
- sport invernali
- località termali
- turismo d'affari
- turismo religioso

7. Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni

Nell'ordine:

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

8. Tipo di alloggio preferito



FONTE: Istituto di statistica sloveno

9. Mesi preferiti per i viaggi

Di seguito il calendario della ripartizione in percentuale per un intero anno:

Gennaio	7,05%
Febbraio	9,70%
Marzo	7,32%
Aprile	13,42%
Maggio	9,14%
Giugno	9,05%
Luglio	9,77%

Agosto	7,29%
Settembre	8,58%
Ottobre	7,84%
Novembre	3,74%
Dicembre	7,10%

10. Fonti di informazione preferite

In base alle rilevazioni dell'Istituto statistica sloveno, si evince che l'87,62% degli sloveni preferiscono la formula "fai da te" per il turismo individuale. Il restante 12,38% si rivolge agli operatori turistici e a agenzie di viaggi.

11. Canali utilizzati

Diretti contatti con le strutture ricettive italiane, online, operatori turistici ed agenzie di viaggi.

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

1. Punti di forza dell'offerta turistica italiana

- Offerta culturale
- Turismo montano
- Stile di vita
- Enogastronomia
- Shopping

2. Punti di debolezza dell'offerta turistica italiana

- Disparità rapporto qualità / prezzo
- Percezioni episodi piccola criminalità
- Assenza totale di collegamenti aerei diretti, charter e low cost per l'Italia
- Carenza di collegamenti ferroviari
- Percezione frequenza scioperi
- Pacchetti non comprensivi di tutti i servizi
- Carenza di offerte turistiche online

3. Opportunità

- Festival
- Avvenimenti culturali e folcloristici
- Partecipazione ad eventi e feste popolari in Slovenia
- Azioni di co-marketing con i tour operator

4. Rischi/Difficoltà Potenziali

- Notizie allarmanti sulla stampa italiana riferite al carovita, alla qualità delle acque, agli scioperi, furti, ecc.
- Lancio quotidiano di offerte promozionali della concorrenza

III. Obiettivi

1. Mantenimento / consolidamento e competitività dei prodotti turistici tradizionali: consolidare la posizione dell'Italia quale seconda destinazione preferita all'estero degli sloveni, attraverso attività promozionali e pubblicitarie volte a stimolare in modo decisivo l'interesse della popolazione, della stampa e dei tour operator.
2. Prodotti turistici di nicchia: per le famiglie, gli alberghi diffusi; per le vacanze attive, il golf, la nautica, il rafting e il kitesurfing; per gli amanti della natura – aria aperta, parchi nazionali, trekking e ecoturismo; per gli amanti della cucina e della lingua italiana, itinerari enogastronomici abbinati a corsi d'insegnamento dell'italiano.
3. 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.
4. Promozione dell'Italia minore: lancio di prodotti alta qualità (residenze storiche, vacanze di lusso, congressuale e shopping).
5. Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud: la conoscenza del turista sloveno dell'Italia si limita ai territori del nord-est e, in misura minore, del Centro del nostro Paese. Negli ultimi anni, tuttavia, è cresciuto il suo interesse verso le Regioni del meridione italiano che, difficilmente, riesce 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, occorrerà realizzare educational tour per operatori, uffici viaggi e mezzi d'informazione sloveni.
6. Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico: il bacino più importante è rappresentato dalla capitale Lubiana con 260.000 abitanti e dal comune di Maribor con 108.200 residenti.

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 SLOVENO <http://www.stat.si/>
- CIA - THE WORLD FACTBOOK <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>