



## IRAQ

Rapporto Congiunto  
Ambasciate/Consolati/ENIT 2013

---



## INDICE :

### 1. Analisi del quadro socio-economico

- 1.a Principali indicatori economici
- 1.b Principali indicatori sociali e demografici

### 2. Analisi del mercato turistico

- 2.a Analisi del turismo outgoing
- 2.b Profilo del turista per singola tipologia
- 2.c Analisi SWOT della destinazione Italia
- 2.d Collegamenti aerei
- 2.e Nuove tecnologie e turismo

### Bibliografia

### Contatti

## 1. Analisi del quadro socio-economico

### Descrizione della situazione socio-economica

Il “nuovo Iraq” democratico e’ ancora alla ricerca di una definitiva stabilizzazione che ponga le premesse per una crescita economica su livelli alti e costanti (tale esito e’ comunque molto probabile nel medio – lungo periodo, grazie alla vastita’ delle risorse petrolifere del Paese) ed una riconciliazione nazionale che consenta una costruttiva dialettica sociale e politica tra le diverse etnie e componenti religiose del Paese (sciiti, sunniti e curdi piu’ le minoranze, tra cui quella turcomanna e quella cristiana). Il raggiungimento di tali obiettivi – peraltro fortemente voluti dalla stragrande maggioranza della popolazione irachena – e’ strettamente legato all’evoluzione del contesto di sicurezza che, con la significativa eccezione della Regione Curda (Province di Erbil, Suleymania e Dohuk), resta al momento precario o comunque limitante.

#### 1.a Principali indicatori economici

Principali indicatori economici (in dollari) <sup>1</sup>	2010	2011	2012	2013
PIL (Mld)	146,97	157,11	179,42	199,16
PIL pro-capite	44.994	5.356	5.701	6.114
Crescita del PIL reale (variazione %)	5,5	8,2	8,6	8,2
Inflazione (%)	3,3	5	5	5
Debito pubblico (Mln)	52,5	50,7	50,2	41,16
Bilancia commerciale (Mld)	7.849	28.842	19.892	22.355
Rating OECD sul rischio Paese <sup>2</sup>	7	7	-	-

Fonti: <sup>1</sup> International Monetary Fund; <sup>2</sup> OCSE

#### 1.b Principali indicatori sociali e demografici

(anno 2011)	
Popolazione (in milioni)	32 circa
Lingua ufficiale	Arabo, lingua veicolare: inglese, anche curdo
Religione	Musulmana (Sciiti e Sunniti, rapporto circa 60:40).
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 38%; 15-64 anni:59%; over 65 anni: 3%
Età media	20,9 (Maschi: 20,8 anni; Femmine: 21 anni)
Tasso di crescita della popolazione (in %)	2,4%
Rapporto maschi/femmine	Circa 1:1 (Maschi: 50,6%; Femmine: 49,35%)

## 2. Analisi del mercato turistico

### 2.a Analisi del turismo outgoing

L'economia dell'Iraq è basata sull'export di petrolio, che rappresenta il 98% degli introiti in valuta. La ricchezza prodotta risulta tuttavia mal distribuita all'interno della popolazione, essendo per la maggior parte concentrata nelle mani di una ristretta cerchia.

A fronte di un alto tasso di disoccupazione e di un PIL pro-capite che colloca l'Iraq al 125° nella classifica del Fondo Monetario Internazionale, i redditi delle famiglie restano depressi e in tale quadro non sono ancora ipotizzabili flussi turistici *outgoing* apprezzabili almeno sino al 2015.

E' invece presumibile che la situazione migliori nel medio-lungo periodo, a fronte di un piu' stabile contesto di sicurezza e di un aumento significativo del reddito pro-capite.

Ad oggi, i flussi turistici verso l'estero restano modesti e circoscritti ad un ristretto segmento della società irachena, rappresentata dall'alta dirigenza politico-amministrativa e dalla neo borghesia imprenditoriale. Si tratta di un bacino di utenza con spiccata propensione ai consumi occidentali, indirizzati ai settori della moda, degli accessori e della gioielleria, settori di eccellenza del *Made in Italy*.

Nell'immaginario della società irachena, l'Italia rappresenta uno fra i Paesi turisticamente più attraenti, costituendo una delle principali destinazioni turistiche insieme ad Austria, Francia, Germania, Gran Bretagna e Svezia.

La presenza di un collegamento aereo diretto, ipotesi che potrebbe concretizzarsi entro il 2013, costituirebbe un ulteriore fondamentale incentivo a recarsi in Italia.

I tentativi esperiti per collegare Baghdad con le principali capitali europee dopo l'embargo internazionale imposto all'Iraq nel 1990 sono stati recentemente coronati da successo. Dal 2011 Austrian Airlines, che già operava su Erbil, ha infatti attivato tre voli settimanali sulla tratta Baghdad - Vienna.

In definitiva, occorre certamente tempo affinché la società civile irachena possa riprendersi dalle drammatiche conseguenze del lungo conflitto armato che ha compromesso il processo di sviluppo, e che si rigeneri dunque una consistente classe media di consumatori capace, realisticamente, di aspirare a recarsi per turismo al di fuori del Paese.

Al tempo stesso, le previsioni di crescita economica relative al prossimo quinquennio lasciano presagire un continuo e sensibile miglioramento del quadro generale del Paese che contribuirà, a cascata, all'espansione della classe media imprenditoriale.

Di riflesso, ci si aspetta un nuovo bacino di utenza turistica, cui guardare con la dovuta attenzione.

## 2.b Profilo del turista

TARGET Principale	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio-alto. Dirigenza politica e amministrativa. Nuova classe imprenditoriale emergente.
Livello culturale	Medio
Fasce di età	Medio - Alta
Propensione al viaggio	Alta
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Shopping, cultura, relax, cure mediche e di bellezza
Mezzi di trasporto preferiti	Aereo
Prodotti turistici preferiti ed emergenti	Città d'arte
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni	Appetibilità dei pacchetti turistici. I prezzi non costituiscono un fattore determinante.
Tipo di alloggio preferito	Albergo
Mesi preferiti per i viaggi	Nessuna preferenza
Fonti di informazione preferiti	Internet, agenzie turistiche
Canali d'acquisto utilizzati	Internet, Agenzie Turistiche
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio-alto. Dirigenza politica e amministrativa. Nuova classe imprenditoriale emergente.

## 2.c Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione "Italia"

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fascino della destinazione, che esercita una potente attrattiva;</li> <li>- Preferenza del turista iracheno per destinazioni rinomate a livello mondiale;</li> <li>- Scarsa elasticità delle preferenze del turista iracheno rispetto al prezzo dei servizi ed al costo della vita nella località di destinazione.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mancanza di voli diretti con l'Italia</li> </ul>
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La progressiva crescita economica dell'Iraq amplierà la classe economica medio - alta e con essa il numero di utenti potenzialmente interessati a recarsi in Italia per turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esiste il rischio che il turista iracheno si indirizzi in modo progressivamente più spiccato verso destinazioni di lusso o comunque in cui la componente ludico/ricreativa prevalga su quella culturale. Vi è la conseguente necessità che le strutture ricettive italiane rafforzino i servizi destinati a questo target di turista.</li> </ul>

## 2.d Collegamenti aerei

Non esistono al momento voli diretti tra l'Italia e l'Iraq. I collegamenti verso il nostro Paese necessitano di scali in Turchia, Giordania, Emirati Arabi, Libano o Il Cairo. I Paesi Europei con stabili collegamenti aerei diretti con l'Iraq sono l'Austria (Austrian Airlines), la Germania (Germania Airlines, Lufthansa, Air Berlin) e la Svezia (Tor Air). Tutti i voli che effettuano tali collegamenti diretti con l'Europa partono da Erbil, ad eccezione di quelli della Austrian Airlines che collegano direttamente Baghdad e Vienna.

## 2.e Nuove tecnologie e turismo

In Iraq, internet gioca un ruolo predominante nell'informazione e nell'acquisto di servizi turistici. I mezzi di comunicazione mobile sono diffusi e costituiscono quindi un potente canale per veicolare offerte ed informazioni di carattere turistico.

### **Bibliografia**

IMF: <http://www.imf.org>

CIA: <https://www.cia.gov>

OCSE: [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

Economist Intelligence Unit: <http://country.eiu.com>

### **Contatti**

Ambasciata d'Italia a Baghdad

Mail: [ambasciata.baghdad@esteri.it](mailto:ambasciata.baghdad@esteri.it)