



Mercato Latino Americano

Seminario Emilia Romagna
29 Maggio 2013



- Argentina
- Brasile
- Cile
- Colombia
- Ecuador
- Paraguay
- Perú
- Venezuela
- Uruguay

Mercato Latino Americano



- 17.200.000 di abitanti dei quali 2.533.052 hanno viaggiato all'estero nel 2011
- Incremento medio : 15% annuale
- L'Italia occupa il 3° posto dopo Spagna e Francia
- Il flusso turistico verso l'Italia é stato di 1.790 pax con un incremento del 54,6% rispetto allo scorso anno
- Soggiorno medio in Italia: 10 giorni
- Prodotti preferiti dai cileni: città d'arte, cultura, enogastronomia e turismo religioso



- Buon andamento dell'economia
- I turisti colombiani (80%-90%) acquistano pacchetti turistici presso le agenzie di viaggio
- Alloggiano in alberghi da 3-4 stelle
- Soggiorno medio in Italia: 7 giorni
- Prodotti preferiti: città d'arte, turismo religioso, enogastronomia.



- 1.077.610 partenze per l'estero nel 2012
- L'Italia occupa il 2° posto nelle preferenze per l'Europa dopo la Spagna con la presenza di 30.340 turisti ecuadoriani
- Preferenze del turista ecuadoriano: enogastronomia, arte, turismo religioso, turismo scolastico e viaggi di affari



- paese in fase di rapido sviluppo economico
- numero di turisti peruviani in costante aumento
- Italia al 3° posto con una media annuale di 6.230 turisti e un livello annuale di crescita intorno al 10%-15%.
- Il 44 % dei turisti peruviani alloggia prevalentemente in alberghi 5 stelle lusso e 4-5 stelle
- Soggiorno medio in Italia: 5 giorni (spesso abbinato con il soggiorno in altri paesi europei)
- Prodotti preferiti dai peruviani: città d'arte, turismo natura, crociera, enogastronomia, turismo religioso



- La recessione economica dal 2011 é stata superata e l´economia ha lievemente ripreso a crescere, nonostante il severo controllo cambiario operato dal governo venezuelano relativo all´acquisto di valuta straniera
- Le destinazioni prescelte dai venezuelani sono
 1. America del Nord 37,1%;
 2. America del Sud 21,1%
 3. l´Europa con un 20,5%
- Gli ultimi dati ISTAT dichiarano un flusso di 163.986 passeggeri con un incremento medio del 10% annuale
- Il collegamento diretto CARACAS-ROMA servito dall´Alitalia offre un grande vantaggio non solo nell´esaudire la domanda interna ma anche come punto di riferimento per i paesi vicini Colombia, Perú, Ecuador
- Prodotti preferiti dai venezuelani: Città d´Arte, mare, relax e all inclusive, turismo religioso



- L'Uruguay attraversa una congiuntura economica positiva con una moderata crescita del PIL
- Popolazione: 3.286.314 di cui nella capitale Montevideo: 1.319.108;
- 441.024 di viaggiatori all'estero nel primo semestre del 2012
- Sebbene non vi siano dati accurati sui turisti uruguayani in Italia, si può ragionevolmente sostenere che, in considerazione dei legami storici, politici, culturali e sociali esistenti, l'Italia sia una delle mete europee preferite dopo la Spagna.



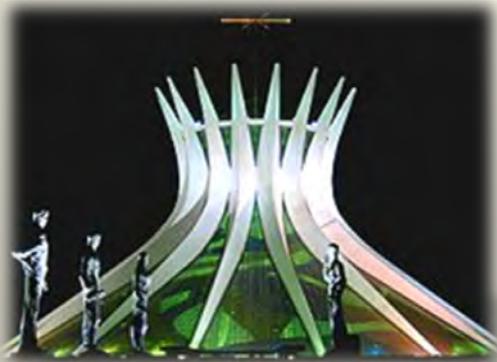
- 41,3 milioni di abitanti dei quali 5.658.978 hanno viaggiato all'estero nel 2012
- 209.000 Passeggeri si sono diretti in l'Italia
- Il soggiorno medio per l'Europa é di 25 notti, di cui 7-10 gg in Italia (stima)
- Prodotti preferiti dai turisti Argentini: città d'arte, cultura, enogastronomia e turismo religioso
- Le presenze indicano una preferenza per il Nord Italia

E' il più grande paese del Sud America. La sua superficie raggiunge quasi metà (47,3%) del Sud America – È il quinto paese più vasto del mondo.

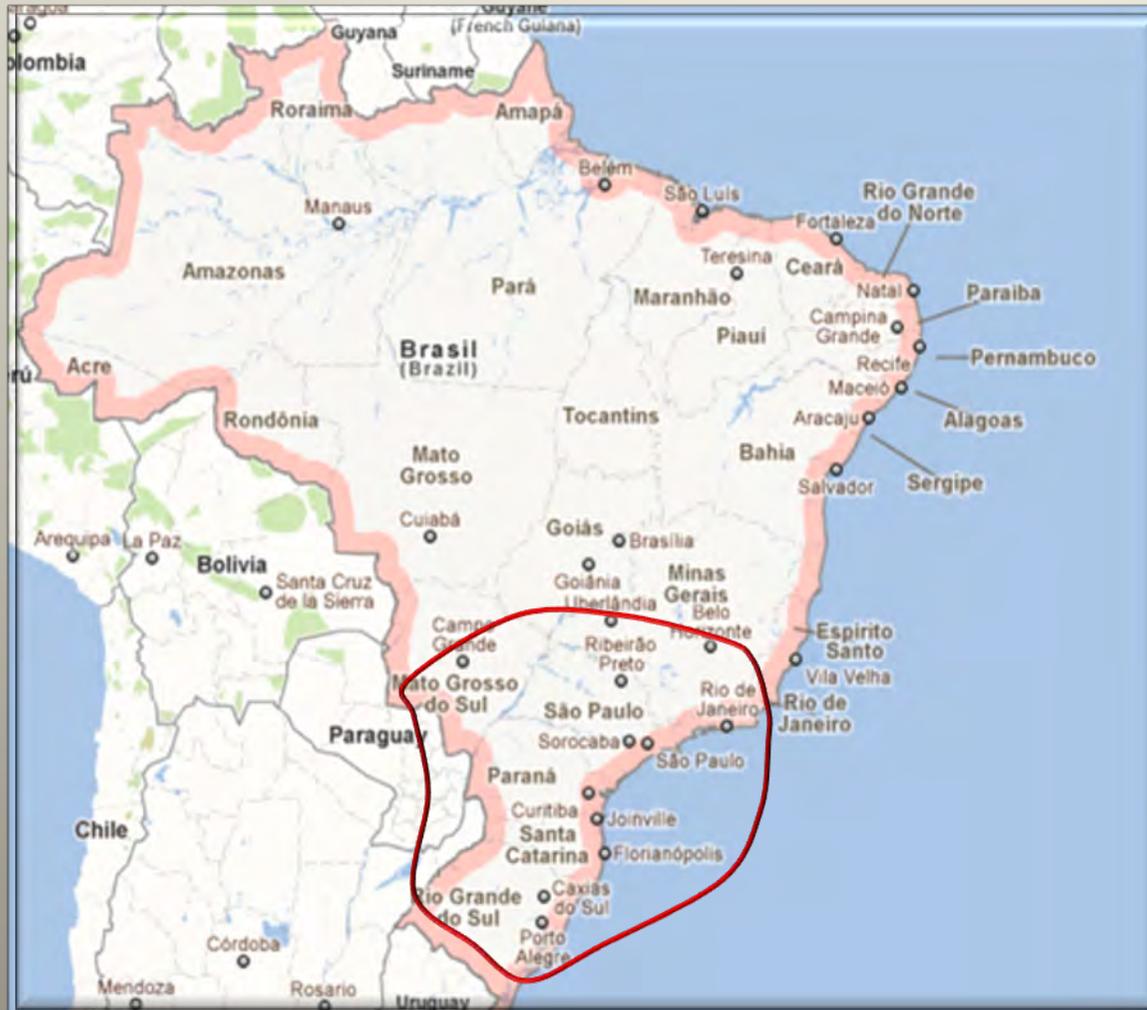


Principali indicatori demografici (anno 2011)

Popolazione	203,429,773
Lingua ufficiale	Portoghese
Religione	Preponderanza Cattolica romana 73,6%, Protestante 15,4%, Spiritualist 1,3%, Bantu / voodoo 0,3%, altri 1,8%, non specificato 0,2%, nessuna 7,4%
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 26.2 15-64 anni: 67.0 over 65 anni : 6.7
Età media	29,3
Tasso di crescita della popolazione (in %)	2000-2011: 12,8%



- Dal 2003, il Brasile ha costantemente migliorato la propria stabilità macroeconomica e la costituzione di riserve estere riducendo il suo profilo di debito.
- È la 6^a economia mondiale
- 28 milioni di famiglie (più della popolazione di Rep. Ceca, Belgio, Ungheria, Portogallo, Svezia, Austria, Svizzera, Finlandia, Danimarca, Norvegia, Irlanda, Nuova Zelanda, Lussemburgo e Islanda assieme).
- Detiene uno dei più moderni sistemi di telecomunicazioni;
- È la porta di ingresso ai mercati del Mercosud
- 4° più grande mercato di veicoli in tutto il mondo nel 2011, dopo la Cina, USA e Giappone
- 4^o produttore mondiale di aerei;
- Presenta una evoluzione demografica/annua di 2.5 milioni di persone.
- Possiede la più diversificata base industriale dell'America Latina;
- È il principale produttore mondiale di minerali grezzi e lavorati;
- 3° posizione nel mercato globale dei PC nel 2011, dietro solo a Cina e Stati Uniti. Con 15,4 milioni di unità vendute, in crescita del 12% sul 2010



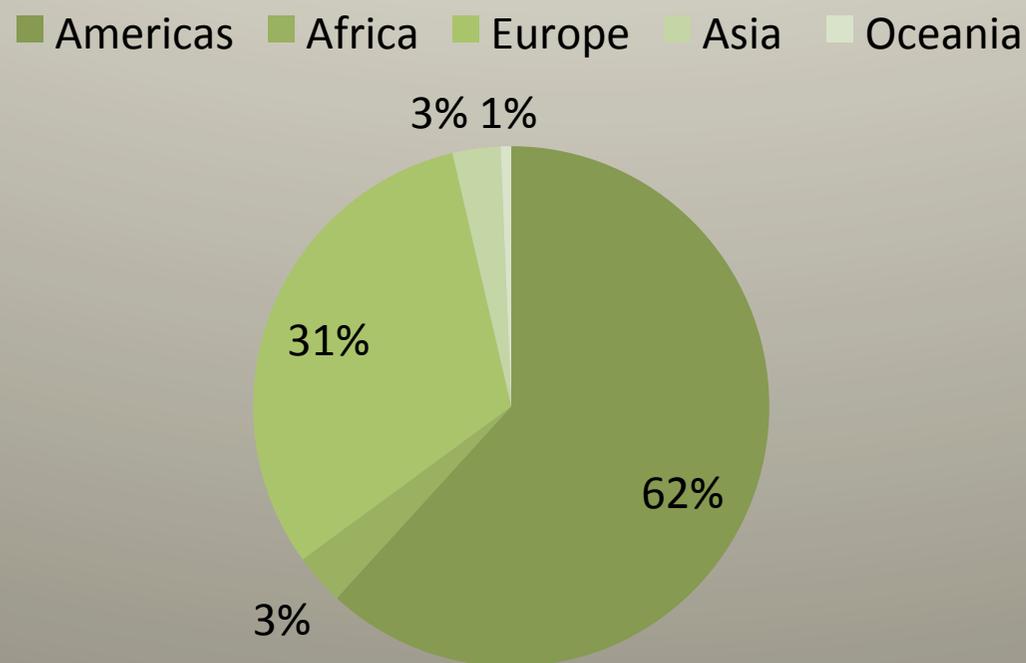
Circa l'80% dei brasiliani risiedono in centri urbani.

La regione sud-est è la più ricca e più densamente popolata, qui si trovano le due città più grandi: San Paolo e Rio de Janeiro. Il sud si considera invece la zona più ricca in termini di PIL pro capite.

Il sud est del Brasile rappresenta il 90% del traffico turistico totale. San Paolo è il centro economico del Brasile finanziario.

L'outbound dal Brasile é stato di circa 6.650.000 nell'anno 2012 con un trend sempre positivo in questi ultimi anni che si conferma anche nel primo semestre 2013.

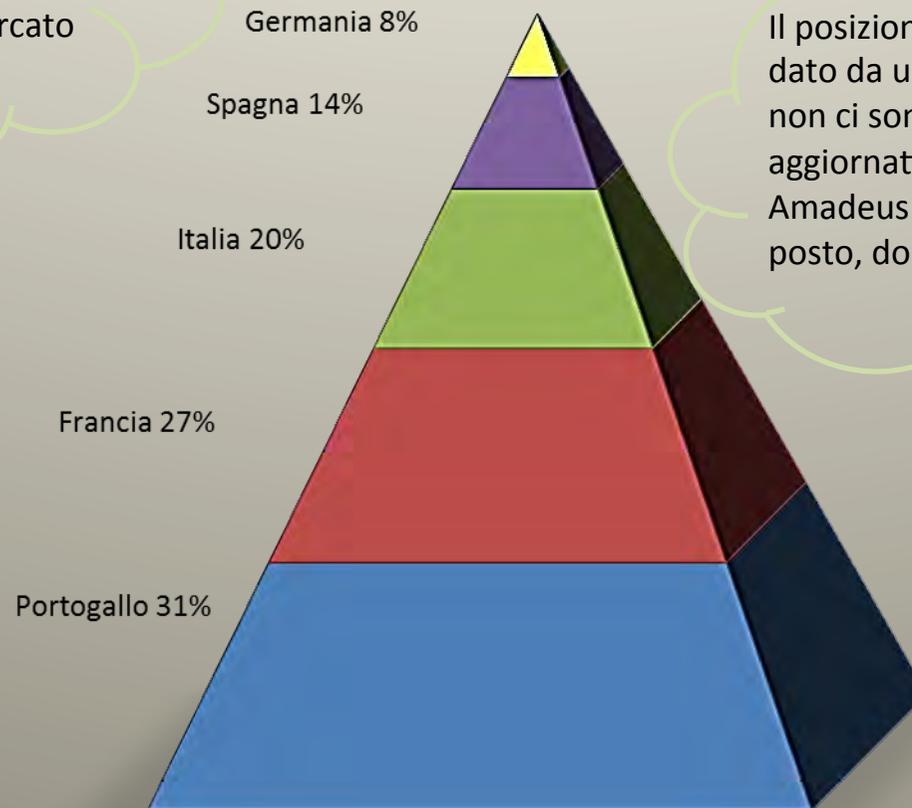
L'Europa, nel panorama dei consumatori Brasiliani si posiziona al secondo posto come destinazione turistica dopo gli Stati Uniti, .



L'aumento dei voli dal Brasile verso l'Europa influenzano positivamente il mercato turistico.

Le prospettive future relative all'outgoing sono positive ed indicano una crescita dei flussi turistici verso l'estero, inclusa l'Italia.

Il posizionamento dell'Italia é dato da una stima, in quanto non ci sono dati ufficiali aggiornati, ma un'analisi di Amadeus la pone al secondo posto, dopo il Portogallo.



	2010	2011	2012	2013
Viaggi verso l'Italia (milioni di partenze/viaggi)	580.000	667.000 (Stima)	800.000 (Stima)	1.000.000 (Stima)

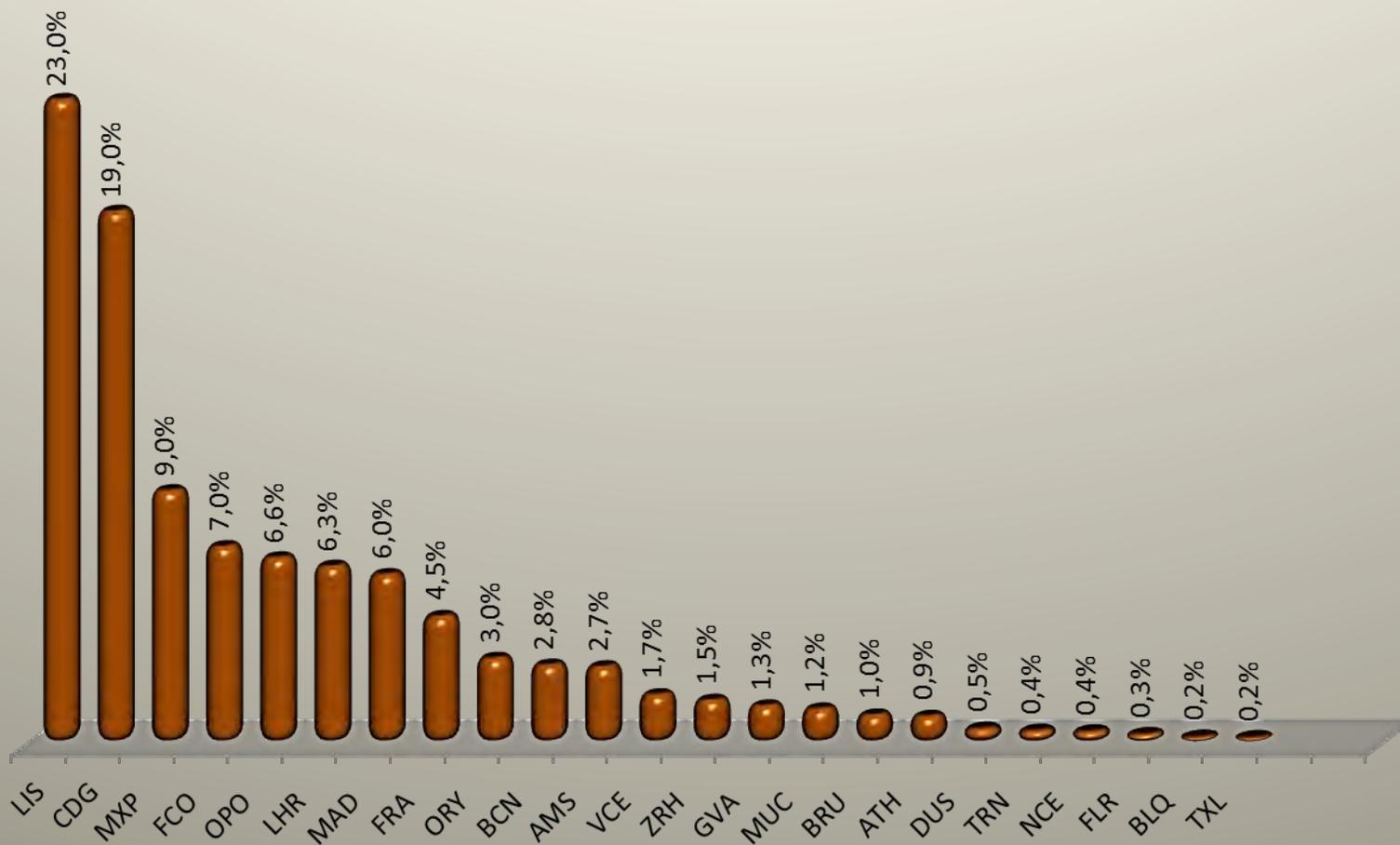
Presenze di stranieri per paese di residenza - Anni 2007-2010 (valori assoluti e composizioni percentuali)

PAESI DI RESIDENZA	2007		2008		2009		2010	
	Presenze	Quota percentuale	Presenze	Quota percentuale	Presenze	Quota percentuale	Presenze	Quota percentuale
PAESI EXTRAEUROPEI								
Australia	1.718.420	1,1	1.764.169	1,1	1.572.543	1,0	1.861.752	1,1
Brasile	1.125.925	0,7	1.226.481	0,8	1.137.182	0,7	1.427.733	0,9
Canada	1.839.729	1,1	1.739.697	1,1	1.612.960	1,0	1.798.679	1,1
Cina	1.314.727	0,8	1.221.174	0,8	1.254.039	0,8	1.564.035	0,9
Giappone	2.882.194	1,8	2.595.488	1,6	2.534.836	1,6	2.593.846	1,6
Stati Uniti d'America	12.678.463	7,8	10.865.834	6,7	10.080.117	6,3	10.807.293	6,5
Altri paesi extra europei	8.023.698	4,9	8.054.655	5,0	7.802.369	4,9	8.535.070	5,2
Totale	29.583.156	18,1	27.467.498	17,0	25.994.046	16,3	28.588.408	17,3
TOTALE GENERALE	163.465.680	100,0	161.797.434	100,0	159.493.866	100,0	165.202.498	100,0



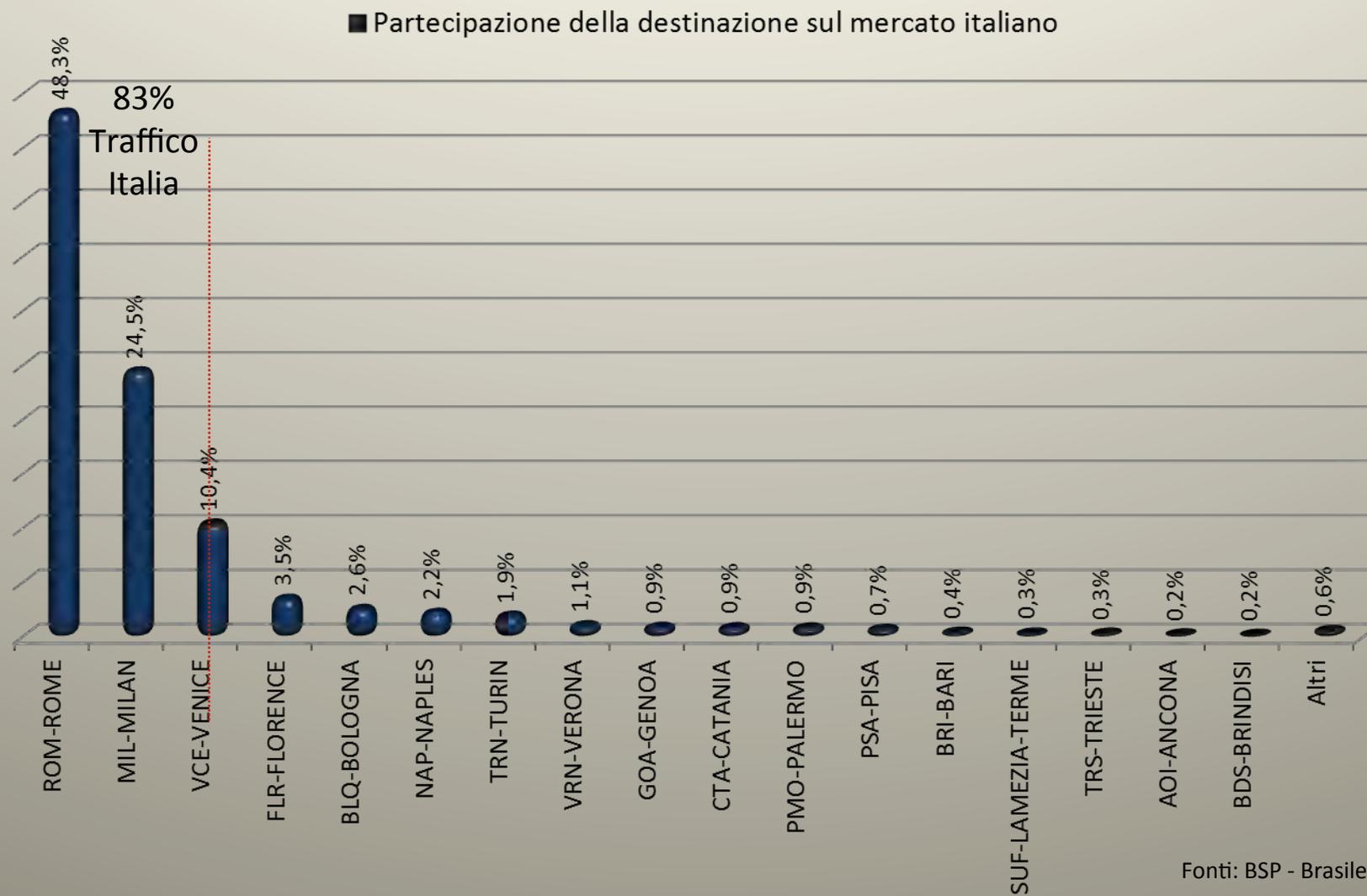
- La TAP è la compagnia con il maggior numero di voli tra il Brasile e l'Europa. Sono 75 voli settimanali per l'Europa. Le destinazioni italiane operate con scalo a Lisbona sono: Milano, Roma, Venezia e Bologna.
- I voli diretti verso l'Italia, sono effettuati solo da due compagnie che effettuano la tratta SAO/ RIO- ITALIA: Alitalia (ROM) e TAM (MIL).
- Alitalia recentemente ha rinnovato parte della sua flotta, sostituendola con gli aerei Embraer **ERJ-175** e 5 E-190 in modo tale da coprire le tratte di maggior rilevanza regionale collegando destinazioni come: Fiumicino, Malpensa, Linate, Torino, Napoli, Venezia e Catania.
- I Brasiliani si sono dimostrati, negli ultimi anni, più propensi a viaggi di lungo raggio, tendenza sostenuta da nuove tratte di questo tipo proposte da compagnie aeree quali Emirates o LATAM (derivata dall'entrata della LAN nel gruppo TAM).

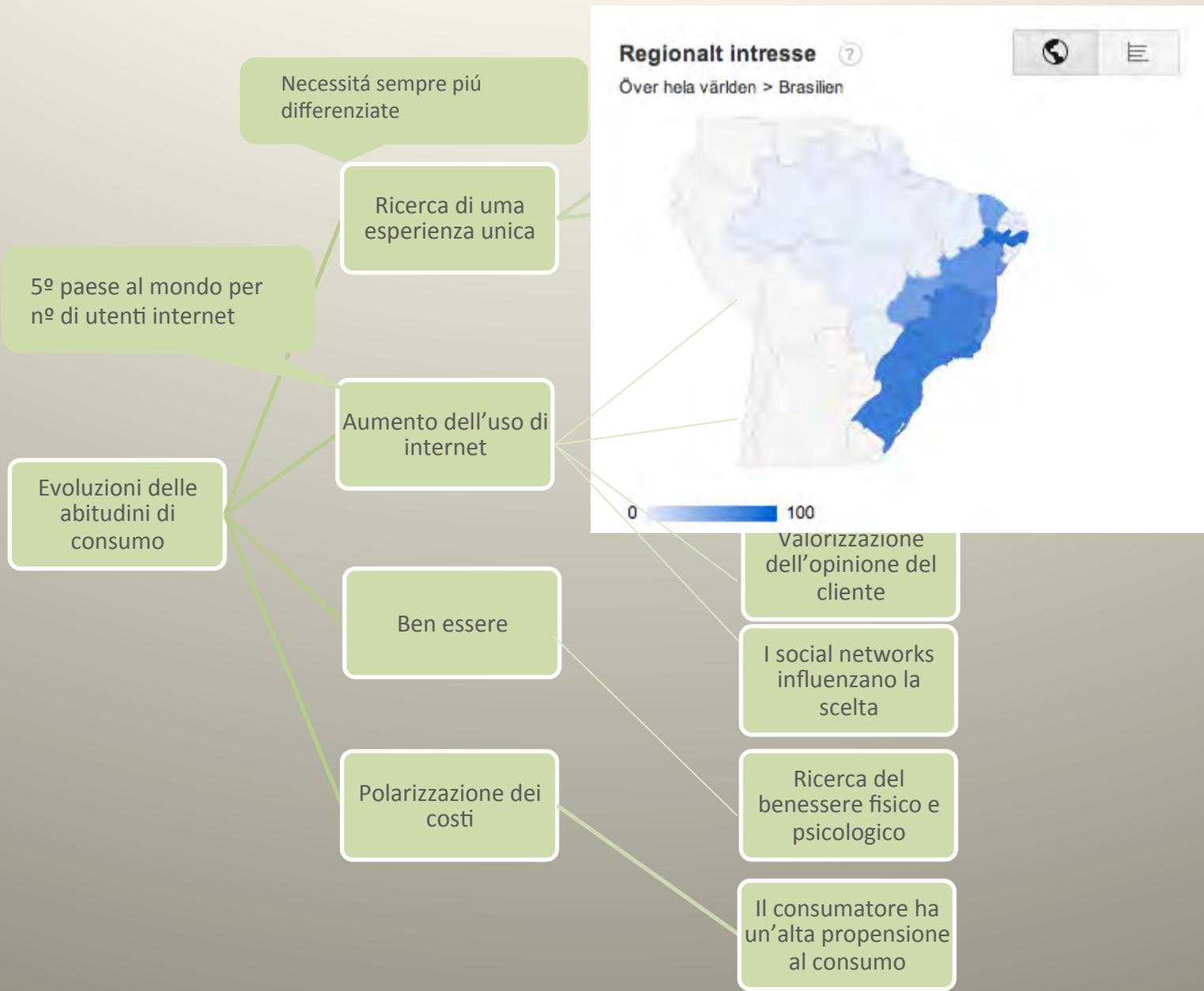
Destination Share



Fonti: BSP - Brasile

Le principali mete turistiche in Italia sono le città di Roma, Milano , Firenze, Venezia , in crescita le Regioni Sicilia, Sardegna e Campania (in particolare, la Costiera Amalfitana).





COSA FANNO I BRASILIANI ?



La domanda turistica in questo mercato esprime una preferenza per il segmento enogastronomico cui si aggiungono, fra gli interessi principali, la cultura e lo shopping.

I viaggi si concentrano nei periodi delle vacanze scolastiche: luglio, dicembre e gennaio, con il picco massimo a gennaio .

I turisti brasiliani che scelgono una vacanza all'estero testimoniano l'alta propensione ai consumi turistici.

Ai brasiliani che viaggiano per turismo piacciono vita notturna e cultura, teatro, opera, balletto, bar e club.



Accoglienza in lingua portoghese



Calore umano



Taylor made



Emozioni da cinema

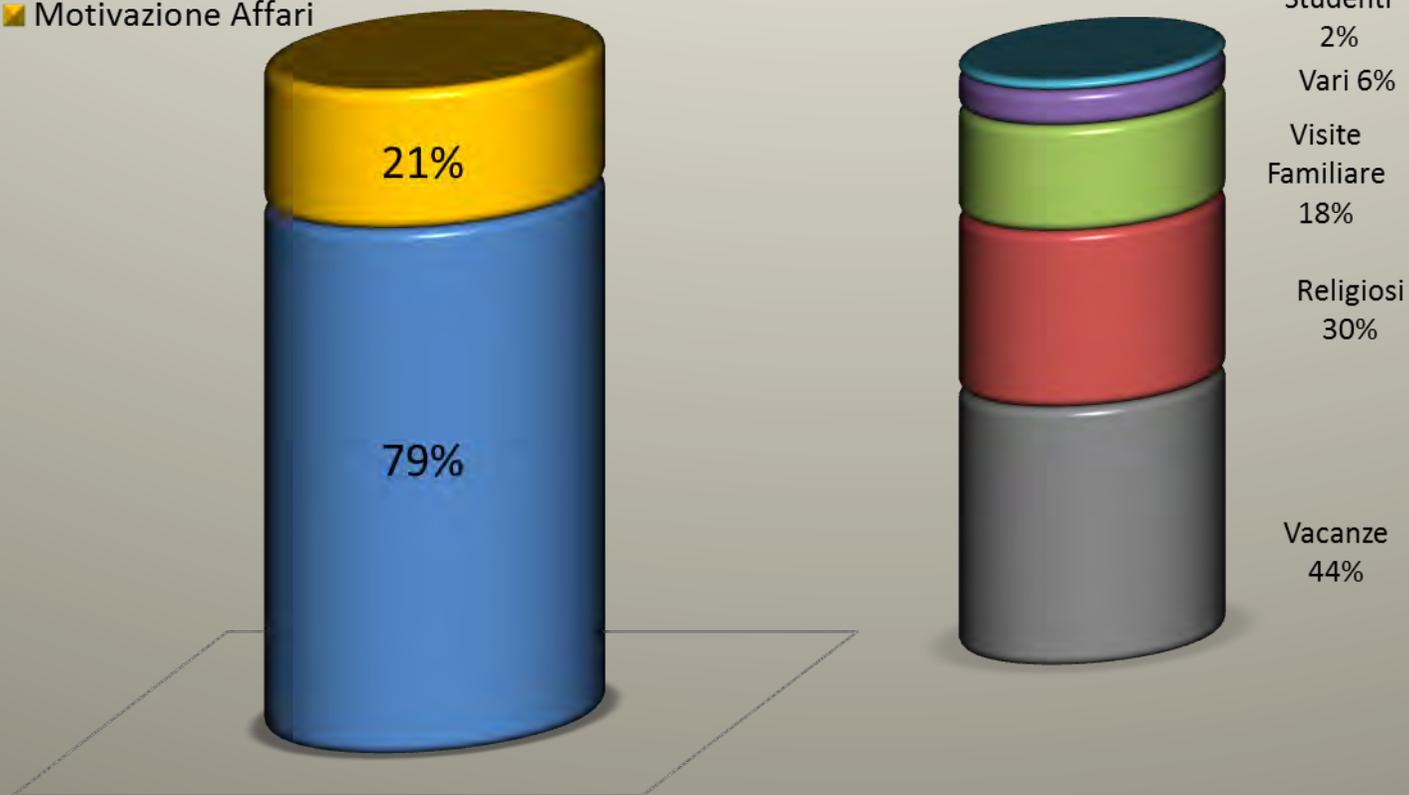


Buon rapporto prezzo qualità

La domanda turistica del mercato brasiliano, esprime una preferenza per il segmento enogastronomico, seguito da cultura e shopping.

■ Motivazione Leisure

■ Motivazione Affari



ANALISI DEL TURISMO OUTGOING / BRASILE

- Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi per specie di esercizio e paese di residenza dei clienti - Anno 2010

PAESI DI RESIDENZA	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Venezuela	49.766	141.684	5.474	22.302	55.240	163.986
Brasile	533.471	1.247.397	47.139	180.336	580.610	1.427.733
Argentina	205.447	516.089	26.056	93.682	231.503	609.771

consumatore

PAESI DI RESIDENZA	Alberghi di 5 stelle lusso, 5 e 4 stelle		Alberghi di 3 stelle e residenze turistico-alberghiere		Alberghi di 2 e 1 stella		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Brasile	317.839	719.267	171.340	425.243	44.292	102.887	533.471	1.247.397

STATO D
B

iano: F

PAESI DI RESIDENZA	Campeggi e villaggi turistici		Alloggi in affitto		Altri esercizi (a)		Alloggi agrituristici		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Brasile	6.035	21.930	20.389	90.886	18.158	57.257	2.557	10.263	47.139	180.336

N

Potenziale di MKT

Alto

Basso



Alto

Basso

Penetrazione di MKT

Mercato Brasiliano: Positioning del prodotto

CULTURA e ENOGASTRONOMIA

Il prodotto cultura possiede un'alta penetrazione di MKT, per anni é stato il “cash cow” dell'Europa, la fonte sicura di reddito, che ora ha bisogno di essere stimolato con proposte innovative.

È inevitabilmente associato all'enogastronomia, in quanto il brasiliano ama provare cibi differenti e la gastronomia é parte essenziale delle sue giornate.



TURISMO RELIGIOSO e HONEY MOON

Secondo Embratur – Empresa Brasileira de Turismo e una ricerca fatta dal Research Institute of São Paulo University (USP) circa **15 milioni di Brasiliani** ricercano destinazioni per turismo religioso, comprese località dove celebrare il sacramento del matrimonio.

Principali destinazioni

Vaticano, Roma, Santiago de Compostela, Fátima, Lourdes, Éfeso e Gerusalemme.



SHOPPING

I Brasiliani amano fare shopping! Specialmente quando possono godere anche del tax free.

Ricerche del Worldwide Tourism Organization of ONU, riscontrano un aumento del 30% tra il 2011 e il 2010 nelle spese dei brasiliani.



MONTAGNA

Nonostante I Brasiliani non siano abituati ai climi freddi un grande numero di turisti é curioso e vuol conoscere la neve, le montagne e provare a sciare.

Attualmente la prima destinazione per il turismo invernale é l'Argentina seguita dagli USA.



LUSSO E MODERNITÀ

- Si stima che il mercato del lusso in Brasile abbia generato 12 miliardi USD nel 2011, 33% in più rispetto al 2010 (MCF consultoria)
- I mercati principali per il segmento lusso sono: Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre.



EVENTI

Travel Week São Paulo

TURISMO ACCESSIBILE

Il Brasile possiede quasi 24,5 milioni di disabili, persone con mobilità limitata per problemi di età, peso, vista o fisici, in cerca di opportunità per viaggiare e approfittando delle destinazioni che mettono a disposizione strutture ricettive con servizi specializzati in questo ambito.

- Sovrappeso: 30% della popolazione;
- Terza Etá: 14,5 mil o 8,6% della popolazione di cui il 37,6% in famiglia.
- 28% di questo target ha viaggiato almeno una volta durante il 2011 (Ministerio do Turismo). Nella classe A la percentuale cresce al 59%.



CICLOTURISMO

Il cicloturismo é in grande crescita tra Argentini e Brasiliani, lo dimostra la recente nascita di gruppi di cicloturismo e giornali e riviste specializzate.

Gruppi di ciclisti cercano destinazioni affascinanti ma soprattutto equipaggiate per poter rispondere alle loro necessit .

Per incentivare questo segmento abbiamo in programma diverse attivit  tra le quali un bicicletata nei luoghi emblematici di Buenos Aires il giorno 22 Giugno, durante i vari appuntamenti dell'evento che durer  un mese "Italia a Buenos Aires"



EN EL MARCO DEL
“VERANO ITALIANO” JUNIO 2013
MES DE LA CULTURA ITALIANA EN BUENOS AIRES
Que contará con actividades como:

CINEMITA
OPERA I PAGLIACCI
FRANCO BATTIATO
LA SCALA DI MILANO
ESCULTORES FAMOSOS ITALIANOS: ROBERTO BRICALLI
MUESTRA DEL MUSEO DEL PARCO DI PORTOFINO Y MUSEO
DEL MAR
RECONOCIDAS OBRAS TEATRALES
JAZZ: GIROTTO- SEVILLO
PREMIO FONTÀN
DESIGN ITALO ARGENTINO
UTO UGHI



LLEGADA
PLAZOLETA DE LOS SUSPIROS

LARGADA
CONGRESO DE LA NACION

EDIFICIO BAROLO
TEATRO COLON

HOTEL DE LOS INMIGRANTES

LOLA MOREA Y MUSEO DE LA CARCOVA

USINA DEL ARTE - EX ITALO

MUSEO QUINQUELA MARTIN



Recorriendo
ITALIA Buenos Aires



1919
ENIT ITALIA

AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO



BICICLETEADA



Recorriendo

ITALIA

Buenos Aires



REGIONES:

TOSCANA
EMILIA ROMAGNA

MONUMENTO:

EDIFICIO BAROLO

ESTACIONES:

FIRENZE
RIMINI



ESTACIÓN 1:

EDIFICIO BAROLO



BICICLETEADA

Recorriendo

ITALIA

Buenos Aires



13:30 HS
CONCIERTO EUGENIO BENNATO
FUSIÒN CON FOLCKLORE ARGENTINO
DOÑA MARIA

SORTEO DE 2 AEREOS A ITALIA

PATIO DE COMIDAS



LLEGADA

PLAZOLETA DE LOS SUSPIROS



BICICLETEADA

Recorriendo

ITALIA

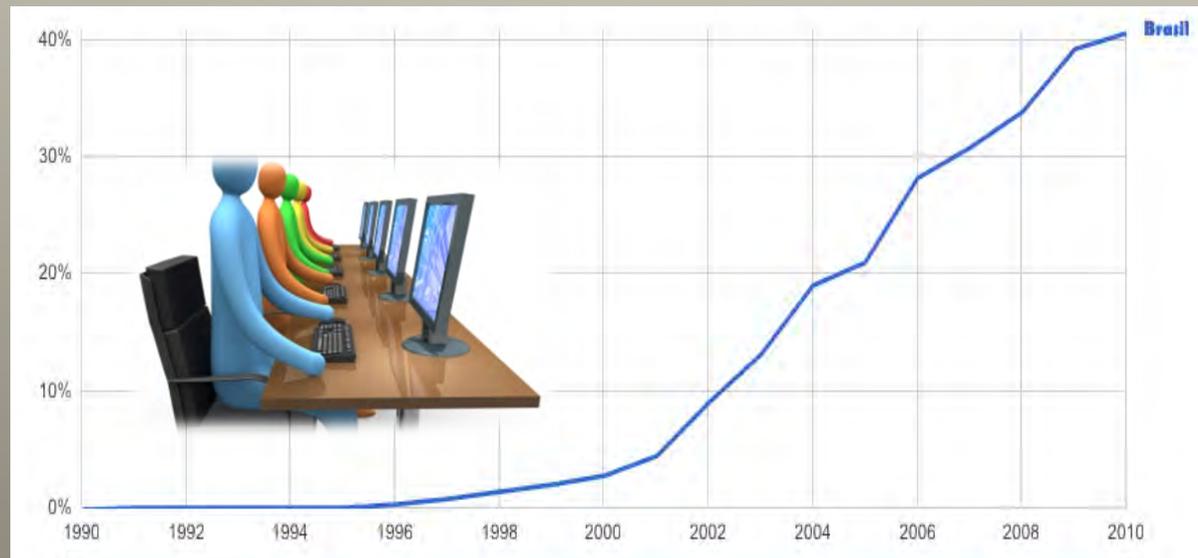
Buenos Aires



Canali d'acquisto utilizzati	<ul style="list-style-type: none">• Agenzie di viaggio.• Internet.• L'organizzazione del viaggio attraverso i Tour Operator
Durata media della vacanza	<ul style="list-style-type: none">• Soggiorno medio tra 10 e 15 notti.
Spesa Media	<ul style="list-style-type: none">• Per l'Europa 180 dollari• Nord America di 110 dollari

- Il numero di cittadini che utilizzano internet in Brasile è 71 milioni di persone oltre i 16 anni.
- Il maggiore uso di internet (78% della popolazione brasiliana) è stato raggiunto negli ultimi due anni.
- L'acquisto via internet è in aumento tra le famiglie brasiliane. Per quanto riguarda il turismo, sempre più spazio stanno guadagnando i siti web specializzati, sia per ottenere informazioni che per la ricerca dei prezzi più vantaggiosi per gli acquisti di biglietti, per prenotare alberghi, ecc

Utenti di Internet come percentuale della popolazione





- Top ten Trip Advisor
–Itália – 211.814
–França – 154.444
–Portugal – 111.492
–Espanha – 109.704
–Reino Unido – 108.518
–Alemanha – 52.413
–Turquia – 35.481
–Grécia – 34.789
–Suíça – 27.010
–Holanda – 23.622
–Áustria – 15.706
–Bélgica – 15.403
–Republica Checa – 14.266
–Rússia – 12.740
–Noruega – 12.102
–Irlanda – 11.406
–Croácia – 11.345
–Hungria – 7.535



Mercato Brasileiro: Internet & Social Network

Associazioni di categoria

Le principali sono:

ABAV – Associazione Brasiliana delle Agenzie di Viaggio

1 sede nazionale
27 sedi statali
3.500 agenzie associati
www.abav.com.br

Braztoa – Associazione Brasiliana di Tour Operators

Gli associati sono responsabili per il 90% dei pacchetti turistici commercializzati in Brasile.
www.braztoa.com.br

Abracorp – Associazione Brasiliana delle Agenzie dei Viaggi Corporate

29 associati
www.abracorp.org.br











I nostri Platinum

ENIT ON GOING!!

- Visitando l'Italia in Buenos Aires in Bicicletta – 22 Giugno
- FIT – 14 – 17 Settembre



Argentina save the date!

- ABAV – 4-8 Settembre 2013
- Workshop America Latina
 - Buenos Aires - 4 novembre
 - Santiago del Cile - 6 novembre
 - Gramado - 8 novembre
- Festival do Turismo de Gramado – 7-10 Novembre 2013
- Workshop mirati su segmenti di mkt (uno al mese):
cicloturismo, golf & sky, enogastronomia e cultura, lusso,
MICE, shopping, turismo accessibile.



Grazie!!!