

## KAZAKHSTAN, KYRGYZSTAN

Rapporto Congiunto  
Ambasciate/Consolati/ENIT 2015

---



## INDICE :

- **Analisi del quadro socio-economico**
  - a. Principali indicatori economici
  - b. Principali indicatori sociali e demografici
- **Analisi del mercato turistico**
  - Analisi del turismo outgoing
  - Composizione target
  - Analisi SWOT della destinazione Italia
  - Analisi della domanda organizzata
  - Collegamenti aerei
  - Brand Italia e analisi dei competitors
  - Nuove tecnologie e turismo
- **Le linee strategiche**

Bibliografia

Contatti

## KAZAKHSTAN

### 1. Analisi del quadro socio-economico

Il Kazakhstan, con i suoi 2,7 milioni di km<sup>2</sup>, è il 9° Paese, per estensione, più vasto al mondo. Insieme alla Federazione Russa e Bielorussia, è parte dell'Unione Doganale, recentemente trasformata in Unione Economica Euroasiatica, area che presenta una capacità di mercato di circa 170 milioni di persone. Il Kazakhstan è diventato un importante polo strategico ed economico, grazie soprattutto alle ingenti risorse minerarie e al petrolio, di cui il Paese è ricco (19<sup>a</sup> produttore mondiale). Il Kazakhstan ha registrato negli ultimi vent'anni un tasso di crescita medio tra i più dinamici al mondo pari a circa l'8% e secondo soltanto alla Cina e al Qatar (periodo 1998 -2008). Nel 2012 si è registrato un tasso di crescita del PIL di circa il 5% e, nel 2013, del 6,5% (l'inflazione rimane tuttavia ancora relativamente alta: 6.2% circa). Il PIL pro capite ha raggiunto nel 2013 i 14.719 USD con tendenza ad ulteriore crescita. Tra le priorità del Governo kazako in campo economico vi sono il rafforzamento del settore energetico e minerario (in particolare l'Oil & Gas, con nuovi progetti di investimento), ed una maggiore diversificazione dell'economia. A tal fine sono stati avviati negli scorsi anni dei programmi di sviluppo sostenuti da nuovi investimenti statali in infrastrutture e formazione. Al contempo sono stati incentivati gli investimenti stranieri anche in aree al di fuori dei tradizionali settori dello sfruttamento delle materie prime. Sul piano internazionale, il Kazakhstan svolge un ruolo importante nel favorire la stabilità di un'area molto delicata come l'Asia Centrale, collaborando attivamente, in particolare, nella lotta contro il terrorismo internazionale. L'Italia, secondo i dati kazaki, è il terzo partner commerciale del Kazakhstan, dopo Russia e Cina, con un forte surplus a favore del Kazakhstan da cui il nostro Paese importa soprattutto petrolio.

#### 1.a Principali indicatori economici

(dollari)	2011	2012	2013	2014	2015
PIL (MLD US\$)	188,0	203,5	225,8	247,5	248,5
PIL pro-capite (US\$)	12,892	13,567	14,373	15,193	16,218
Crescita del PIL reale (var.%)	7,5	4,9	5,7	5,0	6,0
Consumi privati (% del PIL)	11,0	11,1	13,7	6,0	5,0
Debito pubblico (% del PIL)	12,3	13,0	13,8	14,4	14,6
Investimenti totale (MLD \$)	3,6	3,3	14,0	6,0	8,0
Bilancia commerciale (MLD \$)	44,8	37,9	33,8	35,5	44,5
Rating OECD sul rischio Paese	5	5	5	5	5
Consumi governi (%)	11,3	11,4	1,7	4,0	3,3

Fonti: Economic Intelligence Unit, IMF, international financial statistics

## 1.b Principali indicatori sociali e demografici

(anno 2014)	
Popolazione (in milioni)	17,221
Lingua ufficiale	Kazako (lingua veicolare: russo)
Religione	Musulmani Cristiani e ortodossi Altre religioni
Struttura demografica (quota %)	0-15 anni: 27,3%, 16-62 anni: 62,4%, over 65 anni: 10,4%
Età media	27
Tasso di crescita della popolazione (in %)	1,41
Rapporto maschi/femmine	64,34 / 74,59
Altro ...	

Fonti: Agenzia di Statistica del Kazakhstan

## KYRGYZSTAN

### 1. Analisi del quadro socio-economico

La situazione politica del Paese, l'unico dell'Asia Centrale ad aver scelto una forma di governo di democrazia parlamentare (o molto affine a questa), resta piuttosto fluida. Due fattori in particolare restano potenzialmente destabilizzanti: il contrasto tra il nord ed il sud del Paese, quest'ultima regione caratterizzata dalla presenza di una vasta minoranza uzbeka, e la situazione economica, tuttora assai fragile. La situazione finanziaria rimane rifatti debole, legata all'esportazione di poche materie prime, oro in particolare, il cui andamento condiziona sensibilmente il tasso di crescita del Paese. Le rimesse degli emigranti (soltanto in Russia vivono circa un milione di kirghisi) rappresentano una parte essenziale dell'economia del Paese (oltre il 30% circa del PIL) che beneficia altresì, soprattutto dopo gli eventi violenti del 2010, di numerosi aiuti internazionali, in particolare nel settore sociale e dell'"institutional" building.

#### 1.a Principali indicatori economici

(dollari)	2011	2012	2013	2014	2015
PIL (MLD US\$)	5,9	5,8	6,36	n.d.	n.d
PIL pro-capite (US\$)*	1.070	1.109	1.241	n.d.	n.d
Crescita del PIL reale (variazione %)	5,7	-0,9	5,5	4,5	5,0
Consumi privati (% del PIL)	80,6	78,1	81,6	n.d.	n.d
Debito pubblico (% del PIL)	55,2	54,6	56,4	n.d.	n.d
Investimenti diretti stranieri netti (MLD US\$)	0,375	0,26	0,32	n.d.	n.d
Bilancia commerciale (MLD US\$)	-1,6	-3,0	-2,3	-2,4	-3,2
Rating OECD sul rischio Paese	7	7	7	7	7

Fonti: Economist Intelligence Unit

Nota: ( \*) Previsioni

## 1.b Principali indicatori sociali e demografici

(anno 2012)	
Popolazione (in milioni)	5,6
Lingua ufficiale	Kirghiso e russo
Religione	Musulmani (prevalentemente sunniti) 75%, cristiano ortodossi 20%, altre religioni 5%
Struttura demografica (quota %)	0-9 anni: 21,5%; 10-19 anni: 19,3%; 20-29 anni: 19,6%; 30-39 anni: 13,3%; 40-49 anni: 11,3%; 50-59 anni: 8,4%; 60-69 anni: 3,3%; 70-79 anni: 2,3%; over 80 anni: 1%
Età media	68,4
Tasso di crescita della popolazione (in %)	1,0%
Rapporto maschi/femmine (età media)	n.d.

Fonti: stat.kg

## 2. Analisi del mercato turistico

### 2.a Analisi del turismo outgoing

Il Kazakhstan ha un potenziale di turismo outgoing di alto livello verso l'Italia reale ed in costante crescita, soprattutto in termini di spesa turistica. Il numero di cittadini kazaki in grado di sostenere economicamente un viaggio in Italia, quantunque ancora limitato, è in costante aumento grazie alla crescita economica del proprio Paese trainata dalle esportazioni delle ingenti risorse di materie prime. È altresì in crescita il PIL pro-capite che ha ormai raggiunto e superato quello di Paesi UE come Bulgaria e Romania. Tali potenziali acquirenti di servizi turistici non sembrano richiedere al momento una particolare opera di promozione del nostro Paese, considerato che essi già conoscono le località più esclusive della penisola, dove senza difficoltà possono affittare case di villeggiatura per sé e le loro famiglie. Risulta peraltro opportuno evidenziare che il mercato kazako vede di recente una sempre più crescente attenzione da parte dei vari competitor, che hanno incentivato le loro azioni di marketing e comunicazione in Kazakhstan.

Lo sviluppo e formazione di una classe media che è già in atto nel Paese, soprattutto nelle principali città, come Almaty e Astana, pone le basi per favorire un'attività di promozione dell'immagine turistica in Kazakhstan di cui esiste oggi richiesta, secondo quanto indicato anche dagli operatori turistici locali.

Si rende, pertanto, opportuno avviare in tempi brevi un'attività di promozione unitaria del Sistema dell'Italia e dell'immagine turistica e di maggiore supporto alla commercializzazione dei prodotti turistici italiani, soprattutto nelle due principali città di

Almaty e della capitale Astana, al fine di intercettare una parte dei flussi che oggi si rivolgono ad altre destinazioni, ponendosi in concorrenza con altri Paesi. Il turismo di massa non potrà certo raggiungere in breve tempo alte cifre, dato il costo abbastanza elevato di un pacchetto turistico medio. Un notevole ostacolo è costituito dalla mancanza di voli diretti, nonché, anche nel solo periodo estivo, di voli charter, che, associato alla lontananza del Kazakhstan dall'Europa, fa aumentare il prezzo del biglietto aereo.

I Paesi esteri preferiti dai turisti del Kazakhstan sono Turchia, Unione degli Emirati Arabi, Cina, Thailandia, Bulgaria, Egitto e Germania.

La maggior parte degli operatori turistici kazaki è concentrata nelle città di Almaty, Astana e Karaganda.

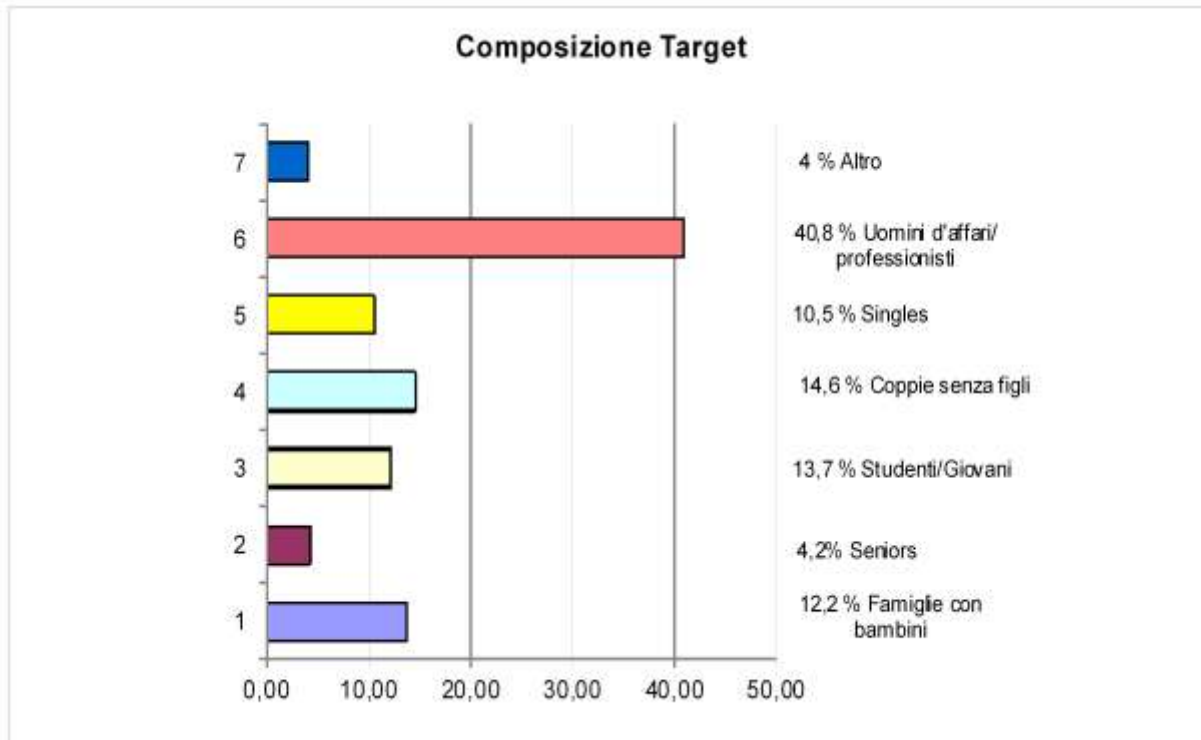
Le Regioni italiane più visitate sono: Lazio, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna.

### Numero dei visti turistici rilasciati

	<b>Astana (Kazakhstan)</b>
<b>2006</b>	3024
<b>2007</b>	4810
<b>2008</b>	5332
<b>2009</b>	4771
<b>2010</b>	5272
<b>2011</b>	7369
<b>2012</b>	10229
<b>2013</b>	12694
<b>% 2013 al 2012</b>	+24,10%

Per quel che riguarda le prospettive future, data la prevalenza del turismo individuale rispetto a quello organizzato, soprattutto per i Paesi più vicini geograficamente, le prospettive dell'ulteriore consolidamento del turismo da Kazakhstan e Kyrgyzstan sono legate principalmente all'andamento della situazione socio-economica interna ed al rapporto qualità - prezzo dei servizi offerti.

## 2.b Composizione target (Kazakhstan)





TURISTA KAZAKO	
segmento socio-economico di appartenenza	Per effetto della situazione economica nel Paese, i turisti verso l'Italia sono in maggioranza imprenditori, autorità del governo o appartenenti alla elite politico-economica.
livello culturale	Medio-alto
fasce di età	La fascia dell'età dei viaggiatori all'estero è tra 25 – 55 anni
propensione al viaggio	La propensione al viaggio è molto alta, ma lo sviluppo economico attuale ancora non permette alla maggioranza della popolazione di fare una vacanza all'estero. La maggior parte dei viaggi per vacanza viene effettuata nei Paesi che non richiedono il visto d'ingresso e che sono raggiungibili con il volo diretto di linea o charter.
principali motivazioni di vacanza all'estero	Le motivazioni principali di vacanza dei turisti kazaki sono: relax, vacanza attiva, shopping, viaggi d'affari.
mezzi di trasporto preferiti	Aereo 85 %, treno 11 %, auto 4 %
prodotti turistici preferiti ed emergenti	Sono indubbiamente le maggiori città d'arte come Roma, Venezia, Milano e Firenze.
fattori determinanti nella scelta delle destinazioni	Rapporto qualità-prezzo, garanzia di qualità dei servizi.
tipo di alloggio preferito	Alberghi di 4-5 stelle e residenze di lusso per la clientela VIP
Mesi preferiti per i viaggi	Vi è una sostanziale uniformità sebbene il numero di turisti si concentra nel corso dei mesi gennaio, maggio – agosto.
fonti di informazione preferiti (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)	Agenzie di viaggio, operatori, siti web, stampa specializzata, suggerimenti di amici.
canali d'acquisto utilizzati	Nonostante la crescente popolarità di internet come strumento per la ricerca e l'acquisto di viaggi, molti viaggiatori kazaki continuano a utilizzare le Agenzie, soprattutto per itinerari complessi che richiedono professionalità e capacità organizzativa.

## 2.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>- L'Italia è vista come un Paese di forte attrazione turistica ed è ritenuto come il Paese più completo dal punto di vista dell'offerta turistica.</li> <li>- recente apertura di centri visti ad Almaty ed Astana per raccolta e supporto al servizio consolare dell'Ambasciata d'Italia ad Astana</li> <li>- Primato del Brand Italia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessità del visto d'ingresso</li> <li>- Mancanza di voli diretti</li> <li>- Mancanza di informazioni esaurienti</li> <li>- Percezione dell'Italia come destinazione esclusiva e cara (da parte delle fasce sociali meno agiate economicamente)</li> <li>- Assenza di pubblicità e mancanza del materiale promo-pubblicitario in lingua locale che ha come conseguenza anche la limitata conoscenza del prodotto turistico italiano anche da parte di operatori turistici kazaki</li> </ul>
<b>Opportunità</b>	<b>Rischi/Difficoltà Potenziali</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costante crescita dell'interesse dell'apprezzamento verso l'Italia e in generale per il Made in Italy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- forte concorrenza di altri Paesi, che tra l'altro non richiedono il visto turistico d'ingresso o con minori adempimenti e documentazione per il rilascio dello stesso, che hanno collegamenti diretti e che investono in azioni di marketing e comunicazione nel Paese</li> </ul>

## 2.d Analisi della domanda organizzata

Attualmente il numero degli operatori turistici kazaki specializzati sull'Italia risulta essere non superiore a 15. Nessuno di loro è accreditato presso le istituzioni italiane in Kazakhstan, per cui i dati richiesti non sono reperibili.

## 2.e Collegamenti aerei

Non sussistono al momento voli diretti che collegano le città del Kazakhstan con l'Italia.

## 2.f Brand Italia e analisi dei competitor

L'Italia occupa una posizione di grande prestigio nella considerazione dell'opinione pubblica kazaka e kirghisa. È ritenuto un Paese con un ottimo clima, ricco di monumenti culturali e storici. In Kazakhstan Made in Italy è molto apprezzato comprese la cucina e l'eno-gastronomia italiana. Non sono disponibili i dati riguardanti i budget per la

promozione turistica in Kazakhstan, stanziati dalle varie rappresentanze turistiche straniere presenti sul mercato.

## 2.g Nuove tecnologie e turismo

All'inizio del 2013 il numero di utenti internet in Kazakhstan (Kaznet) ha raggiunto 11.312.399 persone, pari al 65,6% della popolazione.

Il metodo principale di accesso ad internet è via computer, laptop o mobile internet. La quota di coloro che utilizzano Internet collegandosi con telefono cellulare è ancora non rilevante, pari al 17 % della popolazione adulta (sopra i 14 anni). Dal 2010 è in continuo aumento l'intensità di utilizzo di Internet.

## 3. Le linee strategiche

Sviluppo di nuovi prodotti turistici di nicchia (Terme e benessere, Montagna, Arte, Congressi e incentive, Laghi, Enogastronomia e Agriturismo) presso i Wholesalers del Kazakhstan attraverso site inspections e press-trip.

Supporto informativo e di familiarizzazione con l'Italia per gli operatori turistici e vasta campagna promo-pubblicitaria destinata al cliente finale che sicuramente faciliterà un incremento del flusso turistico.

## **Bibliografia**

[www.stat.kg](http://www.stat.kg)  
[www.stat.kz](http://www.stat.kz)  
[www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)  
[www.unwto.org/index.php](http://www.unwto.org/index.php)  
[www.oecd.org/cfe/tourism](http://www.oecd.org/cfe/tourism)  
[www.istat.it](http://www.istat.it)  
[www.bancaditalia.it/statistiche/rapp\\_estero/turismo-int](http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp_estero/turismo-int)  
[www.ontit.it](http://www.ontit.it)  
[www.eiu.com](http://www.eiu.com)

## **Contatti:**

### **ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo**

Tel. +7 495 775 78 28  
Fax +7 495 775 78 05  
121069, Russia, Moscow  
Povarskaya ul. 10, bld.1, of. 603  
E-mail: [moscow@enit.it](mailto:moscow@enit.it)

### **Ambasciata d'Italia ad Astana**

Kosmonavtov nr. 62 - 010000 Astana (Kazakhstan)  
Tel: (+ 7) 7172 2438 68 (Centralino)  
Fax: (+ 7) 7172 24 36 86  
E-mail: [ambasciata.astana@esteri.it](mailto:ambasciata.astana@esteri.it)

### **ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane**

Ufficio di ALMATY - Sezione per la Promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia  
Via Kazibek bi, 41 - Park Palace Complex - Almaty – 050010 Kazakhstan  
Tel: +7 727 2980575 - fax + 7 727 2980576  
E-Mail: [almaty@ice.it](mailto:almaty@ice.it)  
Sito web: <http://www.ice.gov.it/paesi/asia/kazakistan/ufficio.htm>