



SODELOVANJE BREZ MEJE COOPERAZIONE SENZA CONFINI



Razvojna agencija ROD



RRA severne Primorske
Regijska razvojna agencija d.o.o. Nova Gorica



Posoški razvojni center



Območna razvojna agencija
Kraša in Brkinov



Gospodarska zbornica Slovenije

Območna zbornica za severno Primorsko



Slovensko deželno gospodarsko združenje
www.udg.si
Unione regionale economica slovena
www.ures.it



E.I.N.E.



Agenzia per lo sviluppo - Ferrara



ANALISI DI MERCATO

AUSTRIA

TURISMO RURALE

OTTOBRE 2013



2007-2013
cooperazione territoriale europea
programma per la cooperazione
transfrontaliera
Italia-Slovenia
evropsko teritorialno sodelovanje
program čezmejnega sodelovanja
Slovenija-Italija



Investiamo nel vostro futuro!
Naložba v vašo prihodnost!
www.ita-slo.eu

Progetto cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale
Projekt sofinancira Evropski sklad za regionalni razvoj

Indice

1. CARATTERISTICHE GENERALI DEL PAESE	3
1.1. CARATTERISTICHE GEOGRAFICHE DELL'AUSTRIA	3
1.2. ECONOMIA AUSTRIACA	4
1.3. SCAMBIO COMMERCIALE TRA SLOVENIA E AUSTRIA	6
2. TURISMO RURALE IN AUSTRIA	6
2.1. ORGANIZZAZIONE DEL TURISMO RURALE	6
2.2. MERCATI PRINCIPALI E POTENZIALE DEL MERCATO	8
3. FIERE NEL SETTORE DEL TURISMO IN AUSTRIA	10
4. ALTRE ASSOCIAZIONI TURISTICHE IMPORTANTI	11

1. CARATTERISTICHE GENERALI DEL PAESE

1.1. CARATTERISTICHE GEOGRAFICHE DELL'AUSTRIA

L'Austria è un paese relativamente piccolo dell'Europa centrale e copre una superficie di 83.871 km². La capitale Vienna, che è anche un centro culturale e politico, ha 1,7 milioni di abitanti ed è la città più grande dell'Austria. L'Austria ha 8 milioni di abitanti dei quali il 90% sono austriaci, il 4% sono cittadini dell'ex Jugoslavia, il rimanente sono turchi e tedeschi.

La Repubblica d'Austria è composta da nove stati federati:

- Vienna (Wien)
- Burgenland
- Carinzia (Kärnten)
- Salisburgo
- Bassa Austria (Niederösterreich)
- Stiria (Steiermark)
- Tirolo (Tirol)
- Vorarlberg
- Alta Austria (Oberösterreich)



L'Austria è quindi una Repubblica federale composta da nove stati federati, ognuno con la propria autorità.

1.2. ECONOMIA AUSTRIACA

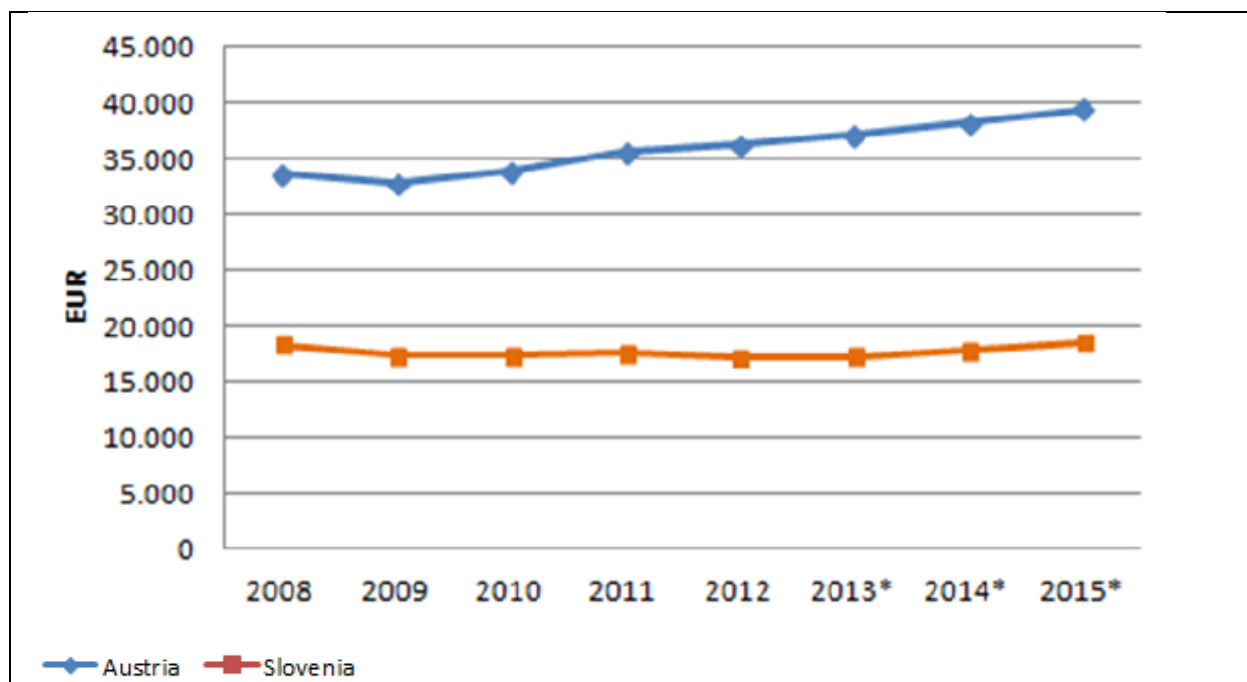
L'economia austriaca è considerata molto sviluppata, di successo e altamente industrializzata, il 70% del PIL rappresenta il settore di servizi che offre lavoro a due terzi della popolazione attiva. Tra le attività di servizio si deve mettere in rilievo il turismo visto che ogni anno 17 milioni di turisti visita questo paese.

Il settore industriale dell'Austria, che rappresenta circa il 30% del PIL, è vario e con diverse forme d'industria tradizionale. I settori principali sono l'edilizia, l'industria meccanica, la produzione di automobili e di parti di ricambio, l'alimentare, la lavorazione chimica, l'industria del legno e quella tessile. Strutturalmente prevalgono le imprese piccole e medie, alle quali appartiene la maggioranza delle imprese di produzione e servizi. Piccole e medie imprese insieme offrono lavoro a due terzi degli impiegati e creano la metà del PIL nazionale. Solo circa 1500 società impiegano più di 200 persone. Mediamente le società austriache impiegano meno di 10 persone.

L'agricoltura, dove prevalgono l'allevamento di bestiame e la viticoltura, dà impiego circa al 6% degli abitanti attivi e rappresenta circa l'1,5% del PIL. L'agricoltura ecologica cresce velocemente e al momento crea il 10% dell'intera produzione agricola. Anche il turismo rurale, al quale dedicheremo un'attenzione speciale in questa ricerca, si ispira al modo di vita ecologico e sano.

Nel 2012 l'Austria ha registrato una crescita del PIL dello 0,8%. Nel 2013 la crescita economica dovrebbe calare allo 0,2%, per gli anni successivi gli analisti prevedono una nuova crescita, che nel 2014 dovrebbe raggiungere l'1,2% e nel 2015 l'1,7%.

L'Austria supera notevolmente la Slovenia per valore del PIL pro capite presentato nel seguente grafico:



Fonte: www.izvoznookno.si

È interessante che i settori principali sono distribuiti per regioni:

- Alta Austria: industria siderurgica, chimica e meccanica
- Vienna: servizi finanziari
- Carinzia: industria di legno e carta
- Vorarlberg: tessuto, abbigliamento
- Salisburgo: industria elettrotecnica, di legno e carta, servizi interregionali nel commercio all'ingrosso e nell'economia automobilistica
- Stiria: autoveicoli, industria siderurgica, alimentare
- Tirolo: vetro, legno

L'Austria nel 2012 aveva un deficit commerciale di € 2,4 miliardi perché il valore dell'importazione ammontava a 126,5 miliardi, mentre il valore dell'esportazione era di € 124,1 miliardi. Il primo partner commerciale, per quanto riguarda l'importazione e l'esportazione, è la Germania, dove l'Austria esporta quasi il 30% dei suoi prodotti e importa il 40,6% dell'intero valore delle importazioni. Altri importanti mercati di esportazione sono l'Italia, la Svizzera, gli USA e la Francia; per quanto riguarda l'importazione troviamo oltre ai paesi elencati anche l'Olanda e la Repubblica Ceca. Nel 2012 i prodotti d'esportazione principali erano i macchinari, attrezzatura elettronica e elettrica, veicoli e prodotti farmaceutici. Tra i prodotti d'importazione invece troviamo i carburanti, macchinari, attrezzatura elettrica e elettronica, veicoli e prodotti di plastica.

I principali gruppi di prodotti d'esportazione 2012			I principali gruppi di prodotti d'importazione 2012		
% del totale			% del totale		
Macchinari, reattori nucleari		17,8	Carburanti minerali, oli		12,4
Attrezz. elettronica e elettrica		11,4	Macchinari, reattori nucleari		12,3
Veicoli		8,0	Attrezz. elettronica e elettrica		10,3
Prodotti farmaceutici		5,1	Prodotti farmaceutici		9,5
Plastica e prodotti di plastica		4,7	Plastica e prodotti di plastica		4,2

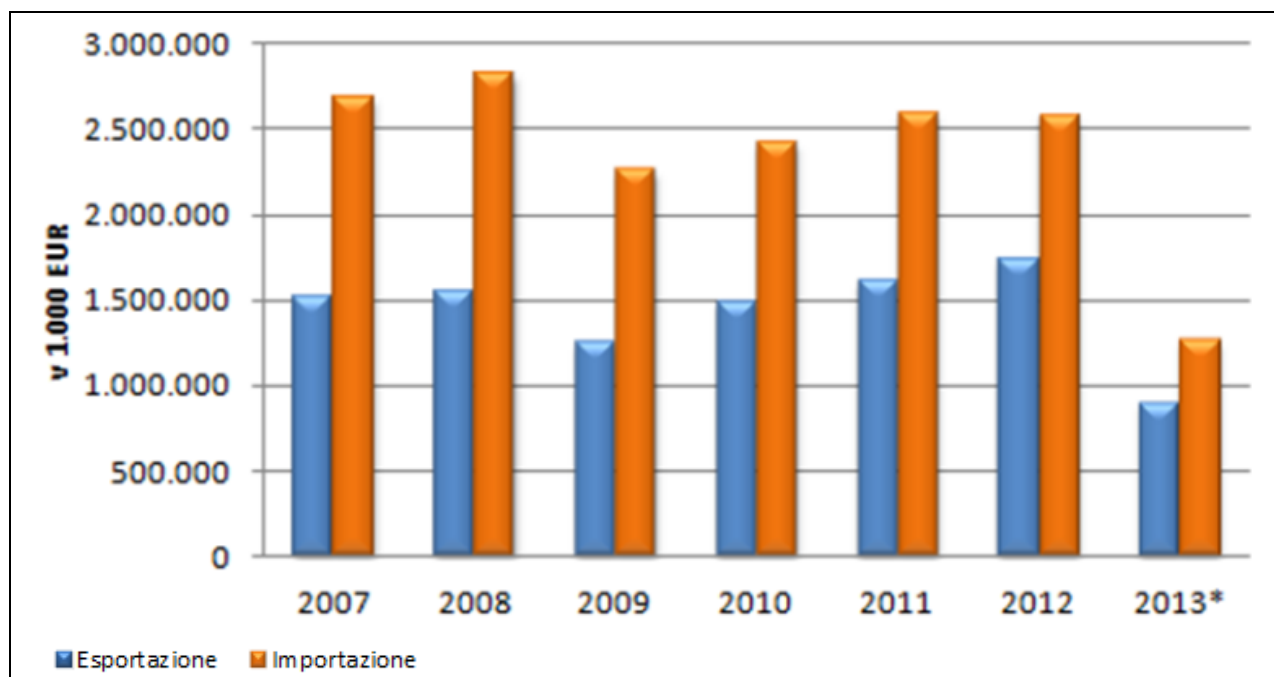
Principali mercati di esportazione	di % del totale	Principali mercati di importazione	di % del totale
Germania	29,8	Germania	40,6
Italia	6,2	Italia	6,3
Svizzera	5,2	Svizzera	6,0
USA	4,8	Olanda	3,8
Francia	4,3	Repubblica Ceca	3,7

Fonte: www.izvoznookno.si

1.3. SCAMBIO COMMERCIALE TRA SLOVENIA E AUSTRIA

Come partner commerciale la Slovenia si colloca al 14° posto tra i mercati d'esportazione con il 1,7% dell'intera esportazione e al 15° posto tra i mercati d'importazione dalla quale l'Austria importa il 1,3% dell'intera importazione. I valori dell'importazione ed esportazione rimangono stabili negli anni, come dimostra il grafico che segue.

Scambio commerciale tra Slovenia e Austria 2007 - 2013 (i dati per il 2013 riguardano il periodo gennaio-giugno)



Fonte: www.izvoznookno.si

La Slovenia esporta in Austria principalmente i prodotti della categoria “giocattoli” e attrezzatura sportiva che rappresentano il 18% dell'intera esportazione, al secondo posto troviamo i reattori nucleari, macchinari e dispositivi meccanici con il 15% dell'intera esportazione, al terzo posto si collocano i veicoli con il 7%. Dall'Austria invece importiamo principalmente il carburante e gli oli e macchinari elettrici e attrezzatura.

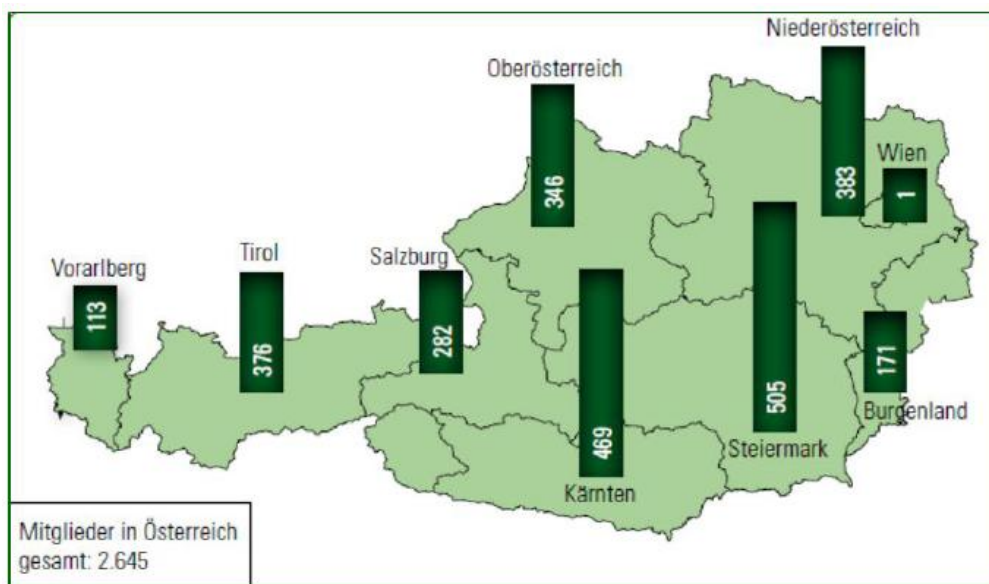
2. TURISMO RURALE IN AUSTRIA

2.1. ORGANIZZAZIONE DEL TURISMO RURALE

Innanzitutto ricordiamo che in Austria circa 9.900 fattorie offrono circa 114.000 posti letto (in camere e appartamenti); ciò significa che circa l'8% di tutti gli agricoltori in Austria propone un'offerta turistica. Gli agricoltori rappresentano il 20% di tutte le imprese turistiche con 1/7 di tutti i posti letto austriaci.

In Austria dal 1991 opera un'organizzazione o associazione degli agriturismi "Urlaub am Bauernhof in Österreich" ("Vacanze nella fattoria in Austria"). Si tratta di un'associazione di otto associazioni regionali autonome che operano nell'ambito della principale organizzazione nazionale. L'organizzazione "Urlaub am Bauernhof in Österreich" è membro dell'organizzazione europea EuroGites - European Federation of Farm and Village Tourism, impiega 30 persone e diversi volontari e collabora con i principali attori nel settore del turismo e agricoltura.

Al momento l'associazione riunisce circa 2.600 agriturismi in Austria che insieme offrono 33.000 posti letto. Circa la metà degli alloggi sono camere che offrono pernottamento e colazione, l'altra metà invece sono appartamenti turistici. Gli agriturismi collaborano tra loro e con le loro associazioni locali. Nella tabella che segue presentiamo la posizione dei membri dell'associazione per stato federato:



Il compito principale delle associazioni degli agriturismi locali e di quella nazionale è offrire agli ospiti agriturismi controllati e di qualità che garantiscono servizi turistici di qualità e di grande soddisfazione. Inoltre l'associazione con i suoi servizi migliora le opportunità di mercato e la visibilità degli offerenti, il che ha impatti positivi sullo sviluppo economico e sull'occupazione nelle aree rurali in Austria. L'associazione degli agriturismi è un organo di coordinamento che collabora anche con altre organizzazioni turistiche e con associazioni economiche e con il Ministero federale dell'agricoltura, foreste, ambiente e fonti acquatiche.

2.2. MERCATI PRINCIPALI E POTENZIALE DEL MERCATO

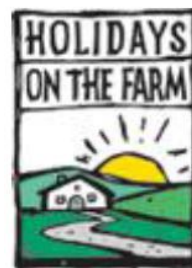
I mercati più importanti, dai quali arriva la maggior parte dei visitatori che scelgono le vacanze in un agriturismo, sono:

- Germania: il 60% di tutti i pernottamenti negli agriturismi provengono da turisti tedeschi.
- Turisti nazionali: il 30% sono turisti nazionali, prevalentemente dai dintorni di Vienna.
- Olanda: i turisti olandesi rappresentano il 5% di tutti i turisti.
- Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria: i turisti di questi stati insieme rappresentano circa il 5% dei turisti, però si tratta di paesi con un potenziale di mercato in crescita.

Recenti ricerche hanno dimostrato che il potenziale del mercato del turismo rurale in Austria è molto promettente, poiché, secondo le ricerche effettuate in Germania, addirittura 6,9 milioni di adulti hanno mostrato interesse per trascorrere in questo modo le proprie vacanze nei prossimi tre anni (German Travel Analysis 2013, NIT Institute, Kiel). In Austria, oltre a quelli che hanno già provato a trascorrere le vacanze in una fattoria, ci sono altri 3,2 milioni di adulti che hanno mostrato interesse per questo tipo di vacanze (IGF, Salisburgo, 2012).

I principali elementi della strategia di marketing per il turismo rurale in Austria sono:

1. “Branding” (rafforzamento del marchio);
Uno dei principali compiti dell’Associazione degli agriturismi è costruire e rafforzare il marchio che garantisce visibilità sul mercato nazionale ed estero.
2. Categorizzazione degli agriturismi;
L’obiettivo primario della categorizzazione degli agriturismi è garantire ai consumatori le informazioni sul tipo, gamma e qualità dell’offerta turistica. Si tratta di un sistema di standardizzazione delle strutture di alloggio ben definito e orientato verso il mercato. Le categorie sono 2, 3 o 4 fiorellini, si valuta la qualità degli alloggi, qualità e gamma dei servizi.
3. Offerta speciale nelle fattorie:



Oltre all’offerta turistica di base, molte strutture desiderano offrire agli ospiti prodotti turistici aggiuntivi come, ad esempio, enologia, transumanza, erboristeria e altro. Oltre a questo, molte fattorie si adoperano a specializzare l’offerta in determinati campi specializzati e quindi presentarsi sul mercato come specialisti. Per lo più si tratta di:

- fattorie per famiglie con bambini
- fattorie specializzate per l’equitazione
- fattorie biologiche
- vacanze di benessere in fattoria
- fattorie adatte ai disabili

Per ottenere il permesso di poter pubblicizzare e commercializzare una fattoria come specializzata in una determinata sfera, serve un'approvazione da parte di una commissione speciale che, secondo criteri speciali, emette il permesso.

4. Comunicazione commerciale e strumenti di comunicazione

Al livello locale ogni associazione regionale dispone di un opuscolo nel quale sono presentate le fattorie membri, a livello nazionale invece esistono cinque opuscoli per agriturismi che sono specializzati in cinque settori come sono stati sopra elencati. Complessivamente, all'anno si distribuiscono circa 450.000 opuscoli.



Inoltre anche fattorie individuali usano una parte dei fondi per il marketing e pubblicità. I canali più usati per trovare nuovi clienti sono internet, raccomandazioni degli ospiti, cioè pubblicità passaparola e i dépliant, nei quali la fattoria presenta la propria offerta. In media ogni agriturismo spende circa € 105 a posto letto per il marketing, il che vuol dire che un agriturismo medio con 12,5 posti letto spende € 1.300 all'anno per il marketing.

Internet sta diventando uno strumento di comunicazione sempre più usato e più di 1.000 fattorie in Austria oggi accetta prenotazioni on-line. Inoltre gli agriturismi sono ben presentati sul sito comune www.farmholidays.com che si colloca in alto tra le piattaforme turistiche e i motori di ricerca internet più consultati. La piattaforma consente agli ospiti di selezionare gli offerenti per stati e/o fattorie, per tipologia di servizi e per altri criteri; è anche possibile prenotare e pagare on-line. In media ogni fattoria ha circa 500 visualizzazioni al mese.

Riassumendo, il turismo rurale ha un importante ruolo nello sviluppo della campagna e in tal modo contribuisce notevolmente all'aumento del reddito della popolazione e accelera lo sviluppo economico della comunità locale. Inoltre il turismo permette di mantenere in vita anche fattorie piccole dove la sola agricoltura non consentirebbe la sopravvivenza.

Le fattorie austriache che fanno parte dell'associazione degli agriturismi in media operano 105 giorni all'anno, 60 giorni d'estate e 45 giorni d'inverno. Il prezzo medio del pernottamento con servizio di pernottamento e colazione è di 30,90 € d'inverno e 12 € d'estate. Il prezzo medio di un appartamento per quattro persone è 72,60 € al giorno. Il 50% degli ospiti ritorna alla fattoria e viene definito come ospite fisso e prezioso. Gli agriturismi in Austria guadagnano in media 1/3 di tutti i loro redditi offrendo i servizi turistici.

3. FIERE NEL SETTORE DEL TURISMO IN AUSTRIA

FERIEN[®]

MESSE WIEN

1. FIERA INTERNAZIONALE “FERINMESSE” VIENNA

Fiera internazionale sulle vacanze, viaggi e tempo libero

Ferien Messe Wien è la principale fiera internazionale del turismo, vacanze, viaggi e tempo libero in Austria. Più di centomila visitatori e a migliaia di esperti partecipano ogni anno a questo evento. La Fiera attrae visitatori da tutto il mondo per conoscere l’offerta turistica in Austria (sala Messe Wien Expo Center - nella sala B), l’offerta di destinazioni estere (sala A) - e prenotare direttamente sul posto pacchetti turistici convenienti.

Grazie a più di 750 espositori provenienti da 70 paesi, al Ferien Messe Wien vengono presentati non solo i servizi e le destinazioni turistiche, ma anche diverse attività per lo sport e il tempo libero. I visitatori possono disporre anche di:

- un’ampia scelta di diversi spettacoli ed eventi su due palchi,
- lezioni e proiezioni di film nel cinema “vacanziero”,
- programma speciale per gli offerenti dell’industria turistica,
- eventi dedicati ai bambini.

L’anno prossimo l’evento si terrà dal 16 al 19 gennaio; l’entrata alla fiera “Ferien-Messe Wien 2014” permetterà anche l’accesso a “Vienna Autoshow”, la vetrina austriaca più popolare dell’automobilismo (sala C e D) e a “Cook & Look”, l’evento principale dell’arte culinaria in Austria (sala B).

FERIEN[®]

MESSE LINZ



2. FIERA “FERIENMESSE” LINZ



Fiera sulle vacanze, viaggi e tempo libero

Ferien Messe Linz è un evento di tre giorni dedicato alla presentazione dell’offerta turistica, viaggi, tempo libero, delizie culinarie e stile di vita sano.

Frequenza	Annuale
Il prossimo evento	gennaio 2015
Fiera di fila	3
Organizzatore	Reed Exhibitions Messe Salzburg, Austria
Sponsor	Chamber of Commerce Upper Austria - Travel and leisure, OÖN
Settore	Viaggi
Visitatori nel 2013	Totale visitatori: 16.572
Espositori nel 2013	Totale espositori: 218
Totale area d’esposizione:	2.423 m ²

4. ALTRE ASSOCIAZIONI TURISTICHE IMPORTANTI

UFFICIO DEL TURISMO AUSTRIACO

In Austria le radici del turismo risalgono al 14° secolo, mentre la promozione organizzata e il marketing turistico hanno iniziato ad espandersi alla fine del 19° secolo. Dal 1955, l’organizzazione che si occupava della promozione dell’Austria come destinazione turistica operava sotto il nome di “Österreichische Fremdenverkehrswerbung”, dal 1989 invece è conosciuta come “Österreich Werbung”.

L’organizzazione nazionale turistica austriaca, Österreich Werbung (ÖW), si impegna ad aumentare la competitività turistica austriaca insieme a tutti i partner turistici austriaci. In tal modo fornisce un importante contributo alla crescita della quota di mercato austriaca nel turismo internazionale. Il compito principale dell’Österreich Werbung è quello di gestire il marchio turistico nazionale “Urlaub in Österreich” (Vacanze in Austria).

Österreich Werbung (ÖW) vanta un approccio innovativo al marketing dell’Austria sui mercati esteri puntando soprattutto sull’Europa occidentale, l’Europa centrale e orientale e i paesi oltremare. Questi mercati coprono circa il 95% di tutti i pernottamenti (nel 2010: circa 124 milioni) e rappresentano il più grande potenziale per il turismo nazionale.

Le attività si espandono dalla pubblicità classica alla collaborazione con i media, dalla realizzazione di prospetti tematici e opuscoli all’organizzazione di fiere e punti di vendita, oltre che alla intensa collaborazione con gli organizzatori locali e agli agenti di viaggio.

Oltre a questo l'ÖW mette a disposizione degli operatori turistici provvedimenti di marketing adeguati, coordinati con le loro concrete necessità e le possibilità del mercato. Al momento l'Österreich Werbung è il più grande centro di informazioni e servizi per quanto riguarda le "Vacanze in Austria". Il portale web www.austria.info è la piattaforma turistica austriaca più grande dove sono raccolte informazioni utili in 27 lingue relative all'offerta turistica in Austria. Si tratta di un'importante organizzazione turistica che impiega 220 addetti tra la sede centrale di Vienna e quelli di altri 21 uffici sparsi per il mondo.

CONTATTI

ÖSTERREICH WERBUNG WIEN

Vordere Zollamtsstraße 13
1030 Wien

T: 01 / 588 66 - 0
F: 01 / 588 66 - 40

www.austria.info

E: b2b_info@austria.info



Autore della ricerca:

FIMGO d.o.o.
Ul. 25. maja 3
5000 Nova Gorica
SLOVENIJA

Tel.: 00386 (0)5 330 33 92
Fax: 00386 (0)5 330 33 93
e-mail: info@fimago.si
Web: www.fimago.si