



*Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale*



MYANMAR

Rapporto Congiunto
Ambasciate/Consolati/ENIT 2016



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 Composizione target
- 2.c Analisi SWOT della destinazione Italia
- 2.d Analisi della domanda organizzata
- 2.e Collegamenti aerei
- 2.f Brand Italia e analisi dei competitors
- 2.g Nuove tecnologie e turismo

3. Le linee strategiche

Bibliografia

Contatti

1. Analisi del quadro socio-economico

Dopo decenni di isolamento, l'attuale governo del Myanmar, sotto la Presidenza di U Thein Sein (entrato in carica a fine marzo 2011), ha dato avvio ad una fase di apertura storica, consentendo il reinserimento del Paese nella comunità internazionale.

Uno dei primi e più importanti passi è stato senz'altro l'accordo sugli arretrati del debito, raggiunto in sede di Club di Parigi nel gennaio 2013; ciò ha permesso il ritorno delle organizzazioni internazionali e l'erogazione di nuovi prestiti a favore del Myanmar.

Da allora, Banca Mondiale, Banca Asiatica di Sviluppo e l'International Finance Corporation hanno avviato strategie di "re-engagement", soprattutto per l'assistenza a settori chiave, in primis energia elettrica, sviluppo rurale e infrastrutture, mentre il FMI ha in corso un programma di assistenza tecnica in campo macroeconomico.

Altro elemento discriminante sulla via della "normalizzazione", la sospensione nell'aprile 2012, seguita dalla rimozione l'anno successivo, delle sanzioni UE e dal contestuale alleggerimento del sistema sanzionatorio statunitense. Ciò ha permesso finalmente alle società europee di potersi affacciare o ri-affacciare legalmente in questo mercato, considerato dalle IFI la "nuova frontiera economica dell'Asia".

Internamente, il Myanmar ha proceduto innanzitutto nel novembre 2012 a emanare la nuova legge sugli investimenti (ora in fase di revisione), completata con due decreti attuativi del 31 gennaio 2013 segnando in questo modo una tappa fondamentale nel processo di trasformazione e sviluppo avviato dal 2011.

Un'altra riforma che rileva sugli investimenti è la Legge sulle Zone Economiche Speciali, rivista per assicurarne la coerenza, con quella sugli investimenti diretti esteri del novembre 2012. Le tre Zone Economiche Speciali, già individuate dal Governo, sono il porto di Thilawa, a 20 km a sud-est di Yangon, il porto di Dawei, nello Stato meridionale del Tenasserim e il porto di Kyaukphyu, nello Stato occidentale del Rakhine.

Nel contesto regionale, il Myanmar è il secondo Paese ASEAN per estensione territoriale (676.578 kmq), conta una popolazione di 51,5 milioni di persone; gode di una collocazione geografica strategica tra India, Cina e Paesi ASEAN, considerando peraltro la prossima creazione dell'Area di Libero Scambio ASEAN nel 2015.

In prospettiva, le proiezioni macroeconomiche sono senz'altro promettenti: da ultimo, il FMI ha stimato che la crescita del Myanmar nell'anno fiscale 2013-2014 (terminato il 31 marzo 2014) sia stata del 8,3%, mentre per il prossimo biennio prevede un PIL in crescita del 8,5% annuo.

1.a Principali indicatori economici

(in euro o dollari)	2013	2014	2015	2016
PIL (mld USD)	56,41	60,29	64,80	70,82
PIL pro-capite (USD)	868,72	910,36	959,24	1.027,74
Crescita del PIL reale (var %)	8,3	8,5	8,5	8,5
Consumi privati	ND	ND	ND	ND
Debito pubblico (var%)	42,66	43,16	39,5	39,8
Investimenti diretti stranieri (mln USD)	1419,47	4107,05	8010,53	ND
Bilancia commerciale (nlm USD)	-439,9	-255,6	-498,3	ND
Rating OECD sul rischio Paese	7	7	7	7
Altro ...				

Fonti: IMF, Directory Company Administration Central Statistics Organization, Myanmar

1.b Principali indicatori sociali e demografici

(anno 2014)	
Popolazione (in milioni)	51,5
Lingua ufficiale	Myanmar e altre lingue etniche
Religione	Buddista 89%, cristiani 4%, musulmani 4%, animisti 1%, altro 2% (dati risalenti al censimento 1983)
Struttura demografica (quota %)	Nel 2014 l'attuale governo ha organizzato l'ultimo censimento, con l'assistenza tecnica delle Nazioni Unite. Ad oggi solo parte dei dati sono stati resi pubblici, mentre quelli relativi ad appartenenza etnica e religione dovrebbero essere pubblicati nel primo semestre del 2016. Secondo i dati del censimento 2014, attualmente vi sono circa 32,98 milioni di birmani in età lavorativa (15-64 anni), che rappresentano circa il 65,6% della popolazione totale. Un ulteriore 28,6% ha meno di 15 anni, mentre solo il 5,8% ha 65 o più anni.
Età media	27.1
Tasso di crescita della pop (in %)	0.89% all'anno dal 2003 al 2014
Rapporto maschi/femmine	93 uomini ogni 100 donne
Altro ...	

Fonti: Dati e stime di fonte birmana

2. Analisi del mercato turistico

2.a Analisi del turismo outgoing

Il Ministero del Turismo birmano non rilascia ancora statistiche sul turismo outbound. I dati sotto riportati sono stati forniti dall'Ufficio Centrale dell'Immigrazione birmano per l'anno 2014.

Tuttavia, secondo uno dei principali tour operator birmani, "Sun Far Travel and Tours", il mercato del turismo outbound è in pieno boom sin dal 2011 (ovvero, dall'inizio dell'apertura storica intrapresa dall'attuale Presidente Thein Sein dall'inizio del suo mandato a fine marzo 2011).

Secondo le stime degli operatori birmani, metà dei turisti outbound si recano in Paesi ASEAN, avendo come prima meta preferita la Thailandia; questo per motivi di turismo, shopping e cure mediche.

Dopo la Thailandia, i Paesi più richiesti sono Singapore, Malaysia, Vietnam e Cambogia.

Lo sviluppo del settore outbound è tuttavia ancora frenato dalla necessità di ottenere il visto prima della partenza e dalla carenza di una vasta gamma di collegamenti aerei diretti verso l'estero.

Secondo altri tour operator birmani, il mercato outbound ha registrato una rapida crescita negli ultimi anni, nell'ordine del 35% annuo.

Totale flusso turistico outbound per l'anno 2014 (stima):

TOTALE BIRMANI IN USCITA DAGLI AEROPORTI INTERNAZIONALI DI YANGON, MANDALAY, NAY PYI TAW NEL 2014:

No. TOTALE 627.673 in crescita 24,5% rispetto ai 503.821 dello scorso anno, (a sua volta in crescita del 18,2%, rispetto ai 426.151 del 2012).

Le partenze di cittadini birmani nel 2014 sono state così suddivise:

- AEROPORTO INTERNAZIONALE DI YANGON 587.799;
- AEROPORTO INTERNAZIONALE DI MANDALAY 39.192;
- AEROPORTO INTERNAZIONALE DI NAY PYI TAW 682;
- TOTALE: 627.673

Non esistono statistiche birmane sulla base del Paese di destinazione, tra cui l'Italia, o sulle mete preferite all'interno dei singoli Paesi.

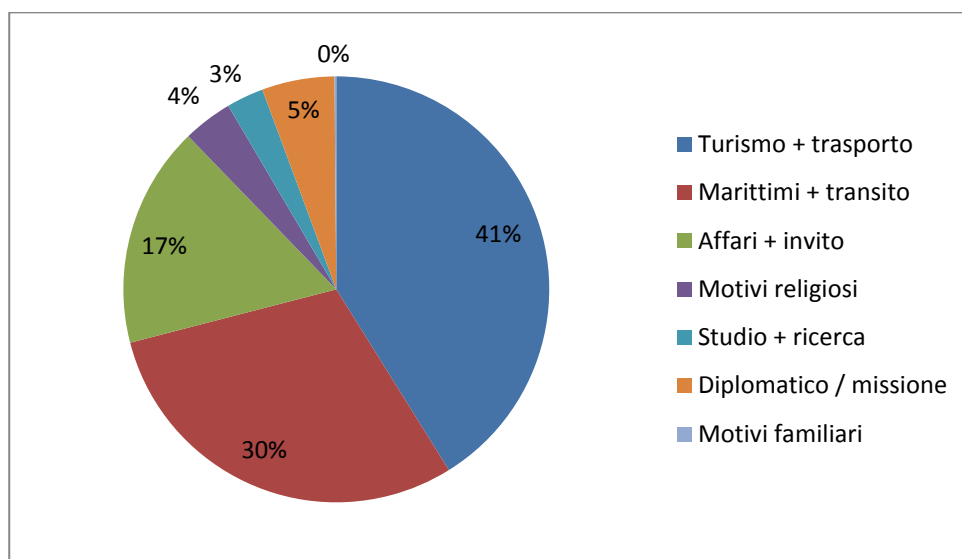


Da fonte italiana invece si stima che il numero di birmani che abbiano visitato il nostro Paese nel corso del 2014 sia stato di oltre 1500, in crescita alquanto sostenuta rispetto al 2013 (appr. del 50%).

Di questi, circa il 41% si può ricondurre a motivi di turismo vero e proprio; secondariamente, si segnala il transito di marittimi (30%) e, a decrescere, il flusso di turismo d'affari (17%), per motivi religiosi (4%), per studio (3%).

2.b Composizione target

In base ai summenzionati dati provenienti da fonte italiana, la composizione del target di cittadini birmani che hanno visitato l'Italia nel 2014 si può suddividere come segue:



Di seguito le tabelle che descrivono brevemente i principali target di riferimento come individuati precedentemente:

TARGET 1 (specificare)	
Segmento socio-economico di appartenenza	Medio-alto
Livello culturale	Medio-alto
Fasce di età	Prevalentemente giovani o comunque persone in età lavorativa
Propensione al viaggio	Il Paese si è aperto dopo decenni di isolamento, per cui i cittadini birmani sono altamente propensi a visitare altri Paesi, tra cui in particolare i Paesi occidentali
Principali motivazioni di vacanza all'estero	Studi all'estero; turismo di affari (su invito); flussi turistici legati ai funzionari pubblici in missione all'estero.
Mezzi di trasporto preferiti (auto, pullman, aereo, treno, ecc., con relative quote %)	Voli aerei. Sono in continuo aumento i collegamenti aerei internazionali, soprattutto verso mete regionali (Bangkok,

	Kuala Lumpur, Singapore)
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	Principali città italiane: Roma, Milano, Firenze, Venezia, Torino.
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	Pacchetti offerti dalle agenzie di viaggio locali. Predilezione per la modalità <i>all-inclusive</i>
Tipo di alloggio preferito	Hotel di fascia medio-alta
Mesi preferiti per i viaggi	Vacanze buddhiste, in particolare il periodo del Water Festival, corrispondente solitamente al mese di aprile; chiusura scolastica: giugno-luglio; Natale e Capodanno.
fonti di informazione preferite (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)	Agenzie di viaggio
Canali d'acquisto utilizzati (Agenzie di viaggio, Tour Operators, Internet, ecc.)	Agenzie di viaggio. Il canale internet non è ancora un mezzo molto diffuso in special modo per i pagamenti online.
Altro...	

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

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> - Mercato di 51,5 milioni di abitanti - PIL assoluto e pro-capite in costante e sostenuta crescita - Rimozione sanzioni UE e alleggerimento sanzioni americane - Volontà dell'attuale Governo di continuare le riforme in senso democratico e di reinserire il Myanmar a pieno titolo nella comunità internazionale 	<ul style="list-style-type: none"> - Non vi sono collegamenti aerei diretti con l'Italia - Arretratezza del sistema bancario e finanziario del Myanmar che rende difficoltose le transazioni internazionali e i pagamenti con carte di credito
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
<ul style="list-style-type: none"> - Grande potenziale di sviluppo dell'intera filiera turistica outbound, finora assolutamente qui non valorizzata. - Previsti massicci investimenti in telecomunicazioni e internet, leve di sviluppo anche del settore turistico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rischio di rallentamento delle riforme in corso - I conflitti etnici tuttora in corso frenano il processo di pacificazione nazionale

2.d Analisi della domanda organizzata

In Myanmar i dati sulle società e sui loro bilanci sono assolutamente opachi. Non esiste la prassi della visura societaria e non esistono banche pubbliche e/o private con informazioni societarie.

NOME T.O.	
Fatturato (anno 2014)	
Quota di mercato (anno 2014)	
Numero pax venduti (anno 2014)	
Strategie di mercato	
Previsioni di vendita per l'anno 2015	
Tipologia operatore (tour operator, bus operator, wholesaler, agenzia di viaggi, ecc.)	
Canali di vendita (proprie agenzie di viaggio, altre agenzie di viaggio, internet, telemarketing, ecc.)	
Tipologia pacchetti venduti (per individuali, per gruppi, "all inclusive" da catalogo, "su misura", con volo di linea, con volo charter, con volo low cost, tour con pullman, <i>last minute</i> , fly & drive, ecc)	
Tipologia clienti (giovani, studenti, terza età, famiglie con bambini, coppie senza figli, single, ecc)	
Strutture ricettive proposte (hotel 5 stelle superior/5 stelle, hotel 4 stelle superior/4 stelle, hotel 3 stelle, hotel 1/2 stelle, residenze turistico-alberghiere, villaggi turistici, agriturismo, bed & breakfast, ville e appartamenti, castelli/dimore storiche, campeggi, ecc)	
Prodotti turistici venduti (business e MICE, enogastronomia, grandi città d'arte, Italia minore, laghi, mare, montagna estiva, montagna invernale, natura e parchi, terme & benessere, turismo religioso, turismo sportivo, ecc)	
Altro	



2.e Collegamenti aerei

Non esistono voli diretti verso l'Italia. La maggior parte dei turisti in uscita vola su Bangkok e utilizza prevalentemente la compagnia aerea Thai Airways, altrimenti la Qatar via Doha per volare in Italia.

2.f Brand Italia e analisi dei competitors

L'Italia gode di un'ottima immagine, soprattutto le principali città d'arte, in quanto destinazioni culturali/storico-artistiche e mete di shopping.

2.g Nuove tecnologie e turismo

La diffusione delle telecomunicazioni mobili e di internet è in via di sviluppo. E' praticamente agli esordi il sistema di pagamento online con carta di credito, in ogni caso di recente introduzione e limitato a poche compagnie aeree internazionali.

3. Le linee strategiche

Obiettivi da perseguire ai fini dell'incremento dei flussi turistici verso l'Italia:

Sarebbe auspicabile stabilire dei rapporti di fiducia con i principali tour operator birmani, attraverso i quali attingere ai dati di mercato necessari per valutare le prime azioni di promozione turistica della "Destinazione Italia".

Bibliografia

Dati statistici forniti da:

- Ufficio Immigrazione, Ufficio Centrale, aeroporto internazionale di Yangon;
- Ambasciata d'Italia a Yangon.

Contatti

- Ufficio ENIT competente:

Il Myanmar non ha attualmente alcuna copertura ENIT.

- Ambasciata:

Ambasciata d'Italia a Yangon
3, Inya Myaing Road
Golden Valley
Bahan Township
Yangon, Myanmar

Tel: +95 (0)1 527 100

Mail: ambyang.mail@esteri.it