



PRO-INVEST GROUP

P INSIDE
PARTNERS



TOSCANA
PROMOZIONE



SPRINT
TOSCANA



Opportunità nel mercato russo: *Turismo*



Dicembre 2005

Il presente Rapporto è stato realizzato da **Inside Partners** e **The Pro Invest Group** per conto di Sprint Toscana.

Copertina a cura di Giovanna Pina

© Inside Partners Novembre 2005

Introduzione

Con immenso piacere presentiamo questo Rapporto sulle Opportunità che il Mercato Russo offre nel settore del turismo, quarto di una serie di 6 rapporti che con scadenza mensile introdurranno le aziende italiane alle opportunità presenti in diversi settori industriali.

La serie di rapporti, diretta da Inside Partners, in collaborazione con il proprio corrispondente russo “The Pro Invest Group”, per conto di Sprint Toscana, ha l’obiettivo di dare alle aziende che li ricevono delle informazioni operative e approfondite sulle opportunità presenti in termini di entrata sul mercato, di possibili partnership o joint venture.

I rapporti tratteranno i seguenti argomenti:

1. Arredamento e complementi di arredo;
2. Sistema moda: abbigliamento;
3. Sistema moda: calzature;
4. Turismo;
5. Sistema moda: oreficeria;
6. Vino e generi alimentari vari;

I Rapporti verranno distribuiti sotto forma di Newsletter da Sprint Toscana.

Per ogni eventuale richiesta di chiarificazione sul contenuto dei rapporti, è possibile inviare una mail al seguente indirizzo:

russia@inside-partners.com

Contenuti

Introduzione	1
Capitolo 1: Introduzione al settore del turismo.....	5
Capitolo 2: Analisi della domanda.....	6
Turisti stranieri	6
Turisti domestici.....	6
Capitolo 3: Analisi dell'offerta	8
Viaggi di lavoro.....	8
Turismo di massa.....	9
Turismo in ingresso	9
Turismo in uscita	10
Capitolo 4: L'ambiente competitivo	10
Capitolo 5: Il sistema distributivo	11
Capitolo 6: Opportunità per le aziende italiane	12
Allegato 1: Principali concorrenti	13
Allegato 2: Contatti	16

Capitolo 1: Introduzione al settore del turismo

L'industria del turismo è una di quelle che presenta tassi di sviluppo più alti al mondo. Nel 2004 il numero di arrivi di turisti internazionali ha raggiunto i 760 milioni, 10% in più rispetto al 2003. Secondo stime analitiche, durante i prossimi 20 anni il tasso annuale di crescita del turismo internazionale supererà il 4%. Entro il 2020 pertanto il numero di turisti internazionali dovrebbe aumentare di 2,25 volte rispetto al 2001 (da 692,2 a 1.561 milioni).

Secondo i dati del World Travel and Tourism Council (WTTC), l'investimento netto nel settore del turismo del 2004 si può stimare sui 700 miliardi di dollari, costituendo l'11,3% degli investimenti totali nell'economia. Nel 2005 questo indice dovrebbe raggiungere l'11,8% e il valore degli investimenti raggiungere i 1.800 miliardi di dollari. Più di 210 milioni di persone sono coinvolte nell'industria turistica, ossia il 10,6% di tutti i lavoratori nel mondo.

In anni recenti l'industria turistica russa è stata al centro di una generale attenzione, poiché essa è più attraente di quella di altre nazioni dell'Europa Orientale secondo molti indicatori. Oggi il turismo è uno dei settori più redditizi in Russia. Nel 2004 il mercato è cresciuto del 30% secondo l'Associazione Russa delle Agenzie Turistiche (ARAT o RATA, Russian Association of Tourist Agencies)

La tradizionale segmentazione del mercato distingue il turismo di massa, quello individuale e il MICE, ossia i viaggi di lavoro. Nuove categorie come il turismo ecologico e quello estremo stanno diventando più popolari oggi.

WTTC ha posizionato la Russia tra le nazioni con tasso di crescita stabile. Secondo le stime degli esperti del settore, nel 2005 l'industria turistica russa

avrà un valore pari a 87 miliardi di dollari, occupando la 14° posizione al mondo. Nel 2020 si prevede salirà al 9° posto grazie all'aumento del turismo internazionale sia in ingresso che in uscita. Gli esperti stimano un alto tasso di crescita del numero di turisti in ingresso, fino al 6,7% all'anno (47,1 milioni di persone), mentre i turisti in uscita cresceranno del 2% all'anno (29,7 milioni di persone).

Nonostante gli alti indici, ci sono alcuni aspetti critici riguardo il turismo in Russia. Innanzitutto, ci sono molte piccole aziende sul mercato, solitamente caratterizzate da un servizio di qualità instabile e di bassa affidabilità. Inoltre, fino ad oggi non tutte le società registrate come operatori turistici hanno svolto questa attività, generando confusione nei consumatori. Infine, il mercato turistico non è chiaramente regolato dal governo; di fatto, il turismo è uno dei settori più opachi dell'economia russa, pertanto l'informazione finanziaria sulle società che ne fanno parte è seriamente compromessa.

La legge "Sulle licenze per diverse categorie di attività" approvata il 10 febbraio 2002 dovrebbe migliorare la qualità del servizio. Questa legge impone licenze separate per le attività di operatore e di agente turistico. Tutte le società del settore sono classificate in due categorie: operatori e agenti. Gli operatori turistici possono creare propri prodotti, mentre gli agenti possono solo vendere quelli forniti dai tour operator. La legge stabilisce inoltre requisiti specifici per entrambe le categorie, compreso il numero di dipendenti, il livello educativo e le esperienze precedenti del personale dell'attività turistica.

Il ruolo del governo è di creare infrastrutture per il turismo, come aeroporti e strade, supportare il restauro dei monumenti storici e sviluppare un chiaro sistema di requisiti per gli standard alberghieri. Le

autorità regionali dovrebbero migliorare la sicurezza e le infrastrutture vicino agli hotel, mentre le società private dovrebbero ricostruire e costruire nuovi alberghi, ristoranti e negozi.

Capitolo 2: Analisi della domanda

Turisti stranieri

La struttura del turismo in ingresso è mostrata in tavola 1 (che non comprende i Paesi appartenenti precedentemente all'Unione Sovietica). La Russia è una meta attrattiva per persone proveniente dall'Europa, dagli Stati Uniti d'America e dal Giappone. Tuttavia, i dati ufficiali non riflettono accuratamente la situazione reale del flusso turistico in ingresso perché tra i visitatori, che viaggiano con visti turistici, ci sono uomini d'affari, sportivi, "ospiti privati" ecc. Secondo una stima di RATA, il numero di turisti che arrivano in Russia diminuisce del 10-15% annuo.

Nazione	Numero di turisti (migliaia)							
	2005		2004		2003		2002	
	6 mesi	6 mesi	6 mesi	6 mesi	6 mesi	6 mesi	6 mesi	6 mesi
Germania*	99,2	351	100	288,5	88	287	95	
Polonia*	76,8	354	110,7	956	357	979	325	
Cina*	73,8	284	93,2	203	45	267	87	
Finlandia*	66,9	242	83,3	242	98	230	48	
USA	60,9	182	52,1	125,5	37	110	34	
Italia	50,9	125	46,6	114	24	102	21	
Francia	49,5	141	63,1	118,5	43	80	34	
Gran Bretagna	48,3	116	38,6	90	30	67	20	
Turchia*	21,3	42	14,8	30	12	19	7	
Svezia	18,9	32	13,1	26	9	21	8	
Spagna	16,5	51	15,5	39	10	44,5	8	
Korea del Sud*	15,6	44	15,9	32	-	24	-	
Giappone	15	57	17,1	55	10	41,5	11	
Olanda	12,7	33	12	27	8	22	8	
Israele*	11,8	27	9,6	24	7	23	5	
Totale	869,1	2.860,8	972,4	2.252,1	1024	2.330,8	1097	

Tavola 1. Numero di turisti che hanno visitato la Russia negli anni 2002-2005.

Fonte: dati RATA news (2005) e RBC.turist.ru (2005) basati su statistiche del Servizio Federale per i Consumatori.

* Secondo stime dei maggiori operatori turistici, più del 50% dei visitatori proveniente da queste nazioni usa visti turistici per scopi non di turismo.

I turisti stranieri preferiscono visitare Mosca (37%), San Pietroburgo (39%) e "L'Anello Dorato" (città

medievali nel cuore della Russia come Suzdal, Rostov, Vladimir, Jaroslavl ecc.). Un'altra attrazione molto richiesta è la crociera sul Volga tra Mosca e San Pietroburgo, e una frazione molto piccola dei viaggiatori (solo il 2%) si reca in altre regioni, soprattutto lungo la Ferrovia Transiberiana, come il Lago Baikal e la Kamchatka. Il rimanente 3% dei visitatori intraprende viaggi di caccia, parte per la pesca dei salmoni nella regione del Murmansk, salpa per una crociera sul fiume Lena e altro ancora (dati di RATA news, 2005). A Mosca i siti più frequentati sono i musei, che attraggono il 72% dei turisti, e il ricco patrimonio culturale, includendo l'architettura, il teatro ecc. (84%).

Ci sono anche degli aspetti negativi nel recarsi in Russia. I turisti stranieri sono preoccupati per la qualità del servizio e domandano un miglioramento di alcune priorità, come mostrato in figura 1.

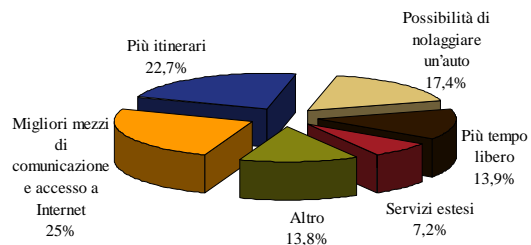


Fig. 1: Miglioramenti nei servizi richiesti dai turisti stranieri.

Fonte: RATA news, 2004

Turisti domestici

Secondo una inchiesta di Travel.ru i Russi nel 2004 hanno preferito trascorrere le loro vacanze prevalentemente in Russia, restando nella propria o muovendosi in altre regioni, ma circa un terzo di loro non ha proprio avuto delle ferie.

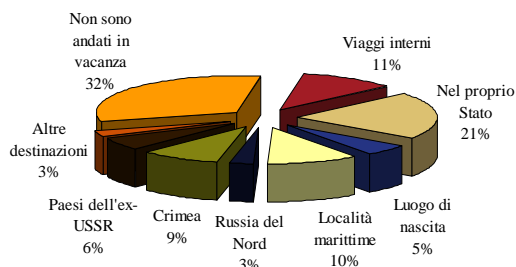


Fig. 2: Vacanze dei cittadini russi nel 2004

Fonte: Inchiesta Travel.ru

Viaggiare all'estero è popolare soprattutto tra i giovani sotto i 25 anni: essi viaggiano tre volte più frequentemente della media del campione.

Nel 2004 il numero di turisti russi che hanno viaggiato all'estero è aumentato del 15,4% rispetto al 2003 e del 29,8% rispetto al 2002. Le mete più popolari nel 2004 sono state Turchia, Cina ed Egitto. Le Maldive hanno registrato il più alto tasso di crescita dell'anno dal momento che si sono raggiunti i 13.000 turisti russi, 5 volte in più rispetto al 2003. Anche l'India sta diventando più attraente per i cittadini russi: 28.300 hanno visitato il Paese nel 2004, ossia quasi il doppio del numero registrato nel 2003.

Bisogna ricordare che la scelta della meta all'estero è influenzata dal regime di permessi che può richiedere di spendere del tempo e dei soldi per produrre la documentazione necessaria. In questo senso, i Paesi che hanno aderito all'accordo di Schengen sono sfavoriti rispetto a Turchia, Egitto o Thailandia.

Nazione	Numero di turisti (migliaia)				
	2005	2004		2003	
	6 mesi	6 mesi	6 mesi	6 mesi	6 mesi
Turchia	544	1.445	505	1.038	310
Cina*	454,2	941	390,3	687	240
Egitto	329	586	307,4	368	115
Finlandia	167,4	377	166,1	327	174
Germania	100,8	255	98,7	278	86
UAE	93,6	175	96,6	146	82
Italia	83,2	156	63,9	118	50
Francia	74,9	138	71,5	112	41
Spagna	74	190	68,9	168	63
Totale	2.596,2	6.557	2.618,8	5.678	1.927

Tavola 2: Principali mete del turismo internazionale

Fonte: RATAnews (2005) e RBC.turist.ru (2005)

* La percentuale di Russi che viaggiano in Cina per scopi turistici non supera il 20% di quelli che richiedono il visto turistico

Circa due terzi dei turisti russi che viaggiano all'estero durante le loro vacanze pianificano di spendere tra i 400 e i 600 dollari a persona. Il viaggio dura di solito 10, 14 o 7 giorni (secondo Gortis e RBC.turist.ru.) Il prezzo medio previsto dipende dal Paese di destinazione.

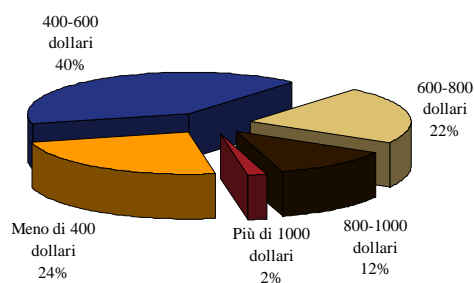


Fig.3. Spesa programmata per i viaggi all'estero per persona.

Fonte: ricerca di mercato Gortis (2003-2004), basata sui dati di interviste a cittadini russi che hanno viaggiato o stanno programmando di viaggiare all'estero.

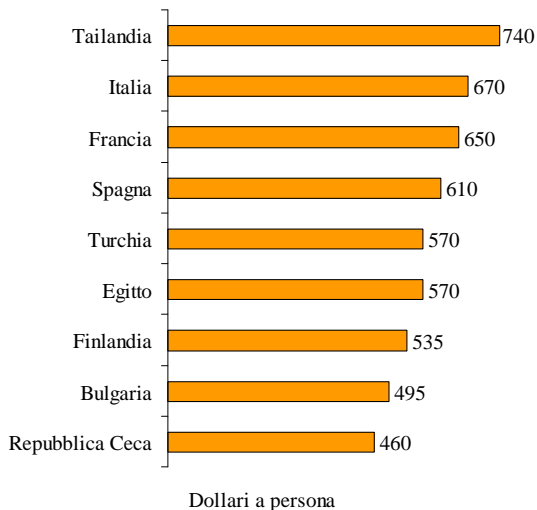


Fig. 4. Costi medi previsti per viaggi in diversi Paesi.

Fonte: ricerca di mercato Gortis (2003-2004), basata sui dati di interviste a cittadini russi che hanno viaggiato o stanno programmando di viaggiare all'estero.

Nel 2004 le richieste per l'Italia sono aumentate del 31% rispetto al 2003. Il mercato italiano si sta sviluppando grazie a un crescente numero di alberghi in tutte le località. Il Consolato italiano ha contribuito molto nel facilitare la procedura necessaria per ottenere il visto di ingresso. Negli ultimi 2-3 anni, e specialmente nel 2005, la struttura della domanda dell'Italia tra i consumatori russi è cambiata nella direzione del turismo individuale. Gli operatori turistici spiegano questo fenomeno con il cambiamento della mentalità dei turisti russi e con la crescita del numero di visite ripetute nel Paese: per il secondo viaggio i clienti preferiscono prenotare voli e alberghi secondo i loro propri tragitti, e arrivati in Italia preferiscono spostarsi con auto noleggiate o in treno.

Si registra anche una tendenza al cambio nella stagione scelta per il viaggio. Negli anni precedenti il periodo più richiesto era l'estate, mentre negli ultimi due anni il picco si è spostato ai mesi meno caldi, mentre in luglio e agosto la maggior parte dei turisti ha preferito riposarsi nelle località marittime.

Capitolo 3: Analisi dell'offerta

La tradizionale segmentazione del mercato distingue il turismo di massa, quello individuale e i viaggi di lavoro. Da pochi anni nuove categorie come quelle del turismo giovanile, ecologico ed estremo sono diventate più popolari. Anche il turismo storico è presente sul mercato.

Nella nicchia del turismo estremo le società leader sono Ultratravel e Astravel. Ultratravel è conosciuta per le spedizioni al Polo Nord; Astravel o Associazione dei Viaggiatori fornisce programmi come la tappa europea del giro del mondo su sedia a rotelle, la corsa in bicicletta Pechino-Mosca-Città del Capo, spedizioni internazionali di paracadutismo al Polo Nord e spedizioni speleologiche in Italia e Inghilterra.

Il leader assoluto del turismo giovanile è studentesco è la società STAR Travel, divisione Russa dell'omonimo gruppo internazionale. L'agenzia offre biglietti aerei, ostelli, alberghi, assicurazione e programmi di lavoro all'estero.

Viaggi di lavoro

Il segmento dei viaggi di lavoro o "MICE" (Incontri / Incentivi/ Conferenze / Esibizioni) comprende viaggi di lavoro individuali (70-78%), conferenze e seminari (12-14%), esibizioni (10-12%), congressi (3%) e viaggi di incentivo (3%), secondo la rivista TourBusiness (#9, 2004). Tutte queste attività possono essere connesse in uno stesso viaggio.

Il settore MICE è composto da quattro tipologie di attori: le società clienti; le società che forniscono un certo servizio (compagnie aeree, alberghi, compagnie di assicurazione); operatori turistici che forniscono

pacchetti completi; società specializzate nel segmento.

La dimensione potenziale del mercato russo è stimata approssimativamente a 1 miliardo di dollari, 75-80% appartenente a Mosca e San Pietroburgo (TourBusiness magazine, #9, 2004).

Settore	Principali destinazioni
Viaggi di lavoro individuali	Austria, Gran Bretagna, Germania
Congressi	Turchia, Spagna, Cipro, Grecia
Seminari e formazione	Germania, Francia
Esibizioni	Germania, Italia, Francia, Svizzera

Tavola 3. Struttura del mercato MICE.

Fonte: *TourBusiness magazine*.

I viaggi d'affari in Italia sono solitamente connessi alle industrie della moda, dell'abbigliamento, del tessile e degli accessori, delle forniture alberghiere, dell'agricoltura e dell'arte moderna. Il segmento dei viaggi di lavoro sta crescendo rapidamente. Tra gli operatori turistici specializzati ci sono "Concord", "Elic Travel", "Continet Express", "Elios Travel", "Interconnect", "Capital tour" e altri. I leader per volumi di vendita sono i gruppi internazionali American Express e Calson Wagonlit.

Turismo di massa

Turismo in ingresso

Le principali mete del turismo interno sono Mosca, San Pietroburgo, la Regione del Krasnodar (compresa Sochi), la Regione Caucasica delle Sorgenti Minerali e la località sciistica Krasnaya Polyana. I centri del turismo in sviluppo, come quello ecologico ed estremo, sono Baikal, Kamchatka, Khakassia e la Regione Sayany (Sayanogorsk).

I responsabili delle società di tour operating credono che nell'immediato futuro il numero dei turisti in ingresso non crescerà e potrebbe anzi lievemente scendere. Durante la prima metà del 2005 il numero di turisti stranieri è calato dell'11,8%: infatti il numero totale è stato pari a 869.100 contro i 972.400 del 2004. Sono diminuiti soprattutto i turisti provenienti da alcuni Paesi: Polonia (-30,6%), Cina (-20,8%), Francia (-21%), Finlandia (-19,7%), Svizzera (-16,3%) e Giappone (-12,3%). Al contrario, i turisti italiani sono aumentati nello stesso periodo del 9,2% rispetto al 2004: da 46.600 a 50.900 secondo RBC.

La stagione del turismo di massa in Russia dura 100 giorni all'anno. Le infrastrutture presenti (alberghi, sistema di trasporti ecc.) possono ospitare 1,5 milioni di turisti all'anno. 70% dei visitatori alloggiano nei pochi alberghi di classe turistica. Gli altri alberghi sono troppo costosi oppure troppo modesti per i turisti stranieri. Una piccola parte di turisti viaggia in crociera sul Volga da Mosca a San Pietroburgo (25 navi con una capacità di 250-270 persone ciascuna). Durante la navigazione solitamente si effettuano 10 gite in diverse località. Quasi il 5% dei turisti stranieri visitano altre regioni della Russia, e il numero è anche limitato dalla capacità delle infrastrutture (RATA news, 2005).

Un'altra barriera all'aumento del numero di turisti è il costo dei servizi. Nella stagione 2004 i prezzi degli alberghi a Mosca e San Pietroburgo sono aumentati del 20-30% rispetto all'anno precedente, nel 2005 del 30-40%.

Le società russe leader nel turismo interno sono "Academservice", "Intourist", "KMP-Group", "Tari Tour" e "Primorsk Agency of Airlines".

Turismo in uscita

Il numero totale di turisti russi che hanno viaggiato all'estero nella prima metà del 2005 è stato di 2.596.000 (2.616.000 nello stesso periodo del 2004); tra questi 83.200 si sono recati in Italia (63.900 nello stesso periodo del 2004). Le principali mete del turismo di massa e i Paesi più richiesti sono illustrati in tabella 4.

Settore	Principali destinazioni
Località marittime	Turchia, Egitto, Cipro, Thailandia, Spagna, Italia, Bulgaria, Tunisia
Sci in montagna	Austria, Svizzera, Italia, Andorra, Slovenia, Slovacchia, Francia
Escursioni	Francia, Italia, Grecia, Repubblica Ceca, Olanda, Germania, India
Viaggi di shopping	Turchia, Grecia, Italia, Cina

Tabella 4. Struttura del turismo di massa in uscita.

Fonte: Pro Invest Group

I pacchetti di viaggi per l'Italia sono caratterizzati da prezzi stabili. Dal 2004 la crescita dei prezzi è stata inferiore al 5% e dovuta principalmente all'inflazione e all'aumento del prezzo del petrolio. Un'altra peculiarità è l'efficiente sistema di voli charter.

Il numero di turisti russi in Italia è previsto nel 2005 in crescita del 40% secondo RBC.

Capitolo 4: L'ambiente competitivo

Il numero di società coinvolte nel mercato russo del turismo sta crescendo rapidamente: le licenze per le attività turistiche ammontano a 20.000. Tuttavia, le imprese che effettivamente lavorano in questa

industria non sono più di 7.000, 4.000 delle quali situate a Mosca e le altre 3.000 in altre regioni. La forte differenza nei dati deriva dal fatto che molte licenze appartengono a società per le quali quello del turismo non è il core business, per esempio le grandi aziende che organizzano viaggi per il proprio personale. Inoltre, tutte le grandi imprese del settore hanno ottenuto la licenza sia per l'attività di operatore turistico che per quella di agente turistico.

Il fatturato della maggior parte delle società è molto piccolo: in genere esse lavorano come dealer per i grandi operatori turistici. Gli operatori con ricavi superiori a 1 milione di dollari non sono più di 300.

Oggi ci sono due tendenze principali nel mercato del turismo. Innanzitutto, dal 2000 si assiste ad un processo di consolidamento; inoltre, le prime reti di agenzie hanno cominciato a comparire. Prima del 1998 quasi tutte le compagnie preparavano i propri pacchetti, e l'attività era più redditizia che quella di semplice dealer. La diminuzione del tasso di profitto, specialmente per le destinazioni di massa, ha favorito i più grandi operatori. Al momento più del 50% del mercato in tutti i segmenti è controllato dalle 3-5 maggiori imprese. Le loro quote di mercato sono illustrate in tavola 5.

Società	2004		2003	
	Fatturato \$ milioni	Numero di clienti serviti	Fatturato \$ milioni	Numero di clienti serviti
TEZ Tour	163	374 000	125,7	297 300
Inna Tour	142,86	543 000	133	527 000
Nataly Tours	115	150 000	90	120 000
Intourist	112,5	408 900	80	395 525
Neva	109	221 800	95	185 653
Sputnik	97	270 000	N/A	N/A
Touralliance Holding	96	145 000	31	54 000
Primorsky Agency of Aviation Companies	85,59	231 800	64,87	230 700
Pak Group	82,4	94 000	57,6	68 000
Lanta - tour voyage	60	51 000	56	45 000

Tavola 5. I leader nei volume di vendita del mercato russo del turismo.

Fonte: Tourinfo, valutazione delle società specializzate nel turismo, 2004.

La principale fonte di reddito per gli operatori turistici è il turismo in uscita che ammonta fino al 70% di tutta l'attività.

Nel 2000 è stato inaugurato il sistema di ricerca e prenotazione "FOROS". Esso è un sistema elettronico che mette a confronto i prodotti di diversi operatori, e può essere utilizzato dagli attori professionali del mercato: operatori turistici, agenzie e altri. Il sistema consente di effettuare una istantanea analisi dell'offerta, di seguire i prezzi dei concorrenti, di presentare la propria offerta on-line. Oggi FOROS è utilizzato da circa il 20% degli operatori russi, compresi i leader di mercato.

Capitolo 5: Il sistema distributivo

La maggior parte degli operatori turistici stabilisce i propri uffici a Mosca e a San Pietroburgo e in qualche altro grande centro regionale (Novosibirsk, Ekaterinburg, Omsk, Vladivostok, Tumein, Samara, Nizhni Novgorod, Novorossiysk, Ufa), anche se spesso vende prevalentemente ad altre agenzie di viaggio e non ai consumatori finali.

Le società leader offrono solitamente on-line la prenotazione del volo, dell'alloggio e del pacchetto, e in seguito l'acquisto dei biglietti nell'ufficio più vicino. L'acquisto direttamente su Internet è ancora in uno stadio di sviluppo in Russia.

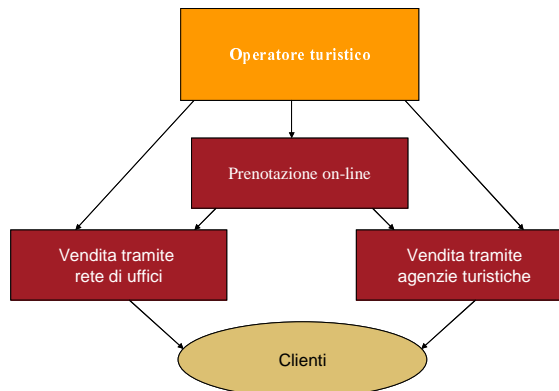
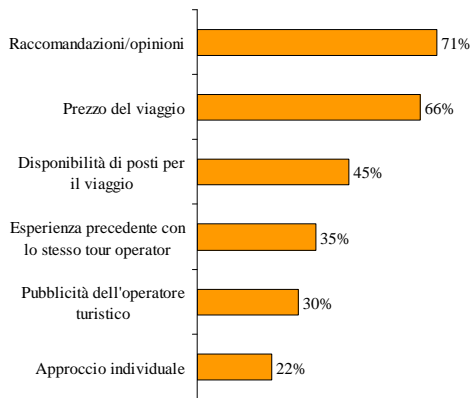


Fig. 5. Sistema distributivo

Fonte: Pro Invest Group

I consumatori russi scelgono il proprio operatore turistico guidati principalmente da due criteri: le raccomandazioni degli amici e il prezzo del pacchetto. In particolare, i clienti orientati solo al prezzo scelgono i viaggi più economici (meno di 400 dollari a persona). I consumatori della fascia 400-600 dollari a persona scelgono in base al rapporto ottimale "buoni giudizi / miglior prezzo". Coloro che sono disposti a spendere più di 600 dollari a persona si preoccupano più delle buone raccomandazioni e della disponibilità del viaggio desiderato. Infine, la reputazione dell'operatore è il criterio più importante per i clienti della fascia di prezzo più alta (dati Gortis, 2005).



% di turisti russi che hanno viaggiato o hanno intenzione di viaggiare all'estero

Fig. 6. Fattori che determinano la scelta dell'operatore turistico.

Fonte: Ricerca di mercato Gortis, 2005.

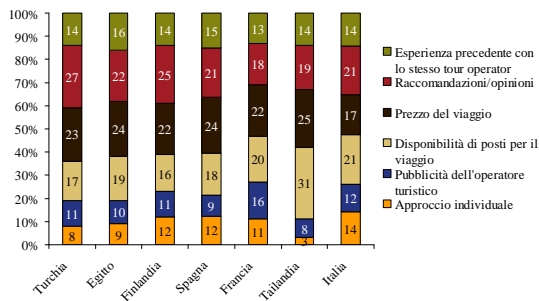


Fig. 7. I fattori determinanti la scelta dell'operatore turistico, raggruppati per Paesi di destinazione.

Fonte: Ricerca di mercato Gortis, 2005.

Capitolo 6: Opportunità per le aziende italiane

Secondo le statistiche ufficiali sta crescendo sia il numero di turisti russi che viaggiano in Italia che il

numero di turisti italiani che si recano in Russia. Questo significa che si sono buone prospettive per le imprese italiane del settore.

- I russi richiedono sempre di più il turismo di massa in Italia – spiaggia, sci in montagna ed escursioni. Una strategia vincente potrebbe essere offrire la migliore scelta di alberghi ed un ben sviluppato sistema di trasporti.
- La crescita nel reddito dei cittadini russi provoca un aumento della domanda di viaggi individuali. Una combinazione di diversi tipi di turismo, comprendendo le visite storiche e culturali, le cure termali e in beauty farm, e gli itinerari enogastronomici e artistici potrebbe essere estremamente attraente per questo largo pubblico di turisti. Infatti questi consumatori spesso hanno un livello di istruzione superiore alla media, sono più benestanti e propensi ad acquistare prodotti dell'artigianato locale.
- Per gli operatori italiani che offrono viaggi in Russia è importante avere buoni rapporti con gli alberghi russi, dal momento che essi costituiscono il limite essenziale al turismo in ingresso: ci sono infatti molti pochi alberghi in Russia che rispettano gli standard di servizio europei. Quasi tutti hanno relazioni stabili con pochi partner e potrebbero creare problemi nell'iniziare una cooperazione con altri nuovi.

Allegato 1: Principali concorrenti

1. **“TEZ Tour”** è un grande operatore turistico internazionale, comprendente 10 società che operano in Russia, Ucraina, Lettonia, Estonia e Kazakistan. L’offerta include vacanze al mare, viaggi di lavoro, sportivi, per bambini e viaggi VIP. Le principali destinazioni sono: Turchia (dal 1994), Spagna (dal 2005), Egitto (dal 1999), Thailandia (dal 1997) Cuba e Repubblica Dominicana (dal 2004), I ricavi del 2004 erano di 163 milioni di dollari.
2. **“Nataly Tours”** è uno degli operatori turistici leader in Russia. Fondata nel 1992, l’azienda ha oggi uffici in 12 città russe. Il fatturato è stimato sui 115 milioni di dollari, i dipendenti sono 106. “Nataly Tours” organizza vacanze in spiaggia, crociere e viaggi di lavoro. Le principali destinazioni sono la Spagna (detiene più del 50% del mercato), Cipro, Thailandia, Andorra, Italia (dal 2004), Turchia e UAE. La società offre anche viaggi all’interno della Russia.
3. **“Intourist”** è stata fondata come società turistica nel 1929. Oggi ha 57 filiali in Russia e 11 all’estero. La società offre viaggi in ingresso in Russia, viaggi in uscita in un gran numero di Paesi (tra questi c’è l’Italia con sono 23 località e 190 alberghi), servizi di trasporto. I ricavi sono di circa 112 milioni di dollari.
4. **“Neva” Travel Company** è uno degli operatori professionali leader in Russia. NEVA è stata fondata nel 1990 ed è diventata un operatore innovativo di successo sia per il turismo in ingresso che per quello in uscita. La società ha uffici a San Pietroburgo, Mosca, Vyborg e in altre città. I ricavi sono di circa 110 milioni di dollari. Le principali destinazioni sono Spagna, Egitto, Tunisia, Bulgaria, Croazia e Finlandia.
5. **“Touralliance Holding”** è stata fondata nel 2001. La capogruppo controlla una società tour operator, una sotto-divisione di prenotazione voli, la rivista “Voyage & Rest” e una rete estesa di catena di negozi “Kuda.ru”. La sottodivisione che si occupa dell’attività di operatore turistico è stata formata sulle basi di sue società: Destinazioni del Mondo Eurasia (DOTW) e Laguna-tur. La principali mete sono Tunisia, Egitto, Asia Sud-Orientale e UAE. La società offre anche viaggi individuali per l’Italia (Liguria, Roma, Venezia).
6. La joint venture **“Primorsky Agency of Aviation Companies”** è stata fondata nel 1995 sulla base della Aeroflot Branch. La società è specializzata nella vendita di biglietti aerei e nell’attività di tour operator. I ricavi sono stimati sui 96 milioni di dollari. Il Centro Turistico della Primorsky Agency of Aviation Companies offre viaggi e itinerari per tutti i gusti, per esempio viaggi educativi e di lavoro in Russia e viaggi ecologici in offerta speciale per la regione del Kamchatka.
7. **“Mondo Tours”** è un operatore turistico leader in Russia nei viaggi per l’Italia. La società è stata creata nel 1994. Il fatturato è stimato sui 10 milioni di dollari. “Mondo Tours” propone itinerari in diverse località in Italia comprese la Costa Adriatica, Tirrenica e Ligure, la Sardegna, la Sicilia e Capri. Dal 1997 l’azienda sta sviluppando nuove mete come Francia, Grecia, Spagna ed Austria.

8. **"Pac Group"** è una società fondata nel 1990. Durante gli ultimi otto anni la società ha conquistato una posizione guida nel mercato russo per i viaggi in Italia che offre dal 1993. "Pac Group" propone escursioni, vacanze in montagna e al mare, crociere, viaggi individuali e di business, nonché viaggi in altri Paesi europei e all'interno (Mosca, San Pietroburgo, città dell'"Anello Dorato", Russia del Nord, Regione dell'Altai, Regione del Baikal, Kamchatka, Penisola del Kola, viaggi con la Ferrovia Tran-siberiana). Il fatturato è di 82,5 milioni di dollari.
9. **"Inna Tour"** è una delle più grandi compagnie e partner della linea aerea nazionale "Aeroflot", ai cui ricavi contribuisce per circa il 10%. Ci sono 5 uffici e 163 agenzie della catena a Mosca. Le tre principali aree d'affari sono il turismo in entrata e in uscita (Francia, Tunisia, Grecia, Tailandia), vendita di biglietti aerei e servizi per le imprese. La società propone anche viaggi individuali in Italia (Roma, Venezia, Milano, Firenze).
10. **Academservice Travel Company** è una delle società leader nel turismo in ingresso in Russia, nei Paesi CIS e in quelli Baltici (Lettonia, Lituania, Estonia). Fondata nel 1990, Academservice ha la sede centrale a Mosca e filiali all'aeroporto internazionale "Sheremetievo-II" e nei più grandi alberghi di Mosca, nonché un ufficio rappresentativo a San Pietroburgo. La società offre una gamma completa di servizi turistici (alloggio in albergo, trasferimenti, servizi di trasporto, escursioni, voli, servizi VIP all'aeroporto, viaggi in treno, crociere, supporto alla VISA) in 133 città di tutti i 15 Paesi dell'ex Unione Sovietica. Academservice è agente di vendita per la catena dei Best Eastern Hotels nei Paesi dell'ex Unione Sovietica. Fondata nel 1998, Best Eastern Hotels serve i segmenti dei viaggiatori internazionali e per lavoro.
11. **"Ultra-travel" Ltd** è una impresa di Mosca che si occupa di turismo sia in ingresso che in uscita, con una licenza di agente turistico che ha saputo sfruttare con successo per 9 anni. Nel 2005 è stata fondata una joint venture russo-tanzaniana "Ultra-Travel-Africa". Nell'ambito del turismo in ingresso, ci sono diversi programmi in tutta la Federazione russa: itinerari a Mosca e a San Pietroburgo e nei loro dintorni, gite nell'"Anello Dorato" e nella Regione Siberiana, crociere lungo i principali fiumi, battute di caccia e altro ancora. Viene proposto anche il turismo d'avventura (bicicletta, sci, alpinismo). Nell'ambito del turismo in uscita le principali destinazioni sono i Paesi del Nord, Sud ed Est Africa, le isole tropicali dell'Oceano Indiano, e gli esclusivi Poli Nord e Sud con le regioni Artica ed Antartica.
12. **American Express Travel Services.** American Express opera in più di 130 Paesi in tutto il mondo. Negli Stati Uniti è un gruppo finanziario. In Russia l'attività comprende i viaggi di lavoro e i servizi per le carte di credito.
13. **Carlson Wagonlit Travel** è uno dei leader mondiali nei viaggi di lavoro. Il volume delle vendite supera i 12 miliardi di dollari all'anno. Carlson Wagonlit è un gruppo di società risultante dalla fusione di American Carlson Travel Group con French Wagon-Lits e ha oggi uffici in 141 nazioni.
14. **Sodis** è il primo operatore russo specializzato nel turismo individuale. La società ha sede a Mosca. Sodis offre viaggi individuali in 80 Paesi ma anche viaggi di lavoro, partecipazione esclusiva in molte manifestazioni culturali, educazione e trattamenti medici all'estero.

-
15. **MITS (Moscow International Travel Service)** è stata fondata nel 1993. Essa propone viaggi individuali (alloggio, trasferimenti, ristoranti, guide, escursioni), servizi alle imprese (organizzazione di seminari, viaggi di lavoro ecc.) e viaggi incentivo.
 16. **STAR Travel** è la maggiore società di viaggi per studenti, studio all'estero, Work & Travel negli Stati Uniti e programmi di tirocinio. È stata fondata nel 1995 come società privata a proprietà americana e russa, ha 6 uffici a Mosca e 15 in altre grandi città della Russia. Tra i servizi offerti ci sono: tariffe aeree scontate per i minori di 26 anni, studenti e insegnanti; Carta d'Identità per Studenti e Docenti Internazionali (ISIC, ITIC); programma Work & Travel negli Stati Uniti per studenti; tirocini lunghi negli Stati Uniti per studenti; corsi di lingua corti e lunghi in scuole della Gran Bretagna, Irlanda, Malta e altri Paesi; prenotazioni di alberghi e ostelli in tutto il mondo; assicurazione di viaggio e assicurazione per studenti stranieri in Russia.
 17. **Larus Viaggi** è un operatore turistico italiano, fondato nel 1984, con nuove filiali aperte a Mosca (1995), Praga (1998), Shanghai (2003) e Rimini (2004). Larus Viaggi ha un'offerta molto ampia di destinazioni e servizi: vacanze al mare (Costa Adriatica, Rimini, Riccione, Milano Marittima, Comacchio, Lido di Jesolo, Riviera Ligure, Toscana e Laziale, Ischia, Capri, Sorrento, Amalfi, Calabria, Taormina, Sicilia, Sardegna), vacanze al lago (Lago di Garda, Maggiore e di Como), città italiane (Roma, Venezia, Firenze, Milano, Bologna, Napoli, Genova, Verona), centri bellezza e salute e SPA (Ischia, Capri, Montecatini Terme, Abano Terme, Milano Marittima, Lago di Garda, Sardegna) e vacanze sci.
 18. **Gartour**, controllata dal gruppo HTS (Holding Tourism System), è una organizzazione di turismo in ingresso in Italia. La società ha anche uffici a Firenze, Cagliari, Costa Amalfitana, Mosca, Kiev e Tblisi. Gartour ha divisioni specializzate in gruppi, clienti individuali, programmi incentivo, movimenti charter e accordi speciali.
 19. **Lanta-Tur** è stata fondata nel 1991. Nel 1997 è stata riorganizzata nel gruppo Lanta-Tur Voyage, uno dei maggiori operatori russi. La società ha 3 uffici e 170 dipendenti e un fatturato di circa 60 milioni di dollari. Lanta-Tur Voyage è specializzata in viaggi all'estero individuali e di gruppo in 16 Paesi e nel turismo in ingresso, offrendo prenotazione di alberghi, escursioni, prevendita di biglietti per molti spettacoli e manifestazioni.
 20. **«VolEuropa S.r.l.»/«Azzurra Viaggi»**. Azzurra Viaggi è un operatore per il turismo italiano in Russia, dove la società è presente da più di 20 anni. Ora è una divisione del gruppo «Voleuropa». Tra gli itinerari offerti ci sono quelli classici di gruppo, viaggi Italia+Parigi e Italia+Barcellona, viaggi etnico-gastronomici e di lavoro.

Allegato 2: Contatti

Nome	Web	Indirizzo	Telefono/Fax/Mail
Larus Viaggi	http://www.larus.it larus@larus.it http://www.larus.ru	44022 Comacchio - ITALY Piazzetta Ugo Bassi 32	Tel. +39 0533 31.31.44 Fax +39 0533 31.31.66 larus@larus.it
Gartour	http://www.gartour.it	Roma Via Volturmo 2c - 00185	Tel. +39-06.48.90.20.40 Fax +39-06.48.35.70 paolo@gartour.net
VolEuropa S.r.l./ Azzurra Viaggi	http://www.voleuropa.it http://www.azzurraviaggi.ru	15, 1-st Brestskay, Moscow, Russia	Tel./Fax +7 (095) 933-76-30 info@voleuropa.it
TEZ Tour	http://www.teztour.ru	32-A, Leninskiy pr-t, Moscow, Russia.	Tel. +7 (095) 981-97-81 Fax +7 (095) 105-105-3 info@teztour.ru
Nataly Tours	http://natalie-tours.ru	Sadovaya-Kudrinskaya 25, 123001 Moscow, Russia	Tel. +7(095)792 56 11 Fax +7(095)792 56 06 mail@natalie-tours.ru
Intourist	http://www.intourist.ru	Prospekt Mira, 150, 129366, Moscow, Russia.	Tel. +7(095) 753-000-3 info@intourist.ru
Neva	http://www.nevaspb.ru	13 Pr. Chernishevskogo str., Saint Petersburg, 191123, Russia	Tel. +7(095) 7-999-444 +7 (812) 333-555-33 info.spb@nevatravel.ru
Touralliance Holding	http://www.tahold.ru	Verhnyaya Radish4evskaya str., 7, bld. 1, 109004, Moscow, Russia	Tel. +7(095) 231-4994 Fax +7(095)777 49 30 info@touralliance.ru
Primorsky Agency of Aviation Companies	http://www.airagency.ru	20A, Tigrovaya Str., Vladivostok, Russia	Tel. +7 (4232) 260880 Fax +7 (4232) 266905
Mondo Tours	http://www.mondotours.ru	Leninskiy pr-t, 4, bld.1a, Moscow, Russia	Tel. +7(095) 258-39-39 Fax +7(095) 258-67-67 info@mondotours.ru
Pac Group	http://www.pac.ru	21-5, Lubyanskiy proezd. 101000, Moscow, Russia,	Tel. +7 (095) 933-09-50 Fax +7 (095) 933-09-52 info@pac.ru
Inna Tour	http://www.inna.ru	35, Mysnitskaya, 101990, Moscow, Russia	Tel. +7(095) 742-17-17 Fax +7(095) 742-53-93 tour@inna.ru
Academservice	http://acase.ru	49, Arkhitekora Vlasova ul., Moscow, 117393, Russia	Tel. +7 (095) 789-90-90 Fax +7 (095) 913-95-79 info@acase.ru
Ultra-travel	http://www.ultra-travel.ru	Leninskiy pr-t, bld.15. 119071 Moscow, Russia	Tel./Fax +7 (095)- 958-23-47 ultra-travel@rinet.ru
Sodis	http://www.sodis.ru	6, Maliy Tatarskiy per., Moscow, Russia	Tel. +7 (095) 933-55-33 Fax +7 (095) 933-5530 sodis@sodis.ru
STAR Travel	http://www.statravel.com	Baltyiskaya Str.9, 3rd Floor 125178 Moscow, Russia	Tel. +7 (095) 797-95-55 Fax +7 (095) 797 95-54 help@startravel.ru
MITs	http://www.mits.ru/	32a, Leninskiy Prospekt. 119991, Moscow,	Tel. +7 (095) 938-59-59 Fax +7 (095) 938-53-37 mits@mits.ru
Lanta - Tur	http://www3.lantatur.ru	1, Suvorovskaya square. Moscow, Russia	Tel. +7 (095) 786-68-60 Fax +7 (095) 786-68-61 lanta@lantatur.ru
RATA-news Rivista elettronica della "Associazione Russa delle Agenzie di Viaggio"	http://ratanews.ru		Tel. +7 (095) 692-24-64, 961-13-70, 961-13-71 editor@ratanews.ru
TourBusiness (Travel Trade Russia) Rivista mensile indipendente per la "Industria dei Viaggi e del Turismo Russa"	http://www.tourbus.ru/	11a, of. 611, Seleznevskaya str. Moscow, Russia	Tel. +7-095 995-76-20/22 Fax +7-095 995-76-20 tb@tourbus.ru
Tourinfo - rivista di viaggi.	http://www.tourinfo.ru/	4, Aviatzionniy per. Moscow, Russia	Tel. +7-095 234-08-30 Fax +7-095 234-08-30 info@tourinfo.ru
RBC - Agenzia russa di informazione, specializzata in informazioni di business.	http://www.rbc.ru	78, Profsoyuznaya str., Moscow, Russia	Tel. +7 (095) 363-11-11 subscribe@rbc.ru

Inside Partners è una società di advisory strategica indipendente focalizzata nel sostenere le PMI nel processo di crescita, sviluppo e apertura ai mercati internazionali, e a fornire assistenza strategica a quegli investitori che decidano di contribuire finanziariamente al processo.

Inside Partners assiste i propri clienti nelle seguenti attività:

- Analisi di mercato
- Ricerca di potenziali partner finanziari o strategici
- Ricerca di target
- Definizione dell'ottimale strategia d'entrata in nuovi mercati.
- Assistenza agli investimenti greenfield
- Transaction Services - M&A
- Quotazione in borsa

Inside Partners è il risultato dell'unione di professionisti provenienti da alcune tra le più importanti società internazionali di consulenza di direzione e corporate finance. Tutti i professionisti hanno conseguito un MBA presso una delle più importanti Business School internazionali (INSEAD, Wharton, London Business School).

Inside Partners ha sviluppato un network di alleanze strategiche con importanti società estere di advisory indipendenti, con le quali collabora continuamente formando team che includono professionisti di diverse nazioni.

www.inside-partners.com



Pro Invest Group è una rinomata società di consulenza e advisory russa, fondata nel 1994 e specializzata in consulenza strategica e ricerca, operazioni di M&A, sviluppo IT. Essendo una partnership posseduta dai propri professionisti, garantisce indipendenza da qualsiasi gruppo finanziario, industriale, politico o straniero.

È composta di quattro società:

- **Strategica** – la prima società di consulenza strategica in Russia.
- **Pro-Invest** – l'unica società di investimenti russa che realizza transazioni strategiche come parti di ristrutturazioni innovative del business e riorganizzazioni aziendali, grazie a una eccellente divisione di corporate finance.
- **Expert Systems** – Società leader di consulenza IT che offre soluzioni su misura date a sviluppare il business e a creare valore.
- **Institute for Applied Business Issues** – società di analisi e ricerca strategica .

Il team, composto da professionisti con lunga esperienza e eccellenti connessioni, supporta i propri clienti con le conoscenze necessarie ad aver successo nel dinamico mercato russo. I 50 professionisti provengono dalle più importanti società internazionali di consulenza e si sono diplomati presso famose business school internazionali (Stanford, Kellogg, INSEAD, LSE) o presso le principali università russe.

www.strategy.ru

www.pro-invest.ru

www.expert-systems.com



PRO-INVEST GROUP