

Scheda turismo - ANGOLA



A cura di:
Ambasciata d'Italia - ANGOLA

Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese
dgsp1@esteri.it

ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo



www.infomercatiesteri.it

INDICE

TURISMO

- [SCHEDA TURISMO ANGOLA](#)
- [FLUSSI TURISTICI: ANGOLA VERSO L'ITALIA](#)

TURISMO

SCHEDA TURISMO ANGOLA

Graduatoria dei 5 paesi più visitati del 2016					
#	Paese	Totale viaggiatori	Var % su anno precedente	Quota parte su totale outgoing %	
1	PORTOGALLO	nd	nd	nd	
2	BRASILE	nd	nd	nd	
3	EMIRATI ARABI UNITI	nd	nd	nd	
4	CINA	nd	nd	nd	
Posizione dell'Italia		Totale viaggiatori	Quota parte su totale outgoing		
		nd	670	nd	
I 5 prodotti turistici italiani più apprezzati del 2016					
#	Prodotto			Quota	
1	Grandi città d'arte			nd	
2	Turismo religioso			nd	
3	Business e MICE			nd	
4	Enogastronomia			nd	
Destinazioni Italiane del 2016					
Roma, Venezia, Città del Vaticano, Milano, Firenze, costiera amalfitana, ecc.					
Anno	Arrivi/viaggiatori totali in Italia	Presenze/ pernottamenti totali in Italia		Permanenza media	
2016	1.000	15.000		15	
Anno	Spesa totale in Italia		Spesa pro capite giornaliera in Italia		
2016	1.500.000		100		
Mezzo Utilizzato per raggiungere l'Italia				Quota %	
				Aereo	100
				Treno	nd
				Bus	nd
				Auto	nd
Categoria Turisti		Quota %	Segmento socio economico	Livello culturale	Propensione al viaggio
Giovani/studenti		0.5	medio	medio	medio
Singles		60	medio	medio	medio
Coppie senza figli		10	medio	medio	medio
Coppie con figli		10	medio	medio	medio
Seniors (coppie over 60)		5	medio	medio	medio
Gruppi		nd	medio	medio	medio
Uomini d'affari/professionisti (MICE)		nd	medio	medio	medio



FLUSSI TURISTICI: ANGOLA VERSO L'ITALIA

Il potenziale di crescita dei flussi di turisti angolani verso l'Italia nel medio periodo è senz'altro molto grande, considerato anche che si parte da numeri molto bassi: sono stati rilasciati nel 2016 980 visti per turismo, e 670 nei primi sei mesi di quest'anno. Al momento coloro che si recano in Italia dall'Angola possono essere collocati prevalentemente nelle seguenti categorie: uomini d'affari legati al petrolio o diamanti; funzionari governativi, operatori che viaggiano per motivi commerciali e religiosi. In questo quadro, i principali fattori di freno del turismo in Italia sono: la mancanza di collegamenti aerei diretti; la mancanza di operatori italiani attivi sul mercato angolano; la forte concorrenza di altri Paesi europei dall'elevata attrattività turistica; la scarsa conoscenza dell'offerta turistica italiana da parte del grande pubblico angolano.

Appaiono decisamente promettenti per il mercato angolano, purché adeguatamente sostenute dal punto di vista promozionale, le seguenti tipologie di offerta turistica: "pacchetti" turistici nella classiche località (Venezia, Firenze, Roma, Milano costiera amalfitana, ecc.); pacchetti tematici, per target di pubblico specifici: ad esempio, tour enogastronomici; circuiti regionali o legati alla scoperta delle città d'arte e del patrimonio storico, culturale ed archeologico nazionale. Altre due forme di turismo avente carattere tematico e che senz'altro meritano di essere esplorate sono: il turismo per shopping (magari abbinando la promozione commerciale dei grandi marchi del lusso nazionale alla promozione del turismo per shopping in Italia) ed il turismo religioso, dove l'Italia gode di un vantaggio comparato evidente rispetto a qualsiasi altro Paese, essendo l'Angola un Paese a maggioranza cattolica.

[^Top^](#)