



Unioncamere
Unione Italiana
delle Camere di
Commercio
Industria Artigianato
e Agricoltura

OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO

INDAGINE SUL TURISMO STRANIERO - IL MERCATO TEDESCO -

a cura di



SOMMARIO

1. IL TURISMO TEDESCO NEL TURISMO INTERNAZIONALE.....	4
2. LA SPESA DEI TEDESCHI IN ITALIA	6
3. DESTINAZIONE ITALIA: LA DOMANDA TEDESCA.....	7
4. LE MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA.....	12
5. DESTINAZIONI 2004 E PREVISIONI PER IL 2005	17
5.1 Le destinazioni dei tedeschi nel 2004.....	17
5.2 Le previsioni per il 2005	22
5.3 Le nuove destinazioni per il 2005	26
5.4 Turisti fedeli e nuovi turisti	28
NOTA METODOLOGICA	31

Per una maggiore comprensione del testo che segue si allega la carta amministrativa dei länder tedeschi.



La ripartizione geografica di riferimento è la seguente:

Nord Ovest: Schleswig Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Nordrhein Westfalen

Nord Est: Mecklenburg Vorpommern, Brandenburg, Berlin, Sachsen Anhalt

Sud Ovest: Hessen, Rheinland Pfalz, Saarland, Baden Württemberg

Sud Est: Thüringen, Sachsen, Bayern

1. IL TURISMO TEDESCO NEL TURISMO INTERNAZIONALE

In Germania, negli ultimi tre anni, la quota di turismo interno risulta sempre crescente, fino ad arrivare al 32,6% delle vacanze totali nel 2003 (dal 29,2% del 2001). Si tratta però comunque, a differenza ad esempio del mercato italiano, di una quota ancora bassa rispetto alle scelte di vacanza verso l'estero.

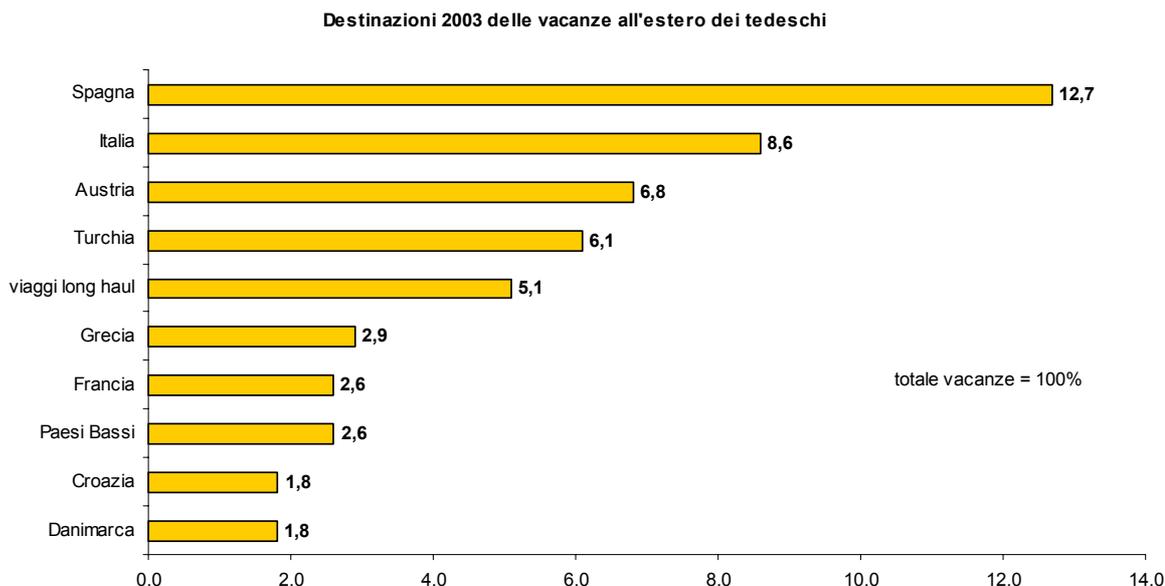
L'appeal delle destinazioni estere, infatti, determina ancora il 67,4% degli atti di vacanza dei tedeschi, specie verso l'Europa (48,3%).

Si evidenzia però come le destinazioni europee più tradizionali stiano perdendo quota di mercato a favore di una crescente attenzione del mercato tedesco per le destinazioni dell'est Europeo, che nel 2003 segna una quota pari al 7,3% delle vacanze totali. Tra le nuove destinazioni dei tedeschi oltre a queste mete dell'est (specie Croazia e Bulgaria), anche altri Paesi mediterranei come la Turchia stanno acquisendo sempre maggiori spazi negli atti di vacanza tedeschi.

	2002	2003	
	%	%	v.a. (milioni)
in Germania	30,5	32,6	21,5
all'estero	69,5	67,4	44,6
<i>Europa Mediterranea</i>	28,6	26,6	17,6
<i>altro Mediterraneo</i>	7,8	8,5	5,6
<i>Europa Occidentale</i>	15,8	14,4	9,5
<i>Europa Orientale</i>	6,4	7,3	4,8
<i>Scandinavia</i>	3,2	3,3	2,2
<i>extra Europa</i>	5,3	5,1	3,4

Fonte: Reiseanalyse aktuell, 2004

L'Italia mantiene il secondo posto sul mercato internazionale delle vacanze dei tedeschi, dopo le località spagnole (12,7%), per l'8,6% delle preferenze di vacanza.



Fonte: Reiseanalyse aktuell, 2004

Nel complesso l'organizzazione della vacanza passa per il 58% attraverso il sistema dell'intermediazione dei viaggi, di questa quota il 29% acquista pacchetti tutto compreso ed il 15,1% acquista servizi vari presso le agenzie di viaggio (¹). Il 28,1% dei turisti tedeschi organizza, invece, individualmente prenotando direttamente presso la struttura ricettiva.

Aumenta nuovamente l'utilizzo dell'auto privata come mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere le destinazioni di vacanza (49,2%) così come il pullman (10,3%). Diminuisce al contrario il ricorso ai vettori aerei (32,3%) e ferroviari (6,1%), forse anche per le incertezze dovute agli atti terroristici che non hanno risparmiato l'Europa.

	Anno 1998	Anno 1999	Anno 2000	Anno 2001	Anno 2003
Mezzi di trasporto					
Automobile/caravan	49,6	50,1	49,2	48,5	49,2
Aereo	32,5	33,1	34,6	33,7	32,3
Bus	9,6	9,3	9,1	9,7	10,3
Treno	6,6	5,9	5,8	6,7	6,1

Fonte: Reiseanalyse aktuell, 2004

¹) Reiseanalyse aktuell, FUR 2004

2. LA SPESA DEI TEDESCHI IN ITALIA

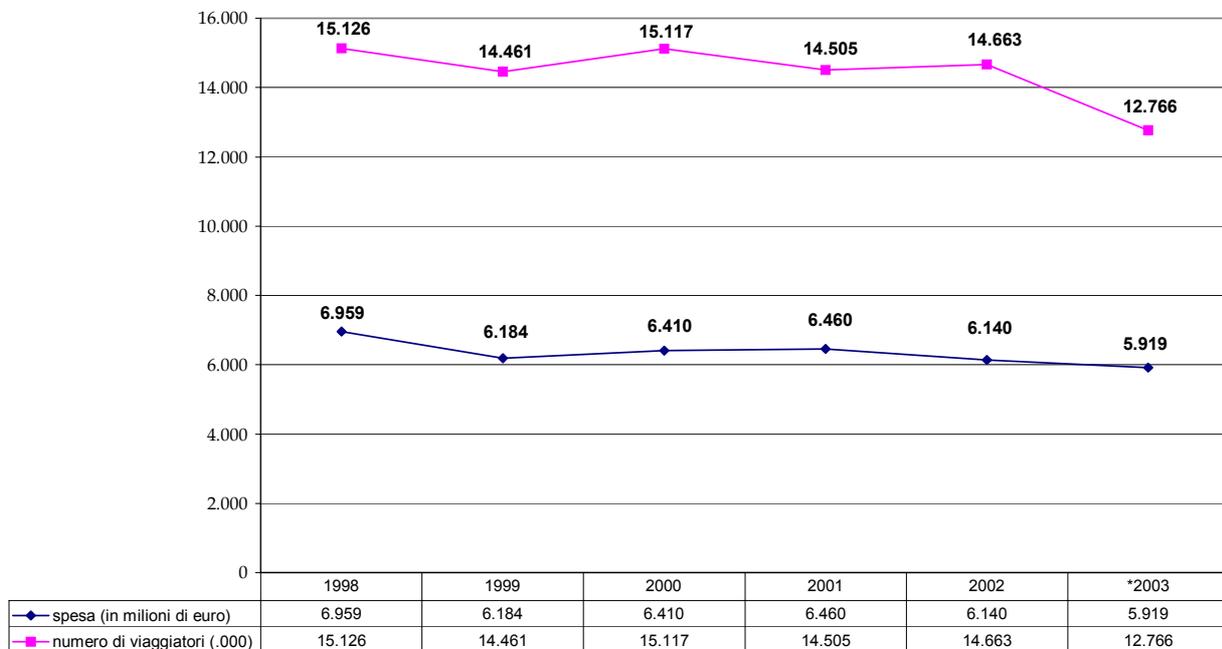
Nel complesso dei consumi dei tedeschi per le vacanze, la spesa turistica mostra un lieve decremento dai 2001 al 2003, pari al -0,5%, coerentemente con una contrazione della durata dei soggiorni. Aumenta invece del +4,3% il numero dei viaggi per un totale di 66, 1 milioni di vacanze.

	Anno 1998	Anno 1999	Anno 2000	Anno 2001	Anno 2003
Spesa per viaggi					
Per persona per viaggio (in DM)	1.441	1.423	1.549	1.550	1.543
Durata del viaggio (gg)	13,9	14,0	13,8	13,8	12,8
Totale viaggi per vacanza (milioni)	63,2	62,6	62,2	63,4	66,1

Fonte: Reiseanalyse aktuell, 2004

Nel 2003 il giro d'affari del turismo dalla Germania risulta pari a circa 200 miliardi di euro. Di questi consumi, circa 6 miliardi sono stati spesi nelle nostre località turistiche.

IL TURISMO TEDESCO IN ITALIA

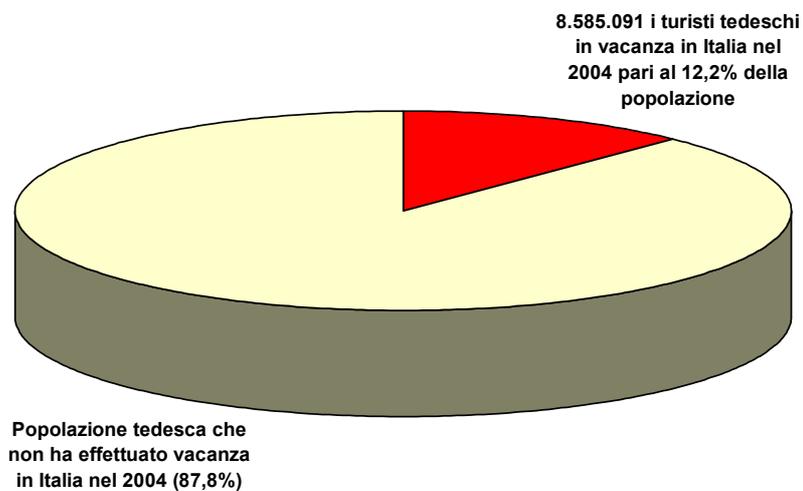


* gennaio-ottobre 2003

Fonte: UIC 2004

3. DESTINAZIONE ITALIA: LA DOMANDA TEDESCA

Nel 2004 il 12,2% della popolazione tedesca, pari a circa 8,6 milioni di individui è stato in vacanza in Italia ⁽²⁾. Rispetto al 2003 si evidenzia un seppur lieve calo, passando dal 12,6% al 12,2% di quota sulla popolazione.



1. Nel 2004 Ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia?

	Sesso		Totale
	maschio	femmina	
Si	49,8	50,2	100,0
No	47,8	52,2	100,0
Totale	48,0	52,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

²) popolazione uguale o superiore a 15 anni – si veda metodologia

Si è trattato prevalentemente di un turismo che si caratterizza per l'età adulta tra i 55 ed i 64 anni o molto giovanile (fino ai 18 anni). Elevata la quota di turisti con un elevato titolo di studio, per lo più laureati (22,9% dei vacanzieri).

	Classe d'età							Totale
	Fino a 18 anni	19-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	oltre 65 anni	
Si	10,6	6,1	14,3	19,2	17,1	18,4	14,3	100,0
No	5,4	7,9	13,8	17,8	16,7	14,6	23,7	100,0
Totale	6,1	7,7	13,9	18,0	16,8	15,0	22,5	100,0

	Classe d'età							Totale
	Fino a 18 anni	19-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	oltre 65 anni	
Si	21,3	9,7	12,5	13,0	12,5	14,9	7,7	12,2
No	78,7	90,3	87,5	87,0	87,5	85,1	92,3	87,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Si	2,4	17,6	35,5	19,6	22,9	2,0	100,0
No	9,5	23,4	34,8	19,6	11,0	1,8	100,0
Totale	8,6	22,7	34,9	19,6	12,5	1,8	100,0

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Si	3,5	9,4	12,4	12,2	22,4	13,9	12,2
No	96,5	90,6	87,6	87,8	77,6	86,1	87,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Tra i vacanzieri del 2004 prevale la quota di impiegati (27,3%), ma si evidenzia un identikit di liberi professionisti e di studenti con valori superiori alla media della popolazione totale.

	Professione										
	operaio	Impiegato	funzionario statale	libero professionista	agricoltore	disoccupato	in cerca di occupazione	studente	casalinga	pensionato	Totale
Si	6,1	27,3	6,5	14,3	0,8	2,9	2,4	13,1	8,6	18,0	100,0
No	8,3	25,0	4,2	8,2	0,7	4,7	2,3	9,8	10,1	26,8	100,0
Totale	8,1	25,3	4,5	9,0	0,7	4,4	2,3	10,2	9,9	25,7	100,0

	Professione										
	operaio	Impiegato	funzionario statale	libero professionista	agricoltore	disoccupato	in cerca di occupazione	studente	casalinga	pensionato	Totale
Si	9,3	13,2	17,8	19,4	14,3	7,9	13,0	15,7	10,6	8,5	12,2
No	90,7	86,8	82,2	80,6	85,7	92,1	87,0	84,3	89,4	91,5	87,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Il 31% dei turisti verso l'Italia risiede in centri di dimensione medio-piccola (meno di 20 mila abitanti), specialmente del sud-ovest (31,1%) e del sud-est (30,7%).

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	>= 500.000	
Si	13,5	31,0	26,9	15,5	13,1	100,0
No	17,9	25,4	27,3	16,1	13,3	100,0
Totale	17,3	26,0	27,3	16,0	13,3	100,0

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	>= 500.000	
Si	9,5	14,5	12,0	11,8	12,0	12,2
No	90,5	85,5	88,0	88,2	88,0	87,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Si	30,3	7,8	31,1	30,7	100,0
No	38,1	14,3	24,7	22,9	100,0
Totale	37,2	13,5	25,5	23,8	100,0

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Si	9,9	7,0	14,8	15,7	12,2
No	90,1	93,0	85,2	84,3	87,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Le regioni di residenza dei turisti del 2004 sono in particolare il Bayern (25,7%) ed il Baden Württemberg (18,8%).

	Regione di residenza															Totale	
	Schleswig-Holstein	Hamburg	Niedersachsen	Bremen	Nordrhein-Westfalen	Hessen	Rheinland-Pfalz	Baden-Württemberg	Bayern	Saarland	Berlin - West	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpomme	Sachsen	Sachsen-Anhalt		Thüringen
Si	2,0	2,4	7,3	0,0	18,8	7,3	2,4	18,8	25,7	2,4	1,6	1,6	1,2	4,1	3,3	0,8	100,0
No	3,6	1,9	10,1	0,9	21,6	7,2	5,3	11,2	13,1	1,1	4,3	3,9	2,4	6,2	3,7	3,6	100,0
Totale	3,4	2,0	9,8	0,8	21,2	7,2	4,9	12,1	14,6	1,3	4,0	3,6	2,3	5,9	3,6	3,3	100,0

	Regione di residenza															Totale	
	Schleswig-Holstein	Hamburg	Niedersachsen	Bremen	Nordrhein-Westfalen	Hessen	Rheinland-Pfalz	Baden-Württemberg	Bayern	Saarland	Berlin - West	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpomme	Sachsen	Sachsen-Anhalt		Thüringen
Si	7,4	15,0	9,2	0,0	10,8	12,5	6,1	18,9	21,5	23,1	5,0	5,6	6,5	8,4	11,0	3,0	12,2
No	92,6	85,0	90,8	100,0	89,2	87,5	93,9	81,1	78,5	76,9	95,0	94,4	93,5	91,6	89,0	97,0	87,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Dell'87,8% della popolazione tedesca che non è stata in vacanza in Italia nel 2004, il 18,4% non trovare ragioni specifiche per questa *mancata* scelta di vacanza, mentre il 17,4% lo attribuisce al costo della vacanza.

Tra le altre motivazioni gioca un ruolo rilevante, però, la competizione di altre destinazioni.

Se no, perché non ha scelto l'Italia per le sue vacanze?

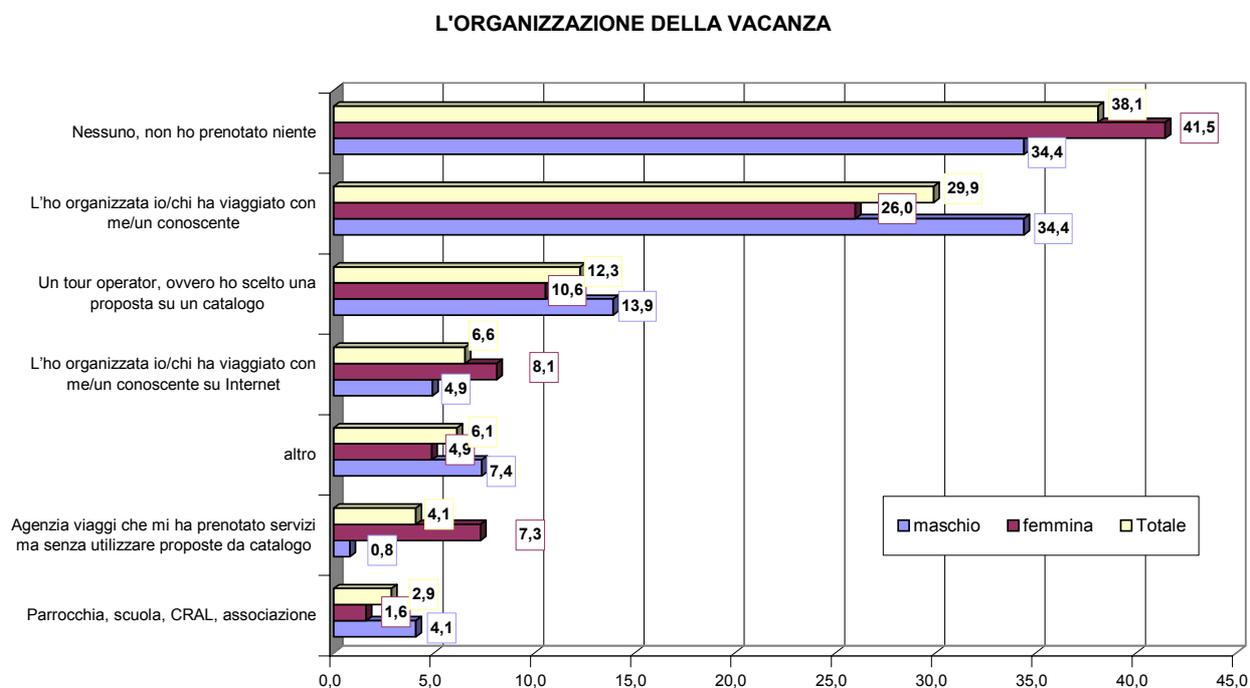
	Sesso		Totale
	maschio	femmina	
Perché sono stato altre volte	8,7	8,7	8,8
La mancanza di qualità del mangiare e bere	0,3	0,4	0,3
Il poco rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	0,2	0,4	0,3
La cattiva organizzazione del territorio (collegamenti, orari di apertura e chiusura, ecc.)	0,3	0,0	0,1
Il traffico	1,1	0,8	0,9
La poca offerta di intrattenimento/animazione	0,6	0,4	0,5
Il costo della vacanza	14,8	19,6	17,4
Altro (specificare _____)	54,0	52,9	53,3
<i>Altre destinazioni</i>	34,5	37,2	35,9
<i>Non sono stato in vacanza</i>	22,4	18,0	20,0
<i>Per ragioni di salute</i>	6,7	9,5	8,2
<i>Per ragioni economiche</i>	6,4	10,4	8,5
<i>Perché lontana</i>	0,6	3,0	2,0
<i>Per mancanza di tempo</i>	13,2	6,9	9,8
<i>Non offre opportunità</i>	4,5	1,4	2,8
<i>Non mi piace l'Italia</i>	3,9	3,2	3,5
<i>Non capisco l'italiano</i>	1,1	1,2	1,1
<i>Ero in attesa di un figlio</i>	0,3	1,6	1,0
<i>altro</i>	6,4	7,6	7,1
Nessun motivo in particolare	20,1	16,9	18,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

4. LE MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA

Il 38,1% delle vacanze in Italia non è stato prenotato. Al contrario, della restante quota di soggiorni con prenotazioni, la modalità prevalente è quella dell'organizzazione individuale senza intermediari (29,9%) o su Internet (6,6%).

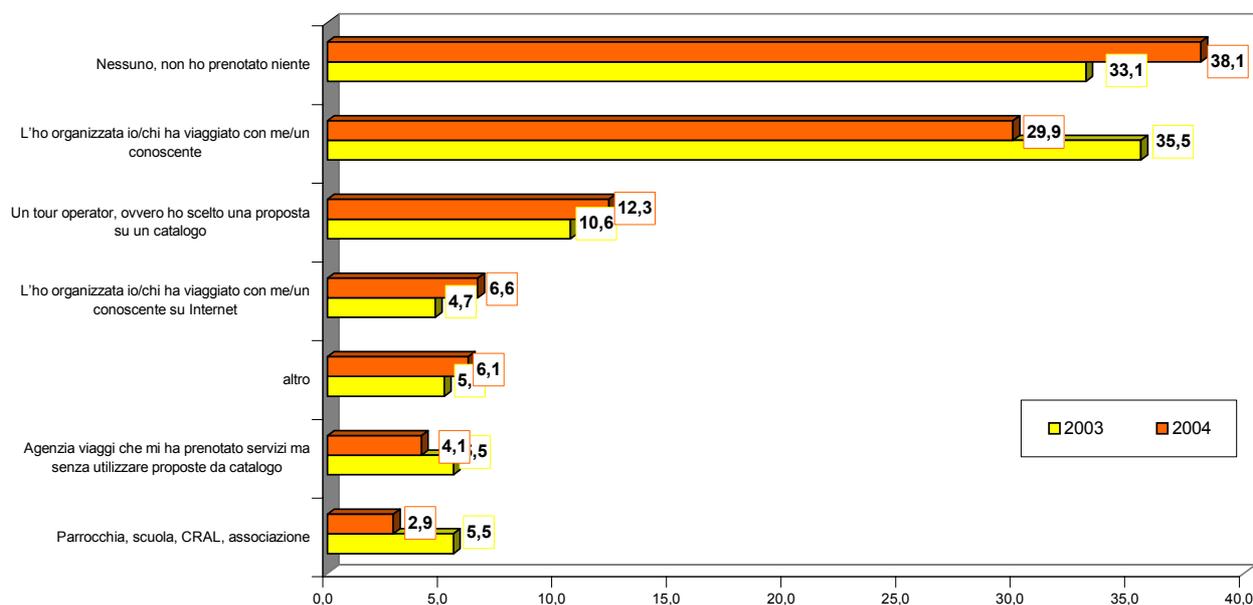
Coloro che si sono serviti degli agenti di viaggio hanno acquistato il pacchetto del T.O. nel 12,3% dei soggiorni, o hanno acquistato servizi specifici nel 4,1%. Infine, il 2,9% dei vacanzieri tedeschi si è rivolto all'intermediazione parallela (parrocchie, cral, associazioni e scuole).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Rispetto al 2003, dunque, cresce la quota di vacanze non organizzate a scapito dell'organizzazione individuale. Crescono però anche gli acquisti tutto compreso dei pacchetti dei tour operator così come il ricorso a Internet.

**Modalità di prenotazione della vacanza in Italia
Confronto 2003-2004**



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

E' interessante rilevare come il ricorso all'intermediazione parallela sia più frequente da parte dei giovanissimi, Internet sia preferito dai giovani tra i 25-34 o dagli adulti tra i 45 ed i 54 anni, l'intermediazione tradizionale è utilizzata specialmente dagli over65.

3. Chi ha organizzato/prenotato il suo viaggio in Italia?

	Classe d'età							Totale
	Fino a 18 anni	19-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	oltre 65 anni	
Nessuno, non ho prenotato niente	19,2	26,7	48,6	37,5	54,8	36,4	25,7	38,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	19,2	6,7	5,7	12,5	4,8	15,9	22,9	12,3
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	0,0	0,0	2,9	6,3	2,4	2,3	14,3	4,1
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	23,1	40,0	25,7	37,5	19,0	38,6	28,6	29,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	0,0	0,0	11,4	4,2	14,3	4,5	2,9	6,6
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	23,1	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9
altro	15,4	20,0	5,7	2,1	4,8	2,3	5,7	6,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

L'utilizzo di intermediari (agenzie di viaggio e pacchetti di tour operators) è prevalente tra i vacanzieri di livello culturale e professionale medio basso. Al contrario, la vacanza si organizza su Internet o non si organizza affatto maggiormente in relazione ai turisti culturalmente e professionalmente di livello più elevato.

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Nessuno, non ho prenotato niente	0,0	37,2	37,9	33,3	48,2	20,0	38,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	16,7	20,9	12,6	6,3	8,9	20,0	12,3
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	16,7	7,0	4,6	4,2	1,8	0,0	4,1
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	33,3	27,9	28,7	39,6	28,6	20,0	29,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	16,7	4,7	2,3	8,3	10,7	0,0	6,6
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	0,0	0,0	5,7	4,2	0,0	0,0	2,9
altro	16,7	2,3	8,0	4,2	1,8	40,0	6,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Professione										Totale
	operaio	Impiegato	funzionario statale	libero professionista	agricoltore	disoccupato	in cerca di occupazione	studente	casalinga	pensionato	
Nessuno, non ho prenotato niente	46,7	45,6	35,3	44,1	33,3	57,1	20,0	18,2	42,9	32,6	38,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	13,3	8,8	5,9	11,8	0,0	28,6	20,0	12,1	9,5	18,6	12,3
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	0,0	4,4	5,9	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	4,8	11,6	4,1
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	26,7	27,9	41,2	35,3	33,3	0,0	40,0	30,3	33,3	25,6	29,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	6,7	10,3	11,8	8,8	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	4,7	6,6
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	15,2	0,0	0,0	2,9
altro	6,7	1,5	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	24,2	4,8	7,0	6,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Il ricorso alle agenzie di viaggio è più diffuso tra i residenti nei centri di medie e piccole dimensioni, specialmente del nord-est (specie dal Brandenburg e dal Sachsen-Anhalt).

La vacanza non organizzata come quella prenotata via Internet prevale tra i residenti dei centri medio grandi del nord ovest e del sud (in particolare dallo Schleswig-Holstein e dal Sachsen).

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	≥ 500.000	
Nessuno, non ho prenotato niente	39,4	34,2	37,9	47,4	36,4	38,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	12,1	14,5	15,2	7,9	6,1	12,3
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	15,2	1,3	0,0	5,3	6,1	4,1
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	21,2	35,5	25,8	21,1	45,5	29,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	6,1	3,9	7,6	13,2	3,0	6,6
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	3,0	3,9	4,5	0,0	0,0	2,9
altro	3,0	6,6	9,1	5,3	3,0	6,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Nessuno, non ho prenotato niente	40,5	26,3	41,6	34,7	38,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	10,8	26,3	10,4	12,0	12,3
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	2,7	15,8	1,3	5,3	4,1
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	28,4	21,1	26,0	37,3	29,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	5,4	5,3	7,8	8,0	6,6
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	4,1	0,0	5,2	0,0	2,9
altro	8,1	5,3	7,8	2,7	6,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Regione di residenza																
	Schleswig-Holstein	Hamburg	Niedersachsen	Bremen	Nordrhein-Westfalen	Hessen	Rheinland-Pfalz	Baden-Württemberg	Bayern	Saarland	Berlin - West	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpomme	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Totale
Nessuno, non ho prenotato niente	60,0	33,3	50,0	0,0	35,6	47,4	40,0	44,7	40,3	0,0	50,0	25,0	0,0	10,0	14,3	0,0	38,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	0,0	0,0	0,0	0,0	17,8	15,8	20,0	8,5	8,1	0,0	0,0	25,0	33,3	30,0	42,9	33,3	12,3
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	0,0	0,0	0,0	0,0	4,4	0,0	0,0	0,0	1,6	16,7	0,0	25,0	0,0	20,0	28,6	33,3	4,1
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	20,0	66,7	22,2	0,0	26,7	15,8	20,0	23,4	45,2	83,3	50,0	25,0	33,3	0,0	0,0	33,3	29,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	20,0	0,0	11,1	0,0	2,2	10,5	0,0	10,6	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	30,0	14,3	0,0	6,6
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	0,0	0,0	11,1	0,0	2,2	10,5	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9
altro	0,0	0,0	5,6	0,0	11,1	0,0	20,0	10,6	1,6	0,0	0,0	0,0	33,3	10,0	0,0	0,0	6,1
Totale	100,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

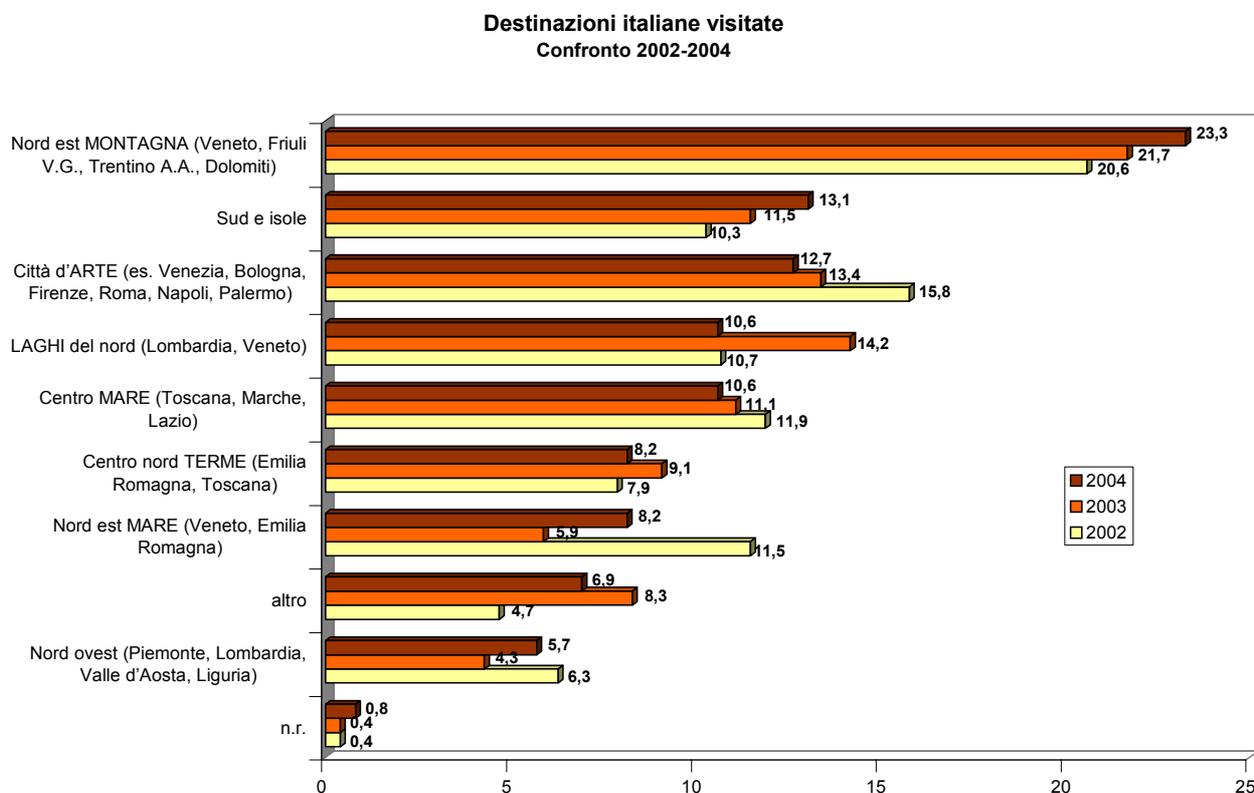
5. DESTINAZIONI 2004 E PREVISIONI PER IL 2005

5.1 Le destinazioni dei tedeschi nel 2004

Cresce nell'ultimo triennio l'attenzione del mercato tedesco per le destinazioni montane del nord est italiano: dal 20,6% delle vacanze del 2002 al 23,3% di quelle del 2004. In proporzione anche maggiore aumenta il fascino esercitato sui turisti tedeschi dalle località del sud e delle isole che se nel 2002 era la quinta destinazione italiana di vacanza (10,3%) sale al secondo posto nel 2004 (13,1%).

Non recuperano (rispetto al 2002) le mete più tradizionali per questo mercato, come le destinazioni dei laghi del nord ed il mare del nord est, queste ultime (8,2%) comunque con una ripresa sul 2003 (5,9%).

Anche le grandi città d'arte (12,7% contro il 15,8% del 2002) appaiono oggi come un prodotto/destinazione *superato* per questo mercato di habitué, alla ricerca di nuove mete da scoprire nella Bella Italia.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Sono gli over65 i turisti più interessati alla montagna italiana mentre il sud e le isole sono visitate specialmente dai giovani tra i 25 ed i 34 anni. La vacanza balneare nel nord est attira ancora il turismo giovanile (19-24 anni) ma i giovanissimi scelgono più degli altri il mare del centro Italia. La vacanza culturale di visitazione delle città d'arte esercita più appeal sui turisti in età adulta (tra i 35-44 anni ed i 55-64 anni).

2. Se si, ci può indicare quali aree d'Italia ha visitato?

	Sesso		
	maschio	femmina	Totale
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	7,4	4,1	5,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	8,2	13,0	10,6
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	4,9	11,4	8,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	25,4	21,1	23,3
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	9,0	7,3	8,2
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	11,5	13,8	12,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	13,1	8,1	10,6
Sud e isole	12,3	13,8	13,1
altro	6,6	7,3	6,9
n.r.	1,6	0,0	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Classe d'età							Totale
	Fino a 18	19-24	25-34	35-44	45-54	55-64	oltre 65	
	anni	anni	anni	anni	anni	anni	anni	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	8,0	6,7	0,0	6,3	6,8	6,5	5,9	5,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	12,0	0,0	6,1	18,8	11,4	10,9	8,8	10,6
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	16,0	26,7	6,1	4,2	13,6	6,5	0,0	8,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	20,0	26,7	18,2	20,8	18,2	26,1	38,2	23,3
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	4,0	13,3	12,1	6,3	6,8	8,7	5,9	8,2
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	4,0	6,7	21,2	16,7	6,8	17,4	8,8	12,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	16,0	6,7	6,1	12,5	13,6	10,9	5,9	10,6
Sud e isole	16,0	6,7	21,2	10,4	11,4	6,5	14,7	13,1
altro	4,0	6,7	9,1	4,2	11,4	6,5	5,9	6,9
n.r.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,9	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Il turista che sceglie le varie destinazioni italiane si distingue per destinazione

- nelle mete montane ha un livello culturale e professionale medio basso (impiegati e pensionati),
- tra quelli che visitano il sud e le isole si trovano o laureati o senza titolo di studio (operai e agricoltori);
- visitano le città d'arte liberi professionisti e funzionari statali di cultura media ed elevata;
- nel mare del nord est i giovani in cerca di occupazione.

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	16,7	0,0	5,8	6,4	7,1	20,0	5,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	16,7	2,3	15,1	17,0	3,6	0,0	10,6
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	0,0	7,0	11,6	10,6	3,6	0,0	8,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	16,7	39,5	26,7	10,6	19,6	20,0	23,3
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	0,0	2,3	5,8	19,1	8,9	0,0	8,2
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	0,0	11,6	2,3	17,0	26,8	0,0	12,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	16,7	14,0	14,0	10,6	3,6	20,0	10,6
Sud e isole	33,3	16,3	8,1	4,3	21,4	20,0	13,1
altro	0,0	7,0	10,5	4,3	1,8	20,0	6,9
n.r.	0,0	0,0	0,0	0,0	3,6	0,0	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Professione										Totale
	operaio	Impiegato	funzionario statale	libero professionista	agricoltore	disoccupato	in cerca di occupazione	studente	casalinga	pensionato	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	7,7	1,5	6,3	11,4	0,0	0,0	0,0	12,1	4,5	4,5	5,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	15,4	10,4	6,3	20,0	0,0	0,0	0,0	9,1	13,6	9,1	10,6
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	0,0	7,5	0,0	5,7	33,3	28,6	40,0	12,1	18,2	0,0	8,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	23,1	28,4	18,8	14,3	0,0	14,3	20,0	21,2	9,1	36,4	23,3
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	0,0	7,5	12,5	8,6	0,0	0,0	20,0	6,1	13,6	9,1	8,2
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	7,7	14,9	37,5	14,3	0,0	14,3	0,0	6,1	9,1	9,1	12,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	23,1	9,0	6,3	11,4	33,3	0,0	0,0	15,2	9,1	9,1	10,6
Sud e isole	23,1	14,9	0,0	8,6	33,3	28,6	0,0	12,1	9,1	13,6	13,1
altro	0,0	6,0	12,5	5,7	0,0	14,3	20,0	6,1	13,6	4,5	6,9
n.r.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,5	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Si rilevano significative differenze anche nella *matrice* provenienza-destinazione

- i turisti che hanno visitato la montagna del nord est provengono in particolare dai centri di piccole dimensioni del nord est tedesco (specie dal Brandenburg e dal Sachsen-Anhalt ma anche dal Saarland nel sud ovest);
- quelli che sono stati nel sud e nelle isole provengono da centri di media grandezza del sud ovest (e dal Thüringen nel sud est);
- le città d'arte hanno visto i residenti nei grandi centri del nord est, in particolare dalla regione di Berlino;
- le località balneari del nord est sono state preferite dai residenti nei piccoli centri del sud ovest, specie dalla regione di Hamburg;
- i grandi laghi del nord hanno attirato turisti dalle grandi città del sud est (soprattutto dal Thüringen).

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	≥ 500.000	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	3,0	7,8	7,6	0,0	5,9	5,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	9,1	13,0	4,5	10,3	17,6	10,6
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	12,1	10,4	6,1	5,1	5,9	8,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	39,4	24,7	28,8	10,3	11,8	23,3
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	6,1	7,8	6,1	15,4	5,9	8,2
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	6,1	10,4	9,1	17,9	23,5	12,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	15,2	9,1	7,6	17,9	8,8	10,6
Sud e isole	9,1	9,1	22,7	10,3	11,8	13,1
altro	0,0	5,2	7,6	12,8	8,8	6,9
n.r.	0,0	2,6	0,0	0,0	0,0	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	4,1	0,0	9,3	5,3	5,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	6,8	5,6	10,7	16,0	10,6
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	5,5	5,6	10,7	8,0	8,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	24,7	38,9	18,7	24,0	23,3
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	12,3	5,6	5,3	6,7	8,2
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	11,0	33,3	10,7	10,7	12,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	8,2	5,6	10,7	14,7	10,6
Sud e isole	13,7	5,6	18,7	8,0	13,1
altro	13,7	0,0	2,7	6,7	6,9
n.r.	0,0	0,0	2,7	0,0	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	Regione di residenza															Totale	
	Schleswig-Holstein	Hamburg	Niedersachsen	Bremen	Nordrhein-Westfalen	Hessen	Rheinland-Pfalz	Baden-Württemberg	Bayern	Saarland	Berlin - West	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpomme	Sachsen	Sachsen-Anhalt		Thüringen
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	0,0	16,7	0,0	0,0	4,4	5,6	16,7	10,9	6,5	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	5,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	0,0	0,0	11,1	0,0	8,9	11,1	0,0	13,0	16,1	0,0	0,0	25,0	0,0	10,0	0,0	33,3	10,6
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	20,0	33,3	0,0	0,0	4,4	16,7	0,0	8,7	9,7	16,7	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	20,0	16,7	22,2	0,0	26,7	11,1	16,7	17,4	25,8	50,0	25,0	50,0	33,3	20,0	42,9	0,0	23,3
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	20,0	0,0	11,1	0,0	13,3	11,1	0,0	4,3	6,5	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	14,3	0,0	8,2
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	0,0	16,7	16,7	0,0	8,9	11,1	16,7	10,9	12,9	16,7	75,0	0,0	33,3	0,0	28,6	0,0	12,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	20,0	0,0	11,1	0,0	4,4	0,0	33,3	13,0	14,5	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	14,3	0,0	10,6
Sud e isole	0,0	16,7	11,1	0,0	15,6	22,2	16,7	17,4	3,2	16,7	0,0	0,0	33,3	20,0	0,0	66,7	13,1
altro	20,0	0,0	16,7	0,0	13,3	0,0	0,0	4,3	4,8	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	6,9
n.r.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

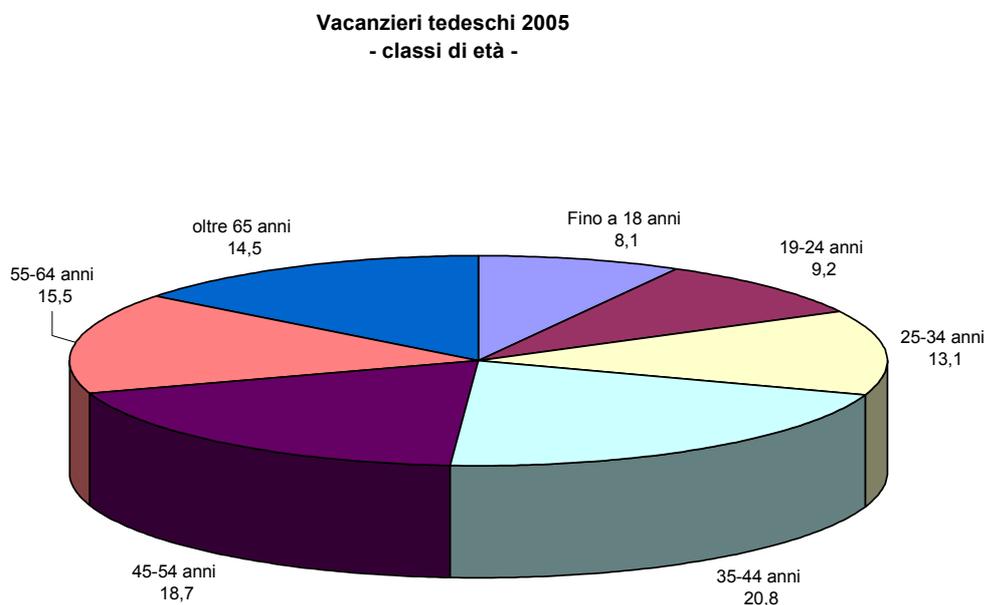
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

5.2 Le previsioni per il 2005

Il 14,1% della popolazione tedesca ha programmato una vacanza in Italia per il 2005, per un totale di circa 10,1 milioni di turisti.

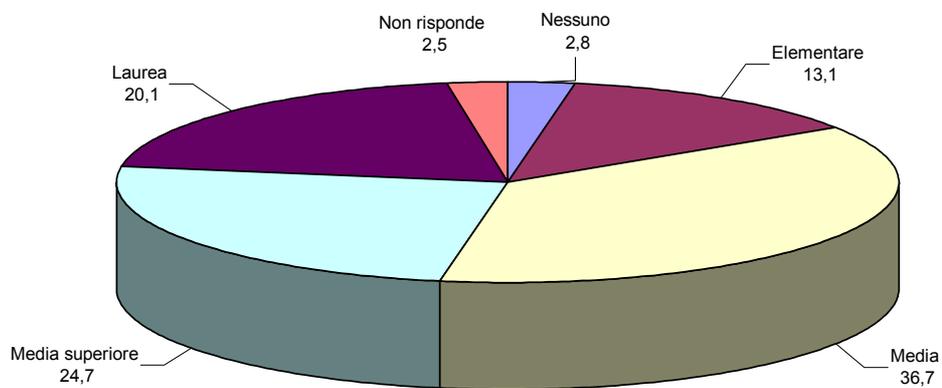
I futuri vacanzieri tedeschi che visiteranno l'Italia si caratterizzano per

- età tra i 35 ed i 44 anni (20,8%) o fino ai 54 (18,7%);
- livello culturale medio (36,7%) o superiore (media superiore 24,7% e laurea 20,1%);
- prevalentemente impiegati (27,9%), liberi professionisti (18,4%) e pensionati (16,3%);
- residenti nei centri abitati di grandezza medio piccola (< 20mila abitanti 29,7%) e media (< 100mila abitanti 29,7%) delle aree del sud est (30,4%) e sud ovest tedesco (30%);
- provenienti in particolare dalle regioni del Bayern (24,1%), Baden Württemberg (16,3%) e del Nordrhein-Westfalen nel nord-ovest (14,5%).



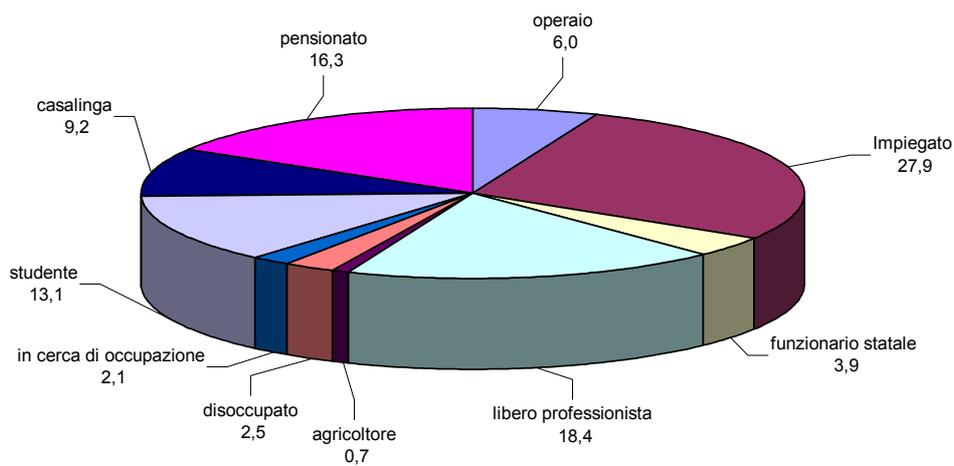
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Vacanzieri tedeschi 2005
- titolo di studio -



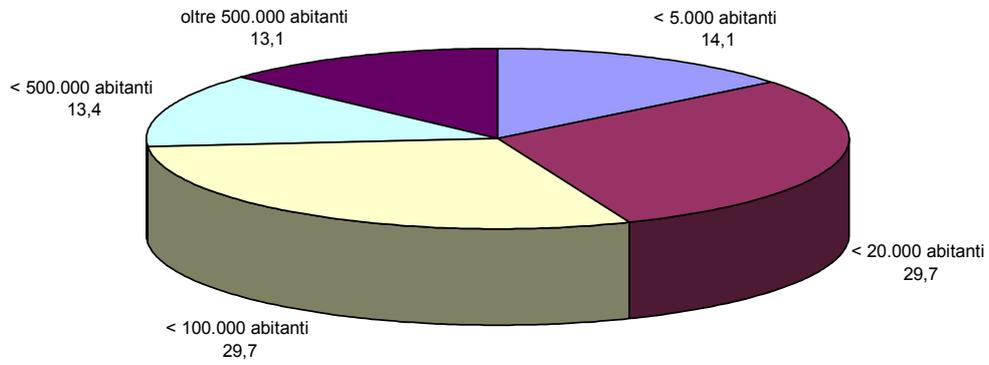
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Vacanzieri tedeschi 2005
- professione -



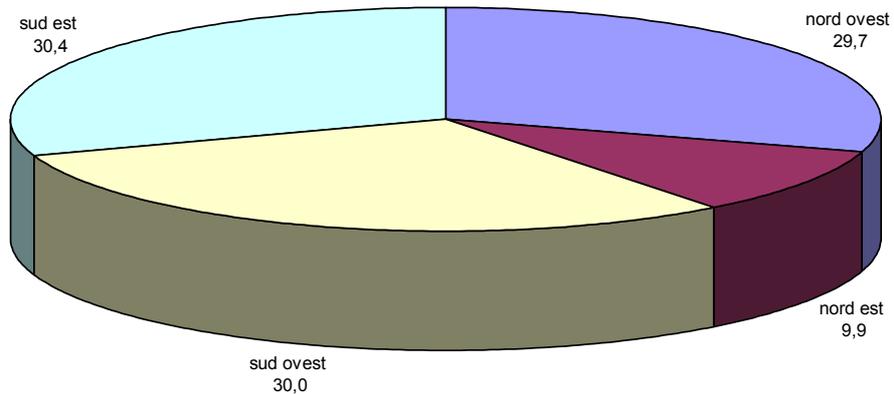
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Vacanzieri tedeschi 2005
- dimensione del comune di residenza -



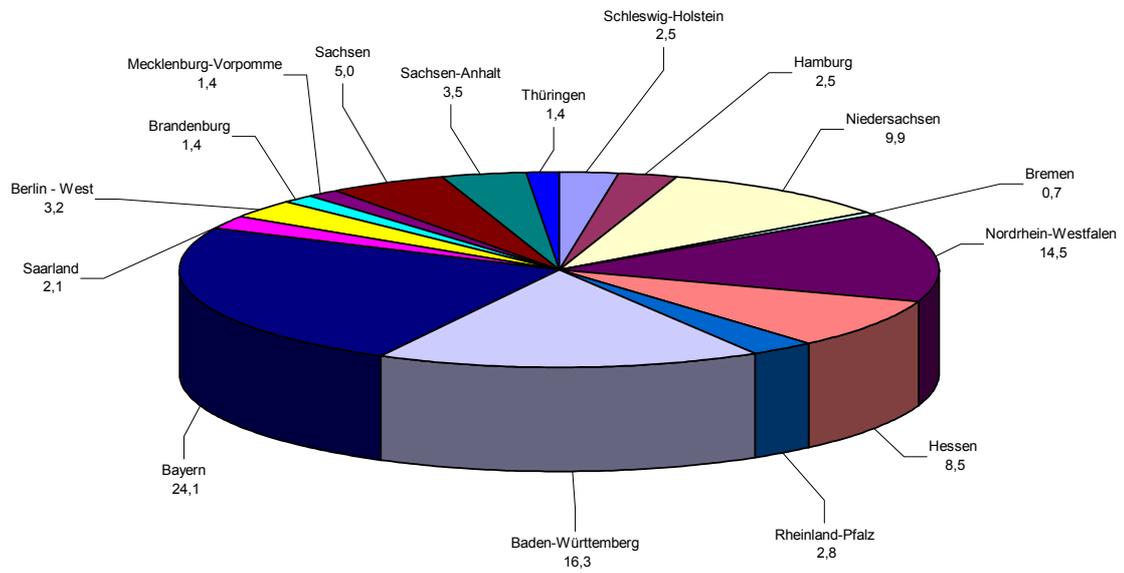
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat / Unioncamere, febbraio 2005

Vacanzieri tedeschi 2005
- area di provenienza -



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat / Unioncamere, febbraio 2005

**Vacanzieri tedeschi 2005
- regione di provenienza -**



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

5.3 Le nuove destinazioni per il 2005

Si conferma anche per il 2005 la crescita dell'appeal delle mete turistiche italiane del mezzogiorno e delle isole, che per i vacanzieri tedeschi saranno la prima destinazione italiana (24,4%). Solo dopo la montagna del nord est (17%) seguita dalle grandi città d'arte che dopo il calo del 2003 e del 2004 risalgono alle quote del 2002 recuperando una quota del 15,9% delle vacanze tedesche.

	Sesso		Totale
	maschio	femmina	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	6,1	3,6	4,9
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	5,4	5,1	4,9
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	6,8	4,3	5,7
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	19,0	14,5	17,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	4,8	5,8	5,7
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	14,3	18,1	15,9
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	11,6	8,7	10,2
Sud e isole	20,4	28,3	24,4
altro	8,2	10,1	9,2
n.r.	3,4	1,4	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

	2002	2003	2004	previsioni 2005
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	6,3	4,3	5,7	4,9
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	10,7	14,2	10,6	4,9
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	11,5	5,9	8,2	5,7
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	20,6	21,7	23,3	17,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	7,9	9,1	8,2	5,7
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	15,8	13,4	12,7	15,9
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	11,9	11,1	10,6	10,2
Sud e isole	10,3	11,5	13,1	24,4
altro	4,7	8,3	6,9	9,2
n.r.	0,4	0,4	0,8	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Il grande incremento di presenze tedesche previsto per le località del sud e delle isole sarà dovuto ai flussi provenienti in particolare dal nord est della Germania (35,7%), area di provenienza prevalente anche dei futuri visitatori delle città d'arte (21,4%).

Le mete di montagna del nord est di Italia (in lieve calo rispetto al 2004) tengono bene però nelle regioni dell'est tedesco.

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	5,9	3,6	4,8	3,5	4,9
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	2,4	3,6	4,8	8,2	4,9
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	5,9	3,6	4,8	5,9	5,7
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	11,8	21,4	15,5	23,5	17,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	5,9	7,1	4,8	5,9	5,7
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	17,6	21,4	14,3	14,1	15,9
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	14,1	0,0	8,3	11,8	10,2
Sud e isole	22,4	35,7	25,0	21,2	24,4
altro	9,4	3,6	15,5	4,7	9,2
n.r.	4,7	0,0	2,4	1,2	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

5.4 Turisti fedeli e nuovi turisti

Di coloro che hanno visitato l'Italia nel 2004 il 39,8% ci tornerà anche nel 2005 a cui si aggiungerà anche un 10,6% di nuovi turisti che lo scorso anno non avevano soggiornato in Italia: diminuisce la quota di turisti fedeli che tornano ogni anno (46,5% nel 2004) ma cresce quella di nuovi vacanzieri (8,1% nel 2004).

Per il 2005, Lei ha già programmato un periodo di vacanza in Italia?				
Nel 2004 Ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia?	Si	No	Non sa	Totale
Si	39,8	52,5	7,8	100,0
No	10,6	85,9	3,5	100,0
Totale	14,2	81,9	4,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

Tra i turisti più abitué quelli che nel 2004 si sono recati ai laghi del nord e che vi torneranno per il 66,7%, seguiti dai vacanzieri della montagna del nord est (64% di fedeli) e del sud e delle isole (63,6%).

I meno fedeli, quelli che avevano svolto vacanza nelle mete balneari del nord est e che nel 2005 sceglieranno la montagna del nord est (22,2%) o il sud e le isole (22,2%). Seguono tra gli *infedeli* i turisti balneari del centro Italia che nel 2005 sceglieranno le città d'arte nel 25% dei casi.

Le destinazioni dei turisti "fedeli"...

Destinazioni 2004	Destinazioni 2005										
	Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	Sud e isole	altro	n.r.	Totale
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	40,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	20,0	20,0	0,0	0,0	100,0
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	0,0	66,7	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	100,0
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	0,0	11,1	33,3	22,2	0,0	0,0	0,0	22,2	11,1	0,0	100,0
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	0,0	0,0	0,0	64,0	0,0	8,0	8,0	16,0	0,0	4,0	100,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	0,0	0,0	14,3	0,0	57,1	28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	0,0	0,0	0,0	7,7	0,0	53,8	15,4	23,1	0,0	0,0	100,0
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	25,0	37,5	0,0	25,0	0,0	100,0
Sud e isole	0,0	0,0	18,2	9,1	0,0	0,0	0,0	63,6	9,1	0,0	100,0
altro	0,0	0,0	0,0	22,2	0,0	11,1	0,0	33,3	33,3	0,0	100,0
Totale	2,1	7,3	8,3	25,0	4,2	14,6	8,3	21,9	7,3	1,0	100,0

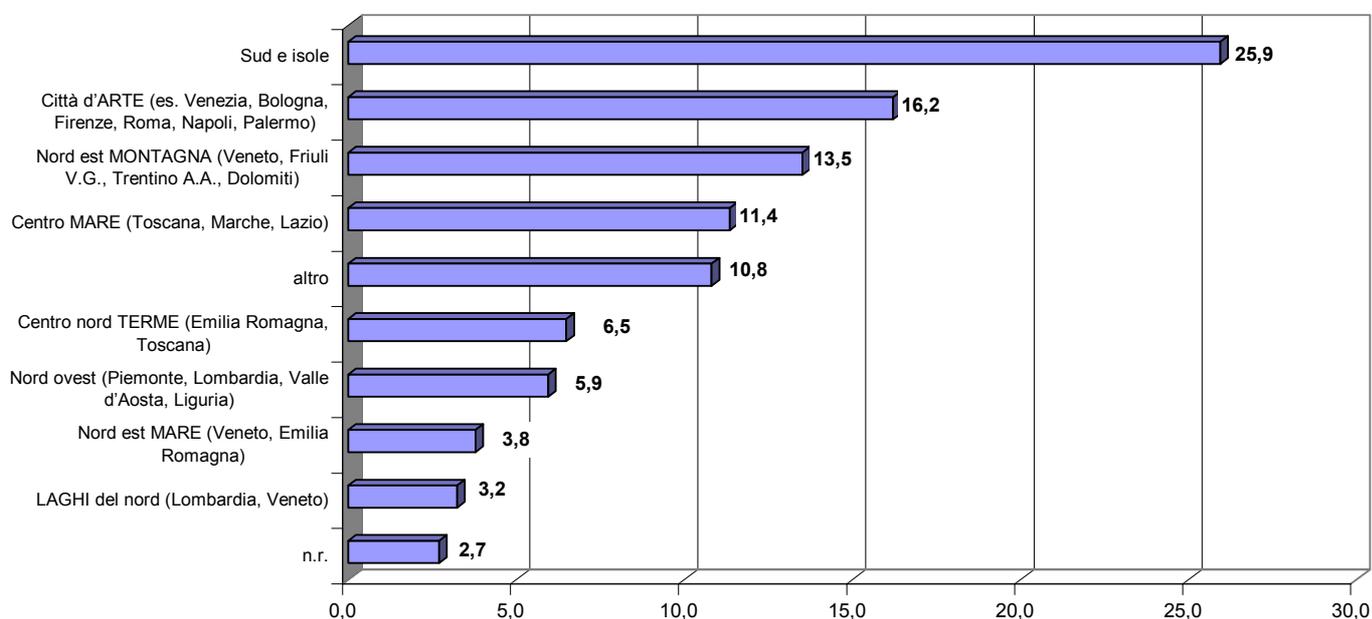
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

... e quelle dei nuovi vacanzieri

Tra i nuovi vacanzieri del 2005 (coloro che non si sono recati in Italia nel 2004) restano al primo posto le mete del sud e delle isole (25,9% delle vacanze), seguite dalle città d'arte (16,2%).

Una quota interessante di nuovi vacanzieri si recherà nelle mete montane del nord est (13,5%) e nelle località balneari del centro Italia (11,4%).

2005 - Le destinazioni italiane dei nuovi turisti tedeschi



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2005

NOTA METODOLOGICA

La popolazione di riferimento dell'indagine è composta dalle persone residenti in Germania di età uguale o superiore a 15 anni (circa 70.000.000 persone).

Il campione finale utilizzato, stratificato per Area di residenza, sesso e fasce di età, è stato pari a 2.008 soggetti: detta numerosità determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 95%, un margine di errore pari a 2,2%.

La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva media pari a circa 4 minuti, è stata quella C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews).

Le interviste hanno avuto luogo durante il periodo che va dal 5 al 14 gennaio 2005, e sono state condotte dalla società operante in Germania del gruppo GfK (GfK MAFO).

Distribuzione della popolazione

Federal state	in %
SCHLESW.-H.	3,5
HAMBURG	2
NIEDERSACHSEN	9,8
BREMEN	0,8
NORDRHEIN-WESTF.	21,1
HESSEN	7,1
RHL.-PF.	5
BADEN-W.	12
BAYERN	14,5
SAARLAND	1,4
BERLIN	4
BRANDENBURG	3,4
MECK.-VORP.	2,4
SACHSEN	6,1
SACHSEN-ANH.	3,5
THÜRINGEN	3,4
Sum	100
Age	
14-19 years	7,7
20-29 years	12,1
30-39 years	18,5
40-49 years	17
50-59 years	14,9
60-69 years	15,5
70+ years	14,3
	100
size of town	
up to 5000	18
up to 20.000	25,6
up to 100.000	26,8
up to 500.000	16,2
500.000 and more inhab.	13,4
	100
size of household	
1 person	19,6
2 people	36,4
3 people	19,8
4 people	17,2
5 people and more	7
	100

Distribuzione del campione osservato

Regione di
residenza

	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Schleswig- Holstein	1	68	3,4	3,4	3,4
Hamburg	2	40	2,0	2,0	5,4
Niedersachsen	3	197	9,8	9,8	15,2
Bremen	4	16	0,8	0,8	16,0
Nordrhein- Westfalen	5	426	21,2	21,2	37,2
Hessen	6	145	7,2	7,2	44,4
Rheinland-Pfalz	7	98	4,9	4,9	49,3
Baden- Württemberg	8	243	12,1	12,1	61,4
Bayern	9	293	14,6	14,6	76,0
Saarland	10	26	1,3	1,3	77,3
Berlin - West	11	80	4,0	4,0	81,3
Brandenburg	12	72	3,6	3,6	84,9
Mecklenburg- Vorpomme	13	46	2,3	2,3	87,2
Sachsen	14	119	5,9	5,9	93,1
Sachsen-Anhalt	15	72	3,6	3,6	96,7
Thüringen	16	66	3,3	3,3	100,0
Total		2008	100,0	100,0	

Valid cases 2008 Missing cases 0

Classi di età

	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Fino a 18 anni	1	122	6,1	6,1	6,1
19-24	2	154	7,7	7,7	13,8
25-34	3	278	13,9	13,9	27,6
35-44	4	361	18	18	45,6
45-54	5	338	16,9	16,9	62,5
55-64	6	302	15	15	77,5
oltre 64 anni	7	452	22,5	22,5	100
Total		2008	100	100	

Valid cases 2008 Missing cases 0

Dimensione comune di residenza

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
< 5.000	1	347	17,3	17,3	17,3
< 20.000	2	524	26,1	26,1	43,4
< 100.000	3	548	27,3	27,3	70,7
< 500.000	4	321	16	16	86,7
>= 500.000	5	267	13,3	13,3	100
	Total	2008	100	100	
	Missing				
Valid cases	2008 cases		0		

N. componenti (> 14 anni) famiglia

Value Label	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
1	441	22	22	22
2	931	46,4	46,4	68,3
3	349	17,4	17,4	85,7
4	211	10,5	10,5	96,2
5 e più	77	3,8	3,8	100
Total	2008	100	100	
	Missing			
Valid cases	2008 cases		0	