UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO

INDAGINE SUL TURISMO STRANIERO
- IL MERCATO TEDESCO -

a cura di

ISNART

Istituto Nazionale Ricerche Turistiche

SOMMARIO

1. LA DOMANDA TEDESCA IN ITALIA 4

1.1 Le modalità di organizzazione della vacanza 5

1.2 Le destinazioni dei tedeschi nel 2005 7

1.3 Le previsioni per il 2006 8

1.4 Le nuove destinazioni per il 2006 9

1.5 Turisti fedeli e nuovi turisti 9

NOTA METODOLOGICA 13

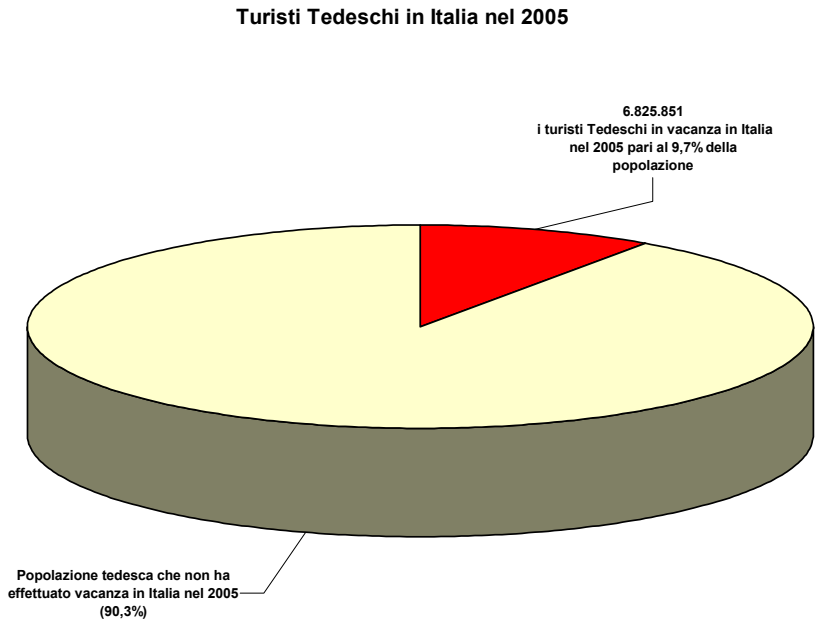
Per una maggiore comprensione del testo che segue si allega la carta amministrativa dei länder tedeschi.

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 Würtemberg
Sud Est: Thüringen, Sachsen, Bayern

1. LA DOMANDA TEDESCA IN ITALIA

Nel 2005 l'Italia è raggiunta da 6,8 milioni di turisti tedeschi, pari al 9,7% della popolazione della Germania (di età superiore ai 15 anni). Appare evidente il calo rispetto al 2004, quando i vacanzieri tedeschi in Italia sono stati 8,5 milioni.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart, "la domanda tedesca in Italia" febbraio 2006

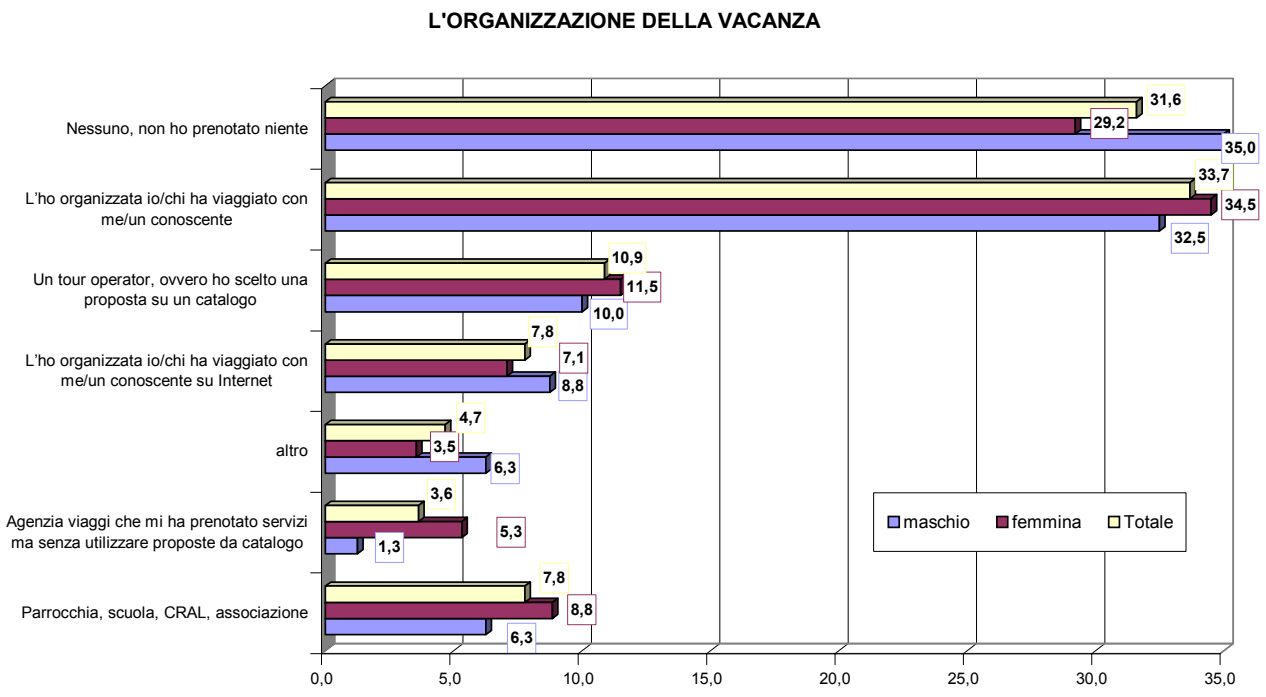
Il turista tedesco, che nel 2005 raggiunge l'Italia, ha prevalentemente un'età compresa tra i 35 e i 44 anni, e, generalmente, è in possesso della licenza media o di un diploma di scuola superiore. Sono soprattutto impiegati, pensionati e studenti.

Il 25,4% dei turisti tedeschi viene da piccoli centri della Germania, con meno di 20.000 abitanti, soprattutto dal Sud-Est (29,5%) e dal Nord-Ovest (28%). Le regioni di provenienza sono in particolare il Bayern (29,0%) e il Nordrhein-Westfalen (18,7%).

1.1 Le modalità di organizzazione della vacanza

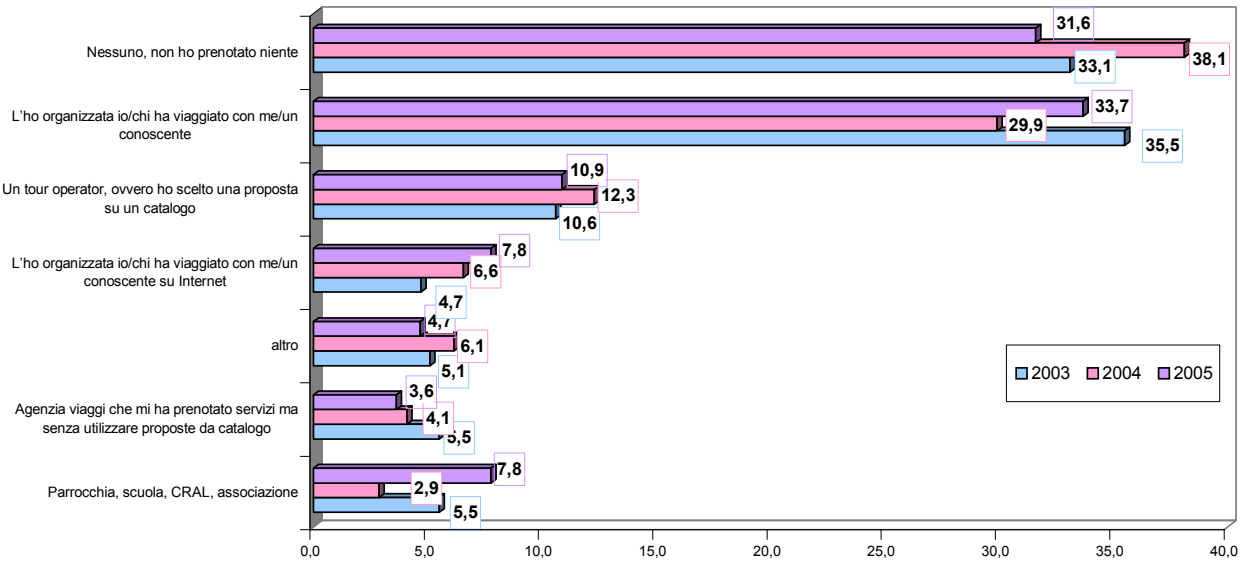
La maggioranza dei turisti tedeschi (33,7%) organizza individualmente e senza intermediari la vacanza in Italia. Seguono i vacanzieri che non effettuano alcun tipo di prenotazione prima di raggiungere la penisola con una quota percentuale del 31,6%. Solo il 10,9% si affida ad un pacchetto acquistato da un Tour Operator.

Il 7,8% utilizza internet per la prenotazione della vacanza. Rispetto al 2004 cala la percentuale di chi non utilizza la prenotazione (- 6,5%), crescono invece i turisti che organizzano la vacanza individualmente (+ 3,8%), e quelli che prenotano tramite internet (+ 1,2%).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart, "la domanda tedesca in Italia" febbraio 2006

Modalità di prenotazione della vacanza in Italia
Confronto 2003-2004-2005



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart, "la domanda tedesca in Italia" febbraio 2003/2006

I canali dell'intermediazione sono ancora preferiti dai turisti che hanno più di 65 anni, mentre i vacanzieri con età compresa tra 45 e 54 anni non ricorrono usualmente ad alcun tipo di prenotazione per il loro soggiorno in Italia. Chi ha un'età compresa tra i 19 e i 24 anni di solito organizza individualmente e senza intermediari la vacanza.

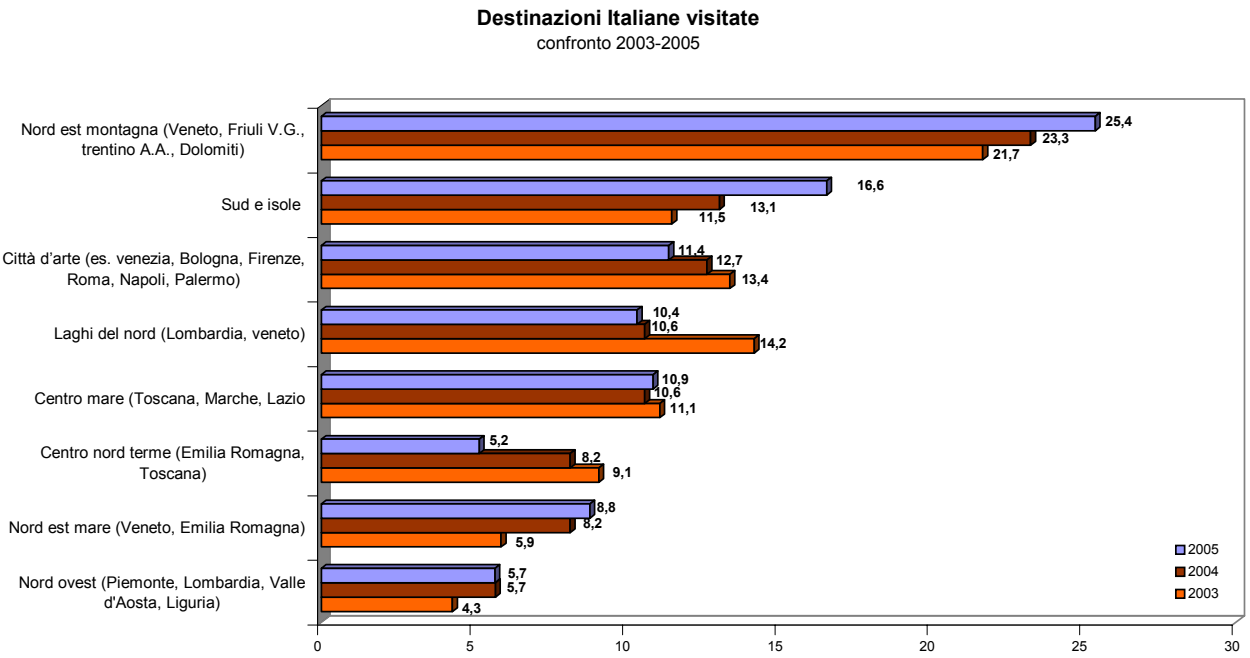
L'utilizzo di agenzie e tour operator è più frequente tra i vacanzieri di livello culturale e professionale medio basso. Di contro, ricorrono ad un'organizzazione individuale della vacanza, o non usano alcun tipo di prenotazione, i turisti tedeschi con livello culturale e professionale più elevato.

A fare a meno degli intermediari sono soprattutto i turisti provenienti da centri abitati di media grandezza, soprattutto del Nord-Ovest, al contrario, ad affidarsi alle agenzie e ai T.O. sono soprattutto gli abitanti di piccoli centri del Nord-Est. I vacanzieri residenti nelle città più grandi, soprattutto nel Sud, tendono ad organizzare individualmente la vacanza o ad utilizzare internet.

1.2 Le destinazioni dei tedeschi nel 2005

E' in costante crescita il gradimento del mercato tedesco nei confronti delle mete montane del Nord-Est italiano, nel 2004 la quota di turisti attratti da queste destinazioni era stata del 23,3%, nel 2005 del 25,4%.

Il progresso più rilevante sembra, però, riguardare il Sud e le Isole, che nel 2005 attraggono una quota di turisti tedeschi pari al 16,6%, mentre nel 2004 la percentuale era stata del 13,1%. Si mantengono al terzo posto nel gradimento del mercato tedesco le città d'arte (11,4%) anche se in flessione rispetto all'anno precedente (12,7%). Seguono, tra le destinazioni preferite, i laghi del Nord (10,4%) e le mete balneari del centro (10,9%).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart, "la domanda tedesca in Italia" febbraio 2003/2006

Il turismo giovanile, in età compresa tra i 18 e i 24, è più attratto dalle città d'arte, i vacanzieri tra i 45 e i 54 anni, invece, sono più legati alla montagna, in particolare, del Nord-Est. Gli over65 si recano, prevalentemente, nelle località montane del Nord.

Ad ogni prodotto turistico si possono abbinare l'identikit del vacanziere tipo:

- le mete montane sono frequentate da turisti di livello culturale medio basso provenienti, per lo più, da piccoli centri del Nord della Germania;
- il lago è soprattutto meta di vacanzieri in possesso di laurea che risiedono in centri con meno di 20.000 abitanti del Sud;
- il turista tipo della città d'arte ha un livello culturale medio basso e vive in centri urbani con meno di 500.000 abitanti situati soprattutto al sud;
- il prodotto balneare del Sud e delle Isole è acquistato soprattutto da vacanzieri di medio e alto livello culturale residenti in centri abitati di media grandezza situati prevalentemente nel Sud-Ovest.

1.3 Le previsioni per il 2006

8,2 milioni di tedeschi, pari all'11,7% della popolazione, hanno già pianificato una vacanza in Italia per il 2006. Il dato, però, non rassicura in quanto il desiderio di visitare il Bel Paese ogni anno è superiore rispetto ai viaggi effettivamente realizzati dal mercato tedesco in Italia.

Il turista tedesco che ha già programmato il suo soggiorno in Italia ha, generalmente, un'età compresa tra i 35 e i 44 anni, un livello culturale medio-basso (il 31,4% ha la licenza media, il 24,5% ha un diploma di scuola superiore).

A livello professionale i vacanzieri tedeschi che verranno in Italia nel 2006 sono soprattutto impiegati (29,3%) e pensionati (17,0%), che abitano in centri urbani con meno di 20.000 abitanti (28,8%) o con meno di 100.000 abitanti (21,4%), soprattutto dal Sud-Ovest (31,0%) e dal Nord-Ovest (29,3%). Le regioni di provenienza sono, per lo più, il Bayern e il Nordrhein-Westfalen.

1.4 Le nuove destinazioni per il 2006

Sale il gradimento dei turisti tedeschi per le città d'arte italiane e il Sud e Isole scelte dal 18,7% dei vacanzieri tedeschi per le vacanze del 2006.

	2003	2004	2005	Previsioni 2006
Nord ovest	4,3	5,7	5,7	4,1
Laghi del nord	14,2	10,6	10,4	7,8
Nord est mare	5,9	8,2	8,8	5,9
Nord est montagna	21,7	23,3	25,4	16,9
Centro nord terme	9,1	8,2	5,2	4,1
Città d'arte	13,4	12,7	11,4	18,7
Centro mare	11,1	10,6	10,9	11,0
Sud e isole	11,5	13,1	16,6	18,7
N.r.	0,4	0,8	1,0	4,6
Altro	8,3	6,9	4,7	8,2
	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart, "la domanda tedesca in Italia" febbraio 2003/2006

1.5 Turisti fedeli e nuovi turisti

Il 48,7% dei turisti tedeschi che ha effettuato un periodo di vacanza in Italia nel 2005 ritornerà anche nel 2006. I turisti fedeli sono, quindi, in aumento rispetto allo scorso anno (39,8% nel 2005). Diminuiscono, al contrario, i nuovi vacanzieri che nel 2006 saranno il 7,5%.

	Per il 2006 Lei ha già programmato un periodo di vacanza in Italia?			
Nel 2005 Ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia?	Si	No	Non sa	Totale
Si	48,7	47,2	4,1	100,0
No	7,5	90,4	2,2	100,0
Totale	11,5	86,2	2,4	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart febbraio 2006

Tra i turisti più affezionati ci sono quelli che nel 2005 hanno scelto la vacanza culturale, l'83,3% ritornerà, anche nel 2006, nelle nostre città d'arte. Anche i vacanzieri che hanno raggiunto le mete balneari del Sud e delle Isole nel 2005 ritorneranno in massa (78,6%). Al contrario hanno cambiato destinazione soprattutto i turisti che avevano scelto le terme del Centro-Nord, che nel 2006 si divideranno tra i laghi del Nord (25,0%) e la montagna del Nord-Est (25,0%). I vacanzieri che hanno scelto il prodotto balneare del Centro nel 50% dei casi si recherà, nel 2006, nelle città d'arte.

Le destinazioni dei turisti fedeli

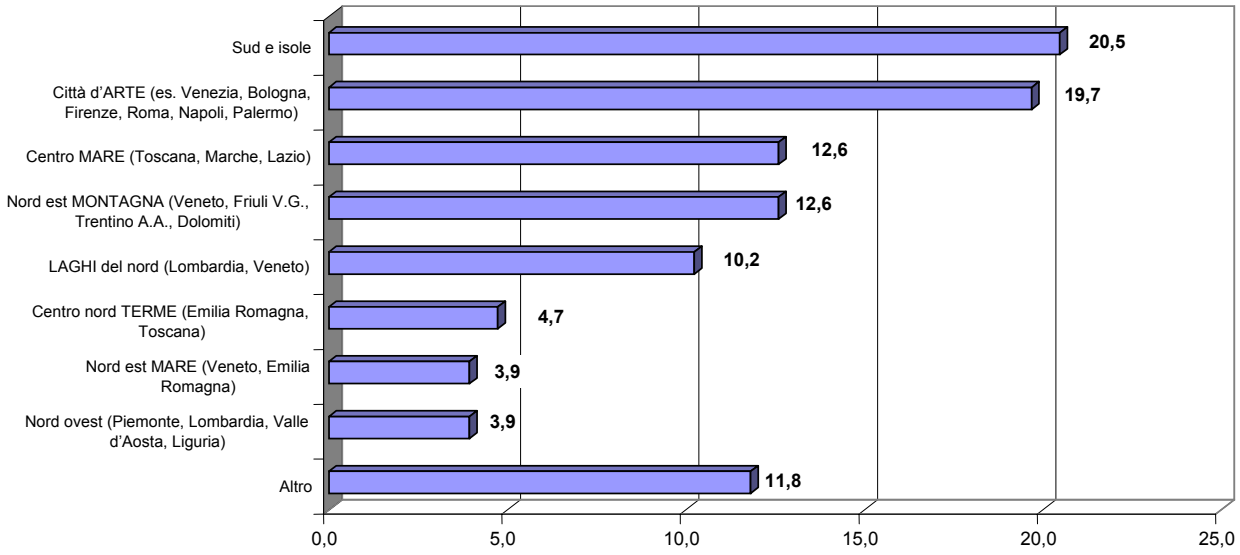
Destinazioni 2005	Destinazioni 2006: Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	Città d'ARTE (es. Venezia, 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)	**50,0**	50,0	-	-	-	-	-	-	-	-	100,0
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	-	**70,0**	-	-	10,0	-	10,0	10,0	-	-	100,0
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	-	-	**60,0**	-	-	20,0	10,0	10,0	-	-	100,0
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	3,3	3,3	3,3	**70,0**	3,3	6,7	3,3	6,7	-	-	100,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	-	25,0	25,0	-	**25,0**	-	-	-	25,0	-	100,0
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	-	-	-	-	-	**83,3**	-	-	16,7	-	100,0
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	10,0	10,0	-	-	-	30,0	**50,0**	-	-	-	100,0
Sud e isole	-	-	-	-	-	14,3	-	**78,6**	-	7,1	100,0
Altro	-	40,0	-	-	-	40,0	-	-	20,0	-	100,0
Totale	4,3	15,1	8,6	22,6	3,2	17,2	8,6	16,1	3,2	1,1	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart, "la domanda tedesca in Italia" febbraio 2006

.

I nuovi vacanzieri del 2006 premieranno innanzitutto le mete del Sud e delle Isole (20,5%), seguite dalle città d'arte che raccoglieranno una quota di turisti pari al 19,7%. Una fetta importante di questi nuovi turisti raggiungerà il mare del Centro (12,6%) e le località montane del Nord-Est (12,6%).

2006 - Le destinazioni italiane dei nuovi turisti tedeschi



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo- Unioncamere-Isnart, "la domanda tedesca in Italia" febbraio 2006

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		