



**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

<b>1. IL TURISMO TEDESCO NEL TURISMO INTERNAZIONALE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. LA SPESA DEI TEDESCHI IN ITALIA .....</b>	<b>6</b>
<b>3. DESTINAZIONE ITALIA: LA DOMANDA TEDESCA.....</b>	<b>7</b>
<b>4. LE MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA .....</b>	<b>10</b>
<b>5. DESTINAZIONI 2003 E PREVISIONI PER IL 2004.....</b>	<b>16</b>
5.1 Le destinazioni dei tedeschi nel 2003 .....	16
5.2 Le previsioni per il 2004 .....	22
5.3 Le nuove destinazioni per il 2004 .....	25
5.4 Turisti fedeli e nuovi turisti.....	28
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>31</b>
<b>NOTA METODOLOGICA .....</b>	<b>32</b>

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

Per il turismo tedesco la quota di turismo interno è abbastanza rilevante, pari cioè al 29,2% delle vacanze totali, ma lo è ancor di più il fascino suscitato dalle mete turistiche straniere che raccolgono il favore del 70,8% dei vacanzieri. Di queste il 56,8% delle vacanze à l'étranger si svolgono in Europa.

Il posizionamento delle destinazioni italiane sul mercato internazionale delle vacanze tedesche vede le nostre mete come seconde tra le estere, dopo quelle spagnole, con una quota del 9,4% delle vacanze.

### Destinazioni di viaggio nel 2001

	2000		2001		Var.
	<i>n. vacanze (milioni)</i>	%	<i>n. vacanze (milioni)</i>	%	<i>n. vacanze (milioni)</i> 2001/2000
Germania	18,2	29,3	18,5	29,2	1,6
Estero	44,0	70,7	44,9	70,8	2,0
<i>Spagna</i>	8,8	14,1	8,6	13,6	-2,3
<b><i>Italia</i></b>	<b>5,8</b>	<b>9,3</b>	<b>6,0</b>	<b>9,4</b>	<b>3,4</b>
<i>Austria</i>	4,1	6,6	4,8	7,6	17,1
<i>Francia</i>	2,4	3,9	2,5	3,9	4,2
<i>Grecia</i>	2,1	3,4	2,2	3,5	4,8
<i>Scandinavia</i>	2,3	3,7	1,7	2,7	-26,1
<i>Croazia, Slovenia, ex     Jugoslavia</i>	1,4	2,3	1,5	2,3	7,1
<i>Ungheria</i>	1,6	2,6	1,3	2,1	-18,8
<i>altro Europa</i>	6,6	10,6	7,4	11,7	12,1
<i>Turchia</i>	2,9	4,7	3,3	5,2	13,8
<i>Nord America</i>	1,4	2,3	1,0	1,6	-28,6
<i>Caraibi, Sud e Centro America</i>	1,3	2,1	1,0	1,5	-23,1
<i>altro extraEuropa</i>	3,4	5,5	3,6	5,7	5,9
Totale viaggi per vacanza	62,2	100,0	63,4	100,0	1,9

Fonte: Reiseanalyse aktuell, 2002

Le modalità di svolgimento della vacanza mostrano la grande propensione all'utilizzo dei canali di intermediazione. Infatti, se il 29% organizza individualmente prenotando direttamente presso la

struttura ricettiva, il 29,9% acquista pacchetti tutto compreso e un ulteriore 15,2% acquista servizi vari presso le agenzie di viaggio (<sup>1</sup>).

Per quanto riguarda il mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere le destinazioni di vacanza, il 48,5% ha scelto l'automobile, il 33,7% l'aereo, il 9,7% il pullman e il 6,7% il treno.

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

Fonte: Reiseanalyse aktuell, 2002

---

<sup>1</sup>) Reiseanalyse aktuell, FUR 2002

## 2. LA SPESA DEI TEDESCHI IN ITALIA

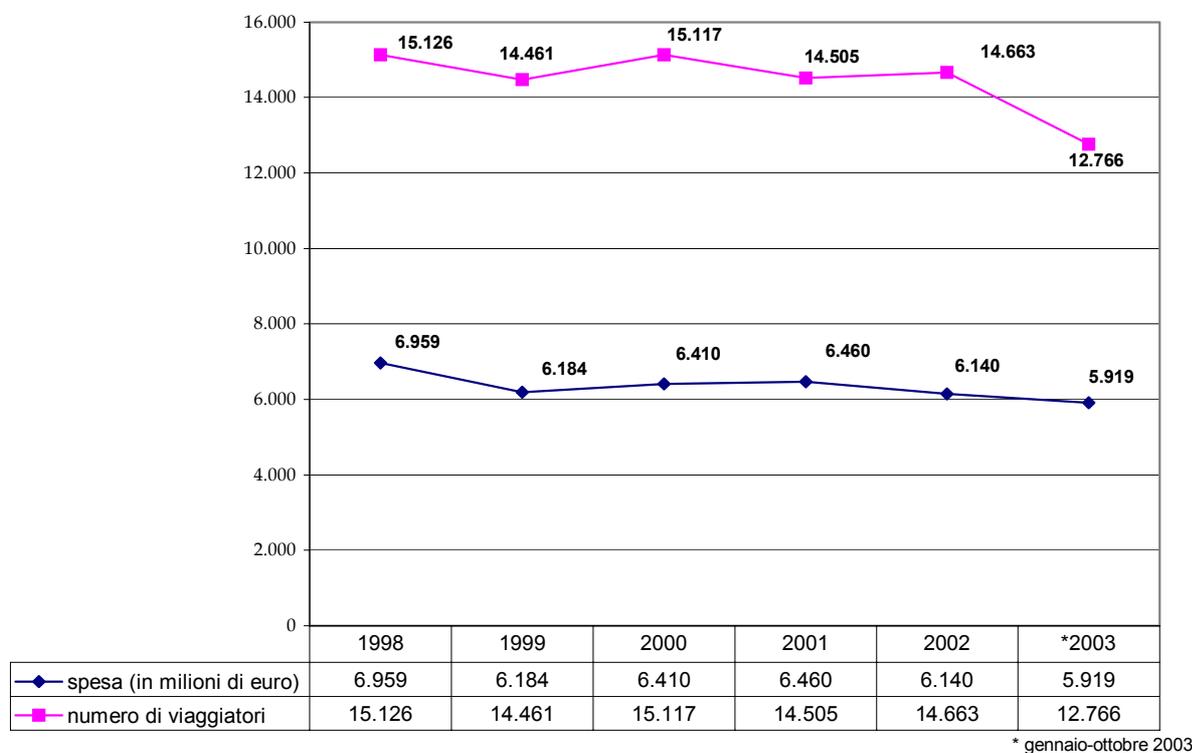
Le indagini effettuate sul mercato tedesco indicano come spesa individuale per le vacanze 1.550 marchi tedeschi, pari a 792,50 euro.

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

Fonte: Reiseanalyse aktuell, 2002

Considerando che nel 2001 il numero di viaggi per vacanza è stato pari a 63,4 milioni, il giro d'affari sviluppato dalla spesa turistica risulta pari a 50,2 miliardi di euro. Di queste cifre, circa 6 miliardi sono stati spesi nelle destinazioni turistiche italiane.

IL TURISMO TEDESCO IN ITALIA



Fonte: UIC 2003

### 3. DESTINAZIONE ITALIA: LA DOMANDA TEDESCA

Come nel 2002 anche nel 2003 è il 12,6% la quota di popolazione tedesca che ha effettuato una vacanza in Italia. Su 64.250.000 abitanti, dunque si tratta di una numerosità pari a 8,1 milioni di vacanzieri che hanno visitato il Bel Paese. Interessante rilevare come contrariamente al 2002 quando risultava un mercato di vacanzieri più al femminile, nel 2003 l'incidenza maggiore si evince tra gli uomini.

#### Nel 2003 Ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia?

	Sesso		Totale
	maschio	femmina	
Si	13,5	11,7	12,6
No	86,5	88,3	87,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Appare interessante come questi vacanzieri si caratterizzino per un'età o particolarmente giovane (18,3% tra coloro fino a 18 anni) o adulta (15,7% tra i turisti tra 55 ed i 64 anni). Interessante, inoltre, come rispetto al 2002 (13,3% i giovani fino ai 18 anni, e 13,4% gli adulti tra i 55-64 anni) l'incidenza della quota di vacanzieri su queste classi di età sia aumentata a fronte di un calo dei turisti della terza età (oltre 65 anni).

	Classe d'età							Totale
	Fino a 18 anni	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	oltre 65 anni	
Si	18,3	10,8	10,4	12,8	13,4	15,7	10,4	12,6
No	81,7	89,2	89,6	87,2	86,6	84,3	89,6	87,4
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 2004

Il livello socioculturale è medio-alto con prevalenza tra i turisti con licenza media superiore (19,1%) e tra i laureati (17,9%), anche se tra questi ultimi lo scorso anno l'incidenza risultava maggiore (19,7% nel 2002).

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Si	10,5	8,4	10,9	19,1	17,9	9,6	12,6
No	89,5	91,6	89,1	80,9	82,1	90,4	87,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

La propensione al turismo in Italia appare più elevata (superiore alla media) tra alcune categorie professionali: in particolare i funzionari statali (18,5%), i liberi professionisti (17,2%) e gli impiegati (13,9%) ma anche tra i giovani che stanno ancora studiando (15,3%) e coloro in cerca di occupazione (14,8%).

	Professione												Totale
	operaio	Impiegato	funzionario statale	libero professionista	agricoltore	disoccupato	in cerca di occupazione	studente	casalinga	pensionato	N. A.		
Si	7,8	13,9	18,5	17,2	0,0	3,0	14,8	15,3	11,9	11,0	0,0	12,6	
No	92,2	86,1	81,5	82,8	100,0	97,0	85,2	84,7	88,1	89,0	100,0	87,4	
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	

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Per quanto riguarda la provenienza di questi flussi, si evince una prevalenza tra i vacanzieri provenienti dai grandi centri di oltre 500 mila abitanti, residenti nelle regioni del sud della Germania (a fronte di un calo di turisti tra i residenti nel nord ovest rispetto al 2002).

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	>= 500.000	
Si	10,7	12,1	12,4	12,3	16,6	12,6
No	89,3	87,9	87,6	87,7	83,4	87,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Si	8,9	8,1	16,4	16,7	12,6
No	91,1	91,9	83,6	83,3	87,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Nonostante la vacanza in Italia abbia maggiore incidenza tra la popolazione residente nel sud del paese (circa il 21% nel Baden-Württemberg e 22,5% nel Bayern), si rivela interessante la penetrazione sulla popolazione delle regioni del Bremen (18,8%) nel nord ovest e del Berlin West (17,3%) nel nord est.

	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	2,9	2,5	5,5	18,8	11,7	15,4	9,1	20,8	22,5	13,8	17,3	8,5	2,0	6,7	2,7	5,9	12,6
No	97,1	97,5	94,5	81,3	88,3	84,6	90,9	79,2	77,5	86,2	82,7	91,5	98,0	93,3	97,3	94,1	87,4
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 2004

L'analisi del mercato di riferimento mostra una caratterizzazione duplice:

- da un lato un turismo adulto e con una buona capacità di spesa,
- dall'altro un turismo più giovane e con uno status economico meno elevato.

Nel complesso, comunque, si tratta di vacanzieri con un buon livello culturale e abitudini al consumo tipiche dei grandi centri abitati. Interessante come rispetto al 2002 sia cambiata la provenienza di questi vacanzieri: una crescita in particolare dalle regioni del Baden-Württemberg (S-O) e Berlin-West (N-E) e un calo più evidente dalle regioni di Schleswig-Holstein (N-O), Hamburg (N-O), Sachsen (S-E) e Thüringen (S-E).

#### 4. LE MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA

Uno dei fattori più rilevanti rispetto ai comportamenti turistici dei vacanzieri tedeschi è quello relativo all'organizzazione delle vacanze. Da sempre grandi utilizzatori dei servizi dei tour operator e delle agenzie di viaggio sono sempre di meno i turisti che partendo à l'aventure non prenotano niente per la vacanza (33,1%).

A fonte di un minore ricorso a proposte acquistate sui cataloghi dei tour operator verso la destinazione Italia (10,6%) aumenta invece il ricorso alle agenzie (5,5%). Ma il dato più interessante è quello relativo alla prenotazione individuale diretta che non passa, cioè, per l'intermediazione: dal 22,5% dei vacanzieri del 2002 al 35,4% di quelli 2003.

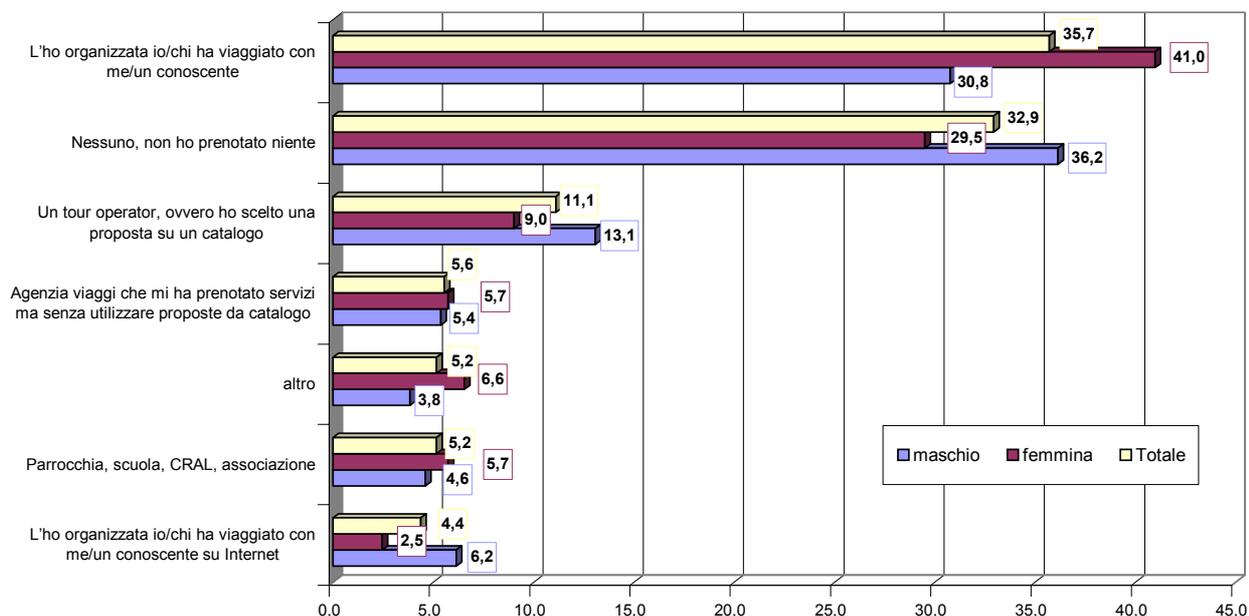
##### Chi ha organizzato/prenotato il suo viaggio in Italia?

	2002	2003
Nessuno, non ho prenotato niente	43,5	33,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	12,3	10,6
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	4,7	5,5
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	22,5	35,4
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	6,3	4,7
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	5,9	5,5
altro	4,7	5,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Una curiosità: tra i vacanzieri le donne organizzano personalmente la vacanza (41%) mentre gli uomini non prenotano affatto (36,2%).

### L'ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

L'organizzazione delle vacanze si differenzia per classe di età: i giovani organizzano da sé o fanno ricorso ai canali paralleli dell'intermediazione (scuole, parrocchie, ecc.), le fasce intermedie sono quelle che prenotano di meno o prenotano da sé, i turisti "d'argento" e la terza età fanno maggiormente ricorso agli agenti di viaggio ed ai t.o..

	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	13,0	16,7	51,7	32,0	53,5	39,1	13,3	33,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	0,0	5,6	0,0	14,0	2,3	17,4	22,2	10,6
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	4,3	0,0	3,4	4,0	4,7	6,5	11,1	5,5
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	43,5	38,9	31,0	44,0	23,3	19,6	51,1	35,4
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	4,3	11,1	10,3	6,0	7,0	0,0	0,0	4,7
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	17,4	16,7	0,0	0,0	4,7	8,7	2,2	5,5
altro	17,4	11,1	3,4	0,0	4,7	8,7	0,0	5,1
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 2004

Il ricorso all'organizzazione della vacanza sembra essere correlato inversamente al grado di istruzione: più è elevato il titolo di studio minore è la quota di prenotazioni.

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Nessuno, non ho prenotato niente	5,6	32,5	30,8	40,9	40,4	0,0	32,9
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	0,0	15,0	17,9	7,6	6,4	0,0	11,0
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	0,0	5,0	9,0	1,5	8,5	0,0	5,5
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	72,2	35,0	23,1	36,4	40,4	50,0	35,7
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	5,6	2,5	3,8	7,6	2,1	0,0	4,3
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	11,1	0,0	9,0	4,5	0,0	33,3	5,5
altro	5,6	10,0	6,4	1,5	2,1	16,7	5,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Ad affidare l'organizzazione della vacanza in Italia agli agenti di viaggio sono soprattutto le casalinghe ed i pensionati, questi ultimi si avvalgono anche di proposte sui cataloghi dei tour operator come la classe operaia.

L'utilizzo di Internet è più rilevante tra coloro che hanno maggior tempo a disposizione (disoccupati e in cerca di occupazione) o tra i funzionari statali.

Gli studenti organizzati sono chiaramente quelli dei viaggi scolastici e delle parrocchie.

	Professione										
	operaio	Impiegato	funzionario statale	libero professionista	agricoltore	disoccupato	in cerca di occupazione	studente	casalinga	pensionato	Totale
Nessuno, non ho prenotato niente	35,7	47,9	35,3	44,0	-	0,0	11,1	16,7	29,2	20,7	32,4
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	14,3	5,5	5,9	8,0	-	33,3	0,0	3,3	0,0	27,6	10,7
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	0,0	5,5	5,9	4,0	-	0,0	0,0	3,3	8,3	8,6	5,5
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	35,7	32,9	35,3	36,0	-	0,0	33,3	40,0	45,8	37,9	36,4
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	7,1	4,1	11,8	4,0	-	33,3	22,2	3,3	0,0	0,0	4,3
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	7,1	1,4	5,9	0,0	-	0,0	22,2	16,7	4,2	5,2	5,5
altro	0,0	2,7	0,0	4,0	-	33,3	11,1	16,7	12,5	0,0	5,1
Totale	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 2004

I vacanzieri residenti nei piccoli centri sono quelli che organizzano personalmente la vacanza, magari su Internet o tramite i canali paralleli di intermediazione.

Quelli provenienti da centri di media grandezza (100/500 mila abitanti) sono invece i maggiori fruitori dei servizi delle agenzie di viaggio e dei tour operator, mentre i turisti “metropolitani” si distinguono per la quota maggiore di non prenotazioni.

In termini di provenienza, i turisti del nord ovest tedesco scelgono più degli altri le proposte dai cataloghi dei T.O. o utilizzano Internet per organizzarsi in proprio, quelli del nord est si rivolgono agli agenti di viaggio. Dal sud del Paese, invece, i vacanzieri del sud est organizzano tutto da sé mentre quelli del sud ovest non prenotano o organizzano in altri modi, data anche la maggiore familiarità con le destinazioni italiane. Infatti sono questi i turisti che rappresentano lo zoccolo duro della domanda tedesca di Italia.

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	>= 500.000	
Nessuno, non ho prenotato niente	28,9	31,3	26,5	31,7	46,7	32,4
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	7,9	14,1	13,2	12,2	6,7	11,3
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	2,6	3,1	11,8	7,3	2,2	5,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	42,1	32,8	33,8	36,6	35,6	35,5
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	5,3	3,1	7,4	2,4	2,2	4,3
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	7,9	9,4	1,5	4,9	4,4	5,5
altro	5,3	6,3	5,9	4,9	2,2	5,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Nessuno, non ho prenotato niente	30,9	34,8	35,4	31,4	32,8
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	19,1	4,3	8,9	7,0	10,5
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	4,4	17,4	3,8	5,8	5,9
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	27,9	30,4	36,7	40,7	35,2
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	7,4	4,3	2,5	4,7	4,7
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	4,4	4,3	5,1	7,0	5,5
altro	5,9	4,3	7,6	3,5	5,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Dall'analisi delle modalità di organizzazione per regione di provenienza si rileva, in particolare

- una minor quota di vacanzieri che prenotano dal Bremen dal Rheinland-Pfalz, e dal Niedersachsen;
- un maggior ricorso ai cataloghi dei T.O. da parte dei turisti provenienti da Hamburg, dal Sachsen, e dal Bremen;
- utilizzano le agenzie di viaggio i residenti del Brandenburg;
- organizzano da sé i residenti del Schleswig-Holstein e del Mecklenburg-Vorpomme e lo fanno tramite Internet i residenti del Rheinland-Pfalz e del Brandenburg.

	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
Nessuno, non ho prenotato niente	0,0	0,0	54,5	66,7	25,5	50,0	55,6	18,0	33,8	25,0	38,5	42,9	0,0	25,0	0,0	40,0	31,9
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	0,0	100,0	27,3	33,3	15,7	0,0	0,0	12,0	5,9	0,0	7,7	0,0	0,0	37,5	0,0	20,0	10,9
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	0,0	0,0	9,1	0,0	3,9	0,0	11,1	8,0	2,9	0,0	0,0	42,9	0,0	12,5	50,0	0,0	5,8
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	100,0	0,0	9,1	0,0	31,4	31,8	0,0	52,0	39,7	50,0	38,5	0,0	100,0	25,0	50,0	20,0	35,4
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	0,0	0,0	0,0	0,0	9,8	9,1	22,2	0,0	2,9	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	4,7
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	0,0	0,0	0,0	0,0	5,9	9,1	11,1	6,0	5,9	0,0	7,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,4
Altro	0,0	0,0	0,0	0,0	7,8	0,0	0,0	4,0	8,8	25,0	7,7	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	5,8
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

## 5. DESTINAZIONI 2003 E PREVISIONI PER IL 2004

### 5.1 Le destinazioni dei tedeschi nel 2003

Sono le destinazioni montane del nord-est (21,7%) e i grandi laghi del nord (14,2%) le mete preferite dai tedeschi nel 2003.

Cala lievemente l'appeal delle città d'arte che se nel 2002 avevano raccolto il 15,8% dei vacanzieri nel 2003 scendono al 13,4%, rimanendo comunque la terza tipologia di prodotto per questo mercato.

A fronte di una certa stabilità delle destinazioni balneari del centro e del sud, aumentano i vacanzieri alla ricerca di cure e benessere nelle nostre località termali del centro nord (9,1%). Netto calo per le località balneari del nord est che passano dall'11,5% del 2002 ad una quota del 5,9% nel 2003.

#### Se nel 2003 ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia, ci può indicare quali aree ha visitato?

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

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Se gli uomini hanno preferito i grandi laghi e la montagna del nord est, le donne hanno visto nel 2003 specialmente il *mare nostrum*.

	Sesso		
	maschio	femmina	Totale
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	5,4	3,3	4,3
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	15,4	13,0	14,2
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	4,6	7,3	5,9
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	27,7	15,4	21,7
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	9,2	8,9	9,1
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	13,1	13,8	13,4
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	9,2	13,0	11,1
Sud e isole	9,2	13,8	11,5
altro	6,2	10,6	8,3
n.r.	0,0	0,8	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Volendo disegnare l'identikit del turista dei singoli prodotti si evincono le seguenti considerazioni:

Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria): età abbastanza giovane tra i 25 ed i 34 anni, con istruzione medio - alta, di professione funzionari statali, provenienti dalle aree metropolitane del nord ovest, in particolare dalle regioni del Schleswig-Holstein e dal Bremen;

LAGHI del nord (Lombardia, Veneto) età tra i 25-34 anni o 55-64, con livello di istruzione medio – elementare, con prevalenza di impiegati, liberi professionisti e pensionati provenienti da centri abitativi piccoli (meno di 20 mila abitanti) del sud ovest ma nello specifico anche dalle regioni del Niedersachsen (N-O), del Sachsen e del Bayern nel sud est;

Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	età tra i 25 ed i 54 anni di medio livello di istruzione e basso status professionale (disoccupati, in cerca di occupazione e operai) provenienti da centri abitativi piccoli (meno di 20 mila abitanti) del sud ovest ma anche dal sud est quelli residenti nel Bayern e nel Thüringen;
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli, Trentino, Dolomiti)	età compresa tra i 35 ed i 54 anni, livello di istruzione o basso o medio – alto, di status professionale basso (disoccupato e pensionati) o medio – alto (liberi professionisti e funzionari statali), provenienti da centri abitativi medio - grandi (oltre 100 mila abitanti e aree metropolitane) del nord est in particolare dal Berlin West, ma anche dal Baden Württemberg (S-O) e dal Thüringen;
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	età tra i 19 e i 34 anni, con livello di istruzione medio di professione impiegatizia o in cerca di occupazione, provenienti da piccolissimi centri (meno di 5 mila abitanti) del nord est, specialmente dal Brandenburg, ma anche dal Rheinland-Pfalz (S-O);
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, ecc.)	età giovane e molto giovane, con licenza superiore o laurea, studenti e funzionari statali o liberi professionisti, provenienti da centri medio – grandi (100-500 mila abitanti) del nord Schleswig-Holstein, Hamburg, e Sachsen- Anhalt, m anahce dall'Essen (S-O);
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	giovannissimi di istruzione media o laureati tra i 35 e i 54 anni, studenti, operai e casalinghe, provenienti da piccolissimi centri (meno di 5 mila abitanti) del nord ovest (Bremen) e dal nord est (Mecklenburg-Vorpomme);
Sud e isole	giovani, adulti tra i 45-54 anni o turisti della terza età, con livello di istruzione elementare o laureati, prevalentemente in cerca di occupazione o ancora studenti, ma anche operai e impiegati, provenienti da piccoli centri (massimo 100 mila abitanti) dell'est (in particolare dal Sachsen-Anhalt) e dal Saarland (S-O).

	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	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	4,5	0,0	13,8	2,0	2,4	2,2	6,5	4,3
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	13,6	11,1	20,7	7,8	11,9	19,6	15,2	14,2
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	4,5	5,6	10,3	7,8	7,1	2,2	4,3	5,9
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	13,6	11,1	6,9	25,5	26,2	19,6	34,8	22,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	9,1	11,1	13,8	3,9	7,1	8,7	8,7	8,3
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	22,7	16,7	17,2	11,8	7,1	23,9	4,3	13,8
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	18,2	5,6	3,4	21,6	14,3	8,7	4,3	11,4
Sud e isole	9,1	38,9	3,4	11,8	16,7	0,0	13,0	11,4
altro	0,0	0,0	10,3	5,9	7,1	15,2	8,7	7,9
n.r.	4,5	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	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 2004

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	0,0	0,0	3,9	4,6	6,1	20,0	3,9
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	5,6	24,4	20,8	10,8	4,1	0,0	14,1
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	5,6	4,9	11,7	3,1	6,1	0,0	6,7
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	33,3	24,4	7,8	26,2	32,7	20,0	22,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	5,6	2,4	13,0	13,8	2,0	0,0	8,6
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	0,0	0,0	9,1	27,7	16,3	40,0	13,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	11,1	12,2	13,0	4,6	14,3	20,0	11,0
Sud e isole	33,3	14,6	13,0	1,5	14,3	0,0	11,8
altro	0,0	17,1	7,8	7,7	4,1	0,0	7,8
n.r.	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

	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)	0,0	4,1	11,8	3,7	-	0,0	0,0	6,5	0,0	5,4	4,3
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	6,7	16,2	5,9	14,8	-	0,0	12,5	12,9	4,3	19,6	13,8
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	13,3	8,1	5,9	7,4	-	33,3	12,5	0,0	8,7	3,6	6,7
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	26,7	12,2	29,4	29,6	-	33,3	0,0	16,1	17,4	33,9	21,7
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	0,0	13,5	0,0	3,7	-	33,3	12,5	6,5	4,3	10,7	8,7
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	6,7	14,9	17,6	18,5	-	0,0	25,0	25,8	13,0	5,4	14,2
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	20,0	10,8	11,8	7,4	-	0,0	12,5	16,1	17,4	5,4	11,0
Sud e isole	13,3	12,2	5,9	11,1	-	0,0	25,0	12,9	4,3	10,7	11,0
altro	13,3	6,8	11,8	3,7	-	0,0	0,0	0,0	30,4	5,4	7,9
n.r.	0,0	1,4	0,0	0,0	-	0,0	0,0	3,2	0,0	0,0	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	>= 500.000	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	0,0	1,6	6,1	4,9	6,7	3,9
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	10,5	20,3	12,1	17,1	8,9	14,2
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	7,9	9,4	7,6	2,4	2,2	6,3
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	15,8	23,4	19,7	24,4	24,4	21,7
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	18,4	9,4	6,1	2,4	8,9	8,7
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	15,8	7,8	12,1	22,0	15,6	13,8
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	18,4	9,4	13,6	0,0	13,3	11,0
Sud e isole	7,9	12,5	13,6	9,8	11,1	11,4
altro	5,3	6,3	9,1	14,6	6,7	8,3
n.r.	0,0	0,0	0,0	2,4	2,2	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	8,8	4,3	0,0	3,5	3,9
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	13,2	0,0	20,3	12,9	14,1
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	2,9	0,0	12,7	3,5	5,9
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	16,2	30,4	21,5	24,7	22,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	8,8	13,0	8,9	7,1	8,6
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	16,2	21,7	8,9	14,1	13,7
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	14,7	8,7	8,9	11,8	11,4
Sud e isole	7,4	13,0	11,4	14,1	11,4
altro	10,3	4,3	7,6	8,2	8,2
n.r.	1,5	4,3	0,0	0,0	0,8
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

	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)	50,0	0,0	0,0	33,3	7,8	0,0	11,1	4,0	0,0	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,9
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	0,0	0,0	18,2	0,0	13,7	16,7	11,1	10,0	19,7	0,0	0,0	0,0	0,0	44,4	0,0	0,0	13,9
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	0,0	0,0	9,1	0,0	3,9	8,3	11,1	2,0	12,1	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	25,0	6,6
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	0,0	0,0	27,3	0,0	15,7	12,5	22,2	32,0	19,7	0,0	40,0	16,7	0,0	11,1	0,0	50,0	21,2
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	0,0	0,0	0,0	0,0	11,8	0,0	22,2	10,0	10,6	0,0	6,7	16,7	0,0	0,0	33,3	0,0	8,9
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	50,0	100,0	9,1	0,0	15,7	33,3	11,1	4,0	6,1	25,0	20,0	33,3	0,0	22,2	33,3	25,0	13,9
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	0,0	0,0	18,2	66,7	9,8	12,5	11,1	14,0	10,6	0,0	0,0	16,7	100,0	0,0	0,0	0,0	11,2
Sud e isole	0,0	0,0	0,0	0,0	9,8	8,3	0,0	18,0	12,1	25,0	20,0	0,0	0,0	11,1	33,3	0,0	11,6
altro	0,0	0,0	18,2	0,0	9,8	8,3	0,0	6,0	9,1	50,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	8,1
n.r.	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

## 5.2 Le previsioni per il 2004

Rispetto al trend evidenziato negli ultimi due anni, le previsioni per le vacanze dei tedeschi in Italia nel 2004 lasciano intravedere una quota di turisti in leggera crescita. Il 13% della popolazione, infatti, dichiara di aver già programmato una vacanza in Italia e il 2,3% non ha ancora deciso.

### Per il 2004, Lei ha già programmato un periodo di vacanza in Italia?

	2002	2003	Previsioni 2004
Si	12,6	12,6	13,0
No	87,4	87,4	84,7
non sa	-	-	2,3
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Con una lieve prevalenza di turismo maschile, i vacanzieri del 2004 saranno sempre più giovani, con quote decrescenti sulla popolazione sopra i 55 anni e crescenti per le classi di età inferiore rispetto ai turisti del 2003.

	Sesso		
	maschio	femmina	Totale
Si	13,2	12,7	13,0
No	84,7	84,7	84,7
non sa	2,1	2,6	2,3
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

	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	20,2	13,3	11,4	13,0	15,9	13,0	9,5	12,9
No	77,3	85,5	85,7	85,2	81,1	84,3	88,7	84,8
non sa	2,5	1,2	2,9	1,8	3,0	2,7	1,8	2,3
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 2004

Sempre rispetto al 2003, il confronto tra le previsioni indica un turismo di maggiore penetrazione tra la popolazione di istruzione inferiore.

	Titolo di studio						Totale
	Nessuno	Elementare	Media	Media superiore	Laurea	Non risponde	
Si	12,2	10,1	12,3	15,4	17,3	13,5	13,0
No	87,2	87,4	85,1	83,5	78,6	84,6	84,7
non sa	0,6	2,5	2,5	1,1	4,1	1,9	2,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Sulla scia degli anni precedenti continuano a diminuire i funzionari statali, a fronte di un aumento della classe operaia e dei liberi professionisti.

	Professione											Totale
	operaio	Impiegato	funzionario statale	libero professionista	agricoltore	disoccupato	in cerca di occupazione	studente	casalinga	pensionato	n.a.	
Si	9,8	14,7	11,8	19,2	0,0	6,1	14,5	16,3	11,9	11,1	0,0	13,0
No	88,6	82,9	82,8	78,1	100,0	90,9	85,5	81,6	86,1	86,7	100,0	84,6
non sa	1,6	2,4	5,4	2,6	0,0	3,0	0,0	2,0	2,0	2,3	0,0	2,3
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

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Diminuisce la quota di turismo proveniente da centri residenziali di piccole dimensioni mentre cresce tra la popolazione dei centri di media grandezza (fino a 100 mila abitanti) e delle aree metropolitane.

	Dimensione del comune di residenza					Totale
	< 5.000	< 20.000	< 100.000	< 500.000	≥ 500.000	
Si	9,8	12,9	14,1	10,7	17,6	13,0
No	88,2	83,7	84,4	87,7	79,1	84,7
non sa	2,0	3,4	1,5	1,5	3,3	2,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Dal 2002 stanno diminuendo i turisti provenienti dal nord ovest (nonostante costituiscano il principale bacino di domanda) a favore di una crescita dei residenti dell'intero est del Paese.

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Si	8,9	9,9	17,6	16,2	13,0
No	89,0	88,6	79,0	81,6	84,7
non sa	2,1	1,5	3,3	2,1	2,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

In particolare, nel 2004 l'Italia guadagnerà quote di turisti dall'Hessen, dal Rheinland-Pfalz, dal Saarland e dal Berlin-West, tutti in crescita dal 2002.

	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
Si	4,4	7,5	7,1	12,5	10,5	17,4	15,0	15,6	24,6	17,9	21,0	5,7	6,1	7,6	4,1	5,8	13,0
No	92,6	92,5	91,9	75,0	87,4	79,9	84,0	82,0	71,0	82,1	76,5	91,4	93,9	90,8	95,9	92,8	84,8
non sa	2,9	0,0	1,0	12,5	2,1	2,8	1,0	2,5	4,4	0,0	2,5	2,9	0,0	1,7	0,0	1,4	2,3
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 2004

### 5.3 Le nuove destinazioni per il 2004

Per il 2004 le scelte dei turisti tedeschi nel complesso ricadranno su prodotti e destinazioni diverse: rimane in testa la montagna del nord-est (20,2%), ma risale l'appeal delle città d'arte (15,6%) e supera le aspettative la quota di turisti che sceglierà le località del sud e delle isole (14,8%).

Al momento non si prevede un buon andamento per i grandi laghi del nord mentre sembrano recuperare le coste del nord est italiano.

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

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Gli uomini prevalgono nelle scelte sulla montagna o sul mare del nord est e sulle destinazioni del sud e delle isole, mentre le donne incidono maggiormente sulle destinazioni termali, sulle città d'arte e sul mare del centro Italia.

	Sesso		
	maschio	femmina	Totale
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	2,3	3,0	2,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	7,7	6,0	6,8
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	9,2	5,3	7,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	23,8	16,5	20,2
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	8,5	9,0	8,7
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	13,8	17,3	15,6
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	10,0	13,5	11,8
Sud e isole	15,4	14,3	14,8
altro	5,4	8,3	6,8
n.r.	3,8	6,8	5,3
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

L'area di provenienza dei futuri turisti si differenzia rispetto ai prodotti con diversa incidenza; tra quelle superiori alla media

- il nord ovest italiano vedrà un turismo proveniente dal *nord est* più che dalle altre aree del Paese,
- i laghi i residenti dell'*ovest* tedesco,
- il mare del nord est un turismo proveniente dal *sud* della Germania,
- la montagna orientale i residenti del *nord est* e del *sud ovest*,
- le terme del centro i vacanzieri dal *nord ovest*,
- le città d'arte specialmente i tedeschi del *nord*,
- il mare del centro i residenti del *sud ovest*
- il sud e le isole quelli del *nord ovest*.

	Area geografica di provenienza				Totale
	nord ovest	nord est	sud ovest	sud est	
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	2,9	7,4	1,2	3,6	3,0
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	7,4	0,0	9,5	6,0	6,8
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	5,9	3,7	8,3	7,1	6,8
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	17,6	22,2	23,8	17,9	20,2
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	13,2	7,4	4,8	10,7	9,1
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	17,6	25,9	11,9	14,3	15,6
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	2,9	11,1	17,9	13,1	11,8
Sud e isole	19,1	14,8	10,7	14,3	14,4
altro	5,9	3,7	7,1	8,3	6,8
n.r.	7,4	3,7	4,8	4,8	5,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

## 5.4 Turisti fedeli e nuovi turisti

La fedeltà alla destinazione Italia sembra aumentare tra i turisti tedeschi: il 46,5% di coloro che vi sono stati in vacanza nel 2003 ci torneranno nel 2004, quota che lo scorso anno era pari al 42,3%.

A questi si aggiungerà inoltre una quota pari all'8% di tedeschi non vacanzieri nel 2003.

<b>Per il 2004, Lei ha già programmato un periodo di vacanza in Italia?</b>				
	Si	No	Non sa	Totale
<b>Nel 2003 Ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia?</b>				
Si	46,5	48,4	5,1	100,0
No	8,1	89,9	1,9	100,0
Totale	13,0	84,7	2,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Nel complesso, dunque, oltre la metà saranno nuovi visitatori ma potremo contare su un 45% di “fedelissimi”.

### **Turisti tedeschi 2004**

Turisti fedeli	45,0
Nuovi Turisti	55,0
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

## Le destinazioni dei turisti “fedeli”...

Tra i più fedeli quelli che nel 2003 sono stati al sud e nelle isole che per il 75% vi torneranno, seguiti dai vacanzieri delle località di montagna (63,3% dei turisti 2003) e di mare (60%) del nord est.

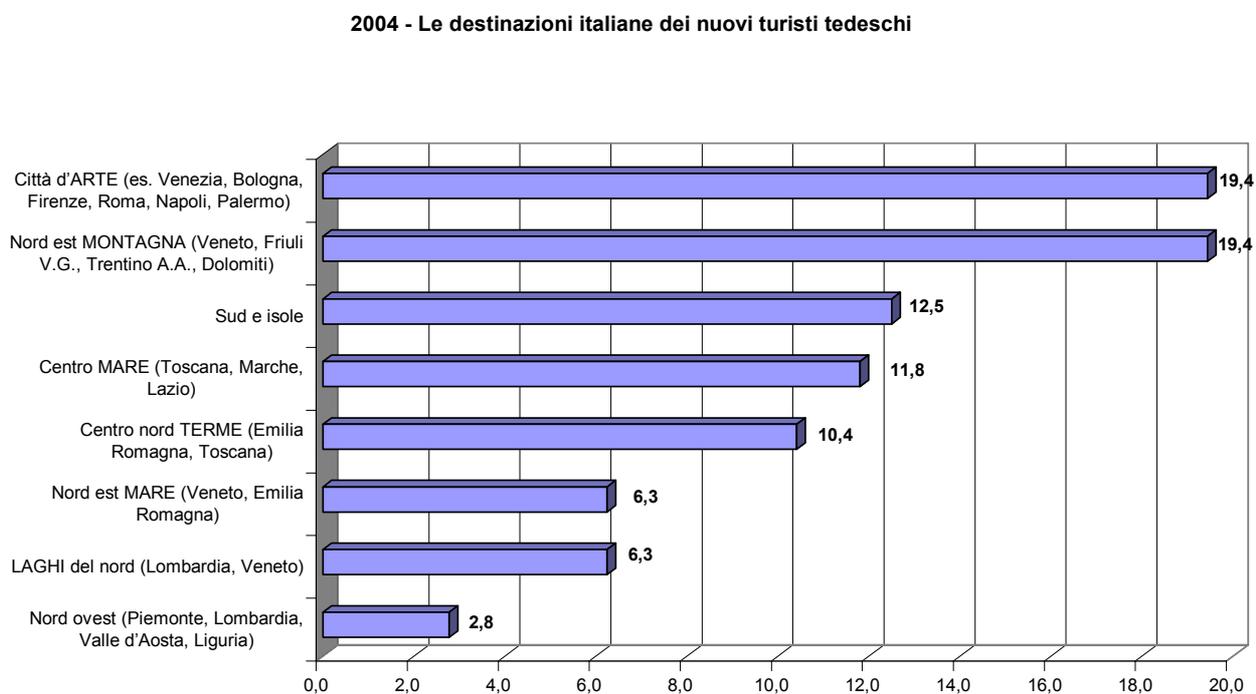
Tra i meno fedeli alla località torneranno in Italia il 50% di coloro che si erano recati nel nord ovest e che nel 2004 faranno vacanza sulle Dolomiti, il 30,8% di chi aveva visitato le città d’arte che ha programmato di recarsi nelle mete del sud e nelle isole.

Destinazioni 2003	Destinazioni 2004										
	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)	16,7	0,0	0,0	50,0	16,7	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	100,0
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	0,0	46,7	13,3	6,7	0,0	13,3	6,7	0,0	6,7	6,7	100,0
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	10,0	10,0	60,0	0,0	0,0	0,0	10,0	10,0	0,0	0,0	100,0
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	0,0	0,0	6,7	63,3	3,3	3,3	13,3	3,3	3,3	3,3	100,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	9,1	0,0	0,0	9,1	54,5	18,2	0,0	9,1	0,0	0,0	100,0
Città d’ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	46,2	7,7	30,8	15,4	0,0	100,0
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	10,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	10,0	20,0	0,0	100,0
Sud e isole	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	6,3	6,3	75,0	0,0	0,0	100,0
altro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	88,9	0,0	100,0
Totale	3,3	7,5	8,3	21,7	6,7	10,8	11,7	16,7	11,7	1,7	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

... e quelle dei nuovi vacanzieri

I nuovi turisti del 2004 sceglieranno pari merito le città d'arte italiane e la montagna dolomitica del nord est (19,4%). Seguono le preferenze per le mete turistiche del sud e delle isole (12,5%), del mare del centro Italia (11,8%) e delle terme del centro-nord (10,4%).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

## CONCLUSIONI

Il 2003 non mostra ancora un recupero di quota sul mercato tedesco, che resta stabile sul 12,6% della popolazione, pari a quella del 2002.

L'Italia resta comunque la seconda destinazione per questo mercato, in una lotta (troppo spesso senza confronto) con l'offerta delle destinazioni spagnole.

In prevalenza si è trattato di un turismo proveniente dalle aree metropolitane della Germania del sud, in parte con una buona capacità di spesa, ma per lo più un turismo ogni anno più "cheap" e "fai da te", che ha portato in Italia meno di 6 miliardi di euro contro i 7 del 1998.

Un turismo che premia le località montane dolomitiche (competitive nei prezzi rispetto alle vicine austriache), il turismo dei grandi laghi e delle stazioni termali.

Onore al merito dell'ospitalità italiana, il 46,5% dei turisti del 2003 tornerà anche nel 2004, quando si prevede nel complesso una quota di vacanzieri verso le nostre mete pari al 13% della popolazione.

Previsioni di leggera ripresa che ancora non rassicurano gli operatori italiani. Più fortunati quelli del sud e delle isole che dal 2002 hanno visto e vedranno ancora crescere la quota dei vacanzieri tedeschi, a scapito delle destinazioni più tradizionali del nord est.

Se nel 2002 le previsioni per l'anno successivo lasciavano sperare in un turismo meno di massa, questo si è verificato solo in parte. La scelta delle destinazioni, infatti, appare oggi più raffinata e variegata ma la vacanza in Italia, più a portata di tutti, sembra incidere sempre più su fasce sociali di elevato livello culturale ma di status economico medio-basso.

## **NOTA METODOLOGICA**

La popolazione di riferimento dell'indagine è composta dalle persone residenti in Germania di età uguale o superiore a 14 anni (circa 64.250.000 persone).

Il campione utilizzato, stratificato per Regione di residenza, sesso e fasce di età, è stato pari a 2.000 soggetti: detta numerosità determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 95%, un margine di errore inferiore al 2,2% (+/-). Il totale interviste valide è di 2023 casi.

La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva pari a circa 5 minuti, è stata quella C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews).

Le interviste hanno avuto luogo durante il periodo che va dal 7 gennaio al 16 gennaio, e sono state condotte dal partner tedesco (GfK MAFO) della società GfK-ASM.

## Distribuzione della popolazione

<b>Federal state</b>	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
<b>Sum</b>	100
<b>Age</b>	
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
<b>size of town</b>	
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
<b>size of household</b>	
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 Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Schleswig-Holstein	1	69	3,4	3,4	3,4
Hamburg	2	40	2	2	5,4
Niedersachsen	3	198	9,8	9,8	15,2
Bremen	4	16	0,8	0,8	16
Nordrhein-Westfalen	5	428	21,2	21,2	37,2
Hessen	6	144	7,1	7,1	44,3
Rheinland-Pfalz	7	99	4,9	4,9	49,2
Baden-Württemberg	8	245	12,1	12,1	61,3
Bayern	9	294	14,5	14,5	75,8
Saarland	10	28	1,4	1,4	77,2
Berlin - West	11	81	4	4	81,2
Brandenburg	12	71	3,5	3,5	84,7
Mecklenburg-Vorpomme	13	49	2,4	2,4	87,1
Sachsen	14	119	5,9	5,9	93
Sachsen-Anhalt	15	73	3,6	3,6	96,6
Thüringen	16	69	3,4	3,4	100
	Total	2023	100	100	
Valid cases	2023	Missing cases	0		

### ETA

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Fino a 18 anni	1	119	5,9	5,9	5,9
19-24	2	166	8,2	8,2	14,1
25-34	3	280	13,8	13,8	27,9
35-44	4	391	19,3	19,3	47,3
45-54	5	328	16,2	16,2	63,5
55-64	6	293	14,5	14,5	78
oltre 64 anni	7	445	22	22	100
	Total	2023	100	100	
Valid cases	2023	Missing cases	0		

### Dimensione comune di residenza

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
< 5.000	1	356	17,6	17,6	17,6
< 20.000	2	528	26,1	26,1	43,7
< 100.000	3	540	26,7	26,7	70,4
< 500.000	4	326	16,1	16,1	86,5
>= 500.000	5	273	13,5	13,5	100
	Total	2023	100	100	
Valid cases	2023	Missing cases	0		

N. componenti famiglia

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
1	403	19,9	19,9	19,9
2	744	36,8	36,8	56,7
3	390	19,3	19,3	76
4	344	17	17	93
5 e più	140	6,9	6,9	100
Total	2023	100	100	
Valid cases	2023	Missing cases		0