



Prospettive sulla stagione estiva 2021 Mercato tedesco

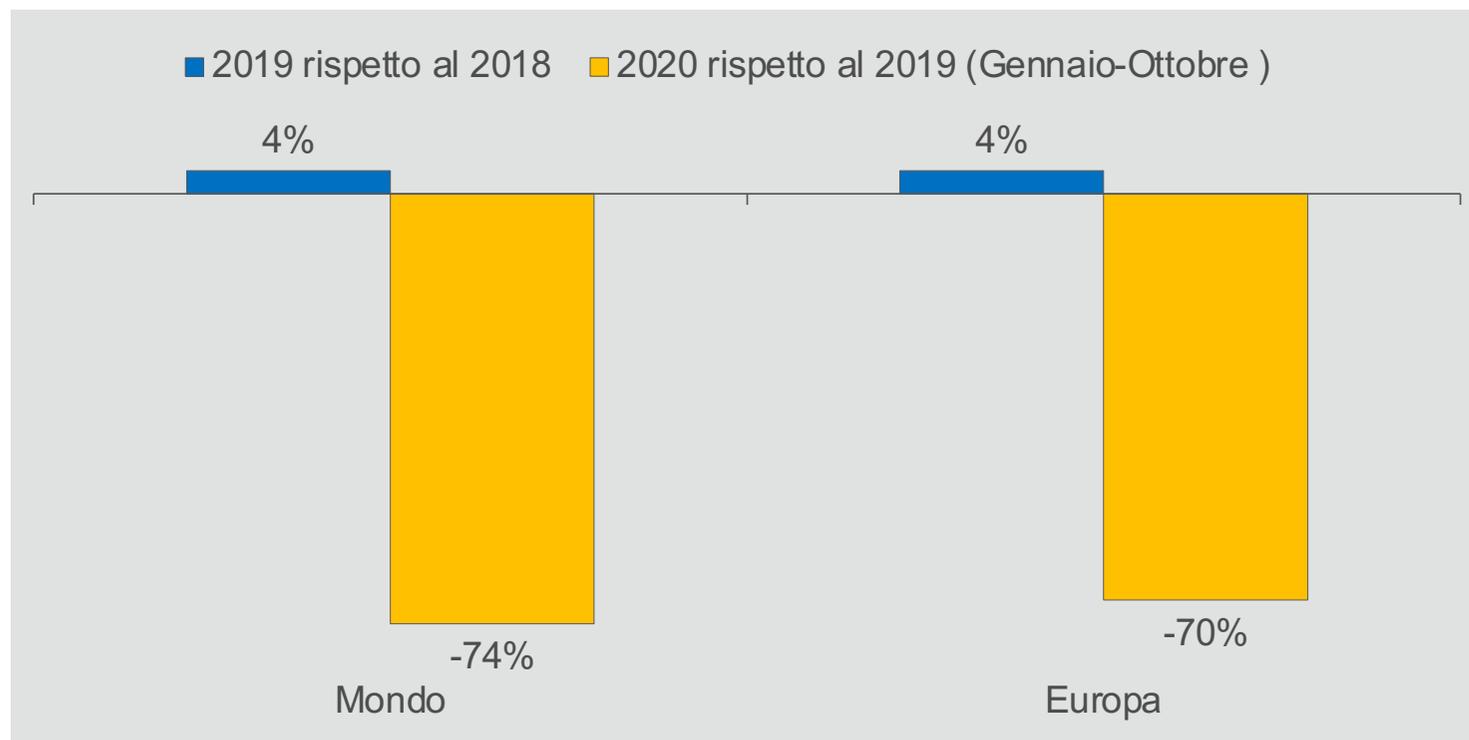
*Febbraio 2021
Ulf Sonntag*

Breve Report 2020

**La crisi del turismo mondiale –
forte impatto sul mercato tedesco**

Turismo mondiale 2020

Arrivi internazionali 2020; % variazione rispetto all'anno precedente



Dati in % variazione rispetto all'anno precedente

Fonte: UNWTO Press Release 28/01/2021: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>

Turismo mondiale 2020: Oltre 1 miliardo di arrivi in meno

Arrivi internazionali a livello mondiale

- **2020: 400 Mil.***
- **2019: 1.459 Mil.**
- 2018: 1.408 Mil.
- 2017: 1.333 Mil.
- 2016: 1.240 Mil.
- 2015: 1.197 Mil.
- 2014: 1.134 Mil.
- 2013: 1.088 Mil.
- 2012: 1.040 Mil.
- 2011: 994 Mil..
- 2010: 952 Mil.
- 2009: 881 Mil..

Il turismo mondiale è
tornato ai livelli dell'anno
1989.

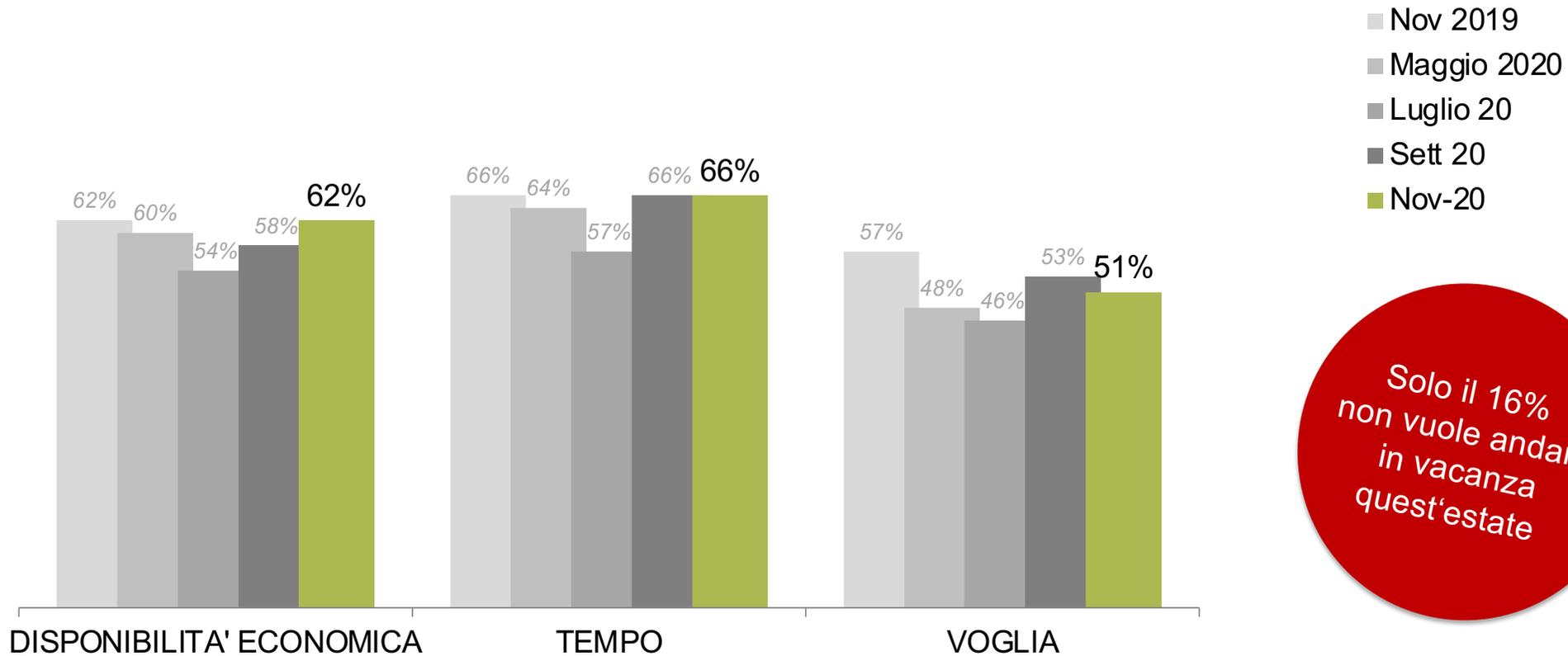
Questo vale anche per il
turismo domestico (viaggi
all'interno del proprio
paese).

I tedeschi nel 2021 vogliono ancora viaggiare?

Sicuramente SI!

Molti tedeschi non vedono l'ora di rimettersi in viaggio. La voglia di vacanza è rimasta pressochè invariata rispetto al periodo pre-pandemia. Sia la disponibilità economica che il tempo non mancano.

Analisi temporale dei fattori determinanti ovvero „poter viaggiare“ e „voler viaggiare“



Solo il 16% non vuole andare in vacanza quest'estate

Domanda: Quali sono i suoi piani/progetti rispetto alla vacanza? Rispetto alla vacanza [...] – Valori per sì/probabilmente sì
 Base di ricerca: popolazione di lingua tedesca 14-/18-75 anni; Fonte: Reiseanalyse RA online Novembre 2020 e precedenti sondaggi

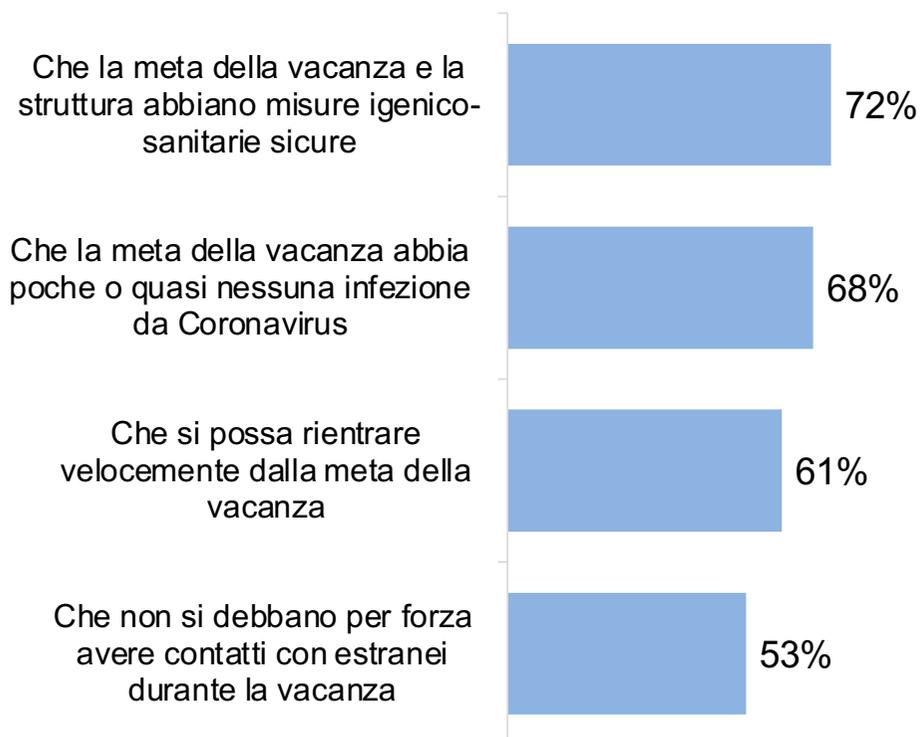
A cosa si fa più attenzione a seguito del Coronavirus?

Ogni persona ha una modalità individuale e razionale, non troppo condizionata dall'ansia rispetto al rischio personale di contrarre il virus durante la vacanza.

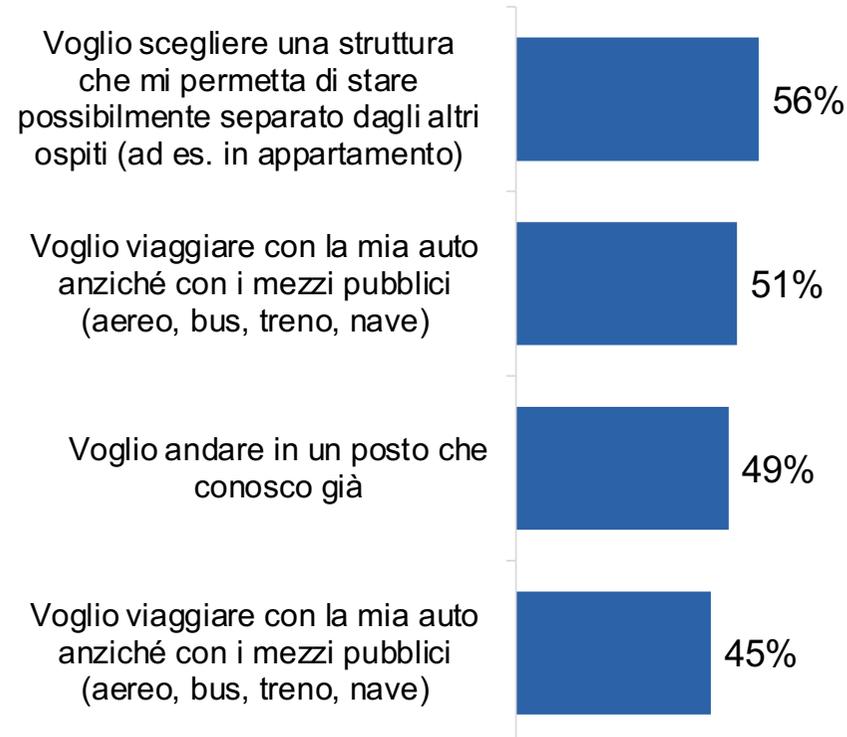
Tutti ormai sanno di dover mantenere le „distanze di sicurezza“ e stare attenti alle misure igienico-sanitarie, inoltre la programmazione della vacanza deve essere fatta con una certa flessibilità. Ci si aspetta la stessa flessibilità anche da parte di chi offre vacanze.

Le condizioni e le strategie per la vacanza

Condizioni

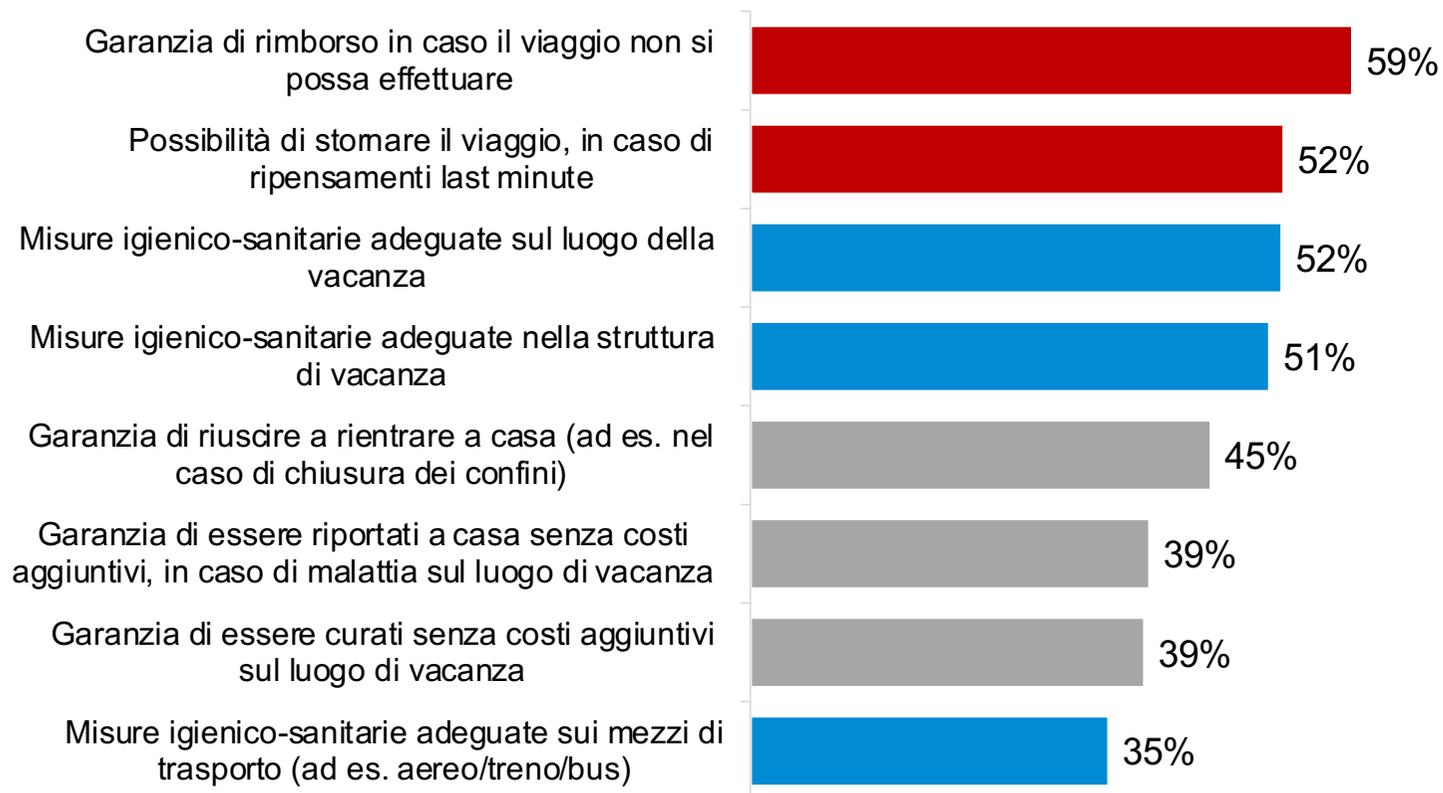


Strategie



Domanda: In base alla sua esperienza dei mesi scorsi, caratterizzati dalla diffusione del Coronavirus e dalle misure di prevenzione, a che cosa presterà maggiore attenzione nella sua prossima vacanza?
Base di ricerca: popolazione di lingua tedesca 18-75 anni; Fonte: Reiseanalyse 2021, Corona Recovery Modulo 09/2020, FUR/IMT/NIT „Corona-Krise“ Reiseanalyse online 5/2020

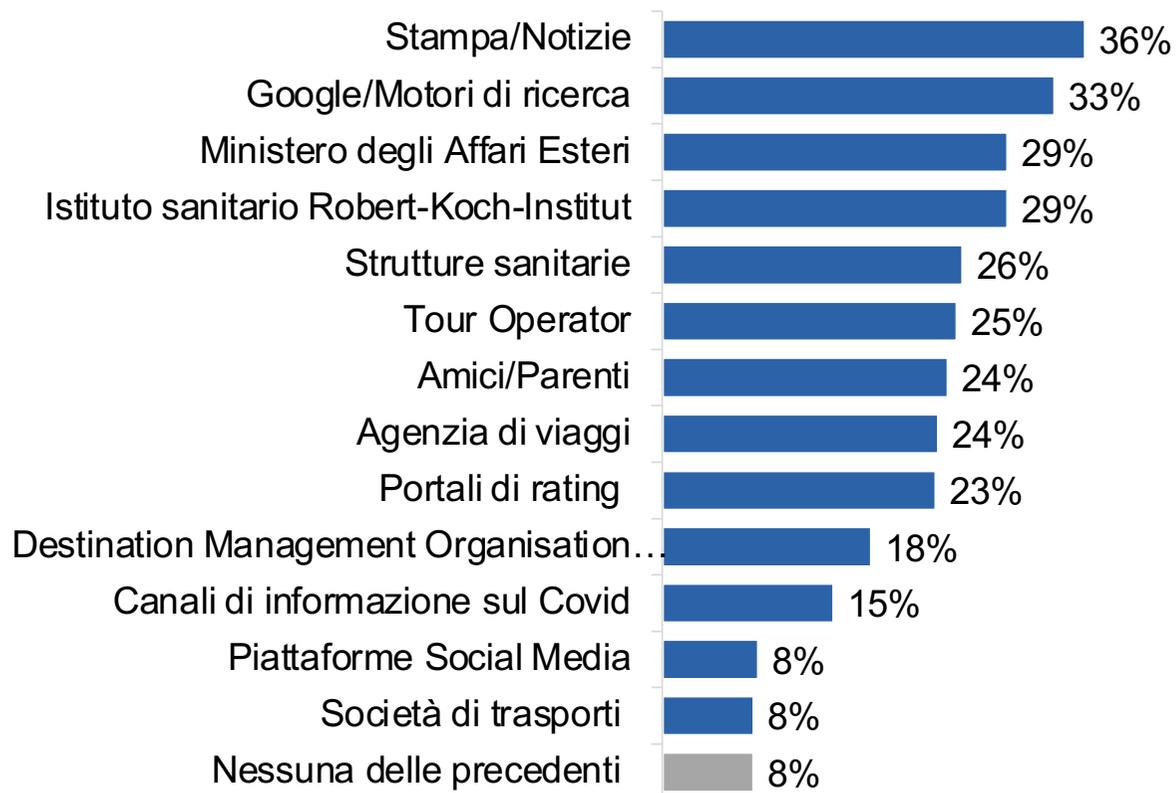
Criteria per la prenotazione della vacanza



Domanda: Se dovesse prenotare una vacanza nel prossimo futuro, a quali di questi aspetti darebbe particolarmente importanza?

Base di ricerca: popolazione di lingua tedesca 18-75 anni; deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre; Fonte: Reiseanalyse (RA) 2021, Corona Recovery Modulo 09/2020

Le fonti di informazioni per la scelta della meta di viaggio



Domanda: Dove si informerà in futuro sulle offerte di vacanza e sulla situazione Covid nella meta di vacanza?

Base: popolazione di lingua tedesca 18-75 anni, che sicuramente nei prossimi 12 mesi andranno in vacanza; Fonte: Reisenanalyse 2021, Corona Recovery Modulo 09/2020

Riepilogo: Vacanze e Covid

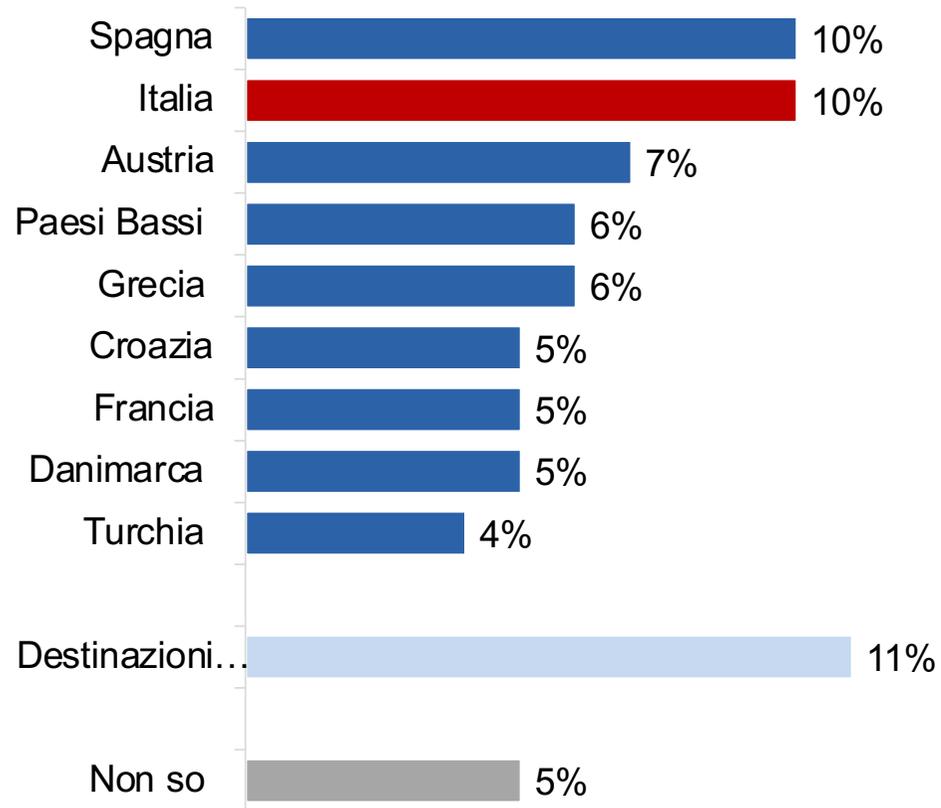


Prenotazione da 0-3 mesi prima del viaggio (in genere 4-6 mesi)

Dove andranno in vacanza i tedeschi nel 2021?

Se possibile, si vuole andare nello stesso posto dove si va normalmente. Nel 2021 diversi fattori giocano a favore delle destinazioni raggiungibili in auto.

Destinazioni preferite Primavera/Estate 2021



Frage: Wenn Sie im [...] eine Urlaubsreise machen, wo werden Sie dann (höchstwahrscheinlich) hinfahren?

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre, die sicher/wahrscheinlich im [...] verreisen werden; Quelle: RA 2021, Corona Recovery Modul 09/2020

Quali tipi di vacanza faranno i tedeschi?

Se sarà possibile, i tedeschi vorranno fare vacanza come “al solito“. Ma nel 2021 ci sarà maggiore interesse per quelle forme di vacanza che si possono fare tenendo conto del Covid.

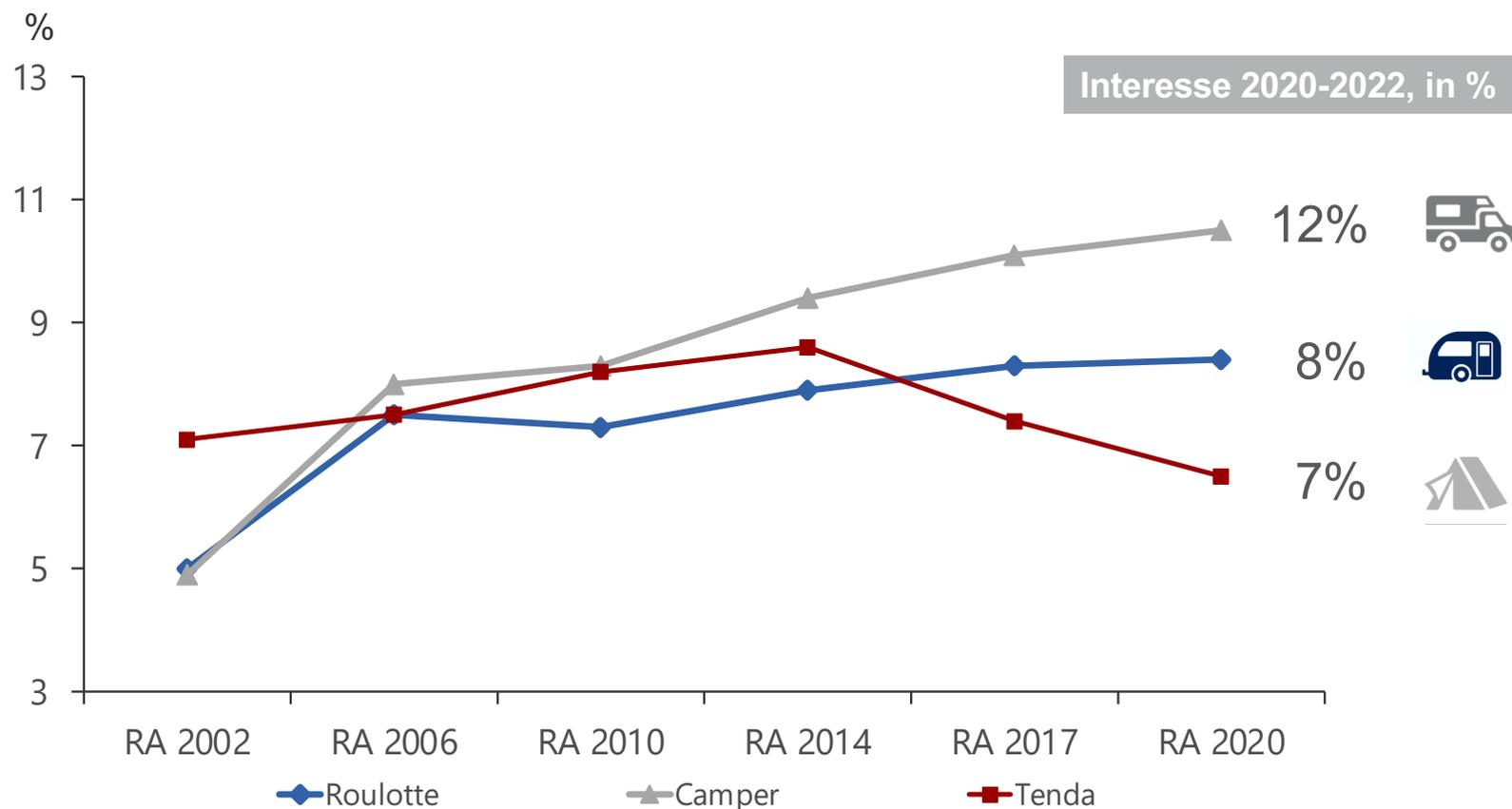
Preferenze per tipologia di vacanza Primavera/Estate 2021



Frage: Welche Art Urlaubsreisen planen Sie im [...] (wahrscheinlich) zu unternehmen?

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre, die sicher/wahrscheinlich im [...] verreisen werden; Quelle: RA 2021, Corona Recovery Modul 09/2020

Interesse per una vacanza in campeggio 2020-2022 e sviluppo nel lungo periodo



Aumenta la tendenza a fare vacanze in camper

Interessati a una vacanza in campeggio, previsione per i prossimi 3 anni („programmerò quasi sicuramente“);
Base: popolazione di lingua tedesca dai 14 anni (dal 2010 sono inclusi gli stranieri che parlano tedesco);
Fonte: FUR, Reiseanalyse 2020 *face-to-face*

Quali tedeschi andranno in vacanza nel 2021?

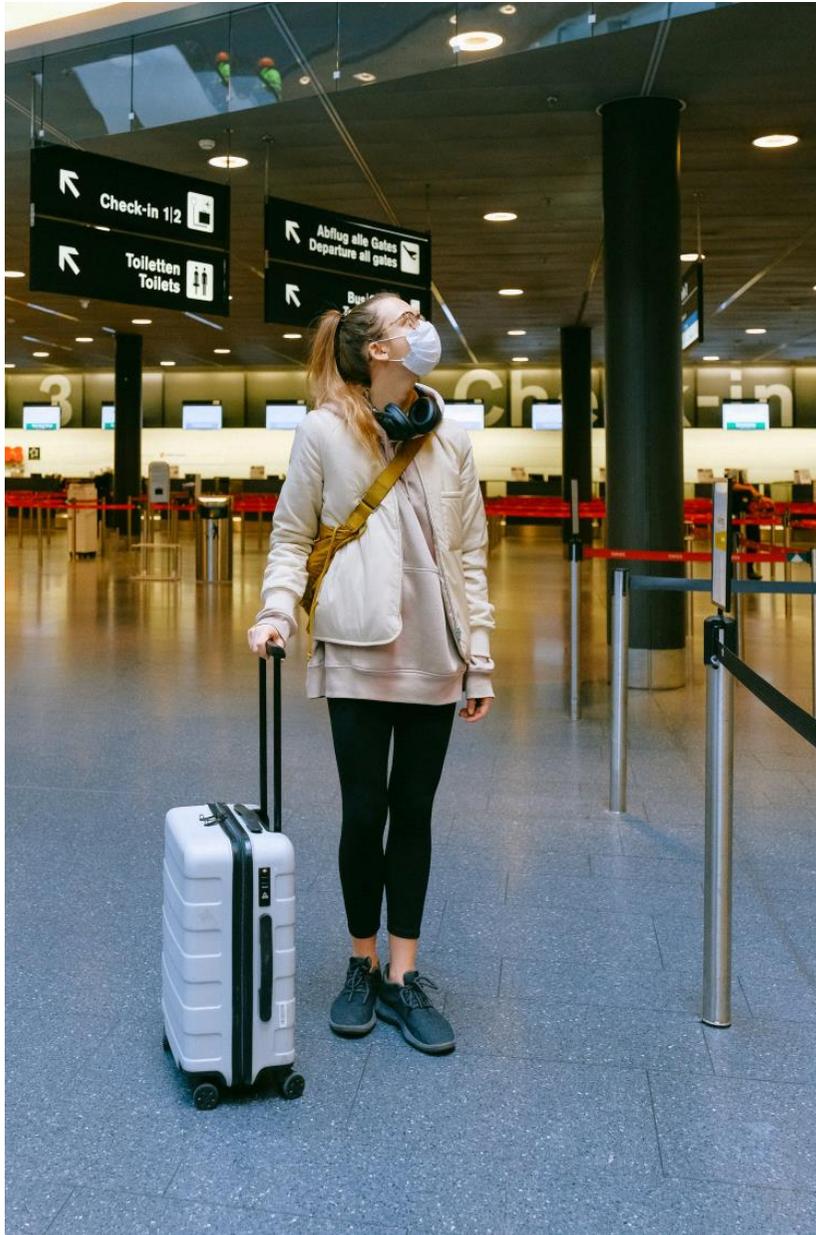
- In generale: tutti!
Non ci sono target specifici ai quali sia passata la voglia di andare in vacanza.
- Bisogna puntare *in primis* sui **clienti fidelizzati** e a quelli che ritornano **Stammgäste/Wiederkehrer**
- Per i periodi delle vacanze scolastiche si dovrebbe puntare sulle **famiglie**
- Negli altri periodi l'obiettivo sono i **Best Ager**, le coppie, gli sportivi/vacanza attiva ecc
- Durante l'estate è possibile che ci siano molti turisti *last minute* , che non sono mai stati in Romagna (**Kurzfristbucher**)

Quando andranno in vacanza i tedeschi nel 2021?

- **Appena si potrà.** Lo stanno già facendo, vedi Isole Canarie, pur dovendosi sottoporre a test e quarantena.
- La probabilità che si rimettano in moto non appena non saranno necessari test o quarantene è molto alta.
- Quando sarà esattamente non è sicuro...

Cosa tenere a mente per la programmazione ER 2021...

1. Dal punto di vista della domanda, per l'Italia, l'Emilia Romagna e la Costa Adriatica i dati sono certamente positivi.
2. E' importante che gli aspetti legati alla sicurezza e i desiderata dei potenziali clienti vengano tenuti in considerazione.
3. Le offerte devono essere tagliate su misura e la comunicazione deve essere sincera, trasparente e diretta.
4. Molto dipende dalle condizioni contingenti, che possono cambiare velocemente.
5. Per questo motivo l'insicurezza rispetto alle scelte è più alta rispetto agli anni passati! Bisogna avere più coraggio del solito...



NIT

Fleethörn 23
D- 24103 Kiel

☎ +49 431 666 5670

✉ ulf.sonntag@nit-kiel.de

www.nit-kiel.de

www.reiseanalyse.de



Learnings ... 6 esigenze dei turisti tedeschi da tenere in considerazione

1) DECISIONI A BREVE TERMINE & FLESSIBILITÀ ...

Le decisioni sulla vacanza sono caratterizzate da „**decisioni a breve termine**“ e dall’ „**esigenza di flessibilità**“, questo è dovuto alla grande insicurezza generale. (pandemia / regole / divieti / avvertenze per certe destinazioni)

2) SICUREZZA SANITARIA ed IGIENE ...

Appaiono nuove esigenze che incidono sulla scelta della destinazione: „**la situazione sanitaria ed anche l’andamento epidemiologico nella destinazione**“ e „**la situazione igienica negli alloggi deve essere perfetta**“.

3) LIBERTÀ & INDIVIDUALITÀ & NATURA

La pandemia con il distanziamento sociale ha cambiato i comportamenti umani. L'isolamento ha risvegliato il **desiderio di libertà ed individualità**, questo desiderio si esprime in questo modo:

- > **tipologia della vacanza**: la natura, l’aria aperta ed i grandi spazi sono l’oggetto del desiderio (meno la città)
- > **tipologia dell’alloggio**: più richiesta per Campeggi / Appartamenti / Chalet / Agriturismo etc.
- > **tipologia del mezzo di viaggio**: «viaggiare con il proprio mezzo» / NO: volo, bus, treno, crociera



Learnings ... 6 esigenze dei turisti tedeschi da tenere in considerazione

4) MENO LONTANO MA PIÙ VICINO ...

Il desiderio di non viaggiare troppo lontano – per eventualmente poter tornare velocemente a casa. Questo premia «**la vacanza domestica**» ed anche i **viaggi con raggiungibilità in macchina** („erdgebunden“) – l'Italia è in vantaggio.

5) PIU INFORMATI ...

Il desiderio di **essere informati costantemente** sull'andamento della pandemia: ha fatto **umentare l'utilizzo dei media** (!)

6) PIU DIGITALE ...

Il mondo è diventato più digitale: questo si vede nello **online-shopping** che è aumentato pari al +90%, in alcuni settori la crescita delle vendite online era pari al +300%.