

## SCHEDA PAESE: GERMANIA

**Popolazione residente (2024):** 84,5 milioni circa

**Principali città:** Berlino, Amburgo, Monaco di Baviera, Colonia, Francoforte sul Meno, Stoccarda, Düsseldorf, Dortmund, Essen, Lipsia.

**Religioni:** Cristianesimo (protestantesimo e cattolicesimo), Islam, Induismo, Buddhismo e altre minori

**PIL (mld € a prezzi correnti nel 2024):** 4.317

**Tasso di crescita del PIL a prezzi costanti (variazioni %):** -0,10 2024 su 2023

**Tasso di disoccupazione (%):** 3,40

La Germania, con un PIL in leggero recupero dello 0,2% nel primo trimestre del 2024 e un'inflazione prevista al 2,3% per l'anno, si presenta come un'economia in transizione. Sebbene il 2023 abbia segnato una contrazione del -0,3%, segnali di ripresa emergono grazie a investimenti, esportazioni e consumi. Le prospettive per il 2025 indicano una crescita trainata dalle esportazioni e un'inflazione ulteriormente in calo all'1,8%. Tuttavia, permangono rischi legati all'instabilità geopolitica e alle incertezze globali.

Da un punto di vista economico-commerciale, la Germania è il primo partner commerciale per il nostro Paese, sia come mercato di sbocco dell'export italiano, sia come Paese di provenienza dell'import in Italia<sup>1</sup>.

Nel 2023 la Germania è stato il primo mercato incoming per l'Italia le notti trascorse in Italia da parte di viaggiatori tedeschi sono state 64,9 milioni che rappresentano circa il 16,8% delle presenze straniere, attestandosi al primo posto nella classifica nazionale<sup>2</sup>.

Scendendo nel dettaglio delle notti trascorse a Napoli da parte dei tedeschi, esse si attestano su 1,02 milioni che rappresentano circa l'8,4% del totale delle presenze estere. Con questa percentuale, il mercato tedesco sarebbe il quarto in quanto a presenze per la città di Napoli.

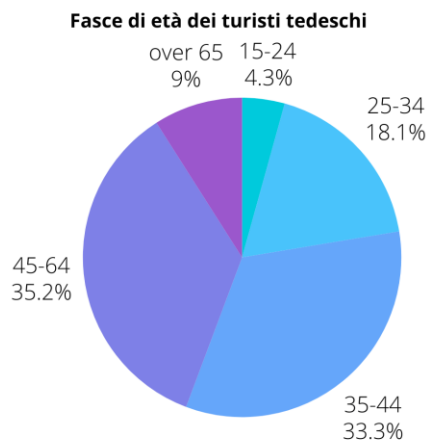
Sempre stando ai dati forniti da Banca d'Italia e andando ad analizzare la permanenza media a Napoli da parte dei residenti in Germania, in media ogni turista avrebbe soggiornato circ 5 notti nelle strutture ricettive del territorio.

<sup>1</sup> Fonti: Destatis, BMWK, Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2024

<sup>2</sup> Fonte: Banca d'Italia

Nel 2019 il totale dei viaggiatori tedeschi è stato di circa 54,8 milioni. I viaggiatori all'estero sono stati 30,5 milioni, mentre nella propria nazione sono stati 45,3. Queste numeriche tengono conto del fatto che una percentuale consistente di tedeschi (più di 30 milioni) ha effettuato sia viaggi all'estero che all'interno dei confini tedeschi.

Uno studio effettuato dall'istituto di ricerca GfK tra dicembre 2023 e Gennaio 2024 su 3000 intervistati online di età compresa tra i 18 e i 74 anni, ha riscontrato che l'Italia dopo la Spagna è il secondo mercato in outgoing per i tedeschi. La medesima ricerca ha anche riscontrato che il numero sui viaggi plurimi sta aumentando: due cittadini su cinque viaggiano più volte l'anno .



Fonte: elaborazioni SL&A sulla base di informazioni di Ufficio Studi ENIT su dati Sede Estera ENIT Francoforte – Indagine presso i Tour Operator

Secondo i report dell'Osservatorio economico del Ministero degli Affari Esteri sui Paesi<sup>3</sup> in outgoing verso l'Italia, nella scheda dedicata alla Germania, nella classifica dei Paesi più visitati nel 2019, l'Italia risulta essere la seconda meta con il 24,3% circa sul totale dell'outgoing dei primi 5 paesi destinazione del mercato tedesco.

Il turismo tedesco è sempre più diversificato, costituito da persone che tornano più volte in Italia per scoprire nuove destinazioni minori e meno conosciute. I rapporti tra queste due Nazioni, però, sono ancora più profondi, se consideriamo gli oltre 800 mila italiani che risiedono in Germania; è un qualcosa che va oltre il turismo ma che, al contempo, ne è fortemente correlato anche in relazione al turismo delle radici.

I tedeschi viaggiano in Italia principalmente **per vacanza** (il 53,2% dei tedeschi in viaggio in Italia nel 2023) e circa il 70,0% della spesa sostenuta. Le **mete balneari** contano invece il 19,0% dei turisti, il 26,4% delle entrate, il 30,0%

<sup>3</sup> Fonte: Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

dei pernottamenti. Seguono le **città d'arte** con il 13,0% circa delle preferenze, le **località lacuali** (11,3%) e di **montagna** (6,6%)<sup>4</sup>.

Roma si conferma la principale destinazione per i viaggiatori tedeschi (il 22% circa degli arrivi aeroportuali dalla Germania, oltre 254.300, con un aumento del +75,5% sul 2021), seguita da Milano e Napoli raggiunte rispettivamente da 175.200 (+145,7% sul 2021, il 15,1% sul 2022) e 119.400 (+51,1% sul 2021, il 10,3% sul 2022) viaggiatori tedeschi nel 2022. Tra le mete più ambite in termini di aumenti, anche Bologna (48.748 arrivi; +136,2% 2022/2021), Pisa (22.092; +134,3%) e Torino (18.040; +128,9%)<sup>5</sup>.

La maggior parte dei tedeschi raggiunge l'Italia in aereo, grazie ai numerosi collegamenti diretti e alla popolarità dei pacchetti combinati volo + soggiorno.

Secondo Booking.com, sono i turisti tedeschi i primi a ricercare sulla piattaforma proprio l'Italia sia per una breve sia per una vacanza più lunga. I periodi dell'anno più ricercati online sono gennaio-aprile oppure i mesi di luglio e agosto<sup>6</sup>.

I tour operator, però, sembrano continuare a giocare un ruolo significativo nel turismo outbound dalla Germania verso l'Italia, grazie ai pacchetti vacanza organizzati<sup>7</sup>.

Le agenzie di viaggi vendono oltre il 50% dei viaggi organizzati, soprattutto verso le località balneari del Mediterraneo e quelle su rotte a medio e lungo raggio. L'Italia continua ad essere tra le mete turistiche più ambite dai viaggiatori tedeschi (8,2% dei viaggi per vacanza verso l'estero 2023), insieme ad altri mercati come Spagna (14,4%), Turchia (8,2%), Croazia (4,5%) e Grecia (4,2%).

Nel monitoraggio di Enit del 2024 su "Trend turismo organizzato dall'estero verso l'Italia. Focus Mercati Europei", emerge che per il 2024, il 60% degli operatori turistici contattati in Germania conferma l'esistenza di un trend in aumento delle vendite (in media il +30%) verso l'Italia. L'altro 40% dei tour operator intervistati invece, segnala equamente o una flessione (-5%) oppure una situazione di stabilità nel confronto con il 2023.

Oltre alle mete balneari (+33%/40%), sono particolarmente ricercati i circuiti a tema enogastronomico (+30%) e i package tours possibilmente con macchina a noleggio o il self drive specifico per Trentino Alto-Adige, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana e Lago di Garda (+27%). Sempre in auge la visita delle città d'arte ed in generale i

<sup>4</sup> Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Sede Estera ENIT Francoforte – Indagine presso i Tour Operator

<sup>5</sup> Fonte: Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

<sup>6</sup> [https://www.ansa.it/canale\\_lifestyle/notizie/tempo\\_libero/2023/05/10/estate-2023-sono-tedeschi-i-turisti-che-piu-cercano-litalia\\_52272731-956c-41a5-adfa-f75b471c05df.html](https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/tempo_libero/2023/05/10/estate-2023-sono-tedeschi-i-turisti-che-piu-cercano-litalia_52272731-956c-41a5-adfa-f75b471c05df.html)

<sup>7</sup> Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Sede Estera ENIT Francoforte – Indagine presso i Tour Operator



tedeschi prediligono un prodotto di livello medio-alto, in presenza di una stretta selezione di strutture proposte secondo criteri sostenibili di alta qualità (+5%).

## **AEROPORTI**

I viaggiatori provenienti dalla Germania utilizzano principalmente il trasporto aereo per raggiungere l'Italia, con una crescente frequenza nei voli verso destinazioni italiane.

Intensa la rete dei collegamenti aerei tra la Germania e l'Italia. Voli giornalieri e infrasettimanali verso quasi tutti gli aeroporti italiani ad opera di diverse compagnie aeree.

Nel 2023, Roma Fiumicino è stata la meta aeroportuale principale per i passeggeri tedeschi, seguita da Milano, Napoli, Venezia e altre città. Da Francoforte, il 7,9% dei viaggiatori ha scelto Roma, il 6,4% Milano Linate, mentre il 2,8% è arrivato a Napoli. Analogamente, Monaco è un punto di partenza significativo, con un flusso importante verso le stesse destinazioni<sup>8</sup>.

Il trasporto ferroviario e automobilistico è rilevante soprattutto per i turisti tedeschi che visitano regioni del Nord Italia come il Trentino-Alto Adige e il Veneto, soprattutto per chi preferisce il self-drive o viaggi più personalizzati

Napoli, in particolare, è raggiunta principalmente tramite voli diretti, che coprono una quota significativa del turismo tedesco, soprattutto durante la primavera e l'estate, con soggiorni medi di circa una settimana. La città è apprezzata per il turismo culturale e culinario, oltre che come base per visitare altre attrazioni della Campania

Dall'analisi dei GSD, si riscontra una tendenza a prenotazioni che si aggirano sui 45 giorni prima della partenza per soggiorni di circa 5 notti.

In generale, sembra che i tedeschi amino restare in Italia circa una settimana: nel 2022 il 25% degli arrivi aerei coprivano soggiorni dalle 6 alle 8 notti (26,5% per il 2021) e che il loro motivo di vacanza principale sia "leisure" (81%) seguito dal target "gruppi" con una quota dell'11,5% mentre solo il 5,3% sul totale dei flussi viaggia per business.

## **CROCIERISTICO<sup>9</sup>**

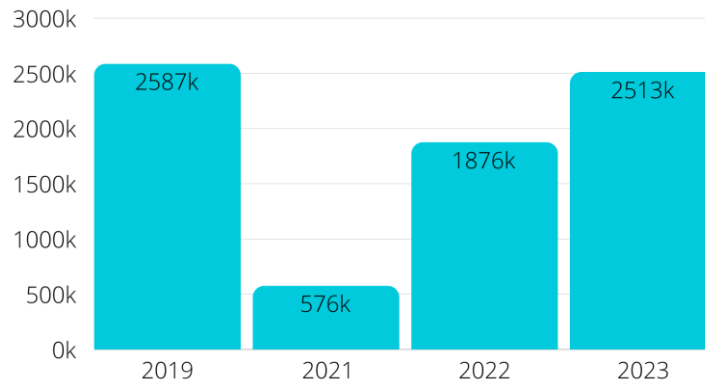
---

<sup>8</sup> Fonte: Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e Ufficio Studi ENIT su dati Sede Estera ENIT Francoforte – Indagine presso i Tour Operator

<sup>9</sup> CLIA (Cruise Lines International Association): <https://cruising.org/>

Il mercato crocieristico tedesco ha registrato un forte sviluppo negli ultimi anni, con una crescente domanda di crociere che attraversano il Mediterraneo, inclusa l'Italia.

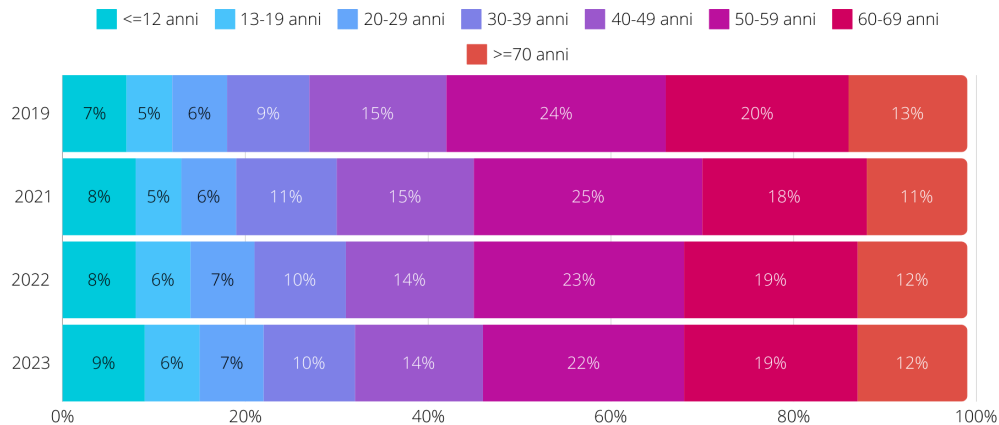
**Evoluzione del numero di crocieristi tedeschi**



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Cruise Lines International Association

Di seguito un grafico che mostra in maniera più evidente la distribuzione dell'età dei crocieristi tedeschi.

**Distribuzione delle fasce di età tra i crocieristi tedeschi**



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Cruise Lines International Association 2024

Il mercato tedesco, caratterizzato da una clientela generalmente più matura e con un alto potere di spesa, mostra un crescente apprezzamento per le crociere soprattutto a lungo termine, spesso da 7 a 14 notti. Le crociere tedesche sono tradizionalmente molto orientate verso rotte in Nord Europa (40,1% dei crocieristi nel 2023), ma



il Mediterraneo centro occidentale mantiene una seconda posizione in classifica con un 19,2%, con itinerari che includono spesso tappe in città italiane ricche di storia e cultura come Napoli. A seguire il terzo posto è destinato alle Canarie che però distaccano il Mediterraneo centro occidentale con un 8,9%.

Napoli emerge come una delle destinazioni più richieste per i crocieristi tedeschi, che apprezzano la città come hub strategico sia per la visita della città visti i numerosi legami storici di Napoli con la Germania (molti poeti, filosofi e scrittori tedeschi hanno parlato di Napoli nelle loro opere con grande ammirazione), sia come ponte per la visita di luoghi altrettanto simbolici come Pompei e la Costiera Amalfitana.

Nel 2023, la Germania ha mantenuto una posizione di rilievo nel flusso di crocieristi verso l'Italia, contribuendo in modo significativo al traffico passeggeri nei porti italiani. Le rotte più frequentate dai tedeschi partono da grandi hub come Amburgo, Bremerhaven e Kiel, con Napoli che rappresenta una delle tappe fondamentali per le crociere nel Mediterraneo occidentale. Inoltre, il mercato tedesco ha mostrato un particolare interesse per le crociere eco-sostenibili e per le esperienze turistiche che combinano cultura, natura e benessere<sup>10</sup>.

### **MADE IN ITALY**

L'Italia rappresenta una delle destinazioni principali per i turisti tedeschi, attratti dalla qualità e unicità del Made in Italy, che abbraccia l'enogastronomia, la moda, il design e altre esperienze legate al lifestyle italiano.

La spesa complessiva dei tedeschi nel territorio italiano nel 2023 è stata di 8 miliardi di euro circa, quindi oltre ad essere il primo paese in termini di presenze in Italia, risulta essere anche il primo mercato per la spesa complessiva con il 15,6% del market share anche se si registra anche una lieve flessione rispetto al 2022 (-1,8%). Da alcune stime 2024 sembrerebbe che la crisi della Germania stia facendo riscontrare un calo dell'export del Made in Italy, ma restano invece positivi il settore alimentare, macchinari e auto<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> <https://store.mintel.com/report/germany-cruises-market-report>

<sup>11</sup> Fonte: il Sole 24 ore sulla base di dati Istat

**Spesa per paese e per area geografica di residenza dei viaggiatori**

Residenza	Spesa complessiva					di cui: pernottanti							
	<i>(milioni di euro, composizione percentuale e variazioni percentuali sull'anno precedente)</i>					<i>(milioni di euro e variazioni percentuali sull'anno precedente)</i>				<i>(euro)</i>			
	2021	2022	2023	2023		2021	2022	2023	2023	2021	2022	2023	
milioni di euro					comp. %	var %	milioni di euro				euro		
Germania	3.814	8.195	8.044	15,6	-1,8	3.760	8.028	7.936	-1,1	105,5	117,7	122,2	
Stati Uniti d'America	1.319	4.686	6.481	12,5	38,3	1.317	4.678	6.465	38,2	126,2	160,0	184,7	
Regno Unito	909	3.566	4.536	8,8	27,2	907	3.559	4.526	27,2	74,2	118,8	130,3	
Francia	2.773	3.907	4.344	8,4	11,2	2.565	3.582	4.003	11,8	108,4	122,1	129,4	
Spagna	995	2.332	2.440	4,7	4,6	984	2.305	2.408	4,4	70,2	89,1	90,8	
Austria	1.666	2.249	2.406	4,7	7,0	1.579	2.018	2.110	4,5	112,5	126,3	127,5	
Paesi Bassi	1.239	2.187	2.198	4,3	0,5	1.233	2.175	2.186	0,5	109,3	123,0	129,8	
Svizzera	1.432	2.115	2.057	4,0	-2,8	993	1.715	1.586	-7,5	124,0	161,5	157,9	
Canada	148	1.010	1.255	2,4	24,3	146	1.008	1.252	24,3	132,1	169,4	159,2	
Australia	23	611	1.215	2,3	98,9	22	608	1.214	99,5	57,8	146,0	169,2	
<b>Area euro</b>	<b>12.579</b>	<b>22.751</b>	<b>23.302</b>	<b>45,1</b>	<b>2,4</b>	<b>12.002</b>	<b>21.532</b>	<b>21.992</b>	<b>2,1</b>	<b>100,9</b>	<b>115,8</b>	<b>119,4</b>	
Europa non UE	3.453	7.403	8.784	17,0	18,7	2.967	6.881	8.169	18,7	91,9	118,5	126,7	
America settentrionale	1.508	5.937	8.120	15,7	36,8	1.504	5.927	8.101	36,7	123,4	159,3	175,8	
UE non area euro	2.385	3.672	4.367	8,4	18,9	2.360	3.551	4.276	20,4	93,8	103,2	108,6	
Asia	863	2.476	3.602	7,0	45,5	861	2.465	3.586	45,5	78,2	125,4	137,5	
America centro-merid.	243	855	1.573	3,0	84,0	242	853	1.566	83,7	49,3	81,8	111,8	
Oceania	30	691	1.409	2,7	103,9	29	688	1.408	104,5	53,1	147,2	170,5	
Africa	205	469	531	1,0	13,1	204	466	527	13,0	59,5	73,2	99,2	
<b>Totale</b>	<b>21.266</b>	<b>44.254</b>	<b>51.688</b>	<b>100,0</b>	<b>16,8</b>	<b>20.168</b>	<b>42.364</b>	<b>49.625</b>	<b>17,1</b>	<b>96,7</b>	<b>118,8</b>	<b>128,0</b>	

Note: primi dieci stati di residenza e regioni geografiche per spesa complessiva nel 2023.

12

Le principali categorie valorizzate dal marchio "made in Italy", il quale sembrerebbe fungere da vero e proprio magnete per i turisti tedeschi, sono: enogastronomia, moda e prodotti in generale (automobili, oggetti di design ecc.).

Secondo quanto emerge dalla ricerca dell'Osservatorio Travel Innovation del Politecnico di Milano<sup>13</sup> finalizzato ad indagare comportamenti ed abitudini di viaggio, nello shopping tourism, in particolare in quello legato al made in Italy, la motivazione più rilevante è l'enogastronomia seguita poi dalla sostenibilità.

Certamente la motivazione varia fortemente in base alla provenienza del turista, ma sia italiani che stranieri scelgono la meta in base alle attività esperienziali che possono svolgere in loco.

Quasi un italiano su due (49%) e circa due stranieri su tre scelgono in base alle attività culturali, enogastronomiche, outdoor (sportive e non).

<sup>12</sup> [https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-turismo-internazionale/2024-indagine-turismo-internazionale/statistiche\\_ITI\\_18062024.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-turismo-internazionale/2024-indagine-turismo-internazionale/statistiche_ITI_18062024.pdf)

<sup>13</sup> Metodologia di indagine: panel di viaggiatori italiani, svizzeri, tedeschi e statunitensi che conta circa 1000 rispondenti per ciascun Paese.

In particolare, lo shopping è la prima attività svolta da tutti i viaggiatori, mentre le attività outdoor attraggono soprattutto i turisti stranieri.

Il vero primato, tuttavia, lo hanno le attività enogastronomiche: oltre i due terzi di tedeschi e svizzeri e quasi tre turisti italiani e statunitensi su quattro ne ha scelta almeno una.

È elevata anche l'attenzione dei turisti alla sostenibilità: in particolare il 15% dei turisti tedeschi ha cercato informazioni sulla sostenibilità ambientale dei servizi prima della prenotazione (per gli statunitensi la percentuale sale al 37%).

Come già sopradescritto, l'enogastronomia italiana è una delle attrazioni più amate dai tedeschi: circa due turisti stranieri su tre scelgono l'Italia proprio per la sua cucina e il suo vino. Regioni come la Toscana, l'Emilia-Romagna e la Campania, con Napoli come capofila sono particolarmente apprezzate.

Il settore della moda e del design è un'altro motivo che spinge i turisti tedeschi verso le città italiane soprattutto se combinato alla sostenibilità e l'Italia si sta facendo trovare pronta anche sul filone della moda green con numerosi marchi che adottano strategie per una produzione a basso impatto ambientale. Milano è una meta imprescindibile per gli appassionati di moda, ma anche città come Napoli, Firenze e Roma attraggono grazie alle botteghe artigiane o ai negozi di lusso. La Germania apprezza in particolare la qualità sartoriale e l'innovazione nel design italiano, che rappresentano simboli di esclusività<sup>14</sup>.

## **MICE**

Il mercato MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) e dei viaggi d'affari dei tedeschi in Italia presenta un panorama moderato, con volumi inferiori rispetto ad altre nazioni europee. Come già accennato precedentemente il segmento business tedesco ha un'incidenza del 5,3% sul totale degli arrivi aeroportuali dalla Germania.

La Germania, insieme al Regno Unito è uno dei principali mercati outbound per i viaggi MICE in Europa<sup>15</sup>, con un focus su meeting e conferenze. Tuttavia, la quota di viaggi d'affari dei tedeschi verso l'Italia, e in particolare verso Napoli, è limitata rispetto ad altre destinazioni italiane più consolidate come Milano o Roma.

Sul fronte bleisure (business+leisure), solo il 15% dei viaggiatori d'affari tedeschi tende ad estendere i propri soggiorni per motivi di piacere, un dato inferiore rispetto ad altri mercati europei.

---

<sup>14</sup> <https://www.italia.it/it/italia/cosa-fare/moda-sostenibile-italia>

<sup>15</sup> <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/mice-tourism/market-potential>

Napoli, pur avendo un'elevata attrattività culturale e paesaggistica, resta una destinazione emergente per il segmento MICE.

## LUSO

La **World Population Review** riporta una classifica della distribuzione della popolazione suddivisa in base al Paese di provenienza e in base alla fascia di patrimonio netto.

Per la Germania, la distribuzione risulta essere questa:

Fasce di Patrimonio netto	Numero di individui	Market share
1-5 Million	2.369.770	90,21%
5-10 Million	164.543	6,26%
10-50 Million	83.414	3,18%
50-100 Million	5.573	0,21%
100-500 Million	3.208	0,12%
>500Million	315	0,01%
<b>TOTALE</b>	<b>2.626.823</b>	

Nel 2023, il numero di **HNWI in Germania** è cresciuto dell'1,1%, raggiungendo circa **1.610.000 persone**. Il totale della loro ricchezza è stimato in circa 7.390 miliardi di dollari. Questo aumento è attribuibile alla stabilità del mercato immobiliare e al miglioramento delle condizioni economiche, pur in un contesto globale complesso. La Germania si posiziona al 3° posto tra i paesi con la più alta popolazione di HNWI.

**Macroeconomia e prospettive:** La Germania ha registrato una crescita moderata del PIL reale nel 2023, principalmente grazie alla ripresa delle esportazioni e alle politiche fiscali espansive. Tuttavia, la spesa privata è stata limitata dall'inflazione persistente. Il settore manifatturiero, trainato dalla transizione energetica e dall'innovazione tecnologica, ha avuto un ruolo chiave nella creazione di ricchezza.

Gli HNWI tedeschi mostrano un forte interesse per investimenti in asset sostenibili e nel settore tecnologico. Inoltre, il turismo outbound è un'attività significativa, con preferenza per destinazioni esclusive e personalizzate in Europa e Nord America.

Gli HNWI tedeschi si distinguono per un approccio sofisticato e personalizzato ai viaggi, prediligendo mete che offrono lusso, comfort ed esperienze uniche. La loro spesa elevata si concentra su soggiorni in hotel e resort di alta gamma, spesso completati da servizi esclusivi come jet privati e yacht charter. Molto richiesti sono anche i viaggi esperienziali, che includono tour privati, eventi culturali esclusivi e attività "once-in-a-lifetime". Destinazioni popolari sono sia europee – come Italia, Francia e Svizzera – sia intercontinentali, come Stati Uniti e Maldive. In linea con tendenze globali, cresce l'interesse per il turismo wellness, combinando vacanze di lusso con programmi di benessere, e per soluzioni sostenibili, con un occhio attento a operatori che rispettano l'ambiente. Questo target utilizza spesso la tecnologia per pianificare viaggi su misura, sfruttando piattaforme avanzate e consulenti specializzati per garantire un'esperienza impeccabile e personalizzata.