



**MASTER UNIVERSITARIO IN PROGETTAZIONE, COMUNICAZIONE E
MANAGEMENT DEL TURISMO CULTURALE**

A.A. 2020/2021

ABSTRACT

Titolo della tesi: Analisi di mercato: dalla crisi alle opportunità per il turismo tedesco in Italia

Nominativo studente: Noemi Bonnin

Agli inizi di febbraio 2020 nessuno avrebbe potuto immaginare quanto sarebbe accaduto nei mesi successivi a causa della pandemia da SARS-COVID 19 e, in particolare, che l'emergenza sanitaria sarebbe diventata ben presto emergenza economica a livello planetario. Tra i settori che hanno subito un impatto più drammatico figura certamente il turismo, in quanto comparto fortemente connesso alla mobilità delle persone e ai processi di globalizzazione. Nel corso degli ultimi anni lo scenario mondiale ha subito un cambiamento drastico, con conseguenze rilevanti soprattutto in quei Paesi che, come l'Italia, hanno sempre avuto una forte vocazione turistica. Più nel dettaglio, la presente ricerca, svolta in collaborazione con la sede estera ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo - di Monaco di Baviera, ha il fine di quantificare e qualificare gli effetti del fenomeno pandemico sulla destinazione Italia, con uno specifico *focus* sull'andamento e sul mutamento dei flussi turistici provenienti dalla Germania. Lo scopo ultimo è quello di delineare un nuovo e preciso identikit del turista tedesco e della nuova tipologia di vacanza da esso intrapresa, al fine di individuare nuovi e decisivi trends, bisogni e desideri che possano favorire la commercializzazione del Brand Italia e migliorare la percezione della destinazione turistica stessa da parte dei turisti d'oltralpe.