

IL FORTE "MARCHIO NAZIONE" DELLA GERMANIA SOSTIENE IL SETTORE DEL TURISMO



La pandemia Covid-19 sta avendo un effetto devastante sull'industria del turismo in tutto il mondo, ma molti paesi stanno lentamente recuperando e si stanno avvicinando ai livelli pre-crisi.

Uno di questi paesi è la Germania, con l'industria del turismo del paese che registra di nuovo un aumento significativo della domanda internazionale. Questo corrisponde direttamente agli studi più recenti sul "marchio nazione" della Germania.

Dati sul turismo in aumento

Quasi un terzo (30,78%) delle prenotazioni negli hotel tedeschi questo mese proveniva da ospiti dall'estero - la percentuale più alta dall'inizio della pandemia.

Questo si basa sul World Hotel Index di SiteMinder, tratto dalla piattaforma aperta di commercio alberghiero della società, utilizzata da 32 000 hotel e collegata a più di 400 canali di prenotazione alberghiera in tutto il mondo.

Complessivamente, le prenotazioni alberghiere in Germania sono attualmente al 79,37 % delle cifre del 2019, più alte del 73,79 % di quelle registrate il 10 marzo del 2020, il giorno prima della proclamazione della pandemia. Con questi numeri, la Germania è anche al di sopra della media globale, che attualmente rappresenta il 77,56 % del volume delle prenotazioni nel 2019.

L'impressionante immagine nazionale della Germania

Allo stesso tempo, la società di ricerche di mercato leader a livello mondiale Ipsos ha annunciato che la Germania è ancora una volta in cima al rinomato Anholt-Ipsos Nation Brands Index (NBI).

Il Canada (70,64 punti) e il Giappone (70,52 punti) seguono al secondo e terzo posto. La forza principale del Canada risiede nella governance, nelle persone, nell'immigrazione e negli investimenti, dove il paese si è classificato al primo posto. Il Giappone, invece, ha raggiunto la top 3 per la prima volta dal 2018, registrando percezioni positive su export, turismo e cultura.

Il "marchio nazione" della Germania è sempre stato nella top 3 dell'NBI dal 2008 e al primo posto per la settima volta quest'anno, eguagliando così il record degli Stati Uniti.

Nella classifica generale dell'NBI 2021, la Germania ha ricevuto 71,06 punti, 1,94 in più dell'anno scorso e allo stesso tempo il più alto punteggio medio misurato nella storia dell'NBI.

Ottima performance turistica

La Germania si classifica tra i primi 10 in cinque dei sei sottoindici che compongono l'NBI: esportazioni, governo, cultura, turismo e immigrazione/investimenti.

Nel segmento del turismo, i partecipanti al sondaggio valutano la Germania con 73,24 punti, 2,65 punti meglio che nel 2020, il che significa il 10° posto nella classifica globale. Le sottocategorie "Edifici storici" e "Città vive" godono di un particolare apprezzamento, entrambe al 7° posto.

Secondo gli esperti tedeschi, questi rapporti dimostrano la connessione diretta tra l'eccellente reputazione della Germania, la crescente volontà di viaggiare e una strategia di recupero di successo per far ripartire il turismo in entrata.

Date: 2021-10-25

Article link:

<https://www.tourism-review.it/effetto-marchio-nazione-l-industria-turistica-tedesca-in-ripresa-news12237>