



COMUNICATO STAMPA

RISPOSTE TURISMO: venerdì 23 febbraio Milano capitale dello Shopping Tourism

Cresce l'attesa per la settima edizione di Shopping Tourism – il forum italiano ideato e organizzato da Risposte Turismo in partnership con ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo

Vie dello shopping, outlet, moda *Made in Italy* tecnologia a supporto dell'esperienza di acquisto e il profilo degli shopping tourist emiratini al centro del forum

Trenta speaker e oltre cento operatori del turismo e del retail già accreditati. In apertura attesa la presentazione della nuova edizione di Shopping Tourism Italian Monitor

Si alza il sipario sulla settima edizione di [Shopping Tourism – il forum italiano](#), l'appuntamento di riferimento in Italia sullo shopping tourism, ideato e organizzato da [Risposte Turismo](#) in partnership con ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo.

Il forum, in programma venerdì 23 febbraio 2024 presso il centro congressi della sede di Confcommercio Milano (Palazzo Castiglioni, Corso Venezia 47), torna nel capoluogo lombardo dopo cinque anni e sarà, ancora una volta, l'occasione di incontro, dibattito e business networking per gli operatori interessati a conoscere dinamiche, opportunità di business e prospettive future di un fenomeno turistico che vede nell'Italia una destinazione dalle grandi potenzialità per i turisti desiderosi di trascorrere vacanze all'insegna dello shopping.

A due settimane dal forum sono già oltre cento gli operatori del turismo e del retail provenienti da Nord a Sud del Paese che si sono accreditati, a dimostrazione del forte interesse nei confronti di un settore ancora poco conosciuto ma dalle grandi potenzialità di crescita e ricadute per il nostro Paese.

«La scelta di riportare a Milano Shopping Tourism – il forum italiano è stata naturale perché la città è da sempre in testa, nell'immaginario collettivo e nelle scelte effettive, alla classifica delle mete ideali per una vacanza all'insegna dello shopping» dichiara **Francesco di Cesare – Presidente Risposte Turismo**. «L'edizione di quest'anno – prosegue di Cesare - assume particolare importanza perché si svolge all'interno della settimana della moda, un appuntamento che accende i riflettori su un tassello fondamentale del *Made in Italy* e dell'offerta commerciale del Paese. Come Risposte Turismo crediamo che il binomio "shopping tourism – Milano" rappresenti per la città anche una sfida, visto che molte altre location, in Italia, in Europa e non solo, stanno mettendo questo fenomeno al centro dei propri progetti ed investimenti. La concorrenza tra territori, quindi, non potrà che crescere, e questo potrebbe rappresentare un significativo stimolo a fare meglio, portando a un vantaggio complessivo per l'intero Paese» conclude di Cesare.

Il programma del forum

Ricco come sempre il programma di Shopping Tourism – il forum italiano 2024, che prevede otto appuntamenti tra presentazioni e tavole rotonde a cui parteciperanno oltre trenta relatori in rappresentanza del mondo del turismo, del retail e del sistema moda.

Dopo i saluti introduttivi, Francesco di Cesare – Presidente Risposte Turismo presenterà la nuova edizione di **Shopping Tourism Italian Monitor**, il report di ricerca di Risposte Turismo che, dal 2016, offre informazioni aggiornate, risultati di indagini ad hoc, esami di casi di studio e ricognizioni di esperienze italiane ed estere di particolare interesse sul fenomeno dello shopping tourism.

Shopping Tourism – il forum italiano proseguirà con la tavola rotonda di apertura: **“La moda Made In Italy come traino per lo shopping tourism”**, un momento di confronto e dibattito sulla centralità degli articoli di moda realizzati nel nostro Paese nelle scelte di acquisto dello shopping tourist estero che sceglie l'Italia come meta delle proprie vacanze.

La tavola rotonda, a cui parteciperanno figure apicali del mondo della moda, del turismo e dei servizi del tax free shopping, analizzerà le leve che possono favorire le vendite alla domanda turistica internazionale.

A seguire, il focus si sposterà sui luoghi dello shopping con la tavola rotonda **“Un punto fermo per lo shopping tourism: gli Outlet”**. I relatori, al vertice di alcune delle principali realtà retail presenti nel nostro

Paese, il secondo in Europa dopo il Regno Unito per numero di outlet (27) e per superficie commerciale (748.000 mq, +130.000 mq tra il 2011 e il 2024), si confronteranno sulle possibili strategie e azioni per intercettare e soddisfare le esigenze della domanda dei turisti dello shopping.

Shopping tourism non è solamente outlet, department store e centri commerciali. Con la tavola rotonda “**Le vie dello shopping: attrattori turistici sempre più forti**”, il forum darà voce alle associazioni territoriali delle cinque grandi destinazioni italiane (Firenze, Milano, Napoli, Roma e Venezia) protagoniste dei flussi turistici internazionali per comprendere quali soluzioni sia possibile adottare con l’obiettivo di attrarre e soddisfare le esigenze dello shopping tourist.

Nel pomeriggio, il forum riprenderà con la tavola rotonda “**Le città accolgono i turisti dello shopping**”, dove i rappresentanti di alcune città italiane si confronteranno sugli impegni e le azioni volte ad aumentare la capacità di attrazione e soddisfazione dei turisti dello shopping.

A seguire, un focus sullo “**shopping all’aria aperta**”, con la presentazione di due casi: i mercatini di Natale di Bolzano, da anni tra i principali eventi turistici del nord Italia durante le festività natalizie, e i mercati cittadini, da sempre elemento caratterizzante l’offerta commerciale di tantissime città italiane.

Tra i temi al centro del forum anche l’innovazione, con la tavola rotonda “**Tecnologia e creatività per gli shopping tourist**”, nella quale si passeranno in rassegna alcuni degli strumenti che arricchiscono l’attività di shopping rendendola al contempo più divertente, e la **domanda turistica emiratina**, a cui sarà dedicata una presentazione di dati con discussione a seguire.

«Come studiosi del fenomeno da sempre riconosciamo come siano centrali i luoghi dello shopping nel costruire un’adeguata offerta di destinazione per attrarre questa specifica domanda. Per questa ragione abbiamo scelto di dedicare tre tavole rotonde ad altrettante diverse soluzioni o iniziative commerciali: dagli outlet alle vie dello shopping fino alla programmazione che alcuni Comuni italiani stanno riservando a questo fenomeno. In ogni edizione cerchiamo altri temi o casi particolari che crediamo possano fornire utili spunti e preziose informazioni. Quest’anno dedicheremo spazio alle nuove soluzioni tecnologiche che il mondo del retail sta adottando per rendere l’esperienza di acquisto sempre più interattiva e divertente, allo shopping outdoor partendo dal caso più noto e di successo, quello dei Mercatini di Natale di Bolzano, e ad un bacino di domanda turistica di particolare per l’Italia: gli Emirati Arabi. Il tutto, come sempre, fornendo dati e informazioni utili per le scelte di programmazione futura degli operatori» conclude di Cesare.

Tra i relatori che hanno già confermato la propria partecipazione, Marco Barbieri - Segretario Generale Unione Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza; Gabriele Bosi - Assessore al turismo Comune di Prato; Pierluigi Cocchini - CEO Rinascente; Donatella Doppio - Managing Director Italy McArthurGlen; Giuseppe Faraldi - Assessore al Turismo Comune di Sanremo; Giulio Felloni - Presidente Federmoda; Marco Funel - Commercial Manager SEA Prime – Aeroporti di Milano; Simona Leone - Head of Marketing, Customer Journey, UX & Phygital Aeroporti di Roma; Barbara Manfredini - Assessore al Turismo Comune di Cremona; Gabriele Masselli - Presidente Associazione Esercizi Storici Fiorentini; Giorgio Motta - General Manager The Mall Luxury Outlets; Saverio Mucci - Vice President - Government Engagement Lead Mastercard; Luca Nasi - Direttore Arcus Real Estate; Carla Palone - Assessore allo Sviluppo Economico Comune di Bari; Maria Letizia Rapetti - Presidente Associazione Via del Babuino Roma; Stefano Rizzi - Managing Director Italy Global Blue; Claudio Vernier, Presidente Associazione Piazza San Marco Venezia.

La partecipazione a Shopping Tourism – il forum italiano è possibile tramite registrazione sul sito www.shoppingtourismforum.it fino a esaurimento dei posti disponibili.

Global Blue e Mastercard sono *Main Sponsor* dell’edizione 2024 di Shopping Tourism – il forum italiano. La settima edizione del forum è realizzata con la collaborazione di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza e del Sistema Confcommercio e con il patrocinio del Ministero del Turismo.

Info e approfondimenti sul sito dell’evento e sulle pagine ufficiali [X](#) e [LinkedIn](#).

Hashtag ufficiale: #ShoppingTourismForum



Risposte Turismo

Risposte Turismo è una società di ricerca e consulenza a servizio della macro-industria turistica, attiva da oltre 20 anni sul territorio italiano ed europeo, specializzata nel fornire soluzioni progettuali ed operative ad organizzazioni ed imprese appartenenti al settore turistico.

La società, presieduta da Francesco di Cesare, è impegnata nell'attività di consulenza, nella formazione, nonché nella ideazione e organizzazione diretta di eventi e forum (Italian Cruise Day, Adriatic sea Forum – cruise, ferry, sail& yacht e Shopping Tourism – il forum italiano) e iniziative ad hoc.

Tra i temi e i settori maggiormente studiati rientrano, oltre allo shopping tourism, il maritime tourism, il film induced tourism (le relazioni tra cinema, turismo e territorio), il running tourism, l'enoturismo, il glamping, le ricadute territoriali dei grandi eventi e il destination management.

Contact:

Barabino & Partners

Tel. 010.27.25.048

Jacopo Pedemonte

Email. j.pedemonte@barabino.it

Cell. 347.06.91.764

Federico Zoni Berisso

Cell. 348.61.21.460

Email. f.zoniberisso@barabino.it

Venezia, 9 febbraio 2024