

SHOPPING TOURISM

Roma | 15 dicembre 2023



COMUNICATO STAMPA

RISPOSTE TURISMO: l'Italia punta alla leadership nello shopping tourism

Nel nostro Paese crescono i luoghi dello shopping, sale la spesa media dei turisti in vacanza e aumentano i progetti a loro dedicati

- **nel 2025 si sfioreranno i 100 outlet village e department store;**
- **Il 91% degli statunitensi in viaggio in Italia non rinuncerebbe all'acquisto di prodotti tipici**

I dati e le novità presentate oggi a Roma da Risposte Turismo in apertura della sesta edizione di Shopping Tourism – il forum italiano

La prossima edizione del forum si terrà a Milano venerdì 23 febbraio 2024

Non si arresta la crescita dello shopping tourism in Italia. Secondo gli ultimi dati di Risposte Turismo - società di ricerca e consulenza a servizio della macro-industria turistica – presentati oggi in apertura della sesta edizione di **Shopping Tourism – il forum italiano**, nel 2025 il numero di outlet village e department store attivi nel nostro Paese sfiorerà quota 100 (28 outlet village e 71 department store), rendendo l'Italia sempre più centrale nella geografia delle destinazioni scelte dai turisti, stranieri e non, desiderosi di trascorrere una vacanza all'insegna dello shopping.

Dal 2003 ad oggi aperti 24 outlet village in Italia

Nel dettaglio, dall'analisi effettuata da Risposte Turismo emerge come dal 2003 ad oggi siano entrati in attività oltre 24 nuovi outlet village (in media, più di un'apertura all'anno), per una superficie commerciale totale che, quest'anno, ha raggiunto circa 725 mila mq. Nel 2024 è previsto l'inizio dei lavori di restyling di un centro a Roma e nel 2025 una nuova apertura in Sardegna.

Via Montenapoleone seconda via dello shopping al mondo per valore retail per metro quadro

Con riferimento alle vie dello shopping, invece, via Montenapoleone (Milano) sale quest'anno al secondo posto nella classifica mondiale per valore retail per metro quadro (18mila euro, +31% sul 2019, fonte: Main streets across the World, Cushman&Wakefield, 2023).

2,1 milioni i turisti che hanno scelto nel 2023 l'Italia per una vacanza all'insegna dello shopping

Per quanto riguarda, invece, i flussi 2023 di shopping tourist in Italia, secondo Risposte Turismo sono 2,1 milioni i turisti che hanno scelto quest'anno il nostro Paese per una vacanza all'insegna dello shopping (+7% sul 2019).

«I dati relativi al binomio turismo & shopping che raccogliamo nella nostra costante attività di ricerca e di analisi delle fonti fanno emergere indicatori positivi sia dal lato dell'offerta che della domanda. Abbiamo notato quest'anno una particolare dinamicità del settore con un aumento del numero di eventi, di nuovi progetti e iniziative speciali lanciate, su tutte, quelle dei luoghi temporanei dello shopping, la sempre più ricorrente ibridazione tra shopping e ristorazione e lo sviluppo di collaborazioni volte a cogliere la propensione alla spesa dei turisti. Questo rischia di aprire un gap tra le realtà attive e pronte ad investire rispetto a quelle che si limitano a sfruttare il proprio vantaggio di localizzazione. Shopping Tourism – il forum italiano si propone da sempre come un momento di confronto, analisi e dibattito sul settore attraverso il quale tutti gli operatori del settore possono trarre utili spunti per crescere in questo comparto» ha dichiarato Francesco di Cesare – Presidente Risposte Turismo.

SHOPPING TOURISM

Roma | 15 dicembre 2023



«Il turismo legato allo shopping consente di amplificare tutta la portata valoriale del Made in Italy. Armonizzare l'offerta turistica con i prodotti che sono rappresentazioni dell'immagine dell'Italia è un atto di consapevolezza dell'esclusività italiana e di tutte le espressioni creative, produttive, artistiche della nostra Penisola. Abbiamo il dovere di diffondere questa immagine nel panorama internazionale nel migliore dei modi anche offrendo pacchetti integrati con le meraviglie del lifestyle italiano che si traducono in prodotti concreti» Ha dichiarato Ivana Jelinic presidente e ceo ENIT. «L'espansione del turismo legato allo shopping – ha proseguito Jelinic – rappresenta una chiave strategica per lo sviluppo economico italiano. Introdurre politiche che agevolino l'accesso a circuiti di spesa di livello internazionale così come il miglioramento dell'infrastruttura per facilitare gli spostamenti e collaborare con brand globali può aumentare l'attrattiva dei territori. L'implementazione di programmi di marketing mirati, incentivi fiscali e partnership con operatori del settore sono fondamentali per stimolare il flusso turistico legato allo shopping e garantire un impatto positivo anche sulle dimensioni locali». «Inoltre – ha concluso Jelinic – grazie all'introduzione del servizio Tax Free Shopping si promuove un ulteriore incremento dei flussi dell'incoming da tutti quei Paesi altospendenti nel nostro Paese che investono nell'acquisto di prodotti Made in Italy».

Il focus 2023 sui turisti statunitensi

Per quanto riguarda il mercato statunitense, sul quale quest'anno si è concentrata l'attenzione di Risposte Turismo, l'analisi effettuata mostra come siano sempre Roma, Milano, Napoli, Venezia e Firenze le città che – in quest'ordine – tale segmento della domanda associa allo shopping, considerandole destinazioni adatte per svolgere questa attività. Per quanto riguarda altri centri di minori dimensioni, l'indagine ha evidenziato come Bologna e Genova abbiano registrato punteggi superiori ad altre località quali Taormina, Cortina e Capri.

Complessivamente (shopping tourist e non) l'indagine fa emergere come il 91% degli statunitensi in viaggio in Italia non rinuncerebbe all'acquisto di prodotti italiani: su tutti la gastronomia (al 53% tra la tipologia di prodotto che gli americani acquisterebbero "assolutamente") seguita dagli articoli di moda.

Sempre nell'ambito di questo focus USA, con riferimento alla motivazione che spinge i turisti statunitensi a viaggiare, il 34% del campione afferma di aver viaggiato in più occasioni con l'intento di fare acquisti, percentuale che sale al 47% considerando tutti coloro che lo hanno fatto almeno una volta. L'indagine, infine, evidenzia come la spesa media giornaliera dei turisti statunitensi in shopping si attesti a 110 euro.

Interessante rilevare come anche tra gli statunitensi che non hanno mai viaggiato per shopping, il 16% ha dichiarato che esso conta comunque molto o abbastanza tra le attività accessorie da svolgere quando viaggia.

Il forum di riferimento per lo shopping tourism in Italia

Shopping Tourism - il forum Italiano 2023, ideato e organizzato da Risposte Turismo in partnership con ENIT (partner anche per le prossime due edizioni dell'evento) e in collaborazione con il Sistema Confcommercio, si conferma ancora una volta l'appuntamento di riferimento per tutti gli operatori che sono interessati al fenomeno, ospitando contributi e dati di alcune delle principali realtà del settore.

«I dati sulla spesa Tax Free gennaio-novembre 2023 evidenziano in modo tangibile l'appeal dell'Italia come meta per il turismo dello shopping di lusso» ha dichiarato Denise Bolandrina, Marketing Sales Director Italy di Global Blue. «In questo segmento – ha proseguito Bolandrina – il recovery della spesa Tax Free ha raggiunto il 124% rispetto al 2019, trainato dall'incremento significativo dello scontrino medio (+21%). Ha guidato la ripresa il nuovo mix di nazionalità, grazie soprattutto ai turisti provenienti dagli Stati Uniti e dai Paesi del Golfo, che contribuiscono per il 26% e l'11% del Tax Free Shopping lusso totale. La spesa tax free di americani e arabi ha più che raddoppiato quella del 2019, con un recovery rispettivamente del 263% e del 224%. Aumentano anche i loro scontrini medi: 2.900 euro (+38%) per gli americani e 4.200 euro (+26%) per gli arabi. Crescono infine i viaggiatori internazionali più giovani appartenenti alla Generazione Z: in questa fascia troviamo il 22% degli shopper arabi e il 15% di quelli americani. L'attesa è per il definitivo ritorno dello shopper cinese, già in fase di ripresa moderata: oggi il suo recovery della spesa tax free per i prodotti lusso è del 44%».

SHOPPING TOURISM

Roma | 15 dicembre 2023



Il prossimo 23 febbraio a Milano la settima edizione di Shopping Tourism – il forum italiano

Durante la mattinata di lavori è stata anche presentata la prossima edizione di Shopping Tourism – Il Forum Italiano. L'evento di Risposte Turismo tornerà a Milano il prossimo 23 febbraio con un programma ricco di appuntamenti di confronto e dibattito sui trend e il futuro dello shopping tourism nel nostro Paese.

Main sponsor dell'edizione 2023 di *Shopping Tourism – il forum italiano* sono Global Blue e Mastercard. Il forum, realizzato quest'anno in collaborazione con il Sistema Confcommercio, ha ottenuto il patrocinio del Ministero del Turismo, di Roma Capitale e di Roma&Lazio Convention Bureau.

#ShoppingTourismForum

Contact: Barabino & Partners
Tel. 010.27.25.048
Jacopo Pedemonte
Email. j.pedemonte@barabino.it
Cell. 347.06.91.764
Federico Zoni Berisso
f.zoniberisso@barabino.it

Roma, 15 dicembre 2023