



## **COMUNICATO STAMPA**

**RISPOSTE TURISMO: mercoledì 16 novembre ad Ancona la seconda tappa di Shopping Tourism – il forum italiano in tour 2022**

**I luoghi dello shopping, gli shopping tourist italiani e le esperienze nello shopping tourism al centro dell'appuntamento: per il 40% degli *shopping tourist* italiani la presenza di produzioni tipiche o uniche è tra i principali fattori di scelta della vacanza**

**Shopping Tourism Italian Monitor - Focus Ancona e Marche: un quarto dei clienti dei negozi marchigiani sono turisti. Tra gli stranieri spiccano tedeschi (35%), inglesi (19%) e francesi (14%)**

Si alza il sipario sulla seconda tappa di [Shopping Tourism il forum italiano](#), in programma mercoledì 16 novembre alla Loggia dei Mercanti di Ancona con un ricco programma di interventi e dibattiti.

Dopo la tappa inaugurale del tour tenutasi a Venezia, l'appuntamento marchigiano del forum, ideato nel 2016 da Risposte Turismo e organizzato quest'anno in partnership con il Sistema Confcommercio e con Mastercard e Land of Fashion Villages main sponsor, avrà come focus principale l'analisi degli shopping tourist italiani e l'offerta commerciale delle Marche per i turisti di questo segmento della macro-industria turistica.

### **I nuovi risultati di Shopping Tourism Italian Monitor**

Le prime anticipazioni della nuova indagine effettuata da Risposte Turismo contenuta all'interno di Shopping Tourism Italian Monitor e che verrà presentata ad Ancona (350 turisti italiani, di cui la metà con shopping quale motivazione prevalente del viaggio), mostrano la rilevanza delle produzioni tipiche dei territori nella scelta della destinazione di viaggio, driver di scelta per il 40% degli intervistati preceduto solo da sconti, saldi e promozioni (73%) e dalla vicinanza ad attrazioni/luoghi da visitare o attività da fare (46%).

Secondo l'analisi di Risposte Turismo, inoltre, la spesa media pro-capite giornaliera in acquisti da parte dei turisti italiani dello shopping è pari a 110 euro e il 77% degli shopping tourist italiani intervistati ha visitato luoghi, laboratori e aziende di produzioni tipiche locali.

Tra le prime città menzionate dal campione quali destinazioni per shopping figurano Milano e Roma assieme a Londra e Parigi, mentre nelle città top of mind si inseriscono, oltre alle appena citate, anche New York, Tokyo e Dubai.

I negozi del centro storico e le vie dello shopping sono i luoghi di acquisto preferiti (70%), davanti alla coppia outlet - centri commerciali (entrambi con il 53% delle preferenze) e ai mercati (34%).

Dall'analisi di Risposte Turismo emerge inoltre come siano ancora sottoutilizzati servizi come gli shopping tour (25%), il *tax refund* (22%) o il ricorso ad un personal shopper (17%), con circa il 40% dei non fruitori ad esserne però interessato.

Le opportunità dell'investire in questo segmento della macro-industria turistica emergono anche considerando che gli shopping tourist italiani, quando viaggiano anche con altre motivazioni, hanno una elevata propensione a comprare (84%), investono più tempo in questa attività (75%) e spendono di più (70%).

Della parte del campione di italiani che ha dichiarato di non aver mai viaggiato con gli acquisti quale motivazione principale, il 22% ha indicato nel fare acquisti una delle attività prevalenti nel corso del soggiorno e il 30% che prima o poi viaggerà per shopping, dimostrando dunque la forza generale del binomio turismo e shopping.

### **Focus shopping tourism nelle Marche**

In occasione della tappa anconetana di Shopping Tourism – il forum italiano verranno inoltre presentati i risultati di un focus di ricerca sull'offerta commerciale nelle Marche. La mappatura effettuata da Risposte Turismo evidenzia la



presenza di oltre 250 tra outlet, spacci aziendali e botteghe storiche, oltre 45 marchi enogastronomici (Slow Food, IGP, DOP, DOC, DOCG) e oltre 20 distretti dedicati al tessile/pelletteria.

### **L'analisi dell'offerta commerciale marchigiana**

Secondo oltre cento negozi intervistati, di cui circa la metà ubicati nel Comune di Ancona, in rappresentanza di dodici categorie merceologiche, un cliente su quattro è un turista.

Tra i turisti stranieri maggiormente presenti negli esercizi commerciali ad Ancona e nelle Marche prevalgono i tedeschi (35%), gli inglesi (19%) e i francesi (14%). Più staccata la percentuale di clienti olandesi e nordeuropei (8% ciascuno) e spagnoli (6%).

### **Gli altri temi di cui si parlerà ad Ancona il 16 novembre**

Nel corso del forum del 16 novembre verranno inoltre comunicate le prospettive di vendita degli operatori marchigiani del retail per il 2023, i dati relativi alla spesa in tax free shopping nelle Marche e i risultati di un focus sui servizi offerti alla clientela con particolare attenzione al mondo dell'e-commerce, sul quale, come verrà comunicato ad Ancona, l'indagine territoriale effettuata mostra significative aree di miglioramento.

«In questa seconda tappa del nostro tour dedicato al fenomeno dello shopping tourism abbiamo voluto indagare da un lato il mercato domestico, il bacino di clientela che ha caratterizzato il turismo in Italia negli ultimi anni e che comunque rappresenta storicamente circa la metà del turismo nazionale, e, dall'altro, l'offerta retail delle Marche, un territorio ricco di vocazioni, in cui produzioni di nicchia si affiancano a marchi noti a livello internazionale, come ad esempio nel settore calzaturiero, a conferma del sapere fare di un territorio che ha potenzialità turistiche ancora inespresse per target diversi» ha dichiarato il Presidente di Risposte Turismo Francesco di Cesare.

«Con riferimento alla spesa media pro-capite in shopping da parte dei turisti italiani è significativo sottolineare come ci siano anche big spender, con uno su sei a spendere oltre 200 euro al giorno in shopping – ha proseguito di Cesare. Anche il fatto che circa il 40% degli italiani valuti la presenza di produzioni tipiche e prodotti particolari o unici nella scelta delle mete per shopping rappresenta un dato significativo, a dimostrazione dell'importanza del preservare quanto il territorio, la sua storia e le competenze degli operatori, sanno offrire».

«Per quanto riguarda, invece, Ancona e le Marche, la nostra indagine che presenteremo integralmente mercoledì 16 novembre ad Ancona mostra ampie aree di miglioramento, in particolare sul fronte della promozione e dei servizi offerti alla clientela. Emerge inoltre una forte contrapposizione tra operatori in ritardo nel mettere in campo azioni destinate a intercettare la domanda di shopping tourism e altri che, invece, vi vedono una grande opportunità di crescita. La tappa marchigiana del forum punterà a comprendere per quale ragione e come sia opportuno investire – come singoli operatori e come destinazione tutta – sullo shopping tourism».

### **I temi della tappa anconetana del forum**

Dopo i saluti delle istituzioni, la seconda tappa della quinta edizione di Shopping tourism - il forum italiano si aprirà con la tavola rotonda *“Presente e futuro dello shopping tourism in Italia”* dedicata al confronto tra luoghi dello shopping, operatori del turismo e retail in Italia dopo due anni di pandemia, con l'obiettivo di tracciare le possibili linee evolutive del comparto nel nostro Paese.

I lavori proseguiranno con un'intervista a Francesco Acquaroli – Presidente Regione Marche, sulle prospettive per il turismo nelle Marche e le potenzialità per i turisti dello shopping. Il forum si concluderà con la tavola rotonda *“Shopping e turisti nei loghi del saper fare: il valore dell'esperienza”*, in cui si discuterà della rinnovata attenzione dei turisti all'unicità dell'esperienza vissuta e delle opportunità fornite dall'e-commerce.

Main Sponsor dell'edizione itinerante 2022 di *Shopping Tourism – il forum italiano* sono Mastercard e Land of Fashion Villages.

Il forum ha ottenuto il patrocinio del Ministero del Turismo e di ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo.

La tappa di Ancona conta inoltre sul supporto di Confcommercio Marche Centrali, Regione Marche, Camera di Commercio delle Marche e sul patrocinio del Comune di Ancona.



Info e approfondimenti sul [sito dell'evento](#) e sulle pagine ufficiali [Twitter](#) e [LinkedIn](#)

#ShoppingTourismForum

### **Risposte Turismo**

*Risposte Turismo è una società di ricerca e consulenza a servizio della macroindustria 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 gestione diretta di eventi e iniziative ad hoc.*

*Tra i temi e i settori maggiormente studiati rientrano, oltre allo shopping tourism, il maritime tourism, il film induced tourism, 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](mailto:j.pedemonte@barabino.it)  
Cell. 347.06.91.764  
Federico Zoni Berisso  
[f.zoniberisso@barabino.it](mailto:f.zoniberisso@barabino.it)

Venezia, 11 novembre 2022