



COMUNICATO STAMPA CONGIUNTO

Risposte Turismo ed ENIT insieme per lo shopping tourism in Italia

Siglata una partnership per le prossime tre edizioni di *Shopping Tourism – il forum italiano*: per il 2023 appuntamento a Roma venerdì 15 dicembre

Italia sempre più destinazione internazionale di *shopping tourism*: salgono a 2,1 milioni i turisti che hanno scelto quest'anno l'Italia per una vacanza all'insegna dello shopping

Dalla nuova edizione di *Shopping Tourism Italian Monitor*: secondo i turisti statunitensi Italia prima destinazione per shopping in Europa davanti a Francia e UK

Daniela Santanchè – Ministro del Turismo: «Lo shopping legato al turismo è elemento fortemente strategico per l'economia nazionale»

Sostenere il fenomeno dello shopping tourism in Italia, sottolinearne l'importante ruolo che può dare allo sviluppo dei territori interessati e continuare a offrire agli operatori del mondo del turismo e del retail un'occasione di incontro, studio e dibattito su un fenomeno in crescita e dal potenziale particolarmente elevato per il nostro Paese.

Sono gli obiettivi principali della partnership triennale siglata tra Risposte Turismo – società di ricerca e consulenza a servizio della macro-industria turistica - ed ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo.

Nel dettaglio, la collaborazione prevede il supporto da parte dell'Ente pubblico alle prossime tre edizioni di [Shopping Tourism - il forum italiano](#), l'appuntamento di riferimento in Italia sullo shopping tourism lanciato da Risposte Turismo nel 2016 e in programma quest'anno venerdì 15 dicembre a Roma nella sede nazionale di Confcommercio.

«In un contesto turistico mondiale in cui si cercano costantemente nuovi ambiti e nuove proposte per attirare visitatori, lo shopping si conferma non solo tra le attività preferite da svolgere durante una vacanza, ma anche fattore di scelta delle destinazioni» ha dichiarato Francesco di Cesare, presidente Risposte Turismo. «È dunque quanto mai attuale puntare su questo fenomeno per aggiungere appeal ai territori e ai sistemi di offerta turistica» ha proseguito di Cesare. «Certamente questi ultimi dovranno dimostrarsi professionali e al passo con le esigenze dello shopping tourist, ben più puntuali e sofisticate di una volta, in termini di pluralità di luoghi dove far acquisti, mobilità interna, animazione, vantaggi economici. L'Italia registra un buon numero di arrivi tra i turisti animati dal desiderio di fare acquisti, ma considerando l'articolato tessuto produttivo e commerciale può ambire a più importanti traguardi» ha concluso di Cesare.

«Lo shopping legato al turismo è elemento fortemente strategico per l'economia nazionale; anzi mi permetto di dire che lo shopping fa parte del bagaglio del turista che torna a casa con prodotti tipici, dalle eccellenze dell'enogastronomia italiana come per i prodotti artigianali locali e così come il Made in Italy dove le eccellenze Nazionali sono molteplici» ha dichiarato Daniela Santanchè, Ministro del Turismo. «Ed è per questo - ha proseguito il Ministro Santanchè - che nella manovra di bilancio abbiamo abbassato la soglia del Tax Free shopping che contribuirà a generare impatti positivi sulla filiera turistica aumentando così ad anche l'attrattività dell'Italia come ha ricordato il Presidente Meloni nel suo intervento al recente Forum Internazionale del Turismo tenutosi a Baveno».

«L'espansione del turismo legato allo shopping rappresenta una chiave strategica per lo sviluppo economico italiano» dichiara Ivana Jelinic presidente e ceo ENIT. «Introdurre politiche che agevolino l'accesso a circuiti di spesa di livello internazionale – prosegue Jelinic – 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, 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».

2,3 milioni i turisti che hanno scelto nel 2023 l'Italia per una vacanza all'insegna dello shopping

Secondo le prime anticipazioni della nuova edizione di **Shopping Tourism Italian Monitor** di Risposte Turismo, che sarà presentata integralmente in occasione dell'edizione 2024 del forum, salgono a 2,1 milioni i turisti che hanno scelto quest'anno l'Italia per una vacanza all'insegna dello shopping (+7% sul 2019).

Il valore è frutto di proiezioni e stime realizzate da Risposte Turismo e ottenuto attraverso l'applicazione sul totale degli arrivi nelle destinazioni italiane di coefficienti percentuali differenti in ragione della loro tipologia. La nuova stima poggia su una serie di indicatori e fonti a cui si aggiungono i risultati delle indagini ad hoc realizzate da Risposte Turismo nel corso delle diverse edizioni di Shopping Tourism Italian Monitor.

Se si considerano tutti i turisti che, pur non avendo nello shopping la motivazione unica o principale del viaggio, dedicano tempo e spesa a tale attività durante la propria vacanza, il binomio turismo e shopping coinvolge un numero considerevolmente superiore di viaggiatori.

Italia prima shopping tourism destination europea per i turisti statunitensi

Proseguendo nel dettaglio dell'analisi, secondo il cantiere di ricerca di Risposte Turismo l'Italia risulta essere la prima destinazione europea per shopping da parte dei turisti statunitensi, il bacino di provenienza protagonista del 2023 in Italia, davanti a Francia e UK.

Passando al profilo dello shopping tourist statunitense, quest'ultimo risulta essere prevalentemente giovane (tra i 18 e i 29 anni), anche se è la fascia di età 45-60 che esprime il maggior numero di turisti USA interessati a effettuare una vacanza all'insegna dello shopping.

Per quanto riguarda la propensione all'acquisto, quando viaggiano per shopping i turisti statunitensi acquistano di più rispetto al resto dell'anno e segnalano il servizio di tax free come secondo fattore di influenza nella scelta di destinazione di viaggio dietro alla voce saldi, sconti e promozioni.

Passando in rassegna le singole città, infine, Milano, Roma e Napoli risultano le prime tre destinazioni italiane per shopping tourism citate dal campione dell'indagine.

L'edizione 2023 di Shopping Tourism – il forum italiano

Shopping Tourism – il forum italiano, giunto quest'anno alla sesta edizione, si svilupperà in una mattinata di confronto e analisi sulle novità, le dinamiche e le prospettive di un fenomeno che incrocia turismo, commercio e servizi e che porta importanti ricadute economiche sui territori derivanti dalla spesa dei visitatori che scelgono il nostro Paese per le proprie vacanze all'insegna dello shopping.

Ricco come sempre il programma di Shopping Tourism – il forum italiano con una tavola rotonda che prenderà in esame le dinamiche dello shopping tourism nei centri storici dei tanti comuni italiani e un secondo tavolo di confronto che si focalizzerà sugli shopping tourist con elevate capacità di spesa. Una nicchia, quest'ultima, che contribuisce in modo rilevante alle ricadute economiche del luogo di vacanza visitato, dal momento che, oltre agli acquisti, attiva una serie di servizi di alta gamma (quali trasporti privati, guide e personal shopper, consulenze mirate). Nel corso della mattinata, spazio anche ad altri appuntamenti che toccheranno vari temi, tra cui i mercati di domanda potenziali, il Made in Italy e i luoghi dello shopping non convenzionali.



In occasione dell'appuntamento Francesco di Cesare presenterà alcuni dei risultati della costante attività di ricerca e monitoraggio del comparto condotta da Risposte Turismo, che offre dal 2016 informazioni aggiornate, risultati di indagini ad hoc e casi italiani ed esteri di particolare interesse.

Le edizioni precedenti del forum

Dopo il successo delle precedenti edizioni tenutesi a Venezia, Roma, Firenze, Milano e, nel formato itinerante 2022, Venezia, Ancona e Bologna, che hanno visto complessivamente oltre 800 operatori partecipanti e 150 speaker, Shopping Tourism – il forum italiano prosegue il suo percorso con nuovi contenuti e momenti di confronto.

La partecipazione è possibile tramite registrazione sul sito www.shoppingtourismforum.it fino a esaurimento dei posti disponibili.

Global Blue e Mastercard sono *Main Sponsor* dell'edizione 2023 di Shopping Tourism – il forum italiano. L'appuntamento del 15 Dicembre si realizza in collaborazione con il Sistema Confcommercio.

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

Hashtag ufficiale: #ShoppingTourismForum

Contact:

Per Risposte Turismo

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

Per ENIT

Francesca Cicatelli
Tel. 06.4971.480
Email: francesca.cicatelli@enit.it
Cell. 392.92.25.216