

Cresce il Tax Free Shopping in Italia: turisti cinesi rappresentano il 30% del mercato

notizia pubblicata **23 Novembre 2018** alle ore **13:15** nella categoria **Turismo**



L'Europa continua a essere una delle mete di shopping predilette dai turisti internazionali. In particolare, dal 2011 al 2018 il mercato del Tax Free Shopping ha raddoppiato il suo volume. In Italia i turisti cinesi si confermano la prima nazionalità con il 30% del mercato. Questi sono alcuni dei dati elaborati da Global Blue, società leader nei servizi di Tax Free Shopping, presentati a Firenze in occasione del Forum 'Shopping Tourism' organizzato da Risposte Turismo.

“È un piacere essere qui in occasione della 2^a edizione di questa giornata dedicata allo Shopping Tourism in Italia – ha sottolineato Stefano Rizzi, Country Manager Global Blue Italia – Il mercato del Tax Free Shopping ha evidenziato un rallentamento nei primi mesi del 2018 riconducibile principalmente al rafforzamento dell'euro rispetto alle altre valute. Dall'altra parte, però, vediamo che negli ultimi 7 anni il nostro settore in Europa ha raddoppiato i suoi volumi, un segnale di quanto continui a rappresentare una leva strategica fondamentale per l'attrattività del Paese”.

Secondo i dati Global Blue da gennaio 2018 a ottobre 2018, gli acquisti dei Globe Shopper in Italia sono stati dedicati soprattutto alla categoria merceologica 'Moda e Abbigliamento' (circa il 73% del totale delle vendite tax free), ma restano sempre apprezzati anche 'Orologi e Gioielleria' (poco meno del 15% del totale).

Dai dati Global Blue nel periodo gennaio-ottobre 2018, emerge come in Italia il Tax Free Shopping veda

nei turisti i cinesi la prima nazionalità con il 30,5% del mercato e da una parcellizzazione di nazionalità minori definite sotto la categoria 'Others' che pesano complessivamente il 46,7%.

Da gennaio 2018 a ottobre 2018 le vendite tax free in Italia hanno visto protagoniste quattro città: Milano (35%), Roma (19%), Firenze (10%) e Venezia (6%). In questi capoluoghi i viaggiatori internazionali hanno prediletto fare shopping nel Quadrilatero (51%) e nelle 'Luxury Zone' della Capitale (66%), della città di Pontevecchio (48%) e in quella lagunare (60%).

Un osservatorio privilegiato, infine, è quello offerto dalle Lounge Global Blue, luoghi esclusivi nel cuore dello shopping di lusso di Milano, Roma e Venezia pensate per offrire ai turisti internazionali la possibilità di rilassarsi e, contemporaneamente, ricevere il necessario supporto per il proprio shopping. Complessivamente da gennaio 2018 a ottobre 2018, le tre Lounge hanno accolto oltre 67.000 viaggiatori, buona la presenza dei cinesi anche se la prima nazionalità è rappresentata da 'Others'. Nel dettaglio, nella location di Piazza di Spagna nella capitale hanno fruito dei servizi Global Blue oltre 30.000 Globe Shopper il cui scontrino medio è stato di circa 1.524 euro, mentre quello registrato nella Lounge di Milano, in via Santo Spirito, dove sono passati circa 27.000 turisti, è stato di 1.478 euro. Nel capoluogo veneto, invece, la location di Piscina San Moisè ha registrato oltre 10.000 ingressi, per un valore dello scontrino medio di oltre 1.400 euro.