

Shopping Tourism, il forum di Risposte Turismo fa tappa ad Ancona

notizia pubblicata 14 Novembre 2022 alle ore 09:35 nella categoria shopping tourism



Si alza il sipario sulla 2^a 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.

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.

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%).

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 detto il presidente di Risposte Turismo Francesco di Cesare.

“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”, Ha concluso di Cesare.

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.