Il prodotto di lusso “va” in aeroporto

Dimenticate le vie pettinate dei centri città, lo **shopping “vero” oggi si fa negli aeroporti**. Lo dice una **ricerca Fondazione Altagamma e Bain & Company** e riportata da “Il Sole 24Ore”, che snocciola dati da favola, visto il momento non certo facile per il commercio. **Nel 2014 le vendite negli scali di tutto il mondo raggiungeranno i 10,6 miliardi di euro, con un incremento del 5% rispetto al 2013 e dell’11% nel periodo a partire dal 2011**.
In cima alla lista de prodotti più acquistati, svettano i **prodotti della bellezza, che totalizzeranno 7,6 miliardi, pari al 72% del totale**, rispetto al 12% dell' abbigliamento e degli accessori e al 10% di gioielli e orologi. Quanto ad area geografica, il **47% delle vendite di prodotti di lusso negli aeroporti riguarda l’Asia**, il 30% l' Europa, il 17% le Americhe e il 6% si divide tra Africa ed Oceania. Non sorprende invece il dato sul **duty free più gettonato per il luxury: è quello dell’aeroporto di Dubai, che fattura ben il 5,19%** del totale mondiale. Venendo a Milano, i sei mesi di EXPO promettono di essere un momento d’oro per i negozi dell’aeroporto. Lo sa bene SEA, che ha sottoposto il Terminal 1 a un restyling da 30 milioni di Euro. Già aperta c’è la Luxury Hall, seguiranno la Food Hall e il duty free da 200 mq. Se son rose…