# Lo shopping di lusso? Si fa in aeroporto

Lo **shopping di lusso** si fa in **aeroporto**. Questa è la nuova tendenza degli italiani: un viaggiatore su quattro spende mediamente 2.500 euro oltre il check-in in beni di lusso. E secondo una ricerca di Nielsen, in collaborazione con la Sda Bocconi School of Management, se il 25% dei passeggeri con passaporto italiano fa acquisti di beni o servizi di lusso, i più spendaccioni sono i giovani tra i 21 e i 35 anni, i cosiddetti Millennials. I nativi digitali del nuovo millennio, quindi, sono sempre più pronti non solo a viaggiare, ma a quanto pare anche a fare shopping. L'85% del campione analizzato nell'ultimo anno ha infatti effettuato almeno un acquisto negli store degli scali aeroportuali internazionali, in particolare in boutique di lusso.

Il lusso è un settore che genera oltre 60 miliardi di dollari ogni anno, e vale fino al 30% del fatturato complessivo di alcuni brand. Negli ultimi due anni è cresciuto del 7%, uno sviluppo, questo, che sta portando a offrire prodotti sempre più innovativi e adatti a questa fascia d'età, con nuove forme di coinvolgimento e di servizi basati sul digitale e la robotica.

In ogni caso, se le principali ragioni d'acquisto sono la volontà di fare un regalo (25%) e l'impulso di gratificare se stessi (33%) le motivazioni principali di acquistare in aeroporto sembrano legate alla possibilità di trovare una specifica collezione (70%), o promozioni (46%). Comunque, alla base c'è sempre la ricerca di unicità e di valore percepito.

Il 53% degli intervistati, riferisce La Stampa, ammette poi anche di essere influenzato dalla capacità delle vetrine aeroportuali di attrarre e catturare l'attenzione ingannando così l'attesa dell'imbarco.

Ma non tutti gli aeroporti sono uguali, e i più apprezzati dai viaggiatori amanti dello shopping sono quelli di Hong Kong, Londra, Dubai e Seoul.