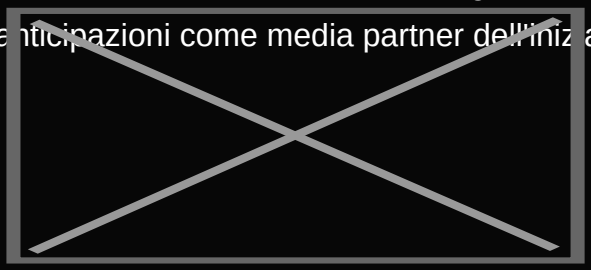
Milano è la capitale dello shopping tourism: un fenomeno da 1,5 milioni di visitatori

1,5 milioni di turisti scelgono di visitare ogni anno Firenze, Milano, Roma, Torino e Venezia per l’offerta in città legata allo shopping, spendendo mediamente 110 euro a testa al giorno con un'alta concentrazione di spesa in abbigliamento (60%) seguita da accessori e pelletteria (17,3%) e cosmetica e profumeria (3,6%).
Queste le anticipazioni principali dell' studio Shopping Tourism Monitor: i dati completi saranno presentati venerdì 24 novembre a Roma nell’ambito di **Shopping Tourism**, il primo evento in Italia dedicato al fenomeno, ideato e organizzato da Risposte Turismo e di cui possiamo fornirvi alcune anticipazioni come media partner dell’iniziativa.



L’indagine è stata realizzata attraverso la somministrazione diretta face to face di questionari a un campione rappresentativo di 2.500 turisti (italiani e stranieri), equamente diviso nelle cinque città oggetto di analisi nel periodo maggio - ottobre 2017.
Più in particolare, Milano è risultata essere la città con la maggiore quota di turisti che hanno nello shopping la motivazione principale del viaggio (15,4%), seguita da Firenze (6%) e Roma (3,8%). Staccate Venezia (1,4%) e Torino (1,1%).
La loro spesa media giornaliera sostenuta è risultata pari a 121 euro a Milano, 77,80 euro a Roma e 45,15 euro a Firenze.
Sempre Milano è la destinazione di viaggio per shopping su scala mondiale che ha ricevuto il maggior numero di citazioni (20,3%) tra le oltre 6.000 raccolte (massimo 3 per ogni intervistato), seguita da New York (17,4%), Parigi (16%) e Londra (14,2%).
La nuova edizione del report curato da Risposte Turismo analizza anche altri aspetti dello shopping tourism, un fenomeno in forte crescita su scala internazionale e che vede in alcuni Paesi i governi stessi impegnati nel suo sviluppo, su tutti la Spagna ed il suo Plan de Turismo de Compras.

Anche a livello italiano il fenomeno inizia a mostrare evidenze significative, basti pensare ai 25 outlet village presenti lungo la penisola (per un totale di 700.000 mq di spazi commerciali) o alle vie dello shopping, come via Montenapoleone e via Condotti, entrambe tra le prime 10 vie del mondo per canoni di locazione.

Considerando l'intero campione di turisti intervistato e non solo la nicchia di coloro che hanno nello shopping la motivazione principale del viaggio (il 5,7% del totale), la spesa media giornaliera in shopping (che si precisa non include le spese dei turisti per trasporti, vitto, alloggio e ingressi ad intrattenimenti ed attrazioni quali ad esempio musei teatri o parchi) nelle cinque città risulta pari a 28 euro (55,7 euro a Milano, 30,1 a Firenze, 21,9 a Venezia, 18,4 a Torino e 16,8 a Roma).

Una proiezione di tali valori realizzata da Risposte Turismo sul totale delle presenze turistiche nel 2016 (fonte: ISTAT) negli esercizi ricettivi dei cinque comuni oggetto di analisi porterebbe a stimare in 1,6 miliardi di euro la spesa annuale in shopping da parte dei turisti stessi, di cui circa 610 milioni di euro a Milano, 422 milioni di euro a Roma, 281 milioni di euro a Firenze, 230 milioni di euro a Venezia e 67 milioni di euro a Torino. Cifre che non tengono conto degli escursionisti, inclusi coloro che scelgono di soggiornare in strutture ubicate in comuni limitrofi alle grandi destinazioni turistiche dove si recano nel corso della o delle giornate di vacanza.

Indipendentemente dalla motivazione di viaggio, la ricerca realizzata da Risposte Turismo su tali città mostra come tre turisti su dieci (29%) si informino sui luoghi dello shopping prima di scegliere una meta o destinazione della vacanza e per quattro su dieci (39%) lo shopping conti molto o abbastanza nell'esperienza di viaggio.

"La capacità attrattiva di una città per i turisti dello shopping - ha commentato **Francesco di Cesare,** Presidente di Risposte Turismo - consente di conquistare una domanda dall'alta propensione alla spesa per acquisti di vario genere, con evidenti vantaggi per gli esercizi commerciali e conseguenti ricadute sull'intero territorio e sulla sua industria dell'ospitalità. L'Italia, ed in particolare le cinque città al centro della nostra indagine, è già oggi scelta da molti turisti mossi dal desiderio di trascorrere un soggiorno all'insegna dello shopping, ma molti di più potrebbero farlo se si decidesse con maggior convinzione, tutti insieme, pubblico e privato, operatori del retail e del turismo, di puntare su questo fenomeno".

La partecipazione al forum è possibile previa iscrizione. Per maggiori informazioni, programma completo e modalità di iscrizione: www.shoppingtourismforum.it