Franciacorta Outlet Village: cresce la spesa dei turisti extra-europei

Franciacorta Outlet Village, la cittadella dello shopping di Rodengo Saiano, si conferma come destinazione shopping e turistica tra le più attraenti per i visitatori extraeuropei.
In un anno, il 2017, che avrebbe potuto far pensare a cali di presenze, mancando un evento di richiamo internazionale come erano stati The Floating Piers nel 2016 e Expo nel 2015, Franciacorta Outlet Village va contro tendenza: le rilevazioni degli acquisti fuori campo euro hanno fatto registrare un dato a doppia cifra: +46% in termini di spesa, che paragonati al dato nazionale del +5,6%, rendono il Village del bresciano quello con il più alto tasso di crescita negli acquisti tax free in Italia secondo i dati Global Blue.
Anche le registrazioni delle transazioni effettuate, vale a dire il numero di scontrini emessi con il tax refund segna un +30,4% del Village, contro un +4,2% del dato nazionale, mentre la spesa media è cresciuta del 12% rispetto all'1,3% in Italia, a testimonianza della qualità e dell'attrattività dei brand presenti. Il trend di crescita registrato è continuo e sostenuto dal 2011 ad oggi.
"Queste peraltro sono stime parziali – sottolinea **Gianluca Rubaga**, center manager di Franciacorta Outlet Village –. innanzitutto perché la rilevazione riguarda gli acquisti sopra la soglia dei 154 euro, necessaria per accedere al tax free, e anche perché sappiamo che non tutti i clienti scelgono di utilizzare questo servizio di rimborso dell'Iva sugli acquisti. E' comunque un dato estremamente positivo perché indice di attrattività del contesto, grazie ad una sempre rinnovata offerta di shopping, con l'inserimento di nuovi brand premium di appeal internazionale".
I dati relativi al "Tax free extra UE " sono anche utili per tracciare le provenienze dei clienti internazionali: la Russia rappresenta la prima nazionalità per lo shopping, con il 50% degli acquisti tax free e un tasso di crescita nel 2017 del +64%, a seguire Israele (+ 39,5%) e Ucraina (+20,8%). Seguono Cina, Svizzera e Emirati.
La valenza turistica di Franciacorta Outlet Village è frutto di un costante lavoro di affiancamento a tutte quelle realtà ricettive ed istituzionali che operano per la valorizzazione del nostro territorio. E' questa una filosofia comune a tutti gli outlet della Land of Fashion (Palmanova, Mantova, Valdichiana e Puglia oltre a Franciacorta) essere hub e punti di partenza per la scoperta dei propri territori di appartenenza oltre che mete irrinunciabili di shopping per il turista in Italia. 600 boutique di brand

italiani ed internazionali e prezzi scontati fino al 70% tutto l’anno sono il portfolio della Land of Fashioni 5 asset di proprietà del fondo americano Blackstone e gestiti da Multi Outlet Management Italy (Momi) che hanno saputo attrarre nel 2017 oltre 17 milioni di visitatori complessivamente.