L’Italia si conferma destinazione preferita per lo shopping dei turisti extra UE

I turisti extra-europei scelgono l’Italia per lo shopping. È quanto emerge da recenti dati elaborati da **Premier Tax Free**, azienda leader nell'elaborazione di pagamenti digitali multivaluta . Con un +10% in vendite tax free e +8% in numero di transazioni dall’inizio del 2018, l’Italia è l’unico paese europeo a registrare un incremento rispetto a tutti gli indicatori chiave.

Lo Stivale consolida così il primato raggiunto nel 2017 in termini di crescita nei volumi di vendite tax free: ai vertici del ranking Europeo 2017 ci sono infatti 3 città italiane con crescite anno su anno pari a +22% per Roma, +21% Firenze e +20% Milano, seguite da Madrid (+17%) e Barcellona (+14%). Con un incremento del 26% nei volumi di vendita rispetto all’anno precedente, Via Montenapoleone a Milano conquista invece la seconda posizione nella classifica delle vie simbolo dello shopping internazionale, dopo Rue Royale a Parigi (+28%) e seguita da Bond Street a Londra (+21%).

Mantenendo una salda terza posizione per volumi di vendite, l’Italia ha concluso il 2017 con un incremento totale su base annua nelle vendite a turisti extra UE del 20,5%, conquistando la prima posizione rispetto al resto d’Europa, fermatosi ad una crescita media complessiva dell’11%.

La stagione preferita per lo shopping tourism? Il periodo che va da luglio a ottobre ha generato la maggior parte delle vendite, registrando complessivamente il 42% del venduto totale 2017.

Tornando all’analisi dell’anno in corso, nei primi due mesi del 2018 è stato l’arrivo di cinesi, russi e americani - che detengono rispettivamente il 30%, l’14% e il 6% del mercato tax free - a determinare la crescita in termini di flussi turistici e di vendite in Italia. Con una media di € 1,177 spesi per singola transazione, i turisti cinesi spendono più degli altri per gli acquisti di lusso, seguono gli statunitensi con € 1,093 e i russi con uno scontrino medio di € 773.

Guardando all’immediato futuro, secondo i dati ForwardKeys relativi ai flussi incoming per il trimestre marzo-maggio 2018, in l’Italia si prevede un incremento complessivo negli arrivi del 9,6% dovuto principalmente da turisti brasiliani (+29%), australiani (+29%) e indiani (+14%).

“Le nostre analisi, confermano il ruolo di primo piano dell’Italia nel business del tax free in europa.” commenta **Sara Bernabè**, Country Manager di Premier Tax Free in Italia “I retailer nostrani possono affiancare alla propria offerta di altissima qualità, l’esperienza culturale per cui il paese è noto e fra le mete internazionali più attrattive. L’attenzione massima all’esperienza di ogni singolo shopper deve

continuare ad essere pertanto il focus principale di questi esercenti, affinchè il primato ottenuto si consolidi ulteriormente. Gli stumenti sono molteplici: dall’accoglienza instore, che dev’essere personalizzata in base alla nazionalità dell’acquirente, all’integrazione di piattaforme e sistemi digitali con funzioni studiate ad hoc per il supporto pratico degli user sia nelle richieste di rimborso che per i pagamenti via App. Tutti elementi concreti che contribuiscono a creare una customer journey senza pari e degna di un target di consumatori così strategico per la nostra economia.”