Si alza il sipario sulla seconda edizione di “Shopping Tourism"

Mancano pochi giorni alla seconda edizione di **“Shopping Tourism - il forum italiano”**, appuntamento in Italia dedicato al fenomeno dello shopping tourism ideato e organizzato da Risposte Turismo in partnership con l'Agenzia regionale Toscana Promozione Turistica.
Appuntamento a Firenze venerdì 23 novembre 2018 dopo il successo della prima edizione, tenutasi lo scorso anno a Roma, con oltre 250 partecipanti.
“Da sempre fare acquisti è tra le azioni più ricorrenti quando si è in viaggio – ha affermato **Francesco di Cesare**, Presidente Risposte Turismo - ma è solo da pochi anni che all’incrocio di queste due attività - viaggiare ed acquistare - si sta dedicando attenzione, formazione, specializzazione, investimenti”.
“I mondi del turismo e del retail - ha proseguito di Cesare - in Italia continuano, tranne alcune eccezioni, a non incontrarsi, a muoversi indipendenti e paralleli. Shopping tourism - il forum italiano è nato per fornire ai molti professionisti, manager, imprenditori e decisori pubblici coinvolti e interessati da queste dinamiche una occasione di incontro ed una piattaforma alla quale contribuire con lo scambio di idee, la presentazione di iniziative e la diffusione di informazioni e dati”.
“Lo shopping tourism – ha concluso di Cesare - è una realtà e come tale deve essere pensata: l’Italia tutta, ed al suo interno singole città o singole aree, sono già o possono ambire a diventare delle shopping destination di richiamo mondiale, ma un tale risultato lo si raggiunge solo pianificando, organizzando e promuovendo una offerta adeguata. In questo percorso, il forum vuole fare la sua parte come punto di riferimento, e momento di crescita, per chiunque sia interessato alle potenzialità dello shopping tourism”.

Shopping Tourism in numeri: la nuova edizione di Shopping Tourism Italian Monitor

Dopo gli interventi di apertura a cura di Stefano Ciuoffo – Assessore al turismo, commercio, attività produttive Regione Toscana e Cecilia del Re – Assessore al turismo, sviluppo economico e marketing Comune di Firenze, Francesco di Cesare presenterà la nuova edizione di Shopping Tourism Italian Monitor, il rapporto di ricerca annuale a cura di Risposte Turismo e punto di riferimento per tutti gli operatori del settore.

Un’intensa giornata di studio, dibattito e networking

Il programma della giornata, consultabile sul sito del forum, prevede numerosi momenti di confronto e approfondimento, tra tavole rotonde, keynote speech e presentazioni tenute da alcuni dei principali operatori dello shopping tourism nel nostro Paese.
Numerosi i temi al centro dell'appuntamento, ospitato presso l'Auditorium della Camera di Commercio del capoluogo toscano: dai comportamenti di consumo e ammontare di spese in shopping dei turisti in Italia alle dinamiche del travel retail, dal confronto tra shopping tourism ed e-commerce alle potenzialità del tax free nello spingere le vendite verso i turisti extra UE.
Nell'edizione 2018 del forum grande attenzione verrà posta all'analisi di alcuni mercati esteri, quali quello cinese, in particolare per il grande potenziale di domanda che esprime, e quello spagnolo, da conoscere e studiare per l'organizzazione di una offerta dedicata ai turisti dello shopping.
La tavola rotonda "Shopping Tourism vs ecommerce: l'ago della bilancia è l'esperienza", affronterà il tema dell'importanza di proporre ai turisti, come risposta alle sfide poste da portali di e-commerce e marketplace, vere e proprie esperienze di shopping dove l'acquisto del prodotto è solo uno dei momenti da prevedere.
La mattinata proseguirà con il keynote speech di Antonella Bertossi - Partner Relationships & Marketing Manager Global Blue sui globe shopper extra UE in Italia e con la presentazione di Alberto Peruzzini – Direttore Toscana Promozione Turistica sulla Toscana quale destinazione di shopping tourism.
I lavori riprenderanno nel pomeriggio con un focus sullo shopping tourism a Barcellona, città che da anni ha colto il potenziale turistico legato allo shopping promuovendolo con iniziative dedicate, a cura di Montse Arnau – Direttore Barcelona Shopping Department.
Nella successiva tavola rotonda "Le dinamiche del travel retail in Italia" si approfondiranno le dinamiche attuali e prospettiche di un comparto dove aeroporti e stazioni, gate di accesso e ripartenza dalle città italiane, sono sempre di più luoghi dello shopping ricchi di esercizi commerciali.
A seguire Francesca D'Ignazio – Vice President Partnership Europe Mastercard – presenterà le informazioni e gli approfondimenti di Mastercard a supporto delle smart cities per identificare nuove tendenze dello shopping e guidare le strategie di crescita del turismo.
Il forum proseguirà con la tavola rotonda "Conoscere, attrarre e servire gli shopping tourist cinesi", momento di approfondimento di elevatissimo interesse per chi opera nel turismo e nel commercio, dedicata alla conoscenza delle abitudini, delle preferenze, delle esigenze e delle richieste degli shopping tourists cinesi. Alcuni rappresentanti di qualificati tour operator cinesi dialogheranno e presenteranno alla platea una serie di informazioni rilevanti per crescere nell'azione di conquista di questo amplissimo bacino di domanda.
L'edizione 2018 di Shopping Tourism - il forum italiano - particolarmente attenta alle possibili opportunità di business da sviluppare attraverso la conquista di clienti asiatici - terminerà con un seminario sulle opportunità per gli operatori italiani di promuovere in Cina la propria offerta di shopping

tourism attraverso la piattaforma weChat e con un workshop B2B tra alcuni tour operator cinesi e operatori italiani. La partecipazione a entrambi gli appuntamenti è su prenotazione.
“Siamo felici di ospitare in Toscana il forum sullo shopping tourism – ha dichiarato **Alberto Peruzzini**, Direttore Toscana Promozione Turistica. Analizzare e rilanciare su questo nuovo segmento di prodotto l’offerta turistica della Toscana fa parte di quel disegno di ampliamento delle motivazioni di viaggio nella nostra regione che è ormai da anni la chiave fondamentale della nostra strategia di sviluppo. Parleremo di numeri e prospettive di un segmento che non si ferma alla sola Firenze, ma si diffonde sempre di più anche in altri luoghi della nostra regione. Siamo convinti che i numeri già importanti dello shopping tourism in Toscana siano destinati a crescere nei prossimi anni”.