Il tax free shopping in Italia: i dati di Global Blue

L’Europa continua a essere una delle mete di shopping predilette dai turisti internazionali. In particolare, dal 2011 al 2018 il mercato del Tax Free Shopping ha raddoppiato il suo volume. In Italia i turisti cinesi si confermano la prima nazionalità con il 30% del mercato. Questi sono alcuni dei dati elaborati da Global Blue, società leader nei servizi di Tax Free Shopping, presentati oggi a Firenze in occasione dell’appuntamento annuale del Forum “Shopping Tourism” organizzato da Risposte Turismo.

«È un piacere essere qui in occasione della seconda edizione di questa giornata dedicata allo Shopping Tourism in Italia» ha sottolineato **Stefano Rizzi**, Country Manager Global Blue Italia. «Il mercato del Tax Free Shopping ha evidenziato un rallentamento nei primi mesi del 2018 riconducibile principalmente al rafforzamento dell’euro rispetto alle altre valute. Dall’altra parte, però, vediamo che negli ultimi 7 anni il nostro settore in Europa ha raddoppiato i suoi volumi, un segnale di quanto continui a rappresentare una leva strategica fondamentale per l’attrattività del Paese».

Secondo i dati Global Blue da gennaio 2018 a ottobre 2018, gli acquisti dei Globe Shopper in Italia sono stati dedicati soprattutto alla categoria merceologica “Moda e Abbigliamento” (circa il 73% del totale delle vendite tax free), ma restano sempre apprezzati anche “Orologi e Gioielleria” (poco meno del 15% del totale).

Dai dati Global Blue nel periodo gennaio-ottobre 2018, emerge come in Italia il Tax Free Shopping veda nei turisti i cinesi la pima nazionalità con il 30,5% del mercato e da una parcellizzazione di nazionalità minori definite sotto la categoria “Others” che pesano complessivamente il 46,7%.

Da gennaio 2018 a ottobre 2018 le vendite tax free in Italia hanno visto protagoniste quattro città: Milano (35%), Roma (19%), Firenze (10%) e Venezia (6%). In questi capoluoghi i viaggiatori internazionali hanno prediletto fare shopping nel Quadrilatero (51%) e nelle “Luxury Zone” della Capitale (66%), della città di Pontevecchio (48%) e in quella lagunare (60%).

Un osservatorio privilegiato, infine, è quello offerto dalle Lounge Global Blue, luoghi esclusivi nel cuore dello shopping di lusso di Milano, Roma e Venezia pensate per offrire ai turisti internazionali la possibilità di rilassarsi e, contemporaneamente, ricevere il necessario supporto per il proprio shopping. Complessivamente da gennaio 2018 a ottobre 2018, le tre Lounge hanno accolto oltre

67.000 viaggiatori, buona la presenza dei cinesi anche se la prima nazionalità è rappresentata da “Others”. Nel dettaglio, nella location di Piazza di Spagna nella capitale hanno fruito dei servizi Global Blue oltre 30.000 Globe Shopper il cui scontrino medio è stato di circa 1.524 euro, mentre quello registrato nella Lounge di Milano, in via Santo Spirito, dove sono passati circa 27.000 turisti, è stato di 1.478 euro. Nel capoluogo veneto, invece, la location di Piscina San Moisè ha registrato oltre 10.000 ingressi, per un valore dello scontrino medio di oltre 1.400 euro.