Terza edizione di Shopping Tourism, fenomeno da 2 milioni di turisti l'anno in Italia

Conto alla rovescia per la terza edizione di “Shopping Tourism - il forum italiano”, l’unico appuntamento in Italia dedicato al fenomeno dello shopping tourism ideato e organizzato da Risposte Turismo, società di ricerca e consulenza a servizio della macroindustria turistica. L'evento si terrà a Milano il 3 dicembre a Palazzo Castiglioni in Corso Venezia 47: attesi oltre 200 operatori del turismo e del retail per un’intensa giornata di studio, dibattito e business networking.
Il programma, consultabile sul sito del forum, prevede numerosi momenti di confronto e approfondimento, a cui parteciperanno alcuni dei principali operatori dello shopping tourism nel nostro Paese. Al centro dell’edizione 2019 le spese in shopping e i comportamenti di consumo dei turisti italiani in vacanza, il turismo del lusso, i metodi di pagamento digitali e il binomio vincente shopping ed enogastronomia.

Circa 2 milioni all’anno i turisti dello shopping in Italia

Secondo le stime formulate da Risposte Turismo, sono circa 2 milioni i turisti che ogni anno scelgono l’Italia per una vacanza all’insegna dello shopping. Il dato, ottenuto attraverso l’applicazione sul totale degli arrivi nelle destinazioni italiane di coefficienti percentuali differenti in ragione della tipologia di destinazione, evidenzia l’esistenza di una porzione significativa di domanda turistica che ha nello shopping la motivazione principale della propria vacanza.
Il fenomeno dello shopping tourism possiede una rilevanza ancora maggiore se si considera che tale stima non comprende i turisti “escursionisti” (coloro che non pernottano) e tutti quelli, assai più numerosi, che pur non considerando lo shopping la motivazione unica o principale del viaggio, svolgono comunque tale attività durante la propria vacanza.
«Lo shopping tourism continua a sorprendere per numero di iniziative internazionali lanciate da Paesi o da singole amministrazioni locali, e per investimenti attivati da multinazionali o aziende impegnate in singoli mercati nazionali» dichiara **Francesco di Cesare**, Presidente Risposte Turismo.
«La crescente attenzione sulla rilevanza del fenomeno - prosegue di Cesare - è generata da una felice compenetrazione e collaborazione tra i mondi del retail e del turismo, indotta inizialmente dai desideri e comportamenti della domanda (i turisti) ed oggi sempre più voluta, progettata e realizzata

dall’offerta (le aziende, i professionisti, le rappresentanze pubbliche). In questo scenario l’Italia insegue altri contesti nazionali decisamente più avanti nel percorso, ma presenta tutte le condizioni per poter colmare il gap ed essere presto una destinazione d’eccellenza per il turismo dello shopping»
Shopping Tourism – il forum italiano è dedicato a tutti coloro che, a vario titolo, sono interessati al fenomeno: dalle diverse realtà che gestiscono i luoghi dello shopping (outlet village, department store, mall, botteghe storiche, vie dello shopping) o che organizzano iniziative ad esso dedicate (festival, concorsi, fashion night, etc.) ai brand della moda e ai produttori e distributori enogastronomici, dalle realtà artigiane già strutturate ai laboratori e musei di impresa, dai tour operator e aziende turistico-ricettive alle associazioni di categoria, alle amministrazioni pubbliche e agli enti di promozione turistica, fino alle nuove figure professionali coinvolte nello shopping tourism (tra cui, ad esempio, i personal shopper e i tourism manager attivi all’interno dei centri commerciali).

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

Dopo gli interventi di apertura a cura di Carlo Sangalli - Presidente Confcommercio, Roberta Guaineri - Assessore al Turismo Sport e Qualità della vita del Comune di Milano e di Giorgio Palmucci – Presidente ENIT, il forum entrerà nel vivo con la presentazione della nuova edizione di Shopping Tourism Italian Monitor, il rapporto di ricerca annuale a cura di Risposte Turismo punto di riferimento per tutti gli operatori del settore.

Italia, shopping destination

Dalla ricerca effettuata da Risposte Turismo, sono oltre 80 le vie dello shopping nel nostro Paese tra cui Via Montenapoleone a Milano, Via dei Condotti a Roma, Calle Larga XXII Marzo a Venezia, Via Tornabuoni a Firenze e Via dei Mille a Napoli.
La nuova edizione del monitor realizzato da Risposte Turismo contiene altresì la mappatura in Italia di oltre 60 department store (per una superficie complessiva che supera i 260.000 m2) e di circa 1.150 strutture tra centri commerciali e retail park presenti in Italia.
Sono inoltre 27 gli outlet presenti nel nostro Paese, per un totale di oltre 712mila m2 dedicati allo shopping. Con le sue 5 shopping destination (Serravalle Designer Outlet, Castel Romano Designer Outlet, Barberino Designer Outlet, Noventa Designer Outlet, La Reggia Designer Outlet) McArthurGlen si conferma anche nel 2019 la realtà con la maggiore estensione commerciale di outlet in Italia (oltre 171mila m2).
La mappatura dei luoghi dello shopping comprende, infine, gli oltre 100.000 m2 di aree commerciali presenti nelle 14 principali stazioni italiane gestite da Grandi Stazioni Retail.

La nuova edizione di Shopping Tourism Italian Monitor contiene inoltre i risultati di un’indagine inedita sul profilo e il comportamento degli italiani che fanno shopping in viaggio e di una ricognizione sull’offerta commerciale dei negozi nelle città di Firenze, Milano e Venezia.