Shopping tourism: in Italia cresce del 16% e Milano si conferma la meta principale

Il **Tax Free Shopping** sta diventando una leva sempre più importante per l'economia del mercato turistico, in Europa e in Italia: negli ultimi sei anni il settore degli acquisti di lusso dei turisti extra-UE è cresciuto del 5% a livello europeo e del +7% nel nostro Paese. È quanto emerge dai dati presentati da **Global Blue**, società leader nei servizi di Tax Free Shopping, durante "**Shopping Tourism** – il forum italiano", l'appuntamento annuale dedicato al fenomeno dello shopping tourism in Italia ideato e organizzato da Risposte Turismo, società di ricerca e consulenza a servizio della macroindustria turistica.

In particolare, in Italia, il Tax Free Shopping da gennaio a ottobre di quest'anno ha registrato un +16%, rispetto al 2018, a fronte di una media europea pari a +10%. Una crescita, quella osservata nel vecchio Continente, trainata principalmente dai viaggiatori statunitensi (+25%) seguiti dai viaggiatori provenienti dal Sud Est Asiatico (+15%) e da quelli dei Paesi del Golfo che hanno fatto segnare una crescita del 13% nell'ultimo periodo.

Da gennaio a ottobre di quest'anno, Milano resta una delle mete di shopping predilette dai turisti internazionali. Amano fare shopping all'ombra della Madonnina, i cinesi (33%), i russi (11%) e gli americani (8%). I dati Global Blue evidenziano anche che nei primi dieci mesi del 2019 il capoluogo lombardo è stato destinazione anche di una serie di micro-nazionalità che complessivamente hanno pesato il 38% del totale dei volumi.

Guardando, invece, i valori dello scontrino medio registrati da Global Blue a Milano tra gennaio e ottobre 2019, emerge come siano stati i turisti arrivati da Hong Kong ad aver speso mediamente di più (1.841 euro), seguiti da cinesi (1.458 euro) e dagli statunitensi (1.224 euro).