FEDERTURISMO CONFINDUSTRIA

Global Blue

Secondo appuntamento dell'Osservatorio sul Tax Free Shopping Federturismo Confindustria e Global Blue

- **Nel 2019 secondo i dati Global Blue bene il Tax Free Shopping in Italia: +16% sul 2018;**
- **Nel 2019, il Nord Italia ha trainato il Tax Free Shopping (56%);**
- **Lo scorso anno, in Italia, il Tax Free Shopping ha visto il ritorno dei turisti americani.**

Milano, 11 febbraio 2020

Si è svolto oggi in occasione della "**BIT – Borsa Internazionale del Turismo**", storica manifestazione organizzata da Fiera Milano, il secondo appuntamento con l'**Osservatorio sul Turismo firmato Global Blue e Federturismo Confindustria.** Un progetto presentato nel luglio 2019 che, periodicamente, mette in luce l'importanza del Tax Free Shopping per l'economia del Paese, evidenziando i dati dei flussi turistici internazionali sia nelle più conosciute destinazioni di viaggio sia in quelle meno note, ma con elevati potenziali di crescita.

«Il Tax Free Shopping in Italia nel 2019 ha registrato una crescita a doppia cifra: **+16% rispetto al 2018**, un aumento trainato non solo dalle destinazioni italiane più tradizionali, come Milano, Roma, Firenze e Venezia, ma anche da quelle meno note ai Globe Shopper, ma con un grande margine di sviluppo, da Palermo a Verona, passando per Napoli e Siena per fare solo qualche esempio» ha commentato **Stefano Rizzi, Country Manager di Global Blue Italia**. «Sicuramente – ha aggiunto – un grande contributo al trend positivo del nostro settore è arrivato dai turisti internazionali che abbiamo definito "Elite Shoppers", ovvero viaggiatori con un potenziale di acquisto molto elevato che pesano per il 17% sul totale dei volumi di spesa».

«Lo shopping in viaggio è diventato sempre più importante anche in termini di percezione ed economia del Paese – ha dichiarato **la Vice Presidente di Federturismo Confindustria, Marina Lalli** – e si conferma uno dei maggiori canali in crescita soprattutto per il mondo del lusso. E l'Italia, per i turisti che vogliono lasciarsi andare agli acquisti, anche costosi, rimane una delle mete preferite. Solo nell'estate del 2019 la spesa degli stranieri che hanno scelto il Bel Paese come meta di vacanze è stata superiore alla spesa dei turisti italiani all'estero di quasi 8 miliardi di euro. Il **settore del turismo ha chiuso il 2019 con una crescita del 6,6% sul fronte della spesa** e del 3,5% in presenze e per il 2020 si stima un aumento del 3,1% rispetto al 2019, con 74 milioni di arrivi. Dati incoraggianti anche se, alla luce degli ultimi accadimenti, non possiamo nascondere la **nostra preoccupazione per l'impatto che il coronavirus rischia di avere sui conti del turismo** e sulle scelte dei viaggiatori che potrebbero rivedere almeno in parte i loro programmi nel medio periodo. Soprattutto per la moda o il design, dove siamo indiscussi protagonisti, poter acquistare un capo/oggetto lì dove è stato pensato e realizzato, riveste un significato forte».

«I dati presentati oggi mostrano ancora una volta come il Tax Free Shopping rappresenti un elemento molto efficace nell'attrarre i turisti» ha sottolineato **Ignazio Abrignani, Presidente dell'Osservatorio Parlamentare per il Turismo**. «Lo shopping di lusso e di qualità, come è quello legato al made in Italy, è infatti una delle principali attività e voci di spesa nella vacanza dei turisti che arrivano da fuori Europa, un elemento capace addirittura di determinare le scelte relative alla durata del periodo di soggiorno in una determinata destinazione. Per questo, e anche immaginando di **dover fronteggiare in modo sempre più frequente situazioni impreviste come quella che stiamo attualmente affrontando**, situazioni che potrebbero colpire il settore turistico e l'economia del nostro Paese, **dobbiamo fare in modo che l'Italia sia sempre più competitiva, rivedendo anche alcuni strumenti, come l'abbassamento della soglia minima di spesa**, per consentire ai turisti internazionali di accedere al rimborso dell'Iva sugli acquisti, una soglia che in alcuni Paesi, come Germania, Spagna, Gran Bretagna è a zero, mentre in Italia è ancora a 155 euro, il livello più alto tra i Paesi europei. Di certo una leva che, al posto di incentivare gli acquisti, rischia di allontanare i turisti dallo shopping made in Italy» ha concluso Abrignani.

«L'evoluzione del mercato – ha evidenziato **Stefano Gardini, Presidente ATRI** – è stata tale da fare in modo che quando si parla di stazioni, ma soprattutto di aeroporti, non si possa prescindere dal Travel Retail che, oggigiorno, rappresenta un elemento sostanziale del business di queste infrastrutture. Per i passeggeri **il Travel Retail è soprattutto esperienza e per i brand una imperdibile occasione di visibilità**. La sua importanza in termini di peso sull'economica lo ha ribattezzato Il sesto continente; esso infatti **muove una cifra d'affari stimata, a livello mondiale, intorno a 85-90 miliardi di dollari, con un'ipotesi di crescita fino a 125 miliardi di dollari nei prossimi anni**. Un'analisi più di dettaglio evidenzia come il peso dell'Europa e soprattutto dell'Asia Pacifico siano di gran lunga preponderanti rispetto agli altri ambiti geografici rappresentando, insieme, circa il 73% del mercato. In particolare, il mercato asiatico appare quello caratterizzato da un maggiore incremento. La categoria principale in valore è rappresentata dal beauty con un 40% del complessivo e, secondo i dati di ETRC, in crescita nel periodo gennaio-settembre 2019 rispetto al medesimo periodo del 2018. Da notare, tuttavia, come la categoria che nell'ultimo triennio è stata caratterizzata da una migliore crescita è quella legata al fine food e al confectionary, peraltro fondamentale anche in ottica di sistema Paese in quanto quella in cui l'Italia ha fortissime potenzialità ed eccellenze da valorizzare».

I DATI DELL'OSSERVATORIO FEDERTURISMO CONFINDUSTRIA-GLOBAL BLUE

In Italia, nel 2019, secondo i dati Global Blue, gli **acquisti tax free dei turisti provenienti da Paesi extra-UE** sono **cresciuti del 16%** rispetto al 2018, mentre il valore dello **scontrino medio ha fatto registrare un +8%,** attestandosi a 985 euro. A livello nazionale, inoltre, **i cinesi (che rispetto al 2018 sono cresciuti del 7%) si sono confermati la principale nazionalità nel Tax Free Shopping**, con un peso pari al 28% del totale seguiti da russi (12% del totale, i cui acquisti hanno fatto registrare un +8% rispetto al 2018) e statunitensi (11% del totale, con un +29% rispetto all'anno precedente).

Dai **dati divisi per macro-regioni** emerge come, nel 2019, il **peso maggiore (56% del totale) lo abbia avuto il Nord Italia** (dove lo scontrino medio dei Globe Shopper è stato di **1.012 euro**), seguito dal **Centro (41%)** e, distaccate, dalle regioni del **Sud e le isole (3%)**. Nel Mezzogiorno, però, si è registrata, rispetto al 2018, la **crescita percentuale più elevata**: le vendite tax free, infatti, sono cresciute del 32% rispetto al 2018.

Nel 2019 **i cinesi hanno rappresentato la principale nazionalità sia al Nord sia al Centro**, rispettivamente con il 31% e il 28% del totale, mentre **il Sud** è stato meta degli **statunitensi** che hanno pesato per il 27% del totale.

Nord Italia

Nel 2019, più di due acquisti ogni tre effettuati dai viaggiatori extra-UE nelle città del Nord Italia è stato fatto a Milano. Se il capoluogo lombardo continua a essere la principale meta per lo shopping, è stata però **Torino** a far registrare, rispetto al 2018, la **maggiore crescita percentuale (+35%) delle vendite tax free**, con uno **scontrino medio di 1.257 euro** (+24% rispetto all'anno precedente), valore che ha superato anche la media di Milano. A trainare gli acquisti nel capoluogo piemontese sono stati i **turisti cinesi** che, con un **peso del 39% sul totale delle vendite, hanno speso in media 1.534 euro**. Alle loro spalle, per peso nel settore del Tax Free Shopping, si sono confermati i russi (9%) e gli statunitensi (8%). Questi ultimi, però, a Torino hanno quasi raddoppiato (+91%) i propri acquisti rispetto al 2018, portando lo scontrino medio a 1.415 euro.

A **Verona**, poi, il settore del Tax Free Shopping – che ha visto tra i protagonisti i **russi, principale nazionalità con un peso del 30% sul totale** – ha registrato, lo scorso anno, un +23% rispetto al 2018. Se i russi hanno fatto più acquisti, **i cinesi** (secondi, con il 19% del peso totale) sono stati la **nazionalità ad aver fatto staccare lo scontrino medio più elevato (1.135 euro)**, mentre gli americani, con un +42% rispetto al 2018, sono stati coloro ad aver fatto segnare la crescita percentuale più elevata.

Centro Italia

Accanto a Roma e Firenze, sono diverse le città del Centro Italia divenute mete per i turisti extra-UE interessati agli acquisti di lusso del made in Italy.

Nel 2019, tra i comuni considerati da Global Blue, **Siena ha fatto registrare un +61%** del Tax Free Shopping rispetto al 2018, con uno scontrino medio di 747 euro cresciuto del 36%. La crescita, anche qui, è stata **trainata dai viaggiatori cinesi** che hanno rappresentato il **43% del totale, con una spesa media di 1.032 euro**, seguiti dagli americani (17%), che hanno raddoppiato il numero di acquisti rispetto al 2018, e dai russi (6%).

Significativa anche la performance di **Forte dei Marmi**, da anni nel mirino dei Globe Shopper, che è cresciuta del 20% rispetto al 2018 e ha registrato uno scontrino medio di 1.661 euro. Qui sono stati i **russi la principale nazionalità** (38% del totale), **ma i cinesi**, terzi con il 12% del totale dietro anche agli statunitensi (14%), hanno fatto registrare lo **scontrino medio più elevato: 4.523 euro**.

Sud Italia e isole

Tra le città del Sud Italia considerate da Global Blue, nel 2019 è stata **Napoli** a registrare la maggiore crescita percentuale del Tax Free Shopping: **+45% rispetto al 2018 e uno scontrino medio di 1.128 euro**, salito del 14% rispetto all'anno precedente. Nel capoluogo campano protagonisti principali sono stati **i cinesi, con un peso del 30%** sul totale delle vendite e uno **scontrino medio di 1.715 euro**, seguiti dagli americani (17% di peso nel settore ma con una crescita, nel 2019, dell'88% rispetto all'anno precedente), con 1.298 euro di spesa media.

In Campania anche **Capri ha registrato un trend positivo**: con uno **scontrino medio di 1.476 euro** e un Tax Free Shopping cresciuto del 17% se confrontato con il 2018 e trainato principalmente dagli americani (48% del peso totale sugli acquisti tax free nell'isola e uno scontrino medio di 1.682 euro). Tra le mete del Sud del Paese bene anche **Palermo** con un **+43% in fatto di Tax Free Shopping rispetto al 2018** e uno **scontrino medio di 1.152 euro**.

Global Blue

Global Blue è precursore del concetto di Tax Free Shopping che ha introdotto 40 anni fa. Attraverso la continua innovazione, svolge oggi un ruolo strategico come partner leader nel settore tecnologico e dei pagamenti, aumentando la capacità dei merchant di sfruttare la crescita del turismo internazionale.

Il Gruppo mette in connessione tutti gli stakeholders coinvolti nell'ecosistema dello shopping internazionale, fornendo supporto a:

- *Oltre 29 milioni di turisti internazionali che possono vivere una shopping experience perfetta e completamente personalizzata, dando loro la possibilità di chiedere e ricevere il rimborso dell'Iva nella propria valuta nazionale al miglior tasso di cambio;*
- *Più di 300.000 negozi, inclusi brand leader del lusso, a identificare le opportunità emergenti attraverso smart data e intelligence solutions, ad aumentare il numero di visite negli store grazie a strumenti data-driven e a far sì che il traffico così generato si trasformi in ricavi con il supporto di innovative tecnologie nei punti vendita;*
- *Oltre 50 acquirer, in più di 150.000 punti di contatto, a sfruttare i vantaggi del flusso delle maggiori entrate e a offrire ai negozianti e ai viaggiatori le soluzioni Dynamic Currency Conversion e Added-Value Payment;*
- *Autorità doganali e istituzioni in oltre 40 Stati per aumentare l'attrattività dei singoli Paesi e assicurare che le procedure di Tax Free Shopping siano sicure e in ottemperanza alle direttive vigenti.*

Nell'esercizio chiuso il 31 marzo 2019, Global Blue ha gestito, a livello globale, 36 milioni di transazioni Tax Free Shopping per un valore complessivo di vendite in negozio pari a 18,2 miliardi di euro, e 28 milioni di transazioni attraverso i servizi Added-Value Payment per un valore di 4,4 miliardi di euro di vendite nei negozi.

Global Blue conta oltre 2.000 dipendenti nel mondo in 51 Paesi.

Per maggiori informazioni, visita il sito http://www.globalblue.com/corporate/

Twitter: https://twitter.com/GlobalBlueGroup

LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/global-blue

Per informazioni:
UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue
Francesca Maffini – Valentina Ricci
Mob. +39 345 9770402 - +39 328 0552297
globalblue@utopialab.it

FEDERTURISMO CONFINDUSTRIA - Ufficio Stampa
Barbara Ongaro
Mob. +39 3665856684
b.ongaro@federturismo.it