TAX FREE SHOPPING, IL 2023 È DA RECORD. ESORDIO POSITIVO PER LA NUOVA SOGLIA MINIMA DI SPESA

- *Il recovery della spesa Tax Free in Italia ha raggiunto il 119% rispetto al 2019. In aumento lo scontrino medio a 981 euro (+19%)*
- *Crescita trainata da Millennials e Gen Z. Americani e arabi le principali nazionalità*
- *Nuova soglia Tax Free Shopping: +39% transazioni e nuove nazionalità emergenti*
- *Attese positive per il 2024 grazie alla voglia di Italia degli americani e al ritorno dei cinesi*

Milano, 7 marzo 2024

Il 2023 segna un punto di svolta per il Tax Free Shopping, poiché è riuscito a superare i livelli registrati prima della pandemia, stabilendo nuovi record. **Il recovery della spesa Tax Free ha raggiunto in Italia il 119% rispetto al 2019**, meglio del 117% registrato a livello mondiale. In aumento lo scontrino medio, salito a **981 euro** (+19%). A trainare la crescita gli **americani** e gli **arabi**, con picchi di recovery della spesa oltre il 240%. Millennials e Generazione Z sono stati i principali motori di questo incremento. Positivi anche i primi dati dall'entrata in vigore del nuovo regime Tax Free, con la **riduzione da 154,95 euro a 70,01 della soglia minima** che consente ai turisti extra-Ue di acquistare beni avendo diritto al rimborso dell'IVA. Sono queste le principali evidenze che emergono dai dati presentati oggi a Milano da Global Blue.

"Nel 2023 abbiamo osservato una graduale ripresa dello shopping tax free, fino a superare i volumi del 2019: se a gennaio il tasso di recovery era ancora all'88%, da marzo si è attestato stabilmente sopra i livelli pre-pandemici, con uno scontrino medio in crescita che ha raggiunto il suo apice nel periodo natalizio. Il 2023 si appresta dunque ad essere un nuovo anno benchmark per analizzare il settore", ha commentato **Tomas Mostany, SVP Strategy & Chief Product Officer** di **Global Blue**. *"Va evidenziato che questi risultati sono stati conseguiti nonostante alcune importanti nazionalità non abbiano ancora raggiunto il full recovery. Ciò è particolarmente evidente nel caso dei cinesi, che comunque rappresentano la terza nazionalità per contribuzione alla spesa, divenendo primi nelle settimane del Capodanno cinese 2024 (19%)"*.

Un ottimismo che traspare anche dall'analisi dei primi dati successivi al 1° febbraio di quest'anno, da quando cioè ha avuto decorrenza il nuovo regime Tax Free. Global Blue ha già registrato un **aumento del numero di transazioni** (+39% dal 1° al 25 febbraio) e la partecipazione di **nuove nazionalità** per acquisti tra 70,01 euro e 154,94: svizzeri, sudamericani e turchi su tutti. Uno scenario che si traduce in un ampliamento delle opportunità per settori che fino ad ora hanno beneficiato solo marginalmente di questo sistema, come **l'artigianato locale, i supermercati, la profumeria e la cosmetica, l'abbigliamento e le attrezzature sportive, nonché il fast fashion**.

Tra le città d'arte, **Milano emerge come protagonista nel 2023**, rappresentando il 33% della spesa Tax Free (1.353 euro lo scontrino medio). Seguono Roma (20%) e Firenze (15%). **Fashion & Clothing si conferma la categoria merceologica preferita** (76%), registrando uno scontrino medio di 985 euro (+25%). Tuttavia, i prodotti Watches & Jewellery hanno attirato le spese più consistenti (2.797 euro).

L'identikit dello shopper a livello internazionale
Chi spende tra i 20k-70k euro (High Net Worth Individual) o oltre (Ultra-High Net Worth Individual) contribuisce in Italia al **28%** della spesa tax free, pur rappresentando appena il 2% degli shopper totali. Un dato non dissimile al trend mondiale, che riconosce negli "Affluent" (3k-20k) il profilo con la maggior contribuzione alla spesa (40%). Ad ogni modo, circa nove turisti internazionali su dieci rientrano tra gli "Aspirational", quelli cioè con una capacità di spesa sotto i 3mila euro.

Chi sono gli (U)HNWI? Il 25% è **amante dell'esclusività** e si orienta solo verso i marchi del lusso, prediligendo gli acquisti di orologi e gioielli (49%). Uno su quattro proviene dagli Usa, con un portafoglio medio di 50.000 euro. Effettua in media quasi 2 viaggi all'anno e il 32% ha visitato l'Italia.
Il 75% è un turista **"trend follower"**, proveniente da Cina (22%) e Sud-est asiatico (17%). Abbina prodotti di lusso (80%) a quelli premium (20%) e predilige l'abbigliamento (30%), presentando un portafoglio medio di 58.000 euro. Fa più di tre viaggi all'anno e il 39% ha visitato l'Italia.

Dal punto di vista anagrafico, a livello mondiale circa **il 60% degli shopper è costituito da Millennials e Generazione Z**, con questi ultimi che registrano un recovery della spesa Tax Free a velocità doppia rispetto alle altre generazioni. Un trend evidente anche in Italia, dove rappresentano il **13%** degli shopper, registrando un **264%** di recupero della spesa rispetto al 2019.

Attese positive per il 2024 con la spinta degli americani e il ritorno dei cinesi
Secondo una survey di Global Blue, la propensione degli shopper Usa a viaggiare rimane elevata, con un 49% che dichiara di pianificare una visita in Europa nei prossimi mesi. Non solo, il 74% dei rispondenti afferma di voler mantenere o addirittura aumentare la propria capacità di spesa del 2019. Il recovery Tax Free degli americani, che nel 2023 ha raggiunto il 241%, dovrebbe pertanto rimanere solido anche nel 2024.

Buone prospettive, inoltre, per il ritorno dei turisti cinesi. Da questo punto di vista l'Italia ha già riaperto il 100% dei propri centri per i Visti, mentre il recovery della capacità aerea – secondo i dati di Forwardkeys - raggiungerà il **172%** nel primo trimestre del 2024 (86% a livello europeo).

GLOBAL BLUE
Global Blue è precursore del concetto di Tax Free Shopping, che ha introdotto 40 anni fa. Attraverso un processo di continua innovazione, svolge oggi un ruolo strategico come partner leader nel settore tecnologico e dei pagamenti, permettendo ai retailer di migliorare le proprie prestazioni e agli acquirenti di migliorare la propria esperienza. Global Blue offre soluzioni innovative in tre diversi settori:

- *Tax Free Shopping*: Aiuta i retailer di oltre 300.000 punti vendita a gestire in modo efficiente 35 milioni di transazioni Tax Free Shopping all'anno, grazie alla sua piattaforma tecnologica in-house completamente integrata. Le sue soluzioni digitali Tax Free shopper, all'avanguardia nel settore, creano una customer experience più efficace e semplice.
- *Servizi di pagamento*: Fornisce una gamma completa di soluzioni tecnologiche con il DCC e di pagamento che consentono agli acquirenti una migliore customer experience, agli hotel e ai retailer di offrire servizi a valore aggiunto per 31 milioni di pagamenti all'anno in 130.000 punti di contatto.
- *RetailTech*: Offrire ai retailer nuove soluzioni tecnologiche, tra cui scontrini digitali e resi eCommerce, che possono essere facilmente integrate con i propri sistemi e che consentono di ottimizzare e digitalizzare i propri processi lungo tutta la customer "journeyomnicanale", sia in store che online.

Inoltre, attraverso i dati viene offerta una consulenza strategica per aiutare i retailer ad identificare le opportunità di crescita, e allo stesso tempo per ingaggiare gli acquirenti fornendo strumenti che aumentino il traffico, convertendolo in opportunità di business
Global Blue è quotata al NYSE con il simbolo [GB].
Per maggiori informazioni, visitare il sito http://www.globalblue.com/corporate/
Dati pre-pandemia anno fiscale 2019-20

Per informazioni
UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue
Piero Tatafiore - Massimiliano Mellone
Mob. +39 328 6111646 - +39 345 6745686
globalblue@utopialab.it