Salone del Mobile, un turista su cinque sarà americano

Cresce l'appeal di Milano: nel trimestre dicembre-febbraio raccoglie il 42% della spesa Tax Free Shopping totale, in aumento sul 2019. Il report completo *THE NEXT*, a cura di Global Blue e Lybra Tech

Milano, 9 aprile 2024

- **Il 76,6% della domanda turistica proviene dall'estero, con gli Stati Uniti come principale mercato extra-Ue**
- **15 e 16 aprile sono le data più ricercate. La permanenza media supera le due notti, mentre il segmento turistico prevalente è costituito da coppie (71%)**
- **Tra dicembre e febbraio Milano è stata la principale destinazione italiana del Tax Free Shopping con il 42% degli acquisti. È in testa tra le città d'arte anche per scontrino medio: 1.418 euro (+27% sul 2019)**

Con l'avvicinarsi del Salone del Mobile 2024, Milano si prepara ad accogliere uno dei momenti più significativi dell'anno per i flussi turistici internazionali. Un evento che contribuisce a mantenere elevato il ritmo degli arrivi in città, già ben avviati dal break pasquale. Chi sono i visitatori più attesi? **Il 76,6% della domanda proviene dall'estero**. Tra le nazionalità extra-Ue, gli **Stati Uniti** rappresentano il principale mercato, con il 21,5% della domanda turistica, seguito a distanza dal **Regno Unito** (5,2%).

Una previsione resa possibile dal report "***THE NEXT***", osservatorio frutto della partnership tra **Global Blue**, società leader nel settore del Tax Free Shopping, e **Lybra Tech**, azienda italiana che sviluppa soluzioni tecnologiche basate sui big data, per destinazioni turistiche, aziende ed hotel.

In particolare – analizza il report – americani e britannici si distinguono per una *Booking Window (*la finestra temporale di prenotazione) rispettivamente di **48** e **57** giorni, contro una media generale di circa 2 mesi. Ciò rimarca il loro notevole interesse per la manifestazione.

I giorni più ricercati sono quelli di **lunedì 15 e martedì 16 aprile**, per una permanenza media di oltre due notti (dato che supera le tre per nazionalità come Paesi arabi, Australia, Brasile, Canada o India). Il turista medio viaggia in **coppia** (71%); più distanziati sono i singoli (17%) e le famiglie (10%). Tra le zone più ricercate in città, spicca quella limitrofa alla **Stazione Centrale**.

Punto di forza di THE NEXT è unire il dato previsionale a quello consuntivo rilevato da Global Blue, che ha osservato come nel periodo tra dicembre 2023 e febbraio 2024 Milano si sia posizionata come la principale destinazione italiana del Tax Free Shopping,

con il **42% degli acquisti totali**: un dato in aumento rispetto al 36% del 2019 e più del doppio se confrontato al 20% registrato da Roma.

Nel periodo in esame, a Milano, la spesa tax free ha superato i valori del pre-pandemia segnando un **+37% sul 2019**: la crescita più alta tra le città d'arte. Anche lo scontrino medio risulta il più elevato, con **1.418 euro**, in aumento del 27% rispetto al 2019. Il mix di nazionalità è poi composto prevalentemente da **cinesi**, che realizzano il 15% della spesa tax free totale, con un tasso di recovery che arriva al 67% di quanto registrato nel 2019. Seguono gli arabi (14%) e gli americani (11%). A detenere i primi posti per scontrino medio sono i turisti provenienti dalla Cina con 2.070 euro, seguiti dai turisti del sud-est asiatico (1.854 euro) e dagli americani (1.764 euro). Tra le categorie merceologiche, l'81% della spesa tax free è attribuita al Fashion&Clothing, mentre il 15% è rivolto al Watches&Jewellery.

GLOBAL BLUE

Global Blue è il business partner dell'intera shopping journey, capace di fornire la tecnologia e i servizi per migliorare la shopping experience e aumentare le performance.

Con oltre 40 anni di esperienza, oggi mette in contatto migliaia di retailer, acquirer e hotel con quasi 80 milioni di consumatori in 53 differenti Paesi, per tre diversi settori: Tax Free Shopping, Pagamenti e Soluzioni post-acquisto.

Con oltre 2.000 dipendenti, Global Blue ha generato €20bn di Sales in Store e €311M di fatturato nell'anno fiscale 2022/23. Global Blue è quotata al New York Stock Exchange.

Per maggiori dettagli, visitare il sito www.globalblue.com

LYBRA TECH

Lybra Tech è una società italiana che sviluppa soluzioni tecnologiche basate sui Big data, per Destinazioni Turistiche, Aziende ed Hotel. Nel maggio 2020 è stata acquisita dal Gruppo Zucchetti, società leader in Italia per lo sviluppo e la distribuzione di software, hardware e servizi IT. Nel 2021, grazie alla collaborazione di tutte le aziende del Gruppo Zucchetti, prende vita il Travel Data Lake, un potente aggregatore di informazioni che raccoglie, in forma anonima, le ricerche di soggiorno effettuate dai viaggiatori tramite i CRS Zucchetti, e restituisce una previsione accurata della pressione della domanda in un determinato periodo di tempo. Il cospicuo numero di richieste elaborate - in media 40 milioni al mese - permettono di avere una visione chiara dell'andamento della domanda turistica su date future. Le previsioni sulla domanda consentono di avere uno sguardo sul futuro di una determinata area geografica, conoscendo in anticipo la provenienza di chi sta cercando, per quale periodo e per quante notti.
Il Progetto Destination. Grazie al collegamento con il Travel Data Lake del gruppo Zucchetti, Destination è in grado di analizzare, in real-time, le ricerche dei turisti su più di 5.000 destinazioni in Italia e permette di: Analizzare la domanda e prevedere i flussi futuri; Profilare i turisti e stimolare i segmenti di mercato; Ottimizzare le spese di marketing e controllare in real-time l'andamento di ogni attività; Migliorare il forecast e individuare punti di forza e di debolezza; Confrontare le proprie prestazioni con quelle dei competitor.

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