Nuova soglia Tax Free Shopping, aumenta l'attrattività: +44% di transazioni e +5% di spesa, col traino di svizzeri, latinoamericani e turchi. Crescono gli acquisti in località secondarie

Presentati a Milano nel corso di Shopping Tourism-Il forum italiano i dati Global Blue del primo anno della nuova soglia Tax Free Shopping.

Milano, 28 febbraio 2025 – A un anno dall'abbassamento della soglia minima di spesa per accedere al Tax Free Shopping, passata da 154,95 euro a 70,01 euro grazie all'azione del Ministero del Turismo e al Ministro Santanchè, gli obiettivi di raggiungere una maggiore attrattività, democratizzazione e decentramento sono stati raggiunti. Lo comunica **Global Blue** – società leader nel settore – nel corso di Shopping Tourism–Il forum italiano, durante il quale ha presentato alcuni dati in esclusiva sul tema.

MAGGIORE ATTRATTIVITÀ

La norma ha finalmente allineato la soglia alla media UE, consentendo all'Italia di non essere più il Paese con il minimo di spesa più elevato. Ciò si è subito tradotto in una maggiore competitività del sistema, producendo esiti positivi per l'intero comparto. Nel periodo febbraio 2024 - gennaio 2025, le transazioni Tax Free Shopping sono aumentate del +44%, si è registrato un +5% dei volumi di spesa e – soprattutto - sono stati attratti oltre 500.000 nuovi shopper che hanno acquistato esclusivamente tra i 70,01 euro e i 154,94, prevalentemente statunitensi (18%), latinoamericani (12%), svizzeri (9%) e turchi (7%).

MAGGIORE DEMOCRATIZZAZIONE

La nuova soglia ha permesso una democratizzazione del Tax Free coinvolgendo nuove nazionalità. In particolare gli svizzeri, la cui contribuzione delle transazioni sotto la soglia ammonta al 17%, latinoamericani (13%) e turchi (8%). Sopra la soglia la quota era rispettivamente solo del 4%, 7% e 4%. Non solo, queste nazionalità registrano anche l'incremento delle transazioni più significativo: +83% per gli svizzeri; +64% per i latinoamericani; +67% per i turchi.

MAGGIORE DECENTRAMENTO

La misura incentiva il decentramento dello shopping: con il nuovo limite minimo, la contribuzione alla spesa Tax Free delle 4 città principali (Milano, Roma, Firenze e Venezia) scende al 52%, una diminuzione di 25 punti percentuali rispetto al 77% registrato per gli acquisti oltre i 154,94 euro. Questo favorisce turismo e indotto nelle destinazioni che non rientravano abitualmente negli itinerari degli shopper stranieri e che vedono la loro quota di spesa Tax Free salire dall'11% al 27%. L'aumento delle transazioni è particolarmente significativo in mete come Catania (+73%), Como (+69%), Amalfi (+65%), Napoli (+63%), San Gimignano (+63%), Verona (+61%), Bellagio (+58%), Assisi (+54%) e Bologna (+50%).

Tale decentramento ha comportato un ulteriore beneficio: favorire gli acquisti verso il retail locale e il piccolo artigianato, da sempre legati al concetto di Made in Italy. Considerando solo questo segmento di mercato, è possibile constatare come le transazioni Tax Free siano aumentate del +56% e i volumi del +12%: numeri ben superiori rispettivamente al +44% e al +5% generati a livello nazionale. A fare da traino settori merceologici come pelletteria e borse (+56% di transazioni e +17% di spesa), scarpe (rispettivamente +85% e +29%) e profumi e cosmetica (+150% e +49%).

"I dati del primo anno di riduzione della soglia di accesso al Tax Free Shopping dimostrano che quanto raccontato alle istituzioni e agli stakehloder del settore nel corso degli ultimi anni aveva un suo profondo radicamento. Aver allineato l'Italia al resto d'Europa, portato mezzo milione di shopper esclusivi nella sola fascia di spesa 70,01-154,94 euro*, attirato nuove nazionalità e rafforzato nuovi centri di shopping lontani dalle classiche destinazioni, favorendo al contempo il retail locale e il piccolo artigianato, è un successo non solo per noi operatori del settore, ma del sistema Italia nel suo complesso – a partire dal Ministero del Turismo – che ha voluto fortemente investire in questa norma",* ha dichiarato **Stefano Rizzi**, Managing Director Italy di Global Blue.

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 €28bn di Sales in Store e €422M di fatturato nell'anno fiscale 2023/24.
Global Blue è quotata al New York Stock Exchange.
Per maggiori dettagli, visitare il sito www.globalblue.com

UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue
Massimiliano Mellone
Mob. +39 345 6745686
globalblue@utopialab.it