Salone del Mobile: crescono del 10% le ricerche di soggiorno su Milano. Il turista più atteso è lo statunitense

Il capoluogo lombardo si conferma capitale italiana del Tax Free Shopping, registrando il 43% della spesa nazionale e un +10% di volumi rispetto allo scorso anno. I dati dell'osservatorio THE NEXT di Global Blue e Lybra Tech

- Tra le nazionalità extra-Ue, gli Stati Uniti si confermano il mercato più attivo, rappresentando il 17,8% della domanda turistica per la Design Week.
- Le date più richieste sono lunedì 8 aprile, giornata di apertura del Salone del Mobile, e venerdì 11 aprile.
- Il mix di nazionalità del Tax Free vede in testa gli arabi, saliti dal 14% al 16% dei volumi, superando i cinesi al 12% (-3 punti sul '24). Stabili gli americani all'11%.
- Lo scontrino medio più alto è dei turisti cinesi (1.982 euro), seguiti dagli statunitensi (1.756 euro) e dai viaggiatori del Sud-est asiatico (1.710 euro).

Milano, 3 aprile 2025 – Milano si prepara ad accogliere i visitatori internazionali in arrivo per il Salone del Mobile 2025, con una domanda che tra gennaio e marzo ha visto crescere del +10% le ricerche di soggiorno in città. L'identikit del turista atteso è chiaro: sarà principalmente statunitense, in coppia e con una permanenza media di due notti. Non stupisce, visto che gli americani sono anche tra le principali nazionalità a fare acquisti Tax Free shopping in città. A fotografare questi trend è il report **THE NEXT**, osservatorio nato dalla partnership tra Global Blue, leader nel Tax Free Shopping, e Lybra Tech, azienda italiana specializzata in soluzioni tecnologiche basate sui big data per destinazioni turistiche, aziende ed hotel.

Tra le nazionalità extra-Ue, gli **Stati Uniti** si confermano quindi il mercato più attivo, rappresentando il 17,8% della domanda turistica prevista per la Design Week. Seguono, a distanza, il Regno Unito (4,9%) e la Svizzera (3,6%). Rispetto allo scorso anno, la finestra di prenotazione (Booking Window) si è accorciata, passando da circa due mesi a **46 giorni**, segnale di una maggiore dinamicità del mercato turistico. Gli americani continuano a pianificare con un margine leggermente più ampio, prenotando in media 50 giorni prima della partenza, contro i 45 giorni dei britannici e i 42 degli svizzeri.

Le date più richieste sono **lunedì 8 aprile**, giornata di apertura del Salone del Mobile, e **venerdì 11**. La permanenza media supera le **due notti**, arrivando a tre per i viaggiatori provenienti da paesi più lontani, come Australia e Brasile. **I viaggi di coppia restano la scelta predominante**, con il 61% della domanda, pur registrando un calo di 10 punti percentuali sul 2024. A bilanciare questa flessione è la crescita dei viaggi in famiglia, che salgono dal 10% al 19%. Stabili su quote minori i turisti singoli (16%) ed i gruppi (4%).

L'area più gettonata di Milano si conferma quella intorno alla **Stazione Centrale**, con una domanda turistica doppia rispetto al Centro Storico. Al secondo posto si posiziona la zona di San Siro, seguita a distanza da Porta Nuova. Restano rilevanti, seppur con volumi inferiori, anche le aree di Porta Venezia e Porta Volta.

Incrociando i dati previsionali con quelli consuntivi, THE NEXT rileva che, tra dicembre 2024 e febbraio 2025, Milano si è confermata **la principale meta italiana per il Tax**

Free Shopping, mantenendo una quota del 43% della spesa totale, più del doppio rispetto a Roma (20%). Nel capoluogo lombardo, la spesa Tax Free è cresciuta del **+10%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un trend in linea con le altre città d'arte e con la media nazionale. Tuttavia, Milano si distingue per uno scontrino medio elevato: **1.409 euro** per transazione, quasi in linea con Venezia (1.447 euro) e del 37% superiore rispetto alla media italiana.

Osservando le nazionalità, gli **arabi**, passati dal 14% al 16% dei volumi, hanno superato i cinesi, in calo di 3 punti al 12%. Gli statunitensi restano stabili all'11%. Milano si conferma la città con la maggiore incidenza della spesa per tutte le principali nazionalità: qui gli arabi generano il 51% dei propri volumi, i cinesi il 43% e gli americani il 34%.

I turisti **cinesi** continuano a registrare lo scontrino medio più alto, pari a 1.982 euro, seguiti dagli statunitensi a 1.756 euro e dai viaggiatori del Sud-est asiatico a 1.710 euro. Il **Fashion & Clothing** domina tra le categorie merceologiche, rappresentando l'80% della spesa Tax Free, seguito da Watches & Jewellery, che incide per il 16%.

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

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.