

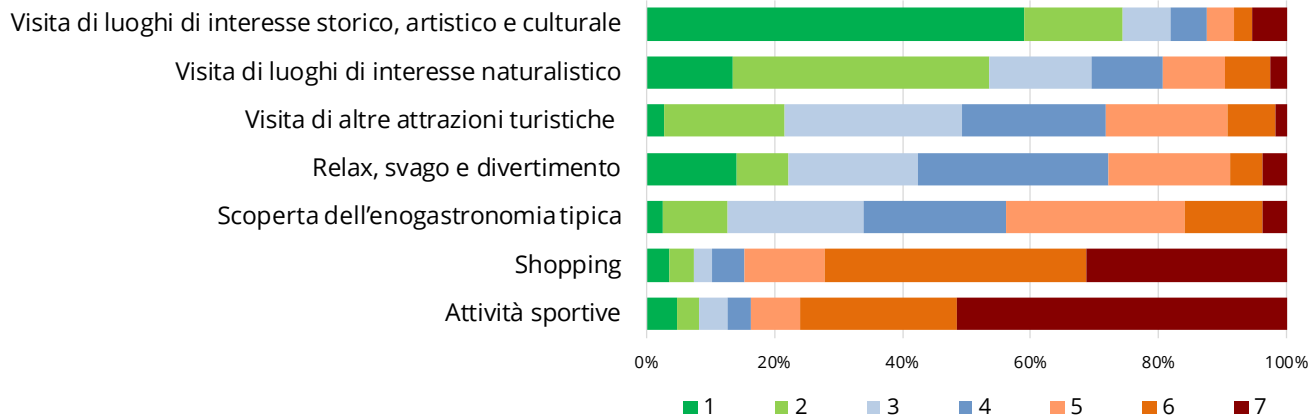
> L'indagine 2019: gli italiani e lo shopping in viaggio - pt2

Dopo aver presentato nello scorso Flash la prima parte dell'indagine 2019 di Risposte Turismo relativa ai riscontri ottenuti dai turisti italiani in merito ai loro viaggi con motivazione principale il fare acquisti, si passa in questo articolo ad analizzare il profilo degli italiani che fanno acquisti durante il viaggio quando quest'ultimo non è motivato dal fare shopping. Anche al campione di italiani che non hanno mai messo il fare acquisti in testa alla motivazione di viaggio sono state chieste le tre destinazioni che vengono in mente pensando allo

shopping tourism, e la classifica rispetto all'altra parte del campione non cambia: è ancora New York la città che è stata citata con più frequenza, indicata dal 45% dei rispondenti e seguita da Milano (40%), Londra (36%) e Parigi (33%).

Shopping che, pur essendo presente nella vacanza, tuttavia non ricopre una posizione molto alta nella classifica delle attività da svolgere durante il viaggio. Secondo l'ordine di interesse espresso dal campione per sette attività, lo shopping ha infatti ottenuto il sesto posto, precedendo solo lo sport in viaggio. Il 10% dei rispondenti l'ha comunque posizionato nella propria top 3.

> Graf. 1 Ordine di interesse per le seguenti attività quando si viaggia

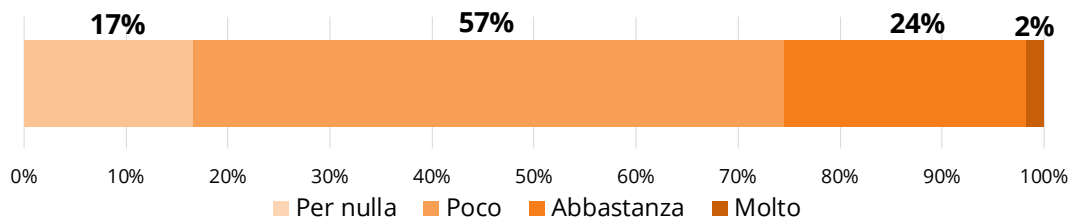


Fonte: Risposte Turismo. Shopping Tourism Italian Monitor (2019). Nota: su una scala da 1 a 7, dove 1 rappresenta l'attività più interessante e 7 quella di minor interesse durante il viaggio.

Sebbene nel confronto con altre attività lo shopping non figura tra le principali – il 57% del campione ha detto che conta poco – esiste un

quarto del campione per il quale, invece, esso ricopre un ruolo abbastanza importante.

> **Graf. 1** *Peso dell'attività di shopping quando si viaggia*

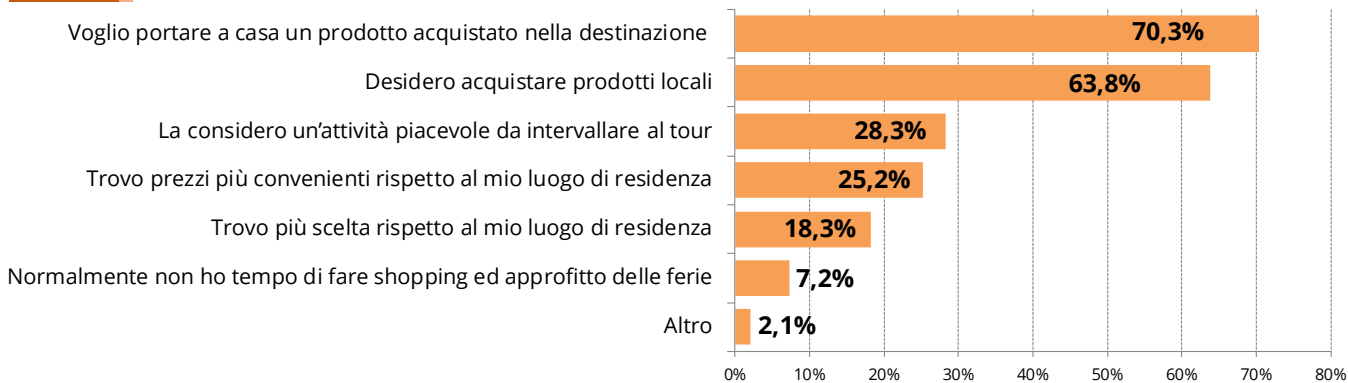


Fonte: Risposte Turismo. Shopping Tourism Italian Monitor (2019).

Si fa shopping durante il viaggio principalmente per portare a casa dei prodotti acquistati nella destinazione della vacanza (70,3%) o prodotti tipici del territorio di riferimento (63,8%). Per tre rispondenti su dieci, inoltre, il fare acquisti viene

percepito come un'attività piacevole da intervallare alle visite culturali e i tour nella destinazione scelta (28,3%). Incidono meno l'eventualità di trovare prezzi più convenienti e l'aver più scelta rispetto al proprio luogo di residenza.

> **Graf. 2** *Motivazioni legate al fare acquisti nella destinazione*

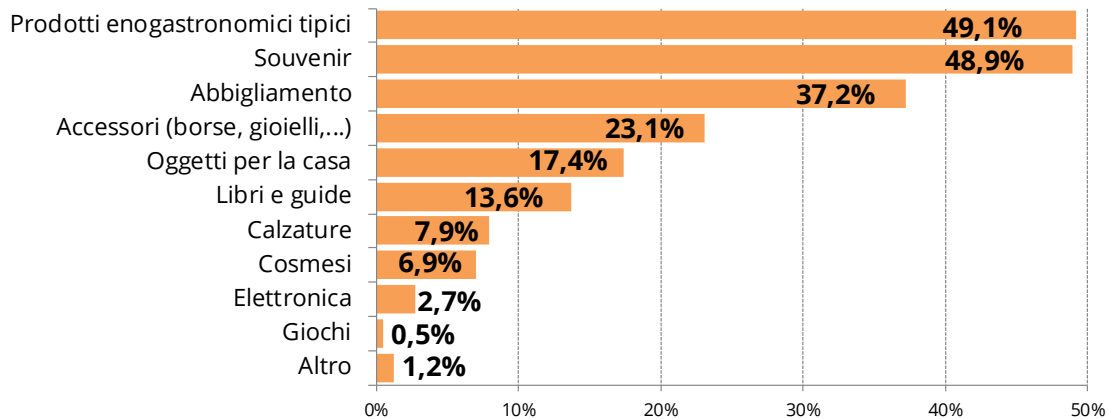


Fonte: Risposte Turismo. Shopping Tourism Italian Monitor (2019).

Quanto alle categorie merceologiche, questo campione di italiani ha indicato i prodotti enogastronomici tipici ed i souvenir ai primi posti tra le proprie preferenze, prodotti citati da circa metà dei rispondenti. Al terzo posto si colloca l'abbigliamento (37,2%). È interessante notare

come l'interesse per determinate tipologie di prodotto sia diverso a seconda del campione indagato. Si ricorda infatti che gli shopping tourist hanno indicato come categoria merceologica preferita l'abbigliamento, seguito dalle calzature.

> **Graf. 3** *Tipologia di prodotti di interesse per acquisto in viaggio*

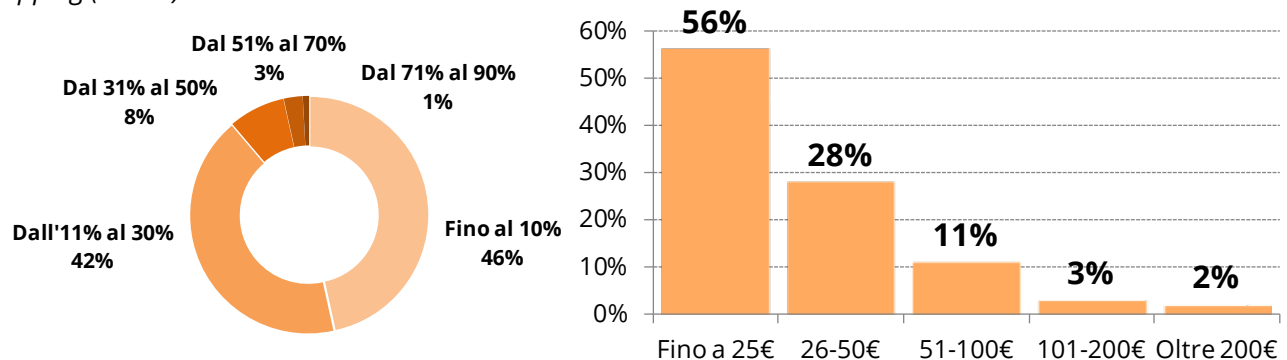


Fonte: Risposte Turismo. Shopping Tourism Italian Monitor (2019).

Anche il peso della voce shopping sul costo totale del viaggio cambia a seconda che si viaggi prevalentemente con quella motivazione o meno. Il 46% degli italiani che fanno acquisti in viaggio ma non sono in vacanza per quella ragione destina allo shopping fino al 10% del proprio budget per la vacanza, una quota simile del campione alza il

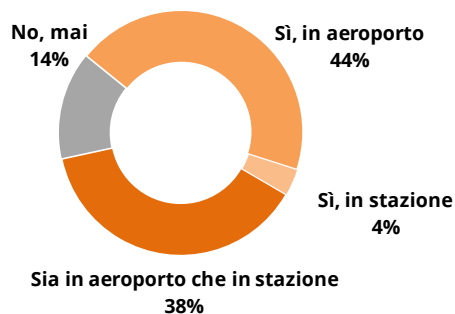
massimale fino al 30%. Emerge quindi una spesa media giornaliera in shopping fino a 25 euro per oltre la metà del campione, con un 28% di rispondenti che ne spende dai 26 ai 50. Come lecito immaginare, il campione di shopping tourist prevede invece cifre più elevate per i propri acquisti, come evidenziato nel precedente Flash.

> **Graf. 4** *Peso della voce shopping sul costo totale del viaggio (sinistra) e spesa media giornaliera sostenuta in shopping (destra)*



Fonte: Risposte Turismo (2019).

> **Graf. 5** Realizzazione di acquisti presso aeroporti e stazioni



Infine, relativamente ad acquisti effettuati presso luoghi di travel retail, l'aeroporto sembra essere la location più scelta (44%) rispetto alla stazione ferroviaria (3%). Travel retail molto gettonato dal momento che solo il 14% dei rispondenti non ha mai effettuato acquisti in questi hub.

Fonte: Risposte Turismo (2019).

**SHOPPING
TOURISM
FLASH**

Tutti i Flash finora pubblicati sono disponibili alla pagina dedicata ai flash del sito di

Shopping Tourism. Il forum italiano
www.shoppingtourismforum.it/FLASH