

## > Ir de compras: il caso Barcelona Shopping City

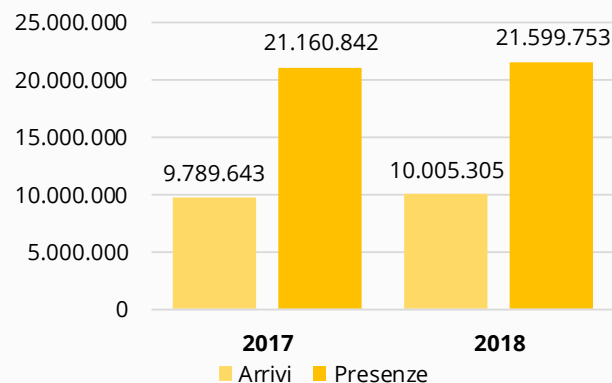
Già da qualche anno la Spagna sta lavorando allo sviluppo dello shopping tourism attraverso vere e proprie linee guida nazionali, a partire dal *Plan de Turismo de Compras* del 2015, finalizzato all'impegno in questo settore per dare avvio sia allo sviluppo dal punto di vista economico e occupazionale sia alla diversificazione del settore turistico spagnolo. Anche singole città si sono dotate di strategie turistiche ed iniziative collegate allo shopping tourism, specialmente quelle interessate da queste dinamiche, come ad esempio la capitale Madrid e Barcellona.

La capitale catalana unisce le sue attrazioni turistiche, l'architettura, la cultura e la varietà della gastronomia ad un'ampia offerta commerciale costituita da negozi che presentano da un lato la tradizione, l'identità e le particolarità della città, dall'altro la modernità e le grandi marche nazionali ed internazionali. Offerta commerciale che vuole essere un fiore all'occhiello perché Barcellona si consolidi come principale destinazione dello shopping in Spagna, oltre ad essere un'importante città turistica a livello non solo europeo.

I risultati in termini di flussi dimostrano che l'interesse per Barcellona sta crescendo di anno in anno. Il traffico nell'aeroporto cittadino ha superato infatti i 50 milioni di passeggeri, segnando un +6% rispetto al 2017 e collocandosi secondo solo all'aeroporto di Madrid a livello nazionale. Nel 2018 sono stati registrati oltre 10 milioni di arrivi nelle strutture ricettive della città

ed oltre 21,5 milioni di presenze, per una permanenza media di circa 2,6 notti (considerando quelle relative ad hotel, pensioni ed appartamenti turistici), ovvero un 2% in più rispetto ai dati relativi al 2017.

> **Graf. 1** Arrivi e presenze nelle strutture ricettive di Barcellona, 2017 e 2018



Fonte: Turisme de Barcelona (2019).

Per quanto riguarda lo specifico segmento dello shopping tourism, secondo i dati di Turisme de Barcelona - la realtà incaricata della promozione dell'offerta turistica, culturale e commerciale della città - l'indotto annuale si aggira intorno ai 37,5 milioni di euro, creando oltre 150.000 posti di lavoro diretti. La reputazione della città in tema shopping è molto positiva: l'86% dei turisti ha affermato che si tratta di una città ideale per fare acquisti ed il 40% manifesta interesse verso tale attività durante la propria permanenza nella capitale catalana. Un interesse che si riflette anche sui numeri del tax free shopping, settore in cui Barcellona e Madrid concentrano l'84% della spesa dei turisti extraeuropei in Spagna. A livello

nazionale, i ricavi dalla fine del 2017 sono diminuiti del 10,5% ma sono in fase di recupero dallo scorso luglio quando si decise di eliminare l'importo minimo di 90,16 euro per il rimborso dell'IVA, generando un incremento del 38% dell'emissione dei moduli di rimborso tra agosto ed ottobre 2018. Una decisione che si allinea alla politica di paesi come Olanda, Regno Unito e Germania e che secondo Global Blue Spagna porterà ad un contributo al PIL nazionale di circa 480 milioni.

Come presentando nelle tabelle che seguono, per quanto riguarda la classifica delle nazionalità che hanno speso di più a Barcellona, i turisti cinesi e quelli argentini si collocano tra i primi posti rispettivamente con oltre 7,5 e quasi 2,3 milioni di euro spesi in tax free shopping, con gli argentini che si aggiudicano la testa della classifica anche per numero di transazioni (oltre 26.000). Sono invece i turisti indonesiani quelli ad avere lo scontrino medio più alto, con una spesa media per transazione di 954 euro. Si specifica che tali dati si riferiscono alle spese di coloro che hanno richiesto il rimborso dell'IVA presso i due uffici di Turisme de Barcelona preposti a tale funzione (in Passatge de la Concepció e Plaça Catalunya).

> **Tab. 1** Prime 5 nazionalità per spesa TFS a Barcellona, 2018

Rank	Paese	Spesa totale
1	Cina	€ 7.514.803
2	Argentina	€ 6.268.681
3	Russia	€ 3.313.626
4	USA	€ 3.167.254
5	Corea	€ 2.560.845

Fonte: Global Blue España (2019).

> **Tab. 2** Prime 5 nazionalità per transazioni TFS a Barcellona, 2018

Rank	Paese	Transazioni
1	Argentina	26.267
2	Israele	11.195
3	Cina	9.094
4	Russia	6.771
5	Corea	6.428

Fonte: Global Blue España (2019).

> **Tab. 3** Prime 5 nazionalità per scontrino medio più alto TFS a Barcellona, 2018

Rank	Paese	Scontrino medio
1	Indonesia	€ 954
2	Hong Kong	€ 945
3	Cina	€ 826
4	USA	€ 750
5	Taiwan	€ 732

Fonte: Global Blue España (2019).

### Barcelona Shopping City

L'area commerciale di Barcellona coinvolge tutti i suoi quartieri, contando circa 35.000 negozi, ma quella più estesa è la cosiddetta Barcelona Shopping Line, un percorso di cinque chilometri che rappresenta una delle più ampie aree di retail in Europa. Attraverso il programma *Barcelona Shopping City*, la città sta avviando una vera e propria politica di sviluppo del settore attraverso alcuni obiettivi da perseguire negli anni a venire. Si punta al posizionamento ed alla conoscenza di Barcellona come punto di riferimento nel settore dello shopping a livello internazionale, lanciando l'iniziativa come un modello commerciale unico che integra architettura, cultura, gastronomia e

servizi. Per realizzare ciò, è necessario creare una rete di stabilimenti commerciali che possano fornire ai clienti prodotti e servizi particolari nella cornice dell'iniziativa *Barcelona Unique Shops*, promuovendo i negozi associati, le associazioni ed i centri commerciali attraverso diverse campagne. Sono stati inoltre lanciati dei primi strumenti di diffusione online e offline, prodotti e servizi per i professionisti o shopping addicted come ad esempio itinerari, card, guide, mappe specifiche e così via.

### **Barcelona Unique Shops**

Per andare oltre l'offerta commerciale della Barcelona Shopping Line, è stato creato un progetto per fare sistema tra esercizi commerciali che forniscono al cliente prodotti e servizi unici. Partendo dall'idea che il visitatore vuole conoscere negozi ed altre strutture che non è possibile trovare in altre città, *Barcelona Unique Shops* si presenta come un marchio che riunisce esercizi commerciali unici della città per dare valore aggiunto all'esperienza di shopping. Un marchio ed un progetto che contano ad oggi oltre 120 realtà associate e che Turisme de Barcelona si propone di ampliare estendendolo anche a mercati, gallerie d'arte, negozi legati al commercio sostenibile ed altre tipologie di esercizi non ancora rappresentati. Questo è uno degli obiettivi previsti nel Piano di Azioni Promozionali, cui si aggiunge inoltre la creazione di itinerari guidati nei quartieri di Barcellona che uniscano la scoperta dei negozi all'offerta culturale e gastronomica della città. Una rete che possa in questo modo presentare in modo completo le eccellenze che richiamano flussi turistici in crescita di anno in anno.

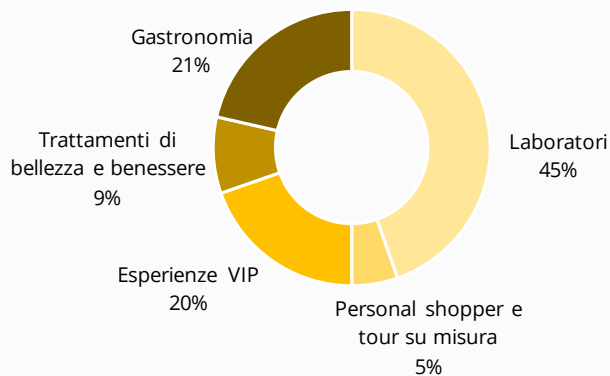
Sono sette le categorie di realtà sotto il marchio *Barcelona Unique Shops*. Identificati da una targa posta al loro ingresso, i negozi emblematici e centenari fanno parte del patrimonio commerciale della città e continuano ad offrire prodotti tradizionali di qualità all'interno di edifici storici che rappresentano lo stile architettonico tipico del '900 catalano. I negozi che presentano un'offerta legata alla moda sostenibile mettono in vendita capi d'abbigliamento ed accessori che rispettano l'ambiente e la salute dei consumatori e che vengono realizzati con materiali ecologici e con tessuti riciclati, rientrando nella filosofia della *slow fashion*. A questa tipologia di moda si affiancano le grandi marche per soddisfare le esigenze di una clientela che cerca prodotti di lusso. L'enogastronomia catalana è rappresentata da laboratori e negozi che conservano i metodi produttivi tradizionali per realizzare tipicità locali che fanno riscoprire i sapori catalani. Anche i negozi all'interno dei musei guadagnano il loro spazio nell'offerta commerciale di Barcellona. Libri, oggetti di design e souvenir vengono attentamente scelti e realizzati ispirandosi alle opere delle collezioni esposte. Negozi che non sono visti come realtà esterne ai musei, ma come parte integrante dei servizi offerti ai visitatori, anche con lo scopo di completare l'esperienza e rafforzare la riconoscibilità dell'istituzione museale. L'artigianato viene rappresentato da laboratori che producono articoli realizzati con le tecniche di una volta. In città hanno infine trovato terreno fertile atelier e stilisti indipendenti di abbigliamento, accessori e calzature che uniscono il design alla modernità ed alla qualità dei materiali e che

presentano la loro offerta in negozi che fanno trasparire la creatività delle collezioni esposte. Alcune di queste tipologie di negozi e laboratori sono al centro del *Barcelona Genuine Shops Tour*, un itinerario a piedi della durata di tre ore che consente di immergersi negli aromi, nei sapori e nei materiali che caratterizzano un'offerta commerciale all'insegna del made in Barcelona. È inoltre disponibile la *Barcelona Shopping Card*, una tessera gratuita che offre sconti ed altri servizi esclusivi in oltre 80 negozi tra quelli associati al programma *Barcelona Unique Shops*.

### Barcelona Shopping Experiences

L'iniziativa *Barcelona Shopping City* include anche l'organizzazione di oltre 50 attività costruite su misura, personalizzate ed esclusive.

> **Graf. 2** Tipologie di esperienze del programma *Barcelona Shopping Experiences*



Fonte: elaborazioni Risposte Turismo su informazioni Turisme de Barcelona (2019).

La maggior parte di esse punta su attività da realizzare all'interno di laboratori di vario genere,

sull'enogastronomia e su servizi, esperienze ed accessi privilegiati. Infine, sono state pensate attività legate alla sfera del benessere e alla consulenza agli acquisti. L'obiettivo è incrementare la varietà delle attività messe a disposizione della clientela interessata ad approfondire l'offerta di shopping in città con un approccio innovativo.

Atelier e laboratori aprono le porte a visite guidate per mostrare la professionalità in essi applicata e per far cimentare il visitatore nella realizzazione di un prodotto da portare a casa come souvenir creativo. Le esperienze gastronomiche, attraverso assaggi e degustazioni di prodotti locali e gourmet, consentono di conoscere i sapori catalani di qualità, dai vini ai salumi, dai formaggi ai prodotti dolciari, passando per caffè, tè e cioccolato. E ancora, esperienze personalizzate si realizzano visitando le zone VIP dei negozi in cui è possibile accedere ad attività e privilegi esclusivi riservati a piccoli gruppi di persone: dalle sfilate private alle anticipazioni delle nuove collezioni. Per quanto riguarda la cura della persona, si possono richiedere trattamenti di bellezza e di benessere che consentono di testare prodotti di qualità e ricevere consigli da prestigiosi professionisti nazionali ed internazionali. Infine, personal shopper specializzati non solo nel settore della moda accompagnano gli interessati agli acquisti in percorsi sia alla scoperta degli esercizi commerciali della città sia di atelier e showroom normalmente non aperti al pubblico.