

SHOPPING TOURISM

Anteprima 2016 | Venezia, 23 novembre



COMUNICATO STAMPA

RISPOSTE TURISMO: al via a Venezia *Shopping Tourism. Il forum italiano*, il primo evento in Italia dedicato al turismo dello shopping.

Presentati i risultati di un'indagine sul fenomeno nelle città di Milano, Firenze e Venezia: 43 euro la spesa media procapite giornaliera in shopping con abbigliamento al primo posto tra i prodotti acquistati.

Quasi due turisti su dieci viaggiano o hanno viaggiato almeno una volta con motivazione prevalente lo shopping e russi turisti "top spender".

Una spesa media procapite giornaliera di 43 euro con l'abbigliamento al primo posto tra le tipologie di prodotti acquistati e una propensione all'acquisto maggiore per chi viaggia da solo.

E ancora, l'esistenza di una nicchia di turisti che viaggia o ha viaggiato con motivazione prevalente lo shopping e russi turisti "top spender" davanti a brasiliani e giapponesi.

Questi i risultati principali di un'indagine sullo shopping tourism nelle città di Milano, Firenze e Venezia contenuta all'interno di *Shopping Tourism Italian Monitor*, il nuovo rapporto di ricerca annuale dedicato alla tematica avviato e condotto da Risposte Turismo e presentato dal Presidente Francesco di Cesare in occasione di *Shopping Tourism. Il forum italiano*, il primo evento in Italia annuale e itinerante dedicato al fenomeno ideato e organizzato dalla stessa Risposte Turismo.

Shopping Tourism Italian Monitor, un cantiere di ricerca che si arricchirà nel tempo di nuovi contenuti e spunti attraverso cui leggere il fenomeno dello shopping tourism, si pone come un punto di riferimento per chiunque operi o sia interessato ad operare all'interno delle dinamiche riconducibili al turismo dello shopping.

L'indagine è stata realizzata attraverso la somministrazione diretta face to face di 1.500 questionari, equamente divisi nelle tre città, in luoghi e giorni differenti all'interno di un periodo sufficientemente ampio per garantire maggiore rappresentatività al campione, scelto in modo casuale.

Ai turisti – sia italiani, sia stranieri – sono state poste domande in merito alle proprie caratteristiche personali, ai loro comportamenti durante il viaggio, alle loro motivazioni di viaggio e alle spese in shopping effettuate in tale occasione, escludendo le spese sostenute per il trasporto, l'alloggio, il vitto e per le attrazioni turistiche (ad esempio musei e parchi).

Relativamente alle spese in shopping, l'indagine mostra una media procapite giornaliera pari a circa 43 euro, dato frutto della media tra i valori che la ricerca ha evidenziato per Firenze (33 euro), Venezia (23 euro) e Milano (74 euro).

"Considerando gli oltre 13 milioni di turisti che sono arrivati nel 2015 nelle tre città oggetto di indagine – ha affermato Francesco di Cesare, Presidente di Risposte Turismo – se si proiettassero i valori risultanti dalla nostra indagine campionaria si arriverebbe ad indicare in oltre 1,4 miliardi di euro le spese annuali in solo shopping, di cui 860 milioni a Milano, 300 a Firenze e 240 a Venezia".

L'abbigliamento risulta la prima tipologia di prodotto sia per numero di acquisti effettuati (46%), sia per valore dell'investimento (43%).

I souvenir sono il secondo prodotto maggiormente acquistato (40%) e il terzo nella classifica delle spese per tipologie di prodotto (9%) alle spalle di accessori - gioielli - pelletteria (23%).

L'indagine evidenzia inoltre che quasi due turisti su dieci viaggiano o hanno viaggiato almeno una volta con motivazione prevalente lo shopping e come più di un turista su quattro cerca luoghi dove fare acquisti prima di scegliere la destinazione turistica da visitare.

SHOPPING TOURISM

Anteprima 2016 | Venezia, 23 novembre



“Un dato – ha proseguito di Cesare – che testimonia l'importanza di un fenomeno con forti potenzialità di crescita non solo per le tre città oggetto della nostra indagine, ma anche per tutta l'Italia, dove le competenze, le tradizioni e le eccellenze locali si mescolano con l'offerta dei grandi marchi internazionali”.

Per quanto riguarda i comportamenti d'acquisto, l'analisi evidenzia come a spendere maggiormente siano i turisti che viaggiano da soli, seguiti da chi viaggia in coppia e con amici. Al quarto posto i turisti che viaggiano in famiglia, all'ultimo quelli che viaggiano in gruppo.

Con riguardo alle fasce d'età, l'indagine effettuata da Risposte Turismo evidenzia che chi viaggia o ha viaggiato con motivazione prevalente lo shopping è più giovane rispetto al totale dei turisti intervistati e ha una provenienza geografica maggiore dall'Asia, dati interessanti per gli operatori e i decision maker delle destinazioni turistiche italiane nella comprensione delle dinamiche del fenomeno e nella definizione delle migliori strategie per intercettare tale domanda.

Con riferimento alla capacità di spesa infine, i turisti “top spender” risultano essere i russi seguiti da brasiliani e giapponesi.

Da segnalare come i turisti italiani si posizionino al di sopra della media e come francesi e tedeschi siano, rispettivamente, al penultimo e al terzultimo posto tra i quasi 70 paesi di provenienza rappresentati dal campione oggetto di indagine.

Shopping tourism. Il forum italiano si è aperto con l'intervento introduttivo di Gianni Bastianelli, Direttore Esecutivo ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo ed è proseguito con la prima tavola rotonda “*Shopping tourism in Italia: formule diverse*”, all'interno della quale è stata fornita una panoramica di alcune iniziative e attività riconducibili allo shopping tourism in Italia.

L'anteprima 2016 dell'evento si è conclusa con la tavola rotonda “*Le dinamiche dello shopping tourism in Italia: i casi di Firenze, Milano e Venezia*” dedicata alla scoperta del valore del fenomeno in tali contesti territoriali e alle azioni realizzate e da intraprendere per attrarre la domanda turistica che ricerca occasioni per i propri acquisti.

“*Shopping Tourism. Il forum italiano*” ha ricevuto il sostegno di McArthurGlen e di T Fondaco dei Tedeschi by DFS.

Risposte Turismo è una società di ricerca e consulenza a servizio della macroindustria turistica guidata da Francesco di Cesare, attiva da oltre 15 anni sul territorio nazionale ed europeo e specializzata nel fornire soluzioni progettuali ed operative ad organizzazioni e imprese appartenenti al settore turistico.

Risposte Turismo è impegnata nell'attività di consulenza, in quella di formazione nonché nella gestione diretta di eventi e iniziative ad hoc per altre aree della macroindustria turistica.

Nel 2011 ha lanciato Italian Cruise Day, il forum di riferimento in Italia per l'industria crocieristica e nel 2013 Adriatic Sea Forum – cruise, ferry, sail & yacht, evento internazionale itinerante dedicato al turismo via mare nell'Adriatico.

Contact: Barabino & Partners
Jacopo Pedemonte
Tel: 010.272.50.48
Cell: 347.06.91.764
Email: j.pedemonte@barabino.it

Venezia, 23 novembre 2016