



## “Brexit, un’occasione di rilancio per il turismo italiano”: il Webinar di Global Blue

**Milano, 11 giugno 2021**

---

**Brexit**, l’uscita del Regno Unito dall’Unione europea, può rivelarsi una grande opportunità per l’Italia. Soprattutto per il turismo. I visitatori UK prima della pandemia, rappresentavano infatti la quarta nazionalità tra coloro che sceglievano l’Italia, con circa 7 milioni di presenze. Di questi, 4 milioni decidevano di fare acquisti nel nostro Paese. Oggi l’Italia è salita al terzo posto tra le loro destinazioni preferite, con un aumento di quattro punti percentuali rispetto al 2019.

Dal 1° gennaio di quest’anno, i cittadini britannici, ormai fuori dall’Europa, possono accedere ai servizi di Tax Free Shopping: un potenziale di entrate di 2,6 miliardi che i retailer europei, in primis gli italiani, devono impegnarsi ad attrarre. Numeri e statistiche che fanno capire la grande occasione all’orizzonte per il nostro Paese. Di questo si è parlato nel Webinar “Brexit, un’occasione di rilancio per il turismo italiano” organizzato da **Global Blue**, società leader nel settore del Tax Free Shopping.

L’evento, moderato dal corrispondente da Londra de *Il Sole 24 Ore*, Simone Filippetti, ha visto tra i relatori: **Stefano Rizzi**, Country Manager di Global Blue Italia, **Alessandra Priante**, Direttore Europa World Tourism Organization (UNWTO), **Giorgio Palmucci**, Presidente di Enit, e **Luis Millan**, Market Research Manager di ForwardKeys.

“Nel primo trimestre dell’anno, grazie alle prime, timide, aperture, in Europa c’è stata una minima ripresa. Ma nel complesso stimiamo che, solo nel Vecchio Continente, siano stati persi 70 milioni di posti di lavoro diretti. Una perdita di trilioni di dollari molto più grave, se comparata, rispetto al periodo di diffusione della Sars o alla crisi finanziaria del 2008”, ha dichiarato **Alessandra Priante**, Direttore Europa World Tourism Organization (UNWTO). “Le restrizioni ancora in vigore e l’incertezza su ciò che succederà sono il maggior ostacolo: Per riprendersi il turismo ha innanzitutto bisogno di programmazione. Occorre recuperare la fiducia dei potenziali viaggiatori, di modo che il viaggio torni a essere visto come qualcosa di leggero e piacevole”.

“L’organizzazione della ripartenza sta andando bene, è sufficiente osservare l’andamento della campagna vaccinale. Gli operatori del settore, nonostante le difficoltà economiche, hanno investito e si sono attrezzati per garantire la sicurezza, che rimarrà un elemento imprescindibile anche dopo la pandemia”, ha affermato **Giorgio Palmucci**, Presidente di Enit. “Negli ultimi 12 mesi ci siamo resi conto cosa significa se il turismo, che rappresenta il 13% del Pil, si azzerà. Ma non dobbiamo dimenticare che l’Italia rimane una destinazione ambita, con un’offerta così ampia da permetterci di avere turisti tutto l’anno”.

“Dal 1° gennaio i britannici possono usufruire del Tax Free Shopping. I cittadini UK, tra i più avanti con la campagna vaccinale, sono un mercato importante per l’Italia, che rappresenta la terza meta preferita per i britannici, con flussi in aumento fino a prima della pandemia”, ha detto **Stefano Rizzi**, Managing Director di Global Blue Italia. “La possibilità di accedere ai servizi Tax Free equivale a miliardi di potenziali entrate: se l’Italia non vuole essere scavalcata dagli altri Paesi deve abbassare la soglia per il recupero Iva da acquisti, altrimenti rimarremo meno attrattivi rispetto agli altri Paesi nostri competitor”.

“Abbiamo notato che gli acquisti di biglietti aerei da parte di cittadini britannici, negli ultimi mesi, hanno registrato un picco in occasione di notizie positive riguardo alle condizioni di viaggio. Per questo ci aspettiamo che quando l’Italia verrà inclusa nella lista verde delle destinazioni britanniche, ci sarà una rapida reazione della domanda UK, come abbiamo visto succedere con il Portogallo”, ha illustrato **Luis Millan**, Market Research Manager di ForwardKeys. “I dati delle prime prenotazioni ci dicono anche che ora i turisti in arrivo, rispetto al 2019, rimangono in media più notti e c’è inoltre un aumento di singole persone o piccoli gruppi (da 3 a 5 persone) che prenotano i viaggi. Le occasioni da cogliere non mancano anche nei mercati non UE: i dati ci dicono che, tra i visitatori USA e EAU (Emirati Arabi Uniti), c’è una crescita di voli prenotati in cabine premium, quindi da parte di una platea con maggiori possibilità di spesa”.



---

## Global Blue

---

*Global Blue è precursore del concetto di Tax Free Shopping, che ha introdotto 40 anni fa. Attraverso la continua innovazione, svolge oggi un ruolo strategico come partner leader nel settore tecnologico e dei pagamenti, aumentando la capacità dei merchant di sfruttare la crescita del turismo internazionale.*

*Il Gruppo mette in connessione tutti gli stakeholders coinvolti nell'ecosistema dello shopping internazionale, fornendo supporto a:*

- *Oltre 29 milioni di turisti internazionali che possono vivere una shopping experience perfetta e completamente personalizzata, dando loro la possibilità di chiedere e ricevere – su acquisti idonei fatti all'estero - il rimborso dell'Iva nella propria valuta nazionale al miglior tasso di cambio;*
- *Più di 300.000 negozi, inclusi brand leader del lusso, a identificare le opportunità emergenti attraverso smart data e intelligence solutions, ad aumentare il numero di visite negli store grazie a strumenti di marketing data-driven e a far sì che il traffico così generato si trasformi in ricavi con il supporto di innovative tecnologie nei punti vendita;*
- *Oltre 50 acquirer, in circa 130.000 punti di contatto, a sfruttare i vantaggi del flusso delle maggiori entrate e a offrire ai negozianti e ai viaggiatori le soluzioni Dynamic Currency Conversion e Added-Value Payment;*
- *Autorità doganali e istituzioni in oltre 40 Stati per aumentare l'attrattività dei singoli Paesi e assicurare che le procedure di Tax Free Shopping siano sicure e in ottemperanza alle direttive vigenti.*

*Nell'esercizio chiuso il 31 marzo 2020, Global Blue ha gestito, a livello globale, 35 milioni di transazioni Tax Free Shopping per un valore complessivo di vendite in negozio pari a 18,5 miliardi di euro, e 31 milioni di transazioni attraverso i servizi Added-Value Payment per un valore di 4,4 miliardi di euro di vendite nei negozi.*

*Global Blue conta oltre 2.000 dipendenti nel mondo in più di 50 Paesi.*

*Per maggiori informazioni, visita il sito <http://www.globalblue.com/corporate/>*

*Twitter: <https://twitter.com/GlobalBlueGroup>*

*LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/global-blue>*

**Per informazioni:**

**UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue**

Piero Tatafiore - Andrea Maccagno – Jacopo Bernardini

Mob. +39 328 6111646 - +39 392 832 6800 - +39 320 0489602

[globalblue@utopialab.it](mailto:globalblue@utopialab.it)