



Turismo estivo, spesa Tax Free oltre il pre-pandemia e il 2022. Americani prima nazionalità: tornano i cinesi nelle città d'arte e si consolidano gli arabi nelle destinazioni balneari

Rizzi (Global Blue Italia): "Una crescita che sottolinea il ruolo centrale del Tax Free Shopping nel promuovere e sostenere il turismo in Italia"

- Notevole incremento della spesa tax free in Italia tra giugno e settembre: +28% sul 2019 e +32% rispetto al 2022. Lo scontrino medio è di circa 1.000 euro (+21% sul pre-pandemia).
- Nazionalità: in testa i turisti americani (31%), seguiti dagli arabi (10%). Si rivedono i cinesi (8%) che preferiscono le città d'arte alle destinazioni balneari.
- Milano, Roma e Firenze i principali centri di shopping per i turisti internazionali, con rispettivamente il 29%, 20% e 12% della spesa tax free totale.
- Tra le località balneari, i maggiori aumenti di spesa tax free rispetto al 2019 si sono registrati a Capri (+80%) e Taormina, che quasi triplica i valori. Bene anche i confronti con il 2022: Taormina (+60%), Forte dei Marmi (+26%) e Porto Cervo (+25%). Gli americani pesano di più a Capri (54%) e Taormina (50%); gli arabi a Forte dei Marmi (27%), Porto Cervo (25%) e Portofino (21%).

Milano, 6 ottobre 2023

L'estate italiana 2023 è stata caratterizzata da un notevole successo per il turismo extra UE e il Tax Free Shopping, con una crescita significativa della spesa nelle città d'arte così come nelle destinazioni balneari. Tale risultato non solo ha superato i livelli pre-pandemici, ma ha anche registrato un significativo incremento rispetto al 2022. L'andamento positivo è supportato da una presenza costante di turisti provenienti dagli Stati Uniti e dal mondo arabo, guadagnando slancio anche grazie al ritorno dei viaggiatori cinesi in Italia. Queste conclusioni emergono dai dati forniti da **Global Blue**, società leader nel Tax Free Shopping, rilevati nel periodo compreso tra giugno e settembre.

"La significativa espansione della spesa tax free nelle città d'arte e nelle località balneari in estate ha confermato le nostre aspettative, offrendo un segnale positivo per l'intero settore turistico. Il ruolo centrale del Tax Free Shopping nel promuovere e sostenere il turismo in Italia è emerso ancora una volta con chiarezza", ha commentato Stefano Rizzi, Managing Director di Global Blue Italia. "Dopo aver attraversato con successo la ripresa post-Covid e consolidato i progressi ottenuti, la sfida ora sta nel garantire una crescita sostenibile. Perciò è essenziale mantenere il nostro impegno nell'offrire un'esperienza di Tax Free Shopping fluida, continuare a lavorare sulla promozione all'estero delle nostre destinazioni e considerare ulteriori misure per rendere l'Italia ancora più accessibile e attrattiva per i turisti internazionali: su tutte l'abbassamento della soglia di accesso ai servizi tax free, attualmente la più elevata in Europa".

A LIVELLO NAZIONALE LA CRESCITA È SOSTENUTA

Il bilancio estivo certifica a livello nazionale un notevole incremento della spesa tax free, con un **aumento del 32% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e del 28% sul 2019**. Lo scontrino medio è di circa 1.000 euro come lo scorso anno, ma in aumento del 21% rispetto al pre-pandemia.

Il mix di nazionalità ha visto salire **al primo posto i turisti americani**: mentre nel 2019 rappresentavano solo il 16% della spesa tax free, nel 2022 hanno più che raddoppiato la loro quota salendo al 36%, per poi attestarsi ora al 31%. Una dinamica simile a quella dei visitatori dai paesi del Golfo che si posizionano subito dietro agli USA per spesa tax free: nel pre-pandemia la loro quota era pari al 7%, salita fino al 12% lo scorso anno per poi ridursi quest'estate al 10%. Un ridimensionamento, quello di americani e arabi, dovuto in particolare alla



ripartenza del turismo dalla Cina, nazionalità principale nel pre pandemia, ora con l'8% della spesa tax free totale (era il 2% lo scorso anno).

I dati riguardanti i canali distributivi e le categorie merceologiche sono rimasti stabili rispetto al 2022. **Le boutique sono più popolari degli outlet**, con quote di spesa tax free rispettivamente dell'89% e dell'11%, rispetto all'84% e 16% del 2019. La categoria **"Fashion & Clothing"** gioca un ruolo predominante, rappresentando il 77% del totale degli acquisti.

CITTÀ D'ARTE: MILANO E ROMA IN EVIDENZA. TORNANO I CINESI

Milano, Roma e Firenze continuano a essere i principali centri di shopping per i turisti internazionali, contribuendo rispettivamente con il 29%, 20% e 12% della spesa tax free. A Milano, il recovery della spesa è stato del 138% in confronto al 2019 e del 126% rispetto all'anno scorso. Situazione analoga si è verificata a Roma, con un aumento del 30% sia rispetto al 2022 che al 2019, e a Firenze, dove il recovery sull'anno scorso è stato del 132%, mentre del 142% rispetto al 2019.

Gli scontrini medi delle città d'arte, in generale superiori alla media nazionale, sono tutti stabili rispetto al 2022 ma in aumento se paragonati al pre pandemia. Lo scontrino medio più alto lo si registra a Milano (1.300 euro, +19% sul 2019), seguito da quelli di Venezia (1.213 euro, +19%) e Roma (1.196 euro, +21%).

Il quadro relativo alle nazionalità rispetta quello nazionale. **Spicca il ritorno dei cinesi**, cresciuti nel peso totale rispetto allo scorso anno: a Milano dal 5% al 18%, a Venezia dal 4% al 17%, a Roma dal 3% al 12%, e a Firenze dal 3% all'11%.

DESTINAZIONI BALNEARI: TURISTI USA PREVALENTI, SOPRATTUTTO A CAPRI E TAORMINA; GLI ARABI PREFERISCONO FORTE DEI MARMI, PORTO CERVO E PORTOFINO

Ottimi riscontri anche dai dati registrati nelle principali località balneari italiane, che hanno tutte abbondantemente superato i livelli pre-pandemici di spesa tax free. Le destinazioni che hanno registrato gli aumenti maggiori tra giugno e settembre rispetto allo stesso periodo del 2022 sono state **Taormina (+60%), Forte dei Marmi (+26%) e Porto Cervo (+25%)**. Confrontando con il 2019, l'incremento maggiore lo si è registrato a Taormina, dove la spesa tax free è quasi triplicata, seguita da Capri (+80%) e Porto Cervo (+32%).

Tra queste località, **quella con la spesa media maggiore è Porto Cervo con 2.540 euro**, seguita a distanza da Capri (1.696 euro) e Forte dei Marmi (1.680 euro). Gli scontrini in queste destinazioni sono aumentati rispetto allo scorso anno del 6%, 3% e 13%.

Le destinazioni balneari si presentano con dei mix di nazionalità più diversificati. Spicca in particolare la mancanza dei turisti cinesi che, pur posizionandosi al terzo posto a livello nazionale, non inseriscono nelle loro rotte queste località. **La presenza degli americani è molto forte in particolare a Capri e Taormina** con oltre il 50% della spesa tax free totale, mentre **gli arabi prediligono Forte dei Marmi, Porto Cervo e Portofino** con quote di acquisti rispettivamente del 27%, 25% e 21%.

GLOBAL BLUE

Global Blue è precursore del concetto di Tax Free Shopping, che ha introdotto 40 anni fa. Attraverso un processo di continua innovazione, svolge oggi un ruolo strategico come partner leader nel settore tecnologico e dei pagamenti, permettendo ai retailer di migliorare le proprie prestazioni e agli acquirenti di migliorare la propria esperienza. Global Blue offre soluzioni innovative in tre diversi settori:

- **Tax Free Shopping:** Aiuta i retailer di oltre 300.000 punti vendita a gestire in modo efficiente 35 milioni di transazioni Tax Free Shopping all'anno, grazie alla sua piattaforma tecnologica in-house completamente integrata. Le sue soluzioni digitali Tax Free shopper, all'avanguardia nel settore, creano una customer experience più efficace e semplice.
- **Servizi di pagamento:** Fornisce una gamma completa di soluzioni tecnologiche con il DCC e di pagamento che consentono agli acquirenti una migliore customer experience, agli hotel e ai retailer di offrire servizi a valore aggiunto per 31 milioni di pagamenti all'anno in 130.000 punti di contatto.
- **RetailTech:** Offrire ai retailer nuove soluzioni tecnologiche, tra cui scontrini digitali e resi eCommerce, che possono essere facilmente integrate con i propri sistemi e che consentono di ottimizzare e digitalizzare i propri processi lungo tutta la customer "journeymonicale", sia in store che online.

Inoltre, attraverso i dati viene offerta una consulenza strategica per aiutare i retailer ad identificare le opportunità di crescita, e allo stesso tempo per ingaggiare gli acquirenti fornendo strumenti che aumentino il traffico, convertendolo in opportunità di business. Global Blue è quotata al NYSE con il simbolo [GB].

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

Dati anno fiscale 2019-20



Per informazioni

UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue
Piero Tatafiore - Massimiliano Mellone - Giulia Cadoni
Mob. +39 328 6111646 - +39 345 6745686 - +39 3317610752
globalblue@utopialab.it