

# Global Blue

## **Tax Free Shopping: cresce del +3% la spesa in Italia nel 2025, grazie all'aumento dei turisti internazionali. Boom delle Olimpiadi: +22% per Lombardia e Veneto**

L'analisi di Global Blue individua nella Gen Z e nelle nazionalità statunitense e latinoamericana i driver della crescita

*Milano, 19 marzo 2026* – Il mercato del Tax Free Shopping mondiale chiude il 2025 con un incremento del +1%, sostenuto dalla performance dell'Europa (+5%) che compensa la flessione della spesa registrata in Giappone (-12%). Nonostante una contrazione nell'ultimo anno, lo shopper cinese rappresenta ancora il 21% della spesa globale, pur mantenendo un profilo fortemente regionale: solo un terzo dei suoi volumi è diretto verso l'Europa, dove si rileva un -14% della loro spesa media. Al contrario, si consolida il ruolo da protagonista dei turisti statunitensi, con il 15% del mercato, spinti dal segmento degli Ultra High Net Worth Individuals (+24%). Sono queste alcune evidenze emerse dall'analisi presentata oggi a Milano da **Global Blue**, leader nel Tax Free Shopping, nel corso dell'evento "Insights 2026".

A guidare la crescita è la Generazione Z, l'unico target a registrare incrementi a doppia cifra sia nel numero di shopper che nel valore degli acquisti (rispettivamente +26% e +19%). L'attrattiva dei giovani per tutti i settori merceologici è significativa: registrano infatti aumenti compresi tra i 15 e i 25 punti percentuali rispetto alle altre generazioni in ogni categoria. Si notano picchi particolarmente elevati nell'orologeria e nel segmento della cosmetica e profumeria, entrambi con un aumento di spesa del +34%.

Emerge inoltre una crescente propensione alla mobilità. Il 24% degli shopper effettua acquisti in due o più città: di questi, il 71% preferisce itinerari multi-tappa all'interno di un unico Paese. Chi acquista in più città ha un profilo altospeso, con uno scontrino medio che supera i 2.300 euro, quasi il doppio rispetto a chi concentra lo shopping in una sola meta.

### **Il panorama italiano: volumi in aumento e nuovi mercati emergenti**

In linea con il trend europeo, anche l'Italia archivia il 2025 con volumi di spesa in aumento (+3%), risultato trainato da un significativo ampliamento della base di shopper (+10%). Il mercato è dominato dagli statunitensi, che rappresentano un quarto del totale. Questo è dovuto principalmente agli UHNWI, la cui spesa è aumentata del +24%: il 55% del loro portafoglio è destinato all'acquisto di orologi e gioielli. Seguono i turisti provenienti dai Paesi del Golfo (10%) e dalla Cina (9%). Tuttavia i cinesi, pur aumentando numericamente (+9%), riducono il valore degli acquisti del -13%.

Tra i mercati emergenti, la ricerca Global Blue sottolinea la crescita dell'area latinoamericana (+12%), che contribuisce per l'8% alla spesa totale grazie a un incremento del +18% in termini di individui. Brasile (43%), Messico (25%) e Argentina (17%) sono le nazionalità capofila di un target che destina un terzo del proprio budget a brand premium e lifestyle (vs un quarto come media overall). Quasi la metà dei loro acquisti si concentra sull'abbigliamento e le borse. Tuttavia, le categorie in maggiore crescita sono orologi, profumeria e cosmetica.

Anche nel contesto nazionale, la Gen Z si conferma protagonista della crescita. Nell'ultimo anno, il volume dei giovani shopper è balzato del +28%, trascinando la spesa a un incremento del +16%. A distinguersi sono soprattutto i comparti dell'orologeria (+48%) e dello sportswear (+38%), seguiti da quello della cosmetica e profumeria (+27%) e dalla gioielleria (+26%). Significativo è il dato relativo a calzature (+11%) e borse (+9%): in queste categorie, i consumi della Gen Z restano in territorio positivo, in controtendenza rispetto alla flessione registrata dalle altre fasce generazionali (rispettivamente -2% e -5%).

Sotto il profilo geografico, Milano e Roma polarizzano il 65% degli shopper, ma si consolida l'attrattività delle mete paesaggistico-culturali – come Firenze, Venezia, Capri, Como o Verona –, scelte per i propri acquisti dal 36% dei turisti. Infine, un 17% opta anche per piccole mete in rapida ascesa, come Taormina, Bellagio o Positano. Queste destinazioni si distinguono per

# Global Blue

una CAGR 2019-2025 della spesa più alto: +8,6%. Ciononostante, è Roma a registrare la crescita annua composta 2019-2025 più significativa in termini di shopper (+11,5%).

## **L'effetto volano di Milano-Cortina 2026: performance record nelle località olimpiche**

Intanto i Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026 hanno agito da volano per il Tax Free Shopping nelle aree coinvolte dalle gare. Nelle due settimane della manifestazione, la spesa nelle località olimpiche ha segnato un balzo del +22%, in netta controtendenza rispetto al +1% del dato nazionale. Milano ha registrato addirittura un aumento del +28%.

Una crescita alimentata dalle nazionalità storicamente legate agli sport invernali: il Canada ha segnato un'impennata del +258%, seguito dagli USA (+144%). Il Giappone, pur registrando una crescita del +20%, ha superato di 53 punti percentuali la performance media del resto d'Italia. Nel complesso, queste nazionalità hanno generato il 38% della spesa nelle località olimpiche.

Ciò che è sorprendente, tuttavia, è la crescita registrata in tutti i profili di shopper di queste tre nazionalità. Il segmento Aspirational ha guidato la volata con un incremento del +147% nel numero di shopper e del +159% nella spesa, ma ancora più significativa è la crescita della spesa degli UHNWI, arrivata al +145%. Ciò conferma come l'atmosfera dei Giochi, lungi dal disincentivare questo consumatore dagli acquisti, abbia invece agito da catalizzatore. Sotto il profilo merceologico, l'effetto olimpico ha generato un'impennata record nel comparto degli articoli sportivi (+361%), ma ha saputo valorizzare anche orologeria e gioielleria che hanno infatti registrato un +183%, a testimonianza di un appeal capace di intercettare ogni fascia di pubblico.

## **GLOBAL BLUE**

Global Blue, una società di Shift4, è il business partner per l'intera shopping journey: connette in tutto il mondo decine di migliaia di retail e hotel con quasi 80 milioni di consumatori, fornendo tecnologia per i pagamenti, servizi Tax Free shopping e post-purchase solution per migliorare l'esperienza di vendita.

Come sua società di appartenenza, Shift4 (NYSE: FOUR) sta ridefinendo in modo innovativo il mercato, semplificando in tutto il mondo gli ecosistemi di pagamento con una soluzione commerciale end-to-end. La consolidata piattaforma commerciale gestisce miliardi di transazioni ogni anno per oltre 200.000 aziende di tutti i settori.

Per ulteriori informazioni, visita [www.globalblue.com](http://www.globalblue.com) e [www.shift4.com](http://www.shift4.com).

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

Massimiliano Mellone: +39 345 6745686 | [globalblue@utopialab.it](mailto:globalblue@utopialab.it)