

## Shopping in crescita

# La Lombardia è la regione dove il turista più spende

Aumentano gli acquisti dei visitatori: incassati 813 milioni in un anno

FEDERICA ZANIBONI

■ Altro che Londra, Parigi o New York. La vera capitale della moda è Milano, e la conferma arriva dai turisti stranieri provenienti da tutto il mondo. Tanto che la Lombardia, stando agli ultimi dati **Enit**, è diventata la regione d'Italia dove i visitatori spendono di più.

D'altronde come si potrebbe resistere a una visita nel capoluogo lombardo senza incappare nelle grandi firme italiane? Secondo le ultime analisi effettuate dall'Agenzia nazionale del turismo, i visitatori stranieri sono soprattutto attratti dalle mete considerate cult della moda: Milano, Roma e Firenze per prime, predilette maggiormente dai turisti provenienti dal Belgio, dalla Spagna e dalla Russia. Anche Venezia si annovera tra le città italiane particolarmente apprezzate oltreoceano.

Così l'Italia, grazie agli acquisti internazionali, incassa 1,5 miliardi di euro - secondo i dati aggiornati al 2018. Rispetto all'anno precedente la spesa è aumentata del 2,5 per cento e rappresenta il 3,5 per cento del totale complessivo speso dagli stranieri in visita nella Penisola.

Tra le regioni italiane, il primato spetta proprio alla Lombardia, che con un incasso di 813 milioni

di euro raccoglie più del 55 per cento della spesa turistica totale degli stranieri per shopping e acquisti. Si tratta di numeri raggiunti non soltanto per la vicinanza dei principali mercati europei di provenienza, ma anche per la presenza di destinazioni esclusive dedicate al commercio delle grandi

firme.

Su questi dati è intervenuta Lara Magoni, assessore regionale al Turismo, Marketing territoriale e Moda, che ha definito la regione

come la «capitale dello shopping internazionale». Certamente la si può considerare tale e oltre a questo c'è anche di più. Non è soltanto

per Gucci, Armani, Fendi e Ferragamo. L'offerta turistica lombarda ha punti forti sotto ogni aspetto, dalla moda all'enogastronomia, dai laghi alle montagne, passando per l'arte e le città. Come ha detto l'assessore Magoni, «i visitatori nazionali e internazionali hanno compreso che la nostra regione è in grado di proporre un fantastico mix di offerte».

Senza dubbio l'attrattiva che suscita lo shopping è un grande vantaggio. Infatti «la presenza dei turisti attratti dalla moda e dallo shopping permette la destagionalizzazione dei flussi turistici, rendendo appetibili i nostri territori tutto l'anno» ha sottolineato l'assessore. Non sono poche le mete turistiche, prettamente estive o invernali, che per molti mesi all'anno non hanno occasione di sfruttare le proprie risorse. È per questo motivo, ad esempio, che l'**Enit** porterà l'Italia in Spagna alla Vogue Fashion Night Out, la notte dedicata allo shopping che si terrà a Madrid il 12 settembre. Lo scopo è quello di accrescere ancora maggiormente le potenzialità dell'Italia come destinazione della moda: un evento di questo tipo contribuirà enormemente alla destagionalizzazione del settore, spostando il turismo di massa a un diverso periodo dell'anno. I picchi delle entrate turistiche per gli acquisti si concentrano soprattutto nei mesi di aprile e dicembre, ma seguendo comunque un andamento stagionale altalenante. Al contrario la spesa totale degli stranieri raggiunge il punto più alto soltanto nei classici mesi estivi.



Ressa di turisti stranieri in Galleria Vittorio Emanuele a Milano (Fotogramma)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

