

(QBXB) - ECO

25/05/2022 12:47:02

(ANSA) - ROMA, 25 MAG - La categoria Fashion & Clothing italiana nei mesi di marzo e aprile 2022 mette a segno un tasso di recovery del 44% grazie allo shopping turistico di persone provenienti dall'America e dai Paesi del Golfo. Lo rendono noto i dati di Global Blue per Federazione moda Italia che evidenziano come lo scontrino medio di questi clienti e quindi il valore medio di tutti i prodotti a loro venduti da un negozio, durante un singolo acquisto, sia cresciuto, rispetto al 2019, del +17%: in valore assoluti ogni volta che un turista di questi paesi è entrato in un negozio, tra marzo e aprile di quest'anno, è stato staccato uno scontrino di quasi 1.000 euro, per la precisione di 948 euro contro gli 811 di due anni fa. "Dopo il primo trimestre altalenante per i consumi di moda arriva ad aprile qualche segnale positivo (+3,5%)", dichiara Giulio Felloni, presidente di Federazione moda Italia-Confcommercio. "Ci attiveremo in tutte le sedi istituzionali, insieme a Confcommercio - aggiunge - per limitare gli impatti del caro energia e carburante e per affrontare i rincari. Veniamo da due anni complessi ai quali dovremo rispondere con iniziative e progetti che promuovano il Made in Italy fornendo chiarezza sulla normativa, facilitando l'accesso al credito e condividendo programmi, anche all'interno della filiera della moda, con il mondo della cultura, dell'istruzione e delle professionalità coinvolte". (ANSA).

I03-CHO

25-MAG-22 12:46 NNN

(QBXB) - ECO

25/05/2022 18:54:26

(di Francesca Funari)

(ANSA) - ROMA, 25 MAG - Mai più senza turisti americani e arabi dei Paesi del Golfo. La categoria Fashion & Clothing italiana a marzo e aprile 2022 mette a segno un tasso di recovery del 44% grazie allo shopping turistico che rilancia il settore delle vendite al dettaglio favorendo la ripresa economica post-pandemica dell'Italia. Si tratta di clienti disposti a staccare, per ogni acquisto fatto in un negozio, uno scontrino di quasi 1.000 euro, per la precisione di 948 euro contro gli 811 di due anni fa. Il report di Federazione Moda Italia in partnership con World Capital e Global Blue rende noto che, rispetto al 2019, lo scontrino medio di questi turisti e quindi il valore medio di tutti i prodotti a loro venduti da un negozio, durante un singolo acquisto, è cresciuto, rispetto al 2019, del +17%.

"Veniamo da due anni complessi - dichiara Giulio Felloni, presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio - ai quali dovremo rispondere con iniziative e progetti che promuovano il Made in Italy fornendo chiarezza sulla normativa, facilitando l'accesso al credito e condividendo programmi, anche all'interno della filiera della moda, con il mondo della cultura, dell'istruzione e delle professionalità coinvolte".

Dal report emerge inoltre che nel mese di marzo del 2022 il 71,6% delle vendite è stato effettuato esclusivamente nei negozi contro un 29,4% di acquisti effettuati on-line o attraverso siti e social network, con consegne a domicilio. Uno scenario diametralmente opposto a quanto registrato durante la pandemia dove le imprese attive subivano un calo del 5%, con maggiormente sacrificati i settori di abbigliamento e calzature, e si verificava una diminuzione di dipendenti quasi di due cifre, del 9,7%.

Chi invece non ha risentito del peso del Coronavirus ed è riuscito a crescere quasi 'beneficiando' dei limiti imposti dalla pandemia è stata la vendita online con un aumento degli acquisti, nel 2021, del 59%. con Instagram tra le piattaforme più utilizzate dagli utenti per comprare i prodotti (30,3%), seguito dai siti web con il 21,1%. A risultare resilienti, nonostante il Covid, sono state le high streets delle big 4 Milano, Firenze, Venezia e Roma con Via del Corso valutata anche la strada dello shopping più green e Firenze la città con il green and quality index più alto. (ANSA).

I03-CHO

25-MAG-22 18:53 NNN

(AGI\_CONF) - ECO

25/05/2022 11:53:40

AGI0327 3 ECO 0 R01 /

Moda: Federazione Moda, retail in ripresa con shopping tourism (2)=

(AGI) - Roma, 25 mag. - "Dopo il primo trimestre altalenante per i consumi di moda arriva ad aprile qualche segnale positivo (+3,5%) - dichiara Giulio Felloni, presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio - anche grazie al periodo pasquale e di festa ed a un ritorno del turismo che fa ben sperare. Confido in questo segnale di buon auspicio verso la bella stagione affinché possa far tornare lo shopping tourism e il sorriso ai negozi di moda. Un sorriso che, finalmente, possiamo vedere anche sui volti dei nostri clienti". E prosegue nella riflessione: "Certo gli ultimi eventi non hanno aiutato, ma ci attiveremo in tutte le sedi istituzionali, insieme a Confcommercio, per limitare gli impatti del caro energia e carburante e per affrontare i rincari. Veniamo da due anni complessi ai quali dovremo rispondere con iniziative e progetti che promuovano il Made in Italy fornendo chiarezza sulla normativa, facilitando l'accesso al credito e condividendo programmi, anche all'interno della filiera della moda, con il mondo della cultura, dell'istruzione e delle professionalità coinvolte".

Il comparto del fashion mostra la propria resilienza anche nelle High Street che registrano rendimenti costanti. Più nel dettaglio, come rilevato nel Fashion & High street Report di Federazione Moda Italia in partnership con World Capital e Global Blue, i canoni di locazione delle High Street delle big 4 (Milano, Firenze, Venezia e Roma), rilevati dal Dipartimento di Ricerca di WCG - World Capital Group, hanno mostrato valori in

ascesa, risultando ancora una garanzia per gli investitori.

(AGI)

Gav

251153 MAG 22

NNNN

(TMN) - ECO

25/05/2022 10:08:20

Federazione Moda Italia: retail in ripresa grazie a shopping tourism Ad aprile segnali positivi

Roma, 25 mag. (askanews) - Il retail della moda sta reagendo anche grazie allo shopping tourism. Secondo i dati di Global Blue per Federazione Moda Italia, i turisti americani e dei Paesi del Golfo hanno puntato sullo shopping tax free italiano nel contesto post-pandemico, guidandone la ripresa. Il tasso di recovery, cioè quanto stiamo recuperando rispetto agli stessi mesi del 2019 nella categoria Fashion & Clothing, è pari ad una percentuale del 44% nei mesi di marzo e aprile 2022 nei confronti del 2019, con uno scontrino medio passato dagli 811 euro nel marzo-aprile 2019 ad uno scontrino medio di 948 euro di marzo-aprile 2022 (+17%). In particolare i Paesi del Golfo, nel mese di marzo, hanno già superato quanto avevano fatto registrare nel 2019 (+191% è il tasso di recovery) con un aumento dello scontrino medio del 6%, passando dai 970 euro del 2019 ai 1.120 euro del 2022.

"Dopo il primo trimestre altalenante per i consumi di moda arriva ad aprile qualche segnale positivo (+3,5%) - ha spiegato il presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio, Giulio Felloni - anche grazie al periodo pasquale e di festa ed a un ritorno del turismo che fa ben sperare. Confido in questo segnale di buon auspicio verso la bella stagione affinché possa far tornare lo shopping tourism e il sorriso ai negozi di moda. Un sorriso che, finalmente, possiamo vedere anche sui volti dei nostri clienti. Certo gli ultimi eventi non hanno aiutato, ma ci attiveremo in tutte le sedi istituzionali, insieme a Confcommercio, per limitare gli impatti del caro energia e carburante e per affrontare i rincari. Veniamo da due anni complessi ai quali dovremo rispondere con iniziative e progetti che promuovano il made in Italy fornendo chiarezza sulla normativa, facilitando l'accesso al credito e condividendo programmi, anche all'interno della filiera della moda, con il mondo della cultura, dell'istruzione e delle professionalità coinvolte".(Segue)

MIp 20220525T100804Z