

Congressi e shopping, l'operatore turistico ha un ruolo chiave



Chi viaggia per recarsi ad un congresso approfitta per fare turismo e, perché no, un po' di shopping. Il 15% dei viaggiatori congressisti dichiara, infatti, di spendere in shopping mediamente 25 euro per ciascuno dei giorni di permanenza in loco, contro i 38 euro spesi dai vacanzieri puri.

La spesa probabilmente sarebbe anche maggiore, considerato che il 44% afferma che avrebbe gradito ricevere informazioni sui luoghi dello shopping direttamente nella sede dell'evento congressuale a cui partecipava, se non addirittura prima di partire.

E cosa si compra tra un convegno e l'altro? Le preferenze vanno ad abbigliamento e accessori (31,5%), seguono prodotti di gastronomia locale (13,9%) ma anche cosmetica e profumeria (13,4%), elettronica (9,3%), libri e guide (7,4%) e gli immancabili souvenir (3,7%).

L'indagine poi premia Milano fra i luoghi oggetto della rilevazione: il 90% del campione la consiglierebbe ad altri per uno shopping interessante, candidandosi anche, nel 70% dei casi, per un nuovo viaggio nella capitale lombarda dedicato proprio al tema degli acquisti. Sono i dati principali dell'indagine su MICE (Meeting, Incentive, Congress ed Events) e shopping tourism, condotta per Confturismo-Confcommercio dalla Società di ricerca Risposte Turismo su un campione di oltre 1000 interviste.