

PRIMO PIANO

È stata l'edizione del Forum Atri dedicata all'intelligenza artificiale, ormai pervasiva in tutti i comparti compreso il travel retail, anche se il punto di caduta in termini di utilizzo e plus-valore varia (e varierà) in base alle singole strategie aziendali. Ma a fare capolino nel discorso introduttivo del presidente di Atri, **Stefano Gardini**, sono stati i dati in crescita, relativi sia al traffico passeggeri sia al business travel. Altro fattore chiave dell'appuntamento che ha riunito il plenum del settore, la presenza di **Marco Nocivelli**, **Vicepresidente di Confindustria con delega alle politiche industriali e made in Italy**: "Il travel retail e il turismo hanno in comune un elemento positivo: registrano entrambi una crescita economica, ponendosi in controtendenza rispetto a uno sce-

Inquadra per vedere le video interviste durante il Forum Atri 2025



nario in contrazione (-3,5% della produzione nel 2024 rispetto al 2023) - ha dichiarato Nocivelli -. La forte interdipendenza tra il travel retail e il made in Italy rende questo settore strategico per promuovere le nostre eccellenze a livello globale, sfruttando le enormi potenzialità ancora inesprese". L'evento ha anche visto Stefano Gardini intervistare **Marco Di Dio Roccazzella**, Shareholder & general manager Jakala sul tema dell'intelligenza artificiale applicata al settore del travel retail. Alla tavola rotonda finale, moderata da **David Jarach**, executive chairman di diciottofebbraio, hanno partecipato **Paolo Bertola**, Direttore commerciale ACI blueteam, e **Giacomo Tesolin**, group marketing & franchising director di **Massimo Zanetti Beverage Group**.

TRAVEL RETAIL

# Lo scenario internazionale non frena la crescita

DURANTE IL FORUM ATRI 2025 SONO STATE AFFRONTATE LE PRINCIPALI TEMATICHE AFFERENTI AL BUSINESS TRAVEL. NEL 2024 REGISTRATI IN ITALIA OLTRE 200 MILIONI DI PASSEGGERI, IN ULTERIORE AUMENTO NELL'ANNO IN CORSO

Andrea Penazzi



"Il mercato è in espansione con una **previsione del +8-10% Cagr** sino al 2032. Il f&b si sviluppa più degli altri segmenti"

Stefano Gardini  
Presidente Atri

## LA CONGIUNTURA TRA POCHE LUCI E MOLTE OMBRE

Il protezionismo della politica 'America First' voluto dalla presidenza Trump coinvolge indirettamente anche l'economia del travel retail, con ripercussioni ancora difficili da stimare, anche in base alle reazioni altrettanto protezionistiche nei confronti degli Usa che potrebbe mettere in atto l'Europa. Tra gli aspetti positivi di questa fase, invece, lo sviluppo del traffico passeggeri che nel 2024 ha raggiunto un volume mondo pari a **9,5 miliardi**, anche se "Aci stima che in Europa le infrastrutture aeroportuali non saranno in grado di soddisfare fino al 12% della domanda nel 2050", ha avvertito Gardini invocando una strategia comunitaria. Il calo dei prezzi del greggio ha ridotto i costi operativi delle compagnie aeree, dato che il carburante rappresenta il 30% dei loro costi totali. Questo, unito alla forte domanda di traffico aereo, ha sostenuto la crescita di

PRIMO PIANO

profitti. “Non va però dimenticato – ha proseguito il presidente di Atri – che le compagnie aeree dovranno comunque affrontare aumenti salariali, costi operativi in crescita e ritardi nelle consegne degli aeromobili, il che le obbliga a mantenere in funzione modelli più vecchi, con impatti negativi sull’efficienza del carburante, e ciò potrebbe tradursi in un aumento dei prezzi dei biglietti”. Ancora tra gli aspetti negativi si inseriscono i conflitti in corso, con la conseguente **chiusura degli spazi aerei**. Ciò ha determinato che le rotte più trafficate del mondo si siano concentrate su pochi corridoi sovraffollati. “Ad aggravare la situazione – ha spiegato Gardini – l’adozione, da parte dell’UE, del nuovo pacchetto di sanzioni contro la Russia adottato lo scorso febbraio, che estende il divieto di volo inserendovi vettori di Paesi terzi che effettuano voli nazionali all’interno della Russia. A queste compagnie aeree non sarà consentito volare in Europa”.

**I FLUSSI ACCELERANO**

Nonostante tale scenario, il traffico passeggeri in Europa, secondo le stime ACI Europe, dovrebbe **crescere del 4% nel 2025**, con l’Italia tra i Paesi che stanno avendo le migliori performance (+13,3% dal 2019 al 2024 secondo Air Service One). E nella Penisola **il traffico aereo crescerà del 3,6% nel 2025** (dato Eurocontrol Flight Forecast Update). “Un trend importante se si considera che nel 2024 abbiamo superato i 200 milioni di passeggeri, con un traffico internazionale del 66% e una quota di mercato pari al 9% sul traffico totale europeo”, ha affermato Gardini.

Si osserva, inoltre, la crescita maggiore degli aeroporti di grandi dimensioni (con più di 15 mi-

lioni di passeggeri) che segnano un +15,6%, secondi solo agli scali con un traffico sotto il milione di passeggeri che hanno un tasso di crescita del 16,5 per cento.

Va inoltre osservato che l’aeroporto di Fiumicino, da solo, rappresenta circa un quarto del mercato nazionale. Si tratta di un settore che ormai genera in Italia un valore di **65 miliardi di euro** (dato Luiss Assaeroporti), con **3 milioni di occupati** se si considera anche l’indotto.

**L’INCIDENZA DELLE NORMATIVE SULLE VENDITE**

Nel merito del travel retail, il comparto ha una previsione di crescita mondiale al 2032 fino a **200 miliardi di dollari** (erano 73 miliardi nel 2023).

Protagonisti di questo trend gli scali aeroportuali, che detengo-

no il 60% del mercato, seguiti da railway, ferries, boarder shops, aerei e autostrade.

In Europa, Germania e Francia continuano a rappresentare i maggiori mercati, con la Germania che detiene il 25% delle vendite, la Francia il 24,42%, la Spagna il 12% e l’Italia circa il 7%.

“Ad influire sullo sviluppo del mercato del travel retail saranno anche decisioni normative a livello europeo – ha chiarito Gardini –. E molto dipenderà dalla battaglia che Atri sta conducendo insieme all’European Travel Retail Confederation (ETRC) per la **presenza dei duty free anche agli arrivi**, che secondo alcuni studi potrebbe **incrementare di oltre il 20% le vendite di settore**”. Le normative sono decisive per gli sviluppi di mercato, basti pensare che **l’abbassamento della soglia del Tax free shopping in Italia**

ha determinato una crescita del 42% delle transazioni e un +4% sulla spesa tax free, introducendo anche nuovi acquirenti da diversi Paesi come gli svizzeri, che rappresentano il 21% nella fascia di spesa, i sudamericani (14%) e i turchi (7%).

In generale, quindi, tutte le fonti attestano una crescita consolidata del travel retail dovuta principalmente all’aumento dei viaggi internazionali delle classi medie nei mercati emergenti, interessati ad articoli di lusso, cosmetici e alcolici. Qual è, invece, il ruolo della ristorazione?

“Nonostante la situazione socio economica non sia delle migliori, il mercato è in costante espansione con una previsione del +8-10% Cagr sino al 2032, nel quale spicca il f&b che si sviluppa in proporzione qualche punto percentuale più degli altri segmenti, con grandi potenzialità per questo comparto ma non solo, per il prossimo futuro”, ha specificato il presidente di Atri.

© Riproduzione Riservata

**NEGLI AEROPORTI LA PRESENZA DEI DUTY FREE ANCHE AGLI ARRIVI POTREBBE INCREMENTARE DI OLTRE IL 20% LE VENDITE DI SETTORE**

