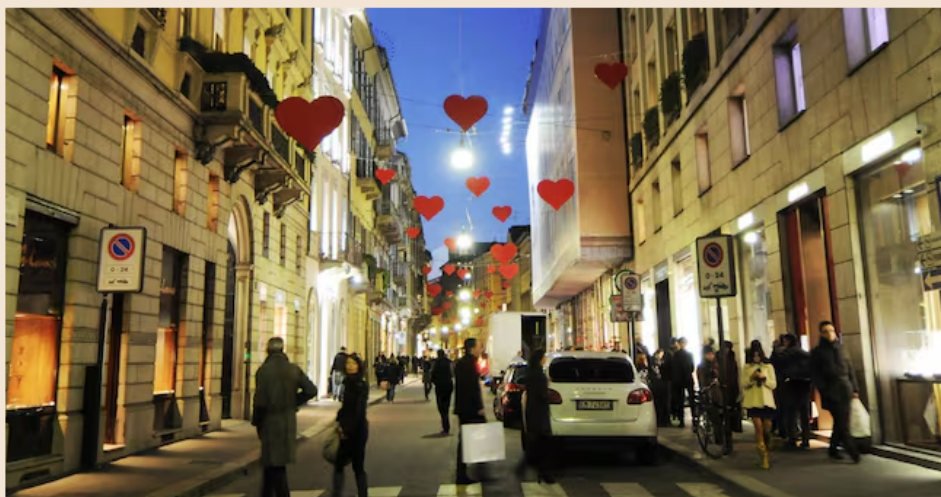


<https://www.ilsole24ore.com/art/montenapoleone-district-presenze-23percento-pre-covid-nove-visitatori-10-sono-italiani-AGd8oToC>

MonteNapoleone District, presenze a +23% sul pre Covid. Stranieri in calo rispetto al 2023

di Marta Casadei

10 febbraio 2025



▲ Italy, Lombardy, Milan, Via Montenapoleone

Di recente via Monte Napoleone è salita sul gradino più alto nella classifica delle vie più care al mondo per gli affitti dei negozi e non a caso: il distretto - che include anche via Sant'Andrea, via Verri e via Santo Spirito, e riunisce oltre 130 marchi del lusso - ha fatto un balzo significativo in termini di presenze rispetto al pre Covid. A fotografare la crescita delle presenze nello shopping district più importante d'Italia, il MonteNapoleone District, è l'Osservatorio Digitale di Deloitte: l'anno scorso il distretto ha registrato 12,6 milioni di visitatori unici, in aumento del 23% rispetto al 2019, l'anno prima della pandemia, e del 15% rispetto al 2023.

Il picco di affluenza si conferma la Design Week, seguita dalle due fashion week donna di febbraio - quella che si apre tra poco dovrebbe portare 185 milioni di euro di indotto - e settembre e dalla Vendemmia di MonteNapoleone, a ottobre. «Siamo estremamente soddisfatti dei traguardi raggiunti e dell'apprezzamento che il pubblico, sia nazionale che internazionale, dimostra verso le vie del distretto - ha detto Guglielmo Miani, presidente del distretto -. Montenapoleone District rappresenta infatti un esempio dell'eccellenza italiana, come cuore pulsante della moda, del design e del lusso, contribuendo significativamente all'affermazione dell'attrattiva di Milano».

La spesa media di 2.500 euro trainata dall'acquisto di orologi e gioielli

Secondo la rilevazione, la maggior parte dei visitatori è italiana (87% del totale), mentre le presenze straniere hanno toccato quota 800.000, in flessione del 20% rispetto al 2023. Gli americani sono in testa tra le nazionalità, con il 10% del totale, seguiti da britannici (7%), cinesi (6%) e altri europei, tra cui francesi (6%), spagnoli (6%) e tedeschi (5%). Presenti anche i turisti russi (4%) e sauditi (3%).

Secondo i dati di Global Blue sulla spesa tax free dei turisti extra Ue, nel 2024 lo scontrino medio nel Montenapoleone District è stato di 2.525 euro, oltre il doppio rispetto alla media nazionale (1.012 euro) e in crescita dell'8% rispetto al 2023, trainati dagli acquisti dei visitatori statunitensi (+18% del totale), dell'area del Golfo (15% del totale) e cinesi (12%). La spesa media è stata trainata da una maggior propensione all'acquisto di gioielli e orologi (+23% rispetto al 2023, con lo scontrino medio a 8.800 euro), pari al 25% della spesa media. In crescita del 16% anche il segmento fashion&clothing, pari al 75% del totale e con una spesa media che supera i 2.000 euro. Sebbene non siano ancora tornati ai livelli pre Covid in termini di presenze o di spesa totale, i cinesi sono i primi per scontrino medio: nel Quadrilatero è stato pari a 3.185 euro. Al terzo posto, dietro i turisti dal Sud est asiatico, ci sono i britannici, nazionalità relativamente nuova alla spesa tax free, con 2.730 euro.

La Ztl sarà un banco di prova (ma è ancora in stand by)

Un banco di prova per la tenuta del distretto saranno i due mesi dall'entrata in vigore della nuova Ztl introdotta dal Comune di Milano nelle strade comprese tra via Manzoni, via Senato, via San Damiano, corso Monforte e via Cino del Duca. La limitazione, che doveva partire il 31 gennaio scorso, non è ancora operativa perché ancora in attesa della determina di Palazzo Marino.

Una volta partita sarà però attiva 24 ore su 24, sette giorni su sette e per un anno non si applicherà - oltre che ai residenti, ai proprietari di posti auto o box e a chi ha prenotato un parcheggio nelle autorimesse: questi sono esentati perennemente - a motorini, mezzi di manutenzione e assistenza, ospiti degli hotel, ncc, taxi e veicoli per carico e scarico merci in specifiche fasce orarie. «Il nuovo provvedimento non risponde al principale problema: ovvero la limitazione alla circolazione e ai parcheggi in sosta vietata dei furgoni, dato che potranno accedere in deroga e comunque già abituati a pagare le multe - aveva commentato

Miani alla fine di gennaio -. Nonostante le sanzioni, prevediamo infatti che continueranno ad entrare anche oltre gli orari consentiti, così come hanno sempre fatto. Ribadiamo infine l'importanza di avere un *grace period* (un periodo di esenzione che può avere una durata anche di qualche decina di minuti, ndr) per garantire l'accesso ai parcheggi nella Ztl per cui chiederemo autonomamente un incontro in merito con il Ministero, visto che ci è stato comunicato che il Comune ha già fatto un passaggio burocratico, senza riscontri positivi». L'associazione si è impegnata, nei primi due mesi di test, a «raccolgere nel corso dei primi due mesi di sperimentazione dati economici sull'andamento degli esercizi commerciali e sul traffico dei furgoni, con l'obiettivo di instaurare un ulteriore dialogo concreto e fattuale. L'obiettivo è favorire l'attrattività di Milano e creare una città inclusiva, facilitando l'accesso alla via dello shopping numero uno al mondo e offrendo i più elevati standard di servizio, già attivi e presenti nelle principali a livello internazionale», aveva concluso Miani.