

Indotto, spesa e pagamenti digitali

A cura del Dipartimento di Design - Politecnico di Milano

Francesco Leoni, Massimo Bianchini, Carla Sedini, Stefano Maffei, Francesco Zurlo

Procedendo con il *journey* nell'analisi della *spesa turistica* a Milano durante la settimana della Manifestazione, in questo paragrafo ci riferiremo alle principali categorie di spesa effettuate dai visitatori: servizi ricettivi, ristorazione e shopping. In un'ottica di studio degli impatti, comprendere la struttura della spesa e collegarla ai flussi di persone che visitano il territorio è importante per diverse ragioni: consente di capire quali sono i settori di attività economica che traggono maggiori benefici dalla Manifestazione, di modulare e gestire l'offerta dei servizi adattandola alle mutabili esigenze dei visitatori e di promuovere pratiche più sostenibili. La prima fonte dati presa in considerazione è la stima dell'indotto generato da Salone del Mobile.Milano pubblicata nel 2024 dall'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza¹. Per l'ultima edizione della Manifestazione, questa stima ammonta a circa 275 milioni di euro² (Tabella 5.9), con un incremento del +13,7% rispetto al 2023 (241,7 milioni di euro).

5.9
Stima spesa turistica totale Settimana del design 2023 e 2024 (in milioni di euro)

Elaborazione Ufficio Studi Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza a partire dai dati di Banca d'Italia, Salone del Mobile.Milano, AEFI, Euro Fair Statistics. Nota: la fonte riporta questa tabella con titolazione: *Stima spesa turistica totale Salone del Mobile 2024 (milioni di euro)*.

	2023	2024	Var. %
Servizi ricettivi per i visitatori	101,3	115,6	14,2%
Servizi di ristorazione	71,9	81,8	13,7%
Shopping	56,2	63,4	12,7%
Ticket Salone del Mobile	12,3	14,3	16,1%
Totale	241,7	275,1	13,7%

Anche l'incremento collegato di spesa pro-capite stimato sempre da Confcommercio è così ripartito: 121,4 euro per i servizi ricettivi (+10,6% rispetto al 2023), 85,9 euro per la ristorazione (+10,1% sul 2023) e 66,6 euro per lo shopping (+9,2% sul 2023) (Tabella 5.10). Queste stime confermano il ruolo chiave del grande evento come generatore di spesa nel territorio.

	2023	2024	Var. %
Servizi ricettivi per i visitatori	109,8	121,4	10,6%
Servizi di ristorazione	78,0	85,9	10,1%
Shopping	61,0	66,6	9,2%
Totale	248,8	273,9	10,1%

5.10
Stima spesa pro-capite giornaliera Settimana del design 2023 e 2024 (in euro)

Elaborazione Ufficio Studi Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza a partire dai dati di Banca d'Italia, Salone del Mobile.Milano, AEFI, Euro Fair Statistics. Nota: la fonte riporta questa tabella con titolazione: *Spesa pro-capite giornaliera (€)*

La spesa relativa ai servizi ricettivi risulta quella prevalente. Come già anticipato (Cap. 5, Paragrafo 5.c), il grande evento internazionale incide sia sull'aumento della domanda sia su quello dei prezzi. Secondo il Centro Studi Abitare Co³, il canone medio degli affitti brevi durante l'edizione 2024 della Manifestazione ha registrato un incremento quasi triplo rispetto ai prezzi di una normale settimana senza eventi nel resto dell'anno. La stessa fonte registra anche una crescita media nei diversi quartieri dei

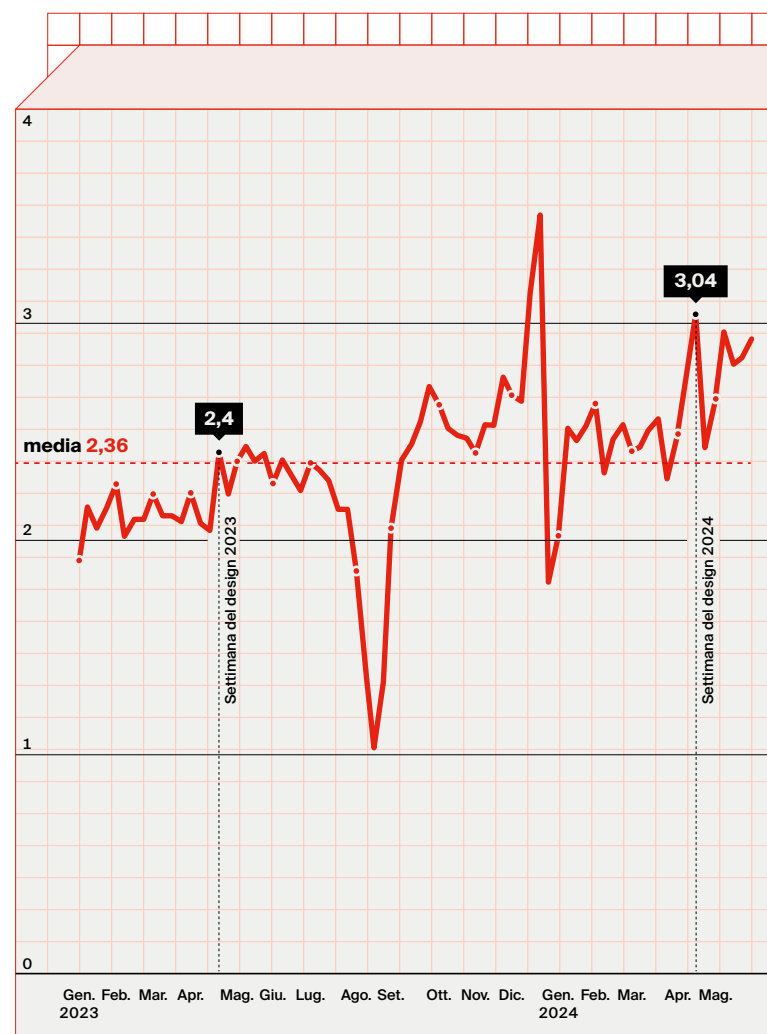
canoni 2024 rispetto al 2023 (+5,3%), tra cui spicca Lambrate con un canone pari a 2.890 euro (+186% rispetto a una settimana standard, +10,8% rispetto all'edizione 2023). Questo incremento, sempre secondo l'analisi, è registrabile anche fuori Milano in diversi Comuni della cintura milanese: 2.310 euro a Rho (+255% su settimana standard), 1.750 euro a Sesto San Giovanni (+213%), 1.890 euro a San Donato Milanese (+207%), 1.610 euro a Segrate (+104%), 1.190 euro a Corsico (+110%).

Sempre in riferimento alla spesa turistica durante l'edizione 2024 della manifestazione, sono stati presi in esame anche i dati sui pagamenti digitali effettuati nel circuito Mastercard, messi a disposizione da Milano & Partners e consultati su YesMilano Data Hub⁴, rappresentati tramite un indice del volume di spesa - non solamente turistica - effettuata attraverso carte di credito/debito nei codici postali di Milano⁵. Questi dati permettono di dettagliare le dinamiche di spesa, in particolare l'origine degli acquirenti (ipotizzabile dall'origine delle carte di credito/debito), l'entità della spesa media per Paese d'origine e i luoghi in città dove si sono concentrati gli acquisti. I Paesi principali che hanno contribuito al volume di spesa totale tramite pagamenti con carte di credito/debito a Milano, dal 15 al 21 aprile 2024, sono: Stati Uniti (9,2%), Svizzera (7,7%) e Germania (7,3%)⁶. Nell'edizione 2023 della manifestazione (17-23 aprile) la proporzione di spesa in città era suddivisa tra gli stessi Paesi come segue: Svizzera (9,5%), Stati Uniti (8,3%) e Germania (7,3%).

La geografia dei Paesi coinvolti nella spesa si modifica radicalmente se consideriamo il valore medio di spesa per singola carta. Sempre dal 15 al 21 aprile 2024, i principali Paesi di questa classifica sono: Emirati Arabi Uniti (1.067,47 euro), Arabia Saudita (993,83 euro), Kuwait (985,17 euro), Hong Kong (831,44 euro), Singapore (793,53 euro), Israele (449,23 euro), Turchia (420,73 euro) e Stati Uniti d'America (377,29 euro). Le carte con spesa media maggiore hanno quindi origine nel *Middle East*, dove guidano gli Emirati Arabi Uniti, l'Arabia Saudita e il Kuwait, e nel *Far East*, con in testa Hong Kong e Singapore.

Durante l'edizione 2024, le principali aree di Milano in cui si è concentrata la spesa sono state individuate tramite i codici postali (CAP) di Milano ai quali, nella dashboard di YesMilano Data Hub, vengono associate aree della città: CAP 20121 - *Brera, Sempione, Castello* (20,7% nel 2024; 21% nel 2023), CAP 20154 - *Sarpi-Chinatown, Monumentale, Porta Volta* (11,1% nel 2024; 11% nel 2023), CAP 20122 - *Duomo, Guastalla, Crocetta* (8,8% nel 2024; 8,1% nel 2023), CAP 20123 - *Cinque Vie, Colonne, Sant'Ambrogio, Magenta* (7,4% nel 2024; 7,2% nel 2023). I principali servizi commerciali interessati dagli acquisti sono: abbigliamento (19,2% nel 2024; 20,7% nel 2023), supermercati e altri

negozi di alimentari (18,3% nel 2024; 17% nel 2023) e ristorazione (16,9% nel 2024; 16,5% nel 2023). I dati sui pagamenti digitali permettono, infine, una fotografia della stagionalità della spesa a Milano. La distribuzione temporale di questa spesa, leggibile tramite l'andamento della media settimanale, evidenzia come il volume della spesa totale a Milano durante l'edizione 2024 (15-21 aprile) sia cresciuto del +26,1% rispetto al 2023, attestandosi sopra la media del periodo compreso tra gennaio 2023 e maggio 2024 (Grafico 5.11). Anche questo dato trova una correlazione con la crescita percentuale delle presenze al Salone del Mobile. Milano 2024, pari al +22%.



5.11
Variazione della spesa media settimanale nella città di Milano

Variazione indice del volume di spesa media settimanale rilevato tramite pagamenti digitali sul circuito di pagamento Mastercard nella città di Milano nel periodo dall'1 gennaio 2023 al 26 maggio 2024 (73 settimane in totale). L'indice si riferisce alla media settimanale della spesa nel 2019. Fonte: YesMilano Data Hub. Consultati nel mese di ottobre 2024.