

# Il travel retail aeroportuale: how Non Aviation business redesign consumer behaviour. Il caso Malpensa

*Autore della tesi: Federica Galli (2015-2016)*  
*Ateneo: Università degli Studi di Milano-Bicocca*  
*Tutor aziendale: Tomaso de Abbondi*

Questo lavoro ha come oggetto lo studio del *travel retail*, con particolare attenzione al canale aeroportuale. Il caso analizzato riguarda l'aeroporto italiano di Milano Malpensa. Con il termine *travel retail* vengono identificate tutte le attività commerciali al dettaglio svolte nei luoghi di transito e movimento (aeroporti, stazioni ferroviarie e navi da crociera), rivolta a consumatori in viaggio.

Nel Capitolo 1 si parte da una sintetica, ma esauriente panoramica sul settore del *travel retail*, cercando di definire il suo significato e la storia, oltre ad approfondire le caratteristiche e i suoi prodotti. Risulterà interessante comprendere come il settore si è evoluto e trasformato nel tempo fino ad oggi: nel 2014 vale 63,5 miliardi di dollari e si prevede che raggiungerà gli 85 miliardi nel 2020. Il *travel retail* sta vivendo un momento di successo e di sviluppo esponenziale trainato dalle vendite aeroportuali che registrano il 90% del fatturato totale del *travel retail*.

Due sono le ragioni principali di tale trasformazione: l'evoluzione dei "non luoghi" in cui i passeggeri trascorrono il tempo di attesa e fanno acquisti - ora veri e propri centri commerciali - e la crescente consapevolezza e istruzione dei passeggeri più abituati a viaggiare e quindi trascorre il proprio tempo nei luoghi di transito.

Nel capitolo 2 si analizza il settore maggiormente rappresentativo del *travel retail*: l'aeroporto. Il capitolo evidenzia le caratteristiche principali dell'industria, la sua evoluzione e progresso; basi per comprendere come il *travel retail*, prima considerato un elemento secondario, raggiunge oggi un ruolo fondamentale. L'evoluzione dei trasporti, la velocità di spostamento, i cambiamenti societari, l'evoluzione dell'uomo come esploratore del mondo ha determinato e spinto il settore verso l'innovazione dell'infrastruttura e della strategia commerciale aeroportuale che - da monopolio naturale quale era - diventa un'impresa in cui predominano due business: Aviation e Non Aviation.

Il terzo capitolo analizza l'*experience* del passeggero, in quanto la sua soddisfazione influenza sensibilmente il profitto aeroportuale e merita notevole attenzione. L'aeroporto diventa a tutti gli effetti un'impresa orientata al mercato e al cliente, e necessita quindi una conoscenza dettagliata dei passeggeri: saperli profilare e segmentare per soddisfare esigenze e bisogni.

I principali scali mondiali, oggi, sono diventati opere d'arte curate dai migliori architetti e con un'offerta commerciale e servizi pari se non superiori a quelli presenti nelle più note metropoli di tutto il mondo. Il tutto è supportato dalle innovazioni tecnologiche che rendono i processi e le interazioni tra passeggero e aeroporto più facili, veloci e in tempo reale - social media e email.

Argomento del quarto capitolo è Milano Malpensa, l'aeroporto che ha meglio interpretato l'evoluzione del mercato da una parte e del passeggero dall'altra. Dopo una breve panoramica sulla scalo lombardo, il capitolo ha l'obiettivo di mostrare come il caso Malpensa rispecchi quanto analizzato nei capitoli precedenti. Come la letteratura, gli studi di settore, l'analisi dei passeggeri e le nuove tecnologie a disposizione siano di fatto applicate nella realtà, per acquisire un vantaggio competitivo ed economico da una parte e prestigio e notorietà dall'altro. Il progetto di rinnovo di Malpensa è partito nel 2013 seguendo l'esempio di altri aeroporti, benchmark di mercato, come Changi e Heathrow. Oggi il restyling e la trasformazione, non ancora completamente terminata, rappresenta il fiore all'occhiello del capoluogo milanese del quale richiama i segni distintivi: moda, design, lusso e modernità.

La vecchia Milano Malpensa è solo un ricordo. Oggi l'aeroporto è un luogo da vivere, in cui divertirsi e fare acquisti prima di prendere il volo.