

Global Blue, Rizzi: entro fine 2018 apriremo a Firenze la nostra quarta Lounge

notizia pubblicata **22 Giugno 2018** alle ore **11:30** nella categoria **Turismo**



“Entro la fine del 2018 apriremo la nostra quarta Lounge in una delle città più amate dai turisti di tutto il mondo: Firenze”. Ad affermarlo Stefano Rizzi, Country Manager Global Blue Italia, società leader nei servizi di Tax Free Shopping, in apertura del suo intervento alla 10° Edizione del Luxury Summit organizzato da Il Sole24Ore.

“Global Blue, da sempre, infatti, intende innovare i servizi offerti per garantire ai turisti big spender la migliore shopping experience possibile. Ed è quanto abbiamo realizzato con il network delle nostre Lounge, location eleganti nel cuore dello shopping di lusso delle principali città dove i viaggiatori possono fermarsi per una sosta durante gli acquisti e ricevere un welcome esclusivo. Un concept di successo nato a Milano nel 2015, in occasione di Expo, che ha visto nel 2017 le inaugurazioni di Roma e Venezia, seguite dalla prima al di fuori dei confini italiani a Madrid. E fra poco ne arriverà un'altra- ha detto – Il nostro obiettivo è diventare il punto di riferimento per i turisti internazionali, ma accanto ai servizi esclusivi per garantire la migliore esperienza possibile ai globe shopper, Global Blue sta investendo moltissimo sul fronte dell'innovazione e della completa digitalizzazione del processo di rimborso dell'IVA, Otello 2.0, che avverrà il 1° settembre 2018. Crediamo fermamente, infatti, nella possibilità di realizzare un circolo virtuoso pubblico-privato proprio nel settore del turismo legato al Tax Free Shopping, un mercato importante verso cui auspichiamo ci sia un concreto impegno anche del nuovo Governo per confrontarsi e

lavorare insieme.

L'Italia – ha continuato Rizzi – resta una delle principali mete di viaggio, amata soprattutto dai turisti russi, americani e soprattutto cinesi che nel 2017 sono stati la prima nazionalità in fatto di Tax Free Shopping. I primi mesi del 2018 sono stati impegnativi, ma già i dati delle ultime due settimane di giugno mostrano un trend positivo che ci fa pensare a una ripresa del mercato a partire da settembre. Siamo fiduciosi per i prossimi mesi e continuiamo a investire perché il made in Italy possa attrarre ancora più turisti e risorse. Siamo consapevoli di quanto spazio ci sia per ampliare ulteriormente le frontiere di quel turismo esperienziale su cui l'Italia dovrebbe puntare sempre di più", ha concluso.