

Turisti arabi tornano a fare shopping in via Montenapoleone: +56% vendite tax free

notizia pubblicata **06 Maggio 2019** alle ore **11:30** nella categoria **Turismo**



Essere flessibili e premurosi, stringere la mano delicatamente ma a lungo, evitare di gesticolare eccessivamente, non dire mai 'no' direttamente né alzare il pollice in segno di approvazione. Queste sono solo alcune delle istruzioni su come accogliere un turista arabo in viaggio in Italia spiegate nell'ambito dell'Edizione 2019 del 'Sales Cultural Training Middle East', organizzata oggi a Milano da Global Blue Italia, società leader per i servizi Tax Free Shopping, in collaborazione con MonteNapoleone District, l'associazione che rappresenta gli oltre centocinquanta Global Luxury Brand presenti nelle vie Montenapoleone, Sant'Andrea, Verri, Santo Spirito, Gesù, Borgospesso e Bagutta.

Secondo i dati Global Blue, nel trimestre gennaio-marzo 2019 in Italia si è assistito ad un incremento sia del Tax Free Shopping (+13%) sia dello scontrino medio (+9%) rispetto allo stesso trimestre di un anno fa. In questi primi tre mesi dell'anno, i turisti arabi si sono contraddistinti avendo fatto registrare il secondo scontrino medio più alto pari a 1.033 euro.

Un inizio di anno con segno 'più' anche a Milano dove il Tax Free Shopping ha visto un incremento del 16% così come lo scontrino medio (+14%) rispetto al primo trimestre 2018. Particolarmente positiva la performance dell'area riconducibile a 'Montenapoleone District', cuore pulsante dello shopping della Moda milanese, che ha visto i Globe Shopper incrementare sia il loro Tax Free Shopping (+17%) sia lo scontrino medio (+17%).

Ed è proprio in questa zona, la più esclusiva della città, che i turisti provenienti dal Medio Oriente sono

tornati a fare acquisti: +56% le vendite tax free e +19% lo scontrino medio rispetto al 2018. Ed è proprio in Via Montenapoleone che è stato registrato lo scontrino medio più alto di questi primi tre mesi del 2019: 2.339 euro. Un trend decisamente positivo riconducibile principalmente a un tasso di cambio favorevole oltre che a una situazione geopolitica interna più stabile rispetto allo scorso anno.

Nel corso del Sales Cultural Training sono state evidenziate alcune caratteristiche da considerare quando si accoglie un viaggiatore del Middle East. In primis il fatto che i periodi nei quali i turisti arabi viaggiano maggiormente e si dedicano, quindi, ai propri acquisti tax free sono il mese di aprile, in cui ricade la festività Isra and Mi'raj (il viaggio notturno di Maometto) e la stagione estiva, da giugno a settembre, quando si conclude il Ramadan – iniziato proprio ieri, mese nel quale gli spostamenti non sono consentiti – e si celebra il capodanno islamico.

“Accogliere al meglio i turisti stranieri è nelle nostre priorità – afferma Guglielmo Miani, presidente di MonteNapoleone District – Per questo la formazione di chi lavora nelle Boutique dei nostri associati è per noi uno degli aspetti più importanti del lavoro che da anni svolgiamo. I dati relativi al Middle East sono molto promettenti e il nostro impegno con una presenza attiva all'estero in occasione di manifestazioni legate al turismo di alto livello per la promozione del distretto stanno dando i risultati attesi. A questo proposito mi fa piacere sottolineare che da poco abbiamo preso parte, nello stand della Regione Lombardia, all'Arabian Travel Market che si è svolto a Dubai dal 28 aprile al 1° maggio scorso. Pertanto, auspichiamo in un ulteriore incremento di clienti arabi”.

“È un piacere essere qui a inaugurare l'Edizione 2019 del Sales Cultural Training dedicato ai turisti arabi e ringrazio Montenapoleone District per la consueta disponibilità dimostrata – ha commentato Antonella Bertossi, Partner Relationships & Marketing Manager di Global Blue Italia – Milano e le sue vie del Quadrilatero continuano a essere ambite mete di Tax Free Shopping. I turisti arabi, seppur in presenza minoritaria nel nostro Paese rispetto ad altre nazionalità, hanno grandi potenzialità di spesa, sono in forte crescita in tutte le principali città italiane e dimostrano di apprezzare davvero molto l'accoglienza che le boutique italiane e le nostre Lounge garantiscono loro”.

Nel corso del Sales Cultural Training sono state fornite delle vere e proprie ‘istruzioni’ agli Associati di MonteNapoleone District per accogliere il turista arabo e rendere la sua shopping experience il più piacevole possibile. I viaggiatori dal Middle East sono prevalentemente giovani, colti, viaggiano in gruppi misti – a meno che siano in Italia da soli per lavoro e, in quel caso, sono solo uomini – amano i brand europei, adorano collezionare oggetti di elevato valore e si aspettano eccellenti standard di accoglienza e servizi offerti.