Capodanno Cinese: picchi di arrivi e di vendite tax free dalla Cina.

Il **Capodanno Cinese**, che quest'anno cade il 16 febbraio 2018, è l'evento più importante del calendario festivo cinese, non solo per i cittadini cinesi che lo sfruttano come periodo per viaggiare all'estero, ma anche per i retailer italiani che, specialmente nel settore del lusso, possono capitalizzare il flusso di shopper in arrivo, aspettandosi incrementi notevoli nelle vendite. Per questo i negozi al dettaglio stanno investendo in campagne promozionale per attirare i patiti dello shopping tourism.
Ne è un esempio **Fidenza Village,** outlet certificato Welcome Chinese e protagonista il mese scorso all'apertura dell'anno del turismo Europa Cina a Venezia. **Silvia Tagliaferri,** tourism director della cittadella dello shopping a marchio Bicester Village Shopping Collection spiega: "Le proiezioni delle vendite tax free mostrano che l'Italia ha il tasso di crescita più importante da parte dei visitatori cinesi. Il capodanno cinese è infatti uno dei periodi preferiti per le vacanze, secondo solo alla Golden Week autunnale. Per questo a Fidenza, per celebrare l'anno del Cane, abbiamo installato un esercito di 50 bulldog rossi, decorati dagli studenti cinesi dello Ied Como, in una mostra open air che abbiamo intitolato "Love the Dog Art". La mostra parte da Milano con installazioni in alcuni hotel partner come lo Straf Hotel, il Nyx, il Tocq Hotel e il Visconti Palace che hanno abbracciato il progetto di Fidenza Village per condividere l'estrema attenzione all'accoglienza e alle esigenze degli ospiti cinesi, ai quali proporremo esperienze speciali nel Villaggio, con promozioni nelle boutique e servizi di ospitalità dedicati. Ci aspettiamo grandi risultati quest'anno dal mercato cinese, grazie anche ai voli di Blue panorama che da giugno collegheranno Bologna a 5 città cinesi".
Premier Tax Free, azienda leader per i servizi di tax refund, ha analizzato quanto il flusso di viaggiatori cinesi in occasione di questa festività influenzerà i tassi di vendite tax free degli esercenti italiani, tenendo in considerazione che questo specifico target è emerso come il primo per nazionalità di provenienza sia per flusso incoming che come volumi nelle vendite in Italia lo scorso anno.
Nel corso del 2017 infatti, le vendite ai turisti cinesi sono aumentate su base annua del 39%, un trend di crescita che ha coinvolto tutti i maggiori poli dello shopping italiano: Milano (+47%), Roma (+ 51%) e Firenze (+36%). Tale trend di crescita annuale ha raggiunto il 57% proprio durante il Capodanno Cinese 2017. Picchi registrati in tutte le città chiave, come Milano (dal 47% durante l'anno al 75% durante il Capodanno Cinese) e Venezia (dal 22.5% durante l'anno al 72% durante il Capodanno

Cinese), confermando quanto questa festività rappresenti un'ottima occasione per i turisti cinesi di visitare l'Italia anche per fare acquisti.

"Questi dati sottolineano la sempre più rilevante opportunità che il Capodanno cinese rappresenta per il business italiano." commenta **Sara Benabè**, Country Manager di Premier Tax Free in Italia "I retailer infatti, devono focalizzarsi in anticipo sulle strategie da adottare nei confronti dei consumatori cinesi, volte a rendere la loro esperienza d'acquisto il più fluida possibile. Per esempio, informandoli su dove possano fare shopping una volta arrivati e su quanto sia semplice richiedere il rimborso dell'IVA. Prodotti come Ctrip o WeChat, che includono funzioni dedicate al supporto pratico degli user come la localizzazione degli store in cui possono fare acquisti tax free, il pagamento diretto via App e l'eventuale riscatto di voucher disponibili nelle vicinanze, sono cruciali per tutti quegli esercenti e brand che vogliano attrarre quanti più acquirenti cinesi possibile."

Servizi di pagamenti efficienti sono indispensabili per accogliere la nuova generazione di turisti cinesi in arrivo, sempre connessi ad internet tramite i loro smartphone e abituati a viaggiare senza contanti. Le app di mobile payment rappresentano la quotidianità in Cina e, a poche settimane dall'avvenuta inaugurazione dell'**Anno del Turismo Europa-Cina 2018**, l'Italia è pronta a fornire ai turisti cinesi questo servizio grazie ad **Alipay**, la più grande piattaforma mobile di pagamento e di servizi finanziari al mondo, gestita da Ant Financial.

"Forti dei 40 milioni di negozi fisici aderenti in Cina e più di mezzo miliardo di utenti, siamo arrivati in Italia lo scorso aprile con un obiettivo di diffusione capillare. Ad oggi siamo presenti in migliaia di esercizi: grandi marchi della moda e del lusso ma anche ristoranti, alberghi, taxi, piccoli negozi lungo tutta la Penisola. Il cinese - sia turista che viaggiatore d'affari – ha di fronte a sé un'esperienza di viaggio completa e l'opportunità di pagare in tutta comodità e sicurezza, senza differenze rispetto al paese d'origine. In parallelo, per gli esercenti il convenzionamento con Alipay consente di attivare funzionalità di marketing per stimolare i clienti ad aumentare il traffico e la spesa" ha commentato **Pietro Candela**, Head of Business Development Alipay.