Shopping tourism, arabi terza nazionalità dopo cinesi e russi: ecco come accoglierli

Essere premurosi, stringere la mano delicatamente ma a lungo, 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 2018 del “Sales Cultural Training Middle East”, organizzata a Milano da **Global Blue Italia**, società leader di mercato per i servizi Tax Free Shopping, in collaborazione con MonteNapoleone District, l’associazione che rappresenta gli oltre centocinquanta Global Luxury Brand presenti nel "Quadrilatero della moda"
Per MonteNapoleone District la preparazione, la formazione e la professionalità del personale delle Boutique del Quadrilatero della moda sono un pilastro indispensabile per riuscire ad attrarre sempre più viaggiatori internazionali. Servono per creare con i globe shopper un rapporto di fiducia che possa durare nel tempo, per offrire i migliori servizi in base alla conoscenza e alla comprensione di tradizioni e culture diverse, e contribuire così alla continua crescita del turismo anche legato al Tax Free Shopping nel capoluogo lombardo.
Nell'ambito dell'evento sono stati presentati i dati 2017 che confermano Milano come meta principe del Tax Free Shopping con un incremento delle vendite pari all’8%. Via Montenapoleone, cuore pulsante di questa esclusiva zona della città, con un peso di circa il 65% rispetto alle altre vie del Quadrilatero, ha visto gli acquisti tax free aumentare del 7% rispetto all’anno precedente.
I turisti arabi visitano l’Italia e, seppur in presenza minoritaria rispetto ad altre nazionalità nel nostro Paese, presentano interessanti potenzialità, come così emerge dai dati Global Blue. Da dicembre 2017 a febbraio 2018 il capoluogo lombardo resta la città prediletta (pesa per il 49% sul totale italiano): nelle vie del Quadrilatero, infatti, i viaggiatori del Middle East hanno rappresentato la terza nazionalità in fatto di Tax Free Shopping dopo Cinesi e Russi.
Sempre tra dicembre 2017 e febbraio 2018, i Globe Shopper provenienti dai Paesi Arabi, sebbene abbiano fatto registrare uno shopping tax free in flessione (-9%) rispetto all’anno passato, hanno confermato il loro amore verso tutto quanto è Made in Italy con uno scontrino medio superiore sia rispetto al valore dello scontrino medio “italiano” dei turisti internazionali (942 euro rispetto a 775 euro) sia nel Quadrilatero dove il budget medio di spesa è stato pari a 1.581 euro (1.457 euro il valore dello scontrino medio del Quadrilatero).

Nel corso del Sales Cultural Training sono state fornite delle vere e proprie “istruzioni” agli Associati per accogliere il turista arabo e rendere la sua shopping experience il più piacevole possibile. I turisti arabi, nel decidere le date per i loro viaggi, sono fortemente condizionati dal calendario religioso: per esempio, nel mese del Ramadan gli spostamenti non sono consentiti, al contrario di quanto accade nei giorni di Eid-al-Adha, un periodo tradizionalmente dedicato alla visita a parenti e amici. 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.