



LYBRA

ZUCCHETTI

TURISMO INTERNAZIONALE, MILANO: A SETTEMBRE BOOM DI VISITATORI CON LA FASHION WEEK

Il report THE NEXT di Global Blue e Lybra Tech evidenzia le alte performance di americani, cinesi e arabi. Ponte dell'8 dicembre il prossimo picco di prenotazioni

- La Fashion Week del 2023 è stata la migliore edizione in termini di spesa tax free, con un tasso di recovery del 137% rispetto al 2019 e del 124% in confronto al 2022.
- Primi sul podio gli USA con il 19% del totale della spesa tax free. Protagonisti i turisti cinesi, con lo scontrino medio più alto in assoluto (2.066€, in crescita del 36% sul 2019).
- Focus arabi: a Milano la loro domanda turistica più elevata, sotto la spinta dell'Arabia Saudita. Viaggiano in coppia, prediligono il centro storico e soggiornano tra le tre e le quattro notti.

Milano, 17 ottobre 2023

Boom di turisti internazionali nel settembre di Milano grazie ai tanti eventi ospitati, a partire dalla **Fashion Week**. A confermarlo i dati dell'osservatorio **THE NEXT** di **Global Blue**, società leader nel Tax Free Shopping, e di **Lybra Tech**, azienda che sviluppa soluzioni tecnologiche basate sui big data per destinazioni turistiche, aziende ed hotel. In numeri assoluti, infatti, quella appena conclusa è stata la migliore edizione sia in termini di spesa tax free sia di transazioni, con un aumento degli shopper internazionali del 20% e della spesa (+35%) rispetto alla settimana precedente.

Nel dettaglio, tra il 19 e il 25 settembre, Milano ha segnato un **tasso di recovery della spesa tax free del 137% rispetto al 2019 e del 124% in confronto al 2022**. Non solo, crescono del 22% rispetto alla settimana precedente anche le transazioni. **Lo scontrino medio? 1.417€**, +18% sul 2019 e stabile rispetto a dodici mesi fa (+1%). Agli **americani** il gradino più alto del podio in termini di contribuzione alla spesa, con il 19%. Da sottolineare il ritorno dei **cinesi**, seconda nazionalità per contribuzione (17%) e scontrino medio più alto in assoluto: 2.066 euro, +36% rispetto al 2019. Per quanto riguarda le categorie merceologiche, il **Fashion&Clothing** è stata la più acquistata (84%), con uno scontrino medio di 1.360€, in crescita sia sul 2022 (+9%) sia sul 2019 (+25%). Il **Watches&Jewellery**, invece, si conferma quella con lo scontrino medio più elevato, 5.046 euro.

Il profilo dello shopper internazionale durante la Fashion Week è tendenzialmente giovane: **il 50% appartiene alla GenZ e Millennials**. Il 6% della spesa totale è stato effettuato dal segmento **élite**, più presente del 50% rispetto alla settimana antecedente: il suo scontrino medio è stato di 10.500 euro.

THE NEXT ha poi approfondito il trend relativo alla nazionalità **araba**, che ha contribuito per il 9% sulla spesa tax free totale. Milano, infatti, risulta essere la città d'arte in cui **la domanda dei turisti provenienti dai Paesi del Golfo cresce con i tassi più alti**, individuando nell'Arabia Saudita il mercato dominante: quest'ultima pesa per il 50% della



LYBRA

ZUCCHETTI

domanda turistica, seguita dagli Emirati Arabi (24%) e dal Kuwait (17%). Gli arabi hanno mostrato interesse non solo verso la Fashion Week, ma anche verso il Gran Premio di Monza di inizio settembre, registrando dei picchi di domanda di soggiorno per questi due periodi. A livello di abitudini, tendono poi a viaggiare principalmente **in coppia** e a **soggiornare nel centro storico**. La loro permanenza media oscilla tra **le tre e le quattro notti**, mentre la finestra di prenotazione è relativamente breve, poiché pianificano il viaggio con un anticipo medio di soli 50 giorni prima dell'arrivo.

Proiettando lo sguardo in avanti, il prossimo picco di richieste di soggiorno è previsto per il **ponte dell'8 dicembre**, che si conferma una festività prenotata con largo anticipo. Inoltre, si rafforza il trend di riduzione della *booking window* per le città d'arte come Milano: i viaggiatori prenotano con meno anticipo rispetto al passato, mostrando così un maggiore dinamismo dei flussi turistici anche durante la bassa stagione.

GLOBAL BLUE

Global Blue è precursore del concetto di Tax Free Shopping, che ha introdotto 40 anni fa. Attraverso un processo di continua innovazione, svolge oggi un ruolo strategico come partner leader nel settore tecnologico e dei pagamenti, permettendo ai retailer di migliorare le proprie prestazioni e agli acquirenti di migliorare la propria esperienza. Global Blue offre soluzioni innovative in tre diversi settori:

- **Tax Free Shopping:** Aiuta i retailer di oltre 300.000 punti vendita a gestire in modo efficiente 35 milioni di transazioni Tax Free Shopping all'anno, grazie alla sua piattaforma tecnologica in-house completamente integrata. Le sue soluzioni digitali Tax Free shopper, all'avanguardia nel settore, creano una customer experience più efficace e semplice.
- **Servizi di pagamento:** Fornisce una gamma completa di soluzioni tecnologiche con il DCC e di pagamento che consentono agli acquirenti una migliore customer experience, agli hotel e ai retailer di offrire servizi a valore aggiunto per 31 milioni di pagamenti all'anno in 130.000 punti di contatto.
- **RetailTech:** Offrire ai retailer nuove soluzioni tecnologiche, tra cui scontrini digitali e resi eCommerce, che possono essere facilmente integrate con i propri sistemi e che consentono di ottimizzare e digitalizzare i propri processi lungo tutta la customer "journey omnicanale", sia in store che online.

Inoltre, attraverso i dati viene offerta una consulenza strategica per aiutare i retailer ad identificare le opportunità di crescita, e allo stesso tempo per ingaggiare gli acquirenti fornendo strumenti che aumentino il traffico, convertendolo in opportunità di business

Global Blue è quotata al NYSE con il simbolo [GB].

Per maggiori informazioni, visitare il sito <http://www.globalblue.com/corporate/>

Dati pre-pandemia anno fiscale 2019-20

LYBRA TECH

Lybra Tech è una società italiana che sviluppa soluzioni tecnologiche basate sui Big data, per Destinazioni Turistiche, Aziende ed Hotel. Nel maggio 2020 è stata acquisita dal Gruppo Zucchetti, società leader in Italia per lo sviluppo e la distribuzione di software, hardware e servizi IT. Nel 2021, grazie alla collaborazione di tutte le aziende del Gruppo Zucchetti, prende vita il Travel Data Lake, un potente aggregatore di informazioni che raccoglie, in forma anonima, le ricerche di soggiorno effettuate dai viaggiatori tramite i CRS Zucchetti, e restituisce una previsione accurata della pressione della domanda in un determinato periodo di tempo. Il cospicuo numero di richieste elaborate - in media 40 milioni al mese - permettono di avere una visione chiara dell'andamento della domanda turistica su date future. Le previsioni sulla domanda consentono di avere uno sguardo sul futuro di una determinata area geografica, conoscendo in anticipo la provenienza di chi sta cercando, per quale periodo e per quante notti.

Il Progetto Destination. Grazie al collegamento con il Travel Data Lake del gruppo Zucchetti, Destination è in grado di analizzare, in real-time, le ricerche dei turisti su più di 5.000 destinazioni in Italia e permette di: Analizzare la domanda e prevedere i flussi futuri; Profilare i turisti e stimolare i segmenti di mercato; Ottimizzare le spese di marketing e controllare in real-time l'andamento di ogni attività; Migliorare il forecast e individuare punti di forza e di debolezza; Confrontare le proprie prestazioni con quelle dei competitor.

Per informazioni

UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue

Piero Tatafiore - Massimiliano Mellone - Giulia Cadoni

Mob. +39 328 6111646 - +39 345 6745686 - +39 3317610752

globalblue@utopialab.it