Turismo, il nuovo profilo del cinese in ingresso è giovane, altospendente e amante dello shopping di lusso

I dati di Global Blue presentati nel corso dell'evento sul CHINA RESTART

- Per il 68% dei cinesi, il Tax Free Shopping è tra le ragioni principali di viaggio e acquisto fuori dai confini
- Il 52% è under 42. L'80% predilige acquisti in fashion&clothing
- Lo scontrino medio cresce all'aumentare dell'età: 3.781 euro di Generazione Z e Millennials, 4.891 della Generazione X, 5.391 degli Over 59
- Il 51% fa acquisti a Milano, località con il tasso di recovery della spesa tax free superiore rispetto alle altre città d'arte (60%)

Milano, 14 luglio 2023

È giovane, preferisce fare acquisti in fashion&clothing e spende di più, soprattutto per i prodotti del lusso. Torna in Italia il turista cinese, anche se in parte con un profilo differente da quello a cui eravamo abituati nel pre-pandemia. Lo afferma **Global Blue** nel corso dell'evento *"CHINA RESTART. Il ritorno dei turisti cinesi e le prospettive per lo shopping tax free"*, organizzato dalla società leader nel tax free shopping presso la propria Lounge di Milano. Un tema approfondito con la presentazione di dati esclusivi e inediti, arricchiti dagli interventi di **Martina Riva**, Assessora allo Sport, Turismo e Politiche Giovanili del Comune di Milano, **Francesco Boggio Ferraris**, Academy Director dell'Italy China Council Foundation, e dello stesso **Stefano Rizzi**, Managing Director di Global Blue Italia.

Quello cinese è uno shopper che, nel 2019, rappresentava la prima nazionalità per acquisti tax free in Italia ed in Europa. Qui il traffico era di circa **1,5 milioni di turisti**, che spendevano mediamente **2.400 euro**, più del doppio rispetto alle altre nazionalità (1.100 euro). Oggi che sono ripartiti i voli diretti dalla Cina, sta tornando anche la loro voglia di shopping, un desiderio messo in pausa per troppo tempo. Non a caso, per il **68%** dei cinesi il Tax Free Shopping è la ragione principale di viaggio e di acquisto fuori dai confini del proprio Paese.

Ma qual è il profilo del cinese in ingresso? Si tratta di un soggetto tendenzialmente **giovane** (il 52% è under 42, segmento in crescita in termini percentuali rispetto al 2019) e che preferisce fare acquisti in **fashion&clothing** (80%, in aumento sul pre-pandemia), item che registra il tasso di recovery più elevato rispetto al 2019 (48%). Aumenta lo scontrino medio, che sul fashion&clothing passa da 1.002 euro a 1.384 (+38%): questo in parte per l'innalzamento generale dei prezzi, ma anche soprattutto per una domanda che per lungo tempo non ha trovato spazio e che oggi conta su una quota consistente di risparmio. Lo scontrino medio, inoltre, cresce all'aumentare dell'età. Si va dai 3.781 euro di Generazione Z e Millennials, ai 4.891 della Generazione X (43-58 anni), fino ai 5.391 degli Over 59: tutte fasce che registrano incrementi rispetto al 2019, rispettivamente del +15%, +48% e +70%. È quindi un cinese che, in generale, **spende di più**. Soprattutto per i prodotti del **lusso**, che per loro natura rimangono i più desiderati, registrando un significativo incremento dello scontrino medio, passato da 1.890 a 2.584 euro (+37%).

Per quanto riguarda i metodi di refund, il cinese del 2023 predilige i **wallet digitali** (40%), invertendo un trend che premiava il cash, passato dal 50% del 2019 al 31%. Tuttavia, è un profilo che appare **meno consapevole** delle dinamiche legate al Tax Free Shopping e che necessita di essere maggiormente accompagnato nelle varie fasi del processo di rimborso.

Attraverso i dati di Global Blue si osservano inoltre delle evoluzioni rispetto al pre-pandemia anche a livello di città. **Il 51% degli shopper cinesi fa acquisti a Milano**, che è la località con il tasso di recovery della spesa tax free maggiore rispetto alle altre città d'arte (60%). A seguire Roma, scelta dal 18%, Firenze (9%) e Venezia (5%), che segna un tasso di recupero della spesa tax free appena del 31%. Nel capoluogo meneghino si registra anche lo scontrino medio più elevato: 1941 euro. Un'inversione di tendenza rispetto al 2019, quando Milano rappresentava il fanalino di coda tra le città d'arte menzionate. In generale, anche Roma, Firenze e Venezia vedono degli incrementi su tale voce, all'insegna del trend di un turista economicamente più altospendente.

"I turisti provenienti dalla Cina scelgono l'Italia soprattutto per la moda, l'arte, lo sport e la cultura: tutti ambiti e settori in cui Milano è un vero e proprio punto di riferimento a livello globale. Secondo il profilo del nuovo turista cinese tratteggiato da Global Blue, la nostra città ha tutte le caratteristiche per soddisfare i suoi interessi e le sue esigenze", ha commentato l'Assessora al Turismo del Comune di Milano **Martina Riva**. "Milano sta dimostrando di avere un forte appeal, anche nel dopo pandemia. Il primo semestre 2023 si è chiuso con numeri da record: oltre 4 milioni di arrivi a Milano città e più di 5,5 milioni nell'area metropolitana. In questo trend positivo sicuramente ha un peso anche la riapertura dei confini cinesi ai viaggi internazionali".

"L'atteso ritorno in Italia del turista cinese è una grandissima opportunità per la nostra economia. Global Blue, per supportare il mercato nel migliorare le proprie performance, ha pertanto creato un vero e proprio piano d'azione sul China Restart, per preparare i brand con cui collabora al maggiore afflusso dei cinesi in store, fino a incrementarne ulteriormente la presenza. Un programma che intende aggiornare costantemente i brand sui trend di arrivo dei cinesi, sul loro profilo e le eventuali mutazioni nei comportamenti d'acquisto, attraverso insight e analisi specifiche. Un piano che include anche ulteriori iniziative: dai training ideati per ottimizzare la shopping experience del turista cinese in boutique alle campagne marketing ad hoc, fino alla formazione tecnica sul tax free. Si tratta di un supporto a tutto tondo, che seguirà nel tempo l'evoluzione del flusso cinese in entrata: la fotografia scattata oggi non è detto possa essere la stessa fra tre o sei mesi, è bene continuare a monitorare", ha spiegato **Stefano Rizzi**, Managing Director di Global Blue Italia.

"La prima importante ondata di viaggiatori cinesi all'estero è in arrivo anche nel nostro paese, tra luglio e agosto 2023, con il picco atteso durante la Golden Week autunnale e un pieno recovery nella prima parte del 2024, a condizione che le misure di sicurezza sanitaria saranno mantenute e che non si registreranno ulteriori stop ai viaggi internazionali. I nuovi driver su cui si baserà saranno cultura, sostenibilità e ricerca di esperienze autentiche e personalizzate di alta qualità. Anche lo shopping, tradizionale motivazione al viaggio, cambierà in parte per lo sviluppo di nuove abitudini di acquisto, rendendo prezioso rimanere aggiornati sui nuovi trend emersi durante la pandemia", ha dichiarato **Francesco Boggio Ferraris**, Academy Director dell'Italy China Council Foundation.

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 "journeyomnicanale", 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 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