

Osservatorio Mastercard per il turismo

Emirati Arabi
Analisi dei flussi EAU 2023

Dicembre 2023

Saverio Mucci
Government Engagement Lead x Italy



Disclaimer

@2023 Mastercard International Incorporated.

All rights reserved.

This document contains proprietary data or information pertaining to items, materials, methodologies, concepts, components, processes, or other matters developed or acquired at Mastercard's private expense. Disclosure to unauthorized persons would likely cause substantial competitive harm to Mastercard's business position. The contents of this document or its existence shall not be disclosed to any third parties without the express written approval of Mastercard nor shall be used in any manner other than to evaluate the proposed solution(s)/projects described in this document. The dissemination of this document shall be limited only to those employees or officers who have a need to know for the purposes of evaluating the matters discussed herein. Any assumptions, opinions and estimates expressed in this document constitute Mastercard's judgment as of the date thereof and are subject to change based on continued due diligence. Any commercial terms detailed in this document are indicative and exclusive of value added or sales taxes and are subject to the underlying assumptions and dependencies set out herein. Mastercard reserves the right to review and make any adjustments based upon changes in the associated assumptions and/or terms and conditions. Mastercard makes no warranties concerning this document and disclaims all express and implied warranties to the extent permitted by law, including but not limited to any implied warrant of merchantability, course of dealing, or fitness for a particular purpose. Mastercard does not represent or warrant any information in this document is or will be always up-to-date, complete, or accurate. The information presented herein does not constitute legal advice and is not to be acted on as such. Nothing herein shall be construed as an offer or commitment by Mastercard to enter into negotiations or a definitive agreement. Mastercard may decide to withdraw from the discussions at any time without liability or further obligation to any other party. Except for the confidentiality obligations stated above, neither party shall be liable to the other party as a result of the failure to fulfil any obligation described in this document or the failure to enter into any agreement contemplated by this document



I Big data generati dalla rete global di pagamento Mastercard consentono di realizzare insights unici, che poi diventano azioni e decisioni a sostegno della strategia dei soggetti interessi

3,2B



Carte nel mondo, debito-credito-prepagate

+210



Paesi nel mondo, in 5 continenti

+80M

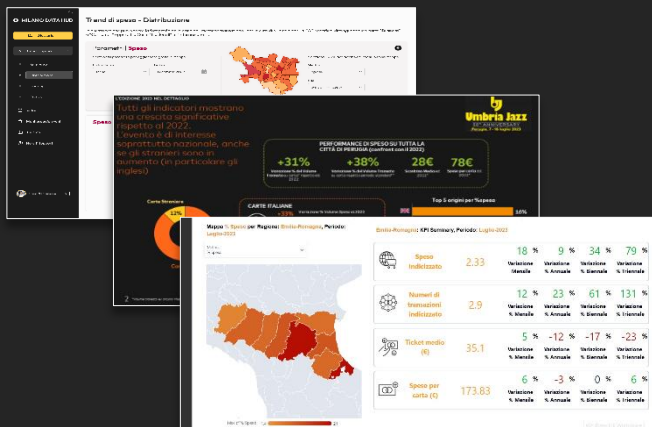


Merchants nel mondo

Mastercard ha accesso ad un **patrimonio illimitato di dati transazionali** in continuo aggiornamento, in grado di fornire una **visione a 360° sui flussi turistici e di spesa**



I KPIs e gli Insights di spending costruiti a partire dai big data Mastercard sono accessibili a tutti i tipi di utenti, pubblici e privati



Dati storici a partire dal 2019, **refresh mensile**



Variazioni disponibili MoM, YoY, Yo2Y, Yo2019



Gerarchia territoriale fino al livello di **CAP**
Confronti tra territori e/o con **benchmark** di riferimento
Analisi per territori **non in toponomastica**



Aggregazioni mensili e settimanali (medio-lungo periodo) Aggregazioni giornaliere per **analisi eventi** (fiere, concerti, sport..)



Friabilità con piattaforma self-service online e/o API e sia **Supporto** per interpretazione e analisi



Miliardi di transazioni MC concorrono a fornire una visione completa ed esaustiva della performance della spesa Turistica Nazionale ed Internazionale

KPIs

Speso Indicizzato

Ticket medio

#Transazioni Indicizzato

Speso per carta

% Volume Speso per Territorio

%Transazioni per Territorio

Principali Use Cases



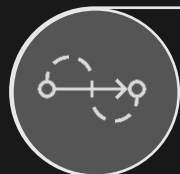
Flussi Turistici Nazionali, Internazionali e Residenziali



Valutazione impatto economico evento sul territorio



Analisi gerarchie territoriali (dalla Regione al CAP)



Trend Analysis (Covid), analisi di prossimità e di stagionalità



Andamento per Categorie Merceologiche



Monitoraggio Campagne di marketing, turistiche e commerciali

Gli EAU nel 2023 hanno rappresentato uno dei flussi turistici più importanti in Italia, in grande crescita rispetto al 2022



- **Primo flusso** non europeo o nord-americano per volume di spesa in Italia
- Focalizzati **shopping e al lusso**, (Abbigliamento e Gioielleria), con **ticket medi di spesa molto più alti** delle altre countries
- **Polarizzato geograficamente** su alcune aree (Milano, Roma, Firenze) che coprono oltre il 70% della spesa complessiva
- Forte impatto sulle aree legate ai **centri commerciali lusso** (Serravalle, Barberino)

Nel 2023 si è registrata una crescita significativa della spesa generata dai turisti proveniente dagli Emirati Arabi in Italia, molto polarizzata sullo shopping

+41%



La crescita anno su anno dei volumi prodotti dai turisti emiratini in Italia

46%



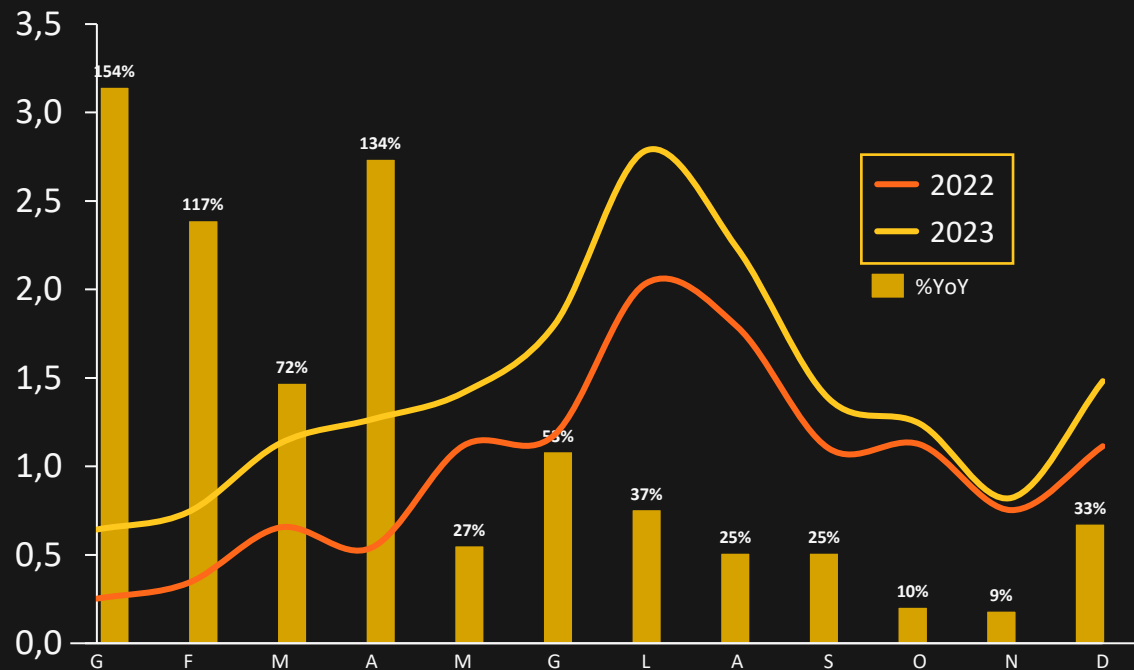
Il peso dello shopping (abbigliamento, gioielleria,..) sul totale 2023 (vs 22% USA e 12% GER)

29%



L'impatto del turismo (hotel, ristoranti) sul totale 2023 (vs 52% USA e GER)

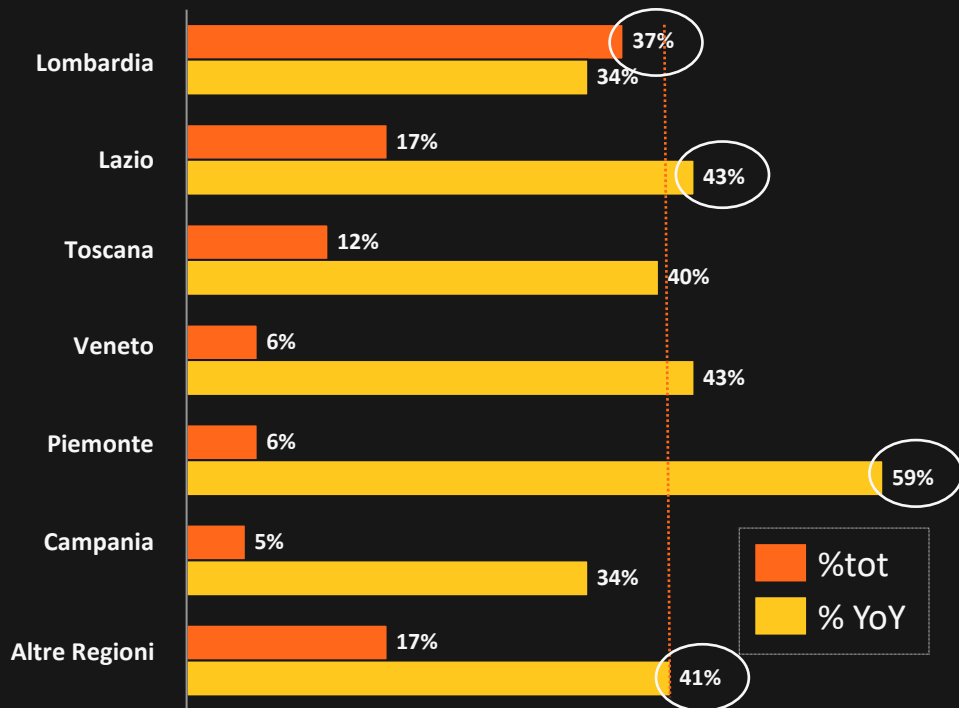
La presenza di turisti emiratini è massima nel periodo estivo (picco luglio) ed ha un ulteriore crescita a natale. Rispetto al 2022 la crescita è uniforme, soprattutto all’inizio dell’anno



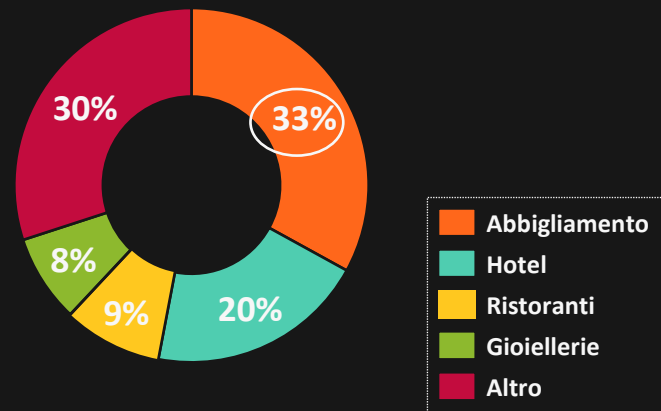
- I primi mesi del 2022 risentivano ancora delle **restrizioni COVID** che limitavano gli spostamenti
- In estate la presenza di turisti EAU cresce sensibilmente (in particolare a luglio) per poi avere un flessio nel periodo autunnale
- Il natale vede un nuovo picco relativo, anche se in inverno i flussi sono piuttosto limitati
- In generale siamo di fronte ad una tendenza stagionale

Lombardia e Lazio rappresentano le principali destinazioni, mentre l'abbigliamento è il settore commerciale di maggiore impatto. La distribuzione della spesa tra le categorie merceologiche è uniforme su tutti i territori

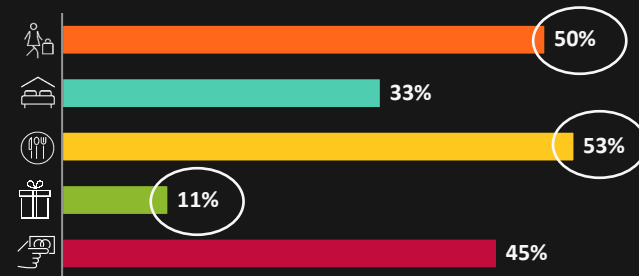
Distribuzione Spesa EAU in Italia



Distribuzione Spesa EAU per Industry



Variazione %YoY



La presenza di turisti EAU si concentra in sei regioni, e in ognuna ci sono comportamenti ed evidenze specifiche



- **37%** del volume totale EAU in Italia, di cui **l'80%** a **Milano**
- **Ticket molto alto** su abbigliamento (550€) e gioielleria (2730€).
- **Gioielleria** 8% (**meno 10% YoY**), **abbigliamento** 34% (**+45% YoY**)



- Spesa concentrata su **Roma** (**97%** del totale), apparel 34%
- Crescita piu alta in **ristorazione** (**62%**) ed **hotel** (**39%**)
- **Ticket medio basso** (119€ vs 161€ Lombardia)



- Crescita **%YoY** piu alta (**+59%**)
- **Abbigliamento** pesa oltre il **65%** della spesa totale
- **73%** **Alessandria** (**Serravalle**), **Ticket medio piu alto** (197€)



- **Firenze** **65%** e Lucca 17%
- **Abbigliamento** oltre il **37%** del totale (**48% a Firenze**)
- **Ticket medio alto** (155€), anche **ristorazione** (60€ vs 41€ Lombardia)

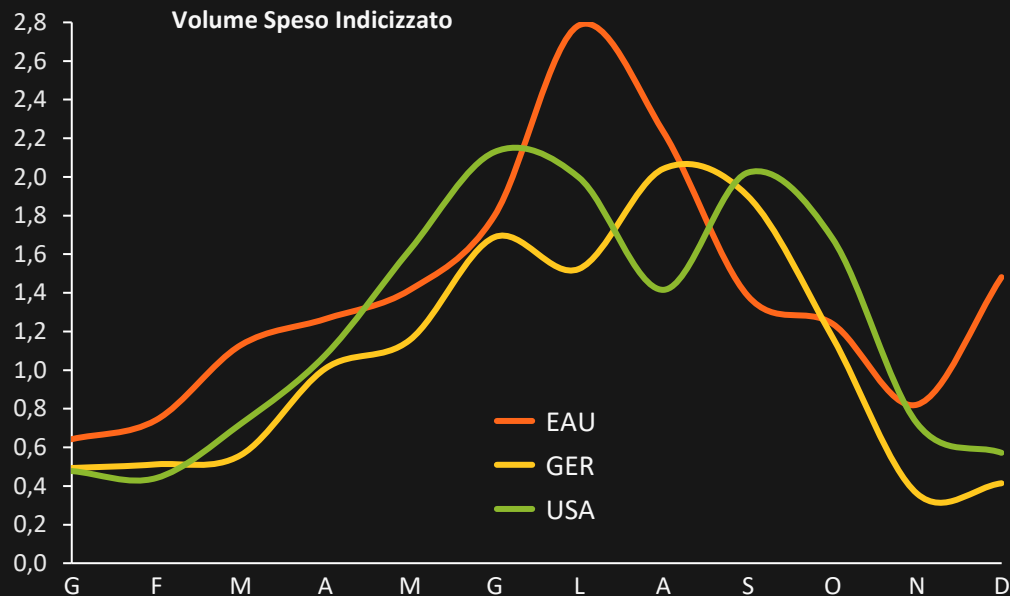
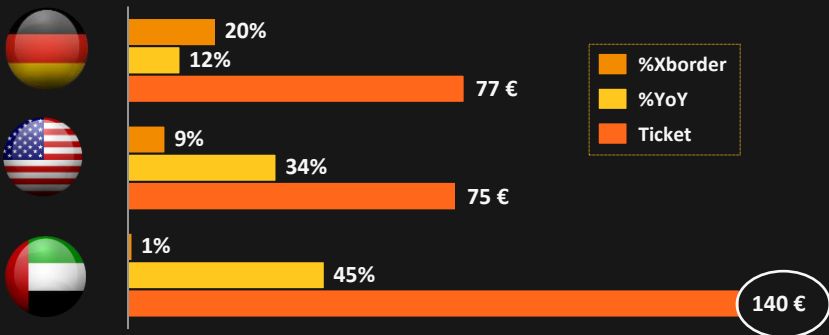


- **Ticket medio** piu **basso** (104€), apparel 31%
- Crescita di tutti i settori **oltre il 50%** tranne **hotel** (**18%**)
- **Venezia** **65%**, Verona 11%, Belluno-Padova-Vicenza 5%



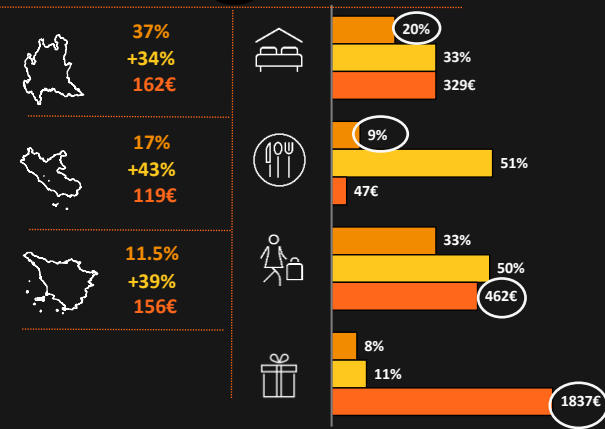
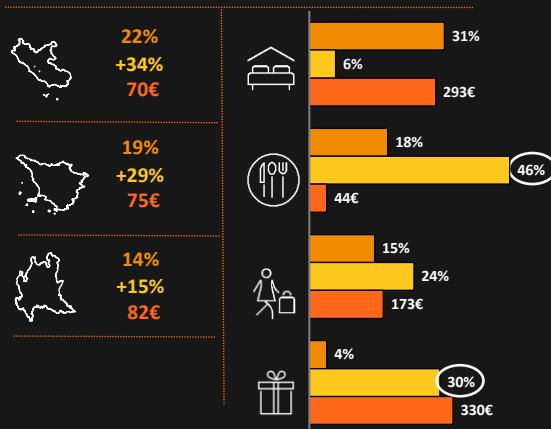
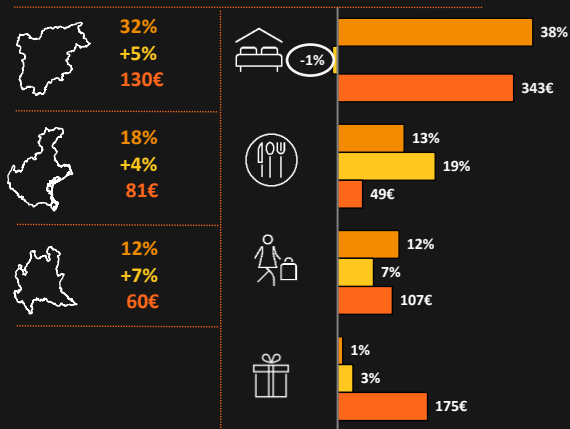
- Focus su **hotel** (**25%**) e **ristoranti** (**13%**), meno apparel (25%)
- **Gioielleria** **13%**, piu alto della media
- **Ticket medio alto** 133€, con **picco ristorazione** 65€

Il confronto con i due flussi internazionali più importanti in Italia (Germania e Stati Uniti) mostra differenze sostanziali in termini di crescita, ticket medio e stagionalità



EAU presenta **un ticket medio doppio** rispetto a quello di americani e tedeschi; inoltre mentre americani e tedeschi si distribuiscono in modo abbastanza **uniforme tra maggio e settembre**, gli emiratini hanno un **picco in estate un'ulteriore crescita a Natale**

Territorialmente la spesa EAU è molto polarizzata su poche regioni (al contrario di GER e USA che hanno una distribuzione piu uniforme) ed è piu concentrata sulle categorie dello shopping e meno su quelle turistiche



■ % Vol ■ %YoY ■ Ticket

Il **ticket medio EAU** è piu alto in tutte le industry, in particolare su **abbigliamento** e **gioielleria**, mentre la **crescita YoY** di EAU sui **settori turistici** è molto piu alta degli altri

GRAZIE!!!!



Saverio Mucci

saverio.mucci@mastercard.com

342-7494911

