

**PATRICK CHALHOUB
PROTAGONISTA DEL WORKSHOP DI POLIMODA
PER DISCUTERE DEL MERCATO DEL LUSSO E DELLE OPPORTUNITA' DI
BUSINESS NEI PAESI DEL GOLFO**

Dubai, 16 novembre 2011 – **Patrick Chalhoub**, CEO di **Gruppo Chalhoub**, principale distributore e rivenditore di marchi di lusso nella regione del Medio Oriente, è protagonista del **workshop "Luxury in the Middle East consumer dynamics & market perspectives"**, pomeriggio di lavoro organizzato da Polimoda per **mercoledì 16 novembre 2011**, presso la nuova sede di Villa Favard.

Patrick Chalhoub discute con gli studenti di Polimoda il tema del **mercato del lusso nel Medio Oriente**, presentando una overview del mercato di alta gamma nella regione del Golfo: l'obiettivo dell'incontro è quello di approfondire le tematiche legate agli scenari economici e sociali delle regioni Mediorientali e alle prospettive future di sviluppo. Al centro della discussione, un'immagine del mercato locale e della distribuzione al dettaglio dei beni di lusso e l'identificazione dei maggiori consumer del settore a Dubai: turisti, residenti e compratori provenienti dalle varie regioni del Medio Oriente.

Nei **paesi del Golfo** si è assistito a un **boom nella vendita di dettaglio**, con un **+145% in 5 anni**¹. Ad oggi **Dubai** è la seconda destinazione per il retail di alta gamma, dopo Hong Kong, con la presenza dell'82% di retailer nel settore lusso e il 56% di tutti gli altri². Nella regione, compaiono anche il **Kuwait** e il **Riyadh** tra le prime 20 destinazioni retail nel mondo³.

¹ Chalhoub Group estimate

² CBRE: "How global is the business of retail?" 2011

³ CBRE



Uno dei fattori chiave dell'affermarsi della crescita della vendita al dettaglio nella regione del Medio Oriente è stato lo sviluppo di **centri commerciali** in cui l'esperienza dello **shopping** incontra quello dell'**entertainment**. Questa concezione dello shopping come esperienza di svago e divertimento risponde infatti al gusto e alle aspettative dei clienti, che vedono nello shopping un momento piacevole da condividere con gli amici (70%) o con madri e sorelle (40%)⁴. Se si prendono in esame i **consumatori**, la regione si presenta con un profilo molto giovane, con il 50% della popolazione sotto i 30 anni. Gli acquirenti della regione considerano lo shopping come attività di svago e presentano ancora comportamenti di consumo logo-driven, nonostante cresca sempre di più l'interesse per la qualità e l'esclusività. Un sondaggio condotto nel 2010⁵ ha rivelato che i giovani residenti nell'area del Golfo spendono 650\$ al mese per l'abbigliamento e 450\$ per gli accessori, con chiare preferenze per marchi italiani come Gucci e D&G, che sono tra i primi 10 marchi citati spontaneamente.

Per queste caratteristiche paesi del Medio Oriente rappresentano un mondo affascinante e un mercato che sta vivendo un rilevante sviluppo, ed si presenta quindi come un tema importante di discussione e riflessione per chi si occupa di eccellenza nel settore moda.

Sul Gruppo Chalhoub

Il Gruppo Chalhoub è un'azienda leader nel settore della vendita al dettaglio, della distribuzione e del marketing per i marchi più rinomati del campo della moda, della bellezza, e dei regali. Gruppo con sede a Dubai e piattaforme di sviluppo e servizi di consulenza esterna in Kuwait, Arabia Saudita, Egitto, Qatar, Bahrein, Libano e Siria, il Gruppo Chalhoub rappresenta i migliori marchi internazionali nella regione. Oggi il Gruppo Chalhoub è presente in 14 paesi, si espande nei territori limitrofi, e vanta la gestione di oltre 400 punti vendita. L'attenzione verso la qualità, l'eccellenza e il lusso sono le colonne portanti del gruppo Chalhoub. Dal 2009 il Gruppo Chalhoub è socio di Polimoda Consulting S.r.l..

Per ulteriori informazioni visitare il sito www.chalhoub-group.com

Per informazioni:
Chalhoub Group ufficio stampa D'Antona&Partners
Sabrina VIOTTI - s.viotti@dandp.it +39 02 85457048 – 348.9349773

⁴ Chalhoub Group, Youth and Luxory 2010, condotta su un campione di 1.300 15-29, GCC

⁵ Ricerca di Chalhoub Group- Business Intelligence in collaborazione con Datamonitor