



Università
della
Svizzera
italiana

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PISA FONDAZIONE CAMPUS

Corso di Laurea Magistrale in
Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici Mediterranei

TESI DI LAUREA

Il turismo Halal: dal contesto mondiale al caso italiano.

Relatore

Chiar.mo Prof. Miriam Berretta

Candidato

Sibela Salkic

ANNO ACCADEMICO 2019-2020



FONDAZIONE CAMPUS

Candidato: Sibela Salkic

Matricola: 535320

Abstract:

Fino a qualche anno fa, i musulmani si spostavano soprattutto per andare a trovare i parenti lontani, per una gita nel Paese di origine o in pellegrinaggio, ma ora le abitudini sono cambiate. Una popolazione sempre più giovane, ricca, istruita e desiderosa di viaggiare ha dato vita a quella che era una nicchia di mercato, trasformandola nel tempo in un segmento turistico destinato a valere 300 miliardi di dollari: il turismo Halal.

Alberghi, ristoranti, e altre strutture che offrono servizi dedicati alla vacanza, si sono adoperati per rispondere alle esigenze e ai gusti dei fedeli islamici, proponendo menu con piatti privi di carne di maiale, resort con piscine separate per uomini e donne, voli aerei con sole bevande analcoliche; sono stati in aggiunta creati itinerari turistici con apposite interruzioni che permettono di pregare cinque volte al giorno, come prescrive il Corano.

Anche l'ambito digitale è stato travolto da questo emergente fenomeno turistico, per il quale tuttavia non sono stati disponibili, per molto tempo, informazioni adeguate. Al fine di colmare tale lacuna, sono stati progettati siti di prenotazione, ricerca e recensione specializzati, i quali si sono rivelati essere un importante strumento di promozione per le destinazioni che hanno deciso di aprirsi al turismo musulmano.

La decisione dei singoli Paesi di intercettare questa particolare clientela, pensando ad un'offerta turistica dedicata, deriva in prevalenza dal vantaggio economico che il turismo Halal genera, ma anche dalla volontà di aprirsi all'interculturalità e di permettere al viaggiatore di godere un soggiorno autentico, senza rinunciare al rispetto dei propri obblighi religiosi.

L'analisi di questa tesi mira a tracciare l'evoluzione e le peculiarità dell'*halal tourism* partendo dal contesto mondiale per, infine, fotografare lo scenario italiano.

INDICE

Introduzione.....	5
Capitolo 1: Cosa si intende per turismo Halal?	7
1.1 La religione islamica.....	7
1.2 Caratteristiche socio-demografiche della popolazione musulmana nel mondo.	14
1.3 Il turismo nella cultura islamica.....	17
1.4 Sviluppo del recente Turismo Halal.	22
1.5 Caratteri distintivi di una destinazione muslim- friendly.....	24
1.5.1 Halal Hotels: quali sono gli standard richiesti?	25
1.5.2 Halal Food: cibo lecito e certificato.....	30
1.5.3 Halal Facilities: shopping, intrattenimento e servizi su misura.....	33
Capitolo 2: Il Turismo Halal nel mondo.....	39
2.1 Le principali mete muslim-friendly a livello globale.	39
2.1.1 Malesia.....	42
2.1.2 Indonesia.	46
2.1.3 Turchia.	49
2.1.4 Singapore.	52
2.1.5 Thailandia.	54
2.1.6 Giappone.	57
2.2 I numeri del Turismo Halal: entità e volume d'affari.	60
Capitolo 3: Il ruolo di internet e delle nuove tecnologie nello sviluppo dell'halal tourism.	65
3.1 Agenzie di viaggio online.....	66
3.2 Guide turistiche digitali e travel bloggers.	72
3.3 Applicazioni e social network.....	77
Capitolo 4: Il turismo Halal in Italia.	82
4.1 Domanda turistica.....	84
4.2 Offerta turistica.....	91
4.2.1 Ricettività.	91
4.2.2 Enogastronomia.....	95
4.2.3 Moda.....	97
4.2.4 Progetti dedicati.....	101
4.3 Opportunità.	105
Conclusioni.....	109

Fonti.....	112
Bibliografia.....	113
Ringraziamenti	122

Introduzione

Questo elaborato si pone l'obiettivo di indagare il fenomeno del turismo Halal e il relativo sviluppo, inquadrandolo nel contesto mondiale e in quello italiano. Trattasi di un segmento turistico di nicchia che nell'ultimo decennio, è cresciuto esponenzialmente. L'analisi svolta parte dall'approfondimento dei tratti distintivi della religione islamica, sia in termini sociali che geopolitici, in quanto lo stesso termine "halal" rimanda propriamente a ciò che viene considerato lecito e concesso dall'Islam. Per un fedele musulmano la religione rappresenta dunque, un vero e proprio stile di vita, al quale non è disposto a rinunciare neanche mentre viaggia.

In passato per la maggior parte della popolazione musulmana, la pratica turistica era ridotta al pellegrinaggio devozionale verso le due città simbolo della religione islamica, ovvero la Mecca e Medina. Grazie agli effetti della globalizzazione, al successo della finanza islamica, alla rivoluzione tecnologica e al mutamento generazionale, oggi i fedeli islamici sono spinti a viaggiare anche per ragioni di puro svago, alla sola condizione che si mantenga il rispetto dei dettami religiosi.

Gli operatori dell'industria turistica, al fine di intercettare questo segmento in continua evoluzione e crescita, si sono adoperati per fare in modo di proporre soluzioni di viaggio e servizi su misura, che rispettassero il concetto halal-friendly. Dall'alloggio, al cibo e l'intrattenimento, ogni aspetto della vacanza è stato rigorosamente organizzato in maniera tale da essere a misura di musulmano. Persino le aziende che lavorano nei comparti collaterali al turismo, quali trasporti, moda, cosmetica, e trattamenti sanitari, si sono orientate in questo senso, a dimostrazione del fatto che il modo di vivere musulmano è sempre più in voga.

Focalizzandosi sul contesto mondiale, si è potuto osservare in che modo questo fenomeno turistico si è espanso e come si presenta attualmente, sia in termini numerici, che di spesa generata. Si è inoltre indagato quali sono le destinazioni che meglio hanno saputo rispondere alle esigenze e ai gusti dei turisti musulmani, promuovendo un'accoglienza sensibile e rispettosa, affermandosi come leader nel settore. Questi Paesi occupano oggi i

primi posti nelle classifiche riportate dagli enti di ricerca che operano nell'ambito dell'halal tourism, dimostrando di saper vincere le sfide che questa particolare tipologia di turismo presenta.

I viaggiatori musulmani, così come il resto della popolazione mondiale, sono stati travolti dalla rivoluzione tecnologica che con l'avvento di Internet ha cambiato completamente l'approccio alla vacanza. Il turista moderno infatti, usa sempre più spesso il web e i dispositivi mobili per pianificare i propri viaggi e orientarsi a destinazione. A fronte di ciò, anche l'industria del turismo halal si è adeguata al cambiamento, creando portali di prenotazione specializzati e applicazioni per smartphone, promuovendo una cultura del viaggio di tipo leisure, attraverso blog e social network.

L'elaborato termina con un focus sulla situazione italiana, analizzando lo stato attuale, le potenzialità e gli orizzonti del nostro Paese. Questo sia per comprendere la posizione dell'Italia in termini di ospitalità muslim-friendly rispetto agli altri Paesi, sia per individuare gli eventuali punti di debolezza da migliorare.

Tra le finalità di questo lavoro di ricerca, non vi è solo quella di studiare un fenomeno turistico e comprenderne le opportunità di business, ma anche quella di contribuire a contrastare il fenomeno dell'Islamofobia, il quale ancora oggi genera luoghi comuni e pregiudizi, dando vita ad avversioni verso la cultura e la religione islamica.

Capitolo 1: Cosa si intende per turismo Halal?

Al fine di indagare il fenomeno del turismo *halal* e il relativo sviluppo, è necessario partire dall'analisi dei tratti distintivi della religione islamica, sia in termini sociali che geopolitici. Questo perché la fede, vissuta dai viaggiatori musulmani come uno stile di vita, è la protagonista indiretta di questa tipologia di segmento. La sua indagine permetterà al lettore di comprendere al meglio il quadro in cui il *turismo halal* è inserito, analizzando i bisogni di questa tipologia di clientela nel contesto di una destinazione turistica.

1.1 La religione islamica.

L'Islam è una delle tre grandi religioni monoteiste, insieme al Cristianesimo e all'Ebraismo, ed è regolata dal Corano, il libro sacro dalla Sunnah, che raccoglie le azioni e gli insegnamenti del Profeta Muhammad, con l'ausilio di Fatwa, termine che indica i verdetti legali, formulati da sapienti musulmani, che riguardano questioni contemporanee che si possono sollevare e che non trovano risposta nei primi due. Questi formano la Sharia, o dottrina islamica, la quale stabilisce le linee guida morali per la vita quotidiana dei musulmani¹. Nell'islam non esistono principi etici e morali universali insiti nella natura dell'uomo, come previsto ad esempio per il cattolicesimo, ma viene applicato il diritto giuridico (*fiqh*) ricavato dallo studio delle norme contenute nelle "fonti sacre". Perciò, al fine di affrontare una riflessione sulla morale, si è costretti a partire dalla fede, e non dalla analisi filosofica della realtà.

Quali atti siano corretti, leciti, permessi, legali, termini che corrispondono all'arabo *halal* e quali siano ingiusti, vietati o considerati impuri, cioè *haram*, lo si può sapere e codificare solo ed esclusivamente consultando i testi considerati come emanati da Dio. L'Islam si definisce religione di legge: ogni

¹ Stephenson, Marcus L. (2014), "Deciphering 'Islamic hospitality': Developments, challenges and opportunities", *Tourism Management*: Vol. 40, pag. 155-164

aspetto dei rapporti sociali dell'individuo matrimonio, divorzio, nascita, morte, eredità) trova una propria regolazione giuridica che deriva dalla religione. È quindi la matrice giuridico-religiosa a orientare le scelte dell'azione di un fedele musulmano, in ogni tempo, periodo storico e luogo.²

Il fondatore della religione musulmana è Maometto (Muhammad), nato intorno al 570 d.C. a La Mecca, che in arabo significa "l'onorata", una città situata nell'Arabia Saudita occidentale. Questa come si vedrà più approfonditamente in seguito, simboleggia per i fedeli la meta per eccellenza dei pellegrinaggi religiosi. All'età di quarant'anni, mentre si trovava in ritiro spirituale, il profeta ricevette da Allah (parola araba che significa Dio) la prima rivelazione attraverso l'Arcangelo Gabriele. Tale rivelazione e quelle che si susseguirono per ventitré anni, sono contenute nel Corano. Non appena iniziò a recitare le parole che aveva udito e a predicare la verità rivelatagli, subì, insieme al piccolo gruppo dei suoi seguaci, una serie di persecuzioni, che divennero sempre più dure, a tal punto che Dio impartì al gruppo l'ordine di emigrare. Questo evento, l'*Hijra*, che significa letteralmente migrazione, indica il momento in cui Maometto e i suoi seguaci lasciarono la Mecca per recarsi nella città di Medina, altra meta simbolica dei viaggi di culto, che si trova a circa 400 chilometri a nord. Questo spostamento segna l'inizio del Calendario Musulmano. Dopo parecchi anni, il Profeta e i suoi seguaci poterono far ritorno alla Mecca, dove perdonarono i loro nemici e posero le basi della religione islamica.

Alla base di questo credo risiedono le cosiddette cinque verità fondamentali, chiamati anche pilastri:

- 1) La professione della fede;
- 2) La preghiera rituale che deve essere esercitata cinque volte al giorno stando rivolti verso la Mecca;

² "La fonte dell'etica islamica e il confronto con quella laica e cattolica." – <https://www.islamicamentando.org/etica-islam-cattolica-laica/>

- 3) L'elemosina sociale e purificatrice;
- 4) Il digiuno nel mese di Ramadan;
- 5) Il pellegrinaggio alla Mecca almeno una volta nella vita.³

Quando il profeta Maometto nel 632 D.C. morì all'età di 63 anni, le tribù arabe che lo avevano seguito, si divisero riguardo alla "successione" della sua carica, diventata ormai sia religiosa che politica e quindi fonte di grande potere e influenza su tutta la regione.

Questa divisione portò alla nascita di due rami di appartenenza:

- i *sunniti* che sostennero il padre della moglie come successore di Maometto, in quanto parente più prossimo del Profeta;
- gli *sciiti* che invece sostennero il cugino Ali e i suoi discendenti imam, trattandosi per loro di una questione di sangue.⁴

Ad oggi i primi rappresentano l'80% dei musulmani e trovano le proprie roccaforti nei Paesi del Golfo, soprattutto in Turchia e Arabia Saudita. Qui si trovano alcuni tra i principali luoghi sacri della religione islamica. Gli *sciiti* figurano come minoranza (15%), rappresentando al tempo stesso la maggioranza della popolazione in ben 4 stati: Iran, Iraq, Azerbaigian e Bahrein. Entrambi i rami concordano sul fatto che *Allah* sia l'unico dio e Maometto il suo profeta. Se però gli *sciiti* vedono negli ayatollah, i loro leader religiosi come riflesso divino sulla terra, ciò viene considerato dai *sunniti* un'eresia, dal momento che essi si attendono soltanto agli atti del profeta.⁵

Ritornando sul significato della parola "*halal*", si è osservato che nella cultura islamica, fa riferimento a tutto ciò che è permesso dalla religione. Questo

³ Sezione intitolata "Conoscere l'Islam e i musulmani" – arab.it
https://www.arab.it/islam/conoscere_islam.htm

⁴ "Sunniti e sciiti, quale è la differenza tra i due principali rami dell'Islam." –
<https://www.ilriformista.it/sunniti-e-sciiti-quale-e-la-differenza-tra-i-due-principali-rami-dellislam-553/>

⁵ "Sciiti e Sunniti: differenze e perché potrebbero innescare una Terza Guerra Mondiale." –
<https://www.money.it/sciiti-sunniti-differenze-Terza-Guerra-Mondiale>

concetto viene esteso ai vari aspetti della vita di un fedele musulmano, in termini di: comportamento, linguaggio, abbigliamento e alimentazione. Nel mondo occidentale in genere, l'espressione "halal" rimanda specialmente al metodo di macellazione della carne e preparazione delle pietanze. Secondo l'Islam, la purezza di corpo e anima è fortemente condizionata dal cibo che si introduce nell'organismo attraverso l'atto del nutrimento. Per questo motivo la legge islamica ha fissato dei postulati che sanciscono anche la purezza del cibo, tale da non contaminare lo spirito e la carne di colui che lo riceve. A tal proposito, molti versi del Corano chiariscono il comportamento da seguire durante l'alimentazione. In particolare, si definiscono halal, gli alimenti di origine vegetale e animale che apportano i nutrienti essenziali, e che non contengono né alcol, né sostanze inebrianti o tossiche. La carne, inoltre, deve essere macellata secondo la modalità *halal*. Tale processo prevede che venga garantito il benessere dell'animale fino al suo sacrificio, accompagnato da una apposita preghiera, e che la carne sia maneggiata con la massima attenzione per evitare contaminazioni. Il sangue rimanente deve essere gettato via perché considerato proibito.⁶



⁶ "Scopriamo cos'è il cibo Halal, cioè consentito perché preparato secondo le regole dall'Islam." - <https://www.tuttogreen.it/halal-cibo-regole/>

Figura 1: Carne macellata secondo il metodo Halal.

Anche il divieto di assumere alcolici è un aspetto significativo della religione islamica. Tale limite deriva da un concetto ben più ampio, in quanto l'Islam vuole che l'uomo, grazie alla sua innata intelligenza, progredisca verso l'obiettivo supremo della propria esistenza, e considera la ragione responsabile dell'organizzazione della vita individuale e sociale degli individui. Per questo motivo tutto ciò che danneggia la ragione e la naturale attività di questo dono divino, è vietato dalla religione e considerato impuro.⁷



Figura 2: Simbolo che rimanda al divieto di consumare alcolici.

Un altro aspetto che caratterizza significativamente la popolazione musulmana, è l'abbigliamento. Secondo l'Altissimo, i fedeli testimoniano i benefici ricevuti da Dio anche indossando vestiti belli e puliti, e valorizzando il loro aspetto esteriore. Il vestiario musulmano in genere, deve scindere dagli eccessi e dall'arroganza, e prevede che ogni fedele si abbigli in modo consono evitando di mostrare le proprie parti intime.⁸

Comunemente quando si fa riferimento alla cultura islamica per quanto riguarda l'abbigliamento, il pensiero viene dirottato al velo indossato dalla donna musulmana, chiamato *hijab*. Questo termine, letteralmente indica una copertura, una tenda o una cortina. Non si tratta propriamente del termine tecnico utilizzato nella giurisprudenza islamica per indicare il codice di abbigliamento femminile, che invece è *satr* sia per le donne, che per gli uomini. L'utilizzo del termine *hijab* per definire il copricapo e l'abito che copre interamente il corpo delle donne, è stato diffuso solo negli ultimi due decenni, dai musulmani in Occidente e dai mass-media. Ad ogni modo, da alcuni versi

⁷ "L'Islam e le bevande alcoliche." - <http://ita.al-shia.org/biblioteca/libri/occidente/26.htm>

⁸ "L'abbigliamento secondo l'Islam." - <https://www.newmuslimguide.com/it/your-dress-code/565>

del Corano, si evince che la “copertura” per le donne non consiste soltanto di un velo che copre la testa, il collo e il seno, bensì include anche l’abito completo che deve essere lungo e largo. Secondo le interpretazioni della dottrina islamica, le donne non devono mostrare interamente la loro bellezza se non ai propri mariti, per evitare di commettere adulterio e cadere nel peccato.⁹

Al di là dei luoghi comuni, il velo per le donne musulmane, simboleggia una forte identità culturale e religiosa, ma anche femminilità e libera scelta. Ci sono diversi tipi di velo islamico:

- il *burqa*, usato esclusivamente in Afghanistan e Pakistan, che consiste in un velo integrale realizzato in tessuto coprente e pesante, che ricopre il corpo completamente. All’altezza degli occhi vi è solo una retina di stoffa a griglia per permettere di vedere;
- il *niqab saudita* composto da due veli e una fascia che è legata dietro la nuca passando per la fronte;
- il *niqab yemenita* composto da una bandana triangolare da porre sul capo e un velo rettangolare che viene portato dagli occhi in giù, e copre tutti i capelli sulla schiena e sul petto. Viene indossato insieme ad una lunga tunica sul resto del corpo;
- lo *chador*, usato soprattutto in Iran, che consiste in un semicerchio di tessuto, in genere nero, che copre tutto il corpo e viene tenuto chiuso sul collo con la mano, come un mantello. Lo *chador* può essere accompagnato anche da un velo più piccolo all’altezza del collo;
- il *khimar*, ossia una sorta di mantello, che a differenza dello *chador*, arriva in genere solo fin sopra la vita, anche se alcuni modelli arrivano fino all’altezza delle ginocchia. Copre i capelli, il collo e le spalle, ma lascia scoperto il viso;
- l’*Al-Amira*, un velo composto da due pezzi, un copricapo di cotone o poliestere con sopra un foulard che copre il collo. Invece la lunga

⁹ “Hijab, l’abbigliamento delle donne musulmane: islamico o culturale?” - <http://islamshia.org/hijab-labbigliamento-delle-donne-musulmane-islamico-o-culturale-da-seyyed-muhammad-rizvi/>

sciarpa rettangolare avvolta intorno alla testa e fissata sulle spalle con una spilla prende il nome di *Shayla* ed è molto comune nei paesi del Golfo;

- lo *hijab*, il comune foulard usato nei Paesi occidentali.¹⁰



Figura 3: I diversi tipi di velo islamico.

Come si vedrà successivamente in maniera più dettagliata, i cinque punti imprescindibili dell'Islam, e le disposizioni del Corano che riguardano l'alimentazione, il comportamento dei credenti e l'abbigliamento, sono in realtà importanti tanto per i fedeli, quanto per gli organizzatori delle destinazioni turistiche e delle strutture ricettive che li accolgono, oltre che per coloro che offrono prodotti e servizi su misura per la clientela musulmana. Il sito arab.it, rispondendo alle domande più frequenti che solitamente si pongono in merito all'Islam, racconta come questa religione *“può sembrare qualcosa di esotico o di estremamente remoto, probabilmente perché in occidente, nella vita di tutti i giorni, la religione non è un elemento dominante, mentre nel cuore di ogni musulmano la religione è al primo posto, e non vi sono barriere tra il mondo secolare e quello sacro.”*

¹⁰ “Tutte le varianti del velo islamico. Burqa, chador, hijab.” - <https://ilchaos.com/tutte-le-varianti-del-velo-islamico/>

1.2 Caratteristiche socio-demografiche della popolazione musulmana nel mondo.

Dopo la precedente carrellata di nozioni sulle proprietà della religione islamica, ci si interroga sul perché gli operatori del settore vacanziero dovrebbero essere tanto interessati a conoscere i cosiddetti “attributi islamici” ed interpretarli in chiave turistica. A questo proposito le statistiche forniscono una spiegazione chiara.

L'Islam al momento è la seconda religione maggiormente professata dopo il cristianesimo, ed è al tempo stesso, la religione che cresce più di tutte le altre, tanto che, se le attuali tendenze demografiche continueranno a svilupparsi, il numero di musulmani dovrebbe superare quello dei cristiani entro la fine di questo secolo. Volendo dare qualche dato in riferimento al quadro globale, secondo il Pew Research Center, un think tank statunitense con sede a Washington che fornisce informazioni su problemi sociali, opinione pubblica, andamenti demografici sugli Stati Uniti e a livello globale in generale, si stima che nel mondo ci siano oltre 1,8 miliardi di musulmani, circa il 24% della popolazione globale, e che questi numeri continueranno a crescere fino a raggiungere 2,7 miliardi di credenti, ovvero il 29,7% di abitanti nel mondo. Dal punto di vista geografico l'Islam è la religione dominante in nell'area che si estende dal Nord Africa, attraverso il Medio Oriente fino all'Asia Meridionale; la particolarità della comunità musulmana infatti è che essa popol tutte le nazioni del mondo, e a differenza di grandi mercati che contano un numero simile di individui, come può essere quello cinese o quello indiano, non si concentra in una sola zona del pianeta. Volendo fornire dati più approfonditi, al di là di quello che si pensa, i Paesi del Medio Oriente e del Nord Africa, vale a dire le regioni che vanno dal Marocco all'Iraq, ospitano solamente il 30% della popolazione musulmana mondiale, nonostante le proiezioni dicano che questo numero crescerà di almeno un terzo tra un ventennio. La concentrazione maggiore invece, ossia il 60%, si trova nei Paesi dell'Asia e del Pacifico, quali: Indonesia, India, Pakistan, Bangladesh, Iran e Turchia. Proprio l'Indonesia, con 220 milioni di fedeli, è il Paese con la più grande

popolazione musulmana nel mondo, ma si prevede che il record passerà all'India, la quale attualmente ne conta 176 milioni, che pur restando un Paese a maggioranza indù avrà circa 300 milioni di musulmani entro il 2050.¹¹ Nel continente europeo e in quello americano, i musulmani rappresentano essenzialmente delle minoranze; parliamo di una popolazione in costante aumento composta per lo più da persone nate in questi paesi, con un *modus vivendi* tipicamente contemporaneo, e una capacità di spesa non indifferente. Se negli Stati Uniti si contano poco più di 3 milioni di musulmani, in Europa dal 2010 ad oggi, i musulmani sono passati da 20 a 26 milioni di individui, incremento dovuto soprattutto all'immigrazione su larga scala di persone in cerca di asilo e occupazione, all'età relativamente giovane della popolazione (30,4 anni contro i 43,8 anni dei non musulmani) e ad una maggiore propensione delle donne musulmane alla procreazione, Il tasso di natalità in effetti, è pari a 2,6 figli.¹² Facendo sempre riferimento ai dati elaborati dal Pew Research Center, i 3 paesi europei con la maggior presenza di musulmani sono il Kosovo, l'Albania e la Bosnia, denotando quindi una concentrazione nell'area dei Balcani. Per quanto riguarda i Paesi dell'UE, in testa si trova la Bulgaria, seguita da Francia e Olanda.¹³ In merito ai musulmani in Europa si pronostica in generale un andamento crescente, e come stima Aldo Maria Valli nel suo blog, si prevede che nel 2050 la comunità di fede islamica sarà pari a circa il 10% dell'intera popolazione europea.¹⁴

Un altro dato degno di nota è la percentuale di arabi fedeli all'Islam, che si aggira attorno al 15% sul totale della popolazione. Ciò va specificato poiché

¹¹ "Muslims and Islam: Key findings in the U.S. and around the world." – <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>

¹² "I numeri impressionanti dei musulmani in Europa." – <https://www.ilprimatonazionale.it/primo-piano/numeri-musulmani-europa-119094/>

¹³ "Musulmani in Europa: i 10 paesi dove ne vivono di più." - <https://www.metallirari.com/musulmani-europa-10-paesi-dove-ne-vivono-piu/>

¹⁴ "Musulmani nel mondo. Quanti sono, quanti saranno, dove sono, che cosa pensano." - <https://www.aldomariavalli.it/2019/11/12/musulmani-nel-mondo-quant-sono-quant-saranno-dove-sono-che-cosa-pensano/>

sulla società musulmana gravano diversi miti da sfatare, come ad esempio la convinzione che la religione islamica incoraggi il terrorismo e opprime la donna, ma anche la tendenza a confondere i musulmani con gli arabi. Al di là dei luoghi comuni, gli arabi appartengono anche a confessioni cristiane, quali tra le più conosciute quelle dei copti in Egitto e i maroniti in Libano. Tuttavia, anche se gli arabi rappresentano solamente una piccola fetta di musulmani nel mondo, verrà approfondito in seguito come questi ultimi economicamente parlando, costituiscono in realtà la fascia più benestante, soprattutto le popolazioni dell'Arabia Saudita, del Bahrein, e degli Emirati Arabi Uniti.

Dall'analisi dei numeri quindi, si è constatato quanto l'Islam sia una religione di larga estensione, professata in diverse parti del mondo, e di quanto sia, di conseguenza, difficile delineare delle caratteristiche oggettive che appartengono alla totalità della popolazione islamica. Il mondo musulmano d'altronde, viene definito estremamente eterogeneo ed ingloba al proprio interno una complessità che rifiuta qualsiasi etichetta grossolana. È importante quindi non considerare i musulmani come tutti uguali tra loro, nonostante abbiano come base comune la religione, in quanto le dinamiche, le identità e le pratiche seguite, si rifanno a realtà estremamente complesse e diversificate, legate al singolo contesto geografico-culturale. Volendo fare riferimento alla categoria dei musulmani viaggiatori, è comunque possibile elencare alcuni tratti che li accomunano, grazie a diversi studi condotti dall'UNWTO, Organizzazione Mondiale del Turismo. Tali approfondimenti forniscono delle informazioni interessanti riguardo al profilo dei turisti che provengono da paesi a maggioranza o minoranza islamica; si tratta per lo più giovani (dai 18 e i 34 anni), sposati, con almeno una laurea, fluenti nell'inglese e con una posizione medio-alta nelle rispettive società di origine, con un'alta capacità di spesa. Principalmente, si spostano in famiglia o in piccoli gruppi di amici o familiari, con una permanenza media che va dalle 3 alle 14 settimane, da passare in diverse località.¹⁵

¹⁵ UNWTO (2012), "The Middle East Outbound travel market with special insight into the image of Europe as a destination", Report by UNWTO, Madrid, Spain

1.3 Il turismo nella cultura islamica.

Come precedentemente anticipato, nel momento in cui si parla di turismo e Islam, diventa inevitabile l'associazione con i pellegrinaggi e in generale con i viaggi di culto; è proprio il fine religioso infatti, che definisce il turismo islamico e lo differenzia da quello halal, che richiama l'aspetto ludico del viaggio. La Mecca, anche chiamata "città santa", è la meta principale dei pellegrinaggi musulmani, che possono assumere due forme diverse. La prima è l'*haji* o *pellegrinaggio maggiore*, che cade dall'ottavo al dodicesimo giorno del *Dhu al Hijjah* (dodicesimo mese del calendario islamico), e rappresenta il viaggio che ogni fedele deve compiere, almeno una volta nella vita. Durante questo rito si richiedono indumenti rigorosamente bianchi (in arabo *ihram*, che indica lo stato di purezza a cui deve aspirare un musulmano prima di intraprendere il pellegrinaggio) per sottomettersi a Dio ed essere tutti uguali al suo cospetto. La seconda forma di peregrinazione è invece l'*umrah* o *pellegrinaggio minore*, e consiste in una visita che può essere effettuata in qualsiasi momento. In realtà, sono tenuti a effettuare l'*haji* solo le persone che siano in condizioni fisiche e/o economiche stabili, tali da garantire un viaggio sereno. Alle famiglie dei pellegrini durante la loro assenza viene offerto dalla comunità tutto il supporto necessario per far fronte ad eventuali difficoltà. Se il pellegrinaggio viene fatto durante il periodo del Ramadan ha lo stesso valore del pellegrinaggio maggiore.¹⁶ Non vi è obbligo per i bambini di compiere questo grande viaggio, anche se è permesso loro di accompagnare i genitori. Il pellegrino prima di partire inoltre, deve riparare il male commesso, o per lo meno astenersi da esso, deve pagare tutti i suoi debiti e possedere i mezzi per sostenere sé ed eventualmente la famiglia durante tutto il periodo di lontananza.

La giurisprudenza islamica permette in aggiunta, a chi sia impedito fisicamente ma abbia la possibilità economica di adempiere allo svolgimento del pellegrinaggio, di delegare un'altra persona all'assolvimento dell'obbligo

¹⁶ "Il pellegrinaggio islamico." - <https://av-ra-ham.weebly.com/il-pellegrinaggio-islamico.html>

religioso; i vantaggi spirituali saranno a favore di chi abbia provveduto al pagamento del viaggio e al mantenimento sul posto dell'individuo incaricato. È anche possibile lasciare appositi fondi in eredità affinché il rito sia compiuto in nome e a vantaggio del defunto.¹⁷



Figura 4: Rappresentazione stilizzata di persone che indossano l'ihram.

Oggigiorno migliaia di credenti arrivano da 70 nazioni diverse in Arabia Saudita, in un viaggio che, per terra, per mare o aria, è incommensurabilmente più breve rispetto al passato ma che, nonostante ciò, non risulta meno affascinante. Fino al XIX secolo arrivare alla Mecca significava essere aggregati ad una carovana. Vi erano tre principali carovane: quella egiziana, che si raggruppava al Cairo; quella irachena, a Bagdad; quella Siriana, la quale dal 1453 si raggruppava ad Istanbul e raccoglieva pellegrini lungo tutto il tragitto e si dirigeva alla Mecca passando per Damasco.

¹⁷ "Hajj" - <https://it.wikipedia.org/wiki/%E1%B8%A4ajj>

La purificazione dell'anima si attua lungo il cammino con la preghiera comune e la meditazione una volta giunto alla meta.¹⁸ Le ultime stime secondo la Reale Ambasciata dell'Arabia Saudita di Roma, indicano che un flusso di oltre 2,3 milioni di musulmani di ogni età e nazionalità, si recano presso i luoghi sacri per il pellegrinaggio. Il sito dell'ambasciata rimanda inoltre, ad un'altra pagina web "*hajinformation.com*", che racchiude tutte le informazioni utili per programmare il proprio pellegrinaggio, dalla spiegazione dei rituali, ai consigli su come prepararsi, dai documenti necessari, alle agenzie di viaggio e i partner coinvolti. Il canonico percorso verso La Mecca è vietato a chi non professa la fede musulmana, lo stesso vale per l'accesso alla città e ai luoghi circostanti.¹⁹ Focalizzando l'attenzione sulla città sacra, l'attrazione principale è la maestosa moschea *Al-Masjid al-Haram* (Moschea del Profeta), nonché la più grande al mondo. Edificata nel VIII secolo, con le sue 24 porte conduce al cortile interno dove si trova la *Ka'Ba* (letteralmente 'dado' o 'cubo') detta anche "*scatola nera*", l'antica costruzione che Maometto considerò il primo altare di Abramo, e che rappresenta il luogo più sacro dell'Islam, verso il quale tutti i fedeli si rivolgono durante la preghiera. La struttura centrale è realizzata in pietra nera e il colore deriva dal fatto che essa assorbe tutti i peccati dell'uomo nel momento in cui egli la tocca durante il pellegrinaggio. All'interno della moschea possono essere contenute fino a 35000 persone.²⁰

¹⁸ "Il pellegrinaggio: il viaggio che vale una vita." - <https://www.ildialogo.org/islam/pellegrinaggio14022005.htm>

¹⁹ "Hajj e Umrah" - <http://www.arabia-saudita.it/page.php?id=281>

²⁰ "La mecca (Makkah l'Onoratissima): la città santa dei Musulmani." - <https://www.ilturista.info/guide.php?cat1=8&cat2=27&cat3=2&lan=ita>



Figura 5: Moschea del Profeta affollata.

La città della Mecca offre anche molte altre attrazioni, per la maggior parte di stampo religioso; tra le più rilevanti si ricorda sicuramente il *Monte Arafat*, una collina di granito alta appena 70 metri, che si trova a est di Mecca, luogo in cui Maometto avrebbe rivolto il suo sermone di addio ai fedeli che l'avevano accompagnato nel *hajj* poco prima della sua morte. La parte sottostante la collina si chiama Pianura di 'Arafāt, ed è uno dei luoghi più importanti della ritualità islamica, in quanto è qui che deve aver luogo il wuqūf nel corso del *hajj*, senza il quale il pellegrinaggio canonico non è valido. Altri punti di interesse sono la collina *Jabal al-Nur* (Montagna di Luce), nei pressi della quale si trova la *Grotta di Hira* dove il profeta aveva l'abitudine di ritirarsi a meditare; il complesso di *Abraj Al bait Tower*, costituito da torri alte 600 metri, dove all'interno si trova anche un albergo di lusso. Non lontano è presente una zona desertica, la *Riyadh*, mentre per quanto riguarda lo shopping, bisogna spostarsi nella zona di *Gedda*, definita il paradiso degli amanti dell'acquisto, dove si trovano più di 90 centri commerciali.²¹

Un'altra città cardine della religione musulmana è La Medina che si trova a circa 400 km a nord della Mecca. Qui è sepolto Maometto, e questa città

²¹ "La Mecca: cosa vedere, cosa visitare e cosa fare." - https://www.paesionline.it/arabia_saudita/cosa-vedere-la_mecca

simboleggia la destinazione di arrivo del profeta e dei suoi seguaci, i quali dopo aver iniziato a predicare la verità divina, subirono attacchi molto violenti e furono costretti ad emigrare. Secondo l'esperta di viaggi in Arabia Saudita, Paola Kim Simonelli, che scrive sul portale Easy Viaggio: *“benchè il pellegrinaggio a Medina, non sia canonicamente obbligatorio, molti pellegrini vi si recano per radunarsi e pregare nella Moschea del Profeta, edificata nel luogo in cui un tempo sorgeva la moschea originaria.”* Altri monumenti di Medina degni di nota, sono: la tomba di Maometto, quelle della figlia *Fāṭima* e dei califfi *Abū Bakr* e *'Omar*. La città inoltre, ospita le sedi della *Islamic University of al-Madinah al-Munawarah* fondata nel 1961, e della *Taibah University*, istituita più tardi 2004.²²



Figura 6: Visuale sulla città di Medina.

Vi sono poi i viaggi devozionali alle tombe dei mistici, popolari soprattutto in Iran²³ ed in parte del Maghreb, specialmente in specie in Marocco, e comunque non riconosciuti da tutta l'ortodossia islamica.

²² “Medina” -

<https://www.sapere.it/enciclopedia/Medina.html#:~:text=Generalit%C3%A0,istituzionale%20Islamic o%20presso%20La%20Mecca.>

²³ Pourtaheri M., Rahmani K., Ahmadi H. (2012), “Impacts of religious and pilgrimage tourism in rural areas: The case of Iran”, *Journal of Geography and Geology*, Vol. 4(3), 122-129.

1.4 Sviluppo del recente Turismo Halal.

Volendo poi estendere l'analisi sul significato della parola *halal*, si apprende che oltre ad indicare quali siano gli atti leciti per un fedele, essa rimanda a tutto ciò che porta benessere e prosperità nella vita dell'uomo, sia nel fisico che nella mente. La dottrina islamica che non è ascetica, non solo incoraggiare il lavoro e il commercio, bensì promuove anche il viaggio, inteso come atto che porta ad esplorare il mondo e quindi anche ad apprezzare il creato; lo spostamento verso una destinazione poi, viene considerato come un mezzo che permette di rilassare la mente, aumentare la propria spiritualità e confrontarsi con persone appartenenti a culture differenti. Ma non è sempre stato così. Fino a qualche decennio fa, il turismo non era una delle attività preferite dalla maggior parte delle persone di fede musulmana per differenti ragioni: in primis perché si riteneva che l'attività turistica implicasse avere del tempo libero a disposizione, ma che questo fosse destinato esclusivamente alla preghiera, e poi anche per una questione prettamente economica, in quanto il potere d'acquisto era di molto inferiore a quello odierno.²⁴ Grazie agli effetti positivi della globalizzazione che ha catalizzato e catalizza tutt'ora, i cambiamenti delle società del "secondo mondo", corrispondente ai nuovi Paesi emergenti tra cui si può anche annoverare la società arabo-musulmana, oggi giorno le popolazioni islamiche non sono più spinte a viaggiare da motivi per lo più di tipo religioso come accadeva originariamente, bensì anche da motivi di tipo ricreativo, lesure, sociale, culturale etc. Il cambio di tendenza è da ricondursi anche ad altri fattori, come ad esempio: l'accesso alla tecnologia che è stato vitale per il cambiamento come si vedrà più approfonditamente nel terzo capitolo, e l'affermazione di un popolo sproporzionatamente giovane, istruito e in ascesa. Ufuk Secgin, responsabile dell'ufficio marketing di Halal Booking, una piattaforma OTA esclusivamente dedicata ai viaggiatori di religione islamica, ci parla di un target che nel tempo si è evoluto passando dai viaggiatori musulmani di prima generazione, i quali per vacanza

²⁴ Jafari, Scott (2014), "Muslim World and its Tourism", Annals of Tourism Research: Vol.44, 1-19

intendevano una gita nel proprio Paese d'origine, una visita ai parenti lontani, piuttosto che un pellegrinaggio, ai viaggiatori musulmani di seconda generazione, che concepiscono l'idea di vacanza in maniera totalmente differente, viaggiando sempre di più per mero diletto.²⁵

Dunque, anche per i fedeli musulmani viaggiare per puro svago è possibile alla sola condizione che si rispettino gli insegnamenti della religione islamica, i quali rendono lecita tale pratica a prescindere dall'essere attuata in paesi islamici o non islamici. Da parte degli operatori che lavorano nel settore del turismo, ciò significa offrire ai viaggiatori un'esperienza della quale possano godere a pieno, andando loro incontro e favorendo la facilitazione dell'adempimento ai doveri religiosi quotidiani, con alcuni accorgimenti fondamentali, dei quali si tratterà meglio nel secondo capitolo. Conoscere le esigenze religiose per essere in grado di soddisfarle, diventa in questo caso fondamentale per garantire l'espansione del settore.

In seguito, passando all'analisi dello sviluppo di questo fenomeno dal punto di vista geopolitico, il Turismo *Halal* costituisce una forma essenzialmente nuova per il settore che si è affermata dopo i primi anni 2000; l'attentato alle Torri Gemelle dell'11 settembre del 2001 ha infatti avuto un impatto non indifferente sull'economia globale, influenzando in maniera ancora più negativa le scarse relazioni tra le nazioni musulmane e occidentali. Le conseguenze di questo tragico avvenimento si sono riversate anche sul turismo, con importanti ripercussioni sui flussi turistici da e verso i Paesi islamici. La percezione dei musulmani, dell'Islam e dei governi di queste nazioni, è stata fortemente danneggiata agli occhi di potenziali viaggiatori occidentali; come conseguenza si è cercato di limitare la circolazione dei turisti arabi e musulmani in Europa e negli Stati Uniti sulla base del fatto che questi attacchi terroristici erano di origine musulmana e araba. Alcuni Paesi dell'Occidente hanno pertanto introdotto nuovi regolamenti di viaggio, i quali rendevano più difficile per i turisti arabi e musulmani l'ottenimento di un visto turistico per visitare le loro

²⁵ "The rise of Halal Tourism." - <https://www.nytimes.com/2019/01/18/travel/the-rise-of-halal-tourism.html>

destinazioni. Questo a sua volta ha fatto in modo che si sviluppasse il turismo domestico nei territori islamici che invece risultavano più accoglienti: un ottimo esempio è il Medio Oriente, che ha saputo andare incontro ai bisogni dei turisti musulmani, i quali si ritrovavano limitati nel raggiungere le proprie mete occidentali preferite, dando vita al turismo *muslim-friendly* e sviluppando un sistema di accoglienza *tailor made*.^{26 27}

Per quanto riguarda il turismo incoming, fino a quegli anni i territori islamici figuravano per lo più come mete di arrivo del turismo occidentale, l'inversione di rotta è avvenuta soprattutto grazie al successo della finanza islamica, il quale ha ispirato alcune strutture alberghiere dell'Occidente ad affacciarsi al nascente segmento, intuendone l'enorme potenzialità, visto l'elevatissimo numero di musulmani nel mondo che possedevano le capacità economiche per viaggiare. Anche il mutamento generazionale che come si è già visto, ha portato all'evoluzione del concetto di viaggio, ha giocato un ruolo importante nel far sì che questi territori, oltre ad essere meta di turismo passivo, acquisissero anche lo status di aree di turismo attivo. Di conseguenza il Turismo *Halal* ha cavalcato l'onda del potenziamento passando da un turismo strettamente di nicchia praticato da pochi, ad uno dei segmenti del mercato turistico globale più in crescita, con grandi prospettive future.

1.5 Caratteri distintivi di una destinazione muslim-friendly.

Poiché l'Islam non è solamente una religione ma un vero e proprio stile di vita, anche mentre si trova in vacanza, il fedele non rinuncia all'adempimento dei suoi doveri religiosi. Per questo motivo, sceglie di visitare i luoghi dove viene permesso e facilitato di continuare a praticare il proprio credo. E' a questo punto che entra in gioco il concetto di *muslim-friendly*. Tale nozione rimanda all'eliminazione di tutto ciò che può essere percepito dai viaggiatori musulmani

²⁶ Battour, Battor, Ismail (2010), "Toward a Halal Tourism Market", Tourism Analysis: Vol. September, 15

²⁷ Battour, Battor, Ismail (2011), "The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice", International Journal of Tourism Research: Vol. November

come un disagio. Ad esempio: non riuscire a compiere le proprie orazioni in tempo, non avere la possibilità di mangiare un pasto adeguato, oppure ancora essere pregiudicati per il proprio *dress code*. Dal punto di vista gestionale della destinazione, andando incontro alle esigenze religiose dei turisti, la loro fidelizzazione risulterà più semplice e il bacino di clientela verrà incrementato dal passaparola. Il focus di questo paragrafo è quello di indagare quali sono gli elementi che non dovrebbero mancare presso una destinazione *muslim-friendly*, e che fanno in modo di rendere la vacanza dei fedeli compatibile con la loro fede.

1.5.1 Halal Hotels: quali sono gli standard richiesti?

Fino a pochi anni fa, Paesi come l'Arabia Saudita, gli Emirati Arabi Uniti e altri Paesi del Medio Oriente erano le uniche destinazioni popolari per le vacanze *halal* e di conseguenza le poche ad offrire servizi di alloggio muslim-friendly.

Grazie al cambio generazionale e all'aumento del potere di consumo dovuto al successo della Finanza Islamica, negli ultimi tempi, i viaggiatori musulmani hanno iniziato ad attraversare in lungo e in largo il globo e le nazioni ospitanti di perciò, si sono dovute adoperare per offrire a questo segmento di clientela strutture ricettive che soddisfacessero le loro specifiche esigenze. D'altronde, la disponibilità di hotel a misura di musulmano è uno degli elementi maggiormente presi in considerazione quando si tratta di scegliere la destinazione da visitare. In concomitanza con lo sviluppo di questo fenomeno turistico quindi, il numero di hotel conformi alla Shariah è cresciuto, sia presso le destinazioni musulmane, che non.

Gli hotel musulmani, o *Halal Hotels*, si definiscono strutture alberghiere, che tengono conto delle esigenze religiose della clientela musulmana, e per questo formulano la loro offerta in termini di ospitalità, nel rispetto dei dettami islamici.

Tra i servizi base che la ricettività *halal* deve offrire per essere considerata tale, troviamo:

- stanze riservate alla clientela musulmana

- *servizi di ristorazione halal*
- *sale separate per il consumo dei pasti riservate alla clientela musulmana*
- *spazi riservati alla preghiera*

Per quanto riguarda invece le singole camere, queste ultime devono presentare:

- un tappetino per la preghiera;
- una freccia sul soffitto o una bussola per individuare la direzione della Mecca;
- frigobar privi di alcolici;
- tv con programmi *family-friendly*, possibilmente in lingua araba;
- un bagno adatto ad un uso proprio *dell'acqua*.



Figure 7: indicazione della Mecca in camera da letto.

Figura 8: Tappeto per la preghiera.

Altri servizi/caratteristiche che si possono trovare sono:

- vicinanza ai luoghi di culto (eventualmente indicati in apposite mappe fornite alla clientela);
- elenco dei punti di ristoro che offrono cibo *halal* nelle vicinanze;
- presenza (per i più conservatori) di piscine, spiagge, palestre differenziate per genere;

- servizi specifici per il periodo del Ramadan (buffet per l'Iftar);
- indicazione degli orari di preghiera;
- personale preparato nel rapportarsi con la clientela;
- dotazione di una copia del Corano;
- prodotti per l'igiene personale certificati Halal;
- personale femminile per le donne.



Figura 9: I servizi muslim-friendly di una struttura ricettiva.

Dopo aver elencato i requisiti richiesti agli hotel per essere definiti muslim-friendly, va specificato che è necessaria una apposita certificazione, che solitamente viene rilasciata dall'ente nazionale competente in materia. Non tutte le strutture ricettive *halal* dispongono della totalità dei servizi sopra elencati, alcuni sono disponibili solo su richiesta del cliente. Generalmente sono sufficienti le prestazioni base per fare in modo che l'alloggio risulti conforme agli standard.

Crescent Rating, la principale autorità che si occupa di viaggi halal a livello mondiale, a tal proposito suddivide gli hotel che ospitano clienti musulmani in tre macrocategorie, considerando i servizi che offrono, denominandole:

“helpful”, “accommodates” e “specialized”, ossia “utile”, “accomodante”, “specializzato”.

Nella prima si inseriscono gli hotel considerati “utili” ai viaggiatori musulmani, in quanto forniscono informazioni riguardanti gli orari di preghiera e la relativa direzione, così come indicazioni sui punti di ristoro *halal* e le moschee presenti nelle vicinanze. La seconda categoria racchiude gli hotel considerati accomodanti, i quali oltre ad offrire i servizi della prima categoria, permettono al cliente di consumare cibo *halal* durante almeno uno dei tre pasti giornalieri (solitamente durante la colazione), e di usufruire del servizio in camera *halal*. Per quanto riguarda la terza categoria, vi rientrano gli hotel considerati specializzati, che offrono tutti i servizi fino ad ora menzionati ai quali si aggiunge la cucina certificata *halal*, oppure ospitano al proprio interno un ristorante *halal*.²⁸

Come vedremo nel secondo capitolo sono i Paesi musulmani a vantare il maggior numero di *halal hotels* sul proprio territorio. Tuttavia anche le destinazioni non musulmane si sono adoperate per sviluppare questo tipo di ricettività, non solo favorendo la costruzione di hotel *muslim-friendly*, ma anche lanciando iniziative per la formazione dei dipendenti che lavorano nell'hospitality e nell'*hotellerie*. L'obiettivo di questi progetti è stato quello di avvicinare maggiormente il personale alberghiero all'Islam e alla cultura dei fedeli, al fine di migliorare la comprensione dei loro bisogni e preoccupazioni, e favorire una migliore interazione tra le parti.²⁹³⁰

Per riportare qualche esempio di struttura ricettiva a misura di musulmano, il portale *Holidayme.com* ha stilato una classifica dei 10 migliori *halal hotels* nel

²⁸ <https://www.crescentrating.com/rating-accreditations/hotels.html>

²⁹ “What is muslim-friendly or halal hotel?” - <https://medium.com/halalvaca/what-is-muslim-friendly-or-halal-hotels-743edf3a0218#:~:text=The%20Muslim%20friendly%20hotel%20means,halal%20food%2C%20the%20absence%20of>

³⁰ “Muslim travel behavior in Halal Tourism.” – <https://www.intechopen.com/books/mobilities-tourism-and-travel-behavior-contexts-and-boundaries/muslim-travel-behavior-in-halal-tourism>

mondo, i quali oltre ad offrire i servizi basilari, si contraddistinguono per un'offerta muslim-friendly arricchita e diversificata, che può prevedere: cucina certificata *Halal*, giardini e spiagge private per la clientela musulmana, spa divise per genere, fornitura di stuoie e abiti da preghiera su richiesta, assenza di canali televisivi per adulti, di discoteche e di sale per il gioco d'azzardo, e molto altro ancora.

Gli hotel protagonisti della classifica sono i seguenti:

- The Dorchester Hotel, Londra
- Relais Christine, Parigi
- Park Hyatt, Tokyo
- Ajwa Hotel Sultanahmet, Istanbul
- Fairmont, Singapore
- Jumeirah at Etihad Towers, Abu Dhabi
- Nouvo City Hotel, Bangkok
- The Elysian, Bali
- Maradiva, Mauritius
- Maia Luxury Resort and Spa, Seychelles³¹

Generalmente, sia per quanto riguarda i turisti occidentali che per i musulmani, prima di concludere una prenotazione in un determinato albergo, si svolge un'attenta ricerca online, sulle valutazioni e sullo standard dell'albergo prescelto. Anche per il settore turistico quindi il web è diventato uno strumento fondamentale, per potersi assicurare della qualità dell'accoglienza nella struttura presa in considerazione. La cosiddetta pre-experience del visitatore, che visualizza tutti i dettagli del viaggio e della sua futura camera, è ormai un passaggio obbligato verso la prenotazione definitiva. Il terzo capitolo dunque,

³¹ "Halal Travel: top 10 halal friendly hotels around the world." - <https://www.holidayme.com/explore/best-halal-friendly-hotels-around-the-world/>

tratterà il ruolo che hanno avuto internet e le nuove tecnologie nello sviluppo del turismo *halal*, attraverso i quali sono stati ideati portali, applicazioni per smartphone e OTA su misura. Anche gli hotel muslim-friendly, come altre categorie di strutture ricettive, hanno usato questi strumenti digitali per la creazione della propria immagine, per la promozione della propria struttura e per implementare l'interazione con il cliente. Questo a fronte del fatto che, quando si parla di esperienza turistica, anche la scelta della struttura ricettiva, e il primo approccio ad essa, che avviene attraverso il sito internet, sono considerati parte integrante della vacanza e possono figurare come valore aggiunto di quest'ultima.

1.5.2 Halal Food: cibo lecito e certificato.

Il cibo *halal* è uno degli aspetti più importanti nella vita di un musulmano e accomuna milioni di persone nel globo. Ciò nonostante, risulta ancora poco conosciuto come si può evincere dalle parole di Riaz: *“La maggior parte degli americani e degli europei collegano il cibo Kosher con la religione ebraica. Ma gli stessi molto spesso non sanno che il cibo Halal è la controparte islamica del Kosher.”*³² Questo ovviamente per un fattore essenzialmente storico, essendo le persone di religione ebraica presenti da secoli nelle società occidentali, contrariamente ai musulmani il cui potere d'acquisto è comunque cresciuto solo negli ultimi 40 anni circa.

L'alimentazione *halal* dunque, rimanda al cibo preparato rispettando determinati requisiti, quali la pulizia e la non contaminazione con elementi vietati dalla religione islamica, che vengono definiti *haram*. Tra gli elementi considerati impuri, come si è precedentemente osservato, figurano: l'alcol e le sostanze stupefacenti, la carne di maiale, il sangue animale, gli animali già

³² Hall, Micheal & Wan Hassan, Melissa (2003), “The demand for halal food among Muslim travellers in New Zealand” in Hall, Micheal et al. Food Tourism Around the World: development, management and markets, pp.81-101, 2003, Elsevier Butterworth-Heinemann

morti e quelli macellati senza aver pronunciato il nome di Dio.³³ Anche in questo caso come nell'hotellerie, i prodotti alimentari halal devono essere appositamente certificati dall'ente nazionale di competenza, che stabilisce la loro conformità alla dottrina islamica. Chi certifica le aziende che producono cibo halal, valuta anche l'imballaggio, lo stoccaggio ed il trasporto. Ottenere la certificazione non è semplice e scontato in quanto implica un notevole sforzo economico, di produzione (molto spesso avviene una piccola rivoluzione all'interno dell'azienda in quanto alcuni ingredienti di base variano) e anche del personale, il quale dev'essere adeguatamente formato.³⁴ I dipendenti vengono sottoposti a questa preparazione, non solo per comprendere cos'è *halal* e cosa no, ma anche, in caso di alberghi o ristoranti, come comportarsi culturalmente parlando: il concetto di comunicazione interculturale è un tema molto importante, al fine di interiorizzare come e a chi parlare, quale distanza interpersonale mantenere, la gestualità e molto altro ancora.

Secondo il principio “nel dubbio, non consumarlo” molto diffusa tra i musulmani osservanti, bisogna fare attenzione all'uso del materiale con cui si realizzano i prodotti *halal*, in particolar modo ai luoghi come le cucine dei ristoranti e degli hotel. Parlando nello specifico, è doveroso essere cauti anche in riferimento agli utensili, stoviglie e posate usate per cibi halal e non halal.³⁵ Un ente certificatore halal verifica anche tale aspetto, ossia se il cibo viene preparato dagli chef usando strumenti a parte, non a contatto con quello usato per preparare il cibo non-*halal*.

Come per gli *halal hotels*, i Paesi musulmani, fanno meno fatica ad attenersi ai dettami religiosi e offrire cibo *halal* in quanto fa già parte della loro cultura culinaria. Questo risulta più difficile se si tratta di Paesi non musulmani, dove

³³ “Alimentazione / Precetti islamici” -

<https://www.starbene.it/approfondimenti/alimentazione/conservare-gli-alimenti-3136/precetti-islamici-3132>

³⁴ “La certificazione Halal: cos'è e come si ottiene.” - <https://www.exportiamo.it/aree-tematiche/12635/la-certificazione-halal-cos-e-come-si-ottiene/>

³⁵ “Halal food preparation” - <https://study.com/academy/lesson/halal-food-preparation.html>

spesso una persona di fede islamica ha come alternativa solo il piatto vegetariano. E' in quest'ottica che diventa vitale per le destinazioni che scelgono di promuoversi in chiave muslim-friendly, disporre di cibi e bevande *halal* sul proprio territorio.

Fino ad un decennio fa il cibo *halal* si trovava solamente nei tradizionali negozi etnici o presso macellai locali. Oggi, a seguito dell'aumento vertiginoso della domanda di questi prodotti e del conseguente adeguamento dell'offerta, il mercato dell'*halal food* si è evoluto e distribuisce i propri alimenti nei supermercati e negli ipermercati, dove oggi si trova una vasta scelta di articoli. A loro volta i ristoranti, i bar, i panifici, le pasticcerie, presenti sul territorio della destinazione, possono scegliere di acquistare cibo *halal* da servire ai propri clienti, oppure produrlo direttamente in loco. I punti di ristoro inoltre, come si vedrà nel secondo capitolo, per avvicinarsi maggiormente a questo tipo di segmento, anche se propongono una cucina locale, tradizionale o etnica, mettono a disposizione menù opzionali *halal per la clientela musulmana*. Anche le catene internazionali come KFC, Mc Donald's e Subway, che spesso fungono da punto di riferimento per i viaggiatori che si trovano in giro per il mondo, si sono approximate alla cucina *halal* e offrendo delle opzioni per la clientela musulmana.

Oltre alla rilevanza culturale e religiosa, quello del cibo *halal* è diventato ormai un segmento fiorente nel mercato alimentare globale, il cui valore supera notevolmente i mille miliardi di dollari.³⁶ Grazie alle sue garanzie di qualità, igiene e rispetto dell'ambiente, il cibo *halal* è diventato un fattore di attrattiva anche per non musulmani, che vengono attirati proprio dalle caratteristiche dei prodotti, enfatizzate dalle aziende produttrici.

³⁶ "La tradizione islamica e l'evoluzione del cibo halal." - <https://www.gamberorosso.it/notizie/articoli-food/la-tradizione-islamica-e-l-evoluzione-del-cibo-halal/>



Figura 10: Logo che simboleggia la certificazione Halal.

1.5.3 Halal Facilities: shopping, intrattenimento e servizi su misura.

Lo shopping è una delle attività preferite dai turisti musulmani, soprattutto emiratini e sauditi, che come si vedrà in seguito, sono coloro che si contraddistinguono per un'elevata capacità di spesa. Tra le preferenze negli acquisti, primeggiano cosmetici e abbigliamento, anche se risultano piuttosto gettonati anche accessori e gioielli.

La moda islamica (o *modest fashion*) è un vero e proprio settore in crescita che rimanda ad un modo di vestire comodo ma comunque elegante, il quale prevede la copertura del corpo, secondo i principi della fede islamica. Va sottolineato che l'obbligo di coprirsi, rispettando determinati canoni, non si riferisce solo alle donne, come spesso si pensa, bensì include anche gli uomini. Tuttavia, ciò non limita la persona di fede musulmana nell'indossare capi colorati e moderni, in base alle diverse occasioni. Presentarsi nel migliore dei modi a livello estetico è una prerogativa essenziale per il target in

questione. Tutto questo costituisce quindi, una grandissima prospettiva per il mercato: grandi marchi come Dolce&Gabbana, Burberry, Prada, Valentino che contano centinaia di stores dislocati in tutto il mondo, sono entrati nel settore portando con sé finanziamenti più o meno ingenti, che hanno permesso al settore di crescere. In effetti, dopo che questi colossi della moda si sono interessati all'abbigliamento modest fashion, molte altre aziende minori come Zara e H&M, hanno seguito il loro esempio. Per soddisfare le esigenze della clientela musulmana, i brand di lusso hanno ideato delle linee di abbigliamento su misura, che prevedono cappelli e tuniche djellaba, per gli uomini, e veli e tuniche abaya, disegnati per le donne. Oltre a questo primo approccio, sono state realizzate anche delle collezioni a tema, come ad esempio quelle dedicate alla festività del Ramadan e allo Hijab, il famoso velo islamico³⁷. Anche in questo caso, gli attori già presenti sul mercato e quelli che sono considerati potenziali *new entries*, hanno bisogno di essere educati sulla religione islamica, e aggiornati sulle nuove tendenze, per poter offrire capi conformi ai requisiti richiesti.

La popolazione musulmana tuttavia, non si veste solamente presso le boutique di lusso, e non cerca a tutti i costi abiti tradizionali della cultura islamica, bensì si diletta nello shopping esattamente come la popolazione non islamica, frequentando anche i negozi non specializzati e le grandi catene. Per effetto della globalizzazione infatti, soprattutto le nuove generazioni si vestono sempre più "all'occidentale", non rinunciando però al rispetto dei dettami religiosi. Dunque, una destinazione turistica che vanta importanti vie dello shopping, piuttosto che grandi centri commerciali, sarà maggiormente apprezzata dai viaggiatori musulmani. Ad esempio, Dubai, Bangkok, Kuala Lumpur e Istanbul, le quali, secondo la classifica di *Shoppingconsultants.it* del 2020³⁸, ospitano alcuni tra i *mall* più grandi al mondo, sono tra le mete più

³⁷ "Modest Fashion: la moda islamica conquista l'Occidente." - <https://voila.life/moda/modest-fashion/>

³⁸ <https://www.shoppingconsultants.it/piu-grandi-centri-commerciali/>

gettonate nel turismo *muslim-friendly*. Questo aspetto sarà ulteriormente approfondito nel secondo capitolo.



Figura 11: Donne musulmane si diletano nello shopping.

Un altro aspetto molto importante per la popolazione musulmana è la cura della persona e del proprio corpo. Per questo motivo quando si cita lo shopping *muslim-friendly*, è doveroso menzionare i cosmetici che devono essere conformi ai dettami della religione. La cosmesi si considera *halal* se tra gli elementi che compongono i prodotti, non ci sono sostanze *haram*, come ad esempio alcool, gelatine e altri derivati di origine animale che non venga macellato secondo la modalità islamica. Oltre a questo, vi è la necessità che i cosmetici rispondano al requisito detto “*tayyib*”, un termine arabo che indica la qualità della pulizia, e che quindi vengano realizzati secondo procedure ben controllate e sane per il corpo umano. Sostituendo l’alcool con elementi dalle proprietà simili, si è riusciti ad ottenere una serie di prodotti per la cura della persona, ampia quanto quella acquistata dai consumatori non musulmani.³⁹ Si fa riferimento a: creme, trucchi, profumi, prodotti per l’igiene personale interamente *halal*, che devono essere certificati così come gli hotel e il cibo, dall’ente nazionale preposto. Quest’ultimo solitamente si identifica nel medesimo organo che certifica gli alimentari.

³⁹ “La cosmesi halal per il consumatore musulmano.” - <http://lafinanzaislamica.it/cosmesi-halal/>



Figura 12: Cosmetici certificati Halal e volto di donna musulmana truccata.

Il target per eccellenza di questo comparto è la popolazione giovanile, che si ritrova nel perenne tentativo di conciliare la propria religione, con il fatto di essere giovani e di vivere nel ventunesimo secolo. Non a caso, molte linee di cosmesi nei Paesi europei, come Francia e Regno Unito, sono state create da giovani musulmani per giovani musulmani, riscontrando un grande successo.

40

Questo mercato, punta a coinvolgere anche altre sensibilità, in quanto si tratta di prodotti rispettosi dell'ambiente, spesso di origini vegetali e attenti al concetto “cruelty-free”, legato ai diritti degli animali. Ad oggi i marchi di cosmetici *halal* sono ampiamente diffusi, tra quelli più famosi troviamo: Khadijia e Hasna Cosmetics, NEEK, PHB Ethical Beauty, Inika Organic, Sampure Minerals, IBA Halal Care etc.⁴¹

Procedendo nell'analisi dell'offerta turistica progettata per il segmento in esame, l'intrattenimento figura come un altro elemento chiave per la scelta della meta di viaggio. Come si apprende dai vari articoli fino ad ora esaminati, i turisti musulmani apprezzano particolarmente le attrazioni fastose che

⁴⁰ <http://macfea.com.my/wp-content/uploads/2018/11/Artikel-4-JPM-jilid-30-Jun-2018.pdf>

⁴¹ “Top Halal Makeup Brands 2020 – The Ultimate Collection” - <https://azizatihealthandbeauty.com/top-halal-makeup-brands-2020/>

richiamano il lusso, il divertimento e il benessere. Le città di Dubai e Abu Dhabi negli Emirati Arabi Uniti, sono tra le mete maggiormente apprezzate dai viaggiatori islamici, proprio perché ospitano attrattive architettoniche uniche al mondo e vivaci centri di intrattenimento, quali fontane danzanti, imponenti grattacieli, sontuose moschee, e parchi tematici.⁴²



Figura 13: Musulmani si divertono sulle giostre.

Infine, tra gli altri servizi che può offrire una destinazione turistica *muslim-friendly*, vi rientrano quelli aeroportuali e sanitari. Nel primo caso, si fa riferimento agli aeroporti che hanno designato degli appositi spazi all'accoglienza dei passeggeri musulmani, come ad esempio stanze per la preghiera, spazi per potersi lavare ed eseguire le abluzioni e punti di ristoro che offrono cibi *halal*.⁴³ Per quanto riguarda invece, i servizi di assistenza sanitaria per i turisti musulmani, essi si concretizzano nella possibilità di acquistare medicinali certificati *halal* presso le farmacie locali, piuttosto che sottoporsi a trattamenti medici presso cliniche e ospedali a misura di musulmano, dove si può trovare personale arabofono, strumentistica “non contaminata” e cure che rispettano i dettami religiosi dell'Islam. Anche i centri

⁴² “Cosa vedere a Dubai/ Abu Dhabi” - <https://www.viaggioadubai.it/>

⁴³ <https://www.intechopen.com/books/mobilities-tourism-and-travel-behavior-contexts-and-boundaries/muslim-travel-behavior-in-halal-tourism>

ricreativi che offrono trattamenti termali, spa, ritiri yoga etc. si sono adattati per soddisfare le esigenze di questa clientela, offrendo servizi di fitness e benessere certificati *halal*.⁴⁴



Figura 14: Indicazione delle sale di preghiera all'interno di un aeroporto.



Figura 15: Logo dei trattamenti sanitari certificati Halal.

⁴⁴ "Hospitals / Recreation place/ clinics" -

https://globalhalaltourism.org/hospitals_health_care_centers_clinics.php

Capitolo 2: Il Turismo Halal nel mondo.

Nel capitolo precedente si è potuto constatare come una qualsiasi destinazione turistica possa formulare la propria offerta in chiave *muslim-friendly*, introducendo servizi a misura di musulmano, rispondendo concretamente alle esigenze della clientela *halal*, e promuovendo una accoglienza sensibile e rispettosa dei dettami islamici.

In seguito, vedremo come si sono mossi a tal proposito, i Paesi interessati ad intercettare questo segmento di mercato, e quali sono le destinazioni che meglio hanno saputo affermarsi nel contesto turistico *muslim-friendly*.

Da ultimo, analizzeremo i dati numerici relativi ai viaggiatori musulmani e alla loro tendenza di spesa durante il viaggio, per comprendere a fondo le possibilità di business legate a questo target.

2.1 Le principali mete muslim-friendly a livello globale.

L'organizzazione finanziaria Mastercard, in collaborazione con Crescent Rating, un gruppo di ricerca che traccia i viaggi Halal-friendly, elaborano annualmente dei report in merito al fenomeno in esame; tra i più importanti si colloca il Global Muslim Travel Index (GMTI), che individua le destinazioni protagoniste del Turismo *Halal* a livello mondiale, dividendole in base all'appartenenza o meno di questa Nazioni all'OIC, ossia l'Organizzazione della Cooperazione Islamica, la seconda più grande organizzazione intergovernativa dopo le Nazioni Unite, che conta 57 stati membri sparsi su quattro continenti.



Figura 16: Logo della collaborazione tra Mastercard e Crescentrating.

Il GMTI valuta le destinazioni secondo specifici criteri, previsti dal modello ACES, il quale, a sua volta, considera 4 fattori chiave:

- Facilità di accesso alla destinazione
- Comunicazione interna ed esterna dalla destinazione
- Ambiente a destinazione
- Servizi forniti dalla destinazione

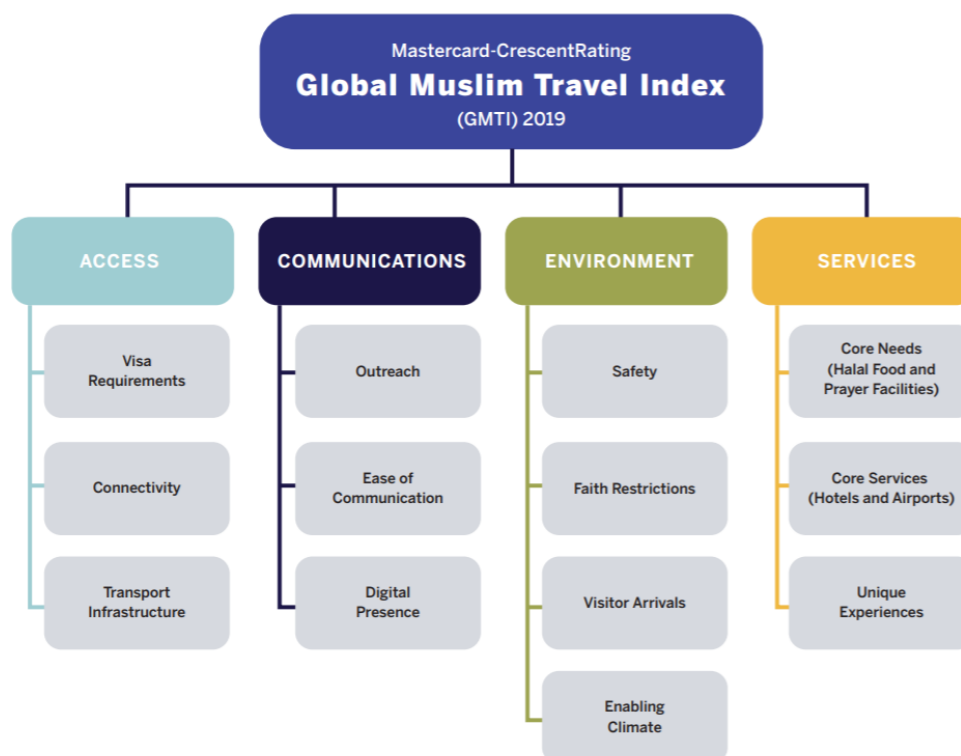


Figura 17: Schema del modello ACES.

Secondo il GMTI del 2019, le prime 3 destinazioni *Halal* facenti parte dell'OIC, sono:

- Malesia
- Indonesia
- Turchia

Le prime due si contengono il podio, in quanto risultano allo stesso livello. Lo studio è stato fatto su 40 Paesi di religione musulmana e non, le aree che si sono posizionate in testa alla classifica, hanno totalizzato il maggior numero di punti secondo il modello sopra citato. Al tempo stesso hanno dimostrato di aver colto i cambiamenti e le nuove necessità, che negli ultimi vent'anni, hanno contraddistinto i turisti musulmani. Anche il fatto di essere nazioni a prevalenza islamica ha sicuramente agevolato lo sviluppo del Turismo *Halal* in queste aree, ma non ha rappresentato un elemento decisivo. Anche perché, come si vedrà in seguito, sia le guide turistiche specializzate, che i blogger, senza dimenticare i fondatori delle OTA interamente dedicate al turismo *muslim-friendly*, non si sono posti il mero obiettivo di aiutare i viaggiatori musulmani nella ricerca di strutture ricettive e destinazioni che rispondessero agli standard richiesti, bensì hanno cercato di fungere da sostegno per tutti quei turisti che volevano uscire dalla propria zona di comfort ed esplorare il mondo.

Per quanto riguarda invece le destinazioni non OIC, sempre secondo il GMTI 2019, le preferite dai turisti *halal* risultano essere:

- Singapore
- Thailandia
- Giappone.

Di seguito saranno analizzate le sei mete principali dei turisti musulmani, a maggioranza musulmana e non, al fine di comprendere a pieno come si sono mosse per attrarre questo segmento e offrire le migliori esperienze di viaggio *Halal*, al mondo.

2.1.1 Malesia.



Figura 18: Collage di fotografie delle attrazioni turistiche malesi.

Andando per ordine, la nazione del Sud-Est Asiatico, con l'arrivo di 5,3 milioni di turisti musulmani nel 2018, occupa il podio (condiviso con l'Indonesia) a livello mondiale per quanto riguarda i Paesi dell'OIC. Oltre ad ospitare differenti etnie con il 70% della popolazione di religione musulmana su un totale di 33 milioni di abitanti, si può considerare una destinazione completa per il target in esame, poiché propone un mix di attrattive che rispondono ad ogni esigenza e gusto: spiagge di sabbia fine, idilliache isole perdute, barriere coralline, piantagioni di the o di alberi della gomma, case in stile coloniale immerse nel verde, foreste popolate da scimmie e da animali leggendari e, accanto alla natura mozzafiato, le ultramoderne città che hanno saputo trovare il loro giusto spazio. Non mancano all'appello nemmeno festival culturali e centri commerciali, attrattive preferite dai turisti *halal*.⁴⁵ La sua capitale, *Kuala Lumpur*, è una metropoli caratterizzata da altissimi grattacieli che ospitano lussuosi ristoranti, hotel e torri panoramiche, come le famose *Petronas Tower*. La città si presenta come un incontro tra modernità e fascino orientale; da un punto di vista culturale va incontro ad una tendenza per lo più musulmana, presentando numerose moschee e molteplici riferimenti all'Islam. Risulta

⁴⁵ "Malesia: 5 cose da sapere prima di partire." -

<https://www.turismo.it/oltreconfine/articolo/art/titolo-id-8354/>

essere, tra le altre cose, una delle migliori destinazioni di tutto il sud est asiatico per lo shopping, grazie ai faraonici centri commerciali ma anche ai piccoli negozi, alle botteghe artigiane e ai mercatini.⁴⁶ Anche il clima e la geografia del Paese hanno giocato a favore dello sviluppo turistico dell'area, con particolare attenzione verso i visitatori di fede islamica, soddisfatti in tutto e per tutto, dall'alloggio, al cibo, ai luoghi di intrattenimento, rigorosamente organizzati per rispondere agli standard del turismo *halal*. In effetti è evidente lo sforzo che le autorità malesi stanno compiendo nei confronti di questo mercato, testimoniato anche dalla presenza di segnaletica in lingua araba e di uno staff arabofono nell'aeroporto di *Kuala Lumpur (KLIA)*, o dall'esistenza di una compagnia aerea totalmente islamica, la *Rayani Air*. E' proprio lo stato della Malesia a darle vita nel 2015, prevedendo preghiere a bordo, hostess velate, e menù rigidamente Halal che non prevedono alcol e carne di maiale. L'idea è nata da alcuni musulmani conservatori dopo il disastro della *Malaysia Airlines*, ed è stata accolta da alcuni imprenditori indù, che l'hanno considerata un'importante opportunità di business.⁴⁷ Questo si riflette nel fatto che la maggior parte dei turisti che visitano il paese provengono dal Medio Oriente e dall'Asia orientale. Puntare sul *Muslim-Friendly* è considerata una strategia che mira a risultati sul presente, nonché sul futuro prossimo e sul medio-lungo termine. A tal proposito, l'organo *JAKIM*, ossia il *Dipartimento della Malesia per lo Sviluppo Islamico* ha creato un sistema di 105 certificazione *halal* ritenuto da Wibowo e Fauziah (autori dello studio) il più rigido tra i nove sistemi di certificazione esistenti che hanno selezionato.⁴⁸ Posto che per certificazioni *halal*, si intendono autenticazioni di qualità che attestano che i prodotti, siano essi alimentari, chimici, farmaceutici o cosmetici, siano conformi alle norme etico-religiose della sharia, non ci lascia indifferente constatare che più

⁴⁶ "Kuala Lumpur capitale della Malesia" - <https://www.vooila.com/kuala-lumpur-capitale-malesia>

⁴⁷ "Malesia: preghiere e cibo halal, ecco la prima compagnia aerea islamica." - <https://video.repubblica.it/mondo/malesia-preghiere-e-cibo-halal-ecco-la-prima-compagnia-aerea-islamica/223128/222378>

⁴⁸ Wibowo, Fauziah (2016), "Non-Muslim Consumers' Halal Food Product Acceptance Model", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 37 (2016), pp. 276-283

dell'80% del suo sistema produttivo è effettivamente certificato *halal*. Lo scorso anno inoltre, l'Islamic Tourism Centre (ITC) della Malesia ha lanciato il *Muslim Friendly Accommodation Recognition*: una forma di accreditamento per alloggi conformi alla *Shariah* rivolti ai turisti musulmani nel Paese. L'accREDITAMENTO è il frutto del lavoro combinato tra il *Department of Standards Malaysia* e dell'ITC, ed è l'unico riconoscimento al mondo nel suo genere, rilasciato da un'agenzia governativa.⁴⁹ Altri aspetti importanti da considerare sono: la situazione politica del Paese che è stabile, e ciò rappresenta un fattore di influenza preponderante per questo tipo di turismo, specialmente perché si tratta per lo più di viaggi di famiglia, l'apertura della nazione al commercio internazionale, la presenza di un sistema di infrastrutture in costante potenziamento e i numerosi incentivi fiscali offerti. Come si è già osservato in precedenza, il fenomeno terroristico ha cambiato i flussi turistici dei musulmani, i quali se prima del 2001 preferivano paesi come Regno Unito e Stati Uniti, gradualmente hanno modificato le proprie destinazioni verso nazioni a maggioranza islamiche, come Turchia e Malesia appunto, per effetto del fenomeno sociale dell'Islamofobia. Risulta naturale la priorità che il governo malese dà a questo segmento, se si considera il ruolo dato dal turismo nella crescita economica nazionale. Il Paese ha inoltre ospitato nel 2009, la prima *Global Islamic Tourism Conference and Exhibition* a cui hanno partecipato tutti i membri dell'OIC (*Organisation of Islamic Countries*), mostrando l'interesse della nazione malese a primeggiare in questa nicchia del mercato turistico. Avendo già conquistato una buona fetta del business dei Paesi del Golfo, ora punta ad attrarre la minoranza musulmana cinese, composta da qualche decina di milioni di individui.⁵⁰ Lo sviluppo del turismo *halal* in Malesia ha per di più creato un effetto a catena portando benefici economici anche in altri settori direttamente e indirettamente coinvolti. L'arrivo

⁴⁹ "Malaysia establishes official recognition for halal-friendly hotels."- <https://www.ttgasia.com/2019/07/25/malaysia-establishes-official-recognition-for-halal-friendly-hotels/>

⁵⁰ Lina Munirah Kamarudin and Hairul Nizam (2013), "Islamic Tourism: The Impacts To Malaysia's Tourism Industry", Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor. Pag.399

dei turisti musulmani, soprattutto quelli provenienti dal Medio Oriente, ha fatto confluire un grande flusso di capitali importati da questi ultimi, i quali solitamente arrivano a destinazione con l'intento di passare una vacanza in famiglia, per poi concludere affari, aprire nuovi business in loco e acquistare immobili, grazie ad un sistema bancario locale che applica i principi della Finanza Islamica.⁵¹ Altro punto di forza della nazione malese nel targetizzare i musulmani è il turismo di tipo medico: chi si fa curare in cliniche di questo paese, ha la certezza che in questi luoghi troverà sale per la preghiera, staff arabofono e personale medico che tiene conto delle esigenze religiose dei propri pazienti. I prodotti vietati dalla legge islamica, come quelli derivati dalla carne di maiale sono esclusi, per questo si offrono prodotti privi di gelatina e suina, addirittura si offrono opzioni *halal* per quanto riguarda l'insulina. Gli ospedali inoltre utilizzano punti di sutura prodotti da un'azienda locale a base di agnelli macellati secondo la legge islamica.⁵² La Malesia rappresenta dunque, uno degli esempi di successo dell'integrazione delle pratiche permesse dalla religione islamica all'interno del settore turistico, legato per lo più al segmento *lesure*.

⁵¹ Samori, Zakiah and Noorsalwati Sabtu (2014), "Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*: Vol. 121, 144 – 157

⁵² "Malaysia offers 'halal treatments' for Muslim medical tourists." - <https://english.alarabiya.net/en/life-style/travel-and-tourism/2014/07/30/Malaysia-tries-to-parlay-appeal-to-Muslim-visitors-into-medical-tourism-push>

2.1.2 Indonesia.



Figura 19: Collage di fotografie delle attrazioni turistiche indonesiane.

Il paese transcontinentale, appartenente all'Asia e all'Oceania, condivide il podio con la Malesia, dopo cinque anni dedicati allo sviluppo del turismo halal. "Spero che questo risultato stimoli altre destinazioni turistiche in Indonesia a sviluppare immediatamente il turismo halal nelle rispettive regioni, perché noi siamo in grado, l'Indonesia è capace e fattibile per essere conosciuta nel mondo", ha detto il ministro del turismo Arief Yahya dopo la diffusione della notizia. L'obiettivo raggiunto è stato possibile grazie allo sviluppo di 10 destinazioni *halal* definite "prioritarie" quali: Aceh, Riau e Riau, West Sumatra, DKI Jakarta, West Java, Central Java, Yogyakarta, East Java (Malang Raya), Lombok e South Sulawesi (Makassar e zone circostanti). E il successivo rafforzamento ha aggiunto altre 6 reggenze e città nel 2019, che hanno coinvolto: Tanjung Pinang City, Pekanbaru City, Bandung City, Bandung Regency, West Bandung Regency e Cianjur Reggenza.⁵³ In termini numerici già nel 2018 si contavano 3,5 milioni di visitatori del turismo halal quando

⁵³ "Indonesia becomes world's best Halal Tourism destination 2019." - <https://www.kemenkeu.go.id/en/publications/news/indonesia-becomes-worlds-best-halal-tourism-destination-2019/>

l'Indonesia semplicemente si accingeva a salire sul podio, con l'obiettivo di aumentarli del 42% fino ad arrivare a 5 milioni di viaggiatori entro l'anno successivo.⁵⁴ Come già accennato, si tratta del Paese con la più grande maggioranza musulmana al mondo, anche se la forte presenza di templi buddisti farebbe pensare ad una predominanza induista. Secondo quanto riportato da medium.com, gli ultimi dati del 2018 mostrano che la popolazione musulmana in Indonesia è di 222 milioni di individui. Nel panorama turistico mondiale, pochi Paesi possono vantare l'eterogeneità che contraddistingue l'Indonesia, composta da 13000 isole, alcune molto piccole, altre decisamente grandi, tutte caratterizzate da diversi paesaggi, culture e tradizioni; si tratta di circa 200 gruppi etnici differenti. La natura è dominante in questa nazione, e offre spiagge paradisiache, vulcani, flora e fauna uniche nel loro genere; anche l'architettura è degna di nota con i suoi templi buddisti e le città metropolitane, come la capitale Giacarta, la quale si presenta come una città immensa, cosmopolita e tentacolare, un vero e proprio labirinto di strade, superstrade, vicoli e sobborghi, dove perdersi risulta piuttosto facile. Tra le attrazioni principali spicca la moschea *Istiqlal o Moschea dell'Indipendenza*, ossia la più grande moschea del Paese e di tutto il Sud-Est asiatico. Fu costruita in onore dell'indipendenza indonesiana e aperta al pubblico il 22 febbraio 1978. *Istiqlal* significa appunto indipendenza in arabo. Può ospitare fino a 120mila persone e possiede sette ingressi, simbolo dei sette paradisi islamici. Anche nella capitale indonesiana non mancano intrattenimento, centri commerciali enormi e ristoranti che offrono cibo *halal*.⁵⁵ Al di là della capitale, nell'immaginario collettivo *Bali* è la prima destinazione che viene in mente quando si parla dell'Indonesia; anche chiamata "isola degli dei", si contraddistingue per la natura selvaggia, le vaste risaie, e spiagge mozzafiato. Sebbene sia una destinazione piuttosto quotata per le vacanze *halal*, esistono altre destinazioni anche meno conosciute e meno turistiche, ma ugualmente meravigliose, più

⁵⁴ "Indonesia Poised to Become World's Best Halal Tourism Country." - <https://en.tempo.co/read/924226/indonesia-poised-to-become-worlds-best-halal-tourism-country>

⁵⁵ "Indonesia e Bali" - <https://vivitravels.com/it/guide/indonesia-e-bali/>

adatte ai viaggiatori musulmani. *Lombok* è al primo posto nell'Indonesia *Muslim Travel Index (IMTI)*, una classifica delle dieci province designate dal *Ministero del turismo indonesiano* per il turismo *halal*. Questa destinazione è nota soprattutto per il monte *Rinjani*, un vulcano attivo considerato il secondo più alto dell'intero Paese, per le sue spiagge incontaminate e gli sport acquatici. Ciò che attrae particolarmente i turisti *halal*, è la presenza di molte strutture per la preghiera, che l'hanno portata ad essere soprannominata "la terra delle mille moschee" e un gran numero di ristoranti e hotel certificati *halal*. L'isola ha inoltre vinto il riconoscimento di "*miglior turismo halal e destinazione per la luna di miele halal*" ad *Abu Dhabi* nel 2016. Segue nella classifica la provincia di *Aceh*, conosciuta come l'area dalla quale l'Islam si è diffuso nel resto dell'Indonesia, è l'unica che applica la legge della sharia. Vanta alcune delle spiagge più belle del Paese, non che diverse bellezze naturali come cascate ed esempi di fauna selvatica. Altre mete indonesiane halal sono le isole *Riau*, collocate nella parte ovest del Paese, sono famose per la loro barriera corallina, spiagge paradisiache e resort di lusso.⁵⁶ Per quanto riguarda le certificazioni *halal* a partire dal 17 ottobre 2019, è entrata in vigore la legge indonesiana sui prodotti *halal* ("legge halal"), la quale prevede che molti prodotti di consumo e servizi correlati che entrano e vengono scambiati nel Paese, debbano ora essere certificati *halal*, mentre alcuni prodotti e servizi avranno tempo fino al 2022 per essere dichiarati conformi. In funzione di ciò è stata istituita la *Halal Products Certification Agency (BPJPH)*, una nuova agenzia governativa sotto il *Ministero degli Affari Religiosi* che emetterà certificati *halal* attraverso un sistema one-stop-shop.⁵⁷

⁵⁶ "7 Muslim-Friendly Destinations in Indonesia." - <https://www.rihaala.com/blog/7-muslim-friendly-destinations-in-indonesia/>

⁵⁷ "Indonesia's Halal Law Takes Effect, Impacting Products and Services." - <https://www.aseanbriefing.com/news/indonesias-halal-law-takes-effect-impacting-products-services/>

Arabi, anche la Turchia si propone come meta *family-friendly* riuscendo ad attrarre, anche grazie alla ricca esperienza culturale offerta, al clima favorevole, al buon cibo, e alla presenza di numerosi resort all-inclusive, famiglie musulmane numerose che si contraddistinguono per una lunga permanenza in loco, con una permanenza media di 10 giorni e di conseguenza, un'attitudine di spesa maggiore.⁵⁹ Quanto alla sua conformazione territoriale, la Turchia possiede centinaia di chilometri di spiagge che danno sul Mar Mediterraneo, le quali ospitano un inestimabile numero di alberghi e resort di ogni tipologia e classificazione. *Ramazan Cokcevik*, funzionario responsabile della *Promozione all'interno del Ministero della Cultura e del Turismo turco*, in un intervento durante la "*Halal Tourism Conference*" organizzata da *Creative Minds Media* e dal tour operator *Andalucian Routes* nel settembre del 2014 a Granada, ha esordito affermando che dei 300 hotel *halal-friendly* nel mondo, metà di essi si trovano in Turchia.⁶⁰ Considerando questo dato ci risulta piuttosto facile comprendere il motivo per cui il Paese ha deciso di investire in maniera molto significativa su questo segmento, fino ad arrivare al concepimento di intere spiagge e resort vacanza per soli musulmani praticanti. Questi luoghi si caratterizzano per moschee disseminate in ogni angolo, spazi separati per sole donne, come piscine palestre, e spiagge dove è assicurata loro la privacy, dove viene servito cibo perfettamente in linea con i dettami religiosi, all'interno dei quali non è possibile notare sguardi indiscreti e trovare bevande alcoliche. La maggior parte di queste strutture si trovano nella regione dell'Antalya, che è la meta per eccellenza delle vacanze al mare; citando alcuni esempi troviamo il *Wome Deluxe*, l'*Adin Beach Hotel*, il *Modern Saraylar*, l'*Adenya Resort* e l'*Angel's Marmaris*. Oltre ai resort delle località marittime, la Turchia si può definire regina degli *Halal Hotels*, proprio per l'offerta diversificata del suo intero

⁵⁹ "Istanbul Turkey a Muslim Friendly Destination | Things to do with your family." - <https://muslimtravelgirl.com/istanbul-turkey-a-muslim-friendly-destination-things-to-do-with-your-family/>

⁶⁰ "First halal tourism conf in Spain awakens Europe to US\$181 billion Islamic market." - <https://www.travel-impact-newswire.com/2014/10/halal-tourism-conference-in-spain-awakens-europe-to-us181-billion-islamic-market/>

comparto ricettivo: ville, golf hotels, alberghi dei centri città, resort sciistici, spa hotels, tutti concepiti in stile *muslim-friendly*. D'altronde lo stesso presidente turco *Recep Tayyip Erdogan*, ergendosi continuamente a paladino dell'islam, non perde occasione per mostrare il suo Paese come meta prediletta di questa nuova forma di turismo, aumentando così le possibilità che il fenomeno prosegua nella sua crescita e affermi ulteriormente la leadership nel settore.⁶¹ Dai risultati che emergono navigando sui vari portali di prenotazione *halal*, spicca ulteriormente il monopolio che la nazione ha in questa tipologia di turismo, generato non solo da una vasta offerta ricettiva in termini quantitativi, ma anche in termini qualitativi. Emerge infatti che più della metà degli hotel proposti sono classificati come 4 o di 5 stelle, attirando quindi una clientela facoltosa e alto spendente.⁶² Non a caso, la politica turistica nazionale punta soprattutto su sauditi e nord africani, i quali costituiscono solamente una piccola parte della popolazione musulmana mondiale, ma che al tempo stesso concorrono per il 37% di spesa per viaggi e vacanze. Per quanto concerne il settore areo, all'interno dell'aeroporto di Istanbul si trovano una moschea di 8070 m², 44 stanze per la preghiera, metà per gli uomini e l'altra metà destinate alle donne, inoltre sono anche predisposte delle stanze apposite per permettere ai fedeli di indossare l'*ihram*, ossia l'abbigliamento predisposto per chi peregrina verso la Mecca.⁶³ Sul sito della compagnia di bandiera turca, la *Turkish Airlines*, nella sezione "servizio pasto speciale", si sottolinea il fatto che i pasti serviti sui loro voli sono preparati secondo le regole islamiche, motivo per cui non è necessario richiedere un pasto musulmano.⁶⁴ La Turchia dunque, non ha niente da invidiare alle altre destinazioni, e sicuramente continuerà ad investire nella scalata verso il podio

⁶¹ "La Turchia punta tutto sui resort per soli musulmani." - <https://it.insideover.com/politica/turchia-resort-musulmani.html>

⁶² <https://en.halalbooking.com/islamic-hotel-turkey/l/51>

⁶³ <https://www.istairport.com/en/passenger/terminal-services/prayer-rooms>

⁶⁴ <https://www.turkishairlines.com/en-us/any-questions/special-meals/>

2.1.4 Singapore.



Figura 21: Collage di fotografie delle attrazioni turistiche singaporiane.

La città-stato del sud-est asiatico, situata nell'estrema punta meridionale della penisola malese, conta più di 5 milioni e 500 mila abitanti, di cui 700 mila circa praticanti musulmani. Questa destinazione, considerate le sue dimensioni, risulta essere molto più piccola rispetto alle altre, ciò nonostante viene valutata come una delle mete più culturalmente diversificate al mondo, e offre diversi servizi che si rivolgono a tutte le etnie. Singapore è conosciuta principalmente per i suoi grattacieli altissimi, ma non è così ricca di storia e di siti dedicati, piuttosto le sue attrattive si rifanno alla diversità dei paesaggi, alla presenza di musei e siti per lo shopping. I musulmani costituiscono il 15% della popolazione e hanno contribuito alla costruzione delle numerose moschee dislocate sul territorio, attraverso il *Mosque Building Fund*. La maggior parte di esse sono state realizzate in uno stile architettonico fortemente influenzato dal design turco, persiano, mediorientale, classico e moresco. Ogni quartiere ospita almeno una moschea e sono tutte amministrate dal *Consiglio Religioso Islamico di Singapore*. Una delle più famose è la *Masjid Sultan* costruita nel 1824 e progettata dall'architetto Denis Santry. Anche i musei rappresentano delle attrazioni importanti per la città che ne vanta ben 20 unità, tutti diversi tra loro. Le tematiche di questi spazi variano dall'arte, al gioco, sport. I più famosi sono sicuramente il *Museo Nazionale di Singapore* e la *National Gallery*. Per

gli amanti della natura invece, l'attrattiva maggiormente consigliata è *Gardens by the Bay*, uno spazio composto da 101 ettari (249,6 acri) che includono diversi giardini quali: il giardino dei bambini, il giardino malese, il giardino cinese e altro ancora. Essendo la comunità musulmana molto presente sul territorio, non risulta difficile trovare bar, ristoranti, addirittura bancarelle che offrono cibo certificato *halal*, non solo sotto forma di piatti tipici locali, ma anche cucina internazionale etc. La certificazione per il cibo musulmano viene emessa dal *Consiglio Islamico di Singapore* e viene posizionata un'etichetta direttamente sulle vetrine dei locali, o sulla porta di ingresso di questi ultimi, così da facilitarne la localizzazione. Il cibo per i residenti costituisce un aspetto fondamentale della loro cultura, infatti Singapore vanta un alto numero di ristoranti, i quali spaziano da quelli alto quotati, a quelli informali. La cucina locale è elogiata in tutto il mondo, soprattutto sui media e siti web dedicati a questa tematica. I ristoranti *halal* in particolare, riscontrano molto successo, i posti disponibili risultano quasi sempre occupati, motivo per il quale è consigliato prenotare. Tra i nomi più gettonati si notano: *Hajah Maimunah*, che serve cucina malese in stile *Kampung*, *Big Bern's* che si contraddistingue per porzioni abbondanti e generose di cucina occidentale, e *Cajun on Wheels* un ristorante in stile cajun. Oltre ai ristoranti anche gli *Halal Cafes* sono molto in voga, e tra i più curiosi spicca il *Paddington House of Pancakes*, un locale specializzato nella produzione di pancake *halal*. Non mancano all'appello i negozi di dolci *halal*, specialmente nella vivace zona di *Arab Street*, alcuni sono addirittura stati aperti da celebrità locali; al loro interno vengono venduti cupcake, pasticcini e torte. Per quanto riguarda le strutture ricettive, la maggior parte degli hotel di Singapore non sono prettamente *muslim-friendly*, ma si trovano vicino a moschee e ristoranti *halal*, in modo da poter ospitare anche i turisti musulmani. Sono previste anche delle opzioni *halal* per il pernottamento, quali tra le più famose il *Fairmont Hotel* e il *Royal Plaza on Scotts*, i quali offrono ai loro clienti, tappetini, orari e abiti da preghiera.⁶⁵ L'aeroporto di *Changi* di Singapore, passando all'analisi del settore aeroportuale, è stato

⁶⁵ "Muslim Traveller In Singapore? Here's A Helpful & Handy Guide For You!" - <https://trip101.com/article/a-guide-for-muslim-travellers-in-singapore>

premiato come uno degli aeroporti migliori al mondo in cui trascorrere una lunga sosta. Collegando oltre duecento destinazioni, serve ogni anno milioni di passeggeri e per questo si è adoperato per offrire una vasta gamma di servizi, pensati per tutte le etnie e religioni. In effetti, i passeggeri musulmani all'interno dell'aeroporto trovano: tre sale di preghiera, ristoranti, caffè e addirittura catene internazionali come *Mc Donald's* che offrono anche cibo *halal*. Le attrazioni principali dell'aeroporto sono però legate all'intrattenimento; la struttura di *Changi* ospita infatti un'area di arte interattiva, una piscina, il giardino degli alberi scultorei, un cinema e un giardino delle farfalle. Qui si trova anche il *Social Tree*, una struttura interattiva alta nove metri che consente ai passeggeri di condividere foto e video che possono essere recuperati durante la successiva sosta in aeroporto.⁶⁶

2.1.5 Thailandia.



Figura 22: Collage di fotografie delle attrazioni turistiche thailandesi.

Sebbene il Paese sia popolato da quasi 70 milioni di persone di cui solo quattro milioni professanti la religione islamica, la Thailandia si propone come meta di viaggio ideale per i turisti *halal*, soprattutto per lune di miele e viaggi di famiglia. Si stima infatti che nel 2019 è stata visitata da circa quattro milioni di visitatori

⁶⁶ "Facilities for Muslim Passengers at Changi Airport." - <https://www.halaltrip.com/other/blog/facilities-for-muslim-passengers-at-changi-airport/>

musulmani, quasi il 10% degli arrivi internazionali totali. La destinazione è di per sé una tra le più popolari al mondo, con le sue spiagge tropicali, fitte jungle incontaminate, montagne mozzafiato, palazzi, templi, rovine reali, e luoghi di intrattenimento, offre al viaggiatore esperienze indimenticabili. Dalle famose località di mare come *Phuket* o *Koh Samui*, alle frizzanti metropoli come *Bangkok* e al triangolo settentrionale di *Chiang Mai* e *Chiang Rai* tutto da esplorare, la Thailandia è una meta ricca di attrattive. In riferimento al turismo *halal*, è inevitabile menzionare il villaggio dell'isola musulmana di *Koh Pan Yee*.⁶⁷ Nonostante il Paese sia in prevalenza di religione buddhista, si contano ben 170 moschee solo a nella capitale; la Fondazione Islamica della Thailandia è una delle più grandi e più belle di questo Stato, con una capienza pari a tremila persone, dispone di due vaste sale per la preghiera. Una delle moschee più famose di *Bangkok* invece, è la *Moschea Haroon*, frequentata da musulmani thailandesi con discendenti indiani e pakistani. Se in alternativa si cercano posti meno affollati e più tranquilli per pregare, la *Moschea Rizwan* situata sulle rive del fiume *Khlong Saen Saep* è l'ideale.⁶⁸ A rendere questa destinazione tanto apprezzabile è anche l'atteggiamento dei thailandesi, molto tolleranti nei confronti delle altre religioni, e noti per avere sempre il sorriso sulle labbra, modi di fare gentili e accoglienti. Anche le istituzioni si sono mosse a favore per l'incremento del turismo *halal* sul territorio nazionale, e poiché l'andamento del mercato si è mostrato negli anni particolarmente promettente, il Ministero del Turismo e dello sport, in collaborazione con *Sasin Graduate Institute of Business Administration* presso l'*Università di Chulalongkorn* ha lanciato un progetto per lo sviluppo del turismo e dei servizi *halal*: tale iniziativa prevede una ricerca approfondita sulle esigenze dei viaggiatori musulmani e sul loro comportamento al fine di progettare prodotti e servizi turistici per soddisfare le loro esigenze. Si sono inoltre predisposti corsi di formazione sul turismo *halal* per operatori turistici e relativi enti, sia governativi che privati per

⁶⁷ "Muslim friendly holidays to Thailand." - <https://www.rihaala.com/halal-holidays/halal-friendly-asia/thailand/>

⁶⁸ <https://sociableearth.com/information/thailand/mosques/>

circa 700 partecipanti a livello nazionale. Il progetto prevede di usare quattro percorsi di viaggio “pilota”, da analizzare e studiare per il successivo sviluppo di altre mete, facendo in modo che i turisti *halal* vengano a conoscenza delle comunità musulmane presenti sul territorio nazionale e sperimentino la loro autenticità.⁶⁹ Anche la Thailandia come gli altri Paesi ha puntato molto sul cibo certificato *halal*, infatti è c'è un'apposita agenzia che se ne occupa, ossia la sezione *halal* del Comitato Islamico della Thailandia, responsabile della certificazione del processo di produzione alimentare e dell'emissione dell'etichetta di certificazione *halal*.⁷⁰ Per dimostrare la sua affinità al mercato culinario Halal, durante l'evento tenutosi nel 2013 nella capitale *Bangkok*, il *Thaifex-World of Food Asia*, si è voluto fare in modo che la sezione *halal* della fiera fosse la vera protagonista, occupando un quinto dei 55 mila metri quadri della struttura ospitante l'evento. Si è trattato di un appuntamento importante non solo per le aziende dei paesi islamici, ma anche per quelle occidentali che volevano espandere la loro presenza nei mercati asiatici.⁷¹ A livello geografico è soprattutto la cucina del sud ad essere influenzata dalla tradizione musulmana e dal cibo *halal*, in quanto è la parte del Paese dove si concentra maggiormente la minoranza islamica. Tanto è vero che proprio sull'isola di *Phuket* e nella capitale, si trova la maggioranza dei ristoranti *halal*.⁷² *Bangkok* è inoltre conosciuta per lo street-food, il quale però difficilmente vende cibo preparato secondo i dettami della religione islamica, ed è per questo sconsigliato ai turisti musulmani che vogliono attenersi rigidamente alla *Shariah*.⁷³ In tutto il Paese non mancano strutture ricettive *muslim-friendly*, non

⁶⁹ “Thailand ready to tap busy Muslim travel market.” -

<https://www.bangkokpost.com/business/1696452/thailand-ready-to-tap-busy-muslim-travel-market>

⁷⁰ “Alimenti e moschee *halal* in thailandese.” - <https://riderchris.com/it/halal-ristoranti-moschee-tailandia/>

⁷¹ <https://www.goleminformazione.it/halal-mercato-alimentare-asiatico-cibi-consentiti/>

⁷² Halal Food in Thailand- Where to eat and what to order?” -

<https://www.ithaka.travel/blog/ultimate-guide-halal-food-thailand/>

⁷³ “Finding Halal food in Thailand.” - <https://www.halaltrip.com/other/blog/finding-halal-food-in-thailand/>

solo hotels, ma anche resort di lusso e ville private, che si concentrano prevalentemente nella capitale e sulle isole, essendo le principali mete turistiche del Paese. Proprio come in Malesia, si è voluto puntare sull'*Halal* anche nel campo del turismo medico. Molti ospedali di *Bangkok* per l'appunto stanno allestendo strutture per pazienti musulmani come il *Bumrungrad International Hospital*, il *Bangkok Hospital*, ecc.⁷⁴ Per quanto riguarda invece i servizi *muslim-friendly* in aeroporto, dal sito *HalalTrip.com* si apprende che le principali strutture aeroportuali del Paese, mettono a disposizione delle sale per la preghiera, mentre solo all'interno dell'aeroporto *Suvarnabhumi* di *Bangkok* si trovano ristoranti *halal*.⁷⁵

2.1.6 Giappone.



Figura 23: Collage di fotografie delle attrazioni turistiche giapponesi.

Il caso del Paese nipponico si presenta piuttosto singolare, in quanto sebbene si registri la scarsa presenza di una comunità musulmana locale, e i turisti provenienti da nazioni islamiche sono sempre stati quantitativamente non rilevanti, è riuscito ad affermarsi come meta di turismo *halal*. Dalle statistiche

⁷⁴ "Thailand top Halal tourism destination." - <http://www.thailandtoday.in.th/node/1211>

⁷⁵ "Thailand's best airports for muslim travelers." - <https://www.halaltrip.com/other/blog/thailands-best-airports-for-muslim-travelers/>

del ministero del turismo giapponese, osserviamo infatti che le percentuali riguardanti i visitatori esteri provenienti da nazioni islamiche sono sempre piuttosto basse (soprattutto per quanto riguarda il Medio Oriente). Tra questi Paesi esteri non compaiono l'Indonesia e la Malesia, per le quali si arriva a superare l'1%; nel primo caso si contano infatti oltre 400000 visitatori, mentre nel secondo 500000.⁷⁶ Tuttavia i numeri riguardanti i turisti musulmani in Giappone sono cresciuti soprattutto negli ultimi anni, grazie ad un lungo percorso mirato alla rivisitazione della destinazione nipponica in chiave *muslim-friendly* grazie ad un percorso lungo e mirato. Nonostante i giapponesi siano molto tolleranti nei confronti delle altre religioni, mancava infatti una reale comprensione dell'Islam e il concepimento di strutture che rispondessero agli standard richiesti; con l'aumentare del numero dei visitatori musulmani, le associazioni turistiche e le imprese, si sono applicate per migliorare gli aspetti carenti, operando su più fronti, quali: il cibo, la tecnologia, la facilitazione burocratica, fiere ed eventi. L'aspetto culinario del viaggio è molto importante per il turista musulmano, che non può non apprezzare le mete che si adoperano per proporre cibo certificato *halal*, Il Giappone ha puntato molto su questo aspetto, tanto da dedicarvi un intero sito "japanhalalfood.com", il quale propone una lista di cibi *halal* presenti sul territorio nazionale, divisi per categoria, indicando anche gli stores dove vengono venduti. La scelta è davvero molto ricca e diversificata, inoltre viene espressamente richiesto di segnalare la mancanza di eventuali prodotti esistenti aggiuntivi o la volontà di promuovere delle attività di beneficenza.⁷⁷ Anche i ristoranti si sono adoperati per proporre cibo *halal* e lo hanno fatto seppur in assenza un'agenzia di certificazione, fatto che ha reso più difficile il mantenimento di uno standard coerente di beni e servizi consentiti. I ristoranti prettamente *halal* si trovano o negli aeroporti, o all'interno di hotel di grandi dimensioni, dove bisogna prenotare anticipatamente; in genere i ristoranti giapponesi offrono oltre al loro menù, una lista di opzioni *halal* aggiuntiva, oppure qualora si trattasse di

⁷⁶ <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/#country>

⁷⁷ <http://www.japanhalalfood.com/>

ristoranti che propongono cucina marocchina, turca, indiana o simili, è possibile altresì trovare opzioni halal all'interno del menù. Al di fuori delle grandi città tuttavia, i ristoranti *halal* o musulmani sono ancora più difficili o spesso impossibili da trovare, perciò si punta molto sui supermercati. Il Giappone al fine di sviluppare ulteriormente questo segmento, ha puntato molto sui canali digitali, raccogliendo tutte le informazioni occorrenti su ristorazione e drogherie sul sito "[halalfoodinjapan.com](https://www.halalfoodinjapan.com/)"⁷⁸. Oltre ai siti web, i giapponesi hanno creato apposite applicazioni per smartphone che illustrano in modo chiaro e semplice l'offerta dell'intera destinazione, come una sorta di guida turistica, includendo nella lista i luoghi di potenziale interesse, non solo ristoranti e hotel, ma anche luoghi di intrattenimento *family-friendly*. Altri aspetti su cui si è investito sono: la messa a disposizione di sale per la preghiera presso strutture pubbliche, come aeroporti, e hotel, negozi a misura di musulmano, app mobili con orari e bussole per aiutare a trovare la direzione della Mecca.⁷⁹ Le moschee si trovano in quasi tutte le grandi città, e non hanno niente da invidiare a quelle presenti sui territori di Paesi prettamente islamici, offrono sale per la preghiera, la possibilità di effettuare cerimonie religiose, sportelli per i meno abbienti e altri servizi correlati. Tra le più famose troviamo: *Nagoya Masjid, Okinawa Masjid, Kagoshima Masjid, Kumamoto, Shimane, Tottori, Beppu Masjid, Takamatsu, MICC* etc.⁸⁰ Il paese nipponico è inoltre intervenuto sull'aspetto burocratico, facilitando l'operazione di ottenimento del visto turistico, procedura generalmente abbastanza lunga e complicata, accorciandone i tempi e le modalità, nel caso in cui si provenga da paesi OIC (in particolare da Malesia, Indonesia e paesi del Golfo). Si è deciso di puntare anche sul segmento *MICE*, per il quale il governo giapponese ha sponsorizzato diverse fiere ed esposizioni, con il triplo obiettivo di esporre alle aziende locali interessate il potenziale di questo mercato, di attirare investitori dall'estero e promuovere la destinazione Giappone presso i rappresentanti

⁷⁸ <https://www.halalfoodinjapan.com/>

⁷⁹ "Basics for muslim travelers in Japan." - <https://www.japan-guide.com/e/e2302.html>

⁸⁰ "Most popular mosques." - <https://www.halalfoodinjapan.com/>

degli enti provenienti dalle nazioni OIC. La nazione nipponica è stata infatti lanciata ufficialmente sul mercato con il *Japan Halal Expo 2014*, che si è tenuto anche lo scorso anno. Per quanto concerne il comparto aereo, gli aeroporti di *Kansai*, *Narita*⁸¹ e *Haneda*, sono stati quelli che maggiormente si sono attivati per diventare *muslim-friendly*, riscontrando un importante successo. Al loro interno si trovano sale per la preghiera, ristoranti che non servono alcol e carne suina, oppure che offrono cibi certificati *halal*. (Battour, Ismail, 2015); Un'operazione simile è stata condotta anche dalla compagnia ferroviaria giapponese che serve la città di *Osaka*, la *Nankai Electric Railway*, la quale ha introdotto nel 2014 all'interno delle stazioni principali servite dalla stessa compagnia una sala preghiera riservata ai turisti musulmani.⁸²

2.2 I numeri del Turismo Halal: entità e volume d'affari.

Il *report annuale GMTI*, oltre a classificare le principali destinazioni di questo segmento turistico, continua a monitorarne la crescita complessiva, stimando che dal 2018 ad oggi il numero dei viaggiatori musulmani è aumentato di 20 unità, passando da 140 a 160 milioni. Se si considera che nel 2010 si contavano meno di 100 milioni, il numero dei turisti *halal* è cresciuto in maniera importante. E' stata fatta anche una stima per il futuro, pronosticando che il target in esame avrebbe raggiunto quota 230 milioni entro il 2026; tuttavia va considerato che il report a cui si fa riferimento è stato redatto nel 2019, quindi prima dello scoppio della pandemia da *Sars-Cov-2*. Non potendo fare previsioni certe, è difficile valutare quanto e in che modo effettivamente questa situazione influirà sui flussi turistici mondiali. In merito, i vari siti governativi dei Paesi che si propongono come meta di turismo *halal*, hanno dedicato una

⁸¹ "Narita Adds Facilities & Services for Muslim Visitors to Japan!"- <https://www.naa.jp/en/20140529-muslim-eng0.pdf>

⁸² "Nankai Electric Railway start services for Muslim users."- <https://www.howto-osaka.com/en/special/guide/various/prayer/>

sezione apposita a questo argomento, chiarendo le misure adottate dagli stessi.

Lo studio *Digital Muslim Travelers Survey* condotto nel 2018 basandosi su dati quantitativi, ci fornisce delle informazioni preziose per conoscere meglio i turisti *halal*, riassumendo gli aspetti focali in 13 punti:

1. Le principali motivazioni che spingono i musulmani a viaggiare sono tempo libero e vacanze (94%), conoscere la cultura e il patrimonio locale (48%) e visitare amici e parenti (40%);
2. Più del 21% dei musulmani viaggia una volta all'anno e la maggioranza (61%) viaggia due o tre volte all'anno. La maggior parte dei viaggi varia da una media di quattro a sei giorni (42%) a una media di una o due settimane (36%).
3. Un'ampia percentuale di millennial, molto attenti ai costi ha speso in media da \$ 101 a \$ 500 per componente di spesa (voli, alloggio, pasti, acquisti, varie) per ogni viaggio; i voli rappresentano la componente di spesa più significativa.
4. I viaggiatori musulmani si spostano principalmente con le loro famiglie (49%. Solo l'1% che sceglie di viaggiare con gruppi di turisti.
5. Gli intervistati hanno mostrato una preferenza per i viaggi gratuiti e indipendenti (63%); i giovani viaggiatori esperti di tecnologia si sentono fiduciosi e a proprio agio nel pianificare i propri viaggi utilizzando le risorse online. Solo il 6% opta per visite guidate personalizzate.
6. Viaggiare è un comportamento pianificato per la maggior parte dei viaggiatori musulmani, con il 73% che impiega da uno a sei mesi per pianificare i propri viaggi.
7. I viaggiatori musulmani utilizzano principalmente i loro telefoni cellulari, computer e app per trovare informazioni su alloggi, trasporti, cibi, bevande e attrazioni. Hanno anche utilizzato tali dispositivi e interfacce per prenotare servizi di viaggio. Il computer comunque figura come il mezzo più popolare per effettuare prenotazioni online seguito dal telefono cellulare.

8. Le destinazioni più visitate tra i viaggiatori musulmani sono state (classificate in cima alla lista) Malesia, Indonesia, Giappone, Australia, Tailandia, Europa, Turchia, Singapore, India e Stati Uniti.
9. Quando si tratta di fare scelte gastronomiche, gli intervistati hanno mostrato una preferenza per le strutture che garantiscono cibo *halal* e certificati *halal* (73%) e i luoghi che etichettano tutti i prodotti alimentari (45%).
10. Il Wi-Fi gratuito, la disponibilità di un menu online e di prese di corrente per la ricarica dei dispositivi in negozio, sono considerati le principali funzionalità digitali che influenzano le decisioni dei viaggiatori musulmani, per decidere di cenare in un locale di ristorazione.
11. Facebook e Instagram sono i social media più popolari per la ricerca di informazioni su cibo e bevande, alloggi e trasporti. Le recensioni e i contenuti pubblicati da altri viaggiatori, piuttosto che da amici e parenti, influenzano in modo determinante la loro pianificazione di un viaggio
12. Il metodo di connettività preferito dalla maggior parte dei viaggiatori musulmani all'estero è una scheda SIM locale acquistata a destinazione, seguita da un hub Wi-Fi. Le app di Messenger sono la loro modalità di comunicazione preferita durante un viaggio.
13. Il passaparola è il modo più comune tra i viaggiatori musulmani di condividere esperienze di viaggio, seguito dai social network.⁸³

Dopo aver analizzato le preferenze di questa tipologia di turisti, un altro aspetto rilevante da considerare è la spesa. Si stima che entro quest'anno i visitatori musulmani avrebbero raggiunto la somma complessiva di 157 miliardi di dollari. L'Asia e il Medio Oriente, come già appurato, rappresentano le economie in più rapida crescita per questo settore, grazie ad una classe media piuttosto prospera. Inoltre, le comunità musulmane di seconda e terza generazione residenti in Europa e Nord America, hanno ora molto più potere d'acquisto, fatto che comporta anche una maggiore domanda di viaggi e

⁸³ "13 facts about Muslim travelers in 2018." - <https://goltune.com/13-facts-about-muslim-travelers-in-2018/>

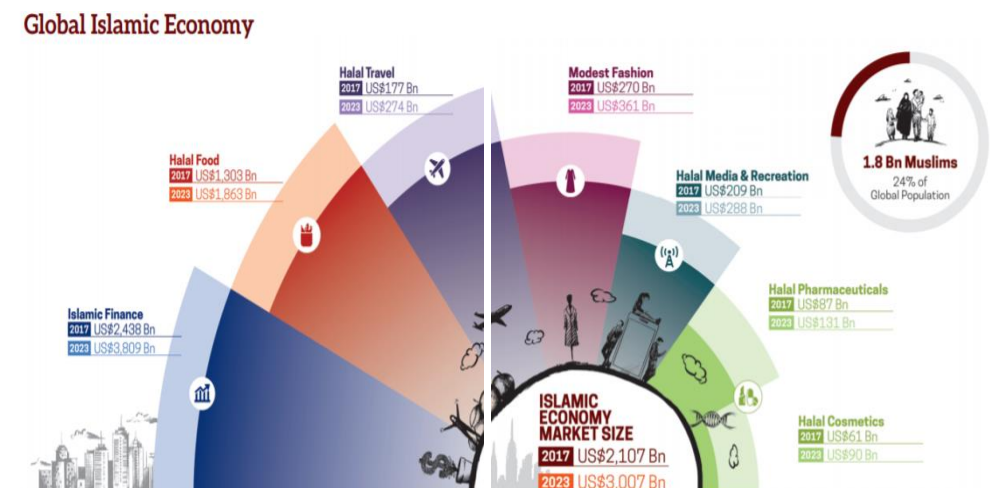
turismo.⁸⁴ Andando nello specifico, lo studio di *Crescent Rating e Mastercard*, ci presenta anche come si struttura la conformazione del mercato musulmano in entrata e in uscita, e quali Paesi ne sono maggiormente coinvolti. Per quanto riguarda il mercato inbound al vertice della classifica si collocano l'Arabia Saudita, seguita da Turchia e Marocco, per quanto riguarda i Paesi dell'*Organizzazione della Cooperazione Islamica*, mentre Spagna, Francia e Russia, si aggiudicano i primi posti nella classifica dei Paesi non OIC. Quanto al mercato outbound, Algeria, Azerbaijan e Bangladesh, occupano i primi posti, mentre Cina, Francia e Germania, risultano tra le prime posizioni per le nazioni non islamiche.

Nel capitolo precedente si è osservato che in riferimento all'ammontare di spesa legato ai viaggi nell'ambito del turismo *halal*, si considerano anche i singoli comparti quali il cibo, la moda, i cosmetici e la parafarmacia, che sono ad esso indirettamente correlati. Il report annuale SGIE "State of the Global Islamic Economy" che raccoglie gli sviluppi e le tendenze dell'economia islamica globale, evidenziandone al contempo la direzione futura, stima l'esborso legato ai settori che guidano la spesa dei musulmani nel mondo.

Secondo lo studio SGIE (State of the Global Islamic Economy) 2018/2019, i musulmani nel 2017 hanno speso rispettivamente:

- 2,1 trilioni di dollari per il *life-style*;
- 1,3 trilioni di dollari per cibo e bevande;
- 270 miliardi di dollari per l'abbigliamento;
- 209 miliardi di dollari per media e intrattenimento;
- 87 miliardi di dollari per prodotti farmaceutici;
- 61 miliardi di dollari per prodotti cosmetici.

⁸⁴ "Muslim travelers will spend \$157 billion by 2020." - <https://www.traveldailynews.com/post/muslim-travelers-will-spend-157-billion-by-2020>



*Figura 24: Indici di spesa della popolazione islamica mondiale, SGIE
REPORT 2018/2019.*

A fronte di queste cifre, è inevitabile riflettere sul concetto stesso di offerta turistica in chiave *halal*, in quanto ogni singolo comparto legato al settore del turismo assume un peso non indifferente per il viaggiatore musulmano, al quale non basta poter ammirare le meraviglie di un luogo, o essere accolto con gentilezza e ospitalità, bensì ricerca tutti quei servizi considerati fondamentali, tanto nel viaggio quanto nella vita di tutti i giorni. Il turista islamico è un turista attento, che tendenzialmente non bada a spese quando si tratta di curare la propria persona e il proprio corpo, per questo intercettarne i bisogni e rispondere adeguatamente ad essi, porta non solo alla soddisfazione del cliente ma anche ad un vantaggio economico importante.

Capitolo 3: Il ruolo di internet e delle nuove tecnologie nello sviluppo dell'halal tourism.

L'avvento di Internet ha portato ad un cambiamento radicale anche nel mondo del turismo. L'offerta si è rapidamente adeguata all'era tecnologica dal momento in cui gli operatori hanno iniziato a comprendere e sfruttare le potenzialità commerciali di questo strumento. L'integrazione tra tecnologia e industria turistica, ha inoltre permesso ai vari attori del mercato di unire le loro abilità e risorse, al fine di creare sinergie che promuovano di più le destinazioni nella loro totalità e meno i singoli interlocutori. Per fare ciò è stato necessario sviluppare un sistema di comunicazione e informazione efficiente, che si è evoluto e perfezionato nel tempo. Anche i turisti hanno potuto trarre enormi vantaggi da questo strumento, che ha facilitato la loro pianificazione dei viaggi, rendendoli più autonomi in questo, anche grazie ai dispositivi mobili e alle relative applicazioni.

Oggigiorno dunque, l'approccio al viaggio, nella maggioranza dei casi, non può escludere l'uso della tecnologia, che occupa un ruolo sempre più decisivo dalla scelta della destinazione, alla valutazione delle attività da svolgere in loco, senza tralasciare il post esperienza. Il turista moderno, infatti, ricorre sempre più spesso all'utilizzo di internet per la ricerca, il confronto, la selezione e la prenotazione di servizi turistici. È così importante che, secondo uno studio di Google Travel, riportato su un articolo pubblicato da Belèn Vidal, una Digital Project Manager che scrive per Wearemarketing.com, il 74% dei viaggiatori pianifica i propri viaggi su Internet, mentre solo il 13% continua a rivolgersi alle agenzie di viaggio.⁸⁵

Anche i millennials⁸⁶ hanno contribuito in maniera sostanziale a questa trasformazione, poiché amano viaggiare e sono affascinati dalle nuove

⁸⁵ "Le nuove tecnologie e la rivoluzione del settore turistico." - <https://www.wearemarketing.com/it/blog/turismo-e-tecnologia-come-il-digital-sta-rivoluzionando-il-settore-turistico.html>

⁸⁶ C.r. alla generazione dei nati tra i primi anni Ottanta e la metà degli anni Novanta. - <https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/millennials/>

tecnologie. Queste due passioni congiunte hanno dato vita ad un nuovo contesto in cui social media, app e blog acquisiscono sempre più rilevanza nell'organizzazione di un viaggio. Tra i principali utilizzatori di tali mezzi di comunicazione si annoverano le popolazioni, a maggioranza musulmana, di Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti, assai attive sui social network ed in grado di condividere esperienze prima, durante e dopo il viaggio. Dimostrano dunque, di saper utilizzare in modo massiccio ma consapevole le informazioni presenti sul web e, nel contempo, condividendo le proprie esperienze, influenzano le future scelte turistiche di altri cybernauti.

3.1 Agenzie di viaggio online.

In questo scenario di continua innovazione tecnologica, le agenzie di viaggio online sono diventate il punto di riferimento dei potenziali viaggiatori, che un tempo si sarebbero rivolti ai professionisti del settore, presso spazi fisici. Anche l'industria del turismo *muslim-friendly* si è adeguata ad una organizzazione più smart delle vacanze, grazie alla nascita di portali specializzati in questo segmento. Tali piattaforme costituiscono delle vere e proprie OTA (Online Travel Agencies) come ad esempio *Booking.com* o *Expedia.com*, usati soprattutto dagli occidentali. Per il segmento in esame, sebbene le funzioni e la struttura dei siti di prenotazione rimangano invariati, i contenuti proposti commercializzano e promuovono solamente soluzioni di soggiorno e servizi turistici in chiave *halal*. Di seguito si riportano alcuni esempi.

Primo tra tutti, il sito *HalaBooking.com*⁸⁷, si afferma come leader per quanto riguarda la ricerca e la prenotazione di viaggi e servizi *halal-friendly*. E' stato fondato nel 2014 da un gruppo di imprenditori musulmani che avevano maturato una forte esperienza in qualità di senior management all'interno di agenzie di viaggi. Durante la loro carriera lavorativa, si sono avvicinati al

⁸⁷ <https://en.halalbooking.com/>

turismo *halal*, ancora considerato una nicchia ristretta di mercato, e ne hanno intercettato le potenzialità. Il loro visionario obiettivo è stato quello di permettere al consumatore musulmano di cercare e prenotare un soggiorno o un pacchetto turistico che rispondesse ai dettami religiosi dell'Islam. Halalbooking.com risulta essere in questo senso uno strumento affidabile, in quanto punta molto sulle recensioni degli utenti che lo utilizzano, è disponibile in diverse lingue e offre un vasto portfolio di strutture che rispondono ad ogni esigenza.

Il portale, che vanta circa 400 mila clienti e serve 105 destinazioni nel mondo, suddivide le strutture ricettive proposte in macrocategorie, quali:

- Resort
- City Hotels
- Wellness Hotels
- Ville

Tutte le strutture vengono classificate da una a cinque stelle, con una sezione che racchiude quelle non catalogate, vale a dire chalet di montagna, acquapark hotels, suites all'interno di grotte e case vacanze tematiche. Le recensioni vengono fornite sia da ospiti verificati, che da utenti esterni considerati viaggiatori generici e non "*halal-conscious*". La ricerca si articola in base a diversi filtri, i quali diversamente dai comuni portali, rimandano ad aspetti caratteristici della cultura musulmana, quali: "presenza di cibo *halal*", "assenza di alcol", "intrattenimento per famiglie", "privacy per le donne" ed elementi simili. I filtri a loro volta contengono delle sottocategorie, per permettere all'utente di cercare nel dettaglio le soluzioni che meglio si sposano con i suoi bisogni e desideri.

Secondo i gestori del sito, sempre più investitori stanno prendendo coscienza del concetto di viaggio *halal*, e delle relative opportunità economiche, contribuendo all'aumento del numero di strutture ricettive *muslim-friendly*. Grazie al successo riscosso, il portale ha recentemente iniziato ad offrire alle aziende, interessate ad investire in questo segmento di mercato, diversi tipi di consulenze per commercializzare il proprio brand. Se per i clienti è possibile

entrare a far parte del club fedeltà, per le aziende invece è possibile diventare affiliati e godere di tutti i benefici previsti per i partner, come il supporto tecnico e burocratico, ed alte commissioni di guadagno.

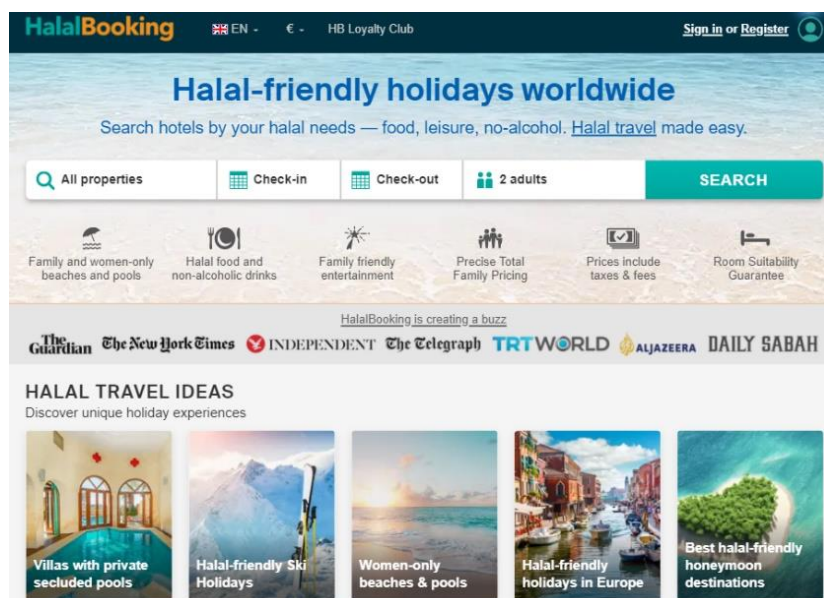


Figura 25: Home page di HalalBooking.com.

Il secondo portale più conosciuto per la pianificazione dei viaggi a misura di musulmano e per l'orientamento a destinazione, è *HalalTrip.com*⁸⁸, il quale nasce nel 2010 con l'obiettivo di recensire gli *halal hotels*. Nel 2013 viene acquistato da CrescentRating e dopo un anno inizia ad ampliare la propria visione, per poi affermarsi nel 2015 come la più grande piattaforma di viaggio *muslim-friendly* su scala mondiale. Ad oggi fornisce infatti un database globale che raccoglie oltre 16000 guide ed elenchi completi contenenti informazioni ed indicazioni utili al viaggiatore musulmano, per la buona riuscita del suo soggiorno.

Le guide fornite si suddividono in otto categorie:

- Ristoranti Halal
- Moschee nelle vicinanze
- Attrazioni nelle vicinanze

⁸⁸ <https://www.halaltrip.com/>

- Guide della città
- Guide degli aeroporti
- Post del blog di viaggio *halal*
- Video guide

L'obiettivo primario di questo portale è quello di supportare il turista nell'individuazione di punti di ristoro, centri per la preghiera, luoghi di intrattenimento e molto altro ancora, nelle vicinanze del proprio alloggio. Il sito tuttavia, non funge solo da guida turistica, bensì ospita un blog di viaggio, recensisce le migliori destinazioni *muslim-friendly* anno per anno, e contiene un'intera sezione dedicata agli eventi considerati speciali per il fedele musulmano.

Gli utenti che utilizzano HalalTrip sono per l'80% musulmani millenials, e ciò ha portato a puntare sempre di più sulle nuove tecnologie e seguire i trend di mercato. Tanto è vero che il sito attualmente, oltre ad essere partner di *Booking.com*, è anche stato concepito sottoforma di applicazione per smartphone⁸⁹, finora scaricata da più di 300.000 persone con oltre 2000 recensioni. Inserendo la propria posizione, permette di individuare ristoranti *halal*, moschee e attrazioni che si trovano nelle vicinanze. Oltre a ciò, offre all'utente la possibilità di prenotare il proprio soggiorno presso hotel *muslim-friendly*, gli indica gli orari di preghiera giornalieri e la direzione della Mecca ovunque si trovi, anche mentre viaggia in aereo.

⁸⁹ <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.halaltrip.app&hl=en&gl=US>

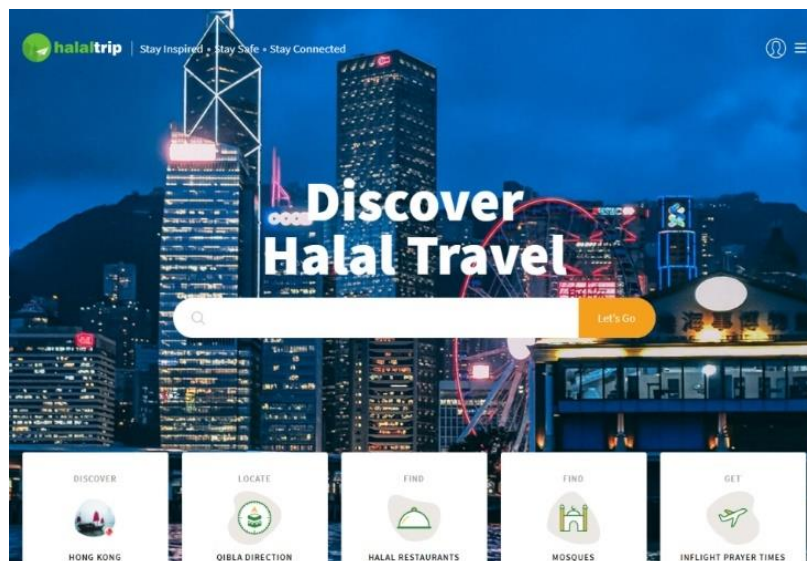


Figura 26: Home page di HalalTrip.com.

Proseguendo nell'analisi delle principali OTA, in ambito dell'*halal tourism*, troviamo Tripfez.com⁹⁰, una piattaforma di viaggi online, dedicata al viaggiatore musulmano moderno. Fondata da Faez Fadhilillah in Malesia nel 2013, per servire l'ascesa del mercato musulmano globale, Tripfez è una startup di viaggi online B2C specializzata nella distribuzione di pacchetti di viaggio *halal* completi, che si distinguono in internazionali e domestici, e di pellegrinaggi religiosi *Umrah*. Opera come una vera e propria agenzia viaggi fisica, seguendo i propri clienti nella pianificazione di ogni aspetto del viaggio: volo, sistemazione a terra, domanda di visto, assicurazione etc. La loro mission è quella di aiutare il viaggiatore musulmano ad esplorare il mondo in conformità alla propria fede, assicurandone il costante rispetto dei valori. Le soluzioni di viaggio proposte da questa agenzia sono personalizzate ed autentiche, adatte sia per coppie che per gruppi.

Anche il portale Tripfez ospita un proprio blog, dove propone itinerari, suggerimenti e consigli su dove trovare cibo *halal* e altri servizi a misura di musulmano, mentre si è in vacanza. Per ampliare il proprio bacino di utenza, nel 2018 si è fuso con HolidayMe, un'altra OTA con sede a Dubai, creando una piattaforma ancora più grande in grado di avere maggiore impatto sul

⁹⁰ <https://www.tripfez.com/en>

pubblico. Il portale attualmente vanta un'importante fama a livello mondiale, richiamando in questo modo l'attenzione di diversi media locali e internazionali quali: BBC, CNBC, Forbes, The Star e molti altri ancora.

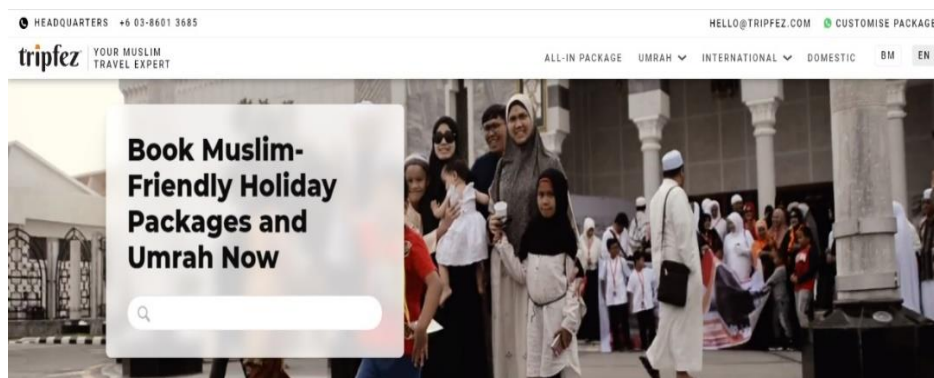


Figura 27: Home page di Tripfez.com.

Ultima ma non per importanza, è l'agenzia Serendipity Travel⁹¹, specializzata in lune di miele, viaggi per famiglie e di avventura. Il team che la guida è formato da ragazzi e ragazze che amano viaggiare, condividere le proprie esperienze, mantenendo viva la fede. Questa agenzia si contraddistingue sia per le destinazioni che serve, tra le più svariate del globo, sia per la peculiarità dei pacchetti offerti, in quanto propone esperienze che quasi nessuno offre a viaggiatori musulmani, come ad esempio: safari in Tanzania, trekking in Patagonia, tour delle moschee in India, tour ad hoc in Sudafrica o in Cina.

La loro politica di customer care prevede una grande attenzione per la cura del cliente, per questo forniscono un tappetino da preghiera da viaggio, una bussola, etichette per i bagagli e una guida sulla destinazione scelta, contenente consigli utili su dove mangiare, pregare, cosa vedere e qualche nozione sul gergo locale.

L'attività di Serendipity non si limita solamente all'ambito dei viaggi, ma si impegna nella solidarietà attraverso l'omonima fondazione benefica, che si occupa di fornire accesso all'Islam e ai beni di prima necessità, alle comunità

⁹¹ <https://www.serendipity.travel/>

dei non udenti, agli orfanotrofi, e alle scuole dei villaggi più poveri al mondo. Per ogni viaggio prenotato tramite questa agenzia, una parte del ricavato viene devoluta a sostegno delle iniziative promosse dalla fondazione. Questo aspetto rappresenta indubbiamente un valore aggiunto, soprattutto se si considera che i fedeli musulmani sono molto caritatevoli e credono fortemente nel sostegno del prossimo.

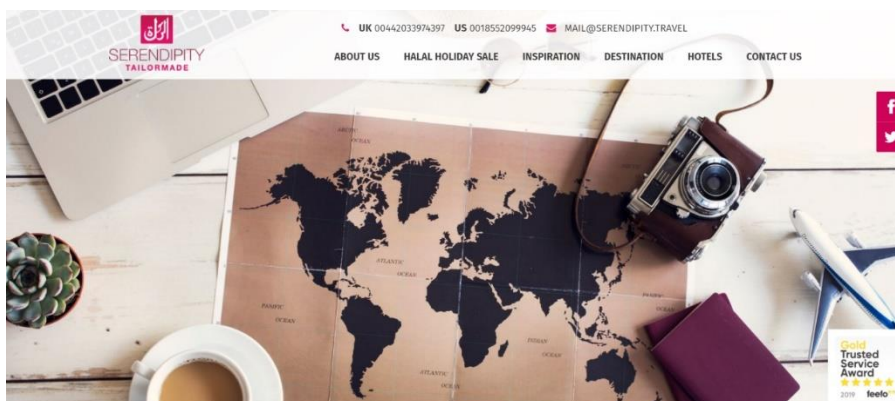


Figura 28: Home page di Serendipity.travel.

3.2 Guide turistiche digitali e travel bloggers.

Fino a qualche anno fa, per guida turistica si intendeva propriamente la persona fisica che accompagna i turisti nella visita di una determinata attrazione, oppure si faceva riferimento alla guida cartacea, venduta presso edicole e librerie, che aveva la funzione di aiutare il turista nella pianificazione del proprio viaggio. Questa tipologia di guida si trovava in diversi formati, dal libro alla cartina geografica tascabile, che spesso coincideva con la mappa della città, o dello Stato che si intendeva visitare, per cui veniva considerata uno strumento fondamentale per orientarsi durante l'itinerario scelto. Di pari passo allo sviluppo tecnologico tuttavia, la routine vacanziera odierna è mutata, per cui il turista dopo aver prenotato il volo e l'alloggio, passa a sfogliare l'app store legato al sistema operativo del proprio smartphone, alla ricerca di una guida turistica da scaricare e consultare in qualsiasi momento. Oggigiorno, essa è infatti diventata digitale e si consulta attraverso lo schermo touchscreen del proprio dispositivo mobile: grazie alle mappe offline, alla

localizzazione GPS, alle recensioni degli altri utenti e alla possibilità di creare itinerari tematici, o selezionare quelli creati da altri viaggiatori 2.0, le app turistiche permettono di scoprire ogni singolo dettaglio della località che si è scelta come meta delle vacanze. Questo strumento dunque, segue gli sviluppi della tecnologia, diventando sempre più efficiente, risolutivo e specifico.⁹² Anche il mondo del turismo *halal* si è adattato al cambiamento, ideando guide turistiche digitali a misura di musulmano: esse spesso sono state create proprio da comuni fedeli che durante i loro viaggi hanno riscontrato non poche difficoltà nel trovare attrattive e servizi di alloggio e ristorazione, che fossero in linea con i dettami religiosi dell'Islam.

Soumaya Hamdi, una donna nata e cresciuta nel Regno Unito da una famiglia con radici miste, ha trascorso le proprie estati tra le sabbie desertiche del Nord Africa e la pittoresca campagna inglese, per poi rendersi conto, crescendo, di quanto fosse complicato viaggiare per la popolazione musulmana. Nel 2015 durante un viaggio in Asia con suo marito, anch'egli musulmano osservante, e il figlio di 4 mesi, visitò le meraviglie di Singapore, Malesia, Corea del Sud e Giappone. Nonostante l'emozionante viaggio, Soumaya riscontrò diverse difficoltà nella ricerca quotidiana di cibo certificato *halal* e iniziò ad annotarsi le migliori soluzioni per quanto riguarda ristoranti, strutture di preghiera e siti di interesse turistico. I suoi preziosi appunti di viaggio si sono trasformati nel tempo nell'attuale Halal Travel Guide⁹³, una piattaforma online che offre suggerimenti, consigli e itinerari curati per i viaggiatori musulmani di tutto il mondo. La mission di questo progetto è quella di promuovere viaggi di qualità garantita, supportare le attività locali della destinazione e far conoscere ai propri seguaci il patrimonio musulmano mondiale.

⁹² "Guide turistiche: ora ci pensano web e app." - <https://www.fastweb.it/web-e-digital/guide-turistiche-ora-ci-pensano-web-e-app/>

⁹³ <https://halaltravelguide.net/>

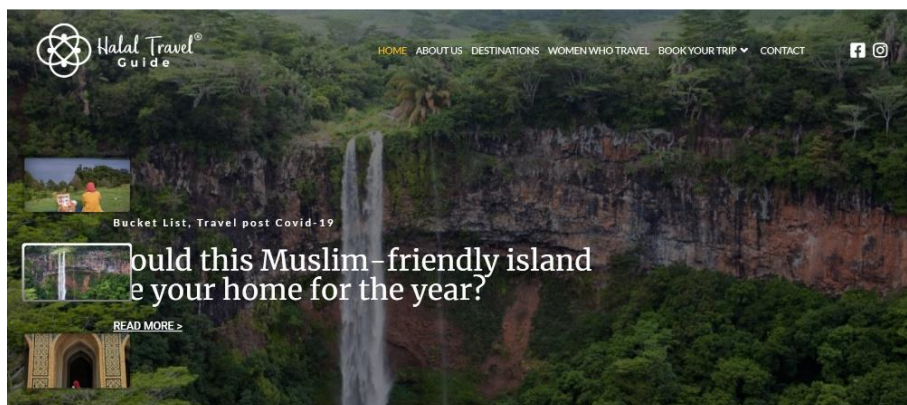


Figura 29: Home page di HalalTravelGuide.

Come Halal Travel Guide, anche Have Halal Will Travel⁹⁴ è stata fondata nel 2015, e vanta ad oggi ben 9,1 milioni di utenti al mese. Il fondatore, Mikhael Goh, ha ideato il sito insieme a tre amici mentre studiava a Seoul, come reazione alla frustrazione quotidiana data dalla mancanza di informazioni su dove trovare cibo *halal* di qualità. *“Non solo per il cibo, ma anche per la sicurezza e la preghiera, c’era una generale mancanza di informazioni là fuori e le informazioni che esistevano erano frammentate”*, ha affermato il signor Goh in un’intervista. Il cibo halal rappresenta il fulcro di questa guida digitale, che dedica un’intera sezione del proprio menù all’argomento, suddividendo le direttive fornite in base ai diversi Paesi di destinazione turistica. Sul portale vengono inoltre proposti itinerari muslim-friendly, ricette rigorosamente *halal*, e articoli sulle ultime novità legate ai luoghi di preghiera, alle attività ricreative e ai punti di ristoro che rientrano nell’offerta turistica dei Paesi ospitanti il target in esame.

⁹⁴ <https://www.havehalalwilltravel.com/>

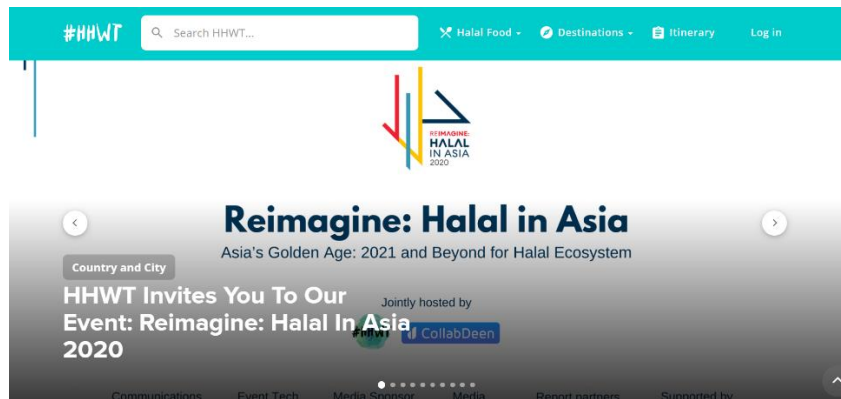


Figura 30: Home page di HaveHalalWillTravel.

Il divario presente sul mercato è stato intercettato e colmato anche dai blog di viaggio, promossi in questo caso da diverse giovani donne musulmane che grazie allo sviluppo delle piattaforme digitali e dei social network, hanno deciso di intraprendere la strada di travel blogger per condividere le loro esperienze, aiutare i viaggiatori musulmani ad orientarsi, e far conoscere luoghi e destinazioni sconosciuti.

Le travel blogger, menzionate in seguito, hanno deciso di dedicarsi a tale attività, in base a obiettivi di fondo comuni, ossia: incoraggiare i musulmani a viaggiare, combattere il fenomeno dell'Islamofobia, spesso alimentato dalla rappresentazione dei fedeli data dai media, ma soprattutto ispirare e motivare le ragazze giovani a lasciare le loro case per scoprire il mondo, sebbene spesso queste ultime vengano limitate da famiglie oppressive.

Alcune delle personalità più apprezzate sono:⁹⁵

- Sally Elbassir, irlandese cresciuta a Los Angeles, ideatrice di Passport and Plates⁹⁶, un blog in cui narra le sue esperienze di viaggio e avventure gastronomiche, durante le quali carne di maiale e alcol sono sempre fuori menu. Sally ha visitato finora ben 26 Paesi, concentrandosi soprattutto sulla cultura del luogo e sul cibo, che rappresenta la sua grande passione. In virtù

⁹⁵ "5 Muslim travel blogger you must follow." - <https://blog.tripfez.com/muslim-travel-bloggers/>

⁹⁶ <https://passportandplates.com/>

di questo, ha dedicato una sezione del suo sito alla cucina, in particolare a quella di strada, e recensisce i ristoranti *halal* che trova in giro per il mondo.

- Atikah Amalina, di origine malese e residente a Singapore, è la fondatrice di The Tudung Traveller, nonché una notevole scrittrice. Il suo blog è incentrato sui viaggi da ragazza musulmana in solitaria, che indossa sempre con orgoglio il suo *hijab*, simbolo della sua eredità culturale. Le principali destinazioni su cui viene focalizzata l'attenzione in questo blog sono le località turistiche europee e del sud-est asiatico.

- Esra Alhamal, saudita residente a Londra, cura Arabian Wanderess⁹⁷, un blog in cui racconta i propri viaggi in veste di donna musulmana con un budget limitato e dove propone guide specializzate per visitare l'Europa, in particolare la capitale inglese.

- Elena Nikolova, di origine bulgara residente nel Regno Unito, gestisce Muslim Travel Girl⁹⁸, uno dei migliori blog di viaggio a misura di musulmano, conosciuto soprattutto per la sezione *Umrah*, unica nel suo genere. I consigli forniti preparano per il pellegrinaggio alla Mecca considerando ogni aspetto del viaggio, dal budget, all'ottenimento di un visto, alla ricerca di un posto dove alloggiare. Su questo blog si possono inoltre trovare informazioni sui resort consigliati alle coppie musulmane per il viaggio di nozze.

⁹⁷ <https://arabianwanderess.com/>

⁹⁸ <https://muslimtravelgirl.com/>



Figura 31: Foto di viaggio delle travel blogger musulmane più famose.

3.3 Applicazioni e social network.

I progressi tecnologici hanno cambiato il modo in cui si viaggia facendo vivere esperienze sempre più interattive ed emozionanti. In questo frangente, le applicazioni per smartphone rappresentano un'importante rivoluzione nel mondo del turismo, in quanto sfruttando la geolocalizzazione, ci permettono di trovare prodotti e servizi in maniera istantanea ed in tempo reale. Le applicazioni in genere vengono create su misura per target di utenza specifici, come nel caso dei turisti *halal*.



Figura 32: Loghi delle applicazioni per smartphone Muslim-Pro e HalalTrip.

Tra le applicazioni più gettonate nel mondo del turismo *muslim-friendly*, si trovano “HalalTrip” e “MuslimPro”, le quali permettono al viaggiatore musulmano di trovare hotel, guide, ristoranti e altri servizi rispettosi del concetto di *halal*.

Altre app come “Zabihah”, “CraveHalal” e “HalalDiningClub” sono invece state ideate specificatamente per agevolare la ricerca dei punti di ristoro e cibo *halal* a destinazione. Le informazioni che forniscono riguardano indirizzo, orari, prezzi, valutazioni e autenticità.⁹⁹



Figura 33: Loghi delle applicazioni per smartphone Zabibah, Cravehalal e Halaldiningclub.

Anche l'adempimento ai doveri religiosi viene supportato da applicazioni smart, che possono fungere da *reminder* per gli orari di preghiera, come nel caso di “Muslim assistant”, oppure figurano come strumento per la lettura, l'ascolto, e la comprensione del Corano come “Quran Pro” e “Quran Majeed”.¹⁰⁰



Figura 34: Loghi delle applicazioni per smartphone MuslimAssistant, QuranPro, QuranMajeed.

⁹⁹ “Finding halal food overseas: 7 food apps to help you.” - <https://www.halalzilla.com/halal-food-overseas-food-apps/>/86115

¹⁰⁰ “10 Best Islamic Apps Every Muslim Must Have in 2020.” - <https://halalop.com/apps/10-best-islamic-apps-muslim-must-have/>

Sono stati soprattutto i Paesi non musulmani, ii quali si impegnano a targetizzare il segmento in esame, a sviluppare applicazioni di questo tipo, con lo scopo di fornire ai viaggiatori di fede islamica servizi a sostegno di un pieno godimento del soggiorno. In quest’ottica si è mossa la Thailandia, ideando “HPromo”, una app pensata sia per i musulmani residenti che per i viaggiatori. Le sue funzioni sono molteplici, in quanto, oltre a fornire mappe ed indicazioni stradali, permette di reperire informazioni non solo sugli hotel e ristoranti halal, bensì anche su attività, eventi e attrazioni turistiche. Seguono altre due applicazioni, “Thailand Halal Insight” e “Thailand Muslim Friendly”, quest’ultima creata dall’autorità thailandese per il turismo.

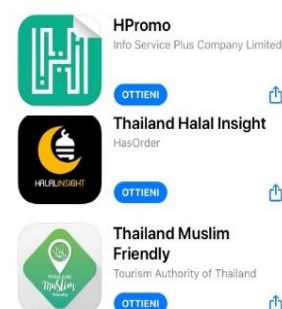


Figura 35: Loghi delle applicazioni per smartphone HPromo, ThailandHalalInsight, ThailandMuslimFriendly.

Un altro esempio di Paese proattivo, è il Giappone con “Halal Gourmet Japan”, che fornisce informazioni sui ristoranti a misura di musulmano e che si possono trovare sul territorio nazionale. Il loro database include oltre 500 locali tra cui scegliere, rispondendo ad ogni gusto ed esigenza. Attraverso i numerosi filtri e categorie è possibile eseguire una richiesta altamente precisa al database per ottenere un risultato il più possibile attinente.



Figura 36: Logo dell’applicazione per smartphone HalalGourmetJapan.

Oltre alle applicazioni, anche i social network hanno avuto un impatto importante nel settore turistico. Creati per la messaggistica istantanea e la condivisione di informazioni e contenuti multimediali tra utenti dislocati in ogni area del pianeta, oggi figurano come importanti vetrine per chi lavora nell’industria dei viaggi. Tanto è vero che sempre più agenzie di viaggio, aziende di servizi e strutture ricettive, indipendentemente dalla tipologia e dalla grandezza, hanno uno o più account social, gestiti da figure come i social media manager, che rappresentano una categoria essenzialmente nuova nel

mondo del lavoro. D'altronde come farne a meno nell'epoca in cui le informazioni circolano alla velocità della luce, veicolate dai dispositivi mobili che l'uomo moderno porta sempre con sé? I social network nell'industria turistica sono lo strumento più immediato per la promozione, in quanto prevedono contenuti studiati da professionisti ma anche "user generated content". Con questa espressione, si intende tutto quello che viene pubblicato dagli utenti, come le foto e i video delle loro vacanze, che influenzano e ispirano altri viaggiatori, costituendo al tempo stesso pubblicità gratuita per gli operatori del settore.

Si parla infatti di turista 2.0, un nativo digitale, appartenente alla generazione Y, che utilizza i social media, l'instant messaging e Internet sia per comunicare che per reperire informazioni di qualsiasi genere relative ai viaggi, basandosi molto spesso sui pareri online di amici, famiglia e sconosciuti. Il turista 2.0 indica il passaparola come la fonte a cui affidarsi, traendo ispirazione per i suoi viaggi dalle opinioni altrui pubblicate online per ben il 70% dei casi, secondo uno studio Nielsen.¹⁰¹

Le persone utilizzano quindi i social network sin dalle fasi iniziali di pianificazione, cercando ispirazioni sulla meta anche da chi ha trasformato la passione per il viaggio in professione come i travel influencers, considerati determinanti nel plasmare l'opinione pubblica in ambito turistico e di viaggi, facendo da ponte tra le aziende e i consumatori finali. Anche nell'industria turistica *muslim-friendly* si riscontrano tali figure professionali, le quali prevalentemente attraverso Instagram, si occupano di promuovere lo stile di vita *halal* durante il viaggio, e soprattutto illustrano le destinazioni e i luoghi che meglio si sposano con la suddetta concezione. Stilare una lista generica delle personalità più influenti per questo segmento turistico, risulta impossibile in quanto solitamente si fa riferimento alla categoria di appartenenza. In ogni

¹⁰¹“L'influenza dei social media su viaggi e vacanze: la nascita del turista 2.0.” - <https://www.culturedigitali.org/influenza-dei-social-media-su-viaggi-e-vacanze-la-nascita-del-turista-2-0/>

caso si possono menzionare alcuni profili di spicco¹⁰²¹⁰³ come: Zaid e Huda @muslimtravelers, una coppia musulmana residente negli Stati Uniti che ha visitato oltre 50 Paesi, Aida Azlin @aidaazlin_ , una scrittrice e imprenditrice digitale malese che promuove tour per sole donne, diverse fashion-lifestyle blogger come Nur Fatiin @nurfatiin, Asma' Nasa @asma.nasa e Sharifah Itasha @itashama, le quali promuovono l'immagine della donna musulmana moderna, che si sente a proprio agio anche mentre viaggia, ed infine i "solo travelers", come l'artista e fotografo Noor Iskandar @nooriskandar e l'architetto malese Syukri Shairi @syukrishairi, che viaggia con il suo taccuino tascabile ed una penna per immortalare il fascino di ciò che lo circonda.

¹⁰² "10 muslim travel Instagram account to follow." - <https://www.halalzilla.com/muslim-travel-instagram-accounts/85846>

¹⁰³ "Top Travel Destinations in 2018 on the Bucket List of Muslim Travel Influencers." - <https://www.halaltrip.com/other/blog/travel-bucket-list-of-muslim-travel-influencers-2018/>

Capitolo 4: Il turismo Halal in Italia.

L'Italia è la meta turistica più desiderata al mondo: lo ha confermato anche la ricerca "Be-Italy", commissionata da ENIT, l'Agenzia Nazionale del Turismo, all'istituto di ricerca IPSOS nel 2017, che ha indagato la percezione e l'immagine dell'Italia in 18 Paesi stranieri con una survey di 500 interviste online. Il 37% della popolazione infatti, sceglierebbe il nostro Paese per una vacanza "premio" all'estero, considerandolo al top per immagine associata a qualità della vita, creatività ed inventiva.¹⁰⁴

Secondo recenti stime, il nostro Paese vanta circa 58,3 milioni di turisti l'anno, provenienti da qualsiasi parte del mondo. A richiamarli è soprattutto l'abbinamento cultura e bellezze naturali, che si è rivelato vincente. Nonostante il potenziale italiano non venga sfruttato completamente, il turismo incide per il 13,2% sul PIL nazionale, pari ad un valore economico di 232,2 miliardi di euro. Questo valore è generato da arte, cibo, moda, musei e shopping, che rappresentano i punti di forza dell'offerta turistica italiana. Il turismo straniero si concentra in prevalenza sulle città d'arte e sui più noti luoghi di villeggiatura. Roma, Venezia, Firenze, Milano e Napoli, sono in effetti le mete "classiche" per la maggior parte dei viaggiatori stranieri, i quali non mancano di apprezzare altrettanto il mare, la montagna e i laghi. Per quanto riguarda le località minori più visitate, la Toscana si posiziona in testa alla classifica, grazie alla peculiarità dei borghi interni.¹⁰⁵ Un altro fattore di richiamo dei turisti stranieri è sicuramente "la dolce vita", un termine che rimanda al modo di essere e di vivere che caratterizzano il popolo italiano, e che tutto il mondo invidia. Lo stile di vita italiano infatti, si fonda sullo stare in

¹⁰⁴ "Be Italy. Indagine sull'attrattività del Paese." -

<http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/03041>

¹⁰⁵ "L'Italia conquista i turisti stranieri: ecco perché è il Belpaese." -

https://www.repubblica.it/economia/2016/04/14/news/l_italia_conquista_i_turisti_stranieri_ecco_perche_e_il_belpaese-137569172/

famiglia, socializzare, apprezzare la buona cucina e godersi la vita con calma.¹⁰⁶

Il Belpaese dunque, vede una presenza imprescindibile e massiccia di turisti per tutto l'anno, tra questi anche un crescente numero di viaggiatori musulmani, che visitano l'Italia nonostante, non sempre, si ponga come "amica" nei loro confronti. Eppure, diversificare l'offerta per il turismo in entrata, rivolgendosi a segmenti interessanti, dal grande potenziale, come può essere il *Muslim-Friendly*, apporterebbe al nostro Paese un consistente vantaggio economico, a beneficio dell'intera industria turistica nazionale. Per interrogarsi su questa carenza, è bene prima di tutto riflettere sulla percezione della religione islamica in Italia e lo sforzo da parte delle autorità amministrative verso di essa. Sebbene ad oggi l'Islam risulti essere la seconda religione più praticata in Italia, non è riconosciuta come religione ufficiale dallo Stato Italiano, essenzialmente perché non c'è un sistema unitario e unito di cittadinanza musulmana con cui dialogare. Questo si riflette di conseguenza anche nelle direttive che il Ministero del Turismo può condurre verso questo mercato. Mentre ad esempio, verso il mercato russo o cinese, si stanno creando, con il patrocinio del Governo, dei circuiti e delle convenzioni specifiche con particolare cura verso l'aspetto linguistico e culturale del target considerato, nei confronti dei turisti di fede islamica si è fatto ben poco a livello amministrativo. L'unico episodio di ricerca e approfondimento è stato fatto nel 2015, quando sono stati condotti, da parte della Farnesina, degli studi sui Paesi arabi e a maggioranza islamica, analizzando anche l'aspetto del turismo in entrata e delle grandi potenzialità che questo avrebbe. Oltre a ciò, le iniziative di promozione del turismo musulmano in Italia, sia da parte delle istituzioni, che degli operatori del settore, sono state minime.

A fronte di questi presupposti, è importante analizzare la posizione dell'Italia nel mercato turistico *muslim-friendly*, al fine di comprenderne punti di forza e debolezza, ma soprattutto per individuare gli eventuali spunti di opportunità su

¹⁰⁶ "Gli italiani e la dolce vita." - <http://italianencounter.com/en/gli-italiani-e-la-dolce-vita/>

cui lavorare. Per fare ciò, l'indagine si concentrerà sulla domanda e sull'offerta turistica attuale.

4.1 Domanda turistica.

Secondo il report GMTI 2019 di CrescentRating già citato nel secondo capitolo, l'Italia rientra tra i 10 Paesi non appartenenti all'OIC, maggiormente coinvolti nelle transazioni del mercato turistico musulmano mondiale. Per quanto riguarda l'inbound il nostro Paese si posiziona al settimo posto, mentre per l'outbound al quarto. A fronte di queste stime dunque, si può affermare con certezza che l'Italia sia una destinazione turistica piuttosto gettonata per la popolazione musulmana, in prevalenza proveniente dal Medio Oriente e dal Sud-Est Asiatico. Questo trend viene confermato anche dai dati elaborati dall'Ufficio studi ENIT in collaborazione con Bankitalia, che nel 2017 hanno registrato, in termini di arrivi internazionali, un aumento del 21,97% di turisti originari del Medioriente, passando da oltre 157mila a quasi 200mila unità.

A spendere di più sono i viaggiatori provenienti da: Emirati Arabi (180 milioni di euro), Arabia Saudita (120,3 milioni), Iran (97 milioni) e Kuwait, ma cresce di oltre il 90 per cento la spesa dei turisti provenienti dal Qatar. I viaggiatori dell'area GCC, solitamente si spostano in gruppo e ricercano soprattutto le località del Centro-Nord, area dove si registra la spesa più consistente. Lazio, Lombardia, Veneto, Toscana, Piemonte ed Emilia Romagna sono anche le regioni in testa per numero di presenze.¹⁰⁷ Quello mediorientale è senza ombra di dubbio un mercato in fermento, nel quale il nostro Paese si è dimostrato coinvolto anche attraverso la partecipazione di ENIT nel 2019 all'Arabian Travel Market di Dubai. Questo evento internazionale si incentra sul networking di settore e la promozione del travel management.

Interrogandosi su ciò che attrae maggiormente i turisti mediorientali e asiatici, è necessario focalizzarsi su vari elementi che contraddistinguono il Belpaese,

¹⁰⁷ "Dati sul turismo dei Paesi Arabi in Italia." – <https://storiadieccellenza.it/dati-sul-turismo-dai-paesi-arabi-in-italia/>

a partire dallo stile di vita italiano. Essi infatti, percepiscono l'Italia come un Paese con degli standard elevati e di lusso, moderno ed ideale per il relax, relativamente costoso ed abitato da persone cordiali ed accoglienti. Altre caratteristiche che richiamano l'arrivo dei turisti musulmani sono il clima gradevole, una buona reputazione ed una storia e cultura unici al mondo.¹⁰⁸ Un altro fattore di attrazione, secondo l'ENIT, è il marchio Made In Italy, sinonimo di design, artigianato e produzione di alta qualità.



Figura 37: Due turisti musulmani si fanno un selfie davanti al Vaticano.

Per comprendere meglio ciò che ricerca la domanda turistica, verranno presi in esame i due Paesi, tra i più emblematici all'interno del target dei turisti di fede musulmana, grazie alla loro elevata capacità di spesa, ossia Emirati Arabi Uniti e Arabia Saudita. A sostegno di tale approfondimento verrà utilizzato un rapporto del 2017, realizzato congiuntamente dalle Ambasciate e dai Consolati dei Paesi considerati, e dall'ENIT, con il patrocinio del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. E' bene specificare che non si trovano dati più recenti in merito.

Gli Emirati Arabi Uniti sono tra i Paesi arabi di maggiore interesse, grazie all'elevato reddito che deriva non solo dalle riserve petrolifere, alla base della

¹⁰⁸ Halkias, Pizzurno, De Massis (2014), "Halal products and services in the Italian tourism and hospitality industry: brief case studies of entrepreneurship and innovation", Journal of Developmental Entrepreneurship, Vol. 19, No. 2

crescita del Paese nel passato, ma anche dall'industria manifatturiera, dal commercio, dai servizi e dalla fortissima propensione all'import, trainato sia dalla domanda interna, sia dalla domanda degli altri Paesi del Medio Oriente, dell'Africa e dell'Asia.

Più o meno i due terzi della popolazione residente viaggia almeno una volta all'anno. Tale quota è per lo più rappresentata da una clientela di lusso, con un livello culturale medio alto ed una crescente propensione a viaggiare. Gli EAU si confermano infatti il più importante outbound travel market in termini di valore economico/commerciale, con un ammontare approssimativo di 17.740 milioni di dollari (WTO, Report 2016), ed, in termini di volume, successivo solo all'Arabia Saudita. Secondo le stime del World Tourism Organization, i turisti emiratini spendono in media \$22,000 all'anno a testa solo per viaggi ed alloggi, raggiungendo quota 6,6 miliardi di dollari all'anno per il turismo a livello nazionale.

Oltre all'alto reddito pro-capite a disposizione, altri fattori che hanno determinato la forte propensione alla pratica turistica da parte degli emiratini, sono stati: l'espansione delle rotte attraverso l'aumento della frequenza dei collegamenti aerei da parte delle principali compagnie, la Emirates Airways e la Etihad Airways, oltre all'apertura nel 2014 del Dubai World Central-Al Maktoum International Airport, ed infine il costante aumento della popolazione. Il tasso di natalità ed il tasso di immigrazione si confermano per l'appunto tra i più elevati del mondo. Si tratta inoltre, di una popolazione prevalentemente giovane, con un'età inferiore ai 34 anni.

Per quanto riguarda il target in esame, quasi un terzo dei viaggi è effettuato da coppie con figli, e più del 30% delle trasferte viene intrapreso dagli immigrati residenti per lavoro negli EAU, al fine di visitare famiglie ed amici. La tipologia di vacanza spazia da tour e visite delle capitali e città più importanti, alla partecipazione di eventi privati come lune di miele e viaggi di cura e benessere. In termini di percentuale, quasi il 30% dei viaggi è relativo a vacanze di piacere, 20% a visita delle città, 16% a villeggiature in località marittime. I turisti arabi tendono a fare delle scelte conservative e preferiscono scegliere sapendo

cosa troveranno, ricercando soprattutto destinazioni sicure. Oltre a questo aspetto, considerano molto l'immagine del Paese, il clima, la possibilità di alloggiare presso strutture che offrono servizi *halal*, l'intrattenimento per famiglie e le occasioni di shopping. Un altro elemento che caratterizza il mercato emiratino è la tendenza a compiere viaggi per scopi medici, e visitare quindi, destinazioni che offrono ospedali islamici, come la Malesia e l'Indonesia.

Per quanto riguarda la destinazione Italia, tra gli operatori turistici emiratini, essa si conferma in costante crescita, con un importante incremento registratosi nel 2015 in occasione dell'evento Expo di Milano. Il nostro Paese si presenta come una meta in grado di attirare diverse tipologie di turisti: famiglie, gruppi di amici e coppie in viaggio di nozze che decidono di concedersi giornate tra lo shopping di lusso e le bellezze artistiche che contraddistinguono la nostra penisola. Nell'immaginario collettivo l'Italia resta una meta più leisure che business.

Le mete preferite dai turisti emiratini risultano essere le grandi città d'arte, con un importante aumento di richieste per altre province, come Verona e Padova. Milano si è affermata particolarmente in voga per lo shopping, così come è rimasto invariato il grande interesse per la Sardegna, la Costiera Amalfitana ed i laghi italiani, in particolare il lago di Como ed il lago di Garda. Risultano ancora sconosciuti i piccoli centri, le montagne e buona parte dell'Italia Meridionale.

I pacchetti più venduti sono quelli *all inclusive*, con volo di linea e *tailor made*, acquistati prevalentemente da gruppi organizzati e coppie. In questi casi è frequente la richiesta di pacchetti *multi-destination* che consentono di visitare più destinazioni europee. Per quanto riguarda i soggiorni, la scelta ricade sugli hotel da 4/5 stelle caratterizzati da un alto livello dei servizi. Nel caso di famiglie, è frequente la scelta di grandi appartamenti capaci di accogliere anche il personale di servizio a carico. Altre mete di grande attrazione sono le strutture alberghiere di lusso dotate di campi da golf e zone termali con SPA

modernamente attrezzate per la cura della bellezza, per le quali gli emiratini spendono circa 4 miliardi di dollari all'anno.

Rispetto ad altri competitor internazionali, la percezione della destinazione Italia è buona, anche se l'offerta turistica viene avvertita in maniera poco chiara. Altri competitor vicini al Belpaese come Svizzera, Francia e Germania, hanno effettuato un lavoro di promozione ingente e costante in loco, presso i media tradizionali (giornali, televisioni e radio), le riviste specializzate e su internet, con risultati molto soddisfacenti in termini di arrivi. Si segnala inoltre, una scarsa conoscenza emiratina delle città d'arte italiane meno note al grande pubblico e delle mete del turismo sportivo, che andrebbero invece promosse maggiormente, soprattutto in considerazione al legame molto stretto tra gli emiratini ed il calcio.

Altri punti di debolezza risultano essere:

- la scarsa qualità dei trasporti, che risultano essere difficili da individuare per il turista, non puntuali, e molto cari nel caso dei taxi;
- l'assenza di un'adeguata diffusione della lingua inglese, che causa una sorta di delusione nel turista emiratino, il quale si aspetta un'accoglienza di livello elevato;
- il rapporto qualità/prezzo dei servizi non sempre rispondente alle richieste;
- la poca adeguatezza dell'industria ricettiva, che rimanda alla scarsità di strutture che offrono servizi *halal*;
- la concorrenza dei competitor "vicini" (Svizzera, Austria, Francia, Turchia, Inghilterra, Spagna etc.) che investono molto sulla promozione in loco e dei competitor "lontani" (Indonesia, Malesia, Singapore, Giappone ecc.). Questi ultimi quali offrono dei pacchetti estremamente competitivi dal punto di vista del rapporto qualità-prezzo, della tipologia delle strutture e del customer service offertovi ed infine dell'attenzione alle esigenze del turista.

Per quanto riguarda invece le prospettive future dell'*outgoing*, tutti i *tour operators* con cui Enit-Antenna Dubai si rapporta frequentemente, pur

evidenziando che gli Emirati Arabi Uniti sono un mercato *last minute* con richieste non ancora finalizzate, hanno previsto un aumento dei flussi turistici verso l'Italia dagli EAU nell'arco dei prossimi anni. L'apertura della rotta Dubai-Bologna e l'incremento dei voli verso Roma hanno in aggiunta, sensibilmente aumentato i flussi verso il nostro Paese. Possiamo affermare quindi che il traffico verso l'Italia si lega in prevalenza alle rotte dirette verso il nostro Paese, oltre che all'incremento dell'offerta italiana sui cataloghi dei principali T.O. emiratini. (Emirati Arabi Uniti - Rapporto Congiunto Ambasciate/Consolati/ENIT 2017)

L'Arabia Saudita è il secondo Paese di provenienza dei turisti musulmani che arrivano in Italia, e che si contraddistinguono per l'elevata capacità di spesa. Gli immensi giacimenti di petrolio e di gas, insieme alla presenza dei principali luoghi sacri dell'Islam conferiscono al Regno dell'Arabia Saudita un peso geo-economico, politico e morale senza pari nel mondo musulmano.

Il Paese, che ospita le due Città sante di Mecca e Medina, vanta una popolazione molto giovane: circa il 75% degli abitanti ha meno di 25 anni. A viaggiare sono soprattutto coppie e famiglie, anche in questo caso con un livello culturale e un pil pro-capite medio alto. E' necessario specificare che le famiglie saudite sono molto numerose rispetto a quelle europee, arrivando anche a venti o trenta persone. In termini numerici, nel 2014 (ultimi dati disponibili) hanno fatto una vacanza all'estero 22.322.600 sauditi per un totale di 19.824.491 pernottamenti e una spesa di 80.410 milioni di riali sauditi (circa 19 milioni di euro).

Ciò che spinge il turista saudita a viaggiare è per lo più il clima, il contesto culturale e sociale più libero, ed infine la gastronomia. Ama le città d'arte, lo shopping e le zone costiere. Tra gli aspetti che apprezza maggiormente di una destinazione e che quindi ne influenzano la scelta, figurano: il livello di organizzazione e di efficienza dei servizi di ricezione, la conoscenza della lingua inglese, la presenza di comfort-lusso e la disponibilità di cibo *halal* nei ristoranti.

Approfondendo il target in esame, si deduce che il turista saudita che viaggia in coppia, alloggia prevalentemente in hotel a 3-4 ma anche 5 stelle, mentre colui che si sposta in famiglia, predilige i grandi appartamenti. Generalmente lo strumento più usato per prenotare le vacanze è internet, anche se le agenzie di viaggio hanno ancora il loro peso nell'organizzazione dei viaggi dei sauditi, specialmente se sono previste particolari richieste. In quel caso si attivano circuiti super-esclusivi che ovviano ad ogni esigenza del cliente. Il "passaparola" resta comunque uno strumento di promozione molto diffuso.

Per quanto riguarda la destinazione Italia, gli ultimi dati disponibili riguardano l'anno 2015, durante il quale si è registrato un aumento dei turisti sauditi, passando da 22.300 a 29.005 unità. Nello stesso anno, l'Ambasciata d'Italia a Riad e il Consolato Generale a Gedda hanno rilasciato un totale di 32.765 visti turistici per l'Italia, mentre nel primo quadrimestre del 2016 ne sono stati rilasciati 5.663. In riferimento ai motivi di viaggio, il grafico riportato nello studio di riferimento dimostra che, a condurre il turista saudita a visitare l'Italia, sono principalmente ragioni di vacanza, affari e shopping.

Ciò che i turisti provenienti dall'Arabia Saudita apprezzano maggiormente del Belpaese sono il patrimonio naturale, artistico e culturale, l'abbigliamento e gli accessori "Made in Italy", e le tradizioni enogastronomiche. I punti deboli invece, rimandano alla carenza di materiale adeguato alla divulgazione e alla promozione delle realtà italiane in lingua araba, all'inadeguatezza delle strutture in caso di famiglie numerose, e agli standard dei servizi, non sempre conformi alle aspettative.

A differenza degli Emirati Arabi Uniti, non ci sono molti collegamenti diretti. L'unica compagnia aerea con voli per l'Italia, che non prevedono scali, è la Saudi Airlines che offre, su base settimanale, 4 voli da Riad e Gedda per Roma Fiumicino e 3 da Riad e Gedda per Milano Malpensa e viceversa (in totale 11 voli settimanali verso l'Italia e 11 verso l'Arabia Saudita). I sauditi tuttavia si avvalgono spesso anche di altre compagnie, considerata la possibilità di usufruire dei programmi d'intrattenimento a bordo più ricchi e attraenti e di cui preferiscono beneficiare anche a fronte di brevi scali.

Per quanto concerne la concorrenza, l'Italia mantiene una posizione privilegiata, grazie all'alta moda e i marchi di lusso del Made in Italy, molto apprezzati dalla clientela saudita e largamente diffusi nei principali centri commerciali del Regno. La forte capacità di spesa media del cliente saudita fa sì che spesso la destinazione turistica venga scelta sulla base della possibilità di fare acquisti, attività che costituisce uno dei passatempi preferiti durante i periodi di vacanza. La chiara percezione, nel consumatore medio saudita, della qualità del brand Italia rende quest'ultimo decisamente competitivo rispetto all'offerta dei principali concorrenti. Ad esempio, la Svizzera ha puntato sulla promozione di due o tre grandi destinazioni turistiche per farle conoscere e incentivare i potenziali turisti sauditi ad alto reddito e con notevole propensione per i viaggi, a visitarle. (Arabia Saudita - Rapporto Congiunto Ambasciate/Consolati/ENIT 2017)

4.2 Offerta turistica.

Per analizzare l'offerta turistica italiana in chiave *muslim-friendly*, verranno approfonditi gli aspetti principali che la compongono, ovvero l'ospitalità, la ristorazione, i servizi dedicati allo shopping e i progetti appositamente ideati per il segmento in esame.

4.2.1 Ricettività.

Sul portale HalalBooking.com, selezionando solo le strutture ricettive italiane, si evince che il numero di soluzioni proposte ammonta a 4338, dato che all'apparenza può sembrare incoraggiante. Tuttavia, se si applicano i filtri di ricerca, si intuisce che l'offerta ricettiva *halal* nel nostro Paese è ancora piuttosto scarna. Gli hotel sono la tipologia più diffusa, seguiti dalle ville private. Tra i servizi che offrono, il cibo *halal* non è quasi mai previsto, bensì viene indicato come disponibile nelle vicinanze, mentre l'assenza di alcol rimanda all'assortimento del frigo bar presente nelle singole stanze. Anche le opzioni che riguardano spazi per sole donne, come spa e piscine, sono in numero

limitato. In linea generale, si denota che ai servizi *halal* il cliente musulmano può eventualmente accedere solo previa richiesta.

La Toscana è la regione che vanta il maggior numero di strutture ricettive prenotabili tramite HalalBooking.com. Tanto è vero che proprio nel suo capoluogo, un anno fa è stato lanciato un piano di adeguamento dell'hospitality al turismo muslim-friendly. L'iniziativa, promossa dalla Regione in collaborazione con Federalberghi, prevedeva di attrezzare anche le strutture di 3 e 4 stelle, al fine di renderle conformi ad accogliere la clientela musulmana. Fino a quel momento infatti, erano per lo più gli hotel di altissimo livello, come il Four Seasons di Borgo Pinti, il Saint Regis e L'Excelsior, ad ospitare questo target, composto prevalentemente da arabi. Il progetto è stato ideato a fronte di un elevato numero di arrivi a Firenze da Paesi come Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Bahrein, e Giordania, e in considerazione dell'alta propensione di spesa di suddette popolazioni.¹⁰⁹

Il Veneto è un'altra regione che si è adoperata per convertire la propria offerta ricettiva in chiave *muslim-friendly*. Un contributo importante è stato dato dalla città di Venezia, con l'accordo firmato nel 2015 tra AVA, l'Associazione Veneziana Albergatori e HalalItalia, l'ente di certificazione italiano per i prodotti che rispettano le regole di liceità islamica. Tale convenzione ha previsto la creazione di una rete di hotel che rispettassero la dottrina musulmana. Per adeguare le strutture ricettive coinvolte, sono stati introdotti alcuni accorgimenti base, come: minibar senza alcol, disponibilità di tappetino per la preghiera, indicazione della Mecca e menù con pietanze *halal*. Il turismo è da sempre il cuore pulsante dell'economia del capoluogo veneto, per cui non si poteva scindere dal predisporre una campagna ad hoc per attrarre un segmento in continua espansione, come il turismo *halal*. Inoltre, *“Venezia è sempre stata un ponte con l'Oriente e con l'Islam, i musulmani che la visitano riconoscono immediatamente una vicinanza con la sua arte e architettura.”* In

¹⁰⁹ “Firenze, cibo halal e preghiere, 40 hotel convertiti al turismo Muslim Style.” - https://firenze.repubblica.it/cronaca/2017/06/21/news/firenze_cibo_halal_e_preghiere_40_hotel_convertiti_al_turismo_muslim_style-168721227/?refresh_ce

quest'ottica, l'accordo siglato è risultato essere anche uno strumento per implementare la cooperazione internazionale e il confronto interreligioso.¹¹⁰ Persino dalle ricerche effettuate su Halalbooking.com emerge l'importante impronta del Veneto nel turismo muslim-friendly, in quanto l'unico hotel in Italia, che adotta la politica dell'assenza di alcolici al proprio interno e offre solo ed esclusivamente pietanze *halal*, risulta essere l'hotel Kappa di Mestre.¹¹¹



Figura 38: Fotografia di una turista musulmana sui canali di Venezia.

Altri esempi concreti di come le regioni si siano adoperate per sviluppare una filiera ricettiva *muslim-friendly*, di fatto non si trovano. Trattandosi di una clientela per lo più di tipo benestante, ci sono tuttavia degli alloggi particolarmente in voga per le vacanze islamiche. Alcuni esempi sono:

- Villa Tangery di Amalfi: una lussuosissima villa in grado di riservare sia la piscina coperta, sia quella scoperta alla famiglia musulmana che richieda privacy assoluta;
- Villa Royal Citrus di Mazara: struttura cinque stelle in grado di garantire riservatezza alle donne velate e alla loro famiglia. Si caratterizza per la

¹¹⁰ "Turismo musulmano, ecco gli hotel certificati." - <https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2015/04/16/news/turismo-musulmano-ecco-gli-hotel-certificati-1.11252036>

¹¹¹ "Hotel Kappa" - <https://en.halalbooking.com/hotel-kappa/p/9099?checkin=2021-05-01&checkout=2021-05-02&groups%5B%5D=2>

messa a disposizione dell'intera spa e area benessere al genere femminile;

- Villa Valgarda di Toscolano Maderno: offre una splendida vista sulla sponda bresciana del lago di Garda, propone un menu con opzioni islamicamente corrette, oltre a hammam, sauna, jacuzzi e una piscina a sfioro.

Come si può osservare da questo breve elenco si tratta per lo più di ville private, che riescono a garantire spazi divisi per donne e uomini, grazie alla loro stessa conformazione strutturale. Per quanto riguarda gli hotel invece, queste opzioni sono limitate agli alberghi di lusso, come quelli presenti a Capri, Portofino, Milano e in Costa Smeralda, dove alloggiano gli sceicchi e i rispettivi familiari. Le strutture di charme che ospitano questa speciale clientela sono in grado di soddisfarne facilmente le richieste, anche senza certificazioni di sorta.

Per quanto riguarda invece le spiagge private per sole donne, Riccione e Sardegna in passato hanno tentato di destinare tratti di litorale esclusivamente alle donne musulmane, riscontrando solamente critiche e polemiche, che hanno ostacolato le iniziative promosse, a tal punto da impedirne l'effettivo decollo.¹¹²



Figura 39: Donne musulmani indossano il Burkini in spiaggia.

¹¹² "I turisti di Allah: cosa chiedono per portare i soldi in Italia." - <https://www.ilgiornale.it/news/i-turisti-allah-cosa-chiedono-portare-i-soldi-italia-1628927.html>

4.2.2 Enogastronomia.

In merito al cibo *halal*, l'Italia si trova in una situazione di scarsità importante, sia per quanto riguarda il numero di ristoranti che servono questo tipo di pietanze, sia perché manca di base una rivisitazione della tradizione culinaria italiana in chiave *muslim-friendly*. In genere, un turista musulmano che arriva nel nostro Paese si ritrova infatti di fronte ad un'offerta enogastronomica *halal* confinata ai fast food e kebab shop, dalla dubbia liceità islamica, se non addirittura igienica. Ciò non vale, nel caso in cui si faccia riferimento ad un turista benestante, che alloggia presso strutture ricettive di lusso, dove è previsto un servizio completo che soddisfa ogni sua volontà ed esigenza, anche nel caso del caso di richieste di portate fuori menù.

Il problema sorge nel momento in cui si passa alla ricerca di ristoranti *halal*, in quanto, come si può osservare anche semplicemente digitando nella barra di Google "ristoranti halal in Italia", le soluzioni che appaiono riguardano per la maggior parte le città di Roma e Milano. Approfondendo la ricerca su TripAdvisor ad esempio, si apprende che nella capitale si trovano circa 21 proposte di ristoranti *halal*, mentre nel capoluogo lombardo solo 13, a Firenze 12, a Venezia 6, a Bologna 4. Questi dati non si possono di certo considerare incoraggianti, né dal punto di vista quantitativo, né qualitativo. Qualche passo avanti tuttavia è stato fatto, se si considera che nel 2014 in Italia non vi era neanche un ristorante certificato *halal*, *come emerge da un'intervista* fatta a Sharif Lorenzini, membro della Halal International Authority, pubblicata sul Gambero Rosso.¹¹³ La prima certificazione è avvenuta solo un anno dopo, e si tratta del ristorante arabo El Jadida di Milano, zona Bocconi.¹¹⁴

¹¹³ "Cibo e religione. Halal, foodies nel nome di Allah." – <https://www.gamberorosso.it/notizie/articoli-food/cibo-e-religione-halal-foodies-nel-nome-di-hallah/>

¹¹⁴ "El Jadida è il primo ristorante certificato Halal in Italia." - <https://www.tamtammilano.it/it/news/el-jadida-e-il-primo-ristorante-certificato-halal-in-italia>

Un altro fattore negativo riguarda la totale mancanza di ristoranti che servono cibo locale italiano, rivisitato in chiave musulmana, nonostante siano tante e variegiate le aziende del settore agroalimentare made in Italy, che producono cibo *halal*: dal caffè espresso, alla birra alcol zero. Dunque, una coppia o una famiglia musulmana che si trova in visita al nostro Paese, si deve accontentare di trascorrere la vacanza mangiando pizza, pesce e piatti vegetariani, quando invece potrebbe gustarsi una qualsiasi pietanza tipica della gastronomia italiana, se fosse cucinata con prodotti *halal*. Un esempio potrebbe essere la lasagna fatta con carne non suina e certificata.



Figura 40: Famiglia araba al ristorante.

La popolazione musulmana, come si è visto in precedenza, ha un legame molto stretto con il cibo e una capacità di spesa mediamente alta, di conseguenza, la mancanza di un'offerta culinaria pensata per questo tipo di clientela, risulta essere molto penalizzante per il nostro Paese. Oltre ai turisti, in Italia si contano un milione e mezzo di musulmani residenti, i quali, nel momento in cui decidono di andare al ristorante, si ritrovano spesso senza grandi chance. Per colmare queste carenze, nel 2016 è stato creato il marchio "Halal Italy", promosso da Halal Italy Authority, con l'obiettivo di sostenere il made in Italy, costruendo percorsi turistici all'insegna di produzioni agroalimentari patrimonio del Mediterraneo, in linea con la religione islamica.

Ad ogni modo, i passi fatti per andare in contro ai turisti musulmani e alla loro voglia di godere pienamente delle prelibatezze che caratterizzano la cucina italiana, sono piuttosto carenti.

4.2.3 Moda.

Una delle attività ludiche preferite dei turisti musulmani mentre si trovano in vacanza è senza ombra di dubbio lo shopping. Lo confermano anche gli indici di spesa analizzati nel secondo capitolo, che vedono l'abbigliamento e in generale il life-style, come gli ambiti nei quali la popolazione islamica investe maggiormente. L'Italia, oltre ad essere conosciuta per le sue bellezze artistiche e paesaggistiche, nell'immaginario collettivo estero viene associata soprattutto al "Made in Italy". Il marchio nazionale simboleggia la qualità e l'eccellenza della produzione italiana in diversi settori, quali: l'enogastronomia, come si è visto poc'anzi, l'automobilistica, la gioielleria, il design e soprattutto l'abbigliamento.

Dalla declinazione di grandi griffe a quella del pezzo unico artigianale, la moda italiana risulta essere tra le più apprezzate e ambite al mondo. Con l'avvento del modest fashion, la voglia delle donne islamiche di vedersi considerate da designer, brand occidentali, e da riviste patinate dedicate alle loro esigenze, è stata unanime e gridata a gran voce. Considerando che il mercato è cresciuto negli anni in maniera rapida e vertiginosa, le opportunità di business ad esso legate hanno richiamato l'attenzione del sistema moda mondiale. In quest'ottica anche i grandi brand italiani come Dolce&Gabbana, Versace, Alberta Ferretti, Max Mara, etc. si sono adoperati per andare in contro alla propria clientela musulmana, pensando a capi su misura, ideando linee ad hoc per le festività islamiche e promuovendo campagne pubblicitarie specializzate.¹¹⁵

¹¹⁵ "Modest fashion (R)evolution." - <https://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2017/12/07/modest-fashion-revolution-abaya-musulmane-velo>



Figura 41: Collezione dedicata alla donna musulmana by Dolce&Gabbana.

Recentemente inoltre, proprio le principali città italiane come Milano, Roma, Firenze e Venezia, sono state protagoniste di un’esplosione del turismo di lusso proveniente dai Paesi arabi. In considerazione a questo fenomeno e alle opportunità economiche ad esso correlate, si è iniziato a comprendere che per fidelizzare tale particolare clientela, abituata a standard molto elevati, sarebbe stato importante promuovere la conoscenza e la comprensione della loro cultura e tradizione. Prima tra tutte, è stata la città di Milano a muoversi in questa direzione, in quanto meta prediletta dai turisti musulmani interessati allo shopping e all’alta moda. Il distretto di Montenapoleone con la società GlobalBlue, una società specializzata nei servizi Tax Free Shopping, ha dato vita nel 2018 all’iniziativa “Sales cultural training Middle East”, un accordo per agevolare il tasso di cambio e favorire ulteriormente la propensione di spesa dei turisti medio-orientali. Il progetto ha previsto diverse attività, tra cui: la conoscenza e la comprensione delle loro usanze, la creazione di linee ad hoc, in concomitanza ad esempio con i periodi di festività, e l’istruzione dei dipendenti delle lussuose boutique del centro, ad una adeguata e conforme accoglienza e assistenza in store.



Figura 42: Galleria Vittorio Emanuele di Milano.

I training hanno fornito sia istruzioni organizzative che di comportamento, come ad esempio:

- disporre di una cabina per sole donne;
- offrire un servizio “vip”;
- assumere dipendenti madre lingua per favorire una comunicazione più fluente;
- evitare giudizi sull'Islam;
- stringere la mano delicatamente ma a lungo;
- non dire mai no direttamente;
- non alzare il pollice in segno di approvazione;
- tenere le distanze dalle donne;
- mostrare i prezzi nella loro valuta;
- offrire tè nero o alla menta.¹¹⁶

¹¹⁶ “Lo scontrino degli arabi vale in media 1.581 euro. Istruzioni alle boutique.” - <https://www.ilgiornale.it/news/milano/scontrino-degli-arabi-vale-media-1581-euro-istruzioni-1515033.html>

Dopo Milano, anche Roma tre anni fa, scoprendosi piuttosto impreparata di fronte della crescente domanda di servizi di lusso da parte della facoltosa popolazione musulmana, si è dedicata allo studio di un galateo *muslim-friendly*. Per colmare questo gap inoltre, venticinque operatori di diversi ambiti, sono tornati sui banchi di scuola per partecipare al progetto di formazione e accreditamento “Italia Bayti”, in arabo “Italia casa mia”.¹¹⁷ Tra le attività coinvolte, rientrano: centri estetici, parrucchieri, truccatori, oltre a personal trainer, negozi di abbigliamento, profumerie, gioiellerie e, ancora, fioristi, sartorie, autisti, body guards, guide turistiche, ristoranti, hotel, e catering.



Figura 43: Logo del progetto “Italia Bayti”.

Sviluppato nel 2014 da WHAD (World Halal Development) in collaborazione con Confassociazioni e Confimpresa Turismo, questo programma ha di fatto introdotto anche in Italia il turismo certificato *halal*. L’iniziativa, presentata alla Bit di Milano nel 2015, nasce con il fine di offrire servizi e pacchetti strutturati ad hoc sulle esigenze dei turisti di fede islamica. Il numero di viaggiatori musulmani infatti, stava raggiungendo quote sempre più consistenti, soprattutto nel segmento del lusso, pertanto si è deciso di realizzare un progetto concreto, che dimostrasse l’interesse dell’industria turistica italiana verso il target mediorientale.

Il programma ItaliaBayti si articola in diverse fasi:

¹¹⁷ “Lusso per gli arabi, a Roma si studia il galateo muslim friendly.” - https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/luiso/2017/10/28/luiso-per-gli-arabi-a-roma-si-studia-il-galateo-muslim-friend_48328bb5-d4de-11e7-8470-00505695d1bc.html

- la prima consiste nella formazione degli operatori che vogliono puntare a questo segmento;
- la seconda fase invece consiste nel rating, ovvero nella valutazione effettuata da agenzie internazionali indipendenti come CrescentRating, che assegnano alle strutture un valore che va da 1 a 7, a seconda di quanto risultano essere *muslim-friendly*;
- la terza fase riguarda la promozione delle strutture turistiche italiane coinvolte, grazie al loro inserimento in circuiti internazionali specializzati.¹¹⁸

Il progetto “Italia casa mia”, oltre a dare vita al turismo *halal* nel nostro Paese, ha fatto da apripista per gli altri progetti che si sono susseguiti, e che vedremo in seguito.

4.2.4 Progetti dedicati.

Volendo riportare qualche esempio di iniziativa effettivamente volta a sensibilizzare sul tema, ed a promuovere questo tipo di turismo, non si può fare a meno di menzionare il progetto “Puglia Muslim Friendly”.



Figura 44: Logo del progetto “Puglia Muslim Friendly”.

Si tratta di un’iniziativa realizzata in collaborazione con il Teatro Pubblico Pugliese e il supporto di Pugliapromozione, orientata all’apertura del territorio

¹¹⁸ “Arriva in Italia il certificato per il turismo muslim friendly.” - <https://marketingdeltoritorio.info/index.php/it/notizie/1827-arriva-in-italia-il-certificato-per-il-turismo-muslim-friendly>

pugliese alle opportunità di business legate al turismo musulmano. L'avviso pubblico, ideato appositamente per il progetto, richiama «la presentazione di proposte progettuali finalizzate alla definizione del Piano di promozione dell'offerta turistica Puglia Muslim Friendly». Per quanto riguarda il budget, il bando prevedeva una somma complessiva di 90mila euro, comprensivi di imposta sul valore aggiunto, destinata ai progetti di promozione, i quali si sarebbero dovuti realizzare tra l'1 ottobre e il 18 novembre 2020. Si consideravano destinatari dell'iniziativa tutti gli operatori coinvolti nei diversi rami del turismo incoming, quali: ricettività, ristorazione, tour operating, agenzie di viaggi e guide turistiche. Nonostante il progetto fosse pronto per essere avviato, lo scorso aprile, le avversioni politiche hanno condotto al ritiro del bando, per cui l'iniziativa non è andata in porto. Attualmente si attende una verifica più accurata da parte della Giunta Regionale.¹¹⁹

Un progetto che invece è stato effettivamente avviato è “Commercio e Produzioni Halal in Sardegna”, realizzato da ARAFORM in RTS con la Camera di Cooperazione Italo Araba e finanziato dal POR Sardegna FSE 2014/2020.¹²⁰ Si tratta di un'iniziativa che nasce con l'intento di offrire alle imprese sarde nuove opportunità di sviluppo produttivo e commerciale orientato ai consumatori musulmani. Attraverso un intervento sulla filiera produttiva, finalizzato alla sensibilizzazione delle imprese isolate sul tema, si svilupperà la formazione degli operatori, orientata ai mercati della “Halal Economy” e alla creazione di imprese specializzate nel settore. Nello specifico, il progetto è stato pensato per contribuire alla crescita delle attività produttive dei comparti agroalimentare, cosmetico, farmaceutico e turistico, favorendo al tempo stesso, la creazione di reti di impresa regionali. Sul portale “Sardegnahalal”¹²¹ si possono trovare tutte le informazioni a riguardo, tra cui i

¹¹⁹ “Puglia, regione investe 90mila euro sul turismo «Muslim friendly.” - <https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/home/1244609/puglia-regione-investe-90mila-euro-sul-turismo-muslim-friendly.html>

¹²⁰ “HALAL ECONOMY: la certificazione Halal come opportunità di innovazione e internazionalizzazione d'impresa.” - <http://www.araform.it/modules.php?modulo=mkNews&idcontent=239>

¹²¹ <https://www.sardegnahalal.it/>

diversi percorsi di formazione professionale finalizzati alla certificazione delle competenze e all'inserimento lavorativo.



Figura 45: Intestazione del portale “Sardegnahalal”.

Nel capitolo precedente si è potuta appurare l'importanza dei portali specializzati nel turismo *muslim-friendly*, ed è proprio in questa direzione che si è mossa la città di Milano, creando una piattaforma ad hoc per i viaggiatori islamici che visitano il Belpaese. Si tratta di “Halalando.com”, un portale incentrato sull'ospitalità italiana a misura di musulmano, all'interno del quale l'utente può trovare contatti, consigli e valutazioni utili per trascorrere il proprio soggiorno nel rispetto dei precetti coranici. Tramite il sito Halalando, si possono inoltre prenotare strutture ricettive, ristoranti e altri servizi, oltre che accedere ad una scontistica dedicata.

Il capoluogo lombardo che riveste il ruolo di capitale dell'economia italiana, è oramai diventato la principale meta del turismo d'affari, coinvolgendo importanti businessmen provenienti da tutto il mondo. A dominare la scena del turismo milanese degli ultimi anni, sono stati soprattutto gli sceicchi, i petrolieri e gli investitori, provenienti prevalentemente dal Golfo Persico, pronti a spendere cifre a molti zeri, pur di essere soddisfatti nelle loro esigenze. Halalando è stato creato proprio per fornire a questa particolare clientela uno strumento per la ricerca di informazioni turistiche, che fosse rapido ed efficiente. Il fondatore Yassine Baradai, è un ragazzo di 31 anni, nato a Casablanca e cresciuto a Milano dall'età di sette anni, città dove ha studiato

Scienze Politiche e dove ha lavorato a lungo nel direttivo del coordinamento delle associazioni islamiche Caim. Durante un'intervista, rilasciata per il quotidiano LaRepubblica nel 2017, Baradai ha spiegato che: *"l'Idea è nata durante l'Expo, quando c'è stato il primo grande flusso di turisti arabi di un certo livello che cercavano accoglienza nelle strutture milanesi e non sempre trovavano qualcosa di adeguato alle loro esigenze. Con una collega che vive a Londra, Fatima Habib Eddine, che cura anche il sito finanzaislamica.it abbiamo fatto un primo esperimento e adesso stiamo cominciando a viaggiare col turbo"*.¹²²

Quanto ai gestori delle attività turistiche coinvolte, Halalando.com, offre a questi ultimi la possibilità di gestire le proprie inserzioni attraverso una dashboard, sottoscrivendo uno dei due pacchetti annui disponibili, gratuito o professionale. La versione a pagamento include la gestione dei propri servizi di prenotazione, scontistica e vendita di coupon, e l'accesso a statistiche in tempo reale sulla visibilità della propria attività. Per quanto riguarda invece le realtà locali minori che vogliono ampliare il proprio mercato per intercettare anche questa importante fetta, la piattaforma offre un servizio di accompagnamento attraverso la consulenza di esperti in materia e corsi specifici.¹²³

¹²² "Nasce il portale degli hotel a misura di precetto islamico." - <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2017/11/27/nasce-il-portale-degli-hotel-a-misura-di-precetto-islamicoMilano04.html>

¹²³ "Halalando.com, in Italia un portale «friendly» verso i musulmani." - https://www.ilmattino.it/noi/halalando_com_in_italia_un_portale_friendly_verso_i_musulmani-3385417.html



Figura 46: Home page di Halalando.com

4.3 Opportunità.

Per affrontare questo ultimo punto dell'elaborato, sono stati presi in considerazione il ranking dell'Italia nel mondo rispetto all'approccio *muslim-friendly* dell'offerta turistica, e i punti di debolezza evidenziati dagli studi citati nell'analisi della domanda.

Come si evince dalla tabella sottostante, secondo il GMTI del 2019, il nostro Paese ha totalizzato il punteggio più basso per quanto riguarda l'accesso agli spazi per la preghiera, la consapevolezza e la sensibilizzazione verso i bisogni dei musulmani, e la facilità di comunicazione. I punti più alti invece, li ha ottenuti per il clima favorevole, per le infrastrutture dei trasporti e per i requisiti necessari ad ottenere il visto.

			ENVIRONMENT				SERVICES					COMMUNICATION			ACCESS		
DESTINATION	2019 SCORE	2019 RANK	ENABLING CLIMATE	SAFETY	FAITH RESTRICTIONS	INBOUND ECONOMY	RESTAURANTS	PRAYER PLACES	AIRPORT	UNIQUE EXPERIENCES	HOTEL	EASE OF COMMUNICATION	DIGITAL PRESENCE	OUTREACH	CONNECTIVITY	VISA REQUIREMENTS	TRANSPORT INFRASTRUCTURE
Italy	38	64	72	61	50	26	33	17	38	59	38	8	42	9	55	63	69

Figura 47: Punteggio totalizzato dall'Italia, secondo il modello ACES, GMTI Report 2019

Oltre a doversi concentrare sulle problematiche emerse dal ranking di CrescentRating, ci sono poi diverse opportunità per soddisfare i viaggiatori musulmani che visitano il Belpaese, intercettando un importante riscontro

economico e culturale, a beneficio dell'intero sistema turistico italiano. Gli studi ENIT su Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti rappresentano un punto di partenza per capire quali sono effettivamente le carenze riscontrate dal segmento in esame, sulle quali implementare strategie per ottenere dei vantaggi competitivi.

Innanzitutto, l'insufficiente promozione in loco e la scarsità di documentazione informativa, in particolare in lingua araba, ostacolano l'incremento e la diversificazione del turismo musulmano in Italia. Lacuna amplificata dalla limitata conoscenza della lingua inglese e araba da parte degli operatori nazionali. Per colmare questo gap, un primo passo fondamentale sarebbe potenziare lo studio della lingua inglese, ma anche favorire maggiormente l'apprendimento della lingua araba, che non risulta essere particolarmente richiesta per chi lavora nel turismo, a meno che non si tratti di realtà di nicchia. In quest'ottica, verrebbero in aggiunta disposte maggiori possibilità lavorative per i laureati in lingue e culture moderne, o in tecniche di traduzione e interpretariato, o a chi risulta essere particolarmente ferrato nelle lingue straniere. In questo modo, la comunicazione e l'accoglienza risulterebbero essere più attente e mirate. Oltre alla formazione degli operatori, andrebbero migliorate le sinergie tra i *tour operators* italiani e quelli dei Paesi target, favorendo la creazione di pacchetti di viaggio di alto livello in cui si valorizzano l'alta qualità, il Made in Italy e la moda, consolidando la posizione della destinazione Italia nell'immaginario dei turisti musulmani.

Le strutture ricettive, inoltre, non sempre risultano essere adatte ai servizi e ai comfort che vengono richiesti. Come si è potuto osservare, l'*hospitality* italiana si è adeguata solo in minima parte al turismo *halal*, perdendo delle importanti opportunità di business. Questo mancato adattamento si rifà in parte al fenomeno dell'islamofobia, piuttosto diffuso nel nostro Paese. Per questa ragione, le strutture alberghiere ed extralberghiere, che si trovano nei portali specializzati nel turismo *muslim-friendly* come HalalTrip.com o HalalBooking.com, sebbene offrano servizi *halal*, non li promuovono a dovere sul proprio sito ufficiale. A tal proposito, i gestori degli alloggi si giustificano sostenendo che questo mercato non sia ancora maturo e che hanno timore di

ricevere critiche o di perdere clienti italiani abituali, che non apprezzerrebbero le pubblicità dei servizi a misura di musulmano. E' chiaro che, oltre ad esserci una sottovalutazione dei guadagni che si potrebbero ottenere attraverso lo sviluppo di un sistema di servizi *halal* nella ricettività, cosa che porterebbe anche alla nascita di nuove figure lavorative, alla base c'è una mancanza di comprensione e conoscenza della cultura e religione islamica. Sarebbe sufficiente un approccio più amichevole e accogliente, al fine di implementare l'arrivo dei turisti musulmani nel nostro Paese. L'adeguamento delle strutture ricettive, in aggiunta, non prevede grossi interventi infrastrutturali, ma semplici modifiche alla portata di tutti, le quali tuttavia permetterebbero al viaggiatore musulmano di godersi la vacanza senza rinunciare ai propri obblighi religiosi. L'indicazione della Mecca attraverso una freccia adesiva, piuttosto che la dotazione di un tappeto per la preghiera, non costituiscono voci di costo così rilevanti.

Tra i punti di forza da sfruttare a nostro favore, vi è senza ombra di dubbio l'”*Italian way of life*”, nei confronti del quale i viaggiatori musulmani sono altamente curiosi. In quest'ottica sono necessari degli sforzi da compiere per far provare loro quella che a tutti gli effetti è un'esperienza autentica, per cui sono disposti a pagare qualunque cifra. La cucina è un esempio di questo *modus vivendi* che il turista vuole provare nel suo contesto originale: di nuovo si fa imprescindibile la conoscenza delle esigenze del viaggiatore, il quale difficilmente potrà assaggiare un piatto tipico italiano se questo non risulta essere *halal*. Anche in questo caso l'adeguamento non richiederebbe particolari stravolgimenti, in quanto l'industria agroalimentare italiana produce che rispettano i dettami religiosi dell'Islam, con ottimi risultati in termini di qualità e igiene, i quali, tuttavia sono attualmente destinati in prevalenza a mercati esteri, piuttosto che al consumo interno. I ristoranti che offrono cucina locale potrebbero, ad esempio, semplicemente prevedere dei menù alternativi per questa particolare clientela che non desidera essere esclusa e discriminata.

Un'altra strada da percorrere, al fine di promuovere maggiormente il nostro Paese in chiave *muslim-friendly*, è quella di puntare sul clima favorevole, per

creare dei pacchetti turistici mirati a destagionalizzare l'offerta e a dare visibilità in maniera più massiccia e costante alle località meno conosciute all'estero, come le Isole e il Sud. Queste mete presentano grandi peculiarità culturali, di tradizioni e di folklore, di grande rilevanza per il segmento in esame, grazie all'influenza della tradizione arabo-musulmana nella zona. Altre località da promuovere sono, per esempio, l'Italia centrale e quella del nord, in particolare parchi nazionali, laghi e montagne, tutti molto apprezzati da questo target. Un altro campo che frutterebbe ingenti entrate, è altresì quello delle crociere. Volendo includere prodotti turistici di nicchia a stampo musulmano in questo settore, andrebbero favorite le crociere tramite cui si può esplorare la penisola, toccando e visitando diverse città all'interno di uno stesso viaggio, usufruendo di servizi *tailor made*.

Altri prodotti da commercializzare sono i pacchetti relativi al turismo del benessere, al turismo sportivo, se si considera che gli emiratini seguono molto il campionato italiano e vengono spesso in Italia per assistere alle partite negli stadi. Anche in questo caso tuttavia, occorre offrire un servizio all'altezza delle aspettative, in quanto per la maggior parte di tale tipologia di turisti la religione non viene messa da parte nemmeno in situazioni prettamente ludiche.

A fronte di questi presupposti, non mancano di certo spunti di riflessione, dai quali potrebbero emergere progettualità capaci di intercettare i gusti e le esigenze di questa clientela, ancora prima dell'arrivo a destinazione.

Conclusioni

Arrivando a questo punto dell'elaborato, si è potuto constatare quanto il potenziale del turismo *halal* sia in generale sottovalutato, nonostante la crescita esponenziale del fenomeno. La carenza di studi accademici in tale ambito è lampante, con la conseguente scarsità di letteratura ad esso dedicata. Il fatto che sia un fenomeno di recente sviluppo implica certamente la mancanza di materiale di ricerca, ma se si valuta la gravità di questa lacuna rispetto alle diverse destinazioni, si denota che in alcuni casi essa è più contenuta, rispetto ad altri. Nell'ottica di un confronto tra le modalità di intercettazione del segmento *muslim-friendly* a livello globale e italiano, come si è visto rispettivamente nel secondo e quarto capitolo, in effetti, il nostro Paese risulta in svantaggio.

L'Italia viene notevolmente apprezzata come meta di viaggio dal target in esame, nonostante nel concreto manchi un'offerta turistica su misura, ed è forse per questo motivo che non vi è ancora una presa di coscienza che guidi l'azione degli operatori e delle istituzioni a favore del viaggiatore musulmano. I fattori che frenano lo sviluppo del turismo *halal* in Italia non riguardano solamente gli interventi messi in atto dall'industria vacanziera e dagli organi ministeriali, bensì si riscontrano anche dai punti di vista culturale, sociale e religioso. A questo proposito, la presenza nel territorio italiano dello Stato Vaticano, culla della religione cattolica, costituisce una sorta di giustificazione per la popolazione media, alla chiusura, che talvolta sfocia in ostilità, nei confronti del fedele islamico che arriva in visita al Belpaese.

Nell'immaginario collettivo italiano per l'appunto, l'adattamento delle strutture ricettive e dei servizi, in chiave *muslim-friendly*, viene interpretato come una volontà di sottomissione all'Islam e di rinneazione delle proprie radici religiose. Questo modo di pensare costituisce il cavallo di battaglia di alcune fazioni politiche, le quali, così facendo, fomentano il fenomeno dell'Islamofobia.

Si è tuttavia osservato che questa mentalità altro non è che un luogo comune, nel quale non è caduto, ad esempio, il Giappone. Il Paese nipponico infatti, si

è mosso attivamente creando sinergie, stilando accordi, implementando le proprie strutture ed infrastrutture e formando la propria offerta turistica, con riguardo all'interculturalità, traendone un importante vantaggio economico.

Recentemente gli equilibri internazionali, già intaccati dall'emergenza sanitaria provocata dal Covid-19, sono stati ulteriormente segnati dagli attacchi terroristici che hanno visto protagoniste alcune importanti città europee. Ripensando alle conseguenze scaturite dagli avvenimenti dell'11 Settembre 2001 sui flussi turistici, da e verso i Paesi islamici, sussiste il rischio che la storia si ripeta. Tanto è vero che, se si inasprissero le relazioni tra le nazioni musulmane e occidentali, con l'aggiunta di ulteriori limitazioni sugli spostamenti al di fuori dei Paesi OIC dei viaggiatori islamici, essi tornerebbero a privilegiare il turismo interno e a favorire così il benessere economico dei propri territori. Qualora si verificasse questo scenario, i Paesi che timidamente si sono aperti al turismo *halal*, tra cui l'Italia, vedrebbero vanificare tutti gli sforzi fino ad ora compiuti.

E' doveroso sottolineare inoltre, che nel corso della pandemia da Coronavirus, l'intero comparto turistico globale si è fermato. Nei mesi estivi, durante i quali le misure restrittive si sono allentate e le persone hanno avuto maggiore respiro, i luoghi più belli d'Italia sono tornati a popolarsi di turisti, anche stranieri, a dimostrazione del fatto che il nostro Paese è realmente unico al mondo e la volontà di visitarlo non è venuta meno neanche a fronte di condizioni avverse. Questo però, non presuppone la possibilità per il sistema turistico italiano di vivere di rendita: dovrebbe costituire una valida ragione per sfruttare al massimo il potenziale del settore ed entrare nel business miliardario del turismo *halal*.

In realtà, pur essendo una destinazione di eccellenza, sono diversi i fattori che penalizzano il Belpaese, quali, ad esempio, l'insufficiente innovazione tecnologica ed organizzativa e la scarsa reattività alle trasformazioni del mercato. Considerando la velocità dei cambiamenti nel settore turistico, diventa pertanto una necessità plasmare e migliorare l'offerta pensando anche a prodotti e a mercati alternativi, rispetto a quelli consolidati. Alla luce di tali

considerazioni, è parso interessante esplorare un mercato turistico emergente come quello Halal, in quanto, visti i numeri ad esso associati, potrebbe costituire un fattore di innovazione, capace di rafforzare la competitività del turismo italiano.

Fonti

UNWTO (2012), "The Middle East Outbound travel market with special insight into the image of Europe as a destination", Report by UNWTO, Madrid, Spain

GMTI (Global Muslim Travel Index) 2019, Report by CrescentRating

Studio SGIE (State of the Global Islamic Economy) 2018/2019

Emirati Arabi Uniti - Rapporto Congiunto Ambasciate/Consolati/ENIT 2017

Arabia Saudita - Rapporto Congiunto Ambasciate/Consolati/ENIT 2017

Bibliografia

Stephenson, Marcus L. (2014), "Deciphering 'Islamic hospitality': Developments, challenges and opportunities", *Tourism Management*: Vol. 40, pag. 155-164

Pourtaheri M., Rahmani K., Ahmadi H. (2012), "Impacts of religious and pilgrimage tourism in rural areas: The case of Iran", *Journal of Geography and Geology*, Vol. 4(3), 122-129.

Battour, Battor, Ismail (2010), "Toward a Halal Tourism Market", *Tourism Analysis*: Vol. September, 15

Battour, Battor, Ismail (2011), "The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice", *International Journal of Tourism Research*: Vol. November

Hall, Micheal & Wan Hassan, Melissa (2003), "The demand for halal food among Muslim travellers in New Zealand" in Hall, Micheal et al. *Food Tourism Around the World: development, management and markets*, pp.81-101, 2003, Elsevier Butterworth-Heinemann

Wibowo, Fauziah (2016), "Non-Muslim Consumers' Halal Food Product Acceptance Model", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 37 (2016), pp. 276-283

Lina Munirah Kamarudin and Hairul Nizam (2013), "Islamic Tourism: The Impacts To Malaysia's Tourism Industry", Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor. Pag.399

Samori, Zakiah and Noorsalwati Sabtu (2014), "Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*: Vol. 121, 144 – 157

Halkias, Pizzurno, De Massis (2014), "Halal products and services in the Italian tourism and hospitality industry: brief case studies of entrepreneurship and innovation", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 19, No. 2

Sitografia

<https://www.islamicamentando.org/etica-islam-cattolica-laica/>

https://www.arab.it/islam/conoscere_islam.htm

<https://www.ilriformista.it/sunniti-e-sciiti-quale-e-la-differenza-tra-i-due-principali-rami-dellislam-553/>

<https://www.money.it/sciiti-sunniti-differenze-Terza-Guerra-Mondiale>

<https://www.tuttogreen.it/halal-cibo-regole/>

<http://ita.al-shia.org/biblioteca/libri/occidente/26.htm>

<https://www.newmuslimguide.com/it/your-dress-code/565>

<https://islamshia.org/hijab-labbigliamento-delle-donne-musulmane-islamico-o-culturale-da-seyyed-muhammad-rizvi/>

<https://ilchaos.com/tutte-le-varianti-del-velo-islamico/>

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>

<https://www.ilprimatonazionale.it/primo-piano/numeri-musulmani-europa-119094/>

<https://www.metallirari.com/musulmani-europa-10-paesi-dove-ne-vivono-piu/>

<https://www.aldomariavalli.it/2019/11/12/musulmani-nel-mondo-quant-sono-quant-saranno-dove-sono-che-cosa-pensano/>

<https://av-ra-ham.weebly.com/il-pellegrinaggio-islamico.html>

<https://it.wikipedia.org/wiki/%E1%B8%A4ajj>

<https://www.ildialogo.org/islam/pellegrinaggio14022005.htm>

<http://www.arabia-saudita.it/page.php?id=281>

<https://www.ilturista.info/guide.php?cat1=8&cat2=27&cat3=2&lan=ita>

https://www.paesionline.it/arabia_saudita/cosa-vedere-la_mecca

<https://www.sapere.it/enciclopedia/Medina.html#:~:text=Generalit%C3%A0,is tituzionale%20islamico%20presso%20La%20Mecca.>

<https://www.nytimes.com/2019/01/18/travel/the-rise-of-halal-tourism.html>

<https://www.crescentrating.com/rating-accreditations/hotels.html>

<https://medium.com/halalvaca/what-is-muslim-friendly-or-halal-hotels-743edf3a0218#:~:text=The%20Muslim%20friendly%20hotel%20means,halal %20food%2C%20the%20absence%20of>

<https://www.intechopen.com/books/mobilities-tourism-and-travel-behavior-contexts-and-boundaries/muslim-travel-behavior-in-halal-tourism>

<https://www.holidayme.com/explore/best-halal-friendly-hotels-around-the-world/>

<https://www.starbene.it/approfondimenti/alimentazione/conservare-gli-alimenti-3136/precetti-islamici-3132>

<https://www.exportiamo.it/aree-tematiche/12635/la-certificazione-halal-cose-e-come-si-ottiene/>

<https://study.com/academy/lesson/halal-food-preparation.html>

<https://www.gamberorosso.it/notizie/articoli-food/la-tradizione-islamica-e-l-evoluzione-del-cibo-halal/>

<https://voila.life/moda/modest-fashion/>

<https://www.shoppingconsultants.it/piu-grandi-centri-commerciali/>

<http://lafinanzaislamica.it/cosmesi-halal/>

<http://macfea.com.my/wp-content/uploads/2018/11/Artikel-4-JPM-jilid-30-Jun-2018.pdf>

<https://azizatihealthandbeauty.com/top-halal-makeup-brands-2020/>

<https://www.viaggioadubai.it/>

<https://www.intechopen.com/books/mobilities-tourism-and-travel-behavior-contexts-and-boundaries/muslim-travel-behavior-in-halal-tourism>

https://globalhalaltourism.org/hospitals_health_care_centers_clinics.php

<https://www.turismo.it/oltreconfine/articolo/art/titolo-id-8354/>

<https://www.vooila.com/kuala-lumpur-capitale-malesia>

<https://video.repubblica.it/mondo/malesia-preghiere-e-cibo-halal-ecco-la-prima-compagnia-aerea-islamica/223128/222378>

<https://www.ttgasia.com/2019/07/25/malaysia-establishes-official-recognition-for-halal-friendly-hotels/>

<https://english.alarabiya.net/en/life-style/travel-and-tourism/2014/07/30/Malaysia-tries-to-parlay-appeal-to-Muslim-visitors-into-medical-tourism-push>

<https://www.kemenkeu.go.id/en/publications/news/indonesia-becomes-worlds-best-halal-tourism-destination-2019/>

<https://en.tempco.co/read/924226/indonesia-poised-to-become-worlds-best-halal-tourism-country>

<https://vivitravels.com/it/guide/indonesia-e-bali/>

<https://www.rihaala.com/blog/7-muslim-friendly-destinations-in-indonesia/>

<https://www.aseanbriefing.com/news/indonesias-halal-law-takes-effect-impacting-products-services/>

<https://www.aviontourism.com/it/destinazioni/istanbul-1358>

<https://muslimtravelgirl.com/istanbul-turkey-a-muslim-friendly-destination-things-to-do-with-your-family/>

<https://www.travel-impact-newswire.com/2014/10/halal-tourism-conference-in-spain-awakens-europe-to-us181-billion-islamic-market/>

<https://it.insideover.com/politica/turchia-resort-musulmani.html>

<https://en.halalbooking.com/islamic-hotel-turkey//51>

<https://www.istairport.com/en/passenger/terminal-services/prayer-rooms>

<https://www.turkishairlines.com/en-us/any-questions/special-meals/>

<https://trip101.com/article/a-guide-for-muslim-travellers-in-singapore>

<https://www.halaltrip.com/other/blog/facilities-for-muslim-passengers-at-changi-airport/>

<https://www.rihaala.com/halal-holidays/halal-friendly-asia/thailand/>

<https://sociableearth.com/information/thailand/mosques/>

<https://www.bangkokpost.com/business/1696452/thailand-ready-to-tap-busy-muslim-travel-market>

<https://riderchris.com/it/halal-ristoranti-moschee-tailandia/>

<https://www.goleminformazione.it/halal-mercato-alimentare-asiatico-cibi-consentiti/>

<https://www.ithaka.travel/blog/ultimate-guide-halal-food-thailand/>

<https://www.halaltrip.com/other/blog/finding-halal-food-in-thailand/>

<http://www.thailandtoday.in.th/node/1211>

<https://www.halaltrip.com/other/blog/thailands-best-airports-for-muslim-travelers/>

<https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/#country>

<http://www.japanhalalfood.com/>

<https://www.halalfoodinjapan.com/>

<https://www.japan-guide.com/e/e2302.html>

<https://www.halalfoodinjapan.com/>

<https://www.naa.jp/en/20140529-muslim-eng0.pdf>

<https://www.howto-osaka.com/en/special/guide/various/prayer/>

<https://goltune.com/13-facts-about-muslim-travelers-in-2018/>

<https://www.traveldailynews.com/post/muslim-travelers-will-spend-157-billion-by-2020>

<https://www.wearemarketing.com/it/blog/turismo-e-tecnologia-come-il-digital-sta-rivoluzionando-il-settore-turistico.html>

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/millennials/>

<https://en.halalbooking.com/>

<https://www.halaltrip.com/>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.halaltrip.app&hl=en&gl=US>

<https://www.tripfez.com/en>

<https://www.serendipity.travel/>

<https://www.fastweb.it/web-e-digital/guide-turistiche-ora-ci-pensano-web-e-app/>

<https://halaltravelguide.net/>

<https://www.havehalalwilltravel.com/>

<https://blog.tripfez.com/muslim-travel-bloggers/>

<https://passportandplates.com/>

<https://arabianwanderess.com/>

<https://muslimtravelgirl.com/>

<https://www.halalzilla.com/halal-food-overseas-food-apps/>86115

<https://halalop.com/apps/10-best-islamic-apps-muslim-must-have/>

<https://www.culturedigitali.org/linfluenza-dei-social-media-su-viaggi-e-vacanze-la-nascita-del-turista-2-0/>

<https://www.halalzilla.com/muslim-travel-instagram-accounts/>85846

<https://www.halaltrip.com/other/blog/travel-bucket-list-of-muslim-travel-influencers-2018/>

<http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/03041>

https://www.repubblica.it/economia/2016/04/14/news/l_italia_conquista_i_turisti_stranieri_ecco_perche_e_il_belpaese-137569172/

<http://italianencounter.com/en/gli-italiani-e-la-dolce-vita/>

<https://storiadieccellenza.it/dati-sul-turismo-dai-paesi-arabi-in-italia/>

https://firenze.repubblica.it/cronaca/2017/06/21/news/firenze_cibo_halal_e_preghiere_40_hotel_convertiti_al_turismo_muslim_style-168721227/?refresh_ce

<https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2015/04/16/news/turismo-musulmano-ecco-gli-hotel-certificati-1.11252036>

<https://en.halalbooking.com/hotel-kappa/p/9099?checkin=2021-05-01&checkout=2021-05-02&groups%5B%5D=2>

<https://www.ilgiornale.it/news/i-turisti-allah-cosa-chiedono-portare-i-soldi-italia-1628927.html>

<https://www.gamberorosso.it/notizie/articoli-food/cibo-e-religione-halal-foodies-nel-nome-di-hallah/>

<https://www.tamtammilano.it/it/news/el-jadida-e-il-primo-ristorante-certificato-halal-in-italia>

<https://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2017/12/07/modest-fashion-revolution-abaya-musulmane-velo>

<https://www.ilgiornale.it/news/milano/scontrino-degli-arabi-vale-media-1581-euro-istruzioni-1515033.html>

https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/lusso/2017/10/28/lusso-per-gli-arabi-a-roma-si-studia-il-galateo-muslim-friend_48328bb5-d4de-11e7-8470-00505695d1bc.html

<https://marketingdelterritorio.info/index.php/it/notizie/1827-arriva-in-italia-il-certificato-per-il-turismo-muslim-friendly>

<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/home/1244609/puglia-regione-investe-90mila-euro-sul-turismo-muslim-friendly.html>

<http://www.araform.it/modules.php?modulo=mkNews&idcontent=239>

<https://www.sardegnaahalal.it/>

<https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2017/11/27/nasce-il-portale-degli-hotel-a-misura-di-precetto-islamicoMilano04.html>

https://www.ilmattino.it/noi/halalando_com_in_italia_un_portale_friendly_verso_i_musulmani-3385417.html

Ringraziamenti

La scelta del tema deriva da un lavoro di gruppo svolto per l'esame di Analisi del comportamento del consumatore turista, durante il quale assieme ai miei compagni di corso abbiamo indagato le caratteristiche del turista musulmano mentre si trova in vacanza. Essendo io stessa di fede musulmana, anche se non praticante, ho voluto approfondire questa tematica tanto particolare, quanto innovativa.

Durante questo difficile periodo, ho purtroppo perso mio nonno, persona che ha sempre creduto fortemente in me, e alla quale dedico la mia tesi di laurea.

Ringrazio la mia relatrice, la prof.ssa Miriam Berretta, per avermi aiutata a sviluppare l'elaborato, le mie compagne di corso Ilaria, Sabriela, Margherita e Donatela, con le quali ho condiviso l'intero percorso di studi svolto presso il Campus. In particolare, ringrazio Carola, una collega e amica preziosa, che mi ha supportata e seguita in tutte le fasi della ricerca.

Un ringraziamento va inoltre, ai miei genitori, a mio fratello, alla mia famiglia, alle mie amiche: Monica, Ilenia, Valentina, Lisa, Cristiana, Sofia, Jessica e Giada; ad Alessandro, un amico speciale che mi ha sostenuta e motivata in ogni momento, e in generale grazie di cuore a tutte le persone che mi stanno accanto.