

> Baku Shopping Festival

I festival dello shopping – appuntamenti della durata di alcuni giorni o settimane – vengono promossi dalle destinazioni come dei veri e propri prodotti turistici ed hanno la capacità di attrarre un grande numero di turisti, oltre a dare un significativo contributo al settore del retail. I destinatari di tali iniziative sono sia shopping tourist sia turisti che considerano gli acquisti una componente accessoria del loro viaggio, uniti dal desiderio di essere immersi in un'atmosfera ed un'esperienza a tutto tondo.

Si tratta di un format in grado di attrarre un gran numero di turisti – sia nazionali che internazionali – che è andato replicandosi attraverso iniziative come lo shopping con rimborso dell'IVA, promozioni, sconti, concorsi a premi e l'atmosfera di divertimento e relax per i cosiddetti *shopaholics*.

Un fenomeno, quello dei festival dello shopping, che muove dalla volontà di dare impulso alle economie di alcuni paesi in particolare, tra i quali spiccano Malesia, Singapore, Thailandia, Emirati Arabi Uniti e Turchia con i rispettivi festival consolidati ed affermati nel mondo: il Malaysia Year End Sale ed il Malaysia Mega Sale Carnival, il The Great Singapore Sale, l'Amazing Thailand Grand Sale, il Dubai Shopping Festival e l'Istanbul Shopping Fest.

Il turismo in Azerbaijan

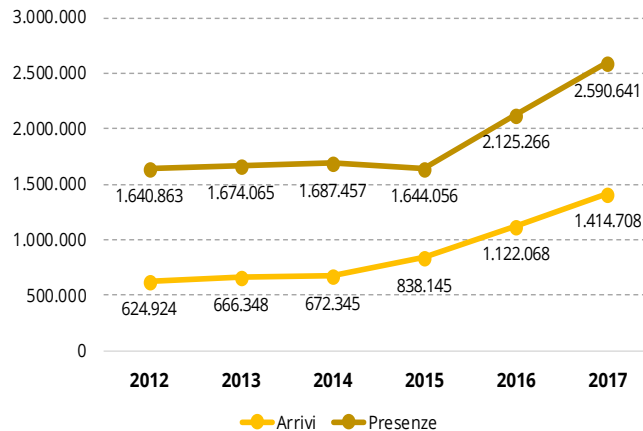
Anche l'Azerbaijan ha deciso di adottare questa strategia legata ai festival dello shopping come attrattori di flussi turistici ed il risultato è stato il lancio del Baku Shopping Festival nell'aprile 2017 ed organizzato da allora due volte l'anno in primavera (aprile/maggio) ed autunno (ottobre/novembre).

Sebbene di recente creazione, il Baku Shopping Festival ha già iniziato a dare i suoi frutti in termini di interesse da parte del mercato turistico e del commercio internazionale. L'obiettivo del festival è aumentare il numero di turisti nel paese ed incentivare lo sviluppo del turismo, dei servizi alberghieri, del commercio, dei trasporti e di altri settori dell'economia dell'Azerbaijan. Strategia che rientra nel piano "Strategic Road Map for the Development of specialized tourism industry in the Republic of Azerbaijan" approvato da decreto presidenziale nel settembre 2016: un piano strategico che delinea gli obiettivi da raggiungere entro il 2020 per inserire la capitale Baku e l'Azerbaijan intero nella geografia turistica internazionale. Un paese al crocevia tra est ed ovest in cui si possono sviluppare varie tipologie di turismo, da quello culturale al wellness, dal balneare al montano, fino ad arrivare al turismo business, sportivo ed all'eco-turismo. I principali bacini di provenienza sono Russia (31,7%), Georgia (20%), Iran (13,5%) e Turchia (11,2%) che concentrano oltre il 76% dei flussi turistici, seguiti da Emirati Arabi Uniti, Iraq, Ucraina, Kazakistan ed Arabia Saudita. Questi nove paesi rappresentano l'87% del totale.

Nel 2017 sono stati registrati oltre 1,4 milioni di arrivi – di cui il 69% di stranieri ed il restante 31%

di turisti domestici – e quasi 2,6 milioni di presenze per una permanenza media di 1,83 notti. La sola capitale ha concentrato oltre il 60% delle presenze totali registrate nelle strutture ricettive.

> **Graf. 1:** *Evoluzione dei flussi turistici, 2012-2017.*



Fonte: elaborazioni Risposte Turismo su dati dello State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, 2018.

Un turismo che ha visto un notevole incremento se si prende in considerazione l'arco temporale 2012-2017: erano quasi 624 mila gli arrivi e 1,6 milioni le presenze nel 2012, il che significa che la variazione percentuale rispetto al 2017 è stata del +126% per gli arrivi (circa 790 mila in più in valori assoluti) e del +241% delle presenze (circa 950 mila in più). Ne consegue un tasso di crescita annuale degli arrivi del +17,4%.

Il Baku Shopping Festival

Organizzato dall'Azerbaijan Convention Bureau su incarico del Ministero della Cultura e del Turismo in collaborazione con il settore pubblico e privato, questo festival dello shopping – giunto lo scorso maggio alla sua terza edizione – si è dimostrato essere capace di incoraggiare lo sviluppo dell'imprenditoria locale e del commercio oltre ad attrarre investimenti nel settore turistico. La manifestazione punta ad incrementare i flussi turistici provenienti soprattutto da alcune zone: si passa da visitatori domestici a quelli provenienti da paesi limitrofi come Turchia, Iran, Georgia e Russia, fino ad arrivare agli stati del Golfo come Arabia Saudita, Qatar, Emirati Arabi Uniti ed i cosiddetti paesi del CIS (Commonwealth of Independent States) come Belarus, Kazakistan e Turkmenistan, Ucraina ed Uzbekistan.

L'evento abbraccia contemporaneamente vari settori: commercio, turismo, intrattenimento, moda e cultura. Fin dalla prima edizione, sia i cittadini stranieri che la popolazione locale possono beneficiare del rimborso dell'IVA per gli acquisti effettuati presso i negozi ufficiali che partecipano al festival, negozi che per tutta la durata dell'evento hanno inoltre applicato sconti dal 30% al 70%. In occasione del festival, inoltre, il meccanismo del regime tax-free cambia e viene ridotto il tetto di spesa per poter ricevere il rimborso, passando da 300 manat (circa 150 euro) a 100 manat (50 euro), rimborso che può essere effettuato sia in contanti che con bonifico bancario su conto corrente o carta, sia presso l'aeroporto che in vari punti della città.

Inoltre, pacchetti turistici sono stati creati ad hoc grazie alla collaborazione di agenzie di viaggio e strutture ricettive: includono biglietti aerei, transfer da/per l'aeroporto, la sistemazione alberghiera e tour di shopping. Non solo shopping: eventi collaterali come giochi interattivi, lotterie, sfilate di moda ed altre attività presso i negozi ed i centri commerciali completano l'esperienza di acquisto in una media di 600 negozi e centri commerciali aderenti all'iniziativa.

La prima edizione, tenutasi dal 10 aprile al 10 maggio 2017, aveva di gran lunga superato le aspettative degli organizzatori. Nei 172 negozi aderenti al programma tax-free dei 205 partecipanti, oltre 23 mila transazioni sono state eseguite con la possibilità di rimborso dell'IVA e si è registrato un introito complessivo di oltre 162 mila manat (circa 82 mila euro). Secondo i commercianti, le vendite nel mese di aprile sono aumentate rispetto allo stesso mese dell'anno precedente: circa un +15% nelle categorie abbigliamento ed accessori, +46% nelle grandi catene di retail ed addirittura un +200% nel settore dell'elettronica e degli elettrodomestici. Anche i flussi turistici nel paese hanno evidenziato risultati positivi: oltre 187 mila i turisti hanno visitato l'Azerbaijan in aprile - circa il +23% rispetto ad aprile 2016 - e quasi 71 mila quelli che hanno raggiunto il paese nei primi dieci giorni di maggio (+32%). Ad incentivare il fare acquisti, la partnership del festival con Turkish Airlines: per l'intera durata della manifestazione, la compagnia aerea ha offerto ai suoi passeggeri su voli da/per Baku 10kg di franchigia bagaglio gratuita.

Nell'edizione autunnale del 2017 - dal 15 ottobre al 15 novembre - sono stati 643 i negozi partecipanti, di cui 493 aderenti al programma tax-free. Oltre 48 mila le transazioni in regime tax-free per un fatturato totale di quasi 34 milioni di manat (circa 17 milioni di euro), di cui circa 3,4 milioni di IVA rimborsati. Circa 205 mila turisti hanno visitato l'Azerbaijan durante il mese di ottobre, registrando un aumento del 13% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente quando il Baku Shopping Festival ancora non esisteva. Una testimonianza, questa, di come tali manifestazioni possano contribuire all'incremento dei flussi turistici e della notorietà dei luoghi in cui vengono organizzati. Pur non essendo ancora disponibili i dati relativi alla terza edizione svoltasi dall'1 al 31 maggio scorso, si prevede che il bilancio complessivo sia molto superiore ai risultati dell'edizione precedente.

> **Fig. 1:** Locandina 3ª edizione Baku Shopping Festival



Fonte: Baku Shopping Festival, 2018.

I primi dati offrono una panoramica sulle nazionalità degli acquirenti, in viaggio soprattutto da Russia, Ucraina, Qatar e Kuwait. Durante la terza edizione, oltre 800 negozi hanno aderito all'iniziativa ed i prodotti preferiti dai clienti sono stati capi d'abbigliamento, accessori ed elettrodomestici. Grande partecipazione dei visitatori alla consueta lotteria il cui premio finale è stato un'automobile. 150 i premi in palio tra piccoli e grandi elettrodomestici ed altri dispositivi elettronici (lavatrici, frigoriferi, aspirapolveri e smartphone) ed altre vincite minori, oltre 5,8 mila i partecipanti di cui 5 mila si sono aggiudicati un premio tra quelli messi in palio.

Vero è che – ed a prescindere dal festival - i flussi turistici nel paese stanno aumentando costantemente: il primo quadrimestre del 2018, infatti, ha registrato l'arrivo di oltre 800 mila turisti stranieri, circa il 13,4% in più rispetto al periodo gennaio-aprile del 2017.

Se si amplia il periodo fino a maggio, sono oltre 1 milione i turisti stranieri: ciò significa che nel solo mese di maggio – periodo che coincide con lo svolgimento della manifestazione – oltre 200 mila turisti stranieri hanno visitato il paese.

Conseguenza dell'aumento dei flussi turistici nel paese, così come della presenza di iniziative che spingono e invitano agli acquisti, è anche l'impatto economico generato a livello territoriale.

Guardando ad esempio alle spese sostenute tramite carta di credito da parte dei turisti stranieri emergono evidenti variazioni positive nel tempo: nel mese di maggio 2018 sono stati 107,3 i milioni di manat spesi (circa 54 milioni di euro) rispetto ai 48,6 milioni (circa 24,4 milioni di euro) spesi durante il medesimo mese di due anni prima quando non era ancora stato lanciato il festival: l'equivalente di circa 30 milioni di euro in più corrispondenti ad un aumento del +121%.