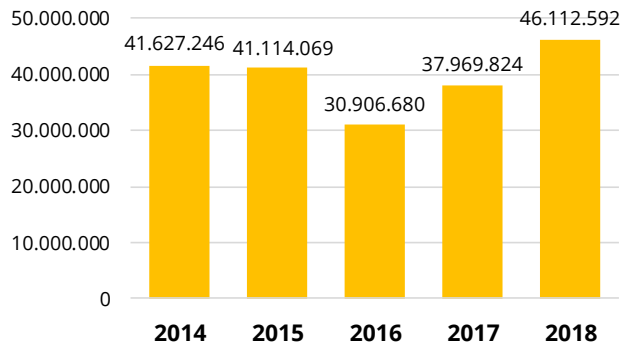


> Destinazioni di shopping alla ribalta: la Turchia

Il 2018 è stato un anno molto positivo per la Turchia in termini di flussi turistici, segnando il record di sempre con oltre 46 milioni di visitatori che l'hanno scelta come meta del proprio viaggio. Una forte ripresa dopo il calo di arrivi registrato tra il 2016 ed il 2017 a causa degli attacchi terroristici che hanno colpito il paese, con conseguenti impatti negativi anche nel settore turistico.

> **Graf. 1** Flussi turistici in Turchia, 2014-2018



Fonte: Republic of Turkey, Ministry of Culture and Tourism (2019).

A conferma dell'andamento positivo dei flussi turistici, la Turchia figura nell'edizione 2019 del Global Destination Cities Index di Mastercard con due delle sue città nella top 10 per numero di visitatori internazionali: Istanbul si colloca all'ottavo posto con 13,40 milioni di turisti (+25% sul 2017), principalmente provenienti da Germania, Iran ed Arabia Saudita, ed Antalya in decima posizione con 9,42 milioni di visitatori (+32%), soprattutto russi, tedeschi ed ucraini.

> **Tab. 1** Città nella top 10 per numero di visitatori internazionali, 2017 e 2018

#	Città	2017	2018
1	Bangkok	21,09	22,78
2	Parigi	17,41	19,10
3	Londra	19,83	19,09
4	Dubai	15,79	15,93
5	Singapore	13,90	14,67
6	Kuala Lumpur	12,58	13,79
7	New York	13,13	13,60
8	Istanbul	10,70	13,40
9	Tokyo	11,93	12,93
10	Antalya	9,42	12,41

Fonte: Mastercard (2019). Nota: i valori sono espressi in milioni.

Le due città rientrano anche nella classifica top 20 per spesa internazionale. Al quindicesimo posto, Istanbul ha registrato 8,26 miliardi di dollari di spesa dei turisti internazionali, con una spesa media giornaliera pari a 106 dollari. Ad Antalya, che si posiziona ventesima, ne sono stati spesi complessivamente 7,65 miliardi, con una spesa media giornaliera di 44 dollari.

Il turismo quindi dimostra il suo importante peso sull'economia nazionale: basti pensare che una lira turca su otto è attualmente generata da questo comparto, contribuendo con circa 30 miliardi di dollari al PIL turco (+12,3% sul dato 2017). Anche il numero di turisti che viaggiano per fare acquisti in Turchia è aumentato, in particolar modo quelli provenienti dai vicini stati arabi, alla ricerca di brand di alto livello.

Sono numeri interessanti anche quelli che emergono dalle statistiche del tax free shopping per quanto riguarda questa attività in Turchia.

> **Tab. 2** Città nella top 20 per spesa internazionale, 2017 e 2018

#	Città	2017	2018
1	Dubai	29,70	30,82
2	Makkah	21,04	20,09
3	Bangkok	17,44	20,03
4	Singapore	16,34	16,56
5	Londra	17,45	16,47
6	New York	15,65	16,43
7	Parigi	12,56	14,06
8	Tokyo	11,92	13,77
9	Palma de Mallorca	11,99	12,69
10	Phuket	11,01	12,01
11	Kuala Lumpur	9,27	11,13
12	Seoul	6,99	9,31
13	Las Palmas	8,50	9,02
14	Bali	8,77	8,86
15	Istanbul	6,75	8,26
16	Los Angeles	8,70	8,24
17	Sydney	7,89	8,03
18	Barcellona	6,60	7,86
19	Miami	7,68	7,70
20	Antalya	5,94	7,65

Fonte: Mastercard (2019). Nota: i valori in miliardi di dollari.

Secondo Global Blue, nei primi 7 mesi del 2019 la spesa dei turisti è aumentata circa del 70% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente, andando di pari passo con la crescita nel numero di arrivi registrata nel primo semestre del corrente anno. Sono in particolar modo i turisti provenienti dalla Cina ad aver dato un forte impulso a tale incremento nel settore dello shopping tourism in Turchia, segnando un +85% e concentrando il 22% del TFS con una spesa media di circa 890 dollari.

I turisti che hanno sostenuto la spesa maggiore sono quelli provenienti dal Qatar, il cui scontrino medio è pari a 1.190 dollari, seguiti dagli emiratini con 1.146 dollari e dai tedeschi con 962 dollari spesi in media. Anche nazionalità che prima non venivano menzionate in termini di spesa in shopping in Turchia hanno cominciato a dare segnali positivi, in particolare turisti di prossimità da Israele (+182%), Egitto (161%), Iraq (138%) e Libia (124%). La crescita in termini di tax free shopping nella nazione turca ha cominciato a manifestarsi a partire da maggio 2018 ed infatti nella seconda metà dello scorso anno le vendite sono aumentate del 52% con un incremento del numero di moduli di richiesta di rimborso dell'IVA del 3%. Crescita dovuta anche alla svalutazione della lira turca nell'estate del 2018 che ha incentivato turisti da Asia e Medio Oriente a fare shopping soprattutto di articoli di lusso presso i centri commerciali di Istanbul durante il weekend, arrivando a picchi di +30% in termini di footfall. Quanto alle categorie merceologiche acquistate in regime tax free, la moda rappresenta circa il 62% del totale delle vendite, seguita dal 31% del totale speso in gioielli ed orologi.

Per residenti e shopping tourist l'offerta commerciale è in continuo sviluppo grazie ad un mercato del retail in rapida espansione, dal travel retail allo shopping presso i centri commerciali del paese, passando per il famoso Grand Bazaar di Istanbul ed i suoi 3.600 negozi tipici e tradizionali che vedono un'affluenza dai 200.000 ai 400.000 visitatori giornalieri.

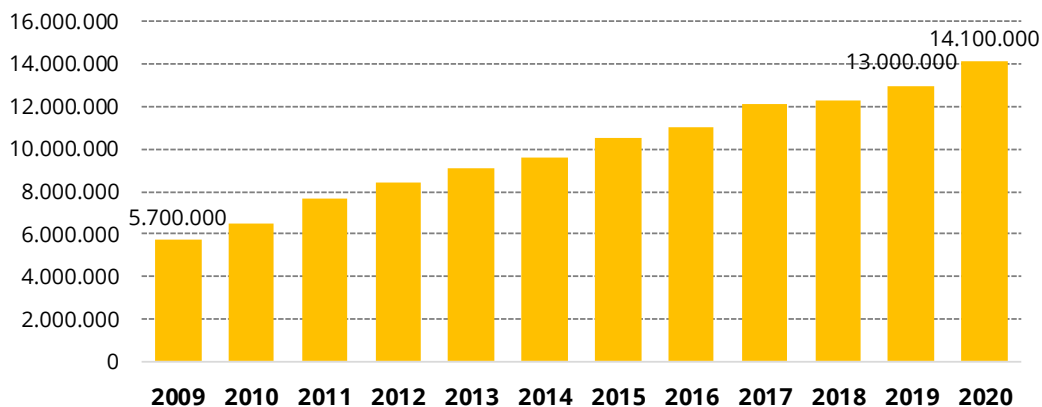
Un investimento di circa 12 miliardi di dollari ha portato alla realizzazione del nuovo aeroporto di

Istanbul, inaugurato ad ottobre 2018 e che verrà completato entro il 2025. Attualmente può ospitare 90 milioni di passeggeri l'anno, 200 milioni quando sarà a pieno regime, diventando così il più grande aeroporto del mondo per traffico passeggeri. Al termine dei lavori, l'hub avrà al suo interno complessivamente 53.000 metri quadri di area commerciale, di cui 18.000 destinati allo spazio duty free. Cinque le sezioni in cui è divisa la zona retail: "Fashion Garden" è l'area dedicata alla moda e agli accessori premium che si rivolge alla clientela internazionale; "Family Palace" è composto da negozi di giocattoli ed abbigliamento per bambini, regali ed oggettistica e tessuti per la casa; "Luxury Hill" unisce moda, gioielli, orologi e pelletteria di lusso; "Icon Bay" è la moda più accessibile per uno stile contemporaneo e cosmopolita; "Style Beach" si rivolge ai viaggiatori compresi nella fascia d'età dai 15 ai 45 anni interessati alla moda sostenibile e rispettosa dell'ambiente. Una shopping experience

aeroportuale composta da oltre 1.000 brand di lusso nazionali ed internazionali, con la possibilità di visionare l'offerta commerciale online e di poterla acquistare comodamente da casa per poi ritirarla in aeroporto prima di imbarcarsi. Realtà aumentata e nuove applicazioni digitali consentiranno inoltre di provare capi di abbigliamento in camerini virtuali e testare trucchi e cosmetici nelle diverse colorazioni.

Tra le mete di shopping in Turchia è forte l'interesse per i centri commerciali, aree retail dove si concentra circa il 50% della spesa per shopping registrata nel paese ed un giro d'affari totale pari a 132 miliardi di lire turche (circa 21 miliardi di euro). Centri commerciali turchi in cui si stima che i turisti stranieri abbiano avuto un forte impatto sulle vendite nel 2018: lo shopping con carte di credito straniera è stato pari a 26,3 miliardi di lire turche – che corrispondono a circa 4,2 miliardi di euro – con un aumento anno su anno del 76%.

> **Graf. 2** Sviluppo dei centri commerciali in Turchia in metri quadri, 2009-2020



Fonte: JLL Turkey (2018).

Visto l'ampio successo del format, anche il numero di tali strutture è in aumento, come si può notare nel grafico appena mostrato. Sono attualmente 430 i centri commerciali presenti in 65 delle 81 province in cui è diviso il paese, mentre nel 2000 erano solo 40 in 10 città. Entro il 2020 ne verranno inaugurati altri dieci, raggiungendo la quota di 14 milioni di metri quadri: un incremento del 30,5% in 5 anni. La maggior parte di queste strutture è concentrata nelle principali città del paese: Istanbul, Ankara e Izmir pesano per il 56% sul totale della superficie commerciale dei mall turchi.

Istanbul ne rappresenta il 39%, potendo annoverare anche l'Istanbul Cevahir Mall, l'ottavo centro commerciale più grande al mondo (323.000 metri quadri). Nei centri commerciali turchi e nelle altre aree di shopping del paese i visitatori stranieri hanno fatto acquisti soprattutto nel settore della moda e delle calzature, spendendo complessivamente 2,5 miliardi di euro. Seguono i souvenir per un totale di circa 880 milioni di euro ed i tappeti, la cui spesa complessiva si aggira intorno ai 70 milioni di euro.

**SHOPPING
TOURISM**
FLASH

Tutti i Flash finora pubblicati sono disponibili alla pagina dedicata ai flash del sito di

Shopping Tourism. Il forum italiano
www.shoppingtourismforum.it/FLASH