UNIONCAMERE
CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

Assocamerestero
Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero

Numero 15 - Ottobre 2014

CAMERE CON VISTA

Lo sguardo delle Camere di Commercio Italiane all'Estero sui mercati internazionali

Il mercato del vino Made in Italy in Svezia

Negli ultimi decenni in Svezia si è assistito ad un aumento sostanziale del consumo di vino rosso che adesso rappresenta il 53,5% delle vendite totali di vino. L'Italia ha conquistato una posizione rilevante sul mercato svedese, conquistando una percentuale pari al 35% in termini di volumi di prodotto e 37% in termini si valore commerciale (nella categoria dei vini rossi). Positivo è anche il trend delle produzioni biologiche, tanto che il monopolio di stato dell'alcol *Systembolaget* pianifica di introdurre tra marzo e giugno 2015 vini biologici da ben quattro regioni italiane - Puglia (rosso), Abruzzo (bianco), Veneto (rosé) e Marche (bianco). Ottime prospettive sussistono anche per le altre regioni italiane, poiché il Systembolaget pianifica di aumentare l'offerta di vini italiani. Oltre alle tipicità organolettiche dei vini, si punta molto anche sulla salubrità del prodotto e sulla metodologia di produzione.
La Svezia è, dunque, in cerca di qualità e varietà, una varietà di prezzo, di certificazioni, di packaging (ad es. imballaggi più piccoli per soddisfare la domanda di persone singole o materiali a basso impatto ambientale).

Fonte: Camera di Commercio Italiana per la Svezia

Il mercato dei prodotti biologici negli Stati Uniti

Il consumo di prodotti biologici negli Stati Uniti è in continua crescita. Da circa due anni il U.S. Department of Commerce ha iniziato a classificare e pubblicare dati sulle importazioni di prodotti biologici, aumentando costantemente il numero dei prodotti. La classificazione, in origine, prevedeva solamente 4 categorie di prodotti mentre oggi ne contiamo 35. Nei primi sei mesi del 2014 le importazioni di prodotti bio negli Stati Uniti sono state pari a circa 627 milioni di dollari (USD). Tra i prodotti più importati: frutta (banane, avocado, mango, mele, pere, mele cotogne) per un valore di circa 127 milioni USD, caffè (162 milioni USD), olio extravergine di oliva (86,3 milioni USD), soia (78,7 milioni USD), vini e spumanti (61,1 milioni USD), miele (23,6 milioni USD).

Per quanto riguarda le importazioni dall'Italia, nei primi sei mesi del 2014, i principali prodotti importati sono stati: olio extravergine di oliva (43,2 milioni USD – primo fornitore), vini e spumanti (16,8 milioni USD – principali competitor: Francia e Nuova Zelanda), mandorle (8,4 milioni USD – principale competitor: Spagna), riso (856.000 USD – principale competitor: Thailandia), caffè (717.000 USD – principali competitor Bosnia Erzegovina, Canada), miele (268.000 USD – principale competitor: Brasile).

Fonte: Italy-America Chamber of Commerce

Cosmetici in Corea del Sud: vendite di prodotti locali e export in crescita

In Corea del Sud, le vendite di cosmetici importati sono diminuite, scendendo al 23 per cento lo scorso anno. I brand nazionali hanno colmato il gap esistente in passato, accrescendo la loro quota di mercato dal 47 per cento nel 2008 al 57 per cento l'anno scorso. Alcuni famosi marchi nazionali hanno raddoppiato le loro vendite negli ultimi anni. Le esportazioni mensili di cosmetici della Corea del Sud hanno raggiunto il massimo storico lo scorso giugno sulla scia del boom asiatico della cultura pop coreana, come dimostrato da dati doganali. Il Paese ha registrato USD 152.500.000 di esportazioni in cosmetici nel mese di giugno, secondo i dati del servizio doganale coreano. Si tratta della cifra più alta dal 2000, da quando questi dati sono stati resi disponibili.

Fonte: Italian Chamber of Commerce in Korea

Il settore della pubblicità in Serbia

Il settore della pubblicità, in Serbia, è stato duramente colpito dalla crisi dalla crisi economica. Dopo un decennio speso investendo nel settore, nella creazione di un mercato competitivo e aperto alle grandi imprese straniere, la crisi del 2008 ha inferto un colpo durissimo al comparto, essendosi più che dimezzata la spesa delle aziende destinate alla pubblicità. L'industria creativa genera oltre il 7% del PIL mondiale, e in molti paesi registra tassi di crescita vertiginosi. In Serbia la percentuale è molto più ridotta rappresentando il 2,5% del PIL. Questo dato va letto, però, anche in un'ottica di prospettive e opportunità future che possono presentarsi all'investitore.
L'innovazione è un elemento fondamentale per il comparto pubblicitario, unitamente con la conoscenza e l'utilizzo dei più moderni canali di comunicazione fortemente integrati. L'ingresso sul mercato di operatori esteri con un vasto know-how e una lunga esperienza alle spalle, potrebbe rappresentare, soprattutto in questo periodo, un elemento propulsivo per l'industria creativa in Serbia.

Fonte: Camera di Commercio Italo-Serba

Perché investire in Danimarca

La Danimarca offre importanti opportunità per sviluppare un'attività imprenditoriale. Tra i fattori principali che favoriscono gli investimenti nel Paese sicuramente l'elevato potere d'acquisto con un reddito medio tra i più alti dell'UE, il livello di corruzione estremamente basso, la sua posizione strategica verso i mercati nordici e l'ottimo livello delle infrastrutture, infine il grande apprezzamento dei danesi per il Made in Italy.

I settori più interessanti per l'export italiano sono: meccanica e metalmeccanica, agroalimentare e enologico (grandi possibilità anche per il comparto biologico), moda e design (soprattutto per prodotti di fascia intermedia), autoveicoli, rimorchi e semirimorchi, turismo.

Per quanto riguarda invece gli investimenti i comparti che si segnalano come più promettenti sono: energia elettrica (soprattutto *green*), attività di trattamento rifiuti e termovalorizzazione, prodotti farmaceutici e cosmetici, prodotti IT (computer e prodotti di elettronica, ottica, apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi), trasporto e magazzinaggio (soprattutto navale e ferroviario).

Fonte: Associazione "Camera di Commercio italiana in Danimarca"

Investimenti per 1,5 miliardi di dollari nell'esplorazione di petrolio e gas in Turchia

La Turchia investirà nei prossimi due anni circa 1,5 miliardi di dollari in progetti di esplorazione nel settore oil and gas. La Turchia è fortemente dipendente dalle importazioni energetiche, sempre più costose, per soddisfare la propria domanda interna di circa 800 mila barili al giorno. Ankara sta lottando per aumentare la propria produzione di circa 60 mila barili al giorno, andando alla ricerca di fonti non convenzionali di petrolio e gas. L'anno scorso il parlamento turco ha approvato una nuova legislazione sul petrolio nel tentativo di facilitare le procedure per gli investimenti delle società turche e straniere. Si stima che gli investimenti supereranno di gran lunga il miliardo e mezzo di dollari, una volta che i progetti offshore ad alto contenuto di capitale e tecnologia saranno avviati nei prossimi anni. Sempre secondo Incedalci, Shell, che opera in due impianti nella provincia di Diarbakir, in collaborazione con la turca TPAO, ha in programma di perforare nel 2015 un pozzo nel Mar Nero al largo della costa di Akcakoca, nel nord della Turchia.

Fonte: Camera di Commercio Italiana in Turchia

Western Australia: l'export italiano in forte crescita (+ 30%)

Nell'anno fiscale 2013-14 (luglio 2013-giugno 2014) le esportazioni italiane nel Western Australia (WA) ammontano a 1.028 milioni di euro, in crescita del 30% rispetto al 2012-13 e del 142% rispetto al 2011- 12. L'Italia ha anche superato la Germania, diventando il primo fornitore europeo del WA con una quota del 22%. Oltre 40 imprese italiane hanno una presenza stabile in Western Australia e molte sono attive nel comparto Oil&Gas e delle infrastrutture collegate (soprattutto Eni, Saipem, GE Nuovo Pignone, Tenova, Tenaris, Ansaldo STS). Significativi sono anche gli investimenti di società energetiche e minerarie del WA in Italia. Energia Minerals - che già detiene 10 permessi di esplorazione nel Nord Italia - ha annunciato un investimento di 8,15 milioni di dollari per sviluppare una miniera di zinco a Gorno, vicino Bergamo. Altre societa' del WA con operazioni in Italia sono la Po Valley (che opera due centrali a gas e 12 permessi di esplorazione) e la Key Petroleum.

Fonte: Italian Chamber of Commerce & Industry in Australia - Perth inc.

Spagna: la performance positiva dell'economia riserva importanti opportunità di business alle aziende italiane

L'economia spagnola continua la sua ripresa, facendo registrare un'ottima performance sia in termini di PIL (crescita sostenuta da quasi tutti i settori produttivi), che di incremento della domanda interna. L'export italiano verso il Paese è cresciuto del 4,4% (rispetto al trimestre precedente). Considerati dati e tendenze del mercato, esistono prospettive positive per le imprese italiane che intendono internazionalizzare il proprio business verso il Paese. Si segnala, a questo proposito, l'opportunità di partecipare al Salone Internazionale del Club de Gourmets, la principale manifestazione in Spagna di carattere esclusivamente professionale dedicata al settore enogastronomico che rappresenta una vetrina unica per promuovere e commercializzare nella penisola iberica i prodotti di eccellenza della ristorazione e dell'industria alimentare regionale italiana, che si caratterizzano per un'alta qualità a marchio riconosciuto e limitati volumi di produzione. La 29ª edizione avrà luogo nella città di Madrid dal 13 al 16 Aprile 2015, e sarà caratterizzata da 18.976 m2 di piattaforma espositiva, che ospiterà un totale di 1.200 espositori provenienti da 20 paesi, e circa 80.000 visitatori professionisti. La Camera di Commercio e Industria Italiana per la Spagna (CCIS), in collaborazione con il Club de Gourmet, anche per la nuova edizione gestisce la partecipazione di imprese, consorzi, associazioni e istituzioni italiane in un'Area Italia, esclusiva e personalizzata, con l'obiettivo di promuovere in Spagna l'enogastronomia italiana tipica e di qualità ed entrare in contatto con i principali canali distributivi locali ed internazionali. Gli interessati a partecipare possono inviare i moduli di adesione al numero di Fax +34 915 630 560 o via mail (donatella.monteverde@italcamara-es.com) entro il giorno 30 novembre 2014 (data eventualmente prorogabile per gli Enti e Consorzi che ne facciano richiesta).

Fonte: Camera di Commercio e Industria Italiana per la Spagna

Fondi trust tra Italia e Repubblica Ceca

I fondi trust stanno diventando sempre più una soluzione per gli imprenditori cechi e italiani per la gestione di una parte del patrimonio. E' questo il messaggio lanciato dal seminario "Protezione giuridica della proprietà nel diritto italiano e ceco – Fondo fiduciario come strumento di successione e protezione della proprietà", organizzato giovedì 9 ottobre dalla Camera di Commercio e dell'Industria Italo-Ceca. In Italia non esiste una normativa che disciplini la materia dei fondi trust. In Repubblica Ceca i trust fond vengono disciplinati dal nuovo Codice Civile. La codificazione ceca si è largamente ispirata a quella del Quebec, che unisce elementi di common law e civil law continentale. In Repubblica Ceca il fund trust è quindi una novità assoluta, che permette una gestione flessibile del patrimonio. Il patrimonio del fondo, che può essere costituito da beni mobili e immobili, non appartiene né al disponente (fondatore del fondo), né al trustee (amministratore del fondo) né al beneficiario, permettendo così una separazione patrimoniale netta. Il fondo deve essere creato per uno scopo preciso e a scadenza. Un'altra modalità d'uso, permessa da una recente sentenza della Cassazione, è il trust a finalità liquidatorie, che viene costituito dal debitore in accordo con i creditori. Il fondo trust si conferma uno strumento estremamente versatile per la gestione del patrimonio, sia per la realizzazione di scopi personali sia per un migliore svolgimento di attività imprenditoriali, grazie ad un'elevata capacità di protezione del patrimonio. Una legislazione piuttosto chiara, come quella ceca, crea buone condizioni affinché questo nuovo strumento diventi presto più familiare agli imprenditori attivi in Repubblica Ceca.

Fonte: Camera di Commercio e dell'Industria Italo - Ceca

* *La newsletter è frutto di un'attività congiunta Assocamerestero-Unioncamere di monitoraggio delle opportunità per le imprese italiane offerte dai mercati esteri, segnalate dalle Camere di Commercio Italiane all'Estero.*
La redazione è a cura di Assocamerestero.
Coordinamento: Pina Costa, Responsabile Area Promozione, Comunicazione e Sviluppo
Redazione e contatto per eventuali approfondimenti: Camilla Sala, Stefano Ferraro, Area Promozione, Comunicazione e Sviluppo