

AZERBAIJAN

Il mercato dei cosmetici e dei profumi

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

La presente pubblicazione rientra nel programma editoriale dell'Istituto - collana "INDAGINI PRODOTTO/MERCATO" - ed è stata realizzata dall'Ufficio ICE di Baku (Azerbaijan).

Il programma editoriale è curato dall'Area Prodotti Informativi - Editoria Elettronica.

Copyright Istituto nazionale per il Commercio Estero

Novembre 2008

Istituto nazionale per il Commercio Estero



DATI DI BASE

| | |
|------------------------------------|---|
| <i>Superficie</i> | 86.600 km² |
| <i>Popolazione</i> | 8 629,9 (al 1 gennaio del 2008) |
| <i>Densità di Popolazione</i> | 99,65 persone per km² |
| <i>Lingua Ufficiale</i> | Azero |
| <i>Religione</i> | Islamica |
| <i>Unità Monetaria</i> | Manat Azero (AZM) |
| <i>Forma Istituzionale</i> | Repubblica Parlamentare |
| <i>Sede del Governo</i> | Baku |
| <i>Presidente della Repubblica</i> | Ilham Aliyev |
| <i>Capo del Parlamento</i> | Ogtay Asadov |
| <i>Principali Citta'</i> | Baku, Gandja, Sumgait, Ali Bayramly, Nakchivan, Lenkoran |

Premessa

La presente nota, ha come oggetto una breve analisi del mercato dei cosmetici e dei profumi in Azerbaijan.

I dati statistici in esame ricadono sotto le seguenti voci doganali:

- ❑ 33.03 Profumi ed acque da toilette
- ❑ 33.04 Prodotti di bellezza o per il trucco, preparati per la cura della pelle
- ❑ 33.05 Preparazioni per capelli
- ❑ 33.06 Preparazioni per l'igiene della bocca o dei denti
- ❑ 33.07 Preparazioni prebarba, da barba e dopobarba. Deodoranti per la persona
- ❑ 34.01 Saponi, prodotti e preparazioni organici tensioattivi da usare come sapone

Per lo studio sono stati presi in considerazione gli anni: 2007, 2008, 2009 riferiti ai codici doganali sopra riportati.

1. Evoluzione del mercato

La dinamica di sviluppo, del comparto dei cosmetici e dei profumi, gode d'ottima salute. Il mercato trattato è diviso in due segmenti: fascia media e fascia alta. I dati presi in considerazione, per la presente nota di mercato sono stati quelli dell'ultimo triennio e dei primi sei mesi del 2008 il quali hanno registrato:

- Costante crescita sia dei canali tradizionali, che di quelli professionali.
- Aumento dei prodotti di marca.
- Creazione di nuovi spazi lussuosi, a più livelli, con standards europei, dedicati ai profumi e cosmetici di marca, denominati " C&F (Cosmetics & Fragrances) ", dove la clientela ha libero accesso ai prodotti ed a dati computerizzati per ciascun prodotto e può essere assistita, secondo richiesta, da uno staff altamente qualificato
- **Gli acquisti negli anni 2007 – 2008 – 2009 registrano una situazione di stallo.**
-
- Apertura delle "spa", centri benessere dove il cliente può godere appieno il mondo del rilassamento

L'analisi statistica dei cosmetici e dei profumi, evidenzia i seguenti flussi per il 2009: Turchia 3970,1 migliaia di \$ USA (19,8%); Svizzera 2389,8 migliaia di \$ USA (11,9%); Russia 2911,9 migliaia di \$ USA (14,5%); **l'Italia si posiziona al 11° posto con 307,6 migliaia di \$ USA (1,5%)** preceduta dalla Francia, Iran e Gran Bretagna. La tabella dettagliata è riportata di seguito.

Caratteristiche del mercato (prodotto locale e d'importazione):

- I prodotti di bellezza in Azerbaijan, sono una parte essenziale del lifestyle moderno. La bellezza è più un simbolo di buona salute e di benessere che un atteggiamento.
- Il prodotto cosmetico locale è meno ricercato di quello importato.
- Molti prodotti sono consumati presso gli istituti di bellezza, valutati in circa in 30% dell'importato.
- I parrucchieri usano di solito prodotti di massa. Solo un 15 % circa, usa prodotti di marca.
- Nel mercato azero, della cosmesi e della profumeria, sono presenti molti prodotti clonati delle grandi firme internazionali.

Fattori competitivi:

1. Il ricorso alle politiche pubblicitarie, giocano un ruolo preponderante nella scelta del prodotto finale, comunque bisogna prendere in considerazione altri fattori di successo come: buon rapporto qualità/prezzo, efficacia/efficienza della rete di vendita, aumento delle offerte promozionali ed ampiezza del ventaglio di gamma.
2. Altro fattore di primaria importanza è la confezione, che non solo deve essere gradevole e accattivante, ma deve costantemente conquistare e convincere il consumatore, trasmettendo un'immagine di concreta affidabilità ed autentica genuinità del prodotto in esso contenuto.

2. I principali produttori

In Azerbaijan, c'è una sola azienda che opera nel settore di cui alla presente nota la quale produce prodotti di qualità medio/bassa:

GAZELLI ltd
 Contatto: Mr.Rasul Rasulov
 Indirizzo: 93 Nizami Str.
 Tel.: + 994-12-4379248
 Fax: + 994-12-5103771
 Web Sito: www.gazelli-ltd.com

Prodotti: profumi e cosmetici, prodotti con materie prime biologicamente attive e naturali.

3. Importazioni

- Le importazioni tali del settore per il 2009 sono così ripartite: prodotti di bellezza e per il trucco 20,12%; prodotti per la cura dei capelli 36,39%; deodoranti e prodotti per la barba 6,18%; profumi ed acqua di colonia 11,27%; saponi e schiume 19,28%; igiene della bocca 6,75%.

Importazioni prodotti di profumeria e cosmetica in Azerbaijan dal 2007 al 2008 e 2009

| Paesi | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
|---------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|
| | Quantità | Migliaia di USD\$ | Quantità | Migliaia di USD\$ | Quantità | Migliaia di USD\$ |
| Turchia | 5623,3 | 2525,6 | 5932,7 | 2974,7 | 8773,1 | 3970,1 |
| Russia | 4351,3 | 2685,1 | 4349,7 | 3468,6 | 3516,3 | 2911,9 |
| Svizzera | 2470,2 | 13961,5 | 3494,1 | 21472,0 | 3765,5 | 23899,8 |
| Ucraina | 814,3 | 1153,2 | 1773,5 | 1359,4 | 1502,6 | 1293,4 |
| Bulgaria | 576,5 | 221,8 | 570,9 | 240,4 | 229,7 | 153,3 |
| Germania | 275,0 | 2810,4 | 473,7 | 7441,0 | 555,7 | 3484,1 |
| Gran Bretagna | 233,7 | 215,4 | 271,1 | 199,6 | 205,3 | 178,0 |
| Grecia | 199,3 | 104,8 | 70,6 | 43,1 | 33,9 | 17,6 |
| Iran | 176,1 | 35,1 | 187,3 | 49,2 | 171,0 | 24,9 |
| Israele | 68,6 | 53,5 | 41,4 | 65,1 | 52,5 | 90,0 |
| Francia | 59,7 | 650,8 | 150,4 | 939,6 | 155,8 | 1152,1 |
| Polonia | 58,6 | 48,9 | 40,2 | 95,2 | 250,2 | 237,3 |
| Spagna | 43,9 | 84,6 | 58,7 | 246,7 | 79,9 | 233,1 |
| Italia | 37,8 | 212,1 | 34,6 | 354,1 | 126,0 | 307,6 |
| Bielorussia | 32,8 | 99,2 | 120,8 | 203,1 | 82,0 | 114,7 |
| Altri | 124,6 | 529,6 | 179,8 | 785,3 | 559,6 | 1038,7 |
| Totale | 15145,7 | 25391,6 | 17749,5 | 39937,1 | 20059,1 | 39106,0 |

Fonte elaborazione ICE Baku su dati Comitato di Statistica Azero

4. Aziende produttrici di Cosmetici, Make up Products, profumi ecc. presenti in Azerbaijan

| | | |
|-----------------|---------------|----------------------|
| Academie | Fusion Beauty | Orlane |
| American Beauty | Gale Hayman | Patricia Wexler M.D. |
| Anna Sui | Givenchy | Paula Dorf |
| Arezia | Guerlain | Payot |
| Bare Escentuals | Guinot | Pierre Cardin |

| | | |
|-----------------|--------------------|--------------------|
| Biotherm | H2O+ | Prescriptives |
| Blinc | Helena Rubinstein | Pupa |
| Bobbi Brown | Juice Beauty | Scott Barnes |
| Borghese | Kanebo | Shiseido |
| Bourjois | Kiehl's | Shu Uemura |
| Calvin Klein | Kose | Sisley |
| Cameleon | L'Occitane | SK II |
| Chanel | L'Oreal | Smashbox |
| Chantecaille | La Mer | Stendhal |
| Christian Dior | La Prairie | Stila |
| Clarins | Lancaster | Sue Devitt |
| Cle De Peau | Lancome | T. LeClerc |
| Clinique | Laura Mercier | Tigi |
| Dermologica | MAC | Tweezerman |
| Dr. Denese | Make Up Set | Versace |
| Elizabeth Arden | Mavala Switzerland | Victoria Secret |
| Estee Lauder | Max Factor | Vincent Longo |
| Flirt | Models Prefer | Von Berg |
| Freeze 24/7 | Nina Ricci | Yves Saint Laurent |
| Giorgio Armani | Benetton | Davidoff |
| Fendi | Dolce & Gabana | Fiorucci |
| Biagiotti | Bulgari | Acqua Di Parma |
| Fresh | Origins | Anna Sui |

5. Esportazioni

Le esportazioni annue sono molto limitate, i dati pubblicati dal Comitato Centrale di Statistica azero iniziano dal 2007. Nelle tabelle sottostanti si riportano le esportazioni divise per prodotti ed i paesi di destinazioni.

| Esportazioni prodotti di profumeria e cosmetica in Azerbaijan 2007, 2008 e 2009 | | | | | | |
|--|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|
| PRODOTTI | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
| | Quantità | Miglia di USD\$ | Quantità | Miglia di USD\$ | Quantità | Miglia di USD\$ |
| Total | | | | | | |
| Profumi | 371,5 | 3750,6 | 437,5 | 7176,1 | 520,5 | 4376,5 |
| Prodotti cosmetici | 861,3 | 3785,4 | 923,5 | 6404,3 | 1336,8 | 7844,6 |
| Prodotti per la pulizia del viso | 860,5 | 1889 | 848,3 | 2675,6 | 935,1 | 2395,5 |
| Prodotti per capelli | 4798,3 | 10090,4 | 5377,7 | 14832,7 | 5938,7 | 14208,1 |

| | | | | | | |
|---------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Prodotti per igiene orale | 956,1 | 1890,5 | 1071,5 | 2448,3 | 1109,1 | 2622,7 |
| Saponi e doccia schiume | 4798,3 | 10090,4 | 5377,7 | 14832,7 | 5938,7 | 14208,1 |

Fonte elaborazione ICE Baku su dati Comitato di Statistica Azero

| Paesi di destinazione |
|------------------------------|
| Turchia |
| Germania |
| Emirati Arabi Uniti |
| Stati Uniti |
| Turkmenistan |
| Uzbekistan |

Fonte elaborazione ICE Baku su dati Comitato di Statistica Azero

Nb. Il Comitato di Statistica non riporta le quanti e i valori esportati divisi per Paese

6. Posizionamento del Prodotto Italiano

L'Italia è presente in Azerbaijan nel settore della "cosmetica e profumeria". Infatti, le importazioni globali del settore nel 2009 sono ammontate, in termini di valore a 307,6 migliaia di \$USA (+0,78%), contro i 354,1 migliaia di \$USA registrati nel 2008, con un aumento della quota dell'Italia sul totale importato in Azerbaijan, che è passata dal 1,0% del 2008 all'1,5% circa del 2009.

Più specificatamente, si riportano, per quanto concerne la quota dell'export italiano a livello di singoli prodotti in Azerbaijan:

- La quota dell'export italiano per i prodotti di bellezza e per il trucco è stato del 25,08% nel 2009, contro il 16,04% nel 2008. In termini di valore è ammontato a circa migliaia \$ USA 7.844,6, contro i 6.404,3 migliaia di \$ USA del 2008;
- L'export italiano per i prodotti per capelli è posizionato nel 2009 al 46,81%, contro il 37,14% del 2008. In termini di valore si è registrata una diminuzione, passando dai 14.832,7 migliaia \$USA ai 14.208,1 migliaia.
- Anche per i prodotti da barba e deodoranti l'export italiano, in termini di quantità è passato dal 6,7% del 2008 al 7,9% del 2009, mentre in termini di valore i prodotti menzionati hanno registrato una contrazione, passando dai 2.675,6 migliaia \$USA nel 2008 ai 2.395,5 migliaia \$USA nel 2009.
- La quota dell'export italiano per i saponi è stato del 25,2% nel 2009, contro il 16% nel 2008. Il valore è calato a \$USA 7.658,6 migliaia circa nel 2009, contro 6.400,1 migliaia circa del 2008;
- Per quanto concerne la profumeria ed acque da toilette nel 2009 ha registrato una diminuzione considerevole passando dai 7176,1 migliaia \$USA del 2008 ai 4376,5 migliaia \$USA con una quota rispettivamente del 14,5% e del 18% dell'export.

Dall'interviste esperite, i principali importatori locali hanno voluto sottolineare che per quanto concerne i cosmetici e i profumi, l'Italia ha degli eccellenti prodotti, ma non dispone

di un' adeguata politica di marketing, come in Francia dove opera un "Comitato" promozionale per i prodotti di marca e per strategie di mercato.

L'Italia è presente con attrezzature per parrucchieri, attrezzature per Istituti di bellezza, articoli di consumo a perdere o usa e getta (guanti, cuffie etc...), tavole e sedie per istituti di bellezza.

7. Suggerimenti per il potenziamento delle esportazioni italiane di Prodotti Cosmetici.

I maggiori marchi internazionali sono già rappresentati sul mercato, pertanto l'introduzione di nuovi prodotti richiede un approccio efficace presso gli agenti/rappresentanti locali, ricettivi quando si tratta di prodotto di qualità.

Quindi, è importante avere un agente distributore locale non solo per vendite destinate ai consumatori finali ma anche per vendite attraverso acconciatori, istituti di bellezza e professionali.

Interessanti potrebbero essere i prodotti destinati alle farmacie, istituti di bellezza e parrucchieri.

Inoltre, nel corso della ricerca, si è rilevato che nella maggior parte dei casi, i medici / dermatologici intervengono nella scelta del prodotto e tendono a favorire gli acquisti di prodotti per la cura della pelle provenienti dai Paesi dove sono stati laureati e/o specializzati.

Infine, si raccomandano azioni promozionali che offrono una migliore conoscenza dell'offerta italiana (inviti a seminari, workshop in Italia, in occasione, ad esempio, della fiera Cosmoprof di Bologna).

8. Distribuzione

I prodotti cosmetici in Azerbaijan sono venduti principalmente tramite le profumerie tradizionali per circa il 45%; dai piccoli dettaglianti il 25% circa, dai supermercati ed ipermercati il 30% circa. Questi due ultime tipologie vendono prodotti di fascia media/bassa.

Sono circa 50 distributori di prodotti di marca selettiva.

Le multinazionali quali l'Oreal, Henkel, riescono ad affermarsi molto di più che i produttori locali. Si precisa peraltro che per il prodotto di massa, la concorrenza è molto serrata ed il margine di utile ridotto.

9. Accesso al Mercato e Radicamento delle Imprese:

Non vi sono restrizioni né trattamenti preferenziali per i prodotti di provenienza europea.

10. Dazi Doganali:

| Codice | Descrizione | Tariffa doganale |
|--------|---|------------------|
| 33.03 | Profumi ed acque da toilette | 15% |
| 33.04 | Prodotti di bellezza o per il trucco, preparazioni per cura pelle | 15% |
| 33.05 | Preparazioni per capelli | 15% |
| 33.06 | Preparazioni per l'igiene della bocca o dei denti | 15% |
| 33.07 | Preparazioni prebarba, da barba, dopobarba, deodoranti persona | 15% |
| 34.01 | Saponi da toilette in barre, pani, pezzi, ecc.. | 15% |

Oltre al dazio, i prodotti sono gravati anche dell'IVA nell'ordine del 18% (calcolata sul valore CIF + dazio) a cui vanno sommate le spese accessorie (diritti di banchina, facchinaggio, ispezioni, ecc.) possono essere richiesti al proprio spedizioniere.

11. I documenti di accompagnamento merce si riferiscono a:

L'importatore azero è obbligato a presentare alle autorità doganali quanto segue:

- fattura commerciale, nel numero di esemplari richiesti dall'importatore (di norma 3), redatta in lingua francese o inglese. La fattura deve riportare la seguente dichiarazione firmata dall'esportatore: "We hereby certify that this invoice is authentic, that it is the only invoice issued by us for the goods described herein and that it shows their exact value without deduction of any discount and that their origin is exclusively italian".
- Polizza di carico "clean on board" (per trasporto via mare) o lettera di vettura "airwaybill" (per trasporto via aerea)
- Certificato sanitario per alcuni prodotti, legalizzato dalla Camera di Commercio
- Packing list

12. Prospettive future

Il mercato locale quasi saturato di prodotti tradizionali, nuovi prodotti di nicchia vengono introdotti nel Paese. I più comuni sono: i prodotti per la cura della pelle maschile e prodotti cosmetici naturali.

Un altro settore che continua a prosperare è quello della "chirurgia plastica". Attualmente operano circa 15 chirurghi estetici in Azerbaijan. Gli interventi chirurgici più comuni sono: la rinoplastica che costituisce il 30% del valore globale del settore; la liposuzione con il 25%; la mastoplastica additiva e riduttiva con il 10%; altri quali: plastica delle labbra, iniezione di botox, addominoplastica, ecc con un 35%.

Secondo fonti locali, sono circa 150 interventi di chirurgia plastica ogni anno.

13. Fiere e Mostre in Azerbaijan

Per il settore programmate per il 2009:

22 – 24 Settembre 2009 - 4rd Azerbaijan International **Beauty and Esthetic Medicine Exhibition**

14. Indirizzi Importatori e distributori:

Sabina P&C LLC

distributore profumi & cosmetici

Contatto: Fuad Shikhaliyev

11 A. Aliyev street., AZ- 1005

Tel.: + (99412) 4973509

Fax: + (99412) 4973656

E-mail: office@sabina.az

Web Sito: www.sabina.az

IDEAL LLC

distributore profumi & cosmetici

Contatto: Ilgar Ismayilov

Nizami street 62

AZ 1000 Baku
Tel.: +(994 12) 4938220
Fax: + (994 12) 5982537
E-mail: ilgar_ismaylov@mail.ru
Web Sito: www.ideal.az

La Parfumerie (Exclusive)
distributore profumi & cosmetici
Contatto:
R. Behbudov street 26
AZ1000 Baku
Tel.: + (99412) 498-91-94

JIZEL 1
Fatalli Khan Khoyskiy prs 887, Caspian Trading Centre
AZ 1000 Baku
Tel.: +(994 12) 4658278
Fax: + (994 12) 4658278
Email: jize_gifts@yahoo.com

ELAY HOLDING
Contatto: Ellada Kerimova
11 Rasul Rza street
AZ 1000 Baku
Tel.: +(994 12) 4976258
Fax: + (994 12) 4412061
E-mail: elay1996@azeronline.com

FABERLIK CAUCASUS LLC
243, D. Aliyeva street
AZ 1000 Baku
Tel.: +(994 12) 5981314/ 5982324
Fax: + (994 12) 5981314
E-mail: a.tukteeva@az.faberlic.com
Web Sito: www.faberlic.com

“HSA” HAIR STYLING APPLICATIONS
18, 28 May street
AZ 1000 Baku
Tel.: +(994 12) 49867
Fax: + (994 12) 5982537
E-mail: ilgar_ismaylov@mail.ru
Web Sito: www.ideal.az

“LR – COSMETIC INTERNATIONAL”
15 Islam Safarli street
AZ 1005 Baku
Tel.: +(994 12) 4379996/ 4976271
Fax: + (994 12) 494 2462
E-mail: mail@lr-cosmetic.az

“ORIFLAME”

1, Khagani street, 4th floor
AZ 1000 Baku
Tel.: +(994 12) 4935721/ 22/23
Fax: + (994 12) 4935721
E-mail: info@oriflame.az
Web Sito: www.oriflame.az

“YVES ROCHER”

45 Istiqlaliyyat street
AZ 1000 Baku
Tel.: +(994 12) 4981298
Fax: + (994 12) 4981298

ASENA MMC

Azerbaijan, Baki, AZ1003 Baki Akad. H. Eliyev kuc. 133
Phone: +994 12 436-93-65
Fax: +994 12 436-93-65
Email: asena@asena-az.com; nsevda@mail.ru
URL: www.asena.az

CENLIBEL MMC

Azerbaijan, Baki, AZ1010 Baki Nizami kuc. 149, men. 37
Phone: +994 12 496-50-67
Fax: +994 12 490-19-62
Email: londahair@aznetmail.com

BEATRICE

Azerbaijan, Baku AZ1000, Fizuli Str., 79 / 37
Phone: +994 12 440-82-50; 440-89-24; 440-82-73
Fax: +994 12 440-82-73
URL: www.beatrice.az

15. Sistemi di Pagamento:

In Azerbaijan vige un sistema bancario libero. Non esistono norme che determinino uno specifico sistema di pagamento per le transazioni di merci. Nelle transazioni commerciali con l'estero, si ricorre in genere alle modalità e ai sistemi abitualmente praticati nel commercio internazionale.

Oltre al pagamento anticipato, che naturalmente evita ogni rischio di insolvibilità, i sistemi che offrono maggiori garanzie per il fornitore estero sono:

1. Lettera di credito: la garanzia del pagamento è data dalla banca dell'acquirente se si tratta di "lettera di credito non confermata", anche dalla banca del fornitore nel caso di "lettera di credito confermata". Tale modalità di pagamento, che maggiormente garantisce l'esportatore, non è molto gradita dagli acquirenti locali perché giudicata troppo onerosa, specie se si tratta di fornitura di beni di consumo.
2. Cash Against Documents" (CAD): La banca locale non consegna i documenti di spedizione (fattura, polizza di carico, packing list, certificato di origine ecc.) fino a quando il cliente non abbia onorato i suoi impegni finanziari. In caso contrario, il venditore rimane proprietario della merce.

3. Frequenti, ma rischiose, anche altre modalità di pagamento: assegni personali, cambiali, ecc.

Queste ultime, concesse a volte dal venditore a clienti affidabili, non sono consigliabili a causa dei rischi che comportano.

Si consiglia, in ogni modo, di richiedere garanzie per le forniture a clienti non abituali, e prima di definire eventuali contratti di assumere informazioni sulla consistenza organizzativa e finanziaria della controparte. L'Ufficio ICE di Baku, tramite agenzie specializzate e a parziale rimborso spese, può fornire questo servizio alle aziende italiane che devono iniziare a fornire clienti azeri.

16. Settore Bancario:

in Azerbaijan operano 46 banche. Inoltre, sono attive 77 alleanze di credito, 18 associazioni di microfinanza e 1 associazione di "Credito agrario".

Di queste 46 banche, 21 operano con la partecipazione di capitali esteri, di queste, 8 hanno un capitale estero superiore al 50%.

Sul territorio azero le banche operano con: 485 filiali di cui 224 sono dislocati nelle regioni.

Principali banche locali:

1. Azerbaijan International Bank
2. Standard Bank
3. Capital Bank
4. Bank Respublica
5. Unibank

Banche con capitali esteri oltre il 50%:

1. Bank of Baku
2. RabiteBank
3. Royal Bank of Baku
4. Texnika Bank
5. Xalg Bank

Banche italiane

- Opera la Yappi Credit Bank, banca di proprietà della Banca Turca dell'UnicreditBank

17. Mezzi Promozionali:

Pubblicità e stampa ecc.

Non ci sono attualmente riviste specializzate per il settore.

Le uniche pubblicazioni che raggiungono un pubblico relativamente vasto, sono i quotidiani e le riviste editi in azero o russo, quali:

- CONSULTING & BUSINESS
- BUSINESSMAN
- ZERKALO/AYNA
- THE AZERI TIMES

Inoltre, da segnalare i canali televisivi commerciali quali:

- ATV
- LIDER
- ANS
- XEZER
- ICTIMAI
- SPACE

Altro sistema pubblicitario è la cartellonistica pubblicitaria e la consegna porta a porta del materiale pubblicitario. Il primo è offerto da:

MiniMax Design

Iceri Seher, Boyuk Qala kuc. 13/15

Baki AZ1004

Azerbaijan

Phone : +994 12 4920820

Phone : +994 12 4929968

Phone : +994 12 4970820

Phone : +994 12 4470820

Fax : +994 12 4973770

Persona da contattare: Ibrahim Baharov (bas direktor)

XETT Reklam Agentliyi

B. Seferoglu kuc. 161, men. 6

Baki AZ1009

Azerbaijan

Phone : +994 12 4928540

Phone : +994 12 4970423

Fax : +994 12 4928540

KIRMIZI Advertising & PR Agency

N. Refibeyli kuc. 12/14

Baki AZ1000

Azerbaijan

Phone : +994 12 4371623

Phone : +994 12 4371624

Phone : +994 12 4933673

Fax : +994 12 4371624

Persona da contattare: Ulviyye Poladova (manager)

BUTA Design sirketi

H. Aslanov kuc. 32/34

Baki AZ1005

Azerbaijan

Phone : +994 12 5962737

Phone : +994 12 5112737

Phone : +994 12 5112838

Phone : +994 55 7871814

Fax : +994 12 5962737

Persona da contattare: Emin Isayev (director)

18. Indirizzi Utili

- ICE Baku: www.ice.it/estero2/baku
- Ambasciata d'Italia a Baku: www.ambbaku.esteri.it
- Ministero dell'Industria: e-mail: mfe@azdata.net
- Camera di Commercio dell'Azerbaijan: e-mail: expo@chamber.baku.az
- Dogane azere: www.az-customs.net
- Istituto azero di Standardizzazione www.azstand.gov.az

BILANCIA COMMERCIALE

Nonostante la difficile congiuntura internazionale, l'economia azera nel 2009 è continuata a crescere (10%) ad un ritmo inferiore rispetto agli anni precedenti (+26, 2% nel 2005; +34,5% nel 2006; +25% nel 2007; +10,8% nel 2008). Il rallentamento della crescita si accompagna inoltre ad una diminuzione della pressione inflazionistica. Dall'inizio dell'anno si registra un fenomeno deflattivo posizionandosi all'1,5% nel 2009 dovuto principalmente al calo della domanda interna.

| Bilancia Commerciale in mld. di \$ us | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-----------|
| Import totale | 4.200.256,3 | 5 264 513,2 | 5.708.573,5 | 7.163.470,3 | 6.119,7 |
| Expor totale | 4.346.864,4 | 6.372.112,7 | 6.058.308,7 | 47.756.229,4 | 14. 698,5 |
| Var % | +19,85 | 24,76 | 7,77% | 25,38 | - 14,64 |
| Saldo bilancia commerciale | +146.608,1 | 1.107.599,5 | 349.735,2 | 40.592.759,1 | - 8.578,8 |

FONTE: elaborazione ICE su dati dell'Ufficio Statistico della Repubblica d'Azerbaijan.

Secondo i dati comunicati dal Comitato di Statistica Azero, nel 2009, il Paese ha prodotto circa 50,4 milioni di tonnellate di petrolio greggio e condensato, con un incremento del 13,5% rispetto al 2008. Del totale sopra riportato l'Azerbaijan International Operating Company (AIOC), ne ha prodotti 41,9 milioni di tonnellate, dai giacimenti offshore di Azeri-Chirag-Guneshli (ACG) e dal campo di Shah Deniz, condensati di gas.

La produzione di gas nel 2009 è stata di circa 23,6 miliardi di metri cubi, dei quali: circa 10,1 miliardi di mq. sono stati estratti nel campo ACG Gas e il 9% dal campo di Shah Deniz, registrando un incremento dello 0,8 %, rispetto al 2008.

Il Paese nel 2009, ha prodotto 4,69 milioni di tonnellate di prodotti petroliferi, rispetto ai 5,88 milioni di tonnellate nel 2008, con una diminuzione pari al 20,2%. La maggiore diminuzione è stata registrata sulla nafta.

I prodotti petroliferi, sono lavorati dalle due raffinerie di Baku, le quali stanno per essere smantellate, in quanto è in costruzione una nuova raffineria a sud della capitale, a circa 60 km. La capacità di raffinazione attuale è di circa di 20 milioni di tonnellate di petrolio l'anno.

COMMERCIO ESTERO, DIVISIONE PER I SETTORI DI INTERESSE

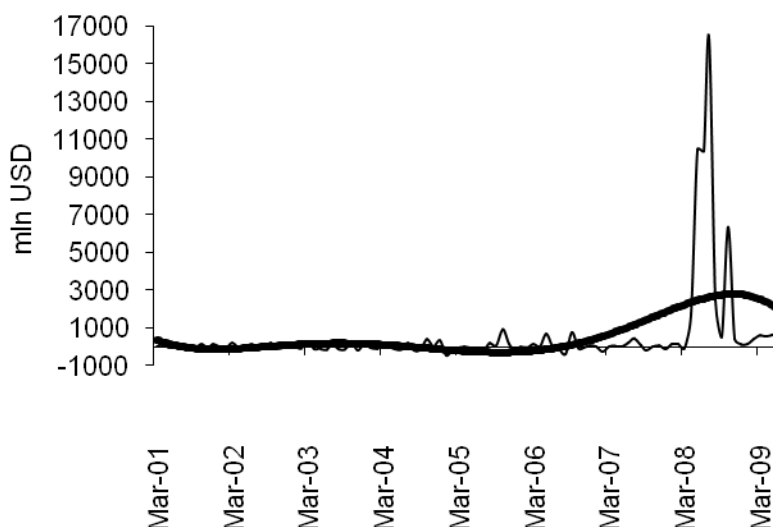
Nel 2009, l'Azerbaijan il **commercio** con l'**estero** lo ha realizzato con 138 paesi per un valore complessivo di 20.818,2 milioni dollari.

L'**esportazioni** sono diminuite del 69,22% rispetto allo scorso 2008 pari a \$ 14.698.5mln, sono diminuite anche le **importazioni** del 14,64%, per un totale di \$ 6119.7mln. Durante il periodo di

riferimento, l'Azerbaijan ha registrato una bilancia positiva tra import ed export di \$ 8578.8mln.

Foreign trade balance with Trend's line

Source: State Customs Committee



La diminuzione delle esportazioni nel 2009 è stata registrata su tutti i tipi di prodotti: dal pesce, al cotone, agli animale, all'olio vegetale, ad eccezione di tabacco.

L'Azerbaijan cerca di riposizionarsi, per quanto concerne il cotone, sui mercati esteri. Difatti le esportazione del cotone sono aumentate del 19,27% rispetto allo scorso 2008. L'aumento dell'esportazioni è legata agli aumenti dei prezzi per tonnellata. Difatti il cotone raccolto è stato venduto a 993,48 dollari per tonnellata, (nel mese di novembre a \$ 1.121,1).

L'elevato tasso di esportazioni di tabacco è dovuto ad una raccolta molto alta, la produzione nel 2009 è cresciuta del 5% con 2.600 tonnellate. La crescita di questo settore è dovuta all'espansione delle aree di impianto del 12,6%.

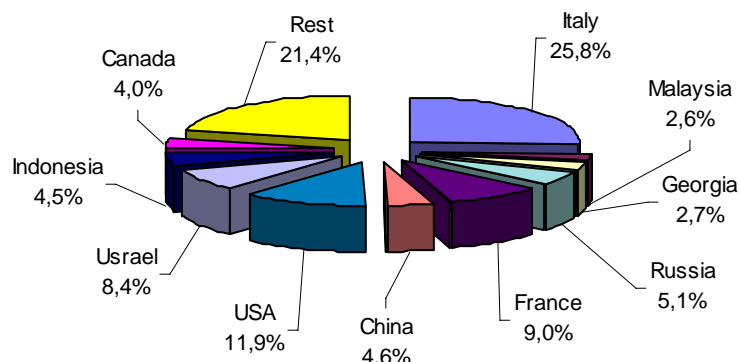
Struttura delle esportazioni nel 2009

| Prodotti | In export (%) | Comparazione con il 2008, in % |
|-------------------------------------|---------------|--------------------------------|
| Petrolio grezzo | 81,57 | 27,14 |
| Prodotti petroliferi | 10,09 | 72,18 |
| Alluminio | 0,08 | 9,85 |
| Fruita e verdura | 1,31 | 89,07 |
| Grassi e oli vegetali | 0,88 | 104,41 |
| Metalli non ferrosi e loro prodotti | 0,70 | 44,70 |
| Prodotti chimici | 0,23 | 31,30 |
| Cotone | 0,12 | 119,27 |
| Alcol e bevande non alcoliche | 0,08 | 59,95 |
| Tabacco e prodotti del tabacco | 0,04 | 129,11 |
| Altro | 4,91 | |

Fonte: Comitato di Statistica Azero

Nel 2009 l'Azerbaijan ha esportato merci **verso l'Italia**, per un totale di \$ 3.788,4mln che rappresentano il 25,77% del totale delle esportazioni. I prodotti esportati restano quelli petroliferi. L'Italia è seguita da USA (\$ 1746.8mln) e Francia (\$ 1326.1mln). L'Italia ha mantenuto la sua posizione di leader anche nel 2009.

**Per country structure of export operations
in 2009**



Per quanto concerne le **importazioni** nel 2009 è stato registrato un maggior sviluppo per i prodotti farmaceutici, mentre è stata registrata una riduzione delle importazioni di automobili, dovuta alla crisi finanziaria mondiale, e le banche hanno attivato una restrizione dei crediti. Inoltre, il divieto di importazione di autovetture che non rispettano gli standard ecologici e di funzionamento ha causato la riduzione di importazione di automobili. Secondo i dati forniti dal Comitato doganale di Stato, nel 2009, l'Azerbaijan ha importato 63.427 autovetture, con un decremento del 36,5%.

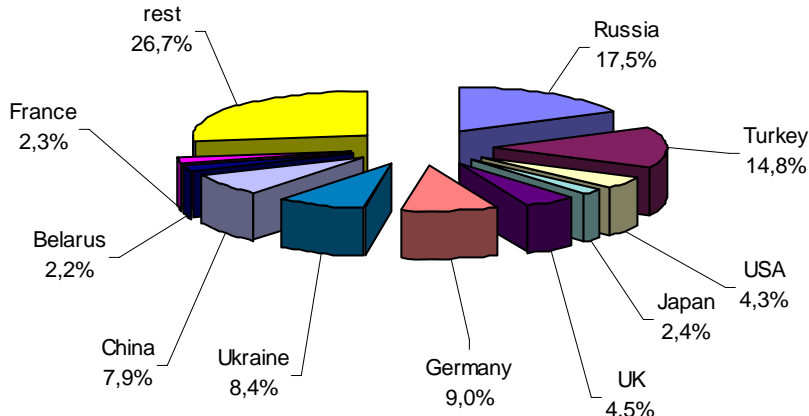
| Prodotti | import (%) | Comparazione con il 2008, in% |
|--------------------------------|------------|-------------------------------|
| Macchine e attrezzature | 34,79 | 96,41 |
| Metalli non ferrosi e derivati | 9,09 | 83,28 |
| Prodotti alimentari | 11,60 | 79,28 |
| Beni di consumo | 0,76 | 90,55 |
| Veicoli e parti di ricambio | 12,76 | 64,07 |
| Mobili | 0,70 | 107,65 |
| Prodotti forestali | 1,41 | 103,99 |
| Prodotti farmaceutici | 2,32 | 131,51 |
| Altro | 26,57 | |

Fonte: Comitato di Statistica Azero

I partner più importanti per l'Azerbaijan, per le importazioni, restano: Russia (\$ 1070.9mln), Turchia (\$ 905.9mln) e la Germania con \$ 550.9mln.

Per country structure of import operation in 2009

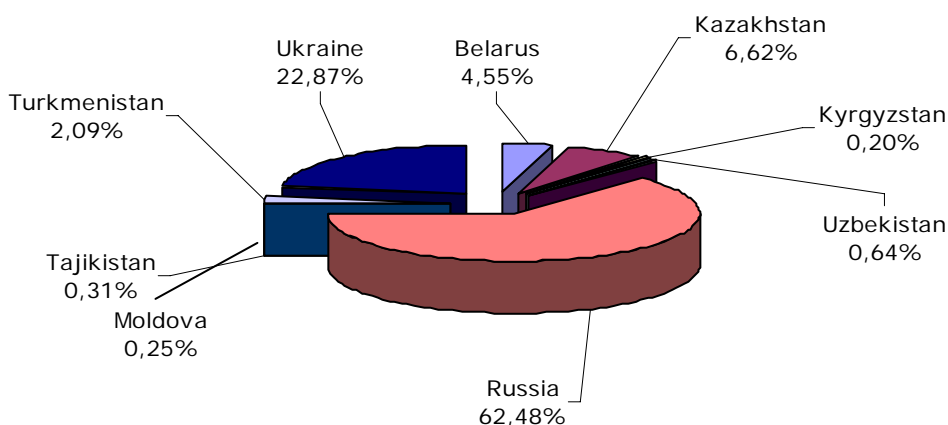
Source: State Customs Committee



Nel 2009, l'Azerbaijan ha importato merci dai paesi CSI per un importo di \$ 1890.5mln (30,89% del totale delle importazioni), così suddivisi: grano (11,15%), veicoli (8,12%), apparecchiature e impianti meccanici (8,01%).

Le esportazioni azere verso i paesi è ammonta a \$ 1671.7mln (11,38% del totale delle esportazioni). Le merci esportate, sempre verso i paesi CSI, riguardano: combustibili minerali, prodotti petroliferi, minerali bitume (51,28%), ortaggi, animale e olio vegetale (7,69%) e altri. L'import – export tra l'Azerbaijan e i paesi CSI si chiude favorevolmente per l'Azerbaijan con un attivo di \$ 218.8mln.

Foreign trade turnover with CIS countries in 2009



ICE su dati dell'Ufficio Statistico della Repubblica d'Azerbaijan

FONTE: elaborazione

PARTNERS COMMERCIALI PIÙ IMPORTANTI NEL 2007, 2008 e 2009

Come si evince dalle tabelle di seguito riportate, l'Italia nel 2007 si posiziona al 9 posto come Paese fornitore con un importo in milioni di \$US 140.832.8 che rappresentano il 2,46% dell'import in Azerbaijan.

Nel primo semestre del 2008, Italia si posiziona al decimo posto posto come Paese fornitore con un importo in milioni di \$US 75 776.2 che rappresentano il 2,46% dell'import in Azerbaijan.

Nel 2009 l'Azerbaijan ha esportato merci **verso l'Italia**, per un totale di \$ 3.788,4mln che rappresentano il 25,77% del totale delle esportazioni. I prodotti esportati restano quelli petroliferi. L'Italia è seguita da USA (\$ 1746.8mln) e Francia (\$ 1326.1mln). L'Italia ha mantenuto la sua posizione di leader anche nel 2009.