

Frequently Asked Questions (FAQ)
MERCATI IN DIRETTA: RUSSIA
24 aprile 2020

Rappresento un'azienda italiana del settore alimentare – parliamo di embargo – quali prodotti sono ancora bloccati?

Nel 2019 l'export dall'Italia verso la Federazione Russa ha raggiunto un valore pari a 929 mln di euro, in crescita del 7% rispetto all'anno precedente. Questa voce rappresenta quasi il 10% del fatturato totale export dell'Italia in Russia.

A causa delle *contro-sanzioni* varate dalle Autorità russe in risposta alle *sanzioni* stabilite dall'UE e dai principali Paesi dell'OCSE nei confronti della Federazione Russa, non è ammessa l'importazione dall'Italia di prodotti ortofrutticoli freschi, di prodotti lattiero-caseari, di carni fresche e lavorate, pesci e crostacei.

Ai fini dell'identificazione puntuale dei prodotti interessati dalle restrizioni, si dovrà sempre far riferimento ai codici doganali riportati nella normativa russa: si segnala, a tale ultimo riguardo, che la denominazione dei prodotti nel testo di legge è indicata solo per comodità di utilizzo tanto che, in caso di discrepanza tra codice e denominazione, ai fini dell'applicazione delle limitazioni all'export, prevale il codice doganale.

Quali fiere del settore agroalimentare, se ce ne saranno nel 2020, sono già previste e confermate?

L'Agenzia ICE coordina ogni anno la partecipazione Collettiva delle aziende italiane del settore enoagroalimentare in occasione dei due principali eventi fieristici che interessano la Federazione Russa: **Prodexpo** <https://www.prod-expo.ru/en/> che si svolge nel mese di febbraio e la **World Food Moscow** <http://www.world-food.ru/Home> che si tiene invece nel mese di settembre.

L'Agenzia ICE ha curato con successo la presenza italiana all'edizione 2020 della Prodexpo che si è tenuta dal 10 al 14 febbraio, presso il centro fieristico ExpoCentre di Mosca. Per quanto riguarda la World Food Moscow in programma nel prossimo mese di settembre, in ragione delle misure di lockdown connesse alla pandemia da coronavirus ancora vigenti nella Federazione Russa, la partecipazione italiana coordinata dall'ICE ancora non è confermata.

Qual è la fetta di mercato dell'agroalimentare biologico nella Federazione Russa?

Il settore dei prodotti alimentari bio, già da diversi anni, registra una crescita piuttosto sostenuta, anche se la sua incidenza sull'intero mercato alimentare della Federazione Russa è molto bassa: la media del consumo pro capite annuale dei prodotti bio è solo appena superiore all'1% del totale.

Nel 2018 (ultimo dato disponibile) il valore del mercato è stato stimato in circa 160 milioni di euro. La quota delle importazioni, malgrado la grande disponibilità nel Paese di aree utilizzabili per tale tipologia di colture, è ancora molto alta e raggiunge circa l'85% del totale venduto.

Gli esperti prevedono negli anni a venire una crescita della domanda di circa il 20% annuo. Gran parte dei consumatori interessati a questa fetta del mercato si concentra nelle città di Mosca e San Pietroburgo, collocandosi nella fascia di popolazione giovane attenta agli aspetti salutistici dell'alimentazione e caratterizzata da un elevato potere di acquisto.

Solo a partire dal 1 gennaio di quest'anno è entrata in vigore nella Federazione Russa la normativa che regola la produzione e la vendita di prodotti alimentari bio.

Molto interessante il progetto GDO. Come posso saperne di più?

È in corso di definizione un accordo con la catena della GDO russa Bakhettle, finalizzato alla promozione dei prodotti agroalimentari Made in Italy.

L'iniziativa si sostanzia in azioni di promozione e comunicazione da effettuare in un numero definito di punti vendita, ubicati sia a Mosca che in altri centri urbani con un altro numero di abitanti. La scelta dei negozi che saranno interessati dalla promozione verrà formulata in base alla tipologia della platea di consumatori raggiungibili e tenuto conto della segmentazione degli stessi per fasce di reddito.

La promozione avrà una durata non inferiore a quattro settimane e dovrebbe svolgersi nel prossimo mese di dicembre, periodo nel quale si registra il massimo volume di acquisti di generi alimentari nella Federazione Russa.

Ulteriori aggiornamenti e dettagli verranno forniti attraverso i consueti canali di comunicazione adottati dall'Agenzia ICE.

Quanto pesano le sanzioni internazionali e i dazi della Federazione Russa sull'import dall'Italia di macchine agricole?

Le importazioni nella Federazione Russa dall'Italia di macchine agricole non sono soggette a limitazioni o restrizioni.

I dazi sono piuttosto contenuti e, in linea di massima, non incidono sulle scelte di acquisto da parte dei rivenditori o degli utilizzatori finali locali.

Di seguito sono riportati le percentuali dei dazi applicati su singole tipologie di macchinari afferenti al settore:

Voce dell'elenco organico doganale – 8432 “Macchine, apparecchi e congegni per l'agricoltura, l'orticoltura e la silvicoltura, per la preparazione o la lavorazione del suolo (esclusi apparecchi spruzzatori, nebulizzatori, polverizzatori); rulli per tappeti erbosi o campi sportivi”: 0% - 2%

Voce dell'elenco organico doganale 8433 – “Macchine, apparecchi e congegni per la raccolta e la trebbiatura dei prodotti agricoli, inclusi presse da paglia o da foraggio; tosatrici da prato e falciatrici; macchine per pulire o per selezionare uova, frutta ed altri prodotti agricoli”: 0% - 5%

Quale ritenete sarà l'effetto sull'export italiano in Russia del crollo del prezzo del petrolio e delle difficoltà del rublo?

Nel corso del 2019 l'interscambio fra Italia e Russia ha raggiunto un valore complessivo di 22,5 mld di euro, segnando una leggera diminuzione (-1,6%) rispetto all'anno precedente. L'Italia si è collocata al 5° posto nella classifica dei fornitori della Federazione Russa con un valore dell'export che si è attestato sui 9,7 mld di euro, in crescita marcata (+8,4%) rispetto all'anno precedente.

Altrettanto rilevante è stato, per converso, il calo delle esportazioni dalla Russia verso l'Italia (-8%), che con un valore di 12,8 mld di euro, si colloca sempre al 7° posto della classifica che registra i principali clienti della Federazione.

È difficile in questa fase fare previsioni puntuali in merito all'impatto che già sta avendo e che ancora di più potrà avere in futuro la pandemia in atto sulle dinamiche del commercio estero a livello mondiale, e fra Italia e Russia, in particolare.

Sul lato delle esportazioni verso l'Italia, è possibile ipotizzare che nel corso dell'anno calerà in volumi, ma soprattutto in valore, l'import dalla Russia delle materie prime energetiche: la discesa piuttosto decisa del prezzo del petrolio da un lato, e la diminuzione del fabbisogno energetico legato al lungo periodo di lockdown che sta caratterizzando i principali mercati di sbocco (UE in primis) dall'altro, porteranno nel breve periodo ad una contrazione decisa di questa importante voce dell'export russo che, per quanto concerne l'interscambio con l'Italia, da sola vale oltre il 60% del totale.

Nel lungo periodo, questa tendenza potrebbe consolidarsi anche in ragione della crescente sensibilità che si registra nei Paesi avanzati in tema di tutela ambientale: ancor prima che si diffondesse la pandemia del coronavirus, in tutti i Paesi del mondo era stata avviata una riflessione che, giocoforza, porterà all'adozione di misure di politica economica (c.d. new

green deal) tendenti tanto a una riduzione drastica della produzione energetica che prevede l'impiego di combustibili fossili a favore di fonti energetiche rinnovabili, quanto all'adozione di pratiche e di tecnologie che andranno progressivamente nella direzione del risparmio energetico.

Anche dal punto di vista delle importazioni dall'estero verso la Russia, le prospettive di breve e medio periodo non sono molto rosee: il deterioramento del tasso di cambio del rublo contro euro e dollaro USA già in atto da diversi mesi potrebbe rendere più difficile per imprese e consumatori russi l'accesso a beni e servizi di provenienza estera. Nel medio periodo, inoltre, il progressivo avanzamento dei diversi programmi di limitazione della dipendenza dalle forniture estere adottati dalle Autorità federali (c.d. import substitution) potrebbe avere anch'esso una incidenza negativa ulteriore sulla performance delle esportazioni verso la Federazione Russa dei suoi principali fornitori, ivi compresa l'Italia.

Quali sono le piattaforme per la moda su cui poter entrare tramite ICE?

Le piattaforme russe più importanti del settore moda sono: Wildberries.ru, Lamoda.ru, Ozon.ru.

L'Agenzia ICE ha in corso di negoziazione un accordo per la creazione di una vetrina Made Italy, tramite la quale veicolare la vendita on-line dei prodotti di moda italiani.

Non appena definiti tutti gli aspetti del progetto si procederà con la pubblicizzazione presso le aziende italiane del settore.

Vi sono sanzioni ed embargo nel tessile abbigliamento Made in Italy, e' possibile avere aggiornamenti?

Si segnala innanzitutto che per i prodotti dell'abbigliamento in Russia non esistono sanzioni. Gli aspetti più importanti da prendere in considerazione per penetrare il mercato sono: la certificazione (in vigore dal 1 luglio 2012) e la marcatura obbligatoria dell'abbigliamento, che entrerà in vigore dal 1 gennaio 2021.

La certificazione dell'abbigliamento in Russia è obbligatoria e si realizza sulla base del Regolamento Tecnico, entrato in vigore dal 1luglio 2012 (approvato dall'Unione Doganale formata da Russia, Bielorussia, Kazakistan, Armenia e Kirghizistan).

In conformità con il nuovo Regolamento Tecnico "Sulla sicurezza dei prodotti dell'industria leggera" (RT TC 017/2011) tutti i prodotti dell'industria leggera, tra cui l'abbigliamento, devono essere certificati secondo requisiti e norme stabiliti dal RT.

Il certificato di conformità conferma la sicurezza e la qualità del prodotto e permette agli imprenditori di vendere tali prodotti legalmente.

Il certificato si rilascia dopo la realizzazione di diversi esperimenti e perizie, stabiliti per i vari tipi di prodotto, come richiesto dalla legge.

Per quanto riguarda la marcatura del prodotto, si tratta di un provvedimento di blockchain che entrerà in vigore dal 1 gennaio 2021, allo scopo di fornire al compratore tutte le informazioni sul prodotto. Nel codice studiato appositamente (Data Matrix) saranno inserite tutte le informazioni connesse al prodotto (il nome del produttore, le caratteristiche del materiale, ecc.).

Per maggiori informazioni registrandosi al sito ICE è possibile accedere alla Nota sulla marcatura obbligatoria redatta dal nostro Ufficio e aggiornata periodicamente.

Ci sono novità in merito all'entrata in vigore per il 1° giugno dei DataMatrix nei settori calzature ed abbigliamento?

In base alla legislazione vigente (Decreto del Governo n. 860), la normativa sulla marcatura obbligatoria delle calzature entrerà in vigore il 1 luglio 2020. Non sarà possibile vendere le calzature senza un codice Datamatrix predisposto per tale procedura. I prodotti realizzati e acquistati prima del 1 luglio devono essere marcati entro e non oltre il 1 settembre 2020 (è necessario presentare un documento che lo confermi).

Per quanto riguarda i prodotti di abbigliamento, la normativa sulla marcatura entrerà in vigore dal 1 gennaio 2021. Tutte le rimanenze delle merci dovranno avere il codice entro fine dicembre 2020.

Quali prospettive per il settore del mobile in Russia?

Nella situazione attuale, a causa della diffusione dell'infezione da coronavirus e delle sue conseguenze pesanti sull'economia russa (mancanza di domanda di beni, cessazione delle vendite sul mercato interno, tempi di inattività forzati non pianificati con conservazione obbligatoria dei pagamenti salariali, un forte calo delle importazioni e l'esaurimento delle risorse finanziarie delle aziende) il settore potrebbe essere a rischio di grandi perdite.

I consumatori acquistano meno mobili e l'instabilità valutaria non solo rallenta le importazioni, ma colpisce, per una parte difficilmente quantificabile, anche i mobili russi che per creare prodotti veramente concorrenziali devono ricorrere all'importazione di componenti per la produzione di mobili.

Nell'import di mobili e complementi d'arredo il tasso di cambio può influenzare il segmento di prezzo medio e i consumatori russi potrebbero preferire prodotti locali. Il segmento premium probabilmente non sarà fortemente toccato. È possibile che dopo questa crisi cambierà la struttura stessa del commercio al dettaglio nel mercato del mobile in Russia e

le grandi aziende che rimarranno in gioco saranno in grado di ridistribuire il mercato e forniranno ai clienti servizi di arredamento d'interni di migliore qualità.

Per poter mantenere la propria presenza sul mercato russo dei mobili Made in Italy è molto importante puntare sulla qualità e sulla originalità dei prodotti in una fascia di mercato medio-alta e alta. È importante partecipare alle fiere internazionali più prestigiose e quelle organizzate in Russia, che vengono visitate dai grandi architetti ed importatori russi e cercare poiché, specialmente i clienti di fascia medio-alta ed alta si avvalgono dei loro servizi. La principale Fiera del settore è il Salone del Mobile.Milano Moscow, la cui realizzazione è al momento confermata a ottobre 2020 (www.salonemilano.ru).

Per nuovi ingressi nel mercato poiché il prodotto italiano si situa nella fascia media alta/alta è molto importante avere un proprio agente che operi in Russia procurando contratti non solo con i singoli negozi o con le catene, ma anche con gli studi di architettura e di interior design. Avere un proprio sito in inglese oppure in russo aggiornato, che dia tutte le informazioni possibili sul prodotto, con chiare indicazioni di modalità di acquisto e tempi di consegna.

Qual è la situazione dell'e-commerce per i mobili in Russia?

La distribuzione di mobili di fascia alta/medio- alta in Russia viene effettuata tramite grandi distributori che hanno come clientela soprattutto gli studi di architettura/di interior design e i negozi di vendite al minuto altamente specializzati (boutique del mobile); tramite piccoli punti vendita all'interno di centri commerciali, dove in un piccolo spazio si presentano i modelli di esposizione; show room, che non fanno parte di una catena commerciale con vendite di mobili di vari produttori (spesso su catalogo/ordinazione); alcuni negozi on-line, che spesso vendono gli oggetti di importazione solo su ordinazione e molti di questi negozi appartengono, comunque, ai grandi distributori.

Per quanto riguarda l'e-commerce di mobili italiani, in base alla situazione attuale, sul mercato russo non sono presenti "marketplace" adeguati a questa fascia di mobili. I principali "marketplace" plurisettoriali presenti in loco sono www.goods.ru, www.wildberries.ru, www.beru.ru, hoffmarketplace (annunciata l'apertura), i quali vendono mobili e complementi d'arredo di fascia medio-bassa/bassa con la merce che già è presente nel magazzino in Russia, di manifattura locale, bielorusa o asiatica.

I principali players locali, specializzati nell'importazione di mobili italiani, riferiscono che attualmente la maggior parte dei negozi on-line, appartengono a distributori, che hanno un proprio negozio o ufficio e sono in grado di importare il prodotto, preparare la documentazione per la certificazione e lo sdoganamento, effettuare il lavoro di montaggio (fase molto importante per il settore dei mobili). I loro negozi on-line lavorano più per attirare

i clienti a visitare il negozio/show-room dove poi preparare l'ordine, firmare il contratto con l'azienda italiana e seguire personalmente il cliente.

Si potrebbe avere qualche notizia sul settore specifico della cosmesi in Russia?

Nel 2019 il mercato dei prodotti per la cura della persona ha seguito il mutamento nelle priorità dei consumatori e, di conseguenza, nel loro comportamento d'acquisto. Tra i principali cambiamenti vi è una significativa riduzione della quota di spese per cosmetici e profumi e un aumento del costo dei cosmetici per il viso. Nell'ultimo anno, le vendite di prodotti per la cura del viso sono cresciute del 3% in valore. Inoltre, si è registrato un aumento dei prodotti cosmetici naturali e anti-age.

Nel 2019 la Russia ha importato oltre a 3 mld di euro di prodotti cosmetici e profumi dal Mondo (codice doganale 33). L'Italia è terzo Paese fornitore con 284,6 milioni di euro e il 9,2% del mercato. Per quanto riguarda i primi due mesi del 2020, l'Italia risulta essere quarto Paese fornitore di cosmetici e profumi con 36,4 milioni di euro e il 7,5% del mercato.

I principali ostacoli e difficoltà per le imprese straniere derivano dai processi di certificazione obbligatori: i prodotti cosmetici devono essere certificati (RT dell'Unione doganale euroasiatica n.009/2011 "Sulla sicurezza dei prodotti di profumeria e cosmesi") ed è necessario ottenere una dichiarazione di conformità alla normativa tecnica per lo sdoganamento e la commercializzazione sul territorio russo.

I negozi di profumeria stanno perdendo la loro posizione di leadership, lasciando il posto a discount e all'e-commerce. Quest'ultimo canale ha attratto nuovi clienti durante la quarantena per Covid 19 e ha segnato un aumento nelle vendite.

Mediante la registrazione al sito ICE (www.ice.it) sarà possibile accedere gratuitamente alla Nota di Mercato sulla cosmetica redatta dallo scrivente Ufficio.

Qual è l'attuale situazione dell'edilizia in Russia e dei componenti ecosostenibili per l'arredo?

Secondo i dati del Servizio statistico federale della Russia (Rosstat) il volume della messa in esercizio di immobili residenziali in Russia nel 2019 è stato pari a 82 milioni di metri quadrati, superiore dell'8,4% il dato analogo del 2018 (dati di fine marzo 2020).

La superficie totale di case a più piani costruite è pari a circa 43,5 milioni di metri quadrati (+0,7% nell'ultimo anno), mentre la superficie di tutte le case private individuali costruite è stata pari a 38,5 mln mq (+18,8%). Secondo il Ministero delle Costruzioni i risultati del 2019 sono stati positivi.

Stando al progetto nazionale «Abitazioni e ambiente urbano» entro il 2024 è previsto un aumento del volume annuale dell'edilizia residenziale fino a 120 mln mq. Si programma che alla fine della realizzazione del progetto saranno migliorate le condizioni di abitazione di circa 5 famiglie all'anno. Tuttavia, il volume delle costruzioni residenziali nel 2019 è significativamente dietro rispetto agli obiettivi fissati dal progetto nazionale.

Il 2019 è stato caratterizzato dall'aumento dell'attività di investimento nel mercato immobiliare. I volumi pre-crisi sono ancora lontani, ma gli esperti ritengono che la tendenza al rialzo si sia affermata e che abbia tutte le possibilità di svilupparsi nel 2020.

Secondo i dati di CBRE, il volume totale degli investimenti nel settore immobiliare in Russia nel 2019 è stato pari a 243 miliardi di rubli (3,3 miliardi di euro) che è il 34% in più rispetto al valore del 2018 in termini di rublo (181 miliardi di rubli).

Secondo i dati di JLL, la quota di investitori stranieri nel volume totale delle transazioni nel 2019 è stata pari al 26%, in diminuzione rispetto al 28% nel 2018 a riflettere la tendenza globale della riduzione degli investimenti esteri.

La stragrande maggioranza degli investimenti si registra tradizionalmente a Mosca di cui la quota è rimasta praticamente invariata: 67% contro 66% nel 2018. La quota di San Pietroburgo è aumentata dal 22% al 27%. Le transazioni con le attività regionali nel 2019 hanno avuto solo il 6% del totale.

Il numero massimo di progetti di investimenti nell'edilizia civile ed industriale risulta sempre nelle Regioni di Mosca e San Pietroburgo, che sono seguite da Regione di Krasnodar, Tatarstan, Bashkortostan, Primorsky Krai, Regione di Sverdlovsk, Regione di Novosibirsk, Regione di Rostov, Regione di Nizhny Novgorod.

Il mercato dei materiali per il rivestimento interni importati ha comunque vissuto una lenta ripresa negli ultimi quattro anni. La Russia continua a rappresentare la destinazione importante per il settore italiano dei materiali per edilizia, tradizionalmente importati dall'Italia (sanitari, piastrelle, marmi, pitture, porte, radiatori, rubinetteria, carta da parati, pitture e vernici, ecc.) che si conferma terzo fornitore per i materiali per rivestimento e per interni con una quota di mercato del 11%, superata solo dalla Cina e Bielorussia. In base ai dati delle Dogane russe la Federazione ha importato dall'Italia nel periodo gennaio-febbraio 2020 prodotti per 25,4 milioni di euro (226 milioni nell'anno intero 2019).

Nel settore dell'edilizia, il Made in Italy gode di forte prestigio e di una eccellente immagine in particolare nelle fasce medio-alta e alta del prodotto grazie all'utilizzo di tecniche produttive avanzate, al design, alla capacità di innovazione. Il mercato di materiali per il rivestimento interni importati ha vissuto una lenta ripresa dopo la crisi negli ultimi quattro anni. I Paesi che, secondo le rilevazioni doganali russe, hanno una quota di mercato superiore all'Italia ed esportano valori di beni e materiali da costruzione superiori, sono orientati soprattutto sulla fascia media o bassa dei consumi.

La concorrenza sul mercato di materiali da costruzione è forte in tutti i segmenti. Il prezzo assume grande importanza.

Tra i criteri determinanti ai fini di acquisto di prodotti italiani per l'edilizia e rivestimento interni sono attualmente: 1) prezzo del prodotto; 2) qualità del prodotto e assortimento; 3) tempi di forniture (soprattutto "su richiesta") e organizzazione delle consegne.

Le principali categorie di consumatori finali di materiali decorativi si possono così distinguere:

- 1) cittadini privati, prevalentemente proprietari di immobili di fascia medio-alta e alta,
- 2) architetti e interior designer russi che sono sempre stati molto ricettivi nei confronti delle soluzioni decorative italiane e materiali utilizzati di eccellenza e di straordinaria performance.
- 2) immobili commerciali e HoReCa, cioè centri commerciali, cinema, teatri, ristoranti, alberghi. L'acquisto in questo caso è deciso prioritariamente dall'architetto e dall'impresa di costruzione che seguono i lavori.

Le prospettive del mercato edilizio russo rimangono tra le più interessanti a livello non solo europeo. Ma va segnalato che a partire da fine marzo-aprile 2020 gli esperti prevedono un rallentamento nell'industria edile russa dovuto al recente calo dei prezzi del petrolio, ad una certa svalutazione del rublo e alle conseguenze della pandemia di COVID-19.

MATERIALI ECOSOSTENIBILI NEGLI ARREDI

La scelta di materiali ecosostenibili dipende dal consumatore. Si tratta in questo caso di un consumatore "maturo", che conosce l'offerta di mobili e complementi d'arredo anche all'estero, che si preoccupa di problemi ecologici, che sa che cosa chiedere e cosa viene venduto nel resto del mondo. Negli ultimi anni il consumatore russo acquisisce una consapevolezza ambientale sempre più elevata. Questo è valido piuttosto per le due capitali russe Mosca e San Pietroburgo con clientela più esigente e benestante.

Il 2017 è stato annunciato in Russia quale l'Anno dell'Ecologia. I progetti che riguardano la sostenibilità ecologica, sia nell'architettura che nelle diverse produzioni, stanno diventando sempre più richiesti ed attuali in Russia. Il Paese attualmente è indietro rispetto ai paesi europei nel campo della sicurezza ecologica, ma la tendenza sta migliorando per la sostenibilità nel futuro.

Il marmo naturale è sottoposto ad embargo?

Il marmo in Russia non è sottoposto all'embargo.

Una rapida analisi delle esportazioni italiane in Russia nel periodo febbraio-gennaio 2020 di prodotti lapidei evidenzia che l'Italia occupa il 2° posto con 1,84 mln di euro ed una quota di mercato del 13,89%, superata dalla Cina e (24.65% del mercato) e seguita dalla Turchia (13,75%).

A partire da fine marzo-aprile 2020 gli esperti prevedono un rallentamento nell'industria edile russa dovuto al recente calo dei prezzi del petrolio, alla svalutazione del rublo e alle

conseguenze della pandemia di COVID-19. I materiali da rivestimento come pietra naturale dall'Italia rimarranno comunque nelle fasce medio-alta e alta in cui sono posizionate oggi.

E' possibile avere un'idea di quello che sta accadendo nel mercato editoriale e come presumibilmente si evolverà nel corso dell'anno?

L'industria del libro ha dovuto affrontare nella situazione del COVID-19 la chiusura costretta delle librerie, che rappresentano oltre il 70% di tutte le vendite di libri. Case editrici, librerie e famosi scrittori russi si sono rivolti al governo russo con una lettera aperta in cui chiedono di adottare le misure di supporto per sostenere l'industria del libro. Più di 100 case editrici si sono rivolte all'Agenzia federale per la stampa con la proposta di misure di supporto statale per l'industria nella situazione pre-crisi.

Il 18 aprile scorso, il Governo della Federazione Russa ha incluso il settore "Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari" nell'elenco dei settori dell'economia russa che sono stati maggiormente colpiti dalla crisi a seguito della diffusione del coronavirus. Il settore include quindi anche il commercio del libro le librerie. L'inserimento del settore in questo elenco del Governo presume la possibilità di ottenere crediti a condizioni agevolate, dilazioni fiscali e contributivi e altre misure di sostegno.

Gli operatori del settore ritengono che la crisi del 2020 porterà inevitabilmente alla rottura di vecchi modelli di business e di standard di comportamenti.

Secondo il Presidente della più grande casa-editrice EKSMO-AST Oleg Novikova per più della metà delle librerie il calo del fatturato porterà alla chiusura e al fallimento. Il calo delle entrate e i pagamenti mancanti dalle librerie inciderà su editori e tipografie che perderanno rispettivamente circa 87 e 17 milioni di euro nel periodo marzo-giugno 2020.

Le mancate entrate finanziarie di canali come Book Retail e Federal Networks saranno pari al 75% del reddito mensile. Le perdite previste per il periodo marzo-giugno 2020 saranno pari al 25% del guadagno annuale. Ovviamente, anche le case editrici e le tipografie dovranno affrontare la sospensione dell'attività nel prossimo futuro.

Stanno invece aumentando le vendite di libri online.

Secondo i dati di Litres.ru (principale negozio di libri online) nel periodo dal 2 al 16 aprile il traffico sul loro sito è aumentato del 42% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Le vendite di Litres nel periodo dal 1 al 15 aprile sono aumentate del 53% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso