

# LA SPAGNA E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



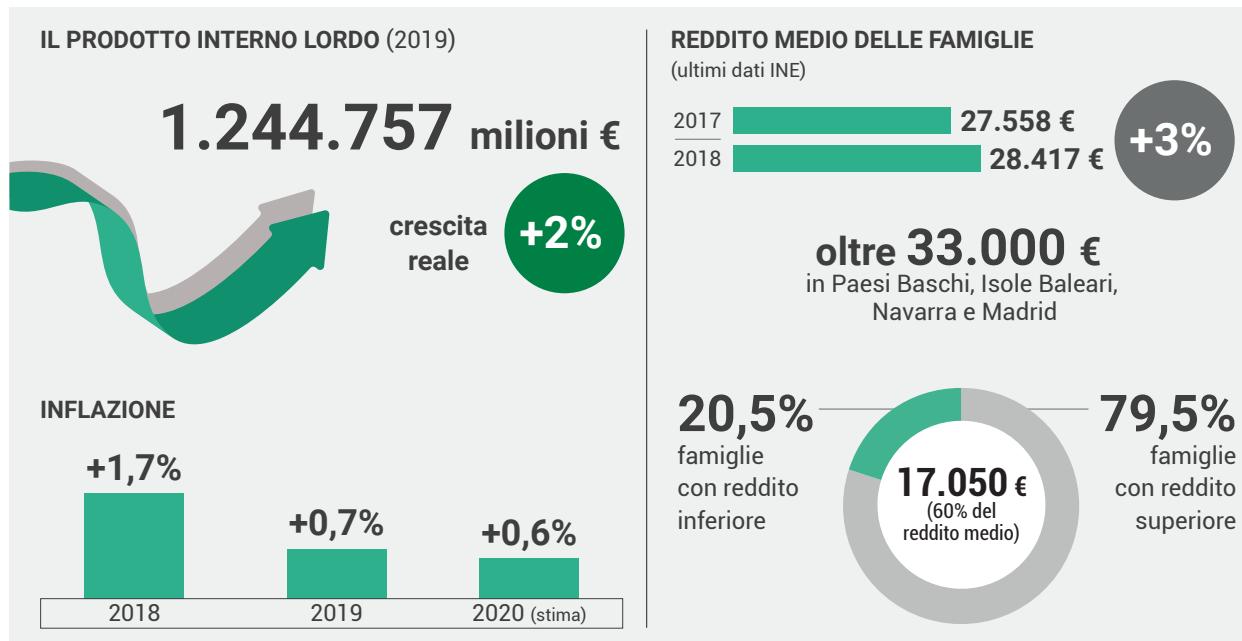
# SPAGNA: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

## Introduzione

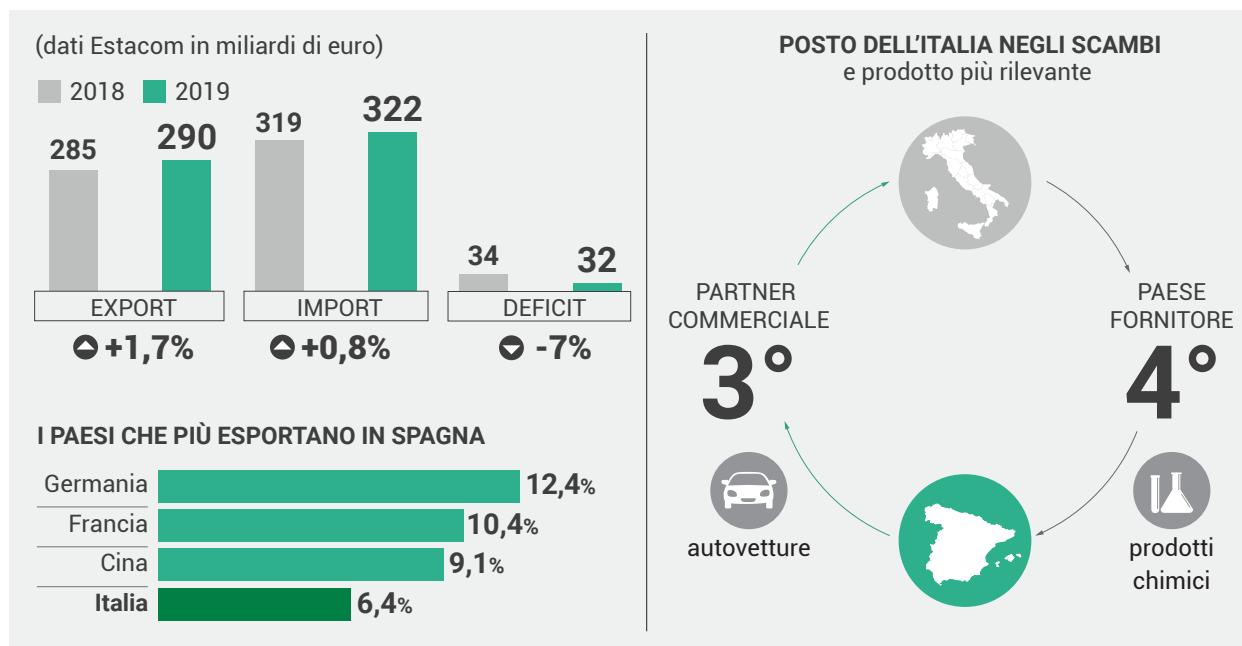
### Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

La Spagna occupa il 13° posto nel ranking delle economie mondiali e il 5° a livello europeo (dati FMI). È anche uno dei mercati europei più attraenti con 47 milioni di potenziali consumatori e 80 milioni di turisti ogni anno. Considerata la porta di accesso ad America Latina e Nord Africa, le sue comunicazioni sono favorite da infrastrutture ultramoderne. Possiede due dei maggiori aeroporti d'Europa (Madrid e Barcellona), è il 3° paese in Europa per trasporto aereo dei passeggeri, il 1° in Europa per lunghezza delle autostrade, il 1° in Europa e il 2° al mondo per lunghezza delle linee ferroviarie ad Alta Velocità. La Spagna occupa la 23ª posizione nella classifica della competitività globale (World Economic Forum), era 26ª nel 2018. Infine occupa la 30ª posizione nel rating "Doing Business 2020" della Banca Mondiale.

Snapshot dei principali dati macroeconomici



## GLI SCAMBI COMMERCIALI DELLA SPAGNA



(Fonte: Estacom – Statistiche di commercio estero ICEX España Exportación e Inversiones)

### Cenni sul quadro normativo regolamentare; rilievo barriere doganali ed ostacoli al commercio

Il Mercato Unico Europeo è uno spazio in cui viene garantita la libera circolazione di persone, beni, capitali e servizi. I paesi, tra cui la Spagna e l'Italia, che ne fanno parte hanno abolito i dazi e i controlli doganali alle frontiere interne, uniformando gran parte delle loro normative. La nozione di import/export viene così circoscritta alle spedizioni di merci verso e da paesi terzi. Inoltre, nei rapporti commerciali degli Stati membri con i paesi terzi viene applicato il codice doganale dell'Unione (Regolamento (UE) 952/2013 del 9 ottobre 2013).

## Informazioni di tipo contingente

### Breve illustrazione di eventuali trend o eventi di particolare rilevanza nel mercato di riferimento

- Il **commercio elettronico** mantiene ritmi di crescita molto elevati. Questo canale di vendita supera i 40 miliardi di euro con crescite annuali di circa il 30%. La rapidità nelle consegne è un fattore essenziale.
- **Integrazione tra i canali fisici di vendita e i canali digitali**. I dettaglianti stanno trasformando i propri modelli di business. La **realtà virtuale (VR)** e la **realtà aumentata (AR)** sono in rapida espansione in Spagna.
- La **servitizzazione** come strumento di innovazione per le imprese spagnole. Si prevede una crescita mantenuta di questa tendenza in Spagna al fine di favorire il passaggio da un modello incentrato sul prodotto ad uno incentrato sul servizio. Rappresenta, inoltre, un elemento di differenziazione/fidelizzazione soprattutto per quanto riguarda le commodities.

## Istruzioni per affrontare il mercato / accedere

**Presentazione degli aspetti normativi nazionali (e, ove presenti, locali): sistemi doganali, forme di pagamento, norme igienico-sanitarie, standard qualitativi, norme su etichettatura. Focus su eventuali accordi commerciali**

Tutta la Spagna (escluse le città di Ceuta e Melilla nel Nord Africa) fa parte del territorio doganale UE. Le Canarie (Regione Ultraperiferica Europea) hanno norme fiscali e doganali specifiche [canaryislandshub.com](http://canaryislandshub.com). Il commercio tra Ceuta e Melilla ed il territorio doganale UE è previsto dal Regolamento (CE) n.82/2001 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A32001R0082>. La suddivisione dello Stato in 17 regioni autonome con competenze legislative (in materie come commercio, industria) rappresenta una difficoltà per gli operatori economici; la Legge 20/2013 [www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12888](http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12888) stabilisce il principio di unicità del mercato per evitare duplicità amministrative nelle varie regioni [www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/gum](http://www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/gum). Le forme di pagamento in Spagna non differiscono da quelle accettate a livello internazionale (crediti documentari, bonifico bancario, remessa documentaria ...). La legislazione spagnola si adegua alla normativa comunitaria sia in materia igienico-sanitaria che di etichettatura.

### Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

La grande distribuzione ed il franchising sono canali fortemente sviluppati in Spagna, con una posizione di dominio dei supermercati. La possibilità di acquisti on line viene offerta dalla totalità dei principali operatori della grande distribuzione (Mercadona, Carrefour, Lidl, Alcampo, Dia). I punti vendita tradizionali continuano ad avere una presenza significativa nell'acquisto di prodotti alimentari freschi, pur evidenziando una perdita progressiva di quota. Nella distribuzione alimentare all'ingrosso i cosiddetti "Mercas" (mercati centrali) hanno un ruolo prioritario (8,8 milioni di tonnellate e 16.600 milioni di euro nel 2019).

La distribuzione di abbigliamento è dominata dai grandi retailers spagnoli come Inditex, Mango, Desigual che hanno anche una forte presenza a livello internazionale. Nella grande distribuzione specializzata in bricolage e fai-da-te i principali operatori sono le catene francesi Leroy Merlin e Bricomart.

### Percezione dei prodotti italiani da parte dei consumatori: *strengths and weaknesses*

#### **Strengths:**

- Il prodotto italiano gode di buona immagine: design, qualità, esclusività sono fattori legati ai brand italiani con presenza consolidata in Spagna.
- La tecnologia e le attrezzature italiane sono apprezzate in Spagna. Fattori qualificanti del prodotto italiano sono: innovazione, minor consumo energetico, automatizzazione, capacità di adeguamento alle necessità dei clienti.

#### **Weakness:**

- Rafforzare la logistica per evitare problemi nei tempi di consegna.
- Costi superiori all'offerta già presente sul mercato spagnolo.
- Assenza della versione in spagnolo dei siti web di molti produttori italiani.
- Forte concorrenza nella quasi totalità dei settori data la presenza sul mercato dei principali produttori internazionali e di un'offerta nazionale di elevato livello.

### Cross cultural management and business etiquette: gestire gli aspetti culturali del Paese, declinare e adattare la comunicazione online e offline dell'azienda

L'Italia e la Spagna offrono molte similitudini culturali e non esistono ostacoli rilevanti che possano incidere negativamente sulla risposta del consumatore spagnolo all'offerta di prodotti italiani. Tuttavia, entrambi i paesi sono produttori di primo livello in alcuni settori (agroalimentare ad esempio) e le difficoltà di penetrazione vengono date soprattutto dall'esistenza di un'offerta domestica di qualità che compete in condizioni vantaggiose a livello di presenza sul mercato e di prezzo. Anche nell'ambito dei rapporti imprenditoriali si osservano molte similitudini, il rapporto di fiducia tra fornitore e cliente continua ad essere rilevante; le strutture aziendali, tradizionalmente gerarchiche, stanno evolvendo verso un'organizzazione orizzontale e trasversale di ruoli e competenze soprattutto nell'ambito delle imprese tecnologiche e startup.

### L'utilizzo del digitale nel mercato di riferimento: focus su social network e Marketplace

In Spagna 25,5 milioni di persone tra i 16 ed i 65 anni utilizzano le reti sociali. Whatsapp capeggia il ranking con una quota dell'88%, seguita da Facebook (87%), YouTube (68%) e Instagram (54%). Gli utenti delle reti sociali sono clienti multicanale e lo smartphone è il dispositivo più utilizzato per l'accesso.

Le reti sociali hanno anche un ruolo importante nell'e-commerce, il 55% degli utenti si informa presso le reti sociali prima di fare acquisti. Le opinioni degli utenti digitali su marchi, prodotti, servizi incidono direttamente sulla reputazione aziendale. I marketplace stanno diventando in Spagna il principale canale d'acquisto on line. Il volume di utenti supera i 18 milioni e la spesa media si aggira sui 557 euro/anno. Amazon è il marketplace più utilizzato in Spagna, seguito da Ebay, AliExpress, El Corte Inglés e Carrefour.

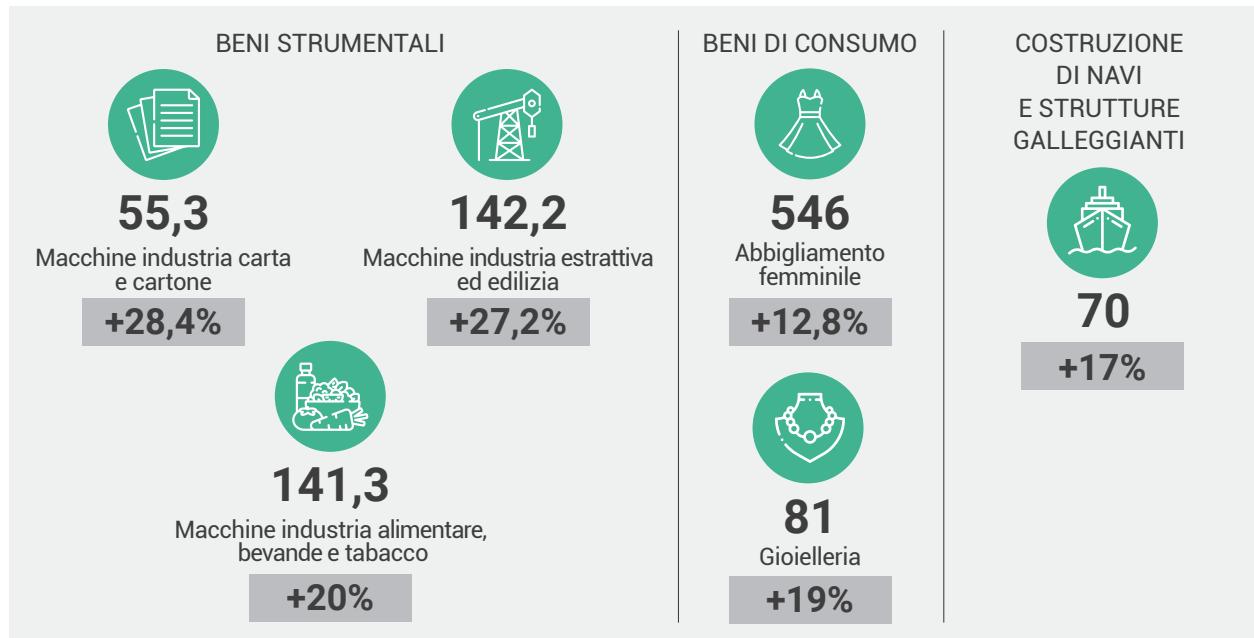
## Opportunità per mercato-settore / crescere

Trend di mercato: settori con elevata crescita e opportunità di ingresso per i prodotti italiani

### I SETTORI PIÙ INTERESSANTI PER L'ITALIA

	Beni strumentali	Beni di consumo	Costruzione navi e strutture galleggianti
<b>Posizione dell'Italia tra i Paesi fornitori della Spagna</b>	<b>4<sup>a</sup></b> dopo Germania, Cina e Francia	<b>2<sup>a</sup></b> dopo la Cina	<b>3<sup>a</sup></b>
<b>Import dall'Italia in milioni di euro nel 2019 (nel 2010)</b>	<b>6.000</b> (4.200)	<b>3.700</b> (3.200)	<b>70</b> (2)
<b>Quota sull'import spagnolo di settore nel 2019</b>	<b>8,7%</b>	<b>7,6%</b>	<b>17%</b>
<b>Import spagnolo in miliardi di euro nel 2019 (nel 2010)</b>	<b>68,7</b> (48,2)	<b>48,8</b> (35,5)	<b>0,41</b>

SOTTOSETTORI CON MAGGIORI CRESCITE PER L'EXPORT ITALIANO 2019 (Cifre in milioni di euro)



### Indicazioni per settori su andamento domanda e concorrenza degli altri partner commerciali

- Andamento positivo delle vendite italiane agroalimentari (+5,6% nel 2019), tuttavia la bilancia commerciale bilaterale continua ad essere deficitaria per l'Italia. Le tendenze del consumo puntano su prodotti premium, biologici, privi di allergeni, salutari e su porzioni più personalizzate e riduzione di zuccheri, sali e grassi saturi. Maggiore interesse dei consumatori per i prodotti sostenibili "eco-friendly".
- Crescita della domanda del settore moda negli ultimi tre anni (Import spagnolo +6,4% nel 2019). L'Italia si mantiene come primo fornitore europeo di moda sul mercato spagnolo. Forte concorrenza dei paesi asiatici (Cina, Bangladesh e Turchia primi tre fornitori nel 2019).
- Trend positivo degli acquisti spagnoli di beni strumentali italiani. L'Italia si mantiene come 4° fornitore preceduta nell'ordine da Germania, Cina e Francia. Nel segmento del confezionamento/imballaggio, l'Italia si colloca in prima posizione con una quota sul totale import spagnolo di circa il 18%.

### Strumenti governativi per attrazione degli investimenti esteri e opportunità di gare internazionali

- Gli investitori hanno a disposizione consulenza e strumenti governativi di supporto all'attrazione degli IDE sia a livello statale che regionale ([www.investinspain.org](http://www.investinspain.org)).
- La Spagna occupa il 9° posto a livello mondiale tra i paesi più aperti in materia di regolamentazione degli investimenti internazionali (*OCDE FDI Regulatory Restrictiveness Index*).
- Più di 12.300 aziende estere di tutti i settori economici hanno presenza in Spagna.
- Sistema di aiuti ed incentivi a livello statale e regionale che privilegiano i progetti a favore del lavoro a tempo indeterminato e gli investimenti in attività di ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica.
- Opportunità di investimento nel settore delle energie rinnovabili. Nel 2019 la Spagna ha occupato i primi posti nel ranking europeo dell'energia solare (4,7 GW di nuovi impianti / 28% del totale UE) e dell'energia eolica (2,3 GW di nuovi impianti / 15% del totale UE). Il programma di transizione energetica spagnola è stato valutato dalla Commissione Europea come uno dei più ambiziosi dell'UE.

## L'attività di supporto e promozione di Agenzia ICE

Principali servizi erogati dalla Rete estera (riferimento catalogo servizi) con focus su aziende servite, tipologia di servizi erogati, presentazione eventuali desk (FDI, Startup, Ostacoli al commercio e Anticontraffazione etc)

L'Ufficio ICE di Madrid, come tutta la rete di uffici all'estero, offre un'ampia gamma di servizi per conoscere e crescere nei mercati spagnolo e portoghese. Il Nuovo Catalogo dei Servizi ICE (in vigore dal 1° aprile 2020) semplifica e rende ancora più fruibile l'offerta a favore delle aziende italiane [www.ice.it](http://www.ice.it)

Tra i servizi per conoscere i mercati iberici sono disponibili, tra l'altro, informazioni on line sull'andamento congiunturale spagnolo e portoghese, notizie economiche/commerciali, note settoriali. Su richiesta possono essere forniti: dossier di base sulle potenzialità di prodotti/servizi (servizio "Il tuo prodotto sul mercato"), elenchi di professionisti locali, soluzioni stragiudiziali per le controversie, informazioni su normativa fiscale e legale. Il servizio di "Ricerca clienti e partner esteri" è quello più richiesto dalle aziende italiane per crescere nei mercati spagnolo e portoghese. L'attività ICE presso il mercato spagnolo conta anche con una sezione dedicata all'attrazione di investimenti verso l'Italia (FDI Unit).

### Programma di iniziative promozionali ICE per il Paese nel secondo semestre del 2020

L'attuale situazione di emergenza sanitaria (Covid-19) ha modificato le date di svolgimento inizialmente previste per eventi/fiere ed in alcuni casi non sono state ancora fissate le nuove date.

- Collettiva italiana alla Fiera **VALMONT BARCELONA BRIDAL FASHION** settore sposa e cerimonia – Barcellona 8/14 giugno 2020
- Collettiva italiana alla Fiera **CONNECTA** settore audiovisivo – Pamplona 22/25 giugno 2020
- Collettiva italiana alla Fiera **ALIMENTARIA** sett. Agroalimentare/bevande – Barcellona 14/17 settembre 2020
- Collettiva italiana alla Fiera **FRUIT ATTRACTION** settore ortofrutticolo – Madrid 20/22 ottobre 2020
- Collettiva italiana al **Web Summit** – Lisbona 2-5 novembre 2020
- Collettiva italiana alla Fiera **Smart City** – Barcellona 17-19 novembre 2020
- Incoming di giornalisti/associazioni spagnoli e portoghesi all'evento **Print4All** settore macchine per l'industria grafica – Milano, date da fissare
- Incoming di operatori all'evento **ON THE ROAD TO MARMO+MAC** settore lapideo, date da fissare
- Incoming di operatori spagnoli e portoghesi alla fiera **MACFRUT** settore ortofrutticola – Rimini 8/10 settembre 2020

- Incoming di operatori spagnoli e portoghesi alla Fiera **VINITALY INTERNATIONAL ACADEMY** settore enologico – Verona, date da fissare
- Incoming di operatori e giornalisti spagnoli e portoghesi al **FOCUS ON THE MEDITERRANEAN GOLD/IL TARÌ** settore gioielleria – Caserta novembre 2020
- Incoming di operatori e giornalisti all'evento **MODA NAPOLI** sett.moda/accessori – Napoli, novembre 2020
- Campagna pubblicitaria presso il mercato spagnolo a favore della fiera italiana **BIMU** macchine utensili
- Campagna pubblicitaria presso il mercato spagnolo a favore della fiera italiana **EMO** macchine utensili
- Workshop **FORUM DEL LIBRO** settore editoria – Madrid ottobre 2020



---

[www.ice.it](http://www.ice.it)

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 