

I PAESI BASSI E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



PAESI BASSI: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

Introduzione

Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

I Paesi Bassi sono una Monarchia parlamentare con capitale Amsterdam. Stato fondatore dell'Unione Europea, contano 17,3 milioni di abitanti (2019) su una superficie di 41.528 kmq che ne fanno, se si escludono alcuni microstati, il Paese europeo a più alta densità di popolazione (414 abitanti per kmq, oltre il doppio dell'Italia). Adottano il sistema metrico decimale e l'Euro. Aderiscono all'ONU, alla NATO, all'OCSE, al WTO, all'OSCE e all'FMI.

Occupano il quarto posto nel ranking 2019 del Global Competitiveness Index del World Economic Forum, primo Paese UE e in miglioramento di due posizioni rispetto all'anno precedente e registrano il terzo PIL pro capite PPA dell'Unione Europea dopo Lussemburgo e Irlanda (IMF, 2019). Economia tradizionalmente aperta, rappresentano il quinto paese esportatore al mondo (WTO, 2018), il secondo nella UE dopo la Germania. Hanno totalizzato oltre 20 milioni di presenze di turisti dall'estero nel 2019, turisti che hanno speso in beni e servizi 17 miliardi (CBS Statistics Netherlands).

Snapshot dei principali dati macroeconomici

Il PIL nominale (2019) è stato pari a 812 miliardi di euro, in crescita reale dell'1,8% rispetto al 2018, al di sopra della media UE pari a 1,2. Esso è generato per l'80,4% dai servizi, per il 17,9% dall'industria e per l'1,6% dall'agricoltura (World Bank, 2018). Nel primo trimestre 2019, il PIL aveva registrato un aumento del +1,8% rispetto al trimestre precedente, mentre le stime per il 2020 elaborate dalla commissione UE prevedono un calo del 6,8% (meno marcato della media UE del 8,3%) con rimbalzo 2021 del 4,6%.

Il tasso d'inflazione 2019 è stato del 2,7%, mentre il tasso di disoccupazione è stato pari al 3,4%. Il reddito medio disponibile delle famiglie (CBS, Statistics Netherlands, 2018) è pari a 42.100€.

Le sue esportazioni totali sono pari a 516 miliardi di euro, in crescita del 3,6% rispetto all'anno precedente, mentre le importazioni assommano a 460 miliardi circa, +4,2% (CBS, 2019).

Il saldo delle partite correnti è tradizionalmente ampiamente attivo, pesando mediamente negli anni 2000 per il 6% del PIL, ed è per i 4/5 legato al traffico merci. Il fenomeno delle riesportazioni è stimato pesare per il 50% sul totale (Oxford Economics, 2019). Le previsioni UE prevedono per il 2020 un calo delle importazioni dell'11,2%, con rimbalzo dell'8% nel 2021, mentre per le esportazioni si prevede rispettivamente un -10,6% e un +7%.

Le esportazioni italiane sono state nel 2019 pari a 11,8 miliardi (+1,5%, ottavo fornitore), le importazioni a 23 miliardi (+1,4%, sesto cliente), secondo i dati dell'ISTAT. Nei primi quattro mesi del 2020 (ultimo dato disponibile) le esportazioni sono diminuite del 2,6% a 3,7 miliardi di euro rispetto allo stesso periodo del 2019, dato significativamente meno negativo sia rispetto a quello complessivo mondo (-11,8%), sia rispetto a quello riferito alla zona euro (-10,5%).

Le importazioni hanno subito una contrazione del 5,4%, con conseguente, leggero miglioramento del saldo. Da notare che, nei primi due mesi dell'anno, nell'era pre-Covid cioè, il nostro export aveva segnato un +12,9%.

Il valore stimato degli interventi a sostegno dell'economia e delle imprese nel periodo di crisi è stimato in 70 miliardi di euro, pari a circa il 9% del PIL.

Rating (ultimo dato disponibile): S&P e Fitch AAA, Moody's Aaa

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

I Paesi Bassi fanno dell'Unione Europea e dell'area Schengen e garantiscono quindi ampia libertà di movimento per persone, merci, servizi e capitali; nel periodo del *lockdown* non si sono peraltro registrati particolari problemi per quanto riguarda la circolazione delle merci. I Paesi Bassi applicano la tariffa doganale comune per le importazioni da Paesi terzi.

Alcuni caratteri distintivi del Paese

- **1. Paesi Bassi “digital frontrunner”**: primo Paese UE insieme alla Danimarca sulla base del “digitalisation index” elaborato dalla BEI (aprile 2020); il tasso di digitalizzazione è al di sopra della media UE in particolare per quanto riguarda utilizzo di piattaforme, IoT (internet of things) e big data
- **2. Paesi Bassi “hub per R&D e innovazione”**: sei cluster ad elevato grado di integrazione fra centri di ricerca / università, industria e pubblica amministrazione:
 - Amsterdam – Utrecht (multimedia, software, gaming, fashion, life sciences, finanza)
 - Rotterdam – L'Aja – Delft – Leiden (Life sciences, cybersecurity, telecom)
 - Arnhem – Nimega - Wageningen (health, food)
 - Eindhoven (high tech, automotive, hardware – elettronica: è l'area con il più elevato numero di brevetti pro capite al mondo)
 - Groningen (data centers, healthy ageing)
 - Chemelot – Maastricht (chimica, nuovi materiali, life sciences)
 - Twente (nanotecnologie, hardware manufacturing, computer science)

- **3. Paesi Bassi “agri food powerhouse”:** secondo esportatore al mondo dopo gli USA ospitano sul proprio territorio dodici delle più importanti aziende multinazionali del settore con propri impianti produttivi e centri di R&D (Cargill, Heinz, Unilever, Danone, etc.); importantissimo il settore della floricoltura e dell'orticoltura.

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

I Paesi Bassi aderiscono al SEPA (Single Euro Payments Area). L'ente nazionale di normalizzazione è il NEN (https://www.nen.nl/Home_EN.htm). È obbligatorio il marchio CE, mentre le etichette dei prodotti, in conformità alle normative UE, devono essere in neerlandese.

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

I Paesi Bassi rappresentano un mercato complesso soprattutto in relazione alla competizione molto elevata (sia da parte di produttori esteri, sia da parte di produttori italiani) e al fatto che il *buyer* è mediamente molto informato, esigente e molto attento all'elemento prezzo. Questo vale per tutti settori, anche per i beni industriali e strumentali.

Per i beni di consumo, l'agroalimentare e i vini l'accesso al mercato avviene attraverso gli importatori e i distributori, che a loro volta servono il dettaglio specializzato, il settore *horeca* e a volte anche la GDO.

In alcuni casi il dettaglio specializzato, soprattutto se si tratta di piccole catene, acquista direttamente.

I canali distributivi per i beni industriali e strumentali sono quelli tradizionali e possono variare a seconda della tipologia di prodotto: importatori/grossisti, distributori, agenti, filiali commerciali, acquisti diretti B2B. Il canale più diretto e meno costoso tenderà, in linea generale, ad essere privilegiato, visto che anche in quest'ambito il prezzo e gli elementi di essenzialità / funzionalità sono molto importanti: caratteristiche tecniche superflue, sia in termini di funzionalità, sia di design potrebbero non essere apprezzate.

La grande distribuzione (GDO) occupa un posto di tutto rilievo nella struttura distributiva. Le principali catene sono Albert Heijn, che fa parte del gruppo Ahold Delhaize, e Jumbo, che da soli detengono una quota di mercato superiore al 50%, rispettivamente il 34,9% e il 21% per quanto riguarda il *food* (Nielsen, 2019). In termini di fatturato complessivo (Statista, 2018), il gruppo Ahold Delhaize vale 13,1 miliardi di euro, mentre Jumbo ha superato i 7 miliardi di euro. Fra i *discount*, le insegne principali sono Lidl, con una quota di poco superiore al 10% complessivo, e Aldi con circa il 6% (Nielsen, 2019). L'accesso alla grande distribuzione può avvenire attraverso gli importatori, ma anche direttamente. In questo secondo caso, tuttavia, è ancora più importante avere capacità di fornitura e prezzi adeguati.

Esiste un *sistema fieristico di livello internazionale*, concentrato in particolare ad Amsterdam, che offre tanti appuntamenti di rilievo in molti settori diversi: partecipare ad una grande fiera nei Paesi Bassi può rappresentare un investimento ad elevato ritorno non solo per il mercato olandese, ma per quelli limitrofi e, almeno in alcuni ambiti come *private label* e nautica, anche più lontani.

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

Con oltre 11 milioni di presenze nel 2018 (dati ISTAT), i Paesi Bassi rappresentano il quarto paese europeo di provenienza dei turisti in Italia (dopo Germania, Francia e UK) e il quinto al mondo anche dopo gli USA. Altissimo quindi l'interesse per il nostro Paese, la sua cultura, ma naturalmente anche per tutto quanto è Made in Italy, nel mangiare, nel bere, nel vestire, nell'arredare. Se si guarda inoltre ai dati di interscambio (vedi oltre), l'Italia è molto apprezzata anche per i suoi beni industriali e strumentali e per la sua industria chimico-farmaceutica.

Punti di forza: la reputazione del brand “made in Italy”, la flessibilità di approccio alle trattative commerciali e la capacità di elaborare soluzioni ad hoc per il cliente.

Punti deboli: la comunicazione, la logistica (in particolare nei rapporti con la GDO), la non sempre adeguata digitalizzazione/multicanalità, a volte la qualità percepita in relazione al prezzo.

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

Concreti e puntuali, gli olandesi sono solitamente molto diretti e non amano tergiversare (PLMA la principale fiera al mondo per il *private label* dura solo due giorni). Ma gli olandesi sono anche aperti, creativi, con attitudine imprenditoriale e internazionale. Si stima che il 90% di loro parli correttamente inglese.

Canali digitali: gli utilizzatori di internet sono circa 16,4 milioni, ben oltre il 90% della popolazione. 13,5 milioni effettuano acquisti *on line*, il 35% di questi via *smartphone* (Statista, 2019). Il sistema di pagamento di gran lunga più utilizzato è iDEAL, sistema di pagamento *on line* sviluppato da un network di banche olandesi (ABNAmro, ING, Rabo-Bank, etc.). Nel 2019 il valore delle vendite *on line* ha raggiunto i 25,8 miliardi di euro.

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

I principali cinque *marketplace* per fatturato (Statista, 2018) sono

- **bol.com** (1,64 miliardi di euro)
- **Coolblue** (1 miliardo)
- **Albert Heijn** (565 milioni)
- **Zalando** (550 milioni)
- **wehkamp.nl** (530 milioni)

Da marzo 2020 è attiva la piattaforma neerlandese di Amazon (amazon.nl), che era nel 2018 la sesta piattaforma per fatturato nella sua versione .de (350 milioni). Nell'ambito di un sondaggio condotto da consultancy.nl nel 2018, il 3% degli intervistati ha indicato di aver acquistato almeno una volta un prodotto italiano, mentre il 45% ha citato la Cina, il 26% la Germania, il 21% il Regno Unito, il 6% la Francia.

Opportunità per mercato-settore / crescere

I settori individuati come prioritari dal Governo dei Paesi Bassi sono i seguenti:

- **Agri&Food**
- **Chimico**
- **Industrie creative (comunicazione, media, broadcasting, fashion)**
- **Energia**
- **Sistemi e materiali high-tech**
- **Logistica**
- **Life Sciences & Health**
- **Orticoltura**
- **Settore dell'“acqua”, in senso ampio: trattamento, processi, drenaggio, ecc. e nautica-cantieristica**

Si tratta di settori caratterizzati da elevata produttività del lavoro, forte contributo alle esportazioni e importanti investimenti in R&S. Ciascuno dei settori indicati, in particolare per le aziende che offrono tecnologie e beni strumentali rappresenta un settore-opportunità.

Nel 2019, una delle componenti dell'export italiano che si è mostrata particolarmente dinamica è stata quella dei “prodotti alimentari, bevande e tabacco” che hanno segnato un +4,3% a 1,24 miliardi di euro: all'interno del comparto molto bene il vino (+8,8%), il lattiero caseario (+10.6), il caffè (+15,2%) e l'olio evo (+2,2%).

Bene anche i macchinari e apparecchi nca (+5,4% a 1,76 miliardi), seguiti dagli articoli farmaceutici e chimico-medicali (+7,3% a 1,16 miliardi) e gli articoli in gomma e materie plastiche (+3,9% a 484 milioni). Meno bene il tessile abbigliamento che segna un -5,6%, ma resta molto importante in valore assoluto, con l'export italiano oltre il miliardo di euro (dati ISTAT).

Un cenno a parte merita il **biologico**: il numero di imprese del settore è passato da 56.726 del 2018 a oltre 69.000 nel 2019. Il valore complessivo del mercato ha superato nel 2018 (ultimo dato disponibile) 1,6 miliardi di euro, in crescita dell'8,4% rispetto al 2017 (2019, Bionext).

La **nautica** infine rappresenta uno dei settori di punta dell'industria olandese, fornendo un contributo fondamentale all'economia nazionale sia in termini occupazionali che in valore aggiunto generato, con un fatturato totale che, nel 2018, ha registrato un incremento di circa 400 milioni di euro rispetto al 2017, raggiungendo i 7,3 miliardi. Il settore impiega quasi 30.000 unità (+4% rispetto al 2017).

L'interscambio dei Paesi Bassi è prevalentemente orientato all'interno della UE. È quindi all'interno della UE che si trovano i principali Paesi concorrenti. Per l'agroalimentare e i vini si tratta in particolare di Francia e Spagna (e anche di Germania per lattiero-caseario e carni lavorate), mentre per i beni industriali e strumentali e il chimico-farmaceutico è la Germania a rivestire un ruolo da protagonista: non a caso è di gran lunga il principale Paese fornitore con una quota di mercato pari a circa il 20%.

Investimenti esteri: i Paesi Bassi sono nel cuore di un'area ad elevatissimo livello di reddito, con un sistema di infrastrutture di primissimo ordine; Rotterdam è il primo porto europeo per movimentazione container, Amsterdam Schiphol è il terzo aeroporto in Europa e undicesimo al mondo per traffico passeggeri, terzo in Europa e ventesimo al mondo per traffico commerciale (2019); la rete ferroviaria, con i suoi 3.223 km, innerva in maniera capillare l'intero territorio. Stabilità politica, regime fiscale competitivo, forza lavoro qualificata, integrazione fra università, centri di ricerca e industria completano il quadro di un Paese molto favorevole per gli investimenti. Ottavi nella graduatoria 2019 di *Transparency international*, quarti UE dopo Danimarca, Finlandia e Svezia e prima della Germania, nel 2018 (ultimo dato disponibile, UNCTAD) i Paesi Bassi sono stati il sesto investitore al mondo e il quinto per IDE in entrata.

Operano nel Paese, fra gli altri: BASF, Bloomberg, Cisco, Danone, Embraer, Fujifilm, GlaxoSmithKline, Johnson & Johnson, Kikkoman, MarketAxess, SABIC, Tata Consultancy Services.

Per l'accesso alle gare, la risorsa da utilizzare è Tender Ned (<https://www.tenderned.nl/cms/english>)

L'attività di supporto e promozione di ICE

Per i servizi sul mercato dei Paesi Bassi il riferimento è il Nuovo Catalogo in vigore dal 1° aprile 2020. Il ventaglio di servizi è ampio, ma si concentra sulle informazioni generali e l'inquadramento del mercato per settori, sull'individuazione di potenziali partner attraverso la fornitura di profili di operatori commerciali oppure attraverso la ricerca di clienti condotta direttamente dall'Ufficio per conto dell'azienda richiedente. È possibile inoltre avere informazioni di carattere tecnico, riferimenti di professionisti locali e informazioni riservate sulle aziende estere.

Nei primi 5 mesi dell'anno si è registrato un incremento di quasi il 50% delle richieste di assistenza rispetto allo stesso periodo del 2019. I servizi più richiesti sono i profili operatori esteri, le ricerche clienti e partner e le indagini di mercato. Circa il 40% delle richieste provengono da aziende del settore agroalimentare e dei vini, il 20% dal settore dei beni di consumo (tessile abbigliamento e arredo), la restante parte dai settori dei beni industriali e strumentali e del chimico-farmaceutico.

Attività promozionale secondo semestre 2020 – primo trimestre 2021:

- **MACFRUT digital** (filiera dell'ortofrutta), 8 – 10 settembre 2020, organizzazione di delegazione di buyer e supporto al reclutamento di espositori
- **METSTRADE** (accessoristica per la nautica), Amsterdam, 17 – 19 novembre 2020 (collettiva ICE – Confindustria Nautica con circa 70 aziende)
- **IDFA International Documentary Film Festival** (audiovisivo/documentari), Amsterdam, 18 – 29 novembre (supporto ICE alla partecipazione italiana)

- **PLMA** (principale evento al mondo per il private label), Amsterdam, *2 – 3 dicembre 2020*, (collettiva ICE con circa 200 aziende), si tratta dell'edizione originariamente prevista a maggio 2020
- **BELLAVITA Amsterdam** (agroalimentare e vini), *11 – 13 gennaio 2021* (supporto ICE ad una collettiva di circa 40 aziende all'interno della fiera internazionale HORECAVA, in collaborazione con Cibus e Vinitaly)
- **BIOBEURS** (bio – organico), *Zwolle, 20 – 21 gennaio 2021* (collettiva ICE con circa 20 aziende): si tratta di una novità per un settore che si conferma molto promettente e in crescita anche per il 2020 – 21

L'Ufficio ICE di Bruxelles organizza inoltre tradizionalmente, anche per i Paesi Bassi, delegazioni di buyer ad alcune importanti fiere italiane:

- **Cibus**
- **Vinitaly**
- **Macfrut**
- **MIDO**
- **WHITE**
- **Milano Moda Uomo**
- **FILO**
- **OroArezzo**
- **Cibustech**
- **Cersaie**
- **Vitrum**
- **Marmo+Mac**



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 