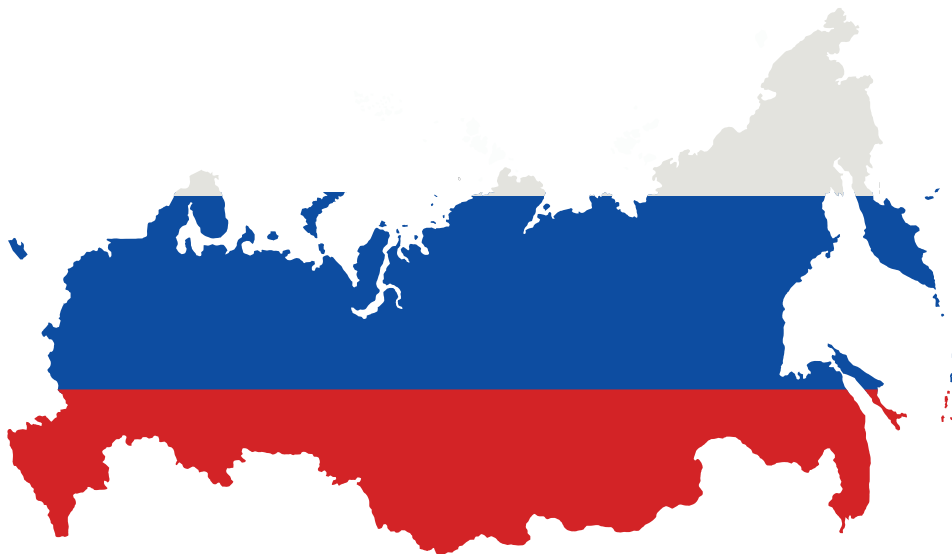


LA RUSSIA E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



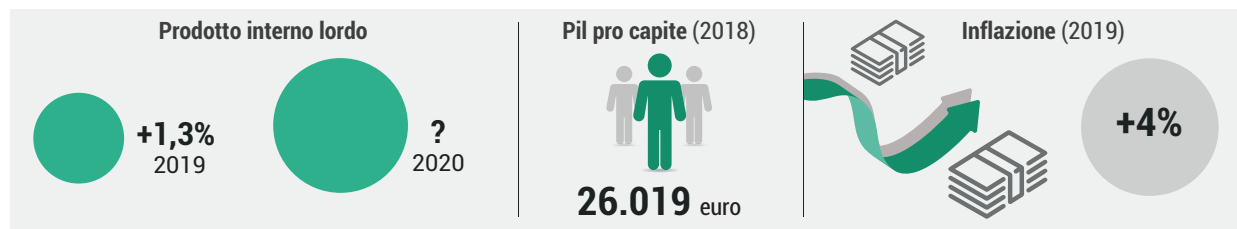
RUSSIA: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

Introduzione

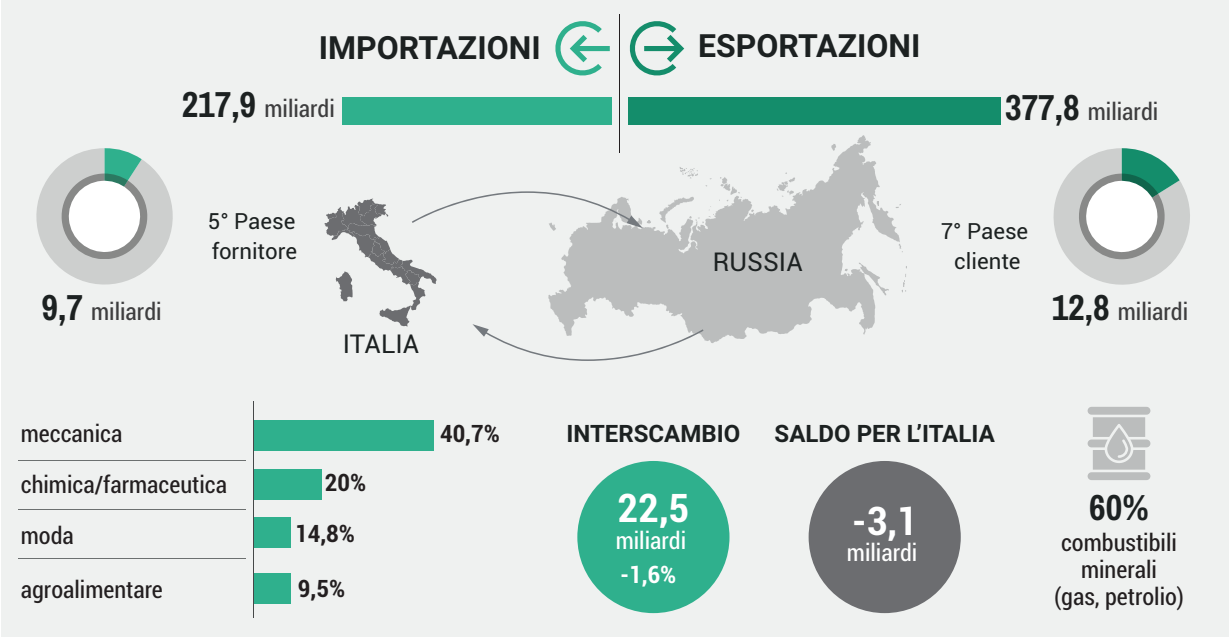
Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

La Federazione Russa è una Repubblica Federale semipresidenziale costituita da Repubbliche, Regioni Autonome, Distretti, Territori e Città Federali. Paese guida nella CIS e nell'Unione Euroasiatica, mercato dall'asimmetrico dualismo, punta ad ammodernamento industriale e innovazione.

Snapshot dei principali dati macroeconomici



INTERSCAMBIO COMMERCIALE ITALIA-RUSSIA (dati 2019 in euro e variazioni % sul 2018)



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

Le esportazioni italiane sono state colpite dall'embargo (agosto 2014) nell'ortofrutta, formaggi, carne, salumi e pesce. Barriere tariffarie e non significative o elevate.

Informazioni di tipo contingente

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

Il regime sanzionatorio penalizza fortemente le esportazioni italiane che subiscono le misure contro-sanzionatorie russe (embargo). Il processo russo di sostituzione delle importazioni è vasto e significativo e sottende una nuova politica industriale russa tesa a fortificare la piattaforma industriale ed accrescere la competitività del sistema economico nazionale.

Ai danni diretti nell'agroalimentare, che ammontano nel 2015 a 346 milioni di euro (ultimo anno possibile per la rilevazione), sono da aggiungere i danni indiretti per perdita di immagine e contraffazione.

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

Le aziende che intendono esportare i loro prodotti in Russia e nell'Unione doganale Euroasiatica devono ottenere certificazioni per la tutela della salute, garantendo la conformità dei prodotti agli standard applicabili, uniformati e raccolti in appositi Regolamenti tecnici che definiscono i requisiti minimi necessari per la progettazione, costruzione, commercializzazione, trasporto, installazione, utilizzo e smaltimento di numerosi prodotti.

L'attestazione di conformità dei prodotti agli standard tecnici ad essi applicabili può avvenire mediante una "Dichiarazione di Conformità EAC" ovvero una "Certificazione di Conformità EAC", emessa da un ente tecnico debitamente autorizzato.

Con legge federale del 31 dicembre 2017 n. 487-FZ sono state apportate modifiche alla Legge federale del 28 dicembre 2009 n. 381-FZ “*Sui principi della regolamentazione statale del commercio nella Federazione Russa*”, le quali pongono le basi per l'introduzione del sistema di marchiatura identificativa “univoca” dei prodotti nella Federazione Russa, iniziativa tesa alla lotta alla contraffazione e alla tutela della proprietà intellettuale e dei diritti dei consumatori.

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

Il sistema distributivo russo comprende sia il canale diretto che indiretto: i prodotti complessi, innovativi e di grandi dimensioni richiedono spesso un canale di vendita diretto, preferibile per nicchie specializzate. I prodotti *mass market* prediligono la distribuzione indiretta.

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

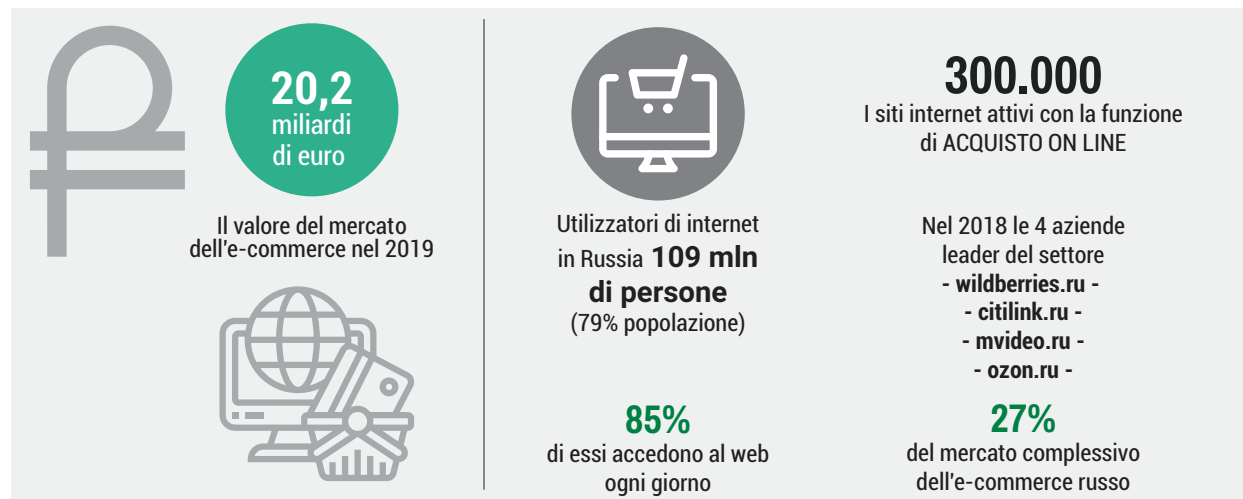
In Russia il Made in Italy rappresenta l'espressione massima di stile, qualità, eleganza e gusto. Questo costituisce il punto di forza per l'export dei nostri prodotti. Punto di debolezza è costituito dai prezzi finali, piuttosto elevati per il ceto medio della popolazione rispetto ai prodotti concorrenti, in particolari asiatici, oltre al fenomeno dell'*Italian sounding* che penalizza le vendite italiane.

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

I russi sono spesso molto chiusi e formali in pubblico, ma aperti e informali in privato. Nella comunicazione e negli incontri d'affari tendono ad essere diretti e non evitano il confronto. La comunicazione *online* e *offline* delle aziende per essere efficace nel mercato russo deve essere innanzitutto in lingua russa, non essendo la lingua inglese particolarmente diffusa e compresa.

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

LA RUSSIA E IL MERCATO DIGITALE



Opportunità per mercato-settore / crescere

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

Crescono le infrastrutture, saranno forti le opportunità nell'energia, innovazione, tecnologia. Occorre puntare sul fabbisogno di trasformazione industriale in atto e inserirsi nei processi di import strategico dalla Russia per l'Italia, che necessita di materie prime.

È cresciuta l'attenzione verso l'innovazione e lo sviluppo tecnologico. Il tema dell'industria 4.0 è sempre più frequente nel dibattito pubblico e settoriale. I settori principali dell'export italiano verso la Russia sono Meccanica, Chimica e Farmaceutica, Sistema Moda, Agroalimentare e bevande, Sistema casa (edilizia /arredamento).

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

I principali paesi concorrenti sono, nell'ordine: Cina, Germania, Stati Uniti, Bielorussia, Giappone, Francia, Corea del Sud, Kazakistan e Polonia. È forte la concorrenza dei prodotti cinesi in particolare nel settore della Moda, pur trattandosi di prodotti di altro segmento qualitativo di mercato.

Nella meccanica i principali Paesi concorrenti sono la Germania e la Cina.

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

Nel 2017 il Governo ha varato incentivi e agevolazioni con l'obiettivo di attrarre capitali stranieri, creando opportunità per gli investitori esteri nelle Zone Economiche Speciali (ZES), caratterizzate da una tassazione azzerata per dieci anni; ha introdotto il Contratto Speciale di Investimento e ha aumentato le sinergie tra l'azione federale e quella regionale per attrarre investimenti, sia nazionali che esteri.

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)

I principali servizi erogati dall'Ufficio di Mosca sono relativi a ricerca clienti e partner esteri; organizzazione di business tour in Italia o nella FR; ricerca professionisti locali; informazioni riservate su imprese estere; distribuzione materiale informativo; organizzazione di incontri d'affari; altri eventi di promozione e comunicazione e utilizzo strutture Ufficio. Le aziende servite sono le PMI italiane ma anche Associazioni di categoria e Camere di Commercio. Presso l'Ufficio di Mosca opera il Desk anticontraffazione e ostacoli al Commercio che presta servizio in materia di tutela della PI e fornisce informazioni e assistenza in materia doganale.

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

Le iniziative promozionali in Russia del Piano promozionale per il secondo semestre 2020 hanno la seguente distribuzione per settori: Start Up e Innovazione (44%), Food & Wine (28%), Meccanica (12,5%), Moda e accessori (7,5%), Arredo (5%), Restauro (1,5%), Infrastrutture (1,5%).

Le iniziative per start up e innovazione, che rappresentano il 44% del budget, sono trasversali ai diversi settori merceologici (meccanica, agroalimentare e moda in primis).

Altre manifestazioni fieristiche nel secondo semestre 2020:

Metallobrobotka - macchine utensili	(10-14 agosto)
Collection Premiere Moscow - abbigliamento, calzature e pelletteria	(1-4 settembre)
MossShoes	(8-11 settembre)
Waste Tech	(8-11 settembre)
Ecwatech	(8-11 settembre)
World Content Market	(22-24 settembre)
World Food Moscow	(22-25 settembre)
Obuv Mir Kozhi	(ottobre)
Agroprod mash	(5-9 ottobre)
Borsa Vini	(6-8 ottobre)
Agrosalon	(6-9 ottobre)
Salone del Mobile Milano Moscow	(7-10 ottobre)
Agroprod mash	(7-11 ottobre)
Lesdrev mash	(19-22 ottobre)
Vinitaly	(29 ottobre)
Fiera del Libro non Fiction	(2-6 dicembre)

Iniziative di incoming di operatori russi, bielorusi e armeni a:

MIDO	(3-7 luglio)
CIBUS	(1-4 settembre)
COSMOPROF	(3-7 settembre)
VICENZAORO	(5-9 settembre)
Mostra EUROCONFORT	(8-11 settembre)
Borsa del Contract	(9-11 settembre)
SANA	(11-14 settembre)
WTM	(16-17 settembre)
EXPODENTAL	(13-16 settembre)
SALONE NAUTICO	(17-22 settembre)
MICAM	(20-23 settembre)
MIPEL	(20-23 settembre)
Salone del Restauro	(23-25 settembre)
CERSAIE	(23 settembre-02 ottobre)
Marmomacc	(30 settembre-3 ottobre)
TARI	(9-12 ottobre)
BIMU	(14-17 ottobre)
BIAT	(22-23 ottobre)
EICMA	(3-8 novembre)
IMTTA Award	(4-11 novembre)
Fiera Cavalli	(5-8 novembre)
EIMA	(11-15 novembre)
Più Libri più liberi	(4-8 dicembre)



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 