

IL CANADA E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



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

Introduzione

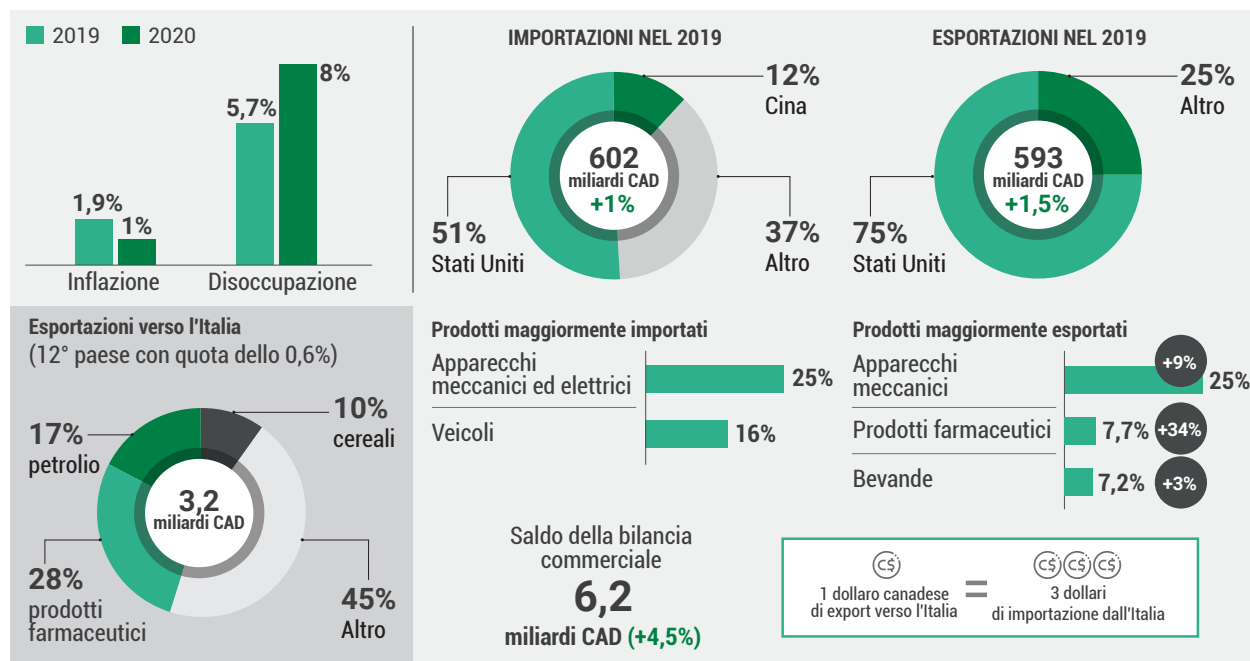
Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

Il Canada è una monarchia costituzionale formato dall'unione federale di 10 stati (province) e 3 territori. È il 2° paese al mondo per estensione geografica con una popolazione di soli 37 milioni di abitanti concentrati nelle province dell'Ontario (39%), Québec (23%), British Columbia (13%) e Alberta (12%). È un paese bilingue (inglese e francese), fortemente multietnico e caratterizzato da forti diversità regionali. Ha un'economia ricca basata sui servizi e sulle risorse naturali, con una forte dipendenza verso gli Stati Uniti. I settori trainanti per provincia sono pesca e petrolio offshore nelle Marittime (6% del PIL), aerospaziale in Québec (19% del PIL), automotive in Ontario (38% del PIL), cereali nelle Praterie (8% del PIL), petrolio in Alberta (17% del PIL) e legname in British Columbia (13% del PIL).

Snapshot dei principali dati macroeconomici

Il PIL canadese nel 2019 ha registrato una crescita di +1,6%. Il Canada ha registrato negli ultimi anni la più alta crescita del PIL tra i paesi G7. Le stime rivedute a marzo a causa crisi Corona Virus portano a una stima del PIL di -6,2% nel 2020 e +4,2% nel 2021. Il reddito pro capite è pari a 48.000 dollari canadesi (CAD).

LA FOTOGRAFIA ECONOMICA DEL CANADA



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

Il Canada aderisce al WTO ed è un mercato aperto. Sono in vigore 15 trattati di libero scambio (tra cui il CETA con l'Europa che dal 2017 ha abbattuto il 99% dei dazi esistenti e il NAFTA rinegoziato ora USMCA) e altri 9 in negoziazione (tra cui India e Giappone). Sussistono barriere non tariffarie in settori considerati strategici per il paese, come il settore lattiero caseario. Un importante ostacolo nel settore delle bevande alcoliche è rappresentato dalla presenza di monopoli di stato.

Informazioni di tipo contingente

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

Il Governo canadese ha lanciato nel 2018 un piano industriale, con un investimento pubblico di 1 miliardi di CAD e pari investimento privato, per la creazione di 5 *superclusters* di eccellenza sull'innovazione: Ocean, AI, Advanced Manufacturing, Digital Technologies, Protein Industries. Lo sforzo è di spostare il peso economico che hanno oggi l'energia e le materie prime verso nuovi settori. In particolare nell'Intelligenza Artificiale il Canada si classifica 4° al mondo (Global AI Index) per le infrastrutture, la ricerca e gli investimenti. Il Canada ospita 120 incubatori e acceleratori di startup. Un altro settore trend, oltre al costante boom dell'edilizia che non accenna a diminuire nonostante i costanti timori di esplosione della bolla speculativa, è l'industria della cannabis, ancorché entrata in una crisi recente per eccesso di crescita, grazie alla completa legalizzazione del prodotto a fini ricreativi (2018) e degli edibile (mercato valutato a 2,7 miliardi) a partire dal 2020.

In Canada il settore delle Conferenze è più sviluppato rispetto al settore fieristico che rimane molto locale. Si segnalano i principali eventi per i settori di interesse:

PDAC - Conferenza/fiera annuale industria mineraria - marzo 2021, Toronto, ON

Collision - Conferenza ITC, AI, IOT, - giugno 2020/2021, Toronto, ON

The Building Show (edilizia) - dicembre, 2020, Toronto, ON

AMERICANA 2021 (sostenibilità -ambiente) - marzo 2021, Montreal, QC

C2- Digital Marketing Creativity, Montreal maggio 2020

CWRE (trattamento rifiuti) - Toronto, Settembre 2021.

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 prodotti venduti in Canada devono essere conformi alle normative canadesi (CAN/CSA) e certificati da laboratori accreditati. Le certificazioni agli standard americani non sono riconosciute. Le certificazioni possono anche essere fatte dopo l'importazione del prodotto. In alcuni settori la normativa provinciale può essere più stringente di quella nazionale. I prodotti agroalimentari sono soggetti ad una stretta normativa sanitaria e di etichettatura. Il CETA ha eliminato i dazi doganali dalla Ue e aperto il mercato agli appalti pubblici sia a livello nazionale che regionale. Per usufruire del trattamento preferenziale UE è sufficiente una dichiarazione di origine in fattura ma è obbligatoria l'iscrizione al REX.

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

Di norma, le imprese italiane, operano nel paese, indirettamente, tramite una rete commerciale composta da distributori, agenti, importatori. Tuttavia, soprattutto per la GDO, Private Label e per le aziende che si collocano ai livelli (tier 1-2) della catena di fornitura, in taluni comparti, quali ad esempio l'industria manifatturiera, si possono avere canali diretti con i clienti locali. Diverse aziende italiane hanno aperto sedi commerciali in loco per offrire migliori servizi di assistenza al cliente e post vendita. Da segnalare che le reti di intermediazione operano per la gran maggioranza solamente a livello provinciale e non nazionale.

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

Come regola generale il prodotto italiano gode di un'ottima reputazione presso il consumatore canadese, particolarmente i prodotti del settore agroalimentare, della moda e del design dove il prodotto italiano è ancora sinonimo di qualità anche se percepito come costoso. Nell'awareness del brand italiano del Canadese il settore della tecnologia è probabilmente il più debole, forse perché meno conosciuto, nonostante i dati relativi all'interscambio mostrino come in realtà macchinari ed attrezzature industriali siano fra le prime voci delle esportazioni italiane. Una debolezza che ancora si riscontra, per quanto concerne il settore della meccanica è il servizio post vendita e la scarsa presenza di magazzini o personale in loco.

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

Il Canada è un paese in cui, nonostante la forte declinazione multietnica, prevale l'etica e la cultura anglosassone soprattutto nel mondo degli affari e dell'economia. La peculiarità del Québec, dove lingua, cultura e legislazione sono di impronta francese, non deroga allo stampo Anglo della business culture ma è importante che la comunicazione avvenga anche in francese, lingua ufficiale della provincia. Un vantaggio (culturale) competitivo per le imprese italiane è la presenza di una comunità italiana numericamente nutrita e molto ben integrata nel tessuto economico e produttivo. La comunità funge spesso da testa di ponte per l'ingresso e il radicamento sul mercato.

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

Il Canada è un paese altamente connesso alla rete e ad alta alfabetizzazione tele-informatica. Nel 2018, il 91% della popolazione al di sopra dei 15 anni usava Internet, 71% fra gli over 60. Il 94% delle famiglie canadesi ha un collegamento alla rete.

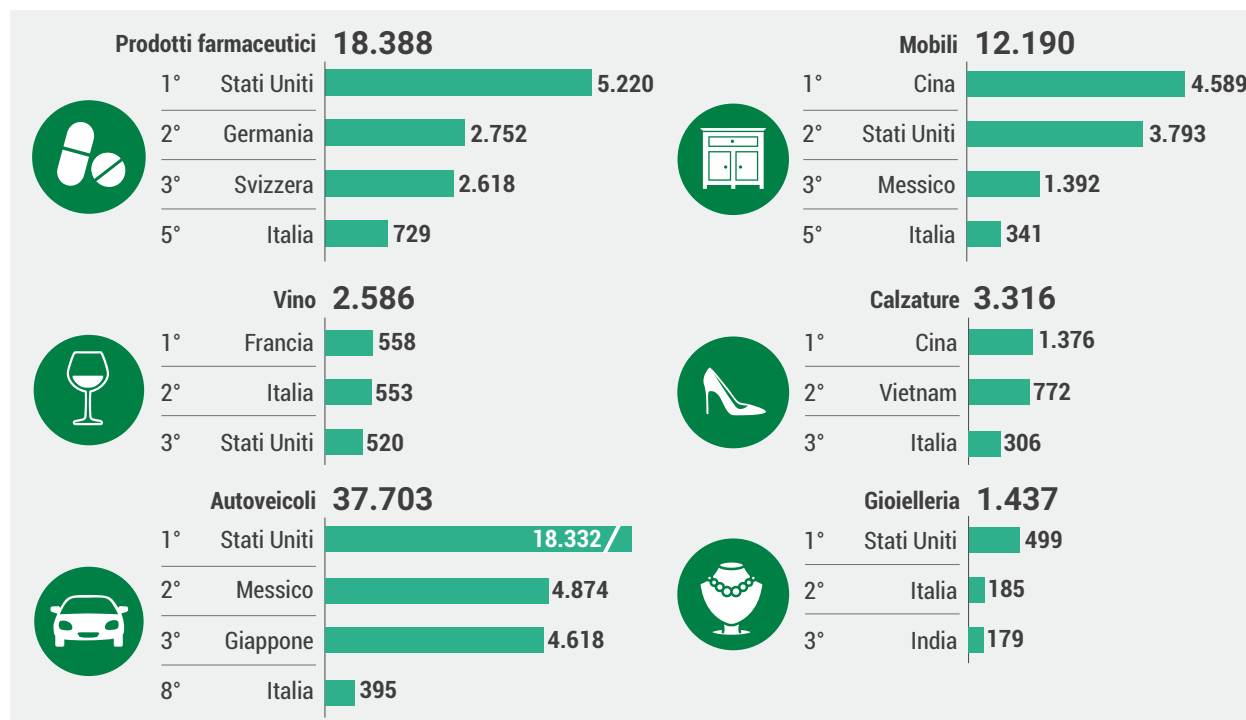
Percentuali superiori a quelle degli USA. Pervasivo l'uso di social media anche a scopi commerciali (Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook ecc.). L'e-commerce è molto sviluppato anche se la logistica complicata e le dimensioni geografiche non hanno portato ad un tasso di penetrazione dell'e-commerce pari alla diffusione di internet.

Opportunità per mercato-settore / crescere

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

ICT, Automobilistico, Aerospaziale, Agroalimentare sono i settori di punta dell'economia del paese, anche se come tutte le economie avanzate quasi il 70% del PIL e l'80% della manodopera sono nel terziario di cui il sistema bancario ed assicurativo è uno dei principali punti di forza. Moda, arredamento, design, prodotti alimentari, vini e bevande rimangono il cavallo di battaglia del Made in Italy in Canada e sono universalmente apprezzati dal consumatore canadese. Tuttavia le tecnologie industriali, dalla lavorazione metalli, plastica, imballaggio e confezionamento, lavorazione legno offrono numerose opportunità per le imprese del nostro paese. ITC e prodotti farmaceutici costituiscono altri comparti interessanti per l'Italia. Opportunità sempre molto interessanti per l'agroalimentare.

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

**ANDAMENTO DELLA DOMANDA NEI VARI SETTORI, PRINCIPALI PAESI COMPETITORS
E POSIZIONE DELL'ITALIA** (dati in milioni CAD)


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

Invest in Canada è il principale riferimento per quanto riguarda l'attrazione degli investimenti in Canada. L'agenzia federale opera in stretto contatto con i vari omologhi provinciali/territoriali (come Invest in Ontario e Investissement Québec) e la rete di varie organismi locali (business development agencies). Esistono diversi programmi di attrazione investimenti il cui focus principale è la creazione di impieghi a lungo termine. Per quanto concerne le gare internazionali, il CETA ha aperto il procurement pubblico (federale, provinciale e municipale) per beni e servizi alle imprese dell'Ue, limitando tuttavia i contratti per le infrastrutture ad un valore minimo di circa CAD 9,1 milioni e per beni e servizi di CAD 238.000 per enti dell'amministrazione centrale, regionale e locale e di CAD 732.400 per le società di stato.

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 di assistenza hanno riguardato la ricerca partner il sondaggio prodotto per i settori dei beni strumentali. Sono state organizzate molte iniziative autonome con la presenza di gruppi di aziende per i principali comparti dei beni di consumo, vini in particolare ma anche occhialeria, moda e arredo.

In Canada operano i seguenti desk: Desk Attrazione Investimenti, Desk Procurement, Desk Meccanica (Machines Italia).

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

Manifestazioni fieristiche di particolare rilevanza per singoli settori di attività (condivisione calendario eventi):

SIAL (agro-alimentare) - settembre 2020

TIFF (audiovisivo) - settembre 2020

GRANDE DEGUSTAZIONE (vino) - novembre 2020: da oltre 25 anni Agenzia ICE organizza la grande degustazione di vini italiani. 4 tappe (Vancouver, Calgary, Toronto, Montreal), nel corso di una settimana, 100+ produttori di vini italiani. Il più grande e longevo evento di settore vini dedicato al trade in Canada.

Attività di incoming: missioni di operatori in Italia (condivisione calendario eventi):

CIBUS (agroalimentare) - settembre 2020

VICENZA ORO (gioielleria) - settembre 2020

MCE EXPOCOMFORT (tecnologie HVAC, idraulica, solare, geotermico) - settembre 2020

COSMOPROF 2020 (cosmetica) - settembre 2020

SANA (alimentari) - settembre 2020

CERSAIE (piastrelle, ceramica) - settembre 2020

BIAT (startups tecnologiche e investimenti) - ottobre 2020

BIMU (macchinari e tecnologia lavorazione metallo) - ottobre 2020

2021 Manufacturers Outlook Report (tecnologia industriale) - ottobre 2020

ITALIA RESTART - ottobre 2020

XYLEXPO (macchinari e tecnologia lavorazione legno) - novembre 2020

GLUTEN FREE EXPO (agroalimentare) - novembre 2020

WINE2WINE (vini) - novembre 2020

MIGS (Montreal International Game Summit 2020) - dicembre 2020



www.ice.it

Italian Trade Agency 

ITA - Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

@itatradeagency 