



CANADA





CANADA

Superficie: 9.970.610 kmq

Popolazione: 32,6 milioni

Densità: 3 ab / kmq

Lingua: Inglese e

Francese

Religione: Cattolici 43,2 %,

Atei 16,2 %,

Protestanti 35,5 %,

Musulmani 2 %,

Ebrei 1,1 %

Altre religioni 2 %

Capitale: Ottawa

Forma Istituzionale:

Democrazia

parlamentare, monarchia

costituzionale e unione

federale di dieci province

e tre territori

Membro di: APEC,

Commonwealth, EBRD,

NAFTA NATO, OAS, OCDE,

ONU, OSCE, e osservatore

del Consiglio d'Europa

Unità Monetaria: Dollaro

canadese

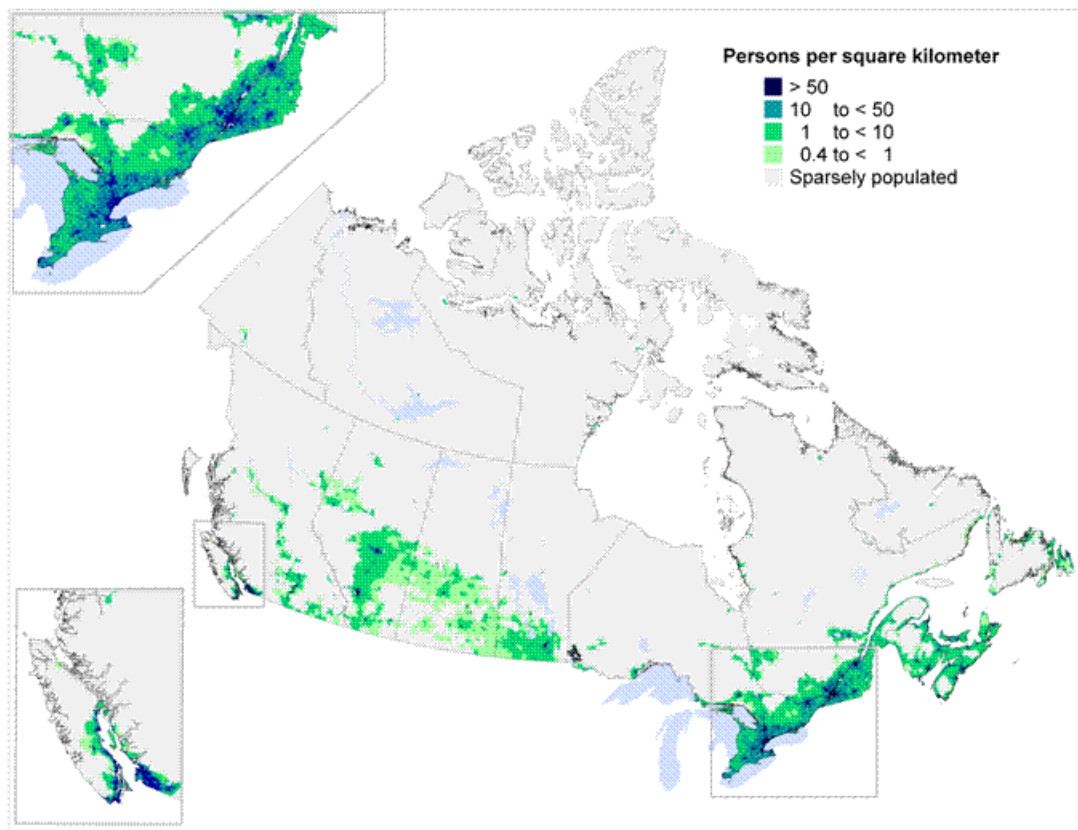


Condizioni Climatiche e Morfologia

- ☐ Inverni molto rigidi con lunghi periodi di neve;
- ☐ Territori settentrionali caratterizzati da neve perenne;
- ☐ Costa occidentale con clima più temperato;
- ☐ Estati con temperature miti;
- ☐ Territorio in gran parte pianeggiante.



Distribuzione popolazione



- **Distribuzione della popolazione è influenzata dal clima;**
- **75 % della popolazione si trova entro 250 Km dal confine con gli Stati Uniti.**



Indicatori Demografici

Distribuzione di età:

- ***0-14 anni: 16,3 % (maschi 2.780.491 / femmine 2.644.276);***
- ***15-64 anni: 68,8 % (maschi 11.547.354 / femmine 11.300.639);***
- ***65 anni ed eccedenza: 14,9 % (maschi 2.150.991 / femmine 2.788.945).***



Composizione Etnica

- ☐ **Canadesi (29,43 %)**
- ☐ **Britannici (34,2 %)**
- ☐ **Francesi (15,8 %)**
- ☐ **Irlandesi (12,9 %)**
- ☐ **Tedeschi (9,25 %)**
- ☐ **Italiani (4,3 %)**
- ☐ **Cinesi (3,7 %)**
- ☐ **Ucraini (3,61 %)**
- ☐ **Olandesi (3,12 %)**
- ☐ **Polacchi (2,76 %)**
- ☐ **Norvegesi (1,23 %)**
- ☐ **Portoghesi (1,21 %)**
- ☐ **Russi (1,14 %)**
- ☐ **Svedesi (0,95 %)**
- ☐ **Ungheresi (0,90 %)**

Possibilità di trovare personale culturalmente e linguisticamente in grado di rapportarsi in modo proficuo con l'azienda e di rappresentarne i valori.



Indicatori Economici

- ❑ **Pil 2008: 1 230 365 milioni di dollari**
- ❑ **Pil pro-capite 2008: 38 200 dollari**
- ❑ **Tasso di crescita Pil:**

2005	2006	2007	2008	2009
3,1	3,1	2,7	0,5	-2,6

- ❑ **Tasso di Disoccupazione:**

2005	2006	2007	2008	2009
6,8	6,3	6,0	6,6	8,4



Indicatori economici

- ☐ **Debito pubblico: 29,9 % (2007-08)**
- ☐ **Inflazione bassa, stabile e prevedibile**
- ☐ **Apprezzamento del Dollaro canadese rispetto al Dollaro Statunitense**
- ☐ **Sistema Bancario stabile e ben capitalizzato**
- ☐ **Instabilità politica non evidenziata**



Saldo della Bilancia Commerciale

- ☐ **Gli Stati Uniti sono il principale partner economico del Canada, e con essi il paese presenta un forte avanzo della Bilancia commerciale;**
- ☐ **L'interscambio con il resto del Mondo, invece, presenta una situazione di pesante disavanzo;**
- ☐ **Nonostante ciò, fino al 2007, il saldo della Bilancia commerciale risultava comunque positivo**



Situazione economica attuale

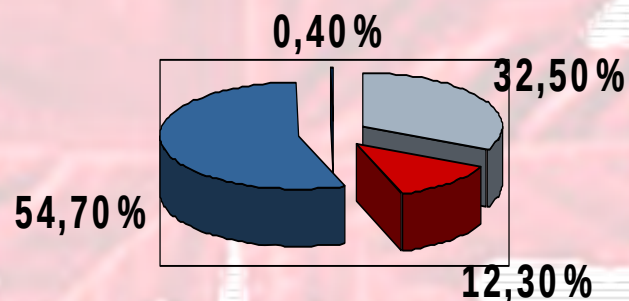
- ☐ **Rapido declino dei prezzi delle materie prime e flessione della domanda;**
 - ☐ **Netto calo delle esportazioni verso gli Stati Uniti che ha portato ad un saldo negativo della bilancia commerciale;**
 - ☐ **Stagnazione dei consumi interni dopo un periodo di costante crescita;**
 - ☐ **Difficoltà di accesso al credito.**
-



Barriere Doganali

- Il Canada ha sottoscritto diversi accordi bilaterali con l'Italia, ciò avvantaggia notevolmente l'interscambio tra i due paesi;

Importazioni dall'Italia per macrosettori



■ Beni consumo	■ Agroalimentari
■ Beni industriali	■ Transazioni speciali



Barriere all'entrata

- ❑ L'aliquota doganale si applica sul *Transaction Value*. Nel caso in cui il criterio del prezzo di vendita non possa essere applicato, fa fede il “*fair market value*”;
- ❑ La MFN (*Most Favoured Nations Tariff*) si applica alle merci importate dai Paesi industrializzati (tra cui l'Italia).



Mercato calzaturiero

- L' Italia è al 3° posto nell'esportazione di calzature in Canada dopo Cina e Vietnam (123 mln \$ canadesi, 6,8 % delle importazioni di calzature dal mondo);**
- I prodotti italiani risultano comunque più competitivi dal punto di vista qualitativo, e si posizionano nella fascia di mercato medio-alta;**
- Nonostante il periodo critico attraversato dall'economia, le esportazioni del settore calzaturiero verso il Canada mostrano un trend di crescita (4.70 % variazione 07/08).**



Distribuzione

- ☐ I negozi specializzati detengono il primato del settore con il 49 % della quota complessiva di prodotti di abbigliamento;
- ☐ Troviamo poi grandi magazzini e outlet le cui quote sono rispettivamente del 25 % e 20 %;



Motivazioni della scelta di investimento

- ☐ **La capacità di spesa pro-capite dei canadesi è tra le più elevate al mondo;**
 - ☐ **Dai dati si può notare un crescente apprezzamento verso la calzatura Made in Italy;**
 - ☐ **Il Canada non presenta particolari ostacoli nell'accesso al mercato;**
 - ☐ **Rischio Paese pressoché nullo.**
-



Modalità di interazione con il mercato

- **Esportazione diretta attraverso la costituzione di filiali commerciali**
La scelta potrebbe ricadere su tre regioni:

Regione	Variazione 07 / 08	Quota 2008
Ontario	1,70 %	46,70
Quebec	3,12 %	32,74
British Columbia	12,14 %	8,59

Apertura di negozi monomarca attraverso contratti di franchising, nei principali centri urbani.



Modalità di interazione con il mercato

- Commercializzazione del prodotto attraverso la scelta di distributori locali per coprire zone con minor densità di popolazione; Potenziali catene distributive possono essere individuate in:**
 - Browns shoes**
 - Town shoes**



Promozione prodotto

- ☐ **Esposizione del prodotto all'interno di fiere internazionali (Toronto shoe show) per verificare le possibilità di penetrazione e per stabilire contatti con operatori locali.**
- ☐ **Utilizzo di stampa generica e riviste specializzate;**



Dati importanti per l'analisi

- ☐ **Distribuzione della popolazione;**
- ☐ **Condizioni Climatiche;**
- ☐ **Capacità di spesa;**
- ☐ **Andamento del mercato;**
- ☐ **Solidità del sistema bancario;**



Dati specifici da ricercare

- ☐ **Analisi delle aziende concorrenti presenti nel mercato;**
- ☐ **Studio delle preferenze dei consumatori;**
- ☐ **Indagine sul miglior approccio da adottare nei confronti della clientela e degli eventuali partner;**
- ☐ **Sinergie con il mercato statunitense.**



Il gruppo siamo noi

- ☐ Boniolo Elena 40678
- ☐ Tarquini Martina 40679
- ☐ Zamponi Mauro 39914