

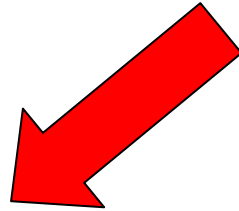
Analisi del mercato russo. Settore calzaturiero.

**Laura Antinori
Lucia Bonifazi
Anna Castaldi**

QUADRO GENERALE

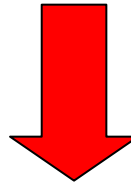
- **SUPERFICIE:** 17.075.400 kmq
- **CITTA' PRINCIPALI:** Mosca, San Pietroburgo, Nizhni Novgorod
- **POPOLAZIONE:** 140.702.090
- **ETNIE:** russi (82%), tatars (3,8%), ucraini (3%) e altre minoranze
- **LINGUA:** russo
- **RELIGIONI:** cristiana con minoranze musulmane, buddiste ed ebrei
- **MONETA:** rublo
- **DIVISIONI POLITICO-AMMINISTRATIVE:** 89 “soggetti” divisi in regioni, repubbliche, territori autonomi e le “città” d'importanza federale di Mosca e San Pietroburgo
- **TRASPORTI:** aerei e fluviali, rete ferroviaria e stradale

STRUTTURA DELLA POPOLAZIONE



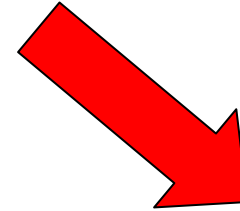
CLASSE RICCA

- Comprende l'1% della popolazione
- Reddito superiore a 100.000 dollari



CLASSE MEDIA

- Comprende il 60-75% della popolazione
- Reddito compreso fra 500 e 5000 dollari



CLASSE UMILE

- Comprende il 20-30% della popolazione
- Reddito inferiore ai 150 dollari mensili

ECONOMIA

➤ SITUAZIONE ECONOMICA

➤ RAPPORTI CON L'ESTERO:

- Commercio con l'estero
- Interscambio Russia - Italia
- Principali prodotti importati
- Principali prodotti esportati
- Investimenti italiani in Russia



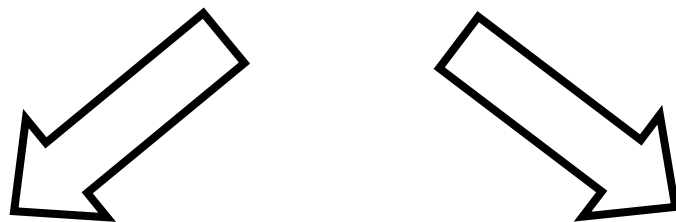
Russia contemporanea



Dal 1999 in poi la Russia è entrata in una fase di crescita:

- Crescita PIL del 6,7% medio annuo.
- Forte attivo della bilancia commerciale (decima potenza mondiale e quinta in Europa).
- Il settore delle materie prime costituisce l'80% delle esportazioni, seguito dall'industria militare.
- Crescita domanda interna e aumento del reddito medio.
- Sviluppo diseguale: la zona di Mosca produce 1/3 del PIL totale mentre la popolazione che vi risiede è solo 1/10.

2009: rallentamento economia!



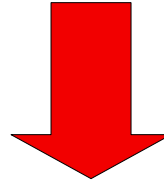
CAUSE ESOGENE

- Crisi finanziaria internazionale



CAUSE ENDOGENE

- Carenze infrastrutturali
 - Mercato del lavoro deregolato e con scarsità di offerta
- Eccesso di domanda di beni di consumo rispetto alla capacità produttiva interna



- Contrazione del:
 - **PIL** (-10,2%, primo semestre 2009);
 - **Produzione industriale** (-14,2%);
 - **Investimenti fissi** (-18,8%).
- **Consumi** pressoché stabili, grazie alla propensione alla spesa delle famiglie e al crescente tenore di vita.
- Svalutazione della **moneta** a causa dell'elevata domanda di moneta di banche e imprese.
- **Inflazione** (9,5-10%).
- Tasso di **disoccupazione** (8,3%).

Interscambio Russia - Italia

Economie perfettamente complementari:

- **Russia:** fornitrice di materie prime (gas);
- **Italia:** alta manifattura in grado di soddisfare le esigenze consumatore russo.

	2005		2006		2007		2008	
	mln €	var. %	mln €	var. %	mln €	var. %	mln €	var. %
Interscambio	17 779	21,1%	21 217	19,3%	23 933	12,8%	26 554	11,0%
- di cui export	6 075	22,4%	7 625	25,5%	9 579	25,6%	10 470	9,3%
- di cui import	11 704	20,5%	13 592	16,1%	14 354	5,6%	16 084	12,1%
Saldo	- 5 629	18,4%	- 5 967	6,0%	- 4 775	-20,0%	- 5 614	17,6%

Fonte: ISTAT

Principali prodotti importati

Import dell'Italia dalla Russia (settori economici più rilevanti)	2005	2006	2007	2008	
	quota %	quota %	quota %	mln €	quota %
Minerali energetici	73,2%	71,6%	70,5%	11 453	71,2%
Metalli e prodotti in metallo	15,0%	15,6%	14,2%	2 124	13,2%
Coke, prod. petroliferi raff. e comb.ne nucleare	4,7%	6,4%	9,2%	1 607	10,0%

Nel primo semestre del 2009, le importazioni hanno registrato una contrazione del 27,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente passando da 5,8 a 4,6 Miliardi di Euro. La contrazione e' dovuta principalmente al calo dei prezzi delle materie prime e solo in parte al calo della domanda interna italiana.

Principali prodotti esportati

Export dell'Italia verso la Russia (settori economici più rilevanti)	2005	2006	2007	2008	
	quota %	quota %	quota %	mln €	quota %
Macchine e apparecchi meccanici	33,1%	29,3%	31,8%	3 238	30,9%
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	16,2%	16,7%	15,9%	1 651	15,8%
Mobili e altre industrie manifatturiere	10,0%	10,1%	9,4%	1 014	9,7%
Cuoio e prodotti in cuoio	6,8%	7,2%	7,0%	788	7,5%
Prodotti chimici	5,8%	6,0%	5,1%	532	5,1%
Metalli e prodotti in metallo	7,2%	7,9%	7,5%	737	7,0%
Macchine elettriche e ottiche	6,6%	7,1%	7,1%	652	6,2%

Nei primi sei mesi del 2009 rispetto allo stesso periodo del 2008 le esportazioni italiane sono passate da 5,09 a 3,14 Miliardi di Euro, con un calo del 38,2%.

I settori di punta dell'export che hanno registrato la flessione più significativa sono quello dei macchinari, dei mobili e delle calzature.

Investimenti italiani in Russia

Gli investimenti italiani in Russia ammontano a 130 milioni di dollari nel primo semestre del 2009.

La presenza Italiana in Russia è stimata in circa **450 aziende** (circa 300 rappresentanze di aziende italiane nella sola Mosca e circa 6000 italiani residenti) di cui circa il 35% nel settore delle meccanica: macchine utensili e macchine alimentari e circa il 4% nel settore agro-alimentare. E' invece relativamente contenuta la presenza di industrie tessili, mentre sono largamente presenti i principali brand italiani, spesso in forma di negozi monomarca.

L'Italia presente in Russia con tre Banche (Gruppo Intesa Sanpaolo e Unicredit), tre uffici di rappresentanza più alcune società finanziarie (Locat).

INGRESSO NEL MERCATO RUSSO

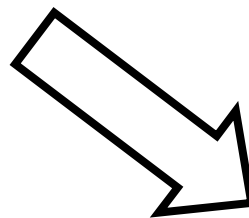
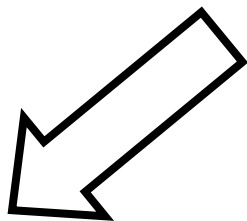
- **MODALITÀ DI ENTRATA**
- **BARRIERE ALL'ACCESSO AL MERCATO**
- **RISCHI LEGATI AL COMMERCIO CON LA RUSSIA**
 - Rischio politico
 - Rischio economico
 - Rischio finanziario
 - Rischio operativo



Modalità di entrata

- **Vendita diretta**
- **Vendita mediante distributori:** adatto per società medio–grandi. È il distributore ad occuparsi delle varie problematiche relative a stoccaggio, sdoganamento, logistica dei trasporti, assistenza tecnica... Il distributore permette anche di conoscere meglio l'ambiente degli affari ed operatori commerciali delle stesse. Bisogna, tuttavia, controllare il suo grado di affidabilità finanziaria e l'effettiva espansione della sua rete di vendita.
- **Uffici di rappresentanza:** ideale per grandi società con sicure aspettative di successo in tempi brevi. Questa modalità è particolarmente adatta per settori ad alto contenuto tecnologico, complessi o di tipo nuovo poiché permette un'assistenza post-vendita di tipo continuativo.

Barriere all'accesso al mercato



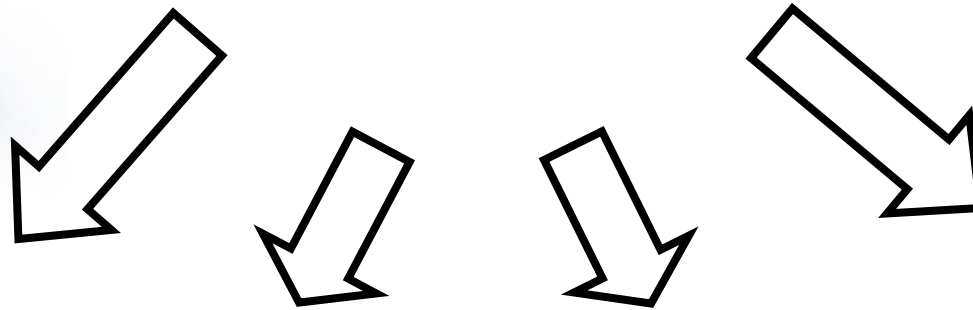
BARRIERE TARIFFARIE

- Dazi 11-12%, in linea con i Paesi dell'OMC;
- Dazi e tasse specifiche a causa della crisi finanziaria;
- Dogana e affidabilità del sistema giuridico-legale.

BARRIERE NON TARIFFARIE

- Il sistema delle certificazioni è complesso, costoso e poco trasparente;
- Non si accettano le certificazioni comunitarie;
- Scarsa collaborazione della burocrazia.

Rischi legati al commercio con la Russia



**RISCHIO
POLITICO**

Stabile

**RISCHIO
ECONOMICO**

Negativo

**RISCHIO
FINANZIARIO**

Negativo

**RISCHIO
OPERATIVO**

Stabile

RISCHIO POLITICO

- La diarchia Medvedev-Putin assicura la stabilità politica interna del Paese. Tuttavia la guerra russo-georgiana ha raffreddato le relazioni con gli USA e la Comunità Internazionale.

RISCHIO ECONOMICO

- La crisi del credito e la riduzione dei prezzi degli idrocarburi stanno mettendo in difficoltà l'economia che registra una diminuzione del tasso di espansione dei consumi e degli investimenti. Progressivo deprezzamento del cambio. Si prevede una crescita stagnante per il biennio 2009-10.

RISCHIO FINANZIARIO

- La sfiducia degli investitori si è manifestata attraverso il veloce disinvestimento della Borsa russa. Il mercato interbancario congelato e la svalutazione del rublo rendono più oneroso l'accesso al credito. A rischio liquidità le banche di medio-piccola dimensione, ma non quelle di dimensione maggiore che godono del supporto statale.

RISCHIO OPERATIVO

- Imperfetto funzionamento del sistema giuridico.
- Assenza di un quadro giuridico certo.
- Debolezza del sistema giudiziario.
- Solo poche Zone Economiche Speciali sono attive.
- Mancato riconoscimento delle sentenze dei Tribunali Arbitrali Internazionali.
- Possibilità di ricorso al “Tutor” solo per controversie con Autorità pubbliche.
- Mancato rispetto degli impegni contrattuali.
- Utilizzo del sistema della “scatola vuota”.



IL MERCATO DELLA CALZATURA

➤ **DOMANDA:**

- segmento medio
- segmento élite

➤ **OFFERTA E CONCORRENZA:**

- produttori interni
- esportazioni
- produttori stranieri
- importazioni

➤ **DISTRIBUZIONE**

➤ **PROMOZIONE**

➤ **FORME DI PAGAMENTO**

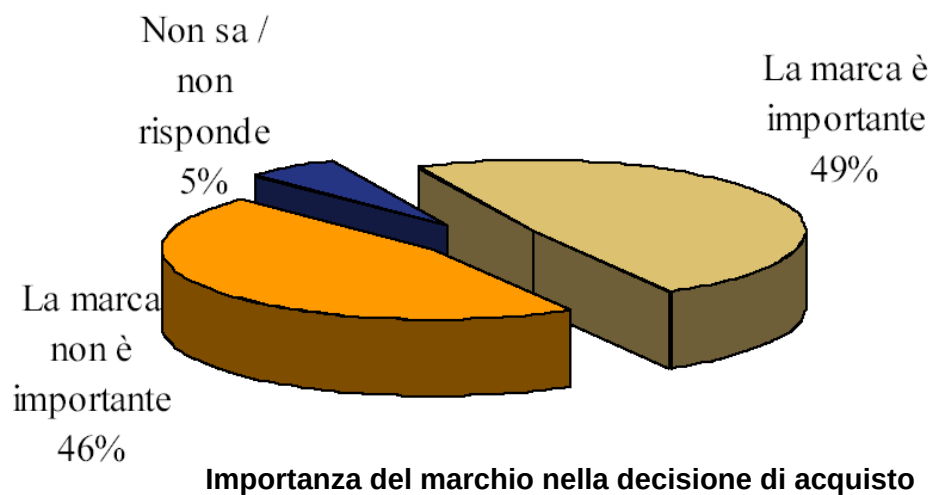


Domanda

- Il mercato russo della calzatura è un settore in continua crescita.
- Le stime ufficiali rilevano solo una piccola parte del mercato a causa dell'alto livello di importazioni e produzioni a “nero”.
- La domanda è soddisfatta prevalentemente dalle importazioni che coprono il 70-80% del volume di vendita.

Domanda: segmento medio

- Comprano un paio di scarpe ogni tre mesi.
- Il fattore che influenza gli acquisti è la qualità del prodotto, seguito dal prezzo e dal livello del comfort.
- Per il 50% della popolazione del settore la marca è importante, mentre per i 2/3 è rilevante la nazione d'origine.
- Acquistano nei grandi magazzini e nelle boutique.



Domanda: segmento élite

- I consumatori cercano degli stili personalizzati e preferiscono modelli con forme insolite e colori peculiari.
- Le scarpe e i vestiti sono “status symbols”.
- I prezzi applicati dai famosi fabbricanti vanno dai 1.000 ai 2.000 dollari al paio ed aumentano per i modelli decorati di lusso.
- I prodotti italiani ricoprono circa l'80% degli acquisti del segmento.
- Acquistano direttamente nei paesi europei o nelle più esclusive boutique di Mosca.





DONNA

È aperta alle nuove tendenze ed incarna i valori dell'eleganza e della seduzione...

... tacchi a spillo, strass e brillantini.

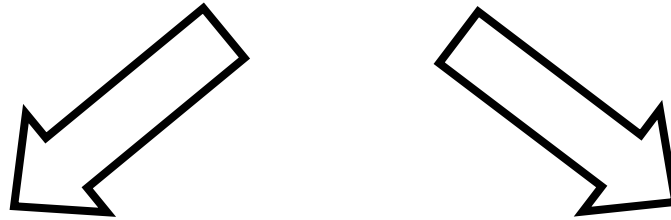
UOMO

È un tipo più conservatore ed incarna i valori dell'affidabilità e della fermezza...

... scarpe a punta e all'insù.



Offerta e concorrenza



PRODUTTORI INTERNI

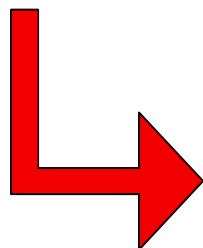
Ci sono 260 imprese manifatturiere nel settore delle calzature, 50 delle quali ricoprono il 90% del volume totale di produzione. Si dividono solo il 10-15% del mercato.

PRODUTTORI STRANIERI

Ricoprono il 60-65% dell'offerta di calzature.

Produttori interni

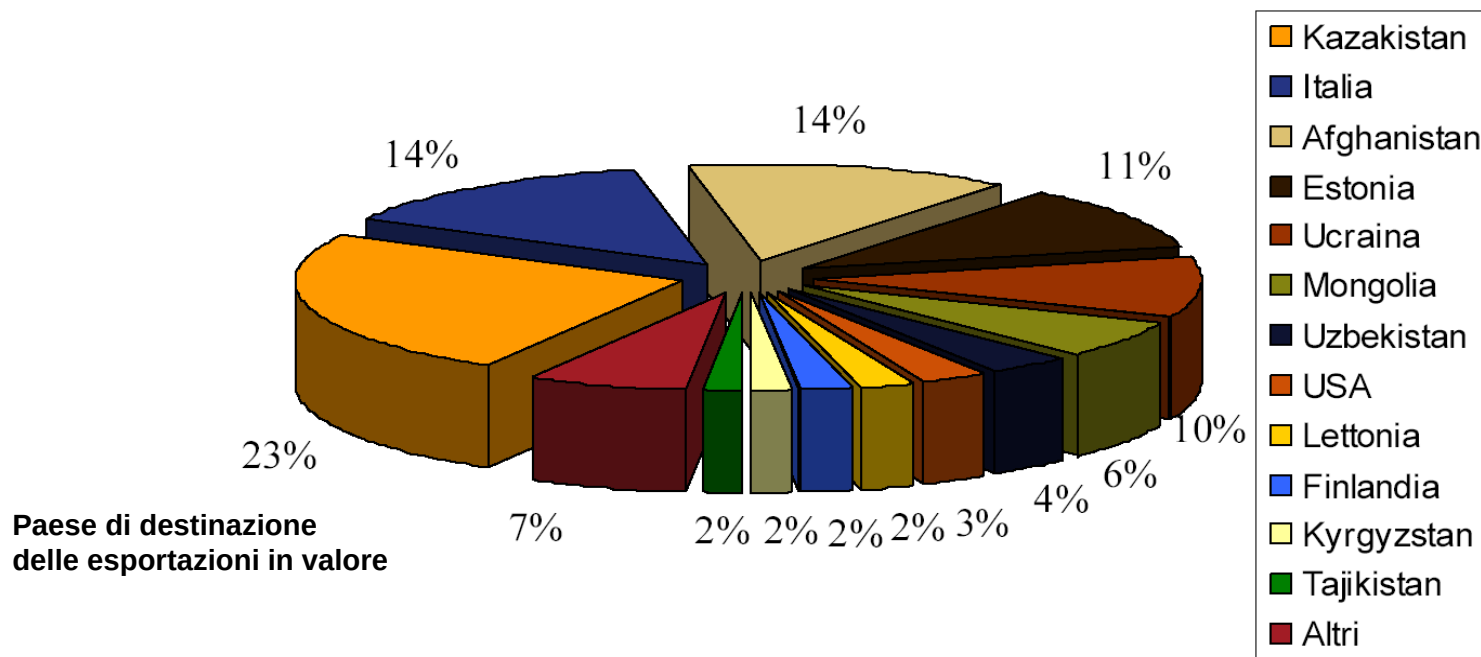
- La produzione interna di calzature è relativamente modesta e si rivolge ai consumatori dei segmenti basso e medio-basso.
- Le cause sono l'incapacità degli industriali di mantenere i costi bassi e le difficoltà di seguire il mutamento dei gusti dei consumatori.



- Mancanza di capitali da investire nel settore poiché il sistema creditizio non è disposto a finanziare settori che sottostanno alla concorrenza estera.
- I produttori cercano di attirare la clientela utilizzando marche con nomi che evocano lo stile occidentale (Ralf Ringer, Tj e Monarch).

Esportazioni

- I 10 maggiori esportatori russi coprono il 75% del totale in termini di volumi e il 90% in valore.
- La maggior parte delle esportazioni è verso i Paesi dell'ex **URSS**, **Italia**, **Mongolia**, **Finlandia** e **USA**.

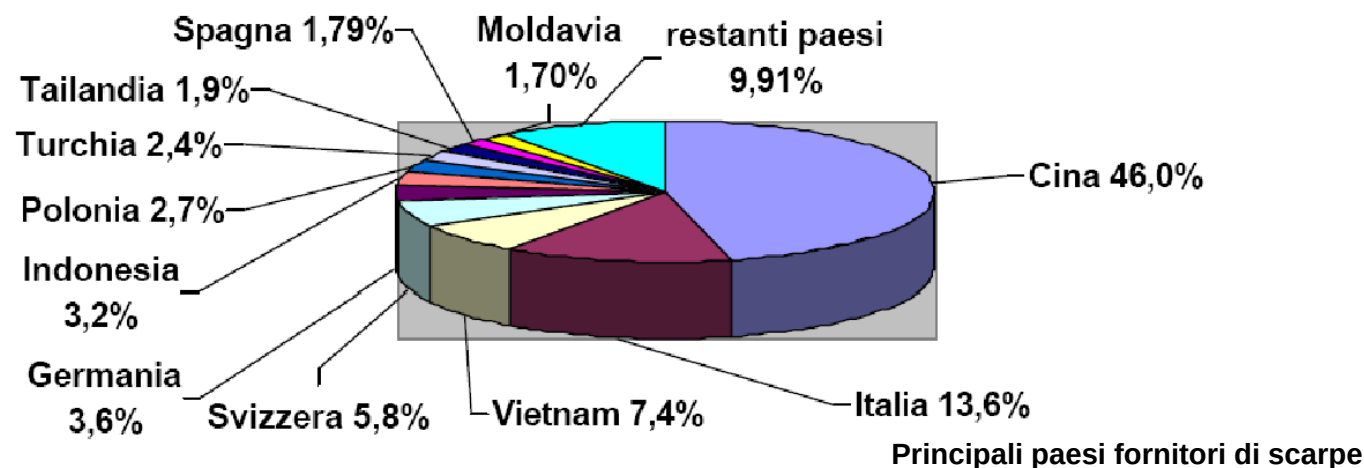


Produttori stranieri



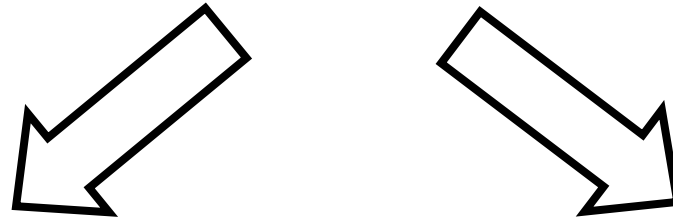
- Le scarpe non di marca prodotte in Cina, Vietnam e nei Paesi dell'ex URSS competono nei segmenti di prezzo basso e medio-basso.
- Le calzature europee, provenienti da Italia, Germania e Spagna competono nei segmenti medio-alto ed élite.
- Al momento attuale non ci sono imprese veramente grandi nel mercato calzaturiero. Le leader in Russia hanno volumi di vendita di 40-60 milioni di dollari, mentre il fatturato delle società in posizioni comparabili in Europa e America raggiunge i diversi miliardi di dollari.

Importazioni



- La Cina è il maggior Paese esportatore in Russia con una quota di circa il 50% del totale.
- Accanto alle importazioni ufficiali c'è una notevole presenza di quelle "in nero", che si stimano nel 55% del mercato. Ciò è la conseguenza delle tasse doganali relativamente alte che gravano sulle calzature importate.

Distribuzione: i produttori



PRODUTTORI INTERNI

Vendono attraverso i propri negozi al dettaglio, i mercati cittadini all'aperto, i piccoli outlets e i grandi magazzini.

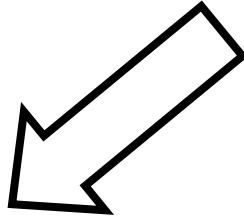
Si stanno sviluppando gli shopping center multimarca.

PRODUTTORI STRANIERI

Vendono attraverso gli importatori in franchising in negozi mono o multimarca.

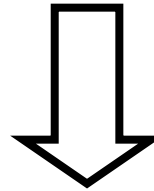


Distribuzione: i prezzi



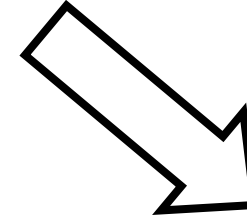
PREZZO BASSO

Le calzature vengono vendute nei mercati all'aperto, presenti in tutte le città russe. Essi rappresentano il 50% dei volumi venduti.



PREZZO MEDIO

I consumatori acquistano nei grandi magazzini e nei negozi specializzati. Si sceglie in base alla qualità, alla fascia di prezzo e all'assortimento disponibile.



PREZZO ALTO

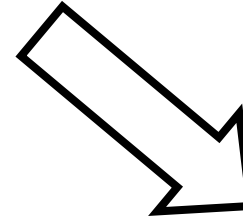
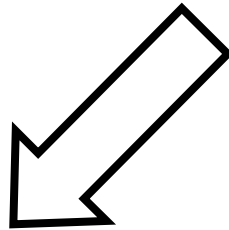
I consumatori acquistano all'estero o nelle boutique di lusso che si trovano in vie prestigiose o nei centri commerciali.

Promozione

- STAMPA
- INTERNET
- TELEVISIONE
- RADIO
- CARTELLI PUBBLICITARI



Stampa



RIVISTE SPECIALIZZATE

Raggiungono un vasto pubblico.

Gli acquirenti sono competenti
interessati o appassionati di
moda.

RIVISTE GENERICHE

Raggiungono più clienti, ma
meno motivati e interessati
all'acquisto.

Internet

È importante per qualsiasi impresa che vuole pubblicizzare i prodotti, ma anche come immagine dell'azienda.

I costi sono ridotti, ma non è molto efficace per la scarsa diffusione del Web nel Paese.



Televisione



Importante è la pubblicità interattiva, cioè fatta con televendite dove, durante la trasmissione, è possibile ordinare i prodotti. Tuttavia questo mezzo, soprattutto per l'abbigliamento, non ha avuto molto successo per la diffidenza dei russi che vogliono toccare con mano i prodotti.

I prezzi variano in base alla durata degli spot, all'importanza della televisione e alla fascia oraria della messa in onda.

Radio



Rispetto alla televisione è meno costosa, più diffusa e raggiunge un pubblico più vasto. Tuttavia per l'abbigliamento ha gli stessi limiti della pubblicità interattiva.

I costi sono variabili (durata, orario della messa in onda).

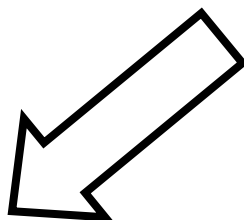
Cartelli pubblicitari

Sono apposti sui mezzi di trasporto e lungo le strade più trafficate. Hanno un'importanza sempre crescente, soprattutto per le imprese nazionali.

I costi variano in base alla localizzazione e alla popolazione che si può fermare ad osservarli.

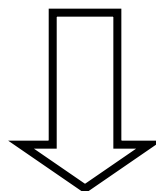


Forme di pagamento



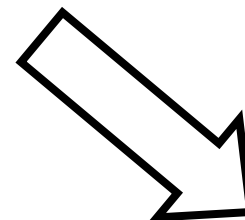
PAGAMENTO ANTICIPATO

Preliminare conferma di pagamento da una banca conosciuta.



LETTERA DI CREDITO A 60-80-120 GIORNI

Difficoltà di ottenere affidamento da una banca su una lettera di credito rilasciata da una banca russa.



PAGAMENTI IN COMPENSAZIONE

Pagamento con prodotti finiti o materie prime varie.

OBBLIGHI E COSTI

- Normativa dei prodotti
- Costi tributari
- Regolamentazione doganale

Normativa dei prodotti

Per adempiere agli obblighi di tutela del consumatore possono in genere essere necessari:

- **Certificazione GOST-R.** Certificato generalmente richiesto per Sicurezza ed EMC conferma la qualità del prodotto e la conformità alle normative ed esigenze della Federazione Russa .
- **Certificato igienico-sanitario.** Il documento rilasciato dal Nazionale Comitato di Controllo Sanitario -Epidemiologico presso il Ministero della Salute di Russia (SANEPIDEMNADZOR), conferma la sicurezza della produzione per la salute umana.
- **Scheda informativa sul prodotto.**

Costi tributari

- **DAZI DOGANALI** → 10%
- **TRIBUTI DOGANALI ADDIZIONALI:**
 - imposta per regolare la documentazione → 0,1%
 - imposta di deposito e magazzino
 - imposta di accompagnamento doganale → da 1.000 a 2.000 rubli
- **IMPOSTA SUL VALORE AGGIUNTO** → 18%
- **ACCISE** (sui beni di lusso)

Regolamentazione doganale

Nel 2004 è stato approvato un nuovo Codice Doganale per ridurre le barriere al commercio con l'estero.

- Occorrono solo 3 giorni per sdoganare le merci, fatta salva una proroga in caso di irregolarità dei documenti.
- I punti di sdoganamento sono aumentati.
- Il magazzino di deposito è scelto dall'operatore straniero.
- I documenti consegnati alla dogana devono essere tenuti per almeno 3 anni o, se si tratta di un broker doganale, per 5 anni solari.
- Se le merci subiscono dei danni, si può chiedere il risarcimento alle autorità doganali.

LINK UTILI

- Ice di Mosca
- Camera di commercio italo - russa
- Ambasciate
- Ufficio Sace di Mosca
- Dogana russa
- Rappresentanza UE a Mosca

OPPORTUNITA'

- Mercato in costante ed elevata crescita, sia come ricchezza che come richiesta di prodotti esteri, in particolare quelli di lusso.
- Il prodotto italiano gode di ottima aspettativa presso i rivenditori e presso la clientela finale, sia dal punto di vista della qualità offerta, che da quello dell'esclusività e dell'originalità nel design.
- Nascita di nuovi stilisti russi che cercano prevalentemente in Italia e Francia chi sia in grado di produrre le loro collezioni di alta moda.

DIFFICOLTA'

- Il mercato russo non è più, come nei primi anni dopo la caduta dell'Unione Sovietica, una specie di terra di conquista, dove realizzare facili profitti con il minimo impegno e senza una strategia ben precisa.
- Elevata concorrenza nel settore medio-basso.
- Affidabilità degli operatori russi non buona.
- Corruzione elevata e diffusa. Burocrazia “pesante”.

CONCLUSIONI

La Russia è un mercato interessante.

La **Alfa calzature S.p.a.** può entrare nel mercato attraverso un intervento diretto, volto alla creazione di una propria rete distributiva efficiente, che sia in grado di minimizzare i tempi di consegna e che raggiunga anche le province e le zone in fase di espansione economica.

È consigliabile costituire una **propria rappresentanza commerciale** (negozi monomarca) . Ciò comporta una maggiore spesa organizzativa e logistica, ma vi sarà un ritorno positivo sulla serietà del comportamento delle imprese e sulla loro credibilità.

L'**elevata qualità** delle calzature è il fattore vincente per il successo in Russia. Il target di riferimento è quello ad alto reddito, che se soddisfatto, non si preoccupa del prezzo e rimane fedele al brand.

Grazie alla posizione privilegiata del Made in Italy, l'azienda, come molte altre, può praticare aumenti del livello dei **prezzi** senza rischiare di uscire dal mercato.