CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

enterprise europe network

alps North-West Italy

Target Market Basic

Informazioni e aggiornamenti per le aziende che operano con l'estero

12 febbraio 2021

Introduzione

Per essere più vicini alle imprese nella fase più delicata dei loro processi di internazionalizzazione, ossia quando diviene centrale raccogliere informazioni il più possibile aggiornate e raffinate per definire accuratamente le proprie strategie commerciali per l'estero, proponiamo in una nuova formula il nostro servizio di orientamento ai mercati esteri **Target Market Basic**.

Articoli di approfondimento, brevi analisi Paese, opportunità di collaborazione, novità e appuntamenti, tutti raccolti in un'unica nota informativa gratuita e quindicinale.

A cura del Settore Sviluppo competitività e internazionalizzazione.

Indice

Focus Industria: "Smart Factory" e "Veicoli a guida autonoma" ..... pg. 2

Focus Sistema casa: Polonia ..... pg. 10

Focus Cosmetica: Russia ..... pg. 14

Progetti e servizi per la promozione delle imprese ..... pg. 20

Appuntamenti ..... pg. 21

Opportunità di collaborazione dall'estero ..... pg. 22

I servizi della Camera di commercio di Torino "export on-line" ..... pg. 26

Le Smart Factory

La fabbrica intelligente è ancora in fase di sviluppo, ma le basi in gran parte ci sono già.

Il 5G gioca un ruolo centrale nella visione Bosch per la fabbrica del futuro
Immagine: Bosch

Un paio di anni fa, un tecnocrate di un importante fornitore di automazione, chiacchierando a margine di un evento del settore ha fatto un'osservazione interessante. "Una fabbrica produce prodotti, ma non è questo lo scopo della fabbrica", ha detto. "Lo scopo di una fabbrica è realizzare profitti." Implicito in questa affermazione è il ruolo che la tecnologia gioca nel realizzare quei profitti. È iniziato con la primissima rivoluzione industriale a metà del XVIII secolo alimentata a vapore, e continua con l'Industria 4.0, la quarta versione - avviata da Internet e facilitata dai sistemi cyber-fisici nel nuovo millennio. Ognuna di queste rivoluzioni ha portato enormi vantaggi in termini di trasporto, telecomunicazioni, accesso alle materie prime, esplorazione delle risorse, ecc. E ha portato alla produzione su larga scala di beni industriali e di consumo, gadget ed elettrodomestici per l'uso quotidiano. Tuttavia, ormai, la maggior parte di questi vantaggi è stata sfruttata fino in fondo, e l'efficienza produttiva in alcuni settori è arrivata negli anni '90 in termini percentuali. Eppure oggi, più che in qualsiasi altro momento della storia, i produttori sono costantemente sotto pressione per produrre prodotti di qualità superiore in minor tempo a prezzi inferiori e per soddisfare anche le esigenze individuali. Con i margini in diminuzione, l'unico modo per accrescere i profitti è aumentare ulteriormente l'efficienza, ridurre gli errori, anticipare i guasti delle apparecchiature ed eliminare del tutto le inefficienze. Benvenuti nell'era della Smart Factory, resa possibile dal bouquet di tecnologie emergenti ora disponibili per l'industria alla ricerca di efficienze ancora più elevate.

Cos'è esattamente una Smart Factory?

In termini semplici, è un luogo per la produzione intelligente in cui le macchine, già in larga misura automatizzate - e robot sempre più intelligenti - sono collegate tra loro da dispositivi intelligenti attraverso l'Internet delle cose (IIoT).

Ciò a sua volta facilita l'autoapprendimento e l'adattamento, migliorando i processi attraverso l'automazione avanzata e l'auto-ottimizzazione, con connettività end-to-end e analisi dei dati senza interruzioni. I vantaggi che ne derivano non sono solo in termini di efficienza di produzione, ma anche la razionalizzazione di tutte le funzioni correlate come la logistica della supply chain e i processi di pre e post-produzione, per renderla sostenibile. Il segreto per sfruttare questo potenziale è nascosto nei dati generati da questi processi. Secondo un rapporto IBM, una fabbrica media genera ogni giorno 1 TB di dati di produzione, di cui oltre il 99% non viene analizzato. Le informazioni nascoste in questi dati, la cui analisi va oltre le capacità umane e necessita di tecnologie come l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico, sono la chiave per una maggiore efficienza operativa. La fabbrica intelligente non deve necessariamente essere costruita da zero. Le strutture esistenti possono essere trasformate in fabbriche intelligenti, a condizione che vengano effettuati investimenti per mettere a punto alcuni aspetti. Questi includono una corretta infrastruttura di rete, controller intelligenti, software di analisi con sistemi informativi integrati tra cui IoT, cloud computing, Big Data e una tecnologia che utilizzi l'intelligenza artificiale. Soprattutto, questo richiede manodopera qualificata e la preparazione per adattarsi alle nuove tecnologie. La fabbrica intelligente è ancora un work in progress, ma le basi sono già presenti. Tuttavia, ci sono delle lacune da colmare - mentre l'Intelligenza Artificiale gioca un ruolo chiave nell'analisi dei dati, il 5G è la tecnologia per la connettività - e molto resta da fare in entrambe queste aree. Qual è quindi lo stato dell'arte della fabbrica intelligente e della sua implementazione dal punto di vista dei principali fornitori di tecnologie? Qui di seguito viene presentata un'istantanea di 5 fornitori leader e delle loro tecnologie.

ABB

Un orologio da polso su misura assemblato in tre minuti. Questo è ciò che ABB ha dimostrato all'Hannover Messe 2019 presso il suo stand, utilizzando tre delle sue tecnologie chiave: il robot collaborativo YuMi che esegue operazioni di assemblaggio di precisione; il sistema di trasporto flessibile SuperTrak che garantisce il movimento tempestivo delle parti; e ABB Ability Connected Services che monitorano le condizioni generali e le prestazioni. ABB ha lanciato la piattaforma tecnologica Ability nel 2017, riunendo una serie di prodotti, soluzioni e servizi digitali sotto un unico ombrello. La piattaforma ABB Ability offre oggi più di 220 soluzioni digitali, che consentono alle imprese di aumentare la produttività e migliorare la sicurezza a costi inferiori.

Il modulo di fabbrica intelligente di ABB presentato alla Hannover Messe 2019
Immagine: Hannover Messe

Lo stabilimento ABB di Heidelberg in Germania è un classico esempio di fabbrica intelligente, una vetrina della tecnologia all'avanguardia di ABB e dell'abilità di produzione. Uno degli impianti più antichi del gruppo ABB, produce interruttori magnetotermici (MCB), un comune ma cruciale dispositivo di sicurezza utilizzato nelle installazioni elettriche, disponibile in molte varianti differenti. L'MCB interrompe efficacemente il circuito in caso di sovraccarico e altri guasti, proteggendo l'installazione da incendi e danni. Lo stabilimento di Heidelberg è un dimostratore per la produzione intelligente, di come appare la fabbrica di domani. È dotato di sette tipi di robot ABB, tutti interconnessi sulla piattaforma ABB Ability, la digitalizzazione aumenta la loro produttività. La transizione ha aumentato l'efficienza dell'impianto per gestire il triplo di varianti di prodotto rispetto a prima, migliorando anche la qualità dei prodotti. Le pratiche di manutenzione predittiva hanno portato a programmi di consegna accurati e una migliore gestione dei materiali all'interno dello stabilimento. La piattaforma Ability sfrutta l'intelligenza artificiale attraverso oltre 70 milioni di dispositivi connessi e 70.000 sistemi di controllo. Questo non solo aiuta i clienti a ottimizzare le operazioni, ma ABB utilizza anche le informazioni per sviluppare nuovi modelli di business.

Bosch va oltre la mobilità

Bosch, il rinomato fornitore di tecnologie per veicoli e soluzioni di mobilità, offre ora tecnologie Industry 4.0 per fabbriche intelligenti. Concentrandosi su automazione, digitalizzazione, intelligenza artificiale e IoT, l'idea è di aumentare la produttività, la qualità e la sicurezza. In qualità di utente e fornitore leader di soluzioni per l'Industria 4.0, Bosch segue la strategia "3S", utilizzando sensori, software e servizi. Questi sono canalizzati attraverso la sua piattaforma software Nexeed, su cui risiedono una varietà di soluzioni "Source-Make-Deliver" per l'ottimizzazione continua - dall'approvvigionamento (fonte) attraverso la produzione (prodotto) al cliente finale (consegna). Nexeed include strumenti come manutenzione predittiva, grafici della cabina di monitoraggio, soluzioni di tracciabilità e controllo, esecuzione della produzione, supporto per la manutenzione, sistemi di trasporto autonomo, intralogistica: tutto connesso. Nexeed è ideale per le aziende più grandi che hanno implementato soluzioni Industry 4.0, aziende che hanno una rete di produzione globale e stabilimenti in più sedi. Ma Bosch offre anche soluzioni alle PMI in pacchetti più piccoli, introducendo loro i vantaggi dell'Industria 4.0, soprattutto quando non hanno competenze digitali interne.

La smart factory di Bosch che lavora sulla piattaforma Nexeed
Immagine: Bosch

Lo stabilimento Bosch di Blaichach in Germania, specializzato nella produzione di sistemi ABS ed ESP per automobili, è una fabbrica intelligente che lavora sulla piattaforma Nexeed. Ciò offre tutti i vantaggi dell'impianto connesso sia ai macchinari nuovi che a quelli esistenti, poiché Nexeed è un sistema aperto, in cui è facile aggiornare i dispositivi IoT sulle linee di produzione. Lo stabilimento di Blaichach impiega 3000 dipendenti, come li chiama Bosch, e produce 6,7 milioni di sistemi di sicurezza ABS / ESP. La trasformazione ha consentito a Bosch di aumentare la produttività dei suoi stabilimenti di produzione di ABS / ESP in tutto il mondo di quasi il 24%. Per Bosch, queste iniziative di integrazione delle tecnologie Industry 4.0 nella fabbrica intelligente stanno dando i loro frutti, con l'azienda che ha guadagnato oltre 1,5 miliardi di euro con le applicazioni Industry 4.0 negli ultimi 5 anni. Entro il 2022, Bosch ha piani ambiziosi per generare vendite annuali di oltre un miliardo di euro attraverso Industry 4.0.

Rockwell Automation e "The Connected Enterprise"

Rockwell Automation ritiene che il mondo debba diventare un luogo più intelligente e offre soluzioni a tal fine attraverso The Connected Enterprise, dove i prodotti diventano più intelligenti, le persone diventano più intelligenti e le loro decisioni diventano più intelligenti. L'azienda di 117 anni è un importante fornitore di prodotti per l'automazione industriale e la tecnologia dell'informazione con vendite globali di 6,69 miliardi di USD per il 2019. L'azienda organizza eventi esclusivi come l'annuale Automation Fair negli Stati Uniti e gli eventi TechED per connettersi e formare i clienti sugli ultimi sviluppi nel campo.

Il Customer Center Rockwell Automation EMEA a Karlsruhe, Germania
Immagine: Rockwell Automation

The Connected Enterprise è una piattaforma che riunisce soluzioni intelligenti a vantaggio della produzione e dei processi, portando vantaggi tangibili come un time to market più rapido, un migliore utilizzo delle risorse, un costo totale di gestione e quindi un rischio d'impresa inferiore. Che queste siano tutte soluzioni collaudate è confermato dal fatto che Rockwell Automation le utilizzi nei propri stabilimenti di produzione come parte del suo percorso di trasformazione della digitalizzazione. Per le aziende che adottano la piattaforma per la loro trasformazione digitale, il risultato, sulla base dei casi d'uso, porta a: aumenti di produttività del 4-5% all'anno; riduzione dei rifiuti; time to market più rapido, perché gli impianti sono in grado di diventare operativi in settimane anziché in mesi; miglioramento degli standard qualitativi, che si traducono nella riduzione della metà dei difetti di produzione; e fino al 98% di puntualità nelle consegne. Nel 2017, Rockwell Automation ha aperto il suo Customer Center EMEA per The Connected Enterprise a Karlsruhe, in Germania, offrendo a clienti e visitatori l'opportunità di ricevere consigli su misura su temi relativi alla fabbrica intelligente, con una visione a 360 gradi di The Connected Enterprise.

Schneider Electric realizza l'EcoStruxure

Schneider Electric, leader nella trasformazione digitale della gestione dell'energia e dell'automazione, fa risalire le sue origini al 1836. È una multinazionale europea operativa in oltre 100 paesi e un fatturato 2019 di 27 miliardi di euro. Dal 1980, l'azienda è cresciuta in modo notevole attraverso una serie di acquisizioni, abbandonando la sua tradizionale attività siderurgica a favore dell'elettricità e delle tecnologie correlate.

La fabbrica intelligente Schneider Electric a Le Vaudreuil in Francia
Immagine: Schneider Electric

Dopo essersi reinventata per l'era digitale nel nuovo millennio, l'azienda ha lanciato la sua piattaforma EcoStruxure abilitata per l'IoT per la trasformazione digitale, con applicazioni specifiche per il settore che coprono non solo le industrie, ma anche case, edifici, data center, energia e infrastrutture. EcoStruxure for Industry è la piattaforma Schneider Electric IIoT aperta, interoperabile e pronta per la produzione intelligente, a tutti i livelli, dai prodotti connessi al controllo edge e alle app, all'analisi e ai servizi. È la dorsale digitale che collega le migliori soluzioni di tecnologia operativa (OT) con le ultime tecnologie IT per sbloccare il valore intrinseco nei processi e sfruttare il vero potenziale dell'Internet of Things. Con il software integrato, migliora la produttività, l'efficienza, la sostenibilità e la sicurezza informatica per i costruttori di impianti e di macchine. I vantaggi includono una riduzione fino all'80% dei costi e dei tempi di progettazione; fino al 75% di risparmio sui costi di manutenzione; e fino al 50% di riduzione dei residui di carbonio. L'azienda ha lanciato diverse fabbriche intelligenti in tutto il mondo in paesi come Francia, Stati Uniti, Messico, Cina, India, Indonesia e Filippine. Questi sono fondamentali per la trasformazione digitale della supply chain 4.0 su misura sostenibile, in cui viene utilizzata la digitalizzazione in tutte le operazioni della catena di fornitura per migliorare le prestazioni. Il World Economic Forum ha designato gli impianti Schneider Electric a Le Vaudreuil in Francia e Batam in Indonesia come fari della 4a rivoluzione industriale avanzata (4IR). L'azienda si è posta l'obiettivo di 100 fabbriche intelligenti per il 2020 e le stesse tecnologie sono disponibili per qualsiasi azienda alla ricerca di una trasformazione simile.

Siemens e il suo MindSphere

Fondata nel 1847, Siemens è la multinazionale tedesca e la più grande azienda di produzione industriale globalizzata in Europa, con un fatturato nel 2019 di circa 87 miliardi di euro. Con i suoi principali settori verticali di industria, energia, sanità e infrastrutture, Siemens ha oggi l'esperienza e il know-how digitale per favorire miglioramenti delle prestazioni lungo l'intera catena del valore attraverso la trasformazione digitale. Ciò si rende possibile attraverso le sue due soluzioni principali:

MindSphere - un sistema operativo IoT aperto e basato su cloud; e Digital Twin - la rappresentazione virtuale dei prodotti e della produzione.
Lanciato nel 2016, MindSphere oggi connette circa 1,3 milioni di dispositivi e oltre 1.000 clienti. Ad esempio, Volkswagen utilizza MindSphere nella sua rete cloud, collegando macchinari e attrezzature in oltre 120 dei suoi stabilimenti. Questi dati vengono utilizzati per migliorare la produttività e l'efficienza negli impianti e nelle linee di produzione. Ciò che MindSphere fa essenzialmente sono 4 cose: connettere le risorse e caricare i dati nel cloud; raccogliere, monitorare e analizzare i dati in tempo reale; acquisire informazioni che migliorino l'efficienza e la redditività; sfruttare app e soluzioni che risolvano problemi reali.

La Siemens Smart Factory ad Amberg, in Baviera
Immagine: Siemens

Come altri importanti fornitori, anche Siemens detiene un esempio di Smart Factory nel suo stabilimento di Amberg in Baviera, che ha implementato il sistema MindSphere. Distribuito su 100.000 metri quadrati, lo stabilimento di Amberg produce un mix di 1200 prodotti, il che significa che in media ci sono 350 cambi di produzione al giorno. L'impianto produce 17 milioni di componenti Simatic all'anno e circa 50 milioni di dati. Nel processo di regolare funzionamento dell'impianto, Siemens utilizza altre tecnologie rivoluzionarie come l'intelligenza artificiale, l'apprendimento automatico e l'Industrial Edge Computing. I risultati della trasformazione sono evidenti, guardando le cifre: un aumento della produzione di 13 volte da quando lo stabilimento è entrato in funzione nel 1989, senza manodopera aggiuntiva o espansione.

Riassumendo

Secondo una ricerca di mercato sull'industria globale delle smart factories pubblicato di recente da Reportlinker, il mercato globale è stimato a 136,4 miliardi di dollari nel 2020. Si prevede che raggiungerà una dimensione di 218,4 miliardi di dollari entro il 2027. Secondo le stime del Capgemini Research Institute, pubblicate nel suo rapporto 'Smart factories @ scale', il valore aggiuntivo per l'industria manifatturiera dovuto all'aumento di produttività nelle fabbriche intelligenti entro il 2023 dovrebbe essere compreso tra 1,5 e 2,2 trilioni di dollari. Ciò dimostra i potenziali vantaggi della fabbrica intelligente per il mondo manifatturiero. Una questione importante che emerge da questi sviluppi è il ruolo umano nella fabbrica del futuro, con lo spettro della massiccia disoccupazione causata dalla digitalizzazione.

Ma il professor Martin Ruskowski, presidente del consiglio di amministrazione di SmartFactory-KL - dimostratore indipendente e piattaforma di ricerca con sede in Germania - non è d'accordo. Secondo lui, "Gli esseri umani saranno e dovranno essere in grado di cambiare ogni decisione presa da una macchina. Manterremo la responsabilità di ciò che accade nei processi di produzione. Le macchine e l'intelligenza artificiale non possono e non devono portarlo via".

Leggi l'articolo completo su: https://www.magazine-industry-usa.com/market-overview/33119-the-smart-factory-%E2%80%93-an-overview

Fonte: Milton D'Silva, Magazine Industry USA (7 dicembre 2020)

La sfida di Mobileye (Intel): veicoli a guida autonoma per tutti

In occasione del Ces 2021 Amnon Shashua, presidente e ceo di Mobileye (un'azienda di Intel), ha presentato la strategia relativa ai veicoli a guida autonomia. Si tratta di un approccio in tre fasi definito Mobileye Trinitry, che mira a rendere queste tecnologie economicamente sostenibili.

La soluzione di Mobileye parte da una poco costosa videocamera come sensore primario, combinata con un sistema di sensori secondari realmente ridondati che abilitano un processo di guida più sicuro di almeno tre ordini di grandezza rispetto alle abilità di un essere umano. Utilizzando la tecnologia True Redundancy, Mobileye può certificare questo livello di prestazioni più rapidamente e a costi inferiori rispetto a chi adotta sistemi fused. Per il futuro, Mobileye punta a integrare nei veicoli a guida autonoma nuove tecnologie radar e lidar che miglioreranno il rilevamento degli oggetti e le relative distanze, incrementando gli standard di sicurezza e allo stesso tempo riducendo i costi. La tecnologia di radar imaging software-defined a 2304 canali, gamma dinamica a 100 dB e livello lobo laterale a 40 dBc consentono al radar di creare uno stato di rilevamento sufficiente per un processo in grado di supportare la guida autonoma. Grazie a un'elaborazione di segnale interamente digitale allo stato dell'arte, differenti modalità di scansione, tecnologie rich raw detection e multi-frame tracking, il software-defined imaging radar di Mobileye vuole porsi come nuovo paradigma di architettura. Shashua ha anche approfondito il funzionamento della tecnologia di mappatura in crowdsourcing di Mobileye, tramite la quale vengono tracciati circa 8 milioni di chilometri quotidianamente: a oggi, sono stati mappati già 1 miliardo di chilometri con questa tecnologia, che rispetto ad altre si concentra su dettagli semantici, fondamentali per la comprensione e contestualizzazione dell'ambiente da parte delle vetture autonome. Per dimostrare i vantaggi di queste mappe automatizzate, Mobileye inizierà a testare i propri veicoli a guida autonoma in quattro nuovi Paesi senza inviare tecnici specializzati in loco. Saranno inviati invece dei veicoli ai team locali che supportano i clienti di Mobileye. Dopo un'adeguata formazione sulla sicurezza, questi veicoli saranno in grado di funzionare. Questo approccio è stato utilizzato nel 2020 per consentire alle vetture di iniziare a circolare a Monaco di Baviera e Detroit nel giro di pochi giorni. «Il supporto di Intel e il nostro approccio in tre fasi (Mobileye trinity) significa che possiamo crescere a ritmi senza precedenti», ha commentato Shashua. «Fin dagli inizi, ogni parte del nostro piano mira a una rapida espansione sia geografica che economica e l'annuncio di oggi mostra come le nostre innovazioni ci consentano di implementare questa strategia».

Leggi l'articolo completo su: https://www.industriaitaliana.it/intel-guida-autonoma-intelligenza-artificiale/

Fonte: Industria Italiana (12 gennaio 2021)

Focus Sistema casa: Polonia

Il contesto internazionale

- Il mercato mondiale dei prodotti Home & Garden nel 2018 ha registrato un valore pari a 897 miliardi di €.
- Per il quinquennio 2019-2024 si prevede una crescita media annua ponderata del 4,7%.
- I Paesi del sud est asiatico registreranno tassi di crescita medi annui superiori alla media (5,8%). Seguono l'Europa orientale (Russia compresa) con un tasso di crescita che si assesterà sul 4,6%, il Nord America con il 3,7% e infine l'Europa Occidentale con il 2,8%.

Focus Paese: Polonia

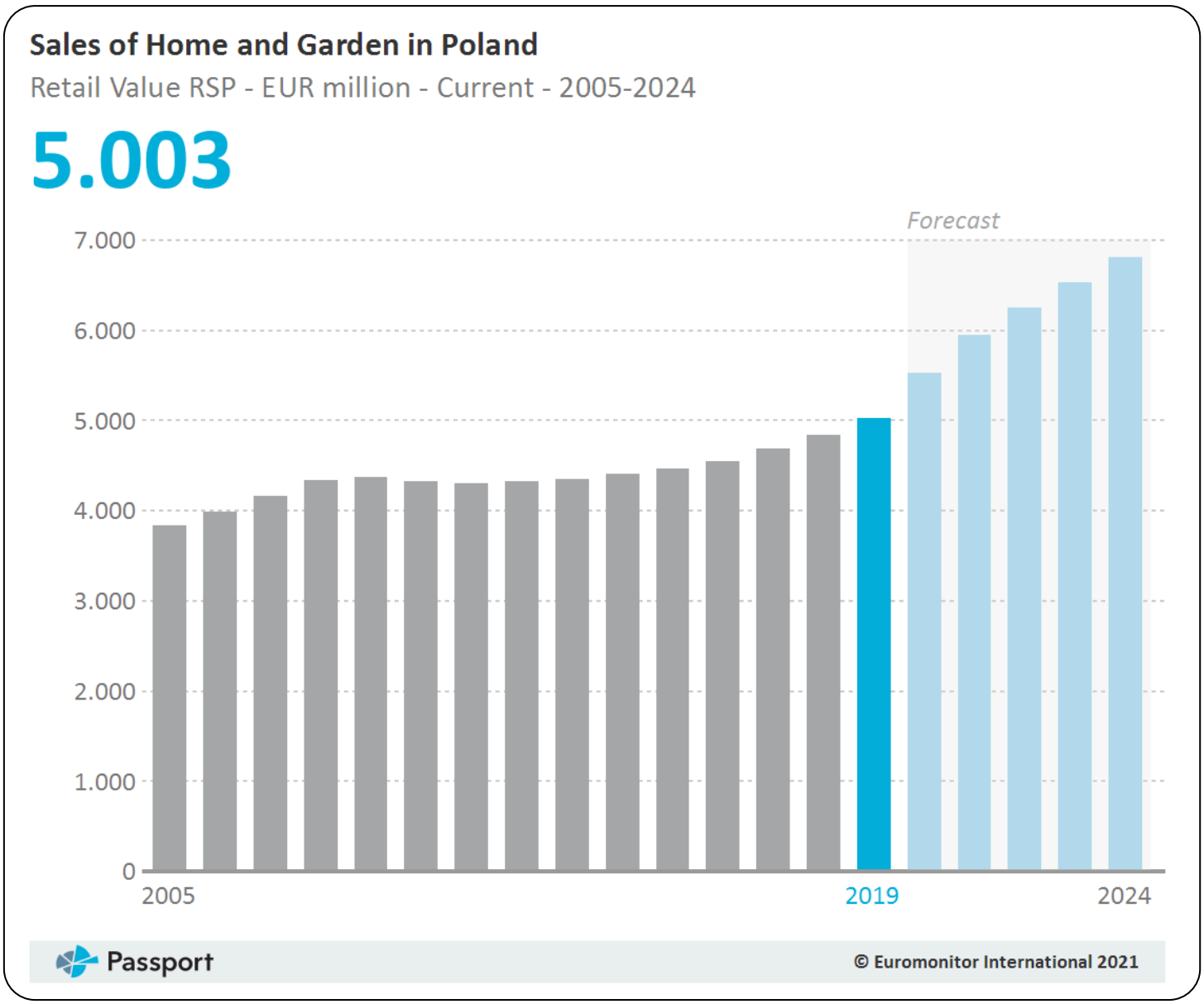
- Capitale: Varsavia
- Lingua ufficiale: Polacco
- Abitanti (milioni, 2018): 38
- Superficie (kmq): 312.696
- Fuso orario: +1 h GMT
- Valuta (2019): Zloty Polacco (1 EUR = 4,4683 PLN)
- PIL (miliardi di USD, 2018): 585,7
- Crescita PIL (2019): + 5 %

Highlights

- Boom del mercato immobiliare
- Affermazione di una classe media orgogliosa della propria abitazione e sempre più attenta alle tendenze internazionali del design
- Crescita del canale e-commerce, ma tenuta dei punti vendita tradizionali
- Trend crescente dei prezzi di mercato degli immobili che, se confermato, potrebbe frenare la crescita del settore Home&Garden

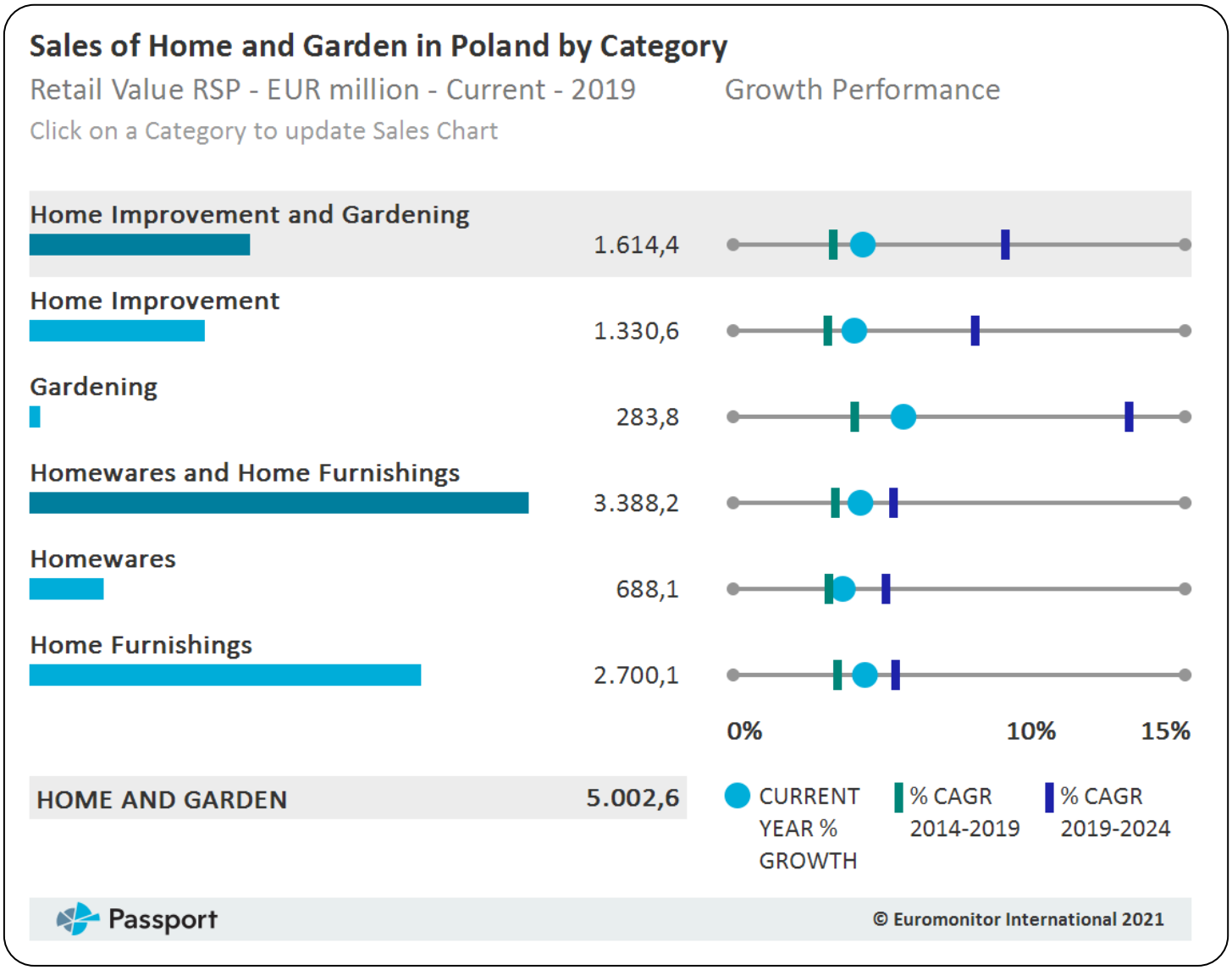
Il settore Home & Garden in Polonia

- Nel 2019 la Polonia ha registrato un valore di consumi pari a 5 miliardi di €, collocandosi al 22° posto nella classifica delle principali economie, per dimensione del mercato.
- Il consumo medio annuo pro capite è stato di 130 € circa (valore complessivo del mercato diviso il numero totale degli abitanti) e si tratta del 18° livello di consumo pro capite più alto al mondo.



Suddivisione settoriale

- Per quanto concerne la suddivisione in sotto-categorie, nel 2019 la quota principale è rappresentata dai prodotti dell'Home Furnishing (2,7 miliardi di €).
- Seguono l'Home Improvement (1,3 miliardi di €) e l'Homewares (0,6 miliardi di €).
- Nel periodo 2019-2024 è previsto un tasso di crescita più marcato per i settori del Gardening e dell'Home Improvement.



Crescita e stabilità economica si traducono in un aumento delle vendite

Il mercato del settore Home&Garden in Polonia ha continuato a crescere nel corso del 2019, trainato della stabilità economica e dal boom del mercato immobiliare. Inoltre i consumatori stanno acquisendo una maggiore sensibilità ed attenzione alle tendenze del design europee e globali, prestando una maggiore attenzione all'arredamento della casa.

C'è stata un'attenzione particolare al giardinaggio, sia interno che esterno, ma sono cresciuti anche i settori del fai-da-te, dei prodotti per la casa e degli arredi. L'aumento dei livelli di reddito e di spesa ha trainato, insieme al boom immobiliare, tale crescita.

Il boom del mercato immobiliare polacco rimane un importante stimolo alla crescita

La vivacità del mercato immobiliare in Polonia ha sostenuto la crescita del settore nel 2019. Il verificarsi di condizioni favorevoli all'acquisto, nonché un'ampia disponibilità di alloggi di alta qualità in tutto il paese e soprattutto nelle aree urbane, ha fatto sì che tutte le categorie che compongono il settore Home&Garden crescessero.

Nonostante si siano vissuti diversi anni di crescita nel settore della vendita di abitazioni rimangono spazi di miglioramento a causa del basso numero attuale di proprietari giovani.

Il boom immobiliare ha escluso questa fascia dagli acquisti di immobili a causa di una forte crescita dei prezzi, che ha toccato a Varsavia ed in altre città particolarmente appetibili punte del 20%/anno. Se tale aumento dovesse continuare anche nei prossimi anni, ciò potrebbe avere un impatto negativo sull'andamento degli acquisti e sulle vendite del settore Home&Garden, poiché potrebbe diminuire il potere di spesa degli acquirenti per prodotti per la casa e il giardino.

Ikea Retail rimane il leader di mercato incrementando la sua leadership sul mercato nel 2019 Ikea Retail è presente in Polonia dal 1990 ed ha oggi 11 punti vendita nelle principali aree urbane in tutto il paese ed è di prossima apertura un nuovo punto vendita a Stettino.

IKEA attrae un'ampia sezione trasversale di consumatori polacchi, il marchio ha una forte reputazione per l'ottimo rapporto qualità-prezzo ed i design semplici ed eleganti proposti sono molto in linea con i gusti polacchi.

L'e-commerce cresce velocemente, ma la vendita diretta resta il canale predominante

L'e-commerce ha registrato un tasso di crescita più elevato di qualsiasi altro canale di distribuzione nel 2019. I consumatori polacchi ripongono sempre maggiore fiducia in tale canale e sono particolarmente attratti dalla consegna a domicilio. Di fronte alla rapida ascesa del canale i principali rivenditori specializzati hanno lanciato propri siti web di e-commerce. Ciò ha anche consentito loro di espandere la base di consumatori, includendo anche coloro i quali non hanno accesso diretto ai loro negozi fisici, che si trovano tipicamente nella periferia delle grandi città.

Tuttavia, la vendita in negozio rimane il canale dominante, perché i consumatori desiderano vedere e toccare con mano tessuti, materiali e design, testandone il comfort e la durata, prima di effettuare l'acquisto. E' molto probabile, quindi, che almeno per i prossimi 5 anni di previsione, tale canale rimanga il predominante nel settore.

Crescita della classe media ed influenze europee ed internazionali traineranno le vendite anche nei prossimi anni

La situazione economica del paese dovrebbe continuare a migliorare nei prossimi anni, con tassi di crescita tra i migliori dell'UE nei prossimi cinque anni.

Nelle principali aree urbane, come Varsavia e Cracovia, negli ultimi 10-15 anni si è affermata una solida e benestante classe media, target vasto e affidabile di consumatori per il settore Home&Garden. Questo gruppo di consumatori è in continua crescita. I polacchi, inoltre, hanno una meritata reputazione di essere orgogliosi della propria casa e sono dunque disposti a spendere per migliorare l'ambiente domestico. Sono inoltre sempre più influenzati dallo stile europeo e internazionale e dalle tendenze di design grazie ad Internet e altri canali multimediali. Tutti questi fattori garantiranno una solida crescita del settore nel prossimo periodo previsionale.

Fonte: Euromonitor International Ltd. (gennaio 2021)

Focus Cosmetica: Russia

Il contesto internazionale

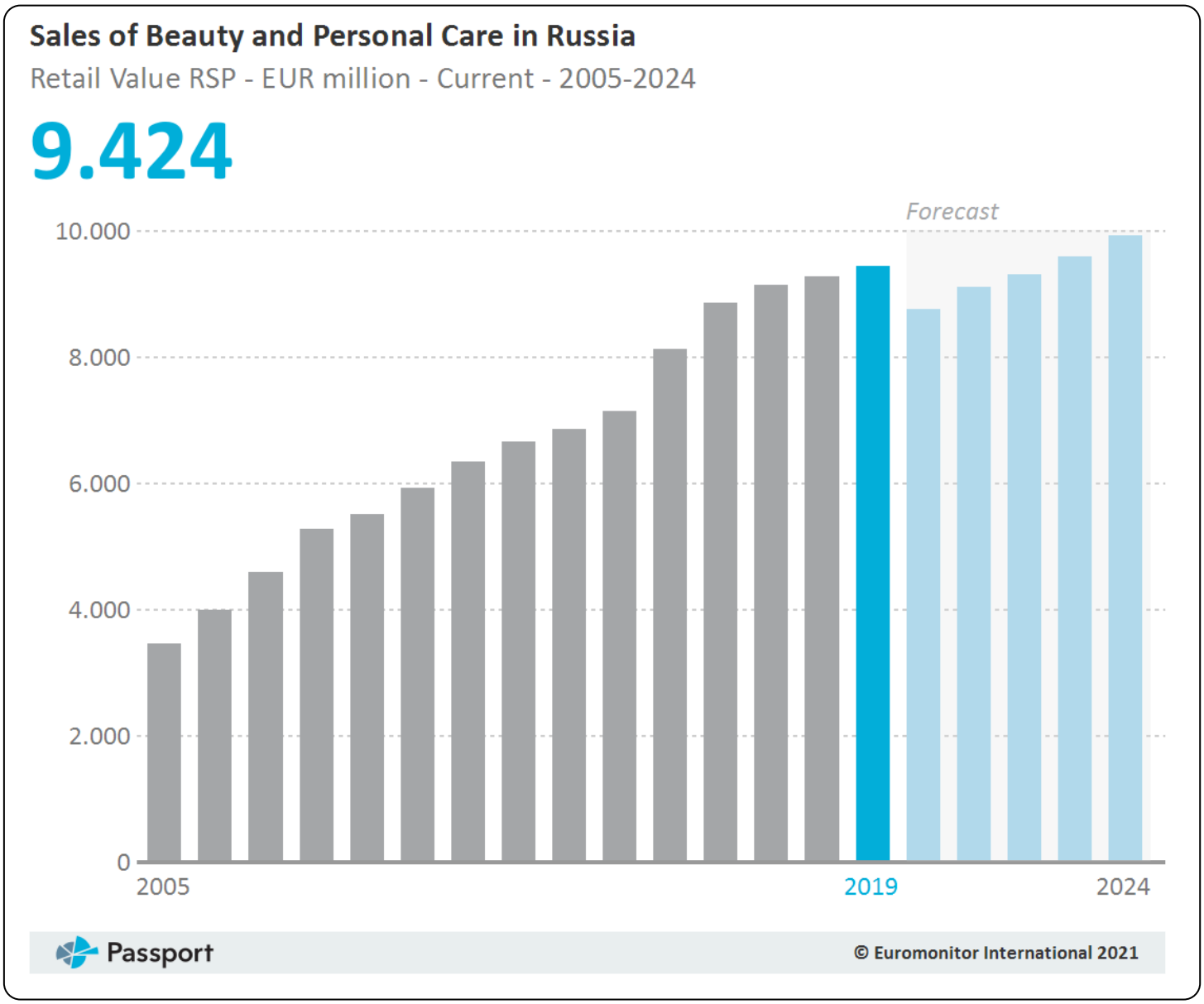
- Il mercato mondiale dei prodotti Beauty & Personal Care nel 2019 ha registrato un valore pari a 446,3 miliardi di €.
- Per il quinquennio 2019-2024 si prevede una crescita media annua ponderata del 2,3%.
- I Paesi del sud est asiatico registreranno tassi di crescita medi annui superiori alla media (5,4%). Seguono l'Oceania con un tasso di crescita che si assesterà sul 2,3%, l'Africa e il Medio Oriente con il 1,7%, l'America Latina con il 0,7% e il Nord America con lo 0,4%. L'Europa chiuderà la classifica con un tasso di crescita che oscillerà intorno allo 0%.

Focus Paese: Russia

- Capitale: Mosca
- Lingua: Russo
- Abitanti (milioni, 2019): 144,4
- Superficie (kmq): 17.125.191
- Fuso orario: + 4 h
- Valuta (2019): Rublo russo (1 EUR = 85,45 RUB)
- PIL (miliardi di USD, 2018): 1.657,5
- Crescita PIL (2018): + 2,3 %

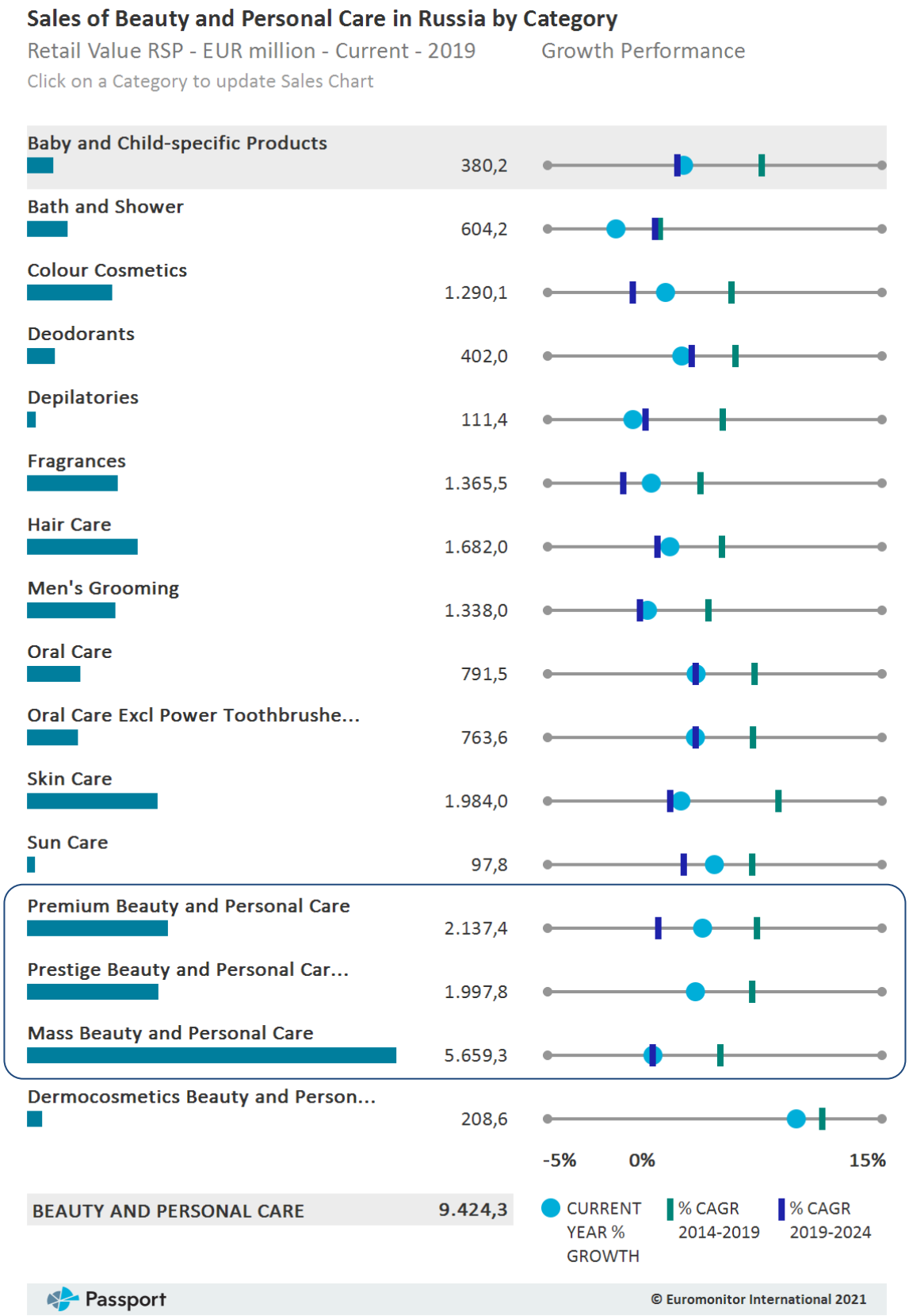
Il settore Beauty & Personal Care in Russia

- Nel 2019 la Russia ha registrato un valore di consumi pari a 9,4 miliardi di €, collocandosi al 11° posto nella classifica delle principali economie, per dimensione del mercato.
- Il consumo medio annuo pro capite è stato di 65 € circa (valore complessivo del mercato diviso il numero totale degli abitanti) e si tratta del 54° livello di consumo pro capite più alto al mondo.



Suddivisione settoriale

- Per quanto concerne la suddivisione in sotto-categorie, nel 2019 la quota principale è rappresentata dai prodotti per la cura della pelle (1,98 miliardi di €).
- Seguono i prodotti per la cura dei capelli (1,68 miliardi di €), le profumazioni (1,36 miliardi di €), i prodotti da uomo (1,33 miliardi di €) e i cosmetici (1,29 miliardi di €).



Impatto del COVID-19 in Russia

Alla data del 10 maggio 2020, la Russia ha registrato circa 1.900 decessi a causa del COVID-19 e 209.700 casi.

Le restrizioni per impedire la diffusione del virus sono state introdotte gradualmente in Russia.

Dal 20 febbraio l'ingresso nel paese ai cittadini cinesi è stato vietato, così come agli iraniani dal 28 febbraio ed in seguito ai sudcoreani dal 1 ° marzo.

Il 15 marzo la Russia ha chiuso le frontiere terrestri con la Norvegia e la Polonia, ed anche i voli da e per l'UE, la Norvegia e la Svizzera sono stati fortemente limitati.

Il 30 marzo, a Mosca è stato dichiarato il lockdown, con misure simili annunciate in tutta la Russia da altre autorità regionali e locali nei giorni successivi.

Il governo russo ha annunciato una vacanza retribuita a livello nazionale dal 28 marzo al 5 aprile, che da allora è stata prorogata due volte, prima fino al 30 aprile e poi fino all'11 maggio.

Tuttavia, i negozi di alimentari, le farmacie e gli uffici governativi sono rimasti aperti.

A partire dal 28 marzo, tutte le attività di vendita al dettaglio e di ristorazione non essenziali sono state chiuse, mentre sono stati mantenuti i servizi di consegna a domicilio.

Musei, teatri e altre istituzioni culturali sono stati chiusi dal 17 marzo, così come tutte le scuole e gli istituti di istruzione superiore dal 23 marzo.

Impatto del COVID-19 sul settore della cosmetica

Nel 2020 l'epidemia di COVID-19 in Russia ha avuto un impatto significativo sulla crescita e sulle vendite dei prodotti per la bellezza e la cura della persona, sia per quelli di massa che per quelli di categoria premium.

A causa del distanziamento sociale e del lockdown durante il primo trimestre del 2020, e tenuto conto che alcuni consumatori sono rimasti senza lavoro, molti cittadini russi sono diventati sempre più sensibili al prezzo e quindi hanno ridotto i loro acquisti di prodotti di massa del settore, soprattutto quelli considerati non necessari.

Le categorie meno penalizzate durante il 2020 sono state quelle di prodotti utilizzati per la salute e l'igiene personale. Ed infatti, l'accumulo di scorte di tali prodotti da parte dei consumatori è stato evidente in tutto il primo trimestre del 2020.

Anche quando le restrizioni sociali sono state ridotte, le preoccupazioni dei consumatori per l'igiene personale ed il benessere hanno continuato a persistere per tutto il 2020, determinando ulteriormente la crescita nelle vendite di questi prodotti.

Tuttavia, la maggior parte delle aree del settore Beauty and Personale Care hanno subito un calo significativo nella crescita delle vendite a a causa della pandemia, del distanziamento sociale e della crescente incertezza economica nel paese.

Con le restrizioni che hanno limitato la socializzazione e l'organizzazione di eventi, molti consumatori hanno scelto di ridurre il consumo di prodotti per la cura e la bellezza, determinando così un forte impatto negativo nelle vendite di prodotti per la persona, in particolare nelle categorie della cura della pelle, dei profumi, della cura dei capelli e del Make up.

Anche la categoria dei prodotti per la protezione solare ha subito un calo significativo della crescita, sempre a causa del lockdown e della chiusura delle frontiere, che hanno ridotto la capacità dei consumatori di viaggiare o anche solo di fare gite di un giorno all'aperto.

Poiché molti consumatori russi erano già sensibili al prezzo prima della pandemia, con la situazione creatasi le preoccupazioni finanziarie dei consumatori si sono accentuate, e i prodotti premium per la cura personale hanno subito un calo più significativo della crescita durante il 2020, rispetto ai prodotti di massa.

I driver del settore: gli ingredienti naturali / biologici e i contenuti digitali

Durante il 2019, i consumatori hanno continuato ad avere bassi livelli di reddito disponibile come nell'anno precedente, così che la fedeltà ad un marchio è venuta meno, il che ha portato a una minore fedeltà al singolo marchio, nonostante i grandi player del settore abbiano fatto frequenti offerte e sconti per aumentare le loro prestazioni di vendita.

Le tendenze nel 2019 hanno registrato un crescente interesse da parte dei consumatori per gli ingredienti naturali e biologici, e si è assistito all'aumento della domanda di prodotti dermocosmetici e articoli premium con ingredienti di qualità superiore.

La K-beauty (cioè la skincare routine coreana che si sta diffondendo come tendenza in tutto il mondo) ha continuato a essere un motore di crescita molto importante in Russia. Ne è un esempio il marchio coreano Innisfree, portato in Russia dal colosso Rive Gauche.

I rivenditori hanno anche fatto spazio all'interno dei negozi a corner dedicati ai marchi coreani, per i quali l'interesse è molto forte grazie alla loro capacità di fornire conoscenze specialistiche sulla cura della pelle e sulla bellezza.

Da sottolineare inoltre che in precedenza la K-beauty in Russia era rappresentata principalmente da prodotti per la cura della pelle, ma nel 2019 questa ha dominato anche la categoria del Make up.

E importante inoltre sottolineare come il digitale è diventato una parte molto importante del marketing per i marchi del settore nel 2019.

Poiché molti consumatori, in particolare quelli più giovani, visitano meno i negozi e scelgono sempre più di acquistare beni online, un numero crescente di marchi ha promosso il lancio di nuovi prodotti su Internet, aggiornando i propri siti web ufficiali, e rendendoli sempre più user-friendly e attraenti per gli acquirenti.

Alcuni marchi inoltre hanno anche realizzato applicazioni che consentono ai consumatori di interagire con propri consulenti, per fornire informazioni su tecniche di trucco, cura dei capelli o Make up.

L'obiettivo di queste iniziative è fornire un'esperienza più coinvolgente per gli utenti, costruire una storia di valore del marchio, nonché aumentare la fedeltà dei consumatori.

Pertanto, nel 2019 l'e-commerce ha rappresentato un aspetto determinante per l'aumento delle vendite.

Previsioni per il 2021

Con la pandemia del 2020, per la maggior parte delle aree della bellezza e della cura della persona vi è stata una flessione nella crescita, sia per i prodotti premium che per quelli di massa.

Tuttavia, con la rimozione delle restrizioni imposte ai consumatori, questi hanno iniziano nuovamente a socializzare, reintroducendo le precedenti abitudini di acquisto, di cura personale e di beauty routine.

Ciò porterà a un aumento della crescita durante il 2021, con i consumatori che si sentiranno a proprio agio nell'investire nei propri articoli di bellezza e cura personale preferiti.

Si prevede che la crescita durante il 2021 sarà guidata principalmente dalla vendita di prodotti della categoria solari premium, mascara e altri trucchi per il viso, per i consumatori che trascorrono più tempo all'aperto e socializzano con gli altri.

Anche le maschere per il viso saranno un fattore chiave della crescita per il 2021, poiché nel periodo di previsione diventeranno sempre più popolari in Russia grazie ai loro prezzi unitari bassi e alla capacità di fornire un trattamento di benessere rapido.

Sebbene la crescita dovrebbe essere positiva nel 2021, entro il 2022 si prevede che questa registrerà un leggero calo, per tutto il periodo di previsione.

Ciò è dovuto alla sensibilità al prezzo dei consumatori, che influirà sulle vendite di prodotti di bellezza e cura della persona, e sarà correlato al fatto che i consumatori continueranno voler risparmiare, senza investire in aree che ritengono non essenziali.

A causa della concorrenza dei saloni di bellezza, i prodotti per le unghie registreranno il calo di vendite più netto rispetto alle previsioni, seguiti da lucidalabbra, fragranze unisex di massa e trattamenti per il corpo rassodanti / anticellulite di alta qualità.

La crescita continuerà ad essere guidata da prodotti per la protezione solare, maschere per il viso, altri trucchi per il viso premium e autoabbronzanti premium, tenuto conto dell'importanza per i consumatori circa la composizione degli ingredienti contenuti nei prodotti.

Pertanto, si prevede che i prodotti premium avranno prestazioni migliori rispetto ai prodotti di massa nel periodo di previsione, considerato che i consumatori sono disposti a investire in articoli considerati più efficaci per la salute personale.

Infine, i produttori che si concentreranno su ingredienti naturali e biologiche dovrebbero ottenere buoni risultati, stante l'interesse sempre maggiore dei consumatori per tale tipologia di prodotti.

Fonte: Euromonitor International Ltd. (gennaio 2021)

Sportello Russia

Vuoi espandere la tua attività nel Paese o hai bisogno di assistenza specialistica per entrarvi?

Contatta lo Sportello Russia della Camera di commercio di Torino e fissa un appuntamento.

E-Mail: sviluppo.competitivita@to.camcom.it

Web: www.to.camcom.it/russia

Servizi: Nuovo portale Access2Markets (Commissione Europea)

La Commissione Europea ha lanciato il portale Access2Markets, servizio on-line gratuito che sostituisce ed integra le vecchie piattaforme Market Access Database (dedicata alle esportazioni Extra-UE) e Trade Help Desk (dedicata alle importazioni). Il sito offre anche dei tutorial per istruire gli utenti in merito all'utilizzo delle differenti funzionalità presenti sulla piattaforma: https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/tutorials. Tra le novità presenti si segnalano una sezione dedicata alle regole di origine delle merci, con uno strumento di autovalutazione per poter verificare l'origine preferenziale dei propri prodotti, e una sezione dedicata ai vari accordi dell'UE con i Paesi terzi. La sezione di ricerca di informazioni partendo dal codice doganale del proprio prodotto è denominata "My Trade Assistant".

https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/welcome-access2markets-market-access-database-users

Appuntamenti

Certificazioni e spedizioni in Russia per il Sistema casa

Tipo: Webinar

Data: 23 febbraio 2021

https://www.to.camcom.it/certificazioni-e-spedizioni-russia-il-sistema-casa

Brexit: le conseguenze sulla movimentazione delle merci

Tipo: Webinar

Data: 24 febbraio 2021

https://www.to.camcom.it/brexit-le-conseguenze-sulla-movimentazione-delle-merci

Linee strategiche e scelte organizzative per la ripresa: a lezione dai migliori

Tipo: Webinar

Data: 25 febbraio 2021

https://promositalia.camcom.it/cosa-facciamo/servizi-alle-imprese/know-how/seminari-e-webinar/eventi/linee-strategiche-e-scelte-organizzative-per-la-ripresa-a-lezione-dai-migliori.kl

Contratti e pagamenti internazionali in Russia per il Sistema casa

Tipo: Webinar

Data: 2 marzo 2021

https://www.to.camcom.it/contratti-e-pagamenti-internazionali-russia-il-sistema-casa

Export 45: Polonia, scenari e opportunità per le PMI italiane

Tipo: Webinar

Data: 3 marzo 2021

https://promositalia.camcom.it/cosa-facciamo/servizi-alle-imprese/know-how/seminari-e-webinar/eventi/export-45-polonia-scenari-e-opportunita-per-le-pmi-italiane.kl

Promozione digitale in Russia per il Sistema casa

Tipo: Webinar

Data: 9 marzo 2021

https://www.to.camcom.it/promozione-digitale-russia-il-sistema-casa

Agroalimentare

Kosovo

Società commerciale specializzata nella vendita e nella distribuzione di prodotti alimentari (formaggio, olive, sottaceti, ecc.) desidera esplorare nuove opportunità di importazione da produttori alimentari di qualità in Europa, al fine di ampliare il proprio portafoglio di prodotti con un contratto di distribuzione.

Rif. N. ALPS BRXK20210105001

https://een.ec.europa.eu/partners/kosovar-importer-and-distributor-food-products-seeks-be-distributor

Paesi Bassi

Società commerciale specializzata nel settore food sia retail che per servizi di catering/asporto, in particolare in prodotti alimentari naturali, vegani ed in generale innovativi anche dal punto di vista della sostenibilità ricerca nuovi fornitori interessati al mercato olandese ed al mercato belga. La società tratta sia alimenti che bevande. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di rappresentanza commerciale.

Rif. N. ALPS BRNL20210111001

https://een.ec.europa.eu/partners/dutch-commercial-agency-looking-international-companies-innovative-andor-sustainable-food

Ungheria

Impresa commerciale di ingrosso materie prime/ingredienti per le industrie alimentari, acquistati dall'estero, ricerca nuovi fornitori per ampliamento gamma prodotti. Tra i prodotti si segnala ad esempio: lievito, prodotti a base di soia (farine, lecitina, ecc.), glutine, amidi, cacao in polvere, olio di semi di girasole, oli di oliva, lieviti madre, semi, frutta secca, fiocchi da forno, miscele di farina, latte e prodotti vegetali, marmellate, ecc. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di distribuzione per il mercato ungherese.

Rif. N. ALPS BRHU20190909001

https://een.ec.europa.eu/partners/hungarian-sme-looking-producersdistributors-basic-materials-food-industry

Cosmesi

Lituania

Impresa produttrice di saponi ad uso cosmetico ed altri cosmetici per adulti e bambini, ricerca fornitori esteri di fragranze da utilizzare nella fase di lavorazione. I prodotti trattati sono svariati: prodotti per la cura dei capelli (sapone, balsamo, maschera), prodotti per la cura di viso e corpo (saponi, esfolianti, oli, gel, sali), profumi solidi e antitraspiranti ecc. Le fragranze ricercate dall'impresa sono ad esempio: caffè, cocco, fragola, acqua fresca, fiori primaverili, camomilla, cannella, agrumi, fragranze legnose. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di produzione.

Rif. N. ALPS BRRO20201118001

https://een.ec.europa.eu/partners/romanian-manufacturer-handmade-cosmetics-seeks-suppliers-fragrance-compositions-under

Polonia

Impresa produttrice di cosmetici naturali (saponi, creme protettive, esfolianti, ecc.) è interessata a contattare fornitori europei di ingredienti vari quali: olio d'oliva puro, burro di karité non raffinato, olio di cocco, burro di cacao non raffinato, olio di argan, olio di jojoba, olio di avocado, olio di mandorle dolci, oli essenziali, argille cosmetiche, acqua di fiori ecc. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di fornitura.

Rif. N. ALPS BRPL20200228001

https://een.ec.europa.eu/partners/polish-company-specializing-production-natural-cosmetics-looking-oils-suppliers

Sistema casa

Ucraina

Impresa produttrice di mobili imbottiti di alta gamma tipo sofà, poltrone, letti ricerca fornitori di materiali/componenti utilizzati nella fase di produzione. Le tipologie sono varie: telai, tavole in legno, tessuti, bulloni, staffe. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di produzione.

Riferimento numero: ALPS BRUA20201007001

https://een.ec.europa.eu/partners/ukrainian-company-produces-luxury-upholstered-furniture-looking-suppliers-components-its

Tessile

Romania

Impresa produttrice di capi d'abbigliamento femminile (vestiti, gonne, pantaloni, maglie, t-shirt), realizzati in cotone, viscosa, velluto a coste, lino ricerca nuovi fornitori dei tessuti sopracitati. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di produzione.

Riferimento numero: ALPS BRRO20201028001

https://een.ec.europa.eu/partners/romanian-manufacturer-women-clothing-seeks-international-textiles-suppliers-under

Medicale / farmaceutico

Spagna

Impresa produttrice di dispositivi medici finalizzati a migliorare la vita di persone anziane e persone disabili è interessata ad ampliare la propria gamma di dispositivi. Ricerca principalmente produttori di sedie a rotelle sia manuali che elettriche a cui offrire servizio di distribuzione per il mercato spagnolo. L'impresa è comunque disponibile anche a valutare altri prodotti in questo settore.

Riferimento numero: ALPS BRES20190318001

https://een.ec.europa.eu/partners/spanish-company-specialized-production-and-sale-medical-devices-improve-comfort-living-sick

Medicale - Gare di appalto nei Paesi UE

TED (Tenders Electronic Daily)

Tutti gli avvisi di appalti pubblici che superano determinati importi contrattuali devono essere pubblicati nel Supplemento alla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea (Serie S). La Gazzetta Ufficiale S è disponibile esclusivamente in formato elettronico ed è accessibile mediante il sito internet TED (Tenders Electronic Daily), il cui accesso è gratuito. TED consente di accedere sia ai bandi di gara in corso sia agli archivi della serie S in tutte le lingue dell'UE. Un'unica interfaccia di ricerca permette all'utente di scegliere o immettere vari criteri di ricerca, tra cui i dati geografici, il tipo di documento, la natura dell'appalto, parole chiave, ecc. TED dispone di una **sezione speciale** attraverso la quale fornisce informazioni sui bandi di gara lanciati nello spazio europeo per l'**acquisizione di forniture medicali** in risposta alle crescenti esigenze di approvvigionamento per fronteggiare e contenere l'epidemia di COVID-19: https://simap.ted.europa.eu/web/simap/covid-related-tenders.

Automotive

Germania

Impresa di distribuzione nel campo della componentistica automotive ricerca fornitori di componenti per auto, veicoli commerciali, camion e autobus, nonché per veicoli industriali e agricoli. L'azienda tedesca offre la distribuzione di questi prodotti in Germania ed altri paesi europei. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di fornitura.

Riferimento numero: ALPS BRDE20201110001

https://een.ec.europa.eu/partners/suppliers-automotive-parts-wanted-distribution-network

Polonia

Impresa di commercio all'ingrosso ed al dettaglio di parti ed accessori per il settore automotive ricerca produttori e distributor del settore interessati al mercato polacco. La tipologia di prodotti richiesti include: parti ricambio, attrezzature per officine auto, parti ricambio per manutenzione e per carrelli elevatori. La collaborazione è sotto forma di accordo di distribuzione di lunga durata.

Riferimento numero: ALPS BRPL20201009001

https://een.ec.europa.eu/partners/polish-wholesaler-automotive-industry-looking-suppliers-spare-parts-and-accessories

Metalmeccanica

Francia

Azienda commerciale francese specializzata in minuteria metallica ricerca produttore italiano o tedesco oppure fornitore, di minuteria metallica (viti, lavori in microfusione), materiale in acciaio e non ferroso ed anche di parti svariate tipo molle in acciaio, piatte, a spirale od a compressione, lavori di fonderia per realizzazione grate, tavoli in metallo da giardino ecc. L'azienda lavora già con alcune aziende tedesche del settore ed è interessata ad ampliare la propria gamma di prodotti. La collaborazione è sotto forma di accordo di rappresentanza commerciale per il mercato francese.

Riferimento numero: ALPS BRFR20200330001

https://een.ec.europa.eu/partners/italian-or-german-manufacturer-or-supplier-metal-parts-are-requested-representation-french

Meccatronica

Francia

Società specializzata nella progettazione di motori e generatori elettrici, realizzati anche su specifica del cliente, è interessata a contattare società simili europee in grado di offrire prodotti/soluzioni complementari. In particolare la società è interessata a questi settori / applicazioni: elettromagnetismo, aspetti termici, elettronica di potenza, meccanica solida e fluida, ingegneria elettrica generale e sistemi integrati. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di subfornitura.

Riferimento numero: ALPS BRFR20190322001

https://een.ec.europa.eu/partners/french-company-looking-subcontractors-european-countries-sector-electric-drives-and-0

Germania

Impresa commerciale localizzata nella Germania del Nord, specializzata in rappresentanza e distribuzione di componenti elettronici attivi e passivi, componenti elettromeccanici ed anche assemblaggi, con applicazioni in svariati settori industriali, è interessata ad ampliare la gamma di prodotti. Ricerca in particolare produttori dei seguenti componenti elettronici: sensori, magneti, relè, morsetti, fusibili. La collaborazione prevista è sotto forma di accordo di rappresentanza e distribuzione per il mercato della Germania del Nord.

Riferimento numero: ALPS BRDE20201124002

https://een.ec.europa.eu/partners/german-company-offers-representation-and-distribution-electronic-and-electromechanical

Meccanica agricola

Spagna

Impresa specializzata in macchinari/attrezzature per il settore agricolo, dalla produzione alla riparazione, ricerca imprese europee del settore interessate al mercato spagnolo, per ampliare la gamma di macchinari offerti. La collaborazione prevista è sotto forma di accordi di rappresentanza commerciale, distribuzione ed anche di licenza.

Riferimento numero: ALPS BRES20200512002

https://een.ec.europa.eu/partners/companies-specialized-agricultural-and-farming-machinery-are-sought-spanish-design-and

I servizi della Camera di commercio di Torino "export on-line"

Informazioni e primo orientamento

Sei alla ricerca di informazioni per operare sui mercati internazionali?

Sportello Worldpass: www.to.camcom.it/worldpass

Analisi di mercato

Desideri effettuare una ricerca di mercato personalizzata per verificare le opportunità di distribuzione dei tuoi prodotti in un Paese di tuo interesse?

Target Market: www.to.camcom.it/target-market

Ricerca partner

Sei interessato ad individuare un potenziale partner in un Paese di tuo interesse?

Easyexport: www.to.camcom.it/easyexport

Analisi di affidabilità finanziaria

Desideri verificare il livello di affidabilità finanziaria di un tuo potenziale partner estero?

Affidabilità finanziaria: www.to.camcom.it/affidabilita-finanziaria

Assistenza sui mercati esteri

Ti occorrono servizi di assistenza puntuale e personalizzata per operare sui principali mercati esteri?

Servizio Assist in: www.to.camcom.it/assist-in

Certificati di origine

In riferimento alle direttive ministeriali relative al coronavirus, si segnala che dal 19 marzo 2020, e fino a nuovo aggiornamento, sarà obbligatorio richiedere l'attivazione del servizio di stampa in azienda dei certificati di origine, senza necessità di requisiti particolari.

Stampa in azienda: www.to.camcom.it/certificati-di-origine-stampa-azienda

Traduzione certificati e atti camerali

Ti occorre la traduzione del tuo certificato di iscrizione o della tua visura camerale in inglese, francese, tedesco, spagnolo o russo?

Traduzioni: www.to.camcom.it/traduzioni-di-atti-camerali

Normativa comunitaria

Desideri importare dei prodotti da Paesi extra-UE e ti occorrono informazioni sulle norme che devono rispettare o sulle certificazioni che devono possedere?

ALPS Enterprise Europe Network: www.to.camcom.it/certificazione-e-qualita-dei-prodotti

Etichettatura e sicurezza alimentare

Ti occorre assistenza per la realizzazione di un'etichetta per i tuoi prodotti? Desideri verificare l'aderenza dei tuoi sistemi di autocontrollo alla normativa vigente? Vuoi vendere i tuoi prodotti nell'Unione Europea o negli Stati Uniti e ti occorre assistenza per adeguarti alle normative vigenti in quei Paesi?

Sportello etichettatura e sicurezza alimentare: www.portale-etichettatura.lab-to.camcom.it

Maggiori informazioni

Camera di commercio di Torino

Settore Sviluppo competitività e internazionalizzazione

Via San Francesco da Paola 24 (3° piano)

10123 Torino

Italy

E-mail: sviluppo.competitivita@to.camcom.it

Web: www.to.camcom.it/opportunita-e-partner-allestero

Disclaimer

La realizzazione di questo documento è stata ispirata dalla necessità di poter raccogliere e analizzare informazioni utili a orientare le imprese sui mercati internazionali. Data la sensibilità e la complessità degli argomenti trattati, si ritiene opportuno segnalare che le informazioni contenute in questo volume sono tratte da fonti ritenute attendibili ed aggiornate alla data di pubblicazione, salvo dove diversamente indicato. Tuttavia, essendo soggette a possibili modifiche ed integrazioni periodiche da parte delle fonti citate, si sottolinea che le stesse hanno valore meramente orientativo. Pertanto, il loro utilizzo da parte del lettore nello svolgimento della propria attività professionale richiede una puntuale verifica presso i soggetti competenti nella/e materia/e cui le informazioni stesse ineriscono.