

## Webinar ICE Agenzia: focus Canada (22 aprile 2020). Report a cura di UCIMU

(ICE Agenzia ha messo a disposizione: [Report Paese](#), [Scheda Paese](#), [video infografiche](#), [video streaming del webinar](#))

Views: oltre 430

Mercoledì 22 aprile si è svolto il quarto dei tredici webinar che ICE Agenzia sta organizzando in collaborazione con il Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale, con focus sul mercato canadese. Gli obiettivi che ICE Agenzia intende perseguire con i webinar, ciascuno dedicato ad un Paese ritenuto in questo momento importante per le aziende, sono diversi. Anzitutto si tratta di voler presentare ai partecipanti alle riunioni online, la situazione specifica dei Paesi oggetto delle sessioni (al momento appunto tredici in attesa di allargare eventualmente ad altri mercati) ai tempi dell'emergenza coronavirus, con particolare riguardo ai provvedimenti adottati, ai settori maggiormente colpiti, alle prossime iniziative promozionali, ai progetti speciali ICE e ai suggerimenti sulle possibili strategie di marketing. Inoltre, si vuole illustrare quanto più possibile le caratteristiche del mercato e gli interventi del Sistema Italia in condizioni di "normalità", ma anche di cogliere eventuali opportunità determinate dalla situazione contingente e dai piani di intervento economico dei singoli Paesi. Ciascun webinar è inoltre realizzato con la collaborazione delle locali Ambasciate d'Italia.

Entrando nel merito, il quarto webinar (con punte di visualizzazioni che hanno toccato anche le 430 unità circa) con focus sul Canada ha visto il susseguirsi degli interventi del dottor Matteo Picariello (Direttore dell'Ufficio ICE di Toronto), del Presidente ICE Agenzia, dottor Carlo Ferro, del dottor Damiano Francovich (Consigliere dell'Ambasciata), e dell'Ambasciatore italiano ad Ottawa, dottor Claudio Taffuri. Ha preso parte all'iniziativa anche il dottor Andrea Pugliese, Direttore vendite e marketing di Bolton BG Canada, per il brand Rio Mare.

Il dottor Picariello ha aperto e moderato i lavori oltre ad essere intervenuto nel corso dell'ora e mezza di riunione virtuale. Dopo una breve panoramica, ha subito dato la parola al presidente Ferro che ha descritto il Canada come un Paese che, prima della pandemia, presentava segnali di crescita davvero interessanti. Il nostro export, infatti, nel 2019 è stato pari a circa 9,5 miliardi di dollari canadesi facendoci conseguire una quota di mercato dell'1,6% con margini di crescita per il futuro in una situazione di trend costante, cosa che evidentemente non si è verificata causa covid-19. ICE stima un calo in corso del nostro export del 15-20%. Molto deboli in questo momento sono i settori dell'abbigliamento, arredo e calzature. Seguono meccanica, agroalimentare e farmaceutica.

Il Paese investe molto in innovazione e high tech e questo genera opportunità per le imprese italiane in termini di design e tecnologia.

L'azione di supporto ICE alle imprese si rafforza lungo le seguenti direttrici:

- Comunicazione. E' in fase di preparazione/attuazione una campagna di national branding in giro per il mondo (e quindi anche in Canada dove il tema dell'Italian sounding è rilevante) che potrà contare su uno stanziamento di risorse aggiuntive grazie al decreto "Cura Italia";
- Digitale. Implementazione della fiera smart 365 con cui, in situazioni di emergenza come questa in corso, si potrà consentire alle imprese di avere un rapporto con i clienti attuali e potenziali con l'accesso al catalogo, ad uno stand virtuale e ad una chat per favorire il dialogo;
- E-commerce e GDO: ICE sta siglando tutta una serie di accordi con importanti player di mercato al fine di intermediare con le imprese italiane che possono far più fatica ad entrarvi in contatto.

E' intervenuto quindi l'Ambasciatore che ha definito il Canada come un mercato particolare che, nonostante la vicinanza geografica con gli USA, è da questi molto diverso. Prima della pandemia vi era un basso tasso di disoccupazione (adesso salito del 7%) e un PIL in crescita dell'1,6% mentre adesso, nel primo trimestre, è calato del 2,6% (del 9% solo a marzo). Per il secondo trimestre si prevede un calo del PIL del 15-30%. I settori critici sono la ristorazione (-20 miliardi di fatturato su un valore tradizione annuale pari a 90), alberghiero (-6 miliardi di fatturato e una perdita dell'occupazione del 90%), agricoltura (i temi principali qui sono le difficoltà legate al recupero della manodopera che in genere è garantita dall'immigrazione da Messico e Guatemala), aerospace e petrolifero (con il calo del petrolio di questi giorni non è più conveniente procedere in Alberta con l'estrazione della materia prima per via dei costi e della qualità della stessa).

Il governo per supportare l'economia ha immesso nel sistema 750 miliardi di dollari canadesi suddivisi su reddito, liquidità e sistema creditizio. Sul reddito il governo sta intervenendo per assicurare gli stipendi ai

lavoratori. Da marzo, e per tre mesi, lo Stato si impegna a pagare il 75% degli stipendi per chi ha perso il lavoro.

In merito alla liquidità alle imprese: prestiti da 40 mila a 6,25 milioni di dollari garantiti dallo Stato. I prestiti per gli affitti dei locali e capannoni possono essere richiesti anche dalle imprese estere con subsidiaries in Canada.

Sistema creditizio: la Banca Centrale ha fissato il tasso allo 0,25%, compra 5 miliardi a settimana di titoli sul secondario, 10 miliardi di obbligazioni societarie, 50 miliardi di titoli dei governi provinciali, acquisto mortgage.

Come Sistema Italia è stato lanciato un sondaggio, tuttora in corso, rivolto alle imprese italiane operanti in Canada. Dati parziali: 11% dei rispondenti dichiara di essere profondamente colpito, il 40% ha avuto accesso alle misure del governo, il 40% non ha fermato le attività. Le difficoltà più importanti sono legate all'ingresso nel Paese di personale qualificato. L'Ambasciatore ne ha parlato con il Ministro dell'Immigrazione. Tema interessante: tutte le imprese italiane in Canada stanno garantendo l'occupazione.

E' intervenuto il direttore Picariello che, dopo una breve descrizione del Paese in termini di abitanti (37 milioni) e di estensione geografica, si è concentrato sull'economia del Canada basata molto su servizi e risorse naturali. Il Paese è molto ricco e polarizzato da questo punto di vista. La ricchezza pro capite spinge l'alto di gamma italiano.

In termini di settori che pesano maggiormente sul PIL si segnalano: automotive (38%), aerospace (19%), petrolio (17%), legname (13%), cereali (8%), pesca (6%).

Il Canada punta a diventare un'economia high tech e i settori di tendenza sono: start up, cannabis ed edilizia (forse in bolla). Il CETA, non ancora ratificato ma in vigore dalla fine del 2017, è stato molto importante per nostro export in quanto ha abbattuto il 99% dei dazi sull'importazione. Inoltre, la liberalizzazione degli appalti pubblici alle imprese estere è un altro punto di enorme rilevanza per le imprese italiane.

Il direttore ha poi menzionato un sondaggio condotto presso i principali distributori/importatori di prodotti italiani per capire quale sia il sentiment nel Paese in questo momento e il loro. L'82% ha detto che proseguirà i rapporti con le imprese italiane, il 53% si aspetta un calo del fatturato e il 36% un calo della domanda dei prodotti Made in Italy.

Il dottor Pugliese ha spiegato che Rio Mare è in Canada da 15 anni attraverso un importatore/distributore. Il mercato delle conserve è sempre esistito in Canada ma il pesce in scatola viene considerato come cibo di bassa gamma. Ciò non tocca molto rio mare in quanto, grazie all'olio di oliva e alla cura nella pulizia del tonno, riesce a fornire un gusto diverso dai concorrenti conseguendo un vantaggio competitivo che si traduce in un prezzo un pò più alto.

La sessione Q&A, prima del termine del webinar, ha riguardato curiosità su ecommerce e distribuzione. Su quest'ultimo punto il direttore si è soffermato quando ad una domanda sulle opportunità per la robotica nel Paese ha detto che avere un service in loco è importante.

L'incontro è terminato alle 17 circa.

*Direzione Marketing UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE*