

IN FRANCIA IL MERCATO HALAL SUPERERA' I 5 MILIARDI DI EURO

Secondo la società Solis in Francia, paese con la maggiore comunità islamica in Europa con oltre 5 milioni di persone, il mercato dei prodotti alimentari "halal" che nel 2008 ha fatturato circa 4 miliardi di euro, nel 2010 dovrebbe superare i 5 miliardi. Si calcola che 9 musulmani francesi su 10 acquistano questa tipologia di prodotto. I giovani in particolare vogliono hot-dogs e hamburger, bibite gassate e caramelle.

IN ROMANIA OLTRE LA META' DEGLI ALIMENTI CONSUMATI SONO IMPORTATI

Nonostante il grande potenziale agricolo della Romania, oltre la metà dei prodotti alimentari consumati provengono dall'estero. Infatti secondo l'Istituto italiano per il Commercio Estero, ICE di Bucarest, anche se il paese si trova al quinto posto in Europa in termini di superficie arabile, con un totale di 9,4 milioni di ettari, la verdura, la frutta e i cereali vengono per la maggior parte importati. Nel 2009 le importazioni di prodotti agroalimentari in Romania hanno raggiunto un valore di 3,7 miliardi di Euro. In particolare si importa il 70% della carne di maiale

consumata, la metà della quantità di grano e l'80% della frutta e verdura venduta sul mercato locale. Secondo fonti specializzate in ricerche sull'industria alimentare, senza strategie volte alla ricostruzione del settore agricolo, la Romania rischia di affidarsi al 100% sulle importazioni di prodotti alimentari.

IL MERCATO DELLE GRIFFE ESTERE IN GIAPPONE DIMINUISCE DEL 15,9%

Riferisce l'Istituto italiano per il Commercio Estero, ICE di Tokyo, che una indagine sul mercato dell'abbigliamento e accessori moda di griffe estere rileva che nel 2009 il mercato interno ha registrato una contrazione annua del 15,9% fermandosi al valore di 894 miliardi di yen (ca. 6,87 miliardi di euro). La diminuzione è la più ampia del passato e il valore del mercato si è dimezzato rispetto al picco raggiunto nel 1996, scendendo al livello di venti anni fa. In particolare la diminuzione ha colpito le vendite di borse e piccoli oggetti di pelle, che rappresentano la categoria merceologica principale del settore.

CRESCITA DEL SETTORE MOBILI DA BAGNO IN FRANCIA

Secondo MSI reports il mercato

dei mobili da bagno in Francia ha avuto una crescita regolare grazie sia alle nuove costruzioni che alle ristrutturazioni di antichi edifici. Così dal 2003 al 2007 il mercato è cresciuto del 17,7% in valore e dovrebbe continuare con questa tendenza per almeno i prossimi 2 anni, sebbene il settore del bricolage e dei mobili "fai da te" ha fatto rallentare un po' il settore.

AUMENTANO LE VENDITE DI PRODOTTI DI SECONDA MANO IN GIAPPONE

La crisi finanziaria sta cambiando le abitudini di consumo dei giapponesi. Infatti se fino al 2008 i prodotti di seconda mano erano destinati a collezionisti e persone in cerca di articoli specifici, adesso con la riduzione dei redditi disponibili è venuta meno l'ossessione per i prodotti nuovi tipica dei giapponesi. Per questo motivo stanno nascendo molti negozi di articoli di seconda mano. I prodotti vanno dall'abbigliamento ai mobili passando per i piatti. In particolare Bookoff Corp. la catena di libri più grande del paese ha aumentato la sua offerta estendendola anche all'abbigliamento, con l'obiettivo diventare il più grande distributore di abbigliamento usato del Giappone. Altro esempio è Rakuten



www.commercioestero.net

Direttore responsabile
Cinzia Fontana

Proprietario ed Editore: Commercioestero Network

Sede legale: Via Maceri, 25 - 47121 Forlì (FC)

Presidente: Marco Tupponi

Registrazione Tribunale di Forlì n. 18 del 3 giugno 2002

Direzione, redazione: Via Maceri, 25 - 47121 Forlì

Telefono +39 - 0543 - 33006 - Email: fontana@commercioestero.net

Commercioestero Network. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo periodico può essere riprodotta con mezzi grafici e meccanici quali la fotocopione e la registrazione. Manoscritti e fotografie, su qualsiasi supporto veicolati, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

Progetto grafico: Scirocco Multimedia

che, iniziando con personal computer, macchine fotografiche, strumenti musicali e giocattoli, attualmente conta con 27 tipologie di prodotti che includono abbigliamento, equipaggiamento da golf e accessori. Per ora il giro di affari del settore è notevole e nel 2009 i principali operatori del settore hanno raddoppiato il fatturato rispetto allo scorso anno.

CRESCE IL MERCATO DELLA COSMESI IN MAROCCO

Il mercato marocchino della cosmetica cresce del 15% annuo. La sua crescita è così elevata che ha portato ad una notevole domanda parallela dei prodotti da contrabbando e di falsi. In Marocco i prodotti di bellezza non richiedono autorizzazione per essere venduti sul mercato né richiedono autorizzazione da parte del Ministero della Salute. Solo a Casablanca ci sono 200 negozi di cosmetici non autorizzati che vendono sia prodotti legali che di contrabbando, molto

spesso in condizioni inadeguate.

IL BRASILE ATTRAIE I MARCHI DEL LUSO

Il mercato del lusso ha movimentato nel 2009 circa 6 miliardi e mezzo di dollari. Neanche la crisi ha rallentato gli alti livelli raggiunti negli anni scorsi. Le prospettive per il 2010 sono ottime e si prevede che possano raggiungere anche i 9 miliardi di dollari, con una crescita del 50% secondo quanto prospetta la maggior parte delle aziende del lusso che operano nei settori moda, auto, gioielli, profumi, cosmetici, alberghi, cibi e bevande. Il mercato del lusso in Brasile è ancora emergente. Ci sono 131.000 persone con investimenti che superano il milione di dollari annui e il Brasile è il decimo paese al mondo per conti bancari milionari.

ALIMENTI BIO COME REGALI DI LUSO IN CINA

Gli alimenti bio sono attualmente i nuovi regali di lusso in Cina, guadagnando terreno su alcol e tabacchi, creando un mercato che ha raddoppiato il numero di imprese in quattro anni e che potrebbe muovere quasi 6 miliardi per il 2015. Nel 2009 le vendite di prodotti bio hanno superato il miliardo di euro, quasi il doppio del Giappone e

mostrando una crescita che per ora non sembra arrestarsi. I prodotti bio avendo un prezzo, rispetto ai prodotti "normali", superiore di ben 15 volte, automaticamente si trasformano in beni di lusso. Attualmente le imprese produttrici di alimenti bio sono 3.500.

IL TURISMO SALVA DUBAI

Mentre la crisi economica e finanziaria non accenna a rallentare, colpendo principalmente il settore dell'edilizia, con un crollo verticale dei costi delle costruzioni, che negli ultimi 4 mesi sono scesi del 66%, il turismo continua a crescere. Nel 2008 le visite turistiche rispetto all'anno precedente sono aumentate del 5%, superando i 7,5 milioni di turisti che hanno permesso un introito di oltre 4 miliardi di dollari.

Michele Lenoci

lenoci@commercioestero.net

