

**Progetto Scouting Settore/Paese 2008
Missione Kazakhstan (Almaty)
(02/10-10/11/08)**

La situazione macro-economica riferita al Kazakhstan nei primi sei mesi del 2008, evidenzia un peggioramento generale di tutti i valori. Il PIL nei primi sei mesi si è praticamente dimezzato, l'inflazione si è attestata al 19%, si evidenzia un aumento dei salari, soprattutto nel settore finanziario e nel settore estrattivo. In questo contesto si innesca anche la crisi mondiale di questi giorni.

Dati Economici riferiti al primo semestre 2008 rispetto allo stesso periodo del 2007	
Pil 2008	+5,9%
Inflazione	+19,1%
Aumento dei prezzi alimentari	+27,3%
Aumento dei prezzi non alimentari	+11,3%
Aumento servizi a pagamento	+15,2%
Produzione industriale	+3,8%
Agricoltura	+4,2%
Industria edile	+10,7%
Trasporti	+3,2%
Comunicazioni	+23,4%

Da notizie avute, il sistema bancario non segue il classico schema raccolta-impiego nel mercato locale, ma si rivolge al mercato globale per reperire i capitali che impiegherà nel territorio kazako guadagnando sulla differenza tra i due tassi. Altra caratteristica locale è che non vi è una vera cultura del risparmio bancario o finanziario, chi possiede risparmi preferisce convertirli in dollari e conservarli materialmente. Una delle spiegazioni potrebbe essere la scarsa fiducia nella solvibilità e nelle garanzie sui depositi che il sistema bancario è in grado di assicurare. Escludendo le differenti possibilità che i magnati o i più ricchi hanno di allocare i loro capitali. In loco è presente il gruppo Unicredit tramite la controllata ATF Bank.

Il sistema politico presidenziale, con a capo il presidente Nazarbayev ha assicurato sino ad ora una certa stabilità.

In un mercato così difficile diviene indispensabile "entrare" con un partner locale affidabile anche se bisogna sempre mantenere il controllo e la gestione sia dell'amministrazione sia del know how utilizzato, senza trasferimenti "chiavi in mano" di tecnologie.

Il diritto di proprietà è garantito a tutti per quel che riguarda gli immobili sia adibiti ad abitazione che ad installazioni produttive o aziendali. Il diritto si estende anche su suolo occupato dall'immobile.

Altro regime hanno i terreni agricoli o i diritti di sfruttamento del sottosuolo. Questi sono solo temporanei ed in concessione dallo Stato per 25 anni.

Quindi in questa maniera lo Stato protegge la ricchezza che il sottosuolo possiede e che assicurano il grande potenziale di sviluppo del Paese. Lo Stato conserva quindi il pieno controllo delle risorse strategiche del Paese ed è l'unico referente per ottenere la possibilità di sfruttamento delle stesse. A questo riguardo la politica del Paese è multipolare, orientandosi ad ottenere un vantaggioso mix, restano in ogni caso privilegiati i

rapporti con la Russia. L'Italia è uno dei principali destinatari dell'export di petrolio del Kazakhstan attestandosi al secondo posto, al 18% delle esportazioni, dopo la Svizzera.

La presenza dell'Eni nel Paese è massiccia, essendo capofila nel consorzio per lo sfruttamento del giacimento Kashgan e ha un rilevante partecipazione nel consorzio per lo sfruttamento del giacimento Karachaganak.

La scarsa presenza delle PMI italiane del settore petrolifero, ad eccezione delle ditte fornitrici di servizi o subappaltatrici per conto delle grandi aziende che operano nel settore petrolifero, evidenzia la difficoltà d'ingresso nel mercato locale, senza accreditarsi nelle sedi europee delle grandi major, se l'obiettivo è divenire fornitori delle grandi compagnie. L'alternativa di entrare nel mercato in autonomia secondo un approccio classico dei mercati nuovi, risulta altamente difficile e rischiosa.

Il mercato consumer offre maggiori possibilità per le aziende italiane, fermo restando le medesime criticità per gli investimenti. Le maggiori possibilità per il "Made in Italy", vengono dai settori che sono sempre stati i maggiori punti di forza delle nostre imprese, ossia dall'abbigliamento, dalle calzature e dai mobili, che rappresentano lo stile italiano. Il cliente tipo di questi settori è il rappresentante della costituenda classe media. Ossia un lavoratore di uno dei settori trainanti dell'economia, ossia settore finanziario, terziario avanzato (Immobiliare, o servizi avanzati) e dei settori connessi con l'industria petrolifera che è anche in contatto con altri paesi.

Questa classe media ha raggiunto un livello di reddito di molto superiore alla media delle retribuzioni, ma non al livello delle elite che possono fare frequenti shopping tour in Europa, in Russia o negli Stati Uniti. Quindi essa si rivolge al mercato locale, dove sono presenti tutte le maggiori griffe dell'alta moda e degli accessori, delle calzature a prezzi in certi casi superiori del 400% rispetto ad un punto vendita europeo. Il successo di molta manifestazioni di settore rivolte agli operatori locali ne è la riprova, come la recente "Moda Italia" organizzata dall'ufficio ICE di Almaty. Tutte le aziende hanno affermato di aver avuto molti contratti, l'unica lamentela era rivolta alla inesperienza degli operatori per quel che riguarda soprattutto i mezzi di pagamento, privilegiando ancora la formula cash.

Per quel che riguarda l'agro-alimentare, vi sono molti supermarket e nell'ultimo anno hanno aperto alcuni Centri Commerciali. Nella maggior parte dei casi non sono collegati a catene internazionali, Per gli alimentari la catena Interfood, rappresenta il top dei prezzi e della qualità, essa è di origine tedesca. Nei suoi scaffali sono presenti i marchi Barilla, Buitoni, Bertolli, Lavazza. La pasta Barilla ha un prezzo allo scaffale di circa € 4 al Kg, mentre la Buitoni ha un prezzo di circa € 6. I sughi pronti Barilla e Bertolli sono posti in vendita a circa € 4 a confezione. L'olio Bertolli è posto in vendita a circa € 3 la bottiglia da mezzo litro. I prezzi sono molto influenzati dalle oscillazione del cambio. La domanda di prodotti di qualità è in ogni caso in aumento come conseguenza delle aumentate possibilità di viaggio nonché alla diffusione dei ristoranti italiani di qualità. I vini italiani sono al top dei prezzi partendo da un prezzo di circa € 10 a bottiglia. Sono presenti poche etichette, soprattutto della Toscana, ed alcune non presenti sul mercato italiano. Il settore però è sottoposto ad alti dazi doganali e quindi si rivolge ad un consumatore medio-alto.

Nunzio Cangelosi

n.cangelosi@sprintsicilia.it

+39 335 1256092

Sprint Sicilia via Emerico Amari n° 11, 90139 Palermo Italy

web site: www.sprintsicilia.it, email: info@sprintsicilia.it

Uff. +39 091 7491132

Fax: + 390916090873