

ITALIA



Italian Trade Commission
Trade Promotion Section of the Italian Embassy
Beirut Office



LIBANO

IL MERCATO DEI PRODOTTI DI OREFICERIA E GIOIELLERIA



Giugno 2010

INDICE

- ❑ **INTRODUZIONE**
- ❑ **VALUTAZIONE GLOBALE DEL MERCATO**
- ❑ **OFFERTA**
- ❑ **POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO ITALIANO**
- ❑ **ACCESSO AL MERCATO E RADICAMENTO DELLE IMPRESE**
- ❑ **DISTRIBUZIONE - SISTEMA DISTRIBUTIVO / MARKETING**
- ❑ **SISTEMI DI PAGAMENTO CON L'ESTERO**
- ❑ **SETTORE BANCARIO**
- ❑ **MEZZI PROMOZIONALI**
- ❑ **INDIRIZZI UTILI**
- ❑ **SUGGERIMENTI**
- ❑ **FONTI**
- ❑ **BILANCIA COMMERCIALE ITALIA LIBANO**

Per ulteriori informazioni ed assistenza contattare l'Ufficio ICE di Beirut al seguente indirizzo:

Italian Trade Commission (I.C.E.)
Trade Promotion Section of the Italian Embassy
Rue du Palais Présidentiel
Baabda 2902 2633 (Lebanon)
Tel.: 00961.5.959640 Fax: 00961.5.959644
Email: beirut@ice.it Sito: www.ice.gov.it/paesi/asia/libano
Website: www.italtrade.com/lubnan

INTRODUZIONE

Il Libano è una democrazia parlamentare basata sulla costituzione del 1926, emendata successivamente nel 1943 e 1989. È Stato fondatore delle Nazioni Unite e della Lega Araba e membro di varie organizzazioni internazionali (BIRS, FMI ecc.). Ha ridotte dimensioni e limitate risorse naturali, ma ricca tradizione culturale e strategica posizione geografica che l'hanno imposto come centro nevralgico dell'intera area mediorientale.

La sua struttura economica, di stampo occidentale, è caratterizzata da:

- Intervento minimo dello Stato.
- Alto grado d'apertura verso il resto del mondo ed integrazione regionale.
- Leggi commerciali flessibili
- Libero movimento di capitali.
- Favorevole politica degli investimenti esteri.

Il Libano ha una naturale vocazione agli scambi commerciali, è vetrina mediorientale per eccellenza ed è valida piattaforma operativa per operazioni triangolari.

Il sito web dell'ICE Beirut www.ice.it/estero2/beirut che si consiglia di consultare, offre una vasta panoramica sul paese e consigli e suggerimenti per il migliore approccio del mercato.

Il presente studio ha come oggetto, una breve analisi del mercato dei prodotti di oreficeria e gioielleria. A tale scopo, sono stati intervistati i responsabili delle Associazioni di categoria ed alcuni importatori e produttori del settore.

I prodotti in esame ricadono sotto le seguenti voci doganali:

v.d. "71.01" Perle naturali, artificiali anche lavorate o assortite ma non infilate ne montate ne incastonate

v.d. "71.02" Diamanti non montati ne incastonati

v.d. "71.03" Pietre preziose e semi, anche lavorate o assortite diverse dai diamanti"

v.d. "71.04" Pietre sintetiche

v.d. "71.13" Minuterie ed oggetti di gioielleria e loro parti, di metalli preziosi o di metalli placcati

VALUTAZIONE GLOBALE DEL MERCATO

Elementi di valutazione

- Il mercato ha una duplice valenza: di consumo locale e distribuzione verso l'area mediorientale
- Sono numerosi i punti vendita diffusi su tutto il territorio e valutati in circa 2.500
- Il valore di mercato per i prodotti d'importazione è dell'ordine di circa \$ 333 milioni
- Assai diffusa la domanda di oggetti di gioielleria semi-finiti su cui vengono incastonate pietre e/o perle. Le importazioni di solo questa categoria di prodotti sono pari a \$ 51 milioni di cui il 30% proveniente dall'Italia (catename e montature)
- Esiste anche una notevole attività produttiva costituita da numerose unità artigianali che uniscono alla manifattura locale l'importazione di parti e componenti.
- La produzione di gioielli è stimata a circa 100 milioni di dollari USA ed incide per il 2.5% del valore complessivo della produzione industriale nel Paese.

Caratteristiche

- Il Libano rappresenta un importante vetrina orafa per l'area medio orientale; dispone di vari quartieri specializzati (distretti) nella vendita di gioielleria e oreficeria: "Borj Hammoud" a maggioranza armena, che si è sempre contraddistinto con una produzione di articoli, anche di buona qualità. La comunità armena è nota per la produzione di manufatti in oro. "Jounieh", dove hanno sede i laboratori di alcuni dei più noti produttori locali, "Berbir" (prodotti 21 k di produzione locale o importati parallelamente dalla Siria, destinati alla classe popolare e media) ed altri nella città di Tripoli.
- Il consumatore libanese dà priorità agli acquisti di: orologi, anelli, orecchini, bracciali, collane. Diminuiscono spille e gemelli.
- La domanda per gli articoli in oro bianco (18kt) rappresenta più del 50% degli acquisti locali.
- La preferenza va ai gioielli con pietre preziose (diamanti, smeraldo, zaffiro, rubino) e semi-preziose (soprattutto ametista, topazio, citrino, turchese, giada e peridoto), in sintonia con il gusto mediorientale caratterizzato dalla predominanza dei gioielli diamantati e incastonati con pietre
- In aumento l'uso dell'argento per i giovani
- I prezzi dei gioielli e dei manufatti in oro prodotti localmente sono competitivi rispetto a quelli di produzione regionale
- Il mercato vanta una clientela internazionale essendo snodo turistico regionale, punto d'arrivo di consumatori mediorientali e di libanesi sparsi nel mondo in rientro in patria per vacanze.

OFFERTA

Produzione locale

La produzione locale riguarda gioielli in oro e argento; molti laboratori si dedicano al taglio di diamanti ed altre pietre preziose. Il settore raggruppa più di 100 produttori ed offre impiego a circa 3.500 persone. La produzione orafa libanese è nota nella regione, rispecchia gli standard artigianali e ben si addice anche al gusto europeo.

I costi di produzione nell'industria dei gioielli sono stimati a ca. 65 milioni di dollari USA, divisi tra spese industriali ammontanti a circa 58,5 milioni equivalenti al 90% del complessivo dei costi di produzione e stipendi e paghe ammontanti a 5,2 milioni, cioè 8% dei costi di produzione.

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office

Importazioni (2009)

Le importazioni del settore sono ammontate a \$ 333 milioni, così suddivise : perle naturali e artificiali: \$ 2,7 milioni (37% da Cina, 25% da Giappone e 11% da Francia), diamanti : \$ 259 milioni (40% da Belgio e 34% da India). Pietre preziose e semi preziose: \$19 milioni (42% da Tailanda , 19% Colombia e 15% da India) , pietre sintetiche : \$ 1,6 milioni (29% da Cina, 17% da **Italia** , e 17% da Brasile) , articoli di gioielleria e oreficeria: \$ 51 milioni (27% da Tailanda e 23% dall'**Italia**) .

Si riportano di seguito i dati statistici delle Dogane Libanesi relativi all'import del settore in esame e relativi all'ultimo triennale 2007/2008/2009, in base a cui il valore delle importazioni ammonta complessivamente a 333 milioni di dollari nel 2009

Andamento Importazioni

Cod. Dog.	Descrizione	2007	2008	2009
7101	Perle naturali, artificiali anche lavorate	2	3	2,7
7102	Diamanti non montati ne incastonati	157	249	259
7103	Pietre preziose e semi, anche lavorate	8,6	13,5	19
7104	Pietre sintetiche	3	4,5	1,6
7113	oggetti di gioielleria	30	45	51
<i>Totale</i>		201	315	333

Fonte: Ufficio Statistica delle Dogane Libanesi.

Valori espressi in migliaia di US\$.

Elaborazione ICE Beirut.

Tabelle statistiche dettagliate

Fonte: Ufficio Statistica delle Dogane Libanesi.

Valori in migliaia di US\$.

71.01 Perle naturali, artificiali anche lavorate

Paese	2007	%	Paese	2008	%	Paese	2009	%
Totale	2.038	100	Totale	3.004	100	Totale	2.650	
Di cui								
Giappone	764	37	Cina	722	24	Cina	985	37
Cina	548	27	Francia	593	20	Giappone	670	25
Australia	375	18	Giappone	568	19	Francia	312	12
HongKong	98	5	Australia	364	12	Australia	289	11
			HongKong	242	8	HongKong	111	4

71.02 Diamanti non montati ne incastonati

Paese	2007	%	Paese	2008	%	Paese	2009	%
Totale	157.564	100	Totale	248.917	100	Totale	258.603	
Di cui								
Belgio	68.202	43	Belgio	123.800	49	Belgio	102.846	39
Congo	41.653	26	India	64.163	25	India	87.149	33
India	38.695	24	UAE	11.741	9	UAE	48.313	18

Italian Trade Commission
Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office

71.03 Pietre preziose e semi, anche lavorate

Paese	2007	%	Paese	2008	%	Paese	2009	%
Totale	8.629	100	Totale	13.452	100	Totale	19.271	
Di cui								
Tailandanda	4.325	50	Tailandanda	6.942	51	Tailandanda	8.132	42
India	1.523	17	India	2.309	17	Colombia	3.593	18
USA	658	12	Colombia	1.668	12	India	2.857	14

71.04 Pietre sintetiche

Paese	2007	%	Paese	2008	%	Paese	2009	%
Totale	2.906	100	Totale	4.453	100	Totale	1.679	
Di cui								
Sri Lanka	934	32	Sri Lanka	2.242	50	Cina	492	29
Italia	909	31	Cina	937	21	Brasile	286	17
Brasile	366	12	Italia	469	10	Italia	286	17

71.13 oggetti di gioielleria

Paese	2007	%	Paese	2008	%	Paese	2009	%
Totale	29.934	100	Totale	44.936	100	Totale	51.374	
Di cui								
Tailandanda	11.899	39	Tailandanda	17.841	39	Tailandanda	18.173	35
Italia	11.068	37	Italia	13.749	30	Italia	15.145	29
Francia	1.841	6	Francia	3.840	8	Cina	6.071	11

Esportazioni (2009)

- Le esportazioni sono ammontate a \$931 milioni con un aumento del 115%.
- Le esportazioni sono rappresentate principalmente dalle due seguenti voci doganali:
 - Oro grezzo, semi lavorato: \$ 842 milioni, Svizzera (91%),
 - Articoli di gioielleria: \$ 89 milioni, UAE (72%), Saudi Arabia (8%) e USA (5%)

I volumi di export mostrano l'importanza del settore nell'ambito economico locale, senza poi contare le vendite dirette sul mercato alla ricca fascia dei consumatori arabi che rappresentano il più rilevante flusso turistico verso il Paese.

Andamento Esportazioni

Cod. Dog.	Descrizione	2007	2008	2009
7108	Oro grezzo semi lavorato	314	318	842
7113	oggetti di gioielleria	86	115	89
	Totale	400	433	931

Fonte: Ufficio Statistica delle Dogane Libanesi. Valori in migliaia di US\$.

POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO ITALIANO

Il prodotto italiano continua ad essere apprezzato sul mercato, collocandosi nella fascia alta del consumo insieme ad altri prodotti d'argento e platino.

Principali prodotti di marca presenti sul mercato sono i seguenti

Marchio	Paese di Origine	Prodotti
Rado, Jovial, Giordio, Zenith, Van Cleef & Arpels, Omega, Raymond Weil, Foure Leuba, Rovina, Enka Geneve, Corum, Memotime, Cerruti 1880, Bucherer, Alain Philippe, Faconnable, Van Der Baude, Kolber, Christian Dior, Zodiac	Svizzera	Orologi
Misani, Dazioni, Banetto Fratelli, Italgold, Capra, Selene Gioielli, Bergonzelli Carlo, Giorgio Visconti, Mario Panelli, Belfiore Giuseppe, Arthus Bertrand, Sonetto, Borezio, Recaldoni, Diaminor, Emma, Visconti, Christina Barbero, Ricchi, Ferrari, Malaspina, Frascadoli Silvio, Artor, Maiorana, Fiorentino, Perli, Nia, Zoppini, Faro, Laurence	Italia	Orologi, Bracciali, collane, orecchini e oreficeria
Michel Herbelin, Fred, Buppenthal Engelhard	Francia	orologi
Tiffany	USA	Oreficeria e gioielleria

Da una analisi dai principali marchi e prodotti importati in loco risulta quanto segue:

- Come rapporto qualità/prezzo, gli articoli in oro non incastonati di pietre (bracciali, catene, orecchini, ecc.) nonché i prodotti in oro semi finiti (anelli ecc.) provenienti dall'Italia, rimangono i più competitivi all'importazione in Libano.
- I prodotti italiani sono ben introdotti in loco per i seguenti fattori:
 - L'Italia ha una tradizione nel lavoro di finissaggio
 - L'Italia detiene le macchine più efficaci nel settore in esame
 - Strategie di marketing aggressive
 - disegni apprezzati dai clienti libanesi
- Le principali pietre (preziose e semi preziose) importate in Libano sono :
 - I diamanti in tutte forme da 0.01 Kt a 1.00 Kt, dal Belgio, costo tra 100\$ e 5000\$ / Kt
 - Smeraldo, Zaffiro, Rubino in vari tipi da 0.01 kt a 1.00 kt, dalla Tailandia, costo fra 20\$ e 2000\$/kt
 - Blu Topazio, Ametista, Citrino in varie forme, da 0.01 kt a 50 kt, dalla Tailandia, costo fra 2\$ e 200\$/kt

ACCESSO AL MERCATO E RADICAMENTO DELLE IMPRESE

Il regime doganale presenta un diverso trattamento secondo i prodotti: i lingotti d'oro ed i prodotti relativi alle voci doganali 71.01, 71.02, 71.03, 71.04 sono esenti da dazio; quelli della voce doganale 71.13 (e sottovoci) sono gravati di un dazio del 5% sul valore CIF più IVA del 1,2% (per i gioielli in diamanti) e del 0,8% (per i gioielli incastrati con altre pietre sia preziose che semipreziose).

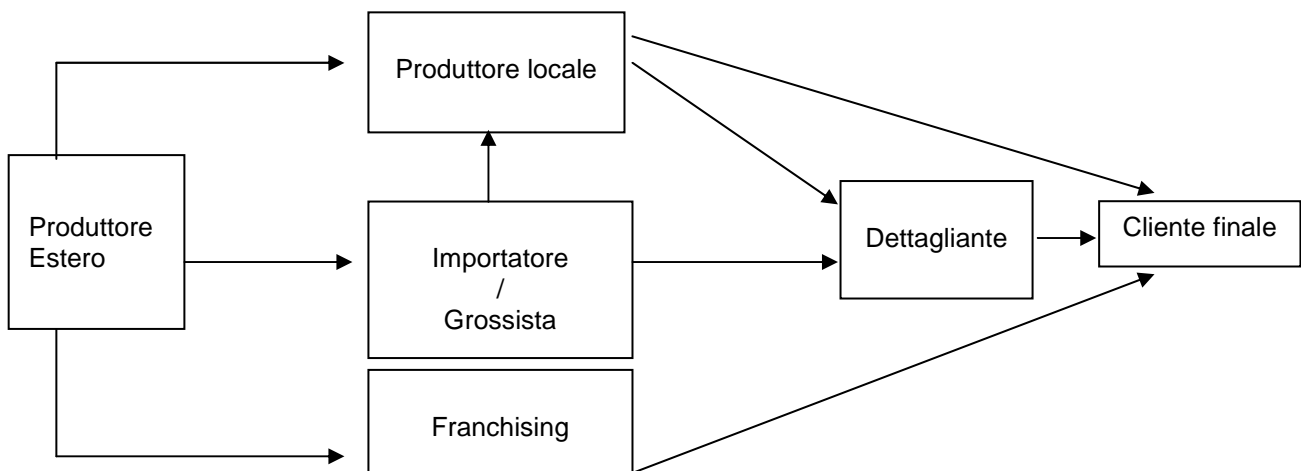
I documenti di accompagnamento merce si riferiscono a:

L'importatore libanese è obbligato a presentare alle autorità doganali quanto segue:

- fattura commerciale, nel numero di esemplari richiesti dall'importatore (di norma 3), redatta in lingua francese o inglese. La fattura deve riportare la seguente dichiarazione firmata dall'esportatore: "We hereby certify that this invoice is authentic, that it is the only invoice issued by us for the goods described herein and that it shows their exact value without deduction of any discount and that their origin is exclusively Italian".
- Lettera di vettura "airwaybill" (per trasporto via aerea)
- Packing list

SISTEMA DISTRIBUTIVO

- In Libano vi sono circa 2500 punti vendita che rappresentano il consumo al dettaglio. Figure predominanti sono il produttore/importatore/grossista che riforniscono il commercio al dettaglio.



- Un'analisi della distribuzione geografica dei prodotti di fascia media/alta destinati al consumatore locale mostra che le preferenze vanno alla capitale soprattutto nel centro città di Beirut e nei quartieri di Achrafieh, Sodeco, Verdun, Kaslik, Jounieh.

La posizione dei punti di vendita con prodotti destinati particolarmente ai turisti e viaggiatori è nei negozi dei duty Free in aeroporto, negli alberghi ecc. Esempi di tali punti di vendita nei grandi alberghi a Beirut e dintorni:

<u>Albergo</u>	<u>Posizione a Beirut</u>	<u>Gioielliere</u>
Gefinor Rotana Hotel ***** Int'l	Clemenceau	Koukajian Jewellery (nel hall/all'ingresso)
Holiday Inn-Dunes ****A	Verdun	Tabbah Jewellery (nel centro commerciale)

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office

Le Meridien Commodore ***** Int'l	Hamra	Boutique Cartier (nel hall/all'ingresso)
Phoenicia Inter-Continental ***** Int'l	Ain el-Mrayseh	Chaar Jewellery (Hall/all'ingresso) Tabbah Jewellery (nel centro commerciale) Viviane Debbas (nel centro commerciale)
Sheraton Coral Beach Hotel & Resort ***** Int'l	Jnah	Covinor (nel hall/all'ingresso)
Metropolitan Palace Hotel ***** Int'l	Sin El Fil	George Hakim (nel hall/all'ingresso)
Movenpick Hotel & Resort ***** Int'l	Raouche	George Hakim (Hall/all'ingresso) Kohinoor (nel centro commerciale)

- Cresce l'importanza del GG.MM, dove gli articoli di gioielleria ed oreficeria, di medio valore, trovano sempre più posto. Il boom di tale canale è la caratteristica più saliente dell'evoluzione distributiva in Libano che si è estesa in tutto il Paese. Ad esempio, ABC (Dbayeh e Achrafiye), CityMall (Dora), BHV (Jnah), Boulevard Mall (Sin el Fill) .

SISTEMI DI PAGAMENTO CON L'ESTERO

In Libano vige un sistema bancario libero. Non esistono norme che determinino uno specifico sistema di pagamento per le transazioni di merci. Nelle transazioni commerciali con l'estero, si ricorre in genere alle modalità e ai sistemi abitualmente praticati nel commercio internazionale.

Oltre al pagamento anticipato, che naturalmente evita ogni rischio di insolvenza, i sistemi che offrono maggiori garanzie per il fornitore estero sono:

- Lettera di credito: la garanzia del pagamento è data dalla banca dell'acquirente se si tratta di "lettera di credito non confermata", anche dalla banca del fornitore nel caso di "lettera di credito confermata". Tale modalità di pagamento, che maggiormente garantisce l'esportatore, non è molto gradita dagli acquirenti locali perché giudicata troppo onerosa.
- Cash Against Documents" (CAD): La banca locale non consegna i documenti di spedizione (fattura, polizza di carico, packing list, certificato di origine ecc.) fino a quando il cliente non abbia onorato i suoi impegni finanziari. In caso contrario, il venditore rimane proprietario della merce.

Frequenti, ma rischiose, anche altre modalità di pagamento: assegni personali, cambiali, ecc. Queste ultime, concesse a volte dal venditore a clienti affidabili, non sono consigliabili a causa dei rischi che comportano.

Si consiglia, in ogni modo, di richiedere garanzie per le forniture a clienti non abituali. Prima di definire eventuali contratti si raccomanda di assumere informazioni sulla consistenza organizzativa e finanziaria della controparte. L'Ufficio ICE di Beirut può, a parziale rimborso delle spese, fornire questo servizio alle aziende italiane che devono iniziare a fornire clienti libanesi.

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office**SETTORE BANCARIO**

Il settore bancario libanese conta su 65 banche con 789 filiali e 15.084 addetti. Negli ultimi anni il numero degli istituti è andato progressivamente diminuendo, passando da 87 del 1997 agli attuali 65. In controtendenza, invece, il numero degli sportelli, cresciuto a 789 rispetto a 656 del 1997. Ben 454 sportelli sono attivi a Beirut. Delle banche presenti nel Paese, 37 sono a maggioranza libanese, 11 araba e 8 straniera.

Principali banche locali:

- Banque du Liban e d'Outre-Mer
- Banque de la Méditerranée
- Banque Audi
- Banque Libano Française
- Byblos Bank
- Fransabank

Principali banche estere:

- American Express International Bank
- Arab Bank Limited
- BNPI (ha il maggior volume d'affari tra le banche estere)
- Citibank
- HSBC Bank Plc (Ex The British Bank of the Middle East)
- National Bank of Jordan
- National Bank of Kuwait

Banche italiane

- Intesa Sanpaolo (Ufficio di rappresentanza).

Contatto: Sig.ra Bertha Araman

Nejme square, Assicurazioni Generali bldg, 3rd flr - P.O.Box 11-7481 Beirut

Tel. 01-980550/1 Fax 01-980509 - Email: intesasanpaolo.beirut@inco.com.lb

MEZZI PROMOZIONALI

Fiere, stampa e TV rappresentano un mezzo di promozione molto efficace per il consolidamento della presenza commerciale in Libano

Ogni produttore, importatore/agente di articoli di oreficeria e gioielleria dovrebbe stanziare almeno il 20% del budget annuo in promozioni pubblicitarie.

Pubblicità

La pubblicità dei gioielli è molto frequente in Libano. Poche ditte fanno la pubblicità dei propri prodotti tramite i mass media (riviste del settore, canali televisivi, giornali, tabelloni, manifesti e volantini). Il design e l'implementazione delle campagne sono normalmente affidati alle agenzie pubblicitarie creative più conosciute del paese.

Riviste specializzate locali

Il Libano è ben conosciuto come "Casa editrice del Medio Oriente". Dalla metà degli anni '90, un gran numero di riviste sociali per donne sono pubblicate in arabo, in francese ed in inglese. In tante di queste, si possono trovare pubblicità relative ad articoli di gioielleria. Pochi redigono articoli su questo commercio, mentre altri offrono supplementi su gioielli ed orologi.

Principali Pubblicazioni

➤ "Femme Magazine" Mensile femminile, lingua francese, sito web: www.femmemag.com.lb

➤ "Prestige", Mensile sociale, e femminile, bilingue inglese / francese, sito web: www.prestige.com.lb

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office

- “Noun”, Mensile sociale e femminile, lingua francese, sito web: www.noun.com.lb
Una rivista – “Alam Assaat wal Moujawharat” (il Mondo degli Orologi e dei Gioielli), pubblicato in arabo, tratta specificamente di gioielli e di orologi.

Canali televisivi

Ci sono tanti canali televisivi che trasmettono fuori dal Libano. Tanti hanno canali per trasmissione via satellite. Le stazioni con fini commerciali più importanti sono: Future TV, Lebanese Broadcasting Company (LBC), National Broadcasting Network (NBN), e New TV (NTV).

Giornali

Il Libano pubblica un gran numero di quotidiani in arabo, ed un numero molto limitato in francese ed in inglese. Le pubblicità relative ai gioielli potrebbero talvolta essere viste nei quotidiani, specialmente durante le stagioni di festività (cristiane e musulmani).

Tabelloni e Manifesti

Attualmente, le strade e le autostrade in Libano sono piene di tabelloni eccellentemente mantenuti. Questa tendenza risale a pochi anni fa, ed è stata utilizzata in un modo crescente da quelli che fanno le pubblicità. Poche ditte professioniste si occupano di questo lavoro, offrendo dati statistici come supporto alle campagne.

Fiere Specializzate

E' ben noto che le esposizioni hanno un ruolo molto importante nella promozione dei prodotti e nello sviluppo della cooperazione a livello di affari nel settore della gioielleria. In Libano, l'organizzazione annua sistematica di esposizioni risale alla metà degli anni '90.

IFP è l'unico organizzatore di esposizioni che invita ditte straniere alla propria fiera "**Joaille Liban**" esposizione Internazionale della gioielleria, orologeria per il Libano e il Medio Oriente, cadenza annua, periodo fine giugno/primi luglio.

La "Joaille Liban" a una cadenza annuale anche se tale cadenza non è stata rispettata negli ultimi anni per motivi non tanto economici quanto di carattere fiscale/doganale, amministrativo e politico. La partecipazione di espositori esteri alla fiera è assai difficoltosa per le complesse formalità inerenti al "Carnet ATA", e, soprattutto, per le pressioni che sembra siano state finora praticate dai produttori locali di articoli in gioielleria e oreficeria per ostacolare la partecipazione estera.

La prossima tredicesima edizione di "**Joaille Liban**" 2010 e' prevista dal **20 al 23 Luglio 2010** presso Beirut International Exhibition & Leisure Center (BIEL), nel Centro Città di Beirut.

Esposizioni di gioielleria nel mondo

I gioiellieri libanesi sono ben informati sulle prestigiose fiere campionarie organizzate annualmente in Italia (VicenzaOro Fair International Exhibition, Valenza Fair, Orolevente). Un gran numero di questi gioiellieri ha visitato queste fiere negli ultimi anni. Nel contempo, tanti gioiellieri libanesi si recano presso altre fiere in Europa, negli Stati Uniti ed altrove. Risulta dagli scambi internazionali che le fiere alle quali si partecipa regolarmente sono: Couture Europe; Couture USA; JA New York; JCK Show Las Vegas; JJF Japan; and Messe Basel.

SUGGERIMENTI

- Le prospettive per i prodotti Made in Italy sono buone, soprattutto a seguito della riduzione dei dazi doganali; è tuttavia molto forte la concorrenza internazionale

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office

- La presenza dell'industria italiana va sostenuta promozionalmente . Il Libano può essere una vetrina per il Medio Oriente. Va utilizzata la fiera Joaillerie Liban, dove è auspicabile una presenza dell'industria sia attraverso il Punto Italia che successivamente di una Collettiva, a consolidamento del mercato e per cogliere le opportunità offerte dal Paese in ambito medio regionale.
- A detta di operatori locali sarebbe anche opportuno concordare con la distribuzione locale piani pubblicitari e di immagine
- Continuare nella promozione di delegazioni di operatori in visita in Italia e/o fiere
- Avviare una adeguata politica di marketing e di presenze aziendali più continuative nel paese.

INDIRIZZI UTILI

➤ Associazioni

-Association of Lebanese Industrialists
Sanayeh, Chamber of Commerce and Industry Bldg. 5th floor
Beirut
President: Mr. Neemat Frem
Telefax: 00961-1-350280/744555

- Syndicate of Expert Goldsmiths and Jewellers
Center Marash, 1st Floor n. 102 , Bourj Hammoud
Telefax: 00961-1-241026

-Syndicat des Bijoutiers et des Joailliers du Liban
Sodeco Square – B.P. 175465
Tel:961-1-612068 – Fax:961-1-612070
Email:jewelorg@dm.net.lb

FONTI:

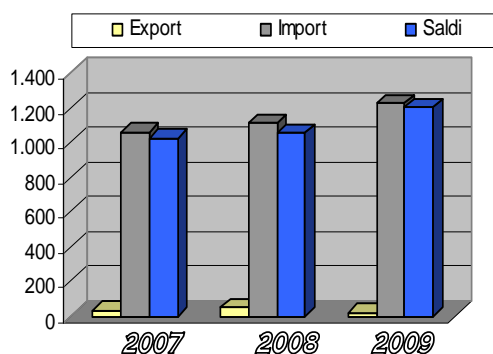
- Conseil Supérieur des Douanes
- Syndicat des Bijoutiers et des Joailliers du Liban
- Ministère de l'Industrie
- Association des Industriels

BILANCIA COMMERCIALE ITALO LIBANESE

Interscambio Italia - Libano

Gen-Dic	2007	2008	2009	Var. 09/08
Export	1.059	1.109	1.225	10,5%
Import	34	53	23	-56,6%
Totale	1.093	1.162	1.248	7,4%
Saldi	1.025	1.056	1.202	13,8%

(in milioni di US\$, Fonte Dogane Libanesi)



L'interscambio commerciale fra l'Italia ed il Libano nel 2009 è ammontato a \$ 1.248 milioni di cui \$1.225 di export italiano, con uno squilibrio strutturale, di difficile ricomposizione per la carente offerta di prodotti libanesi. L'andamento rispecchia le caratteristiche dei due Paesi: l'Italia con uno spiccato orientamento verso il mercato libanese e con prodotti rispondenti alle esigenze locali, il Libano come piazza commerciale e di triangolazioni verso mercati limitrofi.

L'export italiano è quindi aumentato del 10,5% raggiungendo la cifra record di \$ 1.225 milioni, che consolida il 4,7% del 2008 e lo straordinario +49,1% del 2007. La nostra quota di mercato è inoltre in aumento, passando dal 6,9% del 2008 al 7,5% del 2009, mentre il nostro saldo è aumentato del 13,8% raggiungendo \$1.202 milioni.

Gli USA rimangono anche per il 2009 il primo fornitore del Libano (quota del 10,9% rispetto all'11,5% del 2008). Seguono in seconda posizione la Francia (9,7% di quota), la Cina (8,9%) e la Germania (7,6%) che supera di \$12 milioni l'Italia, che è ora in quinta posizione, e precede il Giappone che ha una quota di mercato del 4,1%.

L'Italia ha perso una posizione, rispetto al 2008, divenendo, come già indicato, il quinto fornitore del Libano, a causa del forte incremento dell'export della Germania con + 20,4% (dovuto essenzialmente alla voce autoveicoli per \$679 milioni contro \$523 milioni nel 2008).

Export Italia - Libano per Prodotti

Gennaio - Dicembre	2007	2008	2009	Quota %	Var. 08/07
Petrolio raffinato	459	388	437	35,7%	12,6%
Macchinari	126	156	178	14,5%	14,1%
Tessile abbigliamento	74	97	97	7,9%	0,0%
Prodotti Chimici	79	84	97	7,9%	15,5%
Metalli e Prodotti	67	82	78	6,4%	-4,9%
Alimentari, Bevande, Tabacco	41	53	67	5,5%	26,4%
Materiale costruzione	26	31	40	3,3%	29,0%
Altri prod. Ind. Manuf.	18	23	36	2,9%	56,5%
Plastica e gomma	35	39	35	2,9%	-10,3%
Mezzi di trasporto	41	34	30	2,4%	-11,8%
Calzature, Pelletteria	18	26	29	2,4%	11,5%

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office

Pelli grezze, cuoio	15	20	21	1,7%	5,0%
Oreficeria	14	16	18	1,5%	12,5%
Ottica, Medicali	14	16	18	1,5%	12,5%
Altri prodotti	32	44	44	3,6%	0,0%
Totale	1.059	1.109	1.225		10,5%

(in milioni di US\$, Fonte Dogane Libanesi)

Il ventaglio dell'export italiano è composito, con prevalenza dei seguenti gruppi merceologici: prodotti energetici raffinati (\$437 milioni e quota del 35,7% sull'export italiano, rispetto al 35,0% del 2008), macchinari (\$178 milioni e quota del 14,5% in aumento dal 14,1% del 2008), prodotti del tessile e abbigliamento (\$97 milioni e 7,9%), prodotti chimici (\$97 milioni e 7,9%), metalli e relativi prodotti (\$78 milioni e 6,4%), alimentari preparati, bevande e tabacco (\$67 milioni e 5,5% rispetto al 4,8% del 2008) e materiali da costruzione (\$40 milioni e quota del 3,3% in aumento dal 2,8% dell'anno precedente).

I prodotti che hanno avuto gli incrementi maggiore sono: materiali da costruzione (+29,0%), alimentari e bevande (+26,4%), prodotti chimici (+15,5%), macchinari (+14,1%), petrolio raffinato (+12,6%) oreficeria ed ottica/medicali, entrambi con +12,5%, calzature/pelletterie (+11,5%).

Da notare, nell'ambito dell'incremento generale del nostro export, la contrazione invece dei mezzi di trasporto con - 11,8% , della plastica e gomma (-10,3%) e dei prodotti metallurgici (-4,9%).

A livello di considerazione generale possiamo quindi affermare che l'Italia consolida ed incrementa il valore del proprio export in tutti i settori tradizionali di specializzazione produttiva del Paese.

Da evidenziare, che l'incremento di quota ed in percentuale dei prodotti italiani relativi ai beni di strumentali e di consumo durevoli (macchinari, materiali edili e chimici), indicano che l'Italia sta continuando a sfruttare appieno le opportunità determinate dalla ricostruzione (es. ristrutturazione aziende danneggiate) e riabilitazione economica del Paese (infrastrutture, edilizia, etc), nonche' l'evoluzione significativa del settore immobiliare, con circa 300 cantieri aperti a Beirut.

La quota del petrolio raffinato è invece rimasta tendenzialmente stabile, 35,7% rispetto 35,0% del 2008, anno in cui era diminuita sensibilmente, contraendosi dal 43,3% del 2007, a dimostrazione di una maggiore strutturazione settoriale del nostro export.

Interessante notare il "peso" di alcuni prodotti italiani sul totale dell'import libanese: pelli grezze e cuoio, che hanno il 31,8% di quota sul totale importato dal Libano, calzature/pelletteria (il 24,4%), prodotti del tessile/abbigliamento (il 14,0%) e materiali edili (12,9%). I macchinari hanno invece una piu' che soddisfacente quota del 9,2%.

Pochi e di scarso peso i prodotti d'importazione dal Libano, che ammontano a \$23 milioni (-56,6%) e relativi, soprattutto, ai metalli (\$8 milioni) e prodotti chimici (\$7,0 milioni), che equivalgono al 65,0% dell'export libanese verso l'Italia.

Italian Trade Commission
Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office

STUDI LEGALI

JABRE LAW OFFICE

23, Benoit Barakat Str. , Jabre bldg, Badaro - Beirut
Tel.: 00961-1-386444 / 777 / 387555 Fax: 00961-1-383583
Email: main@lawjabre.com
Contatto: avv. George Jabre

Lingua di contatto: arabo, italiano, francese, inglese.

Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, del lavoro, immobiliare, internazionale.

CHAKHTOURA ANTOINE LAW OFFICE

288, Naoum Labari str, Horsh Tabet, Sin El Fil - Beirut
B.P 1162108 Beirut
Tel./Fax 00961-1-502542
Email: avocats@dm.net.lb

Contatto: avv. Antoine Chakhtoura

Lingua di contatto: arabo, francese, inglese, tedesco, russo, bulgaro.

Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, immobiliare, amministrativo, Recupero credito.

GHANNAM – ATTORNEYS AND LEGAL COUNSELS

Yared bldg, Abdel Aziz street, Hamra - Beirut
Tel. 00961-1-351140/1
Fax 00961-1-353567
Email: cghannam@ghannamlaw.com

Sitoweb: www.ghannamlaw.com

Contatto: avv. Charbel Ghannam

Lingua di contatto: arabo, francese, inglese

Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, del lavoro, immobiliare, internazionale, Recupero credito.

HAJJ MOUSSA BONJA & PARTNERS LAW FIRM

Hayek Hospital, Horch Tabet, Metropolitan district - Beirut
Tel.: 00961-1-514141 / 514242 Fax: 00961-1-514423 / 514424
Email: hmb@hmb-law.com

Sitoweb : www.hmb-law.com

Contatto: avv. Wajih Hechaime

Lingua di contatto: arabo, francese, inglese.

Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, del lavoro, immobiliare, internazionale, Recupero credito, Litigio.

HECHAIME ALBERT CABINET D'AVOCATS

Avenue Sami Solh, Imm. Hechaime - Beirut
Tel.: 00961-1-388031 / 386907 Fax: 00961-1-389101
Email: hechlaw@inco.com.lb

Contatto: avv. Wajih Hechaime

Lingua di contatto: arabo, italiano, francese, inglese, spagnolo.

Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, del lavoro, immobiliare, successioni, internazionale, Recupero credito.

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Beirut Office**NASR, CABINET D'AVOCAT**

155, President Sarkis ave, Sodeco Nasra, Freij bldg, 3rd flr - Beirut

B.P 1162160 Beirut

Tel.: 00961-1-616842 / 616849 / 616850 /1 Fax: 00961-1-616842

Email: jpnasr@lawnasr.com

Contatto: avv. Jean-Pierre Nasr

Lingua di contatto: arabo, italiano, francese, inglese.**Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, internazionale, penale, Recupero credito, Arbitrato****SAMIR SABA LAW OFFICE**

Achrafieh, Abdel Wahab el Inglizi str, Haddad bldg, 5th flr, Beirut

Tel.: 00961-1-338162

Cell.: 00961-3-930053

Email: smsrab@hotmail.com

Contatto: avv. Nady Tyan

Lingua di contatto: arabo, italiano, francese, inglese, spagnolo.**Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, immobiliare, internazionale, Recupero credito****TYAN & ASSOCIES**

250, Avenue Sami Solh, Imm. Manhattan, Beirut

B.P 175563 Beirut

Tel.: 00961-1-386006/381006 Fax: 00961-1-381016

Cell.: 00961-3-344567

Email: tyanasso@dm.net.lb

Contatto: avv. Nady Tyan

Lingua di contatto: arabo, francese, inglese.**Specializzazione: Diritto civile, commerciale, societario, fallimentare, fiscale, del lavoro, immobiliare, internazionale, diritto aereo.**