

## NOTA DI SETTORE

### Il mercato delle calzature

### in Norvegia

A cura di ICE Oslo

Giugno 2010

## 1. Quadro Macroeconomico e aspetti congiunturali del Paese

### Dati socio-economici

<b>Popolazione</b>	4,8 milioni
<b>Superficie</b>	385.155 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Oslo
<b>Citta' principali</b>	Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger
<b>Forma di governo</b>	Monarchia Costituzionale
<b>Divisa</b>	1 Corona Norvegese (NOK) = 100 oere 1 Euro = ca. 8,73 NOK (media 2009)
<b>Settori di punta</b>	petrolio, gas naturale, industria metallurgica, cantieristica navale, acquacoltura, energia idroelettrica, servizi (trasporti, finanziari, ICT)
<b>Totale importazioni</b>	427,9 miliardi di NOK (ca. € 49 miliardi)
<b>Totale esportazioni</b>	755,4 miliardi di NOK (ca. € 86,5 miliardi)

### Indicatori Macro-economici:

<b>PIL 2009</b>	2.408 miliardi di NOK (ca. € 275,8 miliardi)
<b>Crescita PIL 2009</b>	-1,5% (2009)
<b>PIL pro-capite 2009</b>	498.750 NOK (ca. € 57.130)
<b>Tasso di disoccupazione</b>	3,3%
<b>Tasso di inflazione</b>	3,8%

## 2. Premessa

La Norvegia, al secondo posto al mondo per reddito pro-capite (dopo il Lussemburgo), rappresenta una delle economie di maggior successo nel campo del benessere sociale (al primo posto negli ultimi anni secondo l'Indice di Sviluppo Umano predisposto dall'UNDP), caratterizzata da un alto livello di qualità della vita e da un ampio sistema di protezione sociale e ambientale.

La Norvegia, anche attraverso la sua adesione all'OMC ed allo Spazio Economico Europeo (SEE), partecipa attivamente all'attuale processo di liberalizzazione dei rapporti economico-commerciali internazionali.

L'economia norvegese è fortemente orientata verso la fornitura di materie prime e prodotti semilavorati (idrocarburi, pesce fresco e lavorato, legname, minerali).

Pur essendo un mercato di esigue dimensioni, la Norvegia è comunque caratterizzata da un alto reddito annuale pro-capite e una consistente propensione al consumo. Per questo motivo può essere considerata un ottimo mercato di nicchia per prodotti italiani di media e alta qualità.

Nell'arco di appena poche decine di anni si è trasformata da economia legata alle risorse naturali in una società della conoscenza. Le aziende norvegesi lavorano per sviluppare soluzioni economicamente vantaggiose ma attente all'ambiente. Servendosi di tecnologie molto avanzate, l'imprenditoria norvegese si muove nell'ottica di aumentare la produttività industriale e migliorare l'efficienza. Tra le peculiarità del sistema economico norvegese, spiccano l'attiva presenza dello Stato in economia (azionista di maggioranza delle principali aziende nazionali nel settore energetico, bancario, manifatturiero di base e dell'allevamento ittico), l'internazionalizzazione del settore finanziario, la presenza di un fitto tessuto di piccole e medie imprese attive nei servizi e nei comparti manifatturiero e tecnologico.

Di particolare attenzione sta godendo in questi anni il Made in Italy, con i suoi principali settori: dalla **moda-persona-tempo libero** (tessile e abbigliamento, calzature, pelletteria e conceria, oreficeria e gioielleria, cosmetica, occhialeria) alla **casa arredo** (con particolare attenzione all'edilizia), all'**agro-alimentare**, all'**automazione meccanica** e alla **nautica**.

Riguardo la moda, continuano ad aumentare le importazioni della Norvegia dal resto del mondo. L'Italia nel 2008 con una quota del 5,4% è risultata il terzo esportatore di abbigliamento in Norvegia dopo Cina e Turchia, registrando un +6% rispetto all'anno precedente. Attualmente sta diminuendo la presenza di negozi indipendenti ed è quindi importante per i prodotti dell'abbigliamento Made in Italy di media e alta qualità

riuscire a inserirsi nei meccanismi della GDO norvegese, che detiene il predominio sul fatturato delle vendite.

### 3. Il settore delle calzature in Norvegia

#### Calzature : classifica dei paesi esportatori

IMPORTAZIONI DELLA NORVEGIA DA PAESI VARI 2007-2009								
valore in milioni di NOK								
	2007		2008			2009		
Paesi	Valore	Incid.	Valore	Svil.	Incid.	Valore	Svil.	Incid.
Totale	2.741	100%	2.895	5,6%	100%	2.888	-0,2%	100%
Cina	1110	40,5	1198	7,9%	41,38	1305	8,9%	45,2
Vietnam	314	11,5	351	11,8%	12,12	367	4,6%	12,7
<b>Italia</b>	<b>363</b>	<b>13,2</b>	<b>353</b>	<b>-2,8%</b>	<b>12,19</b>	<b>304</b>	<b>-13,9%</b>	<b>10,5</b>
Portogallo	169	6,2	161	-4,7%	5,56	189	17,4%	6,5
Germania	162	5,9	203	25,3%	7,01	150	-26,1%	5,2
Indonesia	82	3,0	98	19,5%	3,39	119	21,4%	4,1
Romania	119	4,3	141	18,5%	4,87	109	-22,7%	3,8
Danimarca	147	5,4	139	-5,4%	4,80	104	-25,2%	3,6
Tailandia	71	2,6	83	16,9%	2,87	90	8,4%	3,1
Finlandia	83	3,0	82	-1,2%	2,83	77	-6,1%	2,7
Svezia	121	4,4	86	-28,9%	2,97	74	-14,0%	2,6

Fonte dati: SSB – Ist. Norvegese di statistica in base a nomenclatura doganale SITC

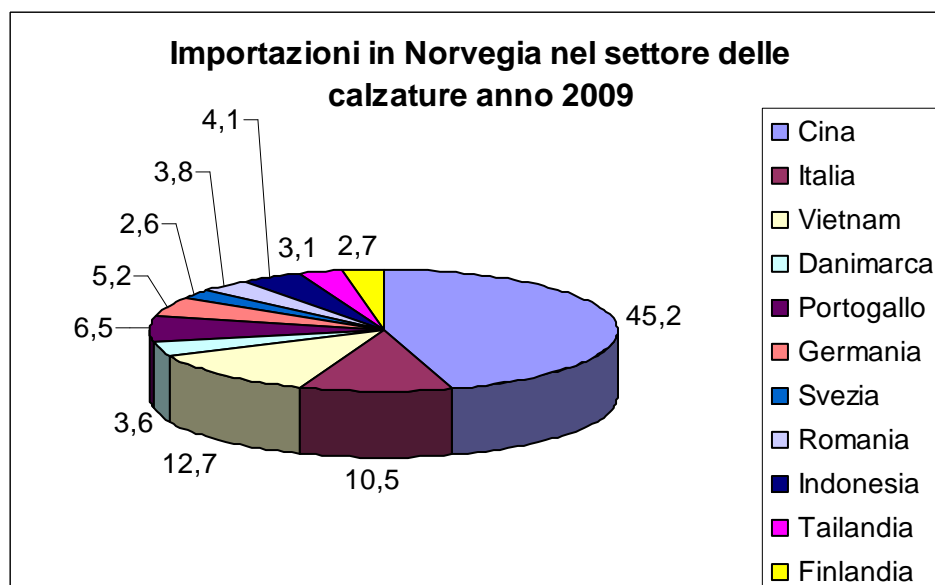
Quasi l'intera domanda norvegese nel settore delle calzature viene soddisfatta dalle importazioni, in quanto esistono soltanto 4-5 fabbriche di calzature norvegesi, il cui peso e' estremamente modesto se si prende in considerazione il mercato nella sua interezza

Nonostante ciò le importazioni di calzature hanno registrato una riduzione del **12%** lo scorso anno. Il numero di paia importate ha raggiunto i suoi livelli minimi a partire dal 2004. L'incremento generale nel livello dei prezzi, in parte dovuto alle sfavorevoli movimentazioni del tasso di cambio, spiega un decremento delle **importazioni in valore** di appena l'**1%**. Infatti nel 2009 il totale delle calzature importate in Norvegia ammonta a 3443 milioni di corone, quasi 47 milioni di corone in meno rispetto al 2008. Il valore delle importazioni dall'**Asia** si attesta intorno al 58%, mentre le importazioni dall'**Europa** si collocano intorno ad una cifra pari al 40%. Circa la metà delle calzature importate è realizzata in Cina.

In particolare, lo scorso anno, la Norvegia ha importato circa **22 milioni** di paia di

calzature, 3 milioni in meno rispetto al 2008. Il declino delle **importazioni in volume** (ossia in termini di numero di paia importate e non in milioni di corone) ha riguardato in particolar modo le importazioni dalla **Cina**, evidenziando una riduzione di oltre 3,5 milioni di paia di scarpe, e passando dai 14 milioni del 2008 ai 10,5 milioni dello scorso anno. Anche le importazioni dal **Vietnam** (circa 2 milioni di paia di scarpe nel 2009) registrano un significativo decremento, circa il 15% in meno rispetto all'anno precedente (450 000 paia di scarpe). Le importazioni dall'**Italia** evidenziano un simile trend: il milione di scarpe esportate in Norvegia nel 2009 rappresenta senza dubbio una cifra più bassa rispetto a quella del 2008 (circa 270 000 paia in meno).

Le importazioni dai Paesi del **Nord Europa** hanno raggiunto i loro minimi storici a partire dal 2003 (256 milioni di corone nel 2009, ossia 53 milioni di corone in meno rispetto allo scorso anno). Circa l'80% di questo declino è interpretabile alla luce del brusco calo delle importazioni dalla Danimarca. Il numero delle paia di calzature importate da tale paese si è infatti ridotto di circa un quinto, passando dalle 526 000 paia del 2008 alle circa 424 000 dello scorso anno. Anche in Finlandia (174 000 paia di calzature importate, 20 000 paia in meno rispetto allo scorso anno) ed in Svezia (291 000 paia di calzature importate, 60 000 in meno rispetto al 2008) è riscontrabile un simile trend, ma il declino risulta meno accentuato se paragonato a quello danese.

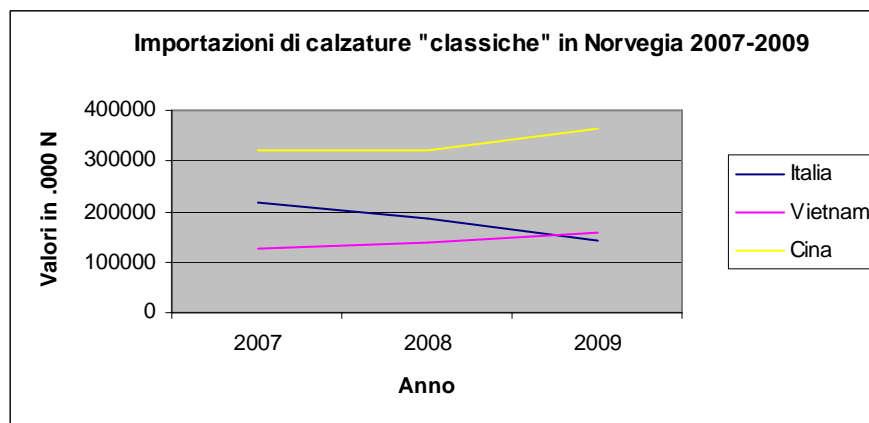


N.B. Dati forniti dall'Istituto di statistica norvegese (SSB) in base a nomenclatura doganale SITC

La Cina consolida il suo primato, registrando un incremento delle importazioni di calzature (in valore) di circa l'8,9%. Rispetto al 2008, il Vietnam detiene la seconda quota di mercato a scapito dell'Italia. Le importazioni vietnamiti crescono infatti rispetto al 2008 del 4,7%, mentre quelle italiane precipitano, registrando una riduzione del 13,9%.

Rafforzano la propria posizione nel mercato norvegese il Portogallo e l'Indonesia ( variazioni incrementative rispetto al 2008 rispettivamente del 17,8% e del 22%) mentre perdono terreno la Germania e la Danimarca ( variazioni decrementative rispetto al 2008 del 26,1% e del 25,5% ).

### Importazioni di scarpe "Classiche" in Norvegia Voce Doganale Hs 64035100.5900.9100.9900



Fonte : SSB – Istituto di statistica norvegese ; Ns. elaborazione

Anche per ciò che concerne il segmento delle **calzature classiche** la Cina si conferma al primo posto. Dal 2007 al 2009 le importazioni di calzature classiche in Norvegia sono infatti aumentate del 13%. L'Italia, nel corso di un biennio, ha progressivamente perso terreno nei confronti del Vietnam : dal 2007 al 2009 le importazioni vietnamiti nel mercato norvegese hanno subito un significativo incremento ( circa il 24%) mentre quelle italiane sono state contraddistinte da un andamento diametralmente opposto ( - 33 %).

#### 4. Trend del settore e tipologia di prodotti

Le calzature di produzione italiana sono punti di riferimento per una clientela (in Norvegia ormai sempre piu' vasta) che cerca la qualita' e l'unicita', nonche' in taluni casi l'assoluta esclusivita' e raffinatezza nel vestire. La strategia del "Made in Italy" sia per la media che per l'alta qualita' dovra' continuare ad essere quella di puntare sulle caratteristiche di eccellenza che hanno reso le aziende italiane apprezzate nel mondo, facendogli guadagnare la leadership nel settore.

I norvegesi viaggiano sempre di piu' e si fanno influenzare da stili di vita e modi di vestirsi in altri paesi. Il forte potere d'acquisto della popolazione che ha caratterizzato la Norvegia negli ultimi anni ha inoltre favorito acquisti di prodotti piu' particolari ed eleganti rispetto a prima quando i norvegesi soprattutto pensavano al comfort e alla praticita' delle scarpe. E' importante, pero', non dimenticare le condizioni climatiche norvegesi che per esempio pressoché escludono l'uso di certi tipi di calzature soprattutto durante la stagione invernale.

Come è possibile desumere dalla *tabella 1*, l'unica categoria merceologica in grado di realizzare una performance soddisfacente è quella delle **scarpe in tessuto**, superando nel 2009 i 5 milioni di paia importate. Infatti mai come lo scorso anno sono state importate così tante paia di scarpe appartenenti a tale categoria merceologica. Il 35% delle scarpe in tessuto importate sono rappresentate da sneakers. I due terzi delle scarpe in tessuto importate in Norvegia sono prodotte in Cina. Le importazioni cinesi per tale categoria merceologica sono aumentate dell' 11% (circa 350 000 paia). Le importazioni dal Vietnam sono diminuite lo scorso anno di circa 58 000 paia raggiungendo così una cifra di 718 000 paia, mentre le importazioni italiane si sono ridotte di circa 60 000 paia. Nel 2009 dopo Cina, Vietnam e Italia i principali paesi esportatori per tale tipologia di scarpe sono la Danimarca e la Repubblica Ceca. Le importazioni dalla Danimarca sono infatti aumentate di circa 3 000 paia collocandosi intorno alle 84 000 paia, mentre quelle ceche nel giro di un anno sono passate da 59 000 a 82 000.

Per il terzo anno consecutivo le importazioni di **calzature in pelle** hanno registrato un

trend negativo. Lo scorso anno la riduzione delle importazioni di scarpe in pelle si è collocata al di sopra del 15%, il che significa che sono state importate 1,45 milioni di paia di scarpe in meno rispetto al 2008. Il declino delle importazioni di tale categoria merceologica ha riguardato tutti i principali paesi esportatori, ad eccezione dell'India. In particolar modo sono calate vistosamente le importazioni dalla Germania, circa 250 000 paia in meno rispetto al 2008. Le importazioni di scarpe di pelle dalla Cina e dall'Italia hanno registrato una riduzione di circa 170 000 paia, mentre quelle rumene sono calate di 127 000 paia. Lo stesso discorso è applicabile a Danimarca, Vietnam e Indonesia: le importazioni danesi sono diminuite di 110 000 paia, mentre quelle dei due paesi asiatici di circa 100 000.

Il valore delle importazioni di **scarpe impermeabili** è rimasto stabile ad una cifra pari a 137 milioni di corone nel corso degli ultimi tre anni. Dopo aver raggiunto la cifra di 1,7 milioni di paia nel 2008, le importazioni di scarpe impermeabili in Norvegia lo scorso anno si sono attestate ad una cifra al di sotto di 1,5 milioni di paia. Una simile riduzione è in gran parte interpretabile alla luce della contrazione delle importazioni dalla Cina. Inoltre i prezzi delle importazioni cinesi per tale categoria merceologica sono cresciuti del 20% nell'arco degli ultimi dodici mesi.

Uno degli incrementi più marcati del livello dei prezzi è stato registrato nelle importazioni relative alla categoria merceologica "**Altre calzature di gomma o plastica**", circa il 25% rispetto al 2008. Il totale delle calzature importate nel 2009 è pari a circa 6,84 milioni di paia, 1,34 milioni in meno rispetto allo scorso anno. Ad ogni modo i tre quarti delle calzature importate provengono ancora dalla Cina, sebbene rispetto allo scorso anno si sia registrato un calo delle importazioni di circa 950 000 paia. Anche il Vietnam è stato caratterizzato da un simile trend: le importazioni vietnamite hanno raggiunto la cifra di 935 000 paia, con una riduzione rispetto al 2008 di 293 000 paia. Dopo la Cina ed il Vietnam, le nazioni che hanno importato più calzature di gomma o plastica nel 2009 in Norvegia sono l'Indonesia e l'Italia (rispettivamente 151 000 e 143 000 paia). Ma mentre le importazioni dall'Italia hanno subito un brusco rallentamento, quelle indonesiane sono state contraddistinte da una considerevole impennata. Anche dalla Thailandia, Malesia, Danimarca e Germania si è importato molto di meno rispetto al 2008, con la sola eccezione del Belgio le cui importazioni sono cresciute di circa 4 000 paia.

**Tabella 1 : Import di calzature a seconda della categoria merceologica**

**Import di calzature a seconda della categoria merceologica.  
2008-2009**

Categoria	Numero di paia		Sviluppo 2008/2009	Valore (mil. NOK)		Sviluppo 2008/09
	2009	2008		2009	2008	
Calz. Impermeabili di gomma o plastica	1458873	1691714	-13,8%	136,8	136,7	0,1%
Altre calzature di gomma o plastica	6841016	8184329	-16,4%	636,8	608,4	4,7%
Calz. In pelle/cuoio	7869593	9316596	-15,5%	1879,8	2070,9	-9,2%
Scarpe in tessuto	5180317	4965466	4,3%	640,3	534,3	19,8%
Altre calzature	927247	1108924	-16,4%	83,4	85,8	-2,8%

Fonte : Sko, nr.1, 2010 p.64

## 5. La grande distribuzione organizzata

Per quanto riguarda la fascia medio-bassa, sia nel sistema di vendita dell'abbigliamento sia in quello delle calzature, e' netto il predominio in Norvegia della GDO. Nell'abbigliamento, infatti, la Grande Distribuzione ha una percentuale sul fatturato delle vendite totali di ca. **70%** e la quota di mercato delle cinque catene d'abbigliamento principali e' del **35 %** ca. Il market leader e' il gigante "**Varner-Gruppen**" (attore norvegese) con le catene Cubus, Dressmann, Bik Bok, Carlings, Urban, Warehouse, Vivikes e Wow. Seguono le catene H&M (svedese) e Bestseller (danese). Nel settore delle calzature la percentuale sul fatturato delle vendite totali e' arrivata addirittura all'85% ca. **Euro- Gruppen** (con le catene Eurosko, Økonomisko e DNA) e' il gruppo maggiore in quanto tale incide per il 50 % del fatturato totale nel settore in questione. La seconda catena piu' importante e' la catena danese **Skoringen**. Segue poi il gruppo svedese **Nilson Group** (con le catene Din Sko e Skopunkten) e la catena danese **Bianco**. Ora che sta diminuendo sempre di piu' la presenza di negozi "indipendenti" e' fondamentale riuscire ad inserirsi nei meccanismi della GDO norvegese, in modo da garantirsi una maggiore visibilita' e facilita' di accesso al prodotto da parte dei consumatori norvegesi.

## 5.1 I canali distributivi

Per quanto riguarda la catena distributiva in Norvegia vale il modello tradizionale:

**Produttore – grossista/agente – dettagliante – consumatore**

In merito sono previsti I seguenti cambiamenti:

- Un aumento del potere del consumatore
- Un incremento nei punti vendita e negli acquisti online. Alcuni negozi in Norvegia hanno cominciato ad offrire ai propri clienti la possibilità di acquistare prodotti sulle pagine web dell'azienda.
- Il grossista svolgerà sempre di più un ruolo esclusivamente logistico.
- Si prevede che I dettaglianti ed I grossisti svolgeranno sempre di più la funzione dell'agente.
- Una maggiore internazionalizzazione e maggiore diffusione del concetto franchising.
- Per un dettagliante e' cruciale la location. Negli ultimi anni il fatturato di negozi di abbigliamento e di calzature situati all'interno di grandi centri commerciali e' aumentato in maniera considerevole. I centri commerciali norvegesi piu' importanti sono I seguenti: Lagunen Storsenter a Rådal, Kvadrat a Sandnes, Strømmen Storsenter a Strømmen, CC Vest Stormarked a Oslo, Ski Storsenter a Ski e Sandvika Storsenter a Sandvika.  
I Centri Commerciali ospitano molti dettaglianti (spesso filialisti di catene), ma non hanno proprie Centrali di Acquisto. Dispongono, invece, di Segreterie centralizzate con funzioni di marketing, pubblicità ed amministrazione.
- Le vendite di calzature avvengono sempre di più tramite negozi di abbigliamento, di abbigliamento sportivo e addirittura tramite supermercati.

## 6. Sistemi di pagamento ed etichettatura

In Norvegia le merci importate vengono pagate in genere con il sistema "a certo tempo dalla data della fattura". È poco usata la L/C irrevocabile e confermata. Prima di accettare un tipo di pagamento diverso dalla L/C, si suggerisce di chiedere all'ufficio ICE di Oslo informazioni commerciali e finanziarie sul futuro cliente.

### Etichettatura

Viene rispettata la normativa dell'Unione Europea. Le indicazioni presenti sull'etichetta devono essere specificate in lingua norvegese o un'altra lingua scandinava. Per i prodotti dell'abbigliamento l'etichetta di composizione deve indicare le fibre presenti, specificando la percentuale in base al peso totale delle fibre del capo, in ordine decrescente. Le fibre presenti in percentuale di peso inferiore al 10% possono essere designate con la dicitura altre fibre. Sono facoltative sia le informazioni riguardanti il lavaggio, sia le informazioni relative al paese d'origine dei capi d'abbigliamento; ma una volta inserite le informazioni riguardanti il paese di fabbricazione, esse non devono essere atte a creare equivoci relativamente al vero paese d'origine delle stesse.

Sito internet della legge di riferimento: <http://www.ub.uio.no/ujur/ulovdata/lov-19720616-047-eng.pdf>

## 7. Dazi doganali

L'accordo SEE comporta che le normative UE per il mercato unico valgano anche in Norvegia. Esso crea quindi condizioni uguali di concorrenza per le aziende nei paesi dell'UE ed in Norvegia e consente il libero movimento di merci, servizi, capitali e persone. Comunque, il certificato d'origine e le routine doganali sono ancora necessarie per lo scambio di merci tra la Norvegia e l'UE, ma le regole vengono semplificate in continuazione. Nel comparto dell'abbigliamento, come in quello delle calzature, la merce, prodotta in Italia, può essere importata liberamente. Grava unicamente l'IVA locale del 25%.

Dogana Norvegia:

*Toll- og avgiftsdirektoratet*

Schweigaards gate 15  
Postboks 8122 Dep.  
0032 OSLO  
Telefonnr.: 22 86 03 00E-post: [tad@toll.no](mailto:tad@toll.no)

## 8. Testate specializzate nel settore

**TEKSTILFORUM** (sett. abbigliamento)

Pers di rif.: Sig. ra Live Nordby

Sjølyst Plass 3

NO-0278 Oslo  
Tel: +47 92 014233

E-mail: [live@tekstilforum.no](mailto:live@tekstilforum.no)

Web: [www.tekstilforum.no](http://www.tekstilforum.no)

**SKO** (sett. calzature)

Pers. di rif: Sig. ra Tove Riiser-Larsen

Drammensveien 154

0277 Oslo

Tel: + 47- 22563911

Fax: + 47- 22563176

E-mail: [tove@skoforlaget.no](mailto:tove@skoforlaget.no)

## 9. Fiere in Norvegia

### **Oslo Fashion Week, Oslo 15-21 febbraio 2010**

Per maggiori informazioni vedere [www.oslofashionweek.no](http://www.oslofashionweek.no) (sito in inglese),

Persona di riferimento: Sig. Pål Vassbotn

E-mail: [presse@oslofashionweek.com](mailto:presse@oslofashionweek.com)

### **La settimana della moda, Oslo: 15-21 febbraio 2010**

Per maggiori informazioni contattare:

Oslo Fashion House

Persona di riferimento: Kjell Bagger

Internet: [www.fashionhouse.no](http://www.fashionhouse.no)

E-mail: [oslo@fashionhouse.no](mailto:oslo@fashionhouse.no)

Tel: 00 47 67 59 17

Fax: 00 47 67 59 18 34|

**La fiera delle calzature, Oslo 19. – 21. Febbraio 2010,**

Per maggiori informazioni contattare:

Skosenteret Skøyen

Persona di rif.: Sig. Frank Nybakken

Fredrik Selmers vei 2

0663 Oslo

Tel: 0047 22 65 06 69 / 930 30 400

E-mail: [frank@skosenteret.no](mailto:frank@skosenteret.no)

Web: [www.skosenteret.no](http://www.skosenteret.no)

# ITALIA

Istituto nazionale per il Commercio Estero di Oslo

