

FESTIVAL ITALIANO IN ALBANIA – TIRANA, 22-24 OTTOBRE 2008

DATI GENERALI

commento sull'attività

**AMBASCIATA
ITALIANA**

Ambasciatore: Saba D'Elia

Rr. Lek Dukagjini, N. 2 Tirana

Tel +355 42 275900

Fax +355 42 250921

e-mail segreteriaambasciata.tirana@esteri.it

web /www.ambtirana.esteri.it/ambasciata_tirana

positivo
 negativo

commento: molto attivo ed efficiente

ICE

Direttore: Francesco Vitulli

Sheshi Skenderbej
Pallati i Kultures, Tirana

Tel +355 4 251 051/ 036

Fax +355 4 251 034

e-mail tirana.tirana@ice.it

web www.ice.gov.it/estero2/tirana/defaultuff.htm

positivo
 negativo

commento: molto attivo, continuerà a proporre il Festival italiano con cadenza annuale

FESTIVAL ITALIANO IN ALBANIA – TIRANA, 22-24 OTTOBRE 2008**SCHEDE RELAZIONE INIZIATIVA**

compilata da MAURIZIO CRIPPA
qualifica Direttore Generale
data compilazione 26 ottobre 2008

TITOLO INIZIATIVA Festival Italiano in Albania

OBIETTIVO GENERALE DELL'INIZIATIVA L'obiettivo è quello di sviluppare la promozione e la commercializzazione dei prodotti italiani nonché l'immagine del "Made in Italy".

OBIETTIVO DELLA PARTECIPAZIONE ISTITUZIONALE DI UNIPRO Partecipazione istituzionale del direttore generale alla conferenza stampa di apertura del Festival Italiano. Azione di scouting, istituzionale e commerciale.

IMPRESSIONE GENERALE SUL PAESE

L'economia albanese continua a crescere ad una media di circa il 6% annuo considerando il periodo 2003-2007, tuttavia rimane ancora uno dei Paesi più poveri dell'Europa. Secondo la Banca d'Albania il reddito pro-capite nel 2007 è stato pari a USD 3.150. ed il tasso di disoccupazione del 13,5%. Inoltre il 18,5% della popolazione vive al di sotto dello stato di povertà come risulta dai dati della Banca Mondiale. Nonostante la crescita del PIL per il 2007 sia stimata al 6%, l'inflazione annua si è attestata al 3% con un forte aumento dei prodotti alimentari nell'ultimo periodo dell'anno.

L'Italia rappresenta il principale partner commerciale dell'Albania, con una quota di circa il 35% dell'intero commercio estero albanese.

Nel 2007 le importazioni di prodotti cosmetici e profumi hanno raggiunto un importo pari a 33 milioni di dollari con un incremento del 32% rispetto al 2006. Dal 2000 ad oggi le importazioni sono cresciute del 460%. L'Italia è il primo partner commerciale dell'Albania con il 32% dell'import totale, gli altri paesi fornitori in ordine decrescente sono l'Irlanda, la Slovenia, la Romania, la Grecia, la Turchia, la Croazia ed altri paesi. Pur segnalando, per le esportazioni italiane verso questo paese un trend di sviluppo costante, le importazioni totali albanesi si incrementano in maniera esponenziale rispetto alle nostre vendite. Le accresciute esigenze dei consumatori albanesi e l'assenza di efficaci controlli da parte delle autorità locali, fa sì che pur apprezzando la qualità del prodotto italiano quale punto di riferimento del mercato, lo stesso si approvvigiona sempre più da altri paesi esteri e soprattutto da quelli, che offrono prodotti a basso costo di "ispirazione italiana", se non addirittura contraffatti.

SITUAZIONE POLITICA DEL PAESE

La Repubblica d'Albania è divisa amministrativamente in 12 regioni e la costituzione attuale è entrata in vigore il 28 novembre 1998, dopo l'apertura del Paese verso l'occidente e l'abbandono della costituzione d'ispirazione marxista nell'aprile del 1991. L'Albania è una Repubblica parlamentare. Il Governo è fondato su un sistema di elezioni libere, periodiche, a suffragio universale e con voto eguale per tutti i cittadini. L'attuale Presidente dell'Albania è Bamir Topi.

POLITICA COMMERCIALE DEL PAESE

Sul piano internazionale l'accesso dell'Albania all'Organizzazione Mondiale del Commercio nel settembre 2000, ha permesso l'applicazione in loco delle politiche e delle regole del commercio internazionale che assicurano agli investitori stranieri la parità di trattamento nei rapporti commerciali. Il Paese gode di un accesso preferenziale al mercato dell'Unione Europea, beneficiando di agevolazioni fiscali sulle esportazioni.

Nel mese di luglio 2007 è entrato in vigore l'Accordo Centroeuropeo di Libero Scambio ossia CEFTA al quale aderiscono anche la Croazia, la Macedonia, la Serbia, la Bosnia- Herzegovina, il Montenegro e la Moldavia. Tale Accordo è importante sia per la creazione di una zona di libero scambio regionale sempre più avanzata, sia per attuare un'armonizzazione della normativa doganale e fiscale dei Paesi aderenti, propedeutica ad una futura adesione all'UE.

FESTIVAL ITALIANO IN ALBANIA – TIRANA, 22-24 OTTOBRE 2008

SCHEMA INTERLOCUTORI INCONTRATI

DATI IDENTIFICATIVI

BeS Albania - Beni



TIPOLOGIA

DELL'INTERLOCUTORE

- istituzione
 operatore commerciale
 altro _____

SE operatore commerciale, specificare settore

- importatore / distributore prodotti finiti con deposito
 produttore / interessato a esportare prodotti finiti
 produttore materie prime / interessato a esportare materie prime
 altro _____

ANNO DI FONDAZIONE

1998

CLASSE DI ADDETTI

- fino a 9
 da 10 a 19
 da 20 a 49 30 concessionari/rappresentanti su tutto il territorio albanese.
 da 50 a 99
 da 100 a 499
 500 ed oltre

FATTURATO (MIL. €)

- meno 0,5
 0,5 – 2,5
 2,5 – 5
 5 - 25
 25 – 50
 50

ISCRIZIONE

ALL'ASSOCIAZIONE LOCALE DI CATEGORIA

- si
 no
 quale _____

CANALI DISTRIBUTIVI

- mass market
 department stores
 profumeria
 canale professionale estetica/spa
 canale professionale acconciatori.
 farmacia, parafarmacia, drugstore
 propri negozi
 altro _____

FESTIVAL ITALIANO IN ALBANIA – TIRANA, 22-24 OTTOBRE 2008
PRODOTTI DISTRIBUITI

	brand name	esclusività	dall'anno	numero punti vendita
Profumeria e cosmesi				
<input type="checkbox"/>	skincare	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cura corpo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	toilettries	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	profumi	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	make-up	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	prodotti per capelli	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cosmetici naturali	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	accessori per l'igiene e articoli regalo	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	cosmeceutical	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	tecnologie e servizi per l'industria cosmetica	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>		
Saloni di acconciatura				
<input checked="" type="checkbox"/>	prodotti professionali per capelli	BES, Cosmec, Linea italiana	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	articoli e accessori per acconciatori		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
Beauty Salon & Spa				
<input type="checkbox"/>	prodotti per unghie		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per cura corpo		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	prodotti professionali per skincare		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per beauty salon		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	arredi e attrezzature per Spa		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
Altri				
<input type="checkbox"/>	servizi per la farmacia		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	integratori alimentari e dietetici		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	prodotti omeopatici		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	farmaci		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	parafarmaci-prodotti sanitari		si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	

**CONTENUTO
 DELL'INCONTRO / TIPO
 DELLE INFORMAZIONI
 RACCOLTE**

informazioni generali,
 esigenze interlocutore,
 espressione esigenze Unipro,
 altro

**FOLLOW-UP
 DELL'INCONTRO**

azioni che devono seguire al
 rientro in Italia, cosa si
 aspetta da noi l'interlocutore e
 viceversa

NOTE *Il 60% del mercato cosmetico è coperto dal mass market mentre il 40% dal canale professionale.
 Sistema distributivo mass market: grandi catene come Big-M, Conad, Eromex.*