

Doing business with Russia? Yes, please

di Olga Annushkina

Quando si discute sulla necessità di internazionalizzare le imprese italiane si parla soprattutto di "febbre cinese", considerando le opportunità in Europa dell'Est e in Russia meno strategiche. Ma il mercato russo per le sue dimensioni, le prospettive di crescita, le inesplorate opportunità di mercato e la vicinanza geografica e culturale all'Italia potrebbe fornire delle interessanti prospettive di sviluppo per le aziende italiane

La Russia fa parte delle prime 20 economie mondiali (Tabella 1), con un PIL pro capite nel 2003 di circa 3.000 USD. Le dimensioni del mercato (circa 145 mln di abitanti con un reddito medio di circa 200 euro al mese) e le prospettive di crescita (secondo le aspettative più prudenti, del 5-6% all'anno nel medio-breve periodo) fanno della Russia una meta interessante per gli investimenti sia produttivi che commerciali.

Nel mese di maggio del 2003 il presidente Vladimir Putin ha posto come l'obiettivo di crescita il raddoppiamento del PIL in 10 anni, con un aumento annuale del 7-8%, mentre gli analisti della World Bank e dell'International Monetary Fund sono più prudenti, attestando l'aumento al 5-6%.

Negli anni passati l'economia russa è stata stimolata dall'export delle materie prime e dal recupero delle capacità produttive rimaste insature durante gli anni della crisi. Per sostenere lo sviluppo nei prossimi anni occorre fare più leva su fattori strutturali come la produttività e l'efficienza, dando più enfasi alle riforme economiche. Uno dei principali ostacoli da affrontare nel breve periodo è l'obsolescenza dei macchinari impiegati nell'industria: l'età media stimata nel 2002 è stata di 20 anni circa, anche se la situazione è meno drammatica nei settori che più attraggono gli investimenti nazionali ed esteri, come la produzione di energia, le industrie estrattive, la metallurgia e il settore alimentare.

Gli investimenti diretti esteri (IDE), uno dei fattori che stimolano la crescita della produzione ed uno degli indicatori di fiducia da parte della comunità internazionale, si stanno riprendendo dopo la crisi dell'agosto 1998 (Tabella 2). Il costo della manodopera, relativamente basso in confronto anche agli altri paesi dell'Europa d'Est, non rappresenta un principale fattore per la scelta della Russia come paese dove delocalizzare la produzione. Gli investitori stranieri investono nell'acquisto e nella costruzione delle fabbriche in Russia principalmente per vendere sui mercati locali o adiacenti. E se da un lato capacità di acquisto dei consumatori può essere confrontata con gli altri paesi dell'Europa d'Est (Tabella 3), dall'altro le dimensioni del mercato sono nettamente superiori. Secondo i dati ufficiali, nel 2004 il reddito medio mensile in Russia è stato di circa 200 USD (facendo una media tra i 240-260 USD per gli abitanti delle città e i 70-80 USD per gli abitanti di campagna).

Ma i dati sul reddito medio non possono riflettere a pieno le

1. PRODOTTO INTERNO LORDO, 2003, MLD DOLLARI USA

	PIL, 2003 (mld dollari USA)
1 Stati Uniti	10.985
2 Giappone	4.301
3 Germania	2.408
4 Gran Bretagna	1.798
5 Francia	1.754
6 Italia	1.470
7 Cina	1.409
8 Canada	866
9 Spagna	840
10 Messico	626
11 Korea del Sud	605
12 India	575
13 Paesi Bassi	512
14 Australia	508
15 Brasile	497
16 Federazione Russa	434
17 Svizzera	309
18 Belgio	303
19 Svezia	301
20 Taiwan	285

Fonte: World Economic Forum

potenzialità del mercato russo. Le domande principali necessarie sono: "Esiste un mercato di massa e quanto è raggiungibile?" e "Esiste un mercato fuori Mosca e San Pietroburgo, tanto famose per la ricchezza dei loro oligarchi?" Le statistiche sulla distribuzione dei redditi sono incoraggianti: la "classe media" russa sta crescendo, così come il livello dei redditi nelle regioni sta ormai raggiungendo i livelli di Mosca di qualche anno fa. Dal punto di vista della vicinanza (e quindi della raggiungibilità) del consumatore finale, il 76% della popolazione russa abita nella parte europea del Paese (a ovest dei monti Urali), anche se Siberia ed Estremo Oriente stanno diventando realtà sempre più interessanti per il loro crescente benessere.

Ma cosa si intende esattamente per classe media in Russia? Nel 2004 almeno un quarto della popolazione ha avuto un reddito medio pro capite superiore ai 225 USD mensili. La maggior parte delle famiglie abita in appartamenti di proprietà e, data la scarsa propensione al risparmio (causa inflazione, crisi finanziarie che hanno portato via i risparmi alla maggioranza delle famiglie), la parte prevalente del reddito viene spesa negli acquisti di prodotti e servizi. Secondo i dati di Goskomstat (l'equivalente dell'italiano Istat) nel 2002 il 100% delle famiglie russe aveva TV, un frigorifero, il 95% una lavatrice, il 50% videoregistratore. Nel 2002 la stessa fonte stimava che un terzo delle famiglie russe non aveva nessuna difficoltà ad acquistare beni di largo consumo e l'abbigliamento, mentre l'8% aveva un reddito sufficiente per l'acquisto dei beni durevoli per la casa, e circa l'5% disponeva dei redditi sufficienti per l'acquisto di ogni tipo di prodotto o servizio tranne per un'abitazione. Occorre menzionare che in Russia il credito a consumo e i mutui sono ancora nello stato di sviluppo embrionale, anche se in forte crescita: la maggior parte della popolazione utilizza i mezzi propri per l'acquisto di beni durevoli e di immobili. Con l'incremento del benessere, la richiesta di beni durevoli e di servizi (trasporti, comunicazioni, turismo) occuperà sempre più spazio nella struttura degli acquisti, mentre il peso dei beni alimentari (attualmente circa il 45% nella spesa delle famiglie) dovrebbe gradualmente scendere, cedendo il posto ai bisogni "secondari". Le dimensioni del mercato alimentare rimangono comunque importanti: si tratta di circa 55 miliardi di dollari USA nel 2002; il mercato a dettaglio dei beni di consumo non alimentari nel 2002 si stimava attorno ai 63 miliardi di dollari USA.

La distribuzione territoriale degli investimenti diretti esteri coglie l'attrattiva delle regioni russe principalmente dal punto di vista della ricchezza del consumatore finale: fino al 2001 più della metà degli investimenti diretti esteri nell'economia russa si concentravano a Mosca e San Pietroburgo, in quanto sedi delle principali società dell'economia russa e le due città più popolate e ricche della Russia, con i loro 10 e 4,5 mln di abitanti e un reddito medio ben sopra la media nazionale.

E l'attenzione degli investitori stranieri, molti dei quali già presenti nelle due

2. INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI (CUMULATIVI) IN RUSSIA

Investimenti Diretti Esteri (cumulativi)	
mln USD	
1995	48,9
1996	73,0
1997	77,8
1998	52,2
1999	51,1
2000	55,0
2002	55,7

Fonte: Unctad

3. IL CONFRONTO TRA I PAESI DELL'EUROPA DELL'EST: ALCUNI DATI ECONOMICI

	GDP pro capite migliaia USD 2003	Numero PC per 1.000 abitanti 2002	Popolazione (mln) 2003
Slovenia	13,4	301	2,0
Repubblica Ceca	8,4	177	10,2
Ungheria	8,2	108	10,1
Croazia	6,4	174	4,4
Estonia	6,2	210	1,4
Slovacchia	5,9	180	5,4
Polonia	5,5	106	38,2
Lituania	5,3	110	3,5
Lettonia	4,2	172	2,3
Russia	3,0	89	143,4
Romania	2,7	69	22,2
Bulgaria	2,5	52	7,8
Ucraina	1,0	19	48,4

Fonte: Unctad

4. I REDDITI MEDI MENSILI

Regione	2001 (USD)	2004 (USD)	Incremento 2004 sul 2001 %	Popolazione (2002)
Centro	152	313	+106%	37.991
...Mosca	353	700	+98%	...10.358
Nord-Ovest	52	125	+140%	13.986
Sud	51	124	+143%	22.914
Volga	88	155	+76%	31.158
Urali	108	230	+112%	12.382
Siberia	67	171	+155%	20.064
Estremo Oriente	83	217	+161%	6.687
Russia	94	200	+113%	145.182

Fonte: elaborazione dati Goskomstat, Banca centrale della Federazione Russa

5. NUMERO DEGLI ABBONATI AI SERVIZI DELLA TELEFONIA MOBILE IN RUSSIA, LE PRIME 10 PROVINCE, 2003

Regione	Numero degli abbonati ai servizi della telefonia mobile su 100.000 abitanti
Russia	253,6
Mosca	873,6
San Pietroburgo	672,7
Kaliningrad	379,5
Provincia di Mosca	379,0
Krasnodar	330,0
Murmansk	322,8
Samara	302,3
Tomsk	290,5
Novosibirsk	280,9
Jaroslavl	243,8

Fonte: elaborazione dati Goskomstat, Banca Centrale della Federazione Russa

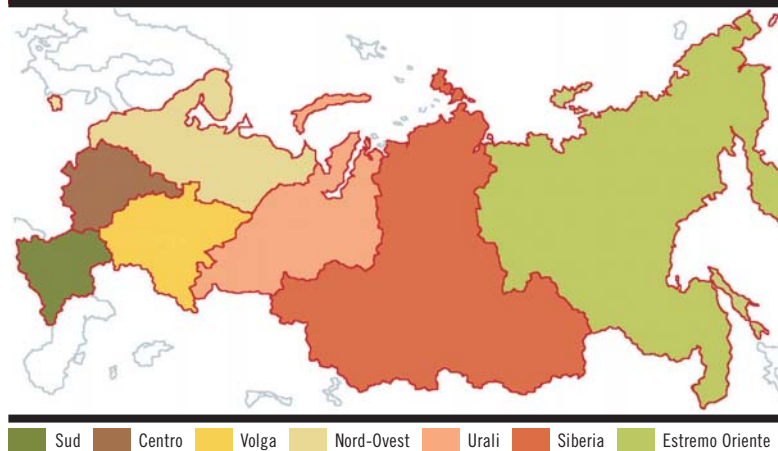
metropoli, si sta spostando verso altre regioni. La Siberia e gli Urali, per esempio, possono interessare gli investitori non solo per le loro ricchezze naturali, ma anche per l'importante crescita della ricchezza della popolazione: le persone impiegate nelle imprese che si occupano dell'estrazione o della lavorazione delle risorse naturali o della produzione dell'energia iniziano a rappresentare un'importante mercato per i beni di largo consumo. L'aumento dei redditi in alcune regioni negli ultimi anni supera quella dei redditi a Mosca e nella parte europea della Russia (Tabella 4). La stessa tendenza è confermata dall'analisi del mercato della telefonia mobile: il numero degli utenti in alcune città siberiane sta aumentando e raggiungendo i livelli di Mosca e San Pietroburgo di qualche anno fa (Tabella 5).

Ma esistono anche fattori che frenano le attività economiche e gli investimenti in Russia. Secondo il World Economic Forum, gli imprenditori e i manager russi citano: la corruzione, la burocrazia inefficiente, la legislazione fiscale e il carico fiscale, le difficoltà nell'ottenimento delle risorse finanziarie, l'inflazione. Il governo sta indirizzando i propri sforzi per risolvere questi problemi, per esempio con la recente riduzione del carico fiscale sia per le persone fisiche che per le imprese.

A conferma dell'appeal del mercato russo, ci sono poi i successi di alcune imprese italiane. L'Indesit Company, ex "Merloni Elettrodomestici", opera in Russia dal 1993 e ora è il leader del mercato degli elettrodomestici con una quota di circa il 25% (circa tre volte superiore al concorrente principale). L'acquisizione di Stinol, uno dei principali produttori di frigoriferi in Russia e la costruzione di una fabbrica per la produzione delle lavatrici, aperta nell'aprile del 2004, confermano l'interesse a lungo termine da parte della società verso il mercato russo.

Nello stesso aprile del 2004 è stata inaugurata ZAO Banca Intesa, la prima banca italiana con licenza operativa in Russia, il cui obiettivo è quello di assistere le aziende italiane già presenti nell'area e tutte quelle interessate a operare nel mercato russo.

LE REGIONI DELLA RUSSIA



Ma il mercato russo non attira solo le grandi imprese. Nel 1996 l'imprenditore italiano Gianfranco Confalonieri ha investito nell'acquisizione di una fabbrica per la produzione di pannelli truciolati nobilitati e mobili a Smolensk (400 km a Mosca). Ora l'Eurostandard di Confalonieri ha raggiunto il 5% del mercato russo dei pannelli e la sua seconda fabbrica, l'Eurodesign, è in crescita sul mercato dei mobili. Inoltre si sta valutando lo sviluppo nelle regioni più distanti della Russia, come in Siberia, fermo restando che bisogna superare alcune difficoltà inerenti alla formazione del personale locale (non solo dal punto di vista tecnico), alla qualità dei fornitori e alle inefficienze del sistema finanziario.

Un altro settore in forte espansione è quello dei centri commerciali. La società italiana Promo Centro da circa tre anni opera sul mercato russo realizzando e progettando grandi *mall*: uno per la Metro a San Pietroburgo, altri due a Mosca, un altro, infine, a Kaliningrad. In questi casi viene assunto personale locale con esperienza di settore ma pronto ad assorbire il know how "europeo". Si sta ora valutando la possibilità di espandere la realizzazione di centri commerciali nelle città russe con popolazione superiore al milione di abitanti, come Nizhny Novgorod e Rostov-na-Donu.

Un settore in forte espansione, grazie anche alla crescita della classe media russa e a una crescente richiesta di beni, è quello dei centri commerciali. Nella foto a lato lo shopping center del Petrouka Passage a Mosca

