

LE GUIDE PER  
**Esportare**  
IN **Digitale**

FOCUS CANADA



**SACE** 

In collaborazione con





## Canada

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

PAG. 3 →

## Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

PAG. 4 →

## Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

PAG. 5 →

## E-commerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

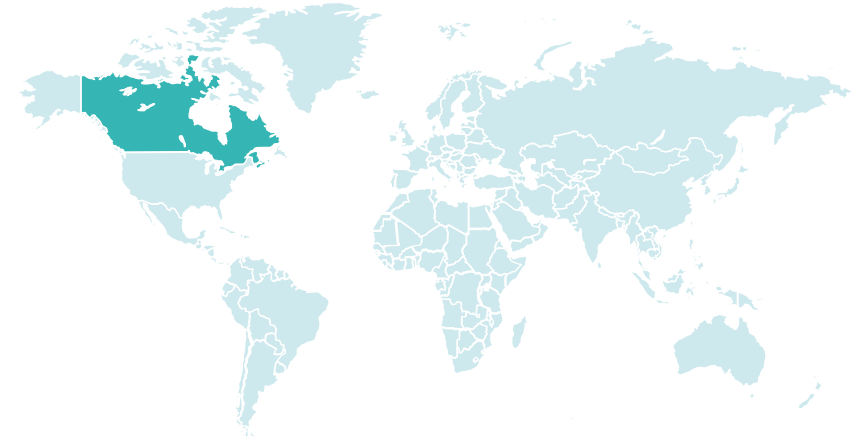
PAG. 7 →



# CANADA

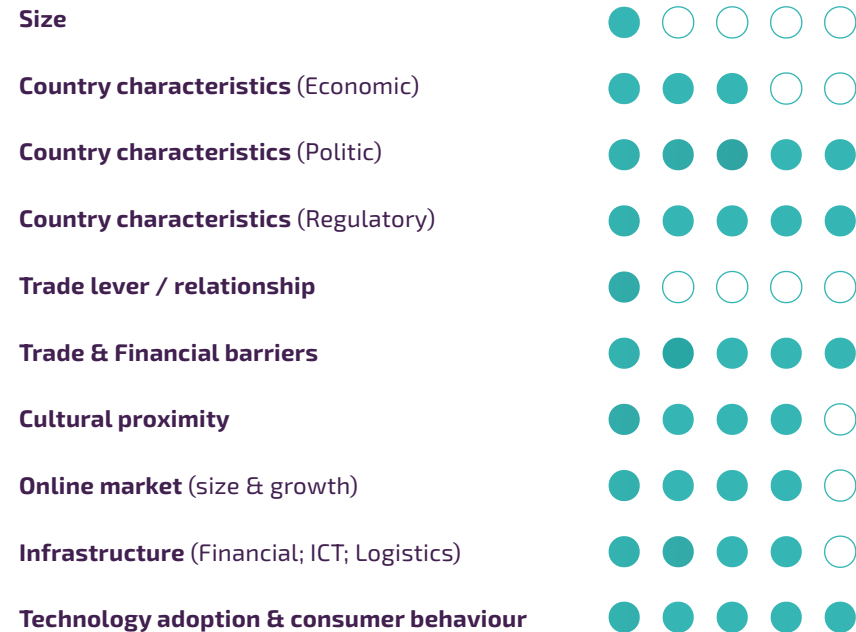
QUALCHE NUMERO SUL PAESE

Si è scelto di raccogliere i dati relativi agli anni 2019, 2020 e 2021, per poi mediarli e costruire la successiva elaborazione sulla media ottenuta. In questo modo è stato possibile osservare per il periodo preso in considerazione i cambiamenti legati alle 4 dimensioni considerate. Molti fenomeni e aspetti nazionali che vengono presi in considerazione dalle variabili/indicatori che compongono l'indice sono lenti nella loro evoluzione o nel mostrare un cambiamento attraverso i valori restituiti. Anche per questo motivo il focus dell'analisi non vuole essere quello di mostrare un'istantanea il più aggiornata possibile dei paesi presi in considerazione e dei fenomeni che li riguardano, ma di mostrare come tali dinamiche ed aspetti possano influire sulle attività di export verso tali Paesi.



<b>Popolazione (2021)</b>	<b>38 milioni</b>
<b>GDP (2021)</b>	<b>\$1,990 miliardi</b>
<b>Per capita GDP (2021)</b>	<b>\$2.277</b>
<b>Valore delle importazioni (2021)</b>	<b>\$489 miliardi</b>
<b>Indice di attrattività Score complessivo</b>	<b>3,23/5</b>
<b>Indice di attrattività Score senza dimensione "Size"</b>	<b>3,97/5</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività complessivo</b>	<b>7/20</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività Senza dimensione "Size"</b>	<b>7/20</b>

## INDICE DI ATTRATTIVITÀ: SPLIT DELLE 10 MACRO-CATEGORIE





# Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

## ■ CARATTERISTICHE ECONOMICHE

Il Canada occupa un territorio molto vasto ma, date le caratteristiche geografiche, non è una nazione molto popolosa: nel 2021 la popolazione ammontava a circa 38 milioni di individui (World Bank, 2021). L'inflazione su base annua nel 2021 era del +3,4% (World Bank 2021), seguendo un trend comune a vari paesi nel corso dell'anno, ossia una ripresa dal periodo di inflazione molto bassa che ha caratterizzato il 2020. Il Canada ha punteggi alti in indicatori che aiutano a misurare l'efficienza del commercio e del contesto economico in cui si opera, come l'Ease of Doing Business Index sviluppato dalla World Bank (2019), dove si è classificata nel complesso come 23esima economia al mondo su 190 paesi esaminati, un punteggio in linea con quello dei paesi più sviluppati.

## ■ CARATTERISTICHE GIURIDICHE/REGOLATORIE

Nel Judicial Effectiveness Index sviluppato da Heritage (2022), un indice volto a misurare l'efficienza del sistema giudiziario di un paese, il Canada ha ottenuto un punteggio di 96,4/100, un punteggio molto alto, quasi il doppio della media mondiale (50,2). Si tratta di un valore che implica forte efficienza nel sistema giuridico canadese. Relativamente ai processi regolatori ed amministrativi legati all'apertura di nuovi business e produzioni, misurati dal Business Freedom Index di Heritage, il Canada ottiene uno score di 81,4/100, un punteggio abbastanza alto.

## ■ CARATTERISTICHE POLITICHE

Il sistema politico canadese, ossia una monarchia parlamentare federale, appare come politicamente stabile, infatti la media del suo rischio politico elaborata da SACE (2023) è di appena 9/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).

Media del rischio politico

9 /100

**La media del suo rischio politico elaborata da SACE è di 9/100, uno score molto bassa.**



# Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

## ■ COMMERCIO

Le importazioni di beni sono un fattore importante in Canada: il loro valore nel 2021 ha costituito il 30% del PIL. L'Italia è attualmente un partner commerciale abbastanza importante per il Canada: nel 2021 le importazioni dall'Italia costituivano l'1,7% di tutte le importazioni complessive, con un valore di circa \$8,3 miliardi (Comtrade, 2021). Dalla prospettiva italiana, Il Canada nel 2021 si classifica nei primi 20 partner commerciali per valore dell'export, posizionandosi al 19esimo posto (OEC, 2021).

## ■ BARRIERE COMMERCIALI/ FINANZIARIE

Il Canada ha un dazio medio sulle importazioni del 2,3%; si tratta di un valore basso. Nel paese sono in vigore circa 400 limitazioni commerciali non tariffarie (Heritage, 2021). Il CETA (Canadian European Trade Agreement) regola i rapporti commerciali fra Canada ed UE, tale trattato elimina la maggior parte dei dazi doganali oltre ad adottare altre misure volte a favorire il commercio con i paesi europei. Sono, inoltre, presenti diverse camere di commercio italo-canadesi che aiutano le aziende che vogliono entrare nel mercato canadese.

Il Canada ha ottenuto buoni punteggi in due indici dedicati alla dimensione commerciale e finanziaria: il Trade Freedom Index (Heritage, 2021), che misura la quantità e l'entità delle barriere commerciali di un paese, sia tariffarie che non tariffarie, e il Financial Freedom Index (Heritage, 2021), che è invece dedicato a valutare l'efficienza e l'indipendenza dell'infrastruttura bancaria di un paese. Nel Trade e Financial Freedom Index il Canada ha rispettivamente ottenuto punteggi di 88,8/100 e 80/100.



**Consulta la guida Doganale sul Canada**  
elaborata da SACE  
in collaborazione con Easyfrontier

SCARICALA GRATIS



# Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

## ■ CULTURA

Prendendo in considerazione gli indici Dow (2015) che misurano le differenze politiche, culturali e religiose fra i paesi del mondo, è possibile notare come, rispetto all'Italia, il Canada sia caratterizzato da una bassa distanza politica (0,23/10 - va considerato che i paesi occidentali politicamente più simili all'Italia hanno tutti score inferiori allo 0,30), da una distanza religiosa bassa (0,153/10) e da una distanza linguistica alta: 7,69/10. Un'altro importante indicatore da considerare per valutare le differenze in varie dimensioni culturali e sociali fra paesi è il Culture Compass elaborato da Hofstede. Questo strumento misura le differenze fra paesi considerando aspetti legati a dinamiche sociali, quali: la misura in cui i membri meno potenti delle istituzioni e delle organizzazioni

all'interno di un paese si aspettano e accettano che il potere sia distribuito in modo ineguale, il grado di interdipendenza che emerge dai membri di una società, o la misura in cui i membri di una cultura si sentono minacciati da situazioni ambigue o sconosciute e hanno creato credenze e istituzioni che cercano di evitarle. Da una media delle differenze in queste dimensioni fra Italia e Canada si ottiene un punteggio di 15/100: un valore non così alto, specie se comparato a quello di altri paesi culturalmente più affini all'Italia, come i paesi europei (ad esempio, la media delle distanze in queste dimensioni fra Italia e Germania è pari a 9,25/100).



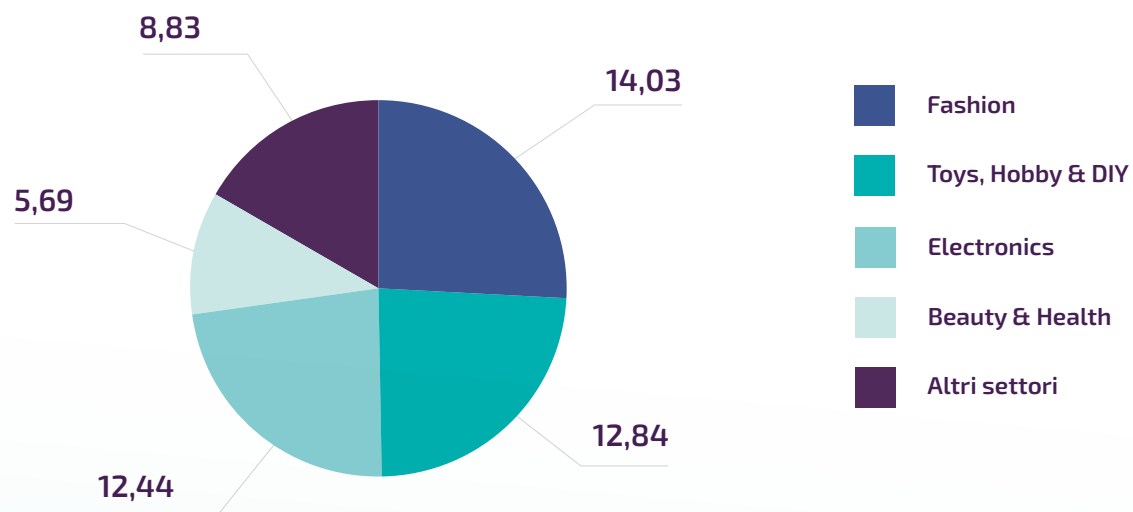


# Ecommerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

## ■ CANADA: B2C E-COMMERCE MARKET SIZE (2021)

Fonte: Statista, 2021, valori in miliardi di dollari



Nel 2021, il valore del fatturato dell'intero mercato e-commerce B2C canadese era di \$53,3 miliardi (Statista,2021), e nel periodo 2021-2025 è prevista una crescita ad un tasso annuo medio del 15%, un valore molto alto.

I principali settori dell'e-commerce B2C canadese (Statista,2021) sono: **Fashion** (\$14,03 miliardi di fatturato nel 2021), **Electronics** (\$12,44 miliardi di fatturato nel 2021) e **Toys, hobby & DIY** (\$12,84 miliardi di fatturato nel 2021).

# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ I PRINCIPALI CANALI DI VENDITA ONLINE IN CANADA, FATTURATO GENERATO TRAMITE E-COMMERCE US\$ BILLIONS

Fonte: Statista, 2021

Company	2021 e-commerce revenue, US\$ billions	Settore	Fondato in Canada	Facilità nel reperimento di info operative per diventare venditore (ove possibile)
Amazon	9,8	Multisetoriale	No	Alta
Walmart	3,7	Multisetoriale	No	Alta
Costco	2,2	Multisetoriale	No	Media
Apple	1,6	Consumer Electronics	No	\
Home Depot	1,5	Furniture, DIY	No	Bassa
Canadian Tire	1,1	Multisetoriale	Si	Alta

In Canada sono al momento attivi diversi importanti canali di vendita online, la maggior parte dei quali sono di origine statunitense. Al primo posto per fatturato e-commerce 2021 in Canada si posiziona Amazon, con circa \$9,8 miliardi di fatturato (Statista,2021). Si ha poi Walmart (\$3,7 miliardi), una grande catena di distribuzione statunitense e Costco (\$2,2 miliardi), uno dei più grandi grossisti statunitensi. Seguono Apple (\$1,6 miliardi), Home Depot (\$1,5 miliardi) e Canadian Tire (\$1,1 miliardi), un grande retailer canadese.



# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ INFRASTRUTTURE

Il primo indicatore da segnalare è il Logistic Performance Index della World Bank (2018), un indice che misura diversi aspetti della rete logistica di un dato paese, come la qualità e la competenza dei servizi logistici, l'efficienza delle dogane, o il livello di tracciabilità delle spedizioni. Il Canada ha ottenuto uno score di 3,73 su 5, un punteggio abbastanza alto (per fare un confronto, gli USA hanno ottenuto 3,89/5).

Se si considerano le infrastrutture abilitanti alla navigazione Internet, un importante indicatore da considerare è il numero di server internet con protocolli di sicurezza elevati (certificati TLS/SSL) per milione di abitanti, sviluppato dalla World Bank (2020). Il Canada ha ottenuto uno score di 39.849 server sicuri per milione di abitanti, un valore alto (un valore simile è stato ottenuto dalla Francia, 36.226 server per milione di abitanti).

L'ultimo importante aspetto da considerare riguardo alle infrastrutture è relativo all'efficienza e qualità delle attività di import/

### Logistic Performance Index

World Bank (2021)

**3,73** /5

### Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index

World Bank (2021)

**88,4** /100

export. Per valutare questo aspetto va considerata la componente Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index. (World Bank,2020). Si tratta di una componente di un indice complesso, volta a valutare costi e tempi relativi ad attività di import e di export per un dato paese. Il Canada ha ottenuto uno score di 88,4/100: un punteggio elevato.



# Ecommerce

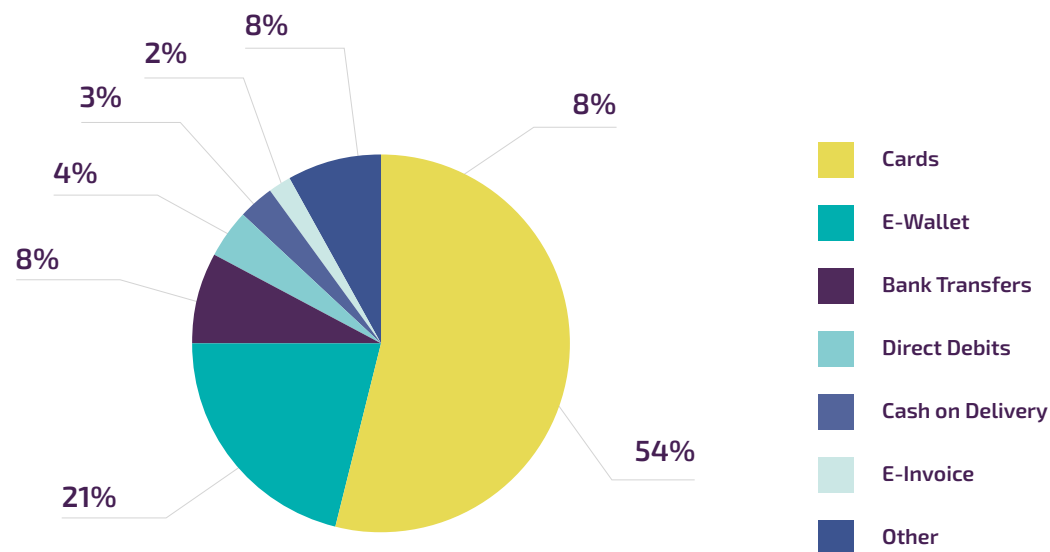
TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ TECNOLOGIA E CONSUMATORI

La popolazione canadese pare altamente digitalizzata: il 98% di essa ha accesso a Internet. Il tasso di penetrazione degli smartphones in Canada nel 2021 era del 97% (Statista,2021).

Gli utenti dei canali di vendita e-commerce in Canada nel 2021 si attestavano complessivamente a circa 27 milioni di individui, un aumento del 22% rispetto al 2017, anno in cui erano circa 22 milioni. I ricavi medi e-commerce B2c per utente in Canada nel 2021 sono stati di \$1.950 (Statista 2021).

Riguardo ai metodi di pagamento più utilizzati, il seguente grafico mostra le diverse preferenze dei consumatori canadesi e si riferisce alla quota dei metodi di pagamento sul volume totale della merce lorda, relativamente all'e-commerce B2C nel 2021 (Statista,2021).



Dal grafico emerge che le forme di pagamento più diffuse sono: le **carte di credito**, gli **e-wallet** e i **trasferimenti bancari**.

# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



## ■ PANORAMICA SUGLI UTENTI

Riguardo alla divisione per fasce di età degli utenti e-commerce canadesi:

- il 14,4% degli utenti e-commerce si colloca nella fascia 18-24 anni
- il 25,2% nella fascia 25 -34
- il 22,4% nella fascia 35-44
- il 19,9% nella fascia 45-54
- il 18,1% nella fascia 55-64

Le fasce di reddito sono equamente rappresentate nei consumatori e-commerce canadesi:

- il 30,2% di essi è riconducibile ad un reddito basso
- il 32,9% ad un reddito medio
- il 35,9% ad un reddito alto (Statista, 2021).

Da queste informazioni emerge una situazione da cui si evince come il sistema di infrastrutture a supporto dell'e-commerce, e più in generale dell'accesso a Internet, è già in stato avanzato e garantisce l'accesso all' e-commerce a tutta la popolazione canadese. Inoltre, i tassi di penetrazione degli smartphones sono molto alti, e gli utenti e-commerce sembrano distribuiti equamente nella popolazione, sia considerando l'età, sia considerando il reddito.

## ■ TREND E RIFERIMENTI

Relativamente ai trend tecnologici in atto nel paese, va segnalata la situazione relativa alla sicurezza informatica. Secondo un progetto di ricerca sulle minacce globali di Carbon Black, le minacce alla sicurezza informatica si stanno intensificando in Canada, con un cospicuo numero di organizzazioni

che dichiara di essere stata vittima di attacchi informatici negli ultimi 12 mesi. La sicurezza informatica è quindi una delle principali preoccupazioni delle organizzazioni governative e aziendali. Il Canada opera ora nell'ambito della National Cyber Security Strategy. Pubblicato nel 2018, il National Cyber Security Action Plan (2019-2024) (NCSAP) prevede finanziamenti per la sicurezza informatica e ne delinea l'attuazione. I finanziamenti sono iniziati nel 2018 con 382,6 milioni di dollari in 5 anni e 82 milioni di dollari in corso. Questa strategia è una risposta all'aumento degli attacchi informatici contro agenzie governative e aziende private in Canada.

# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



Altri trend di rilievo includono:

- **Servizi cloud:** le principali tendenze legate al cloud storage includono Function-as-a-service (FaaS), applicazioni cloud-native, sostenibilità e cybersecurity mesh.
- **Intelligenza artificiale (AI):** l'intelligenza artificiale continuerà a essere un'importante area di investimento tecnologico in Canada. Dopo la pubblicazione del bilancio federale nell'aprile 2021, è stato annunciato che il Canada avrebbe stanziato 185 milioni di dollari canadesi (circa 143,68 milioni di dollari) per sostenere la commercializzazione della ricerca sull'AI. Questo investimento si

affianca al progetto di aumentare i finanziamenti per la Strategia pan-canadese sull'intelligenza artificiale a 443,8 milioni di dollari (circa 344,88 milioni di dollari) in 10 anni.

Per quanto riguarda i trend relativi al mondo dell' e-commerce B2B canadese, è utile menzionare il report di Statistics Canada del 2022, secondo cui la persistenza delle vendite e-commerce, che sono rimaste al di sopra dei livelli pre-pandemia anche con il superamento di quest'ultima, suggerisce che il forte passaggio all'e-commerce avvenuto durante il periodo pandemico può aver indotto un cambiamento a lungo termine nei modelli operativi delle imprese, portandole verso una forte adozione di canali di vendita digitali. Prima del periodo pandemico, inoltre, le imprese canadesi

erano considerate abbastanza restie nel digitalizzare i propri canali di vendita (JP Morgan, 2021). Il mercato e-commerce canadese sembra avere delle similitudini con quello statunitense in termini di caratteristiche e preferenze, nonostante sia un mercato molto più piccolo. Va inoltre segnalato che la dualità linguistica del Canada (l'inglese e il francese sono le lingue ufficiali) può rappresentare un ostacolo per i commercianti internazionali, che dovrebbero offrire assistenza clienti e siti multilingue per avere successo.



# SACE

SCOPRI DI PIÙ SU

[WWW.SACE.IT](http://WWW.SACE.IT)