



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

info Mercati Esteri

Diplomazia
Economica
Italiana



ZAMBIA

A cura di:

Ambasciata d'Italia - ZAMBIA

Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese

dgsp-01@esteri.it

Con la collaborazione di:

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane - ICE

ITA[®]

ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Camere di Commercio italiane all'estero

Assocamerestero

Associazione delle Camere
di Commercio

ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo

ITALIA
AGENZIA
NAZIONALE
TURISMO

www.infomercatiesteri.it

OVERVIEW DEI RAPPORTI CON L'ITALIA

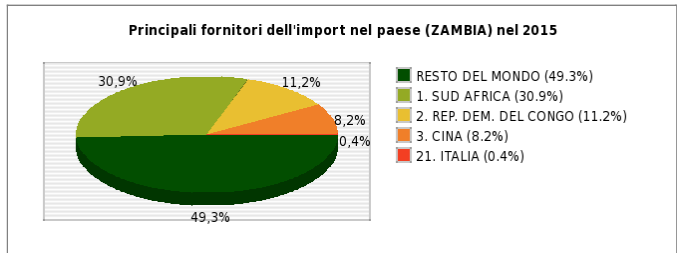
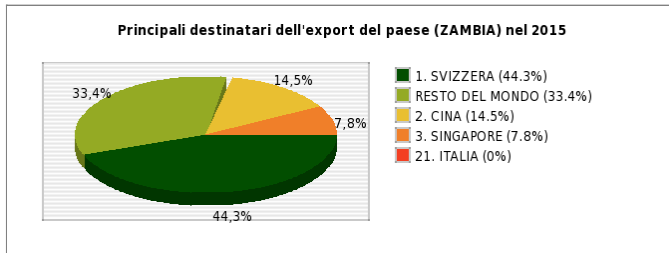
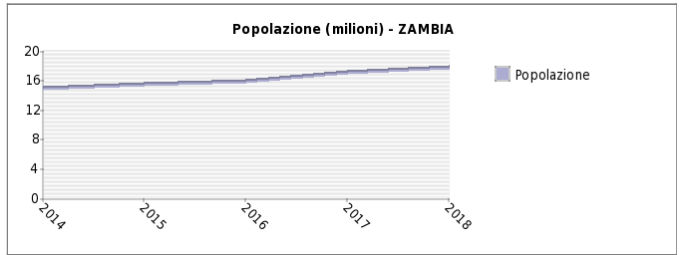
Le relazioni bilaterali tra Italia e Zambia risalgono all'epoca immediatamente successiva all'indipendenza del Paese africano (1964). L'Italia può fare affidamento su una presenza di lunghissimo periodo nel Paese con un importante contributo allo sviluppo economico dello Zambia, favorito dalla concessione di rilevanti crediti destinati alla realizzazione di progetti in campo infrastrutturale. Nonostante tale presenza si sia ridotta moltissimo, soprattutto a partire dagli anni '80, l'Italia può ancora contare su un patrimonio di credibilità e amichevoli relazioni pazientemente costruito nel tempo.

Il 12 febbraio 2014 è entrato in vigore l'Accordo bilaterale sulla Promozione e Protezione degli Investimenti.

Sebbene lo Zambia rappresenti per l'Italia un mercato di importanza relativa dal punto di vista commerciale, per quanto riguarda i beni strumentali e i prodotti intermedi per l'industria, esistono spazi, ancorché per volumi non elevati, per assicurare una maggiore proiezione sul mercato da parte dell'offerta italiana, soprattutto nell'ambito dei macchinari utensili, dei fertilizzanti per l'agricoltura, e dei mezzi di trasporto.

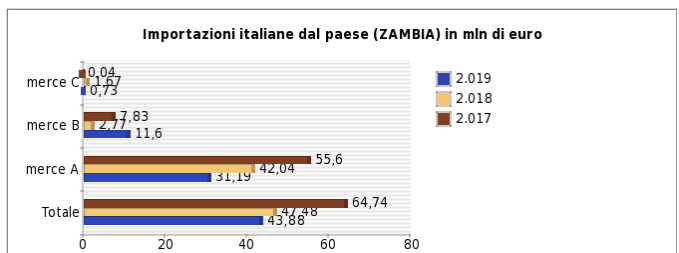
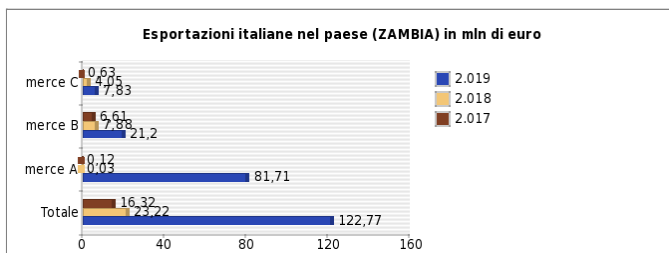
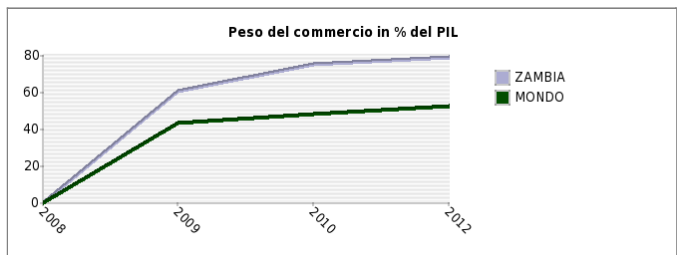
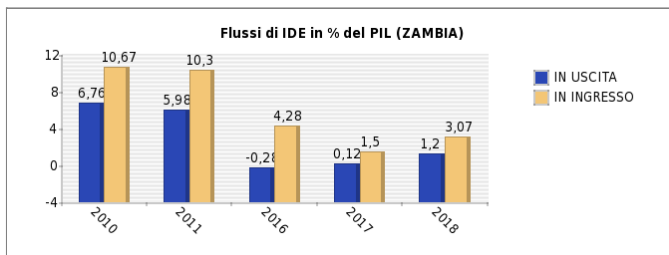
Per quanto attiene ai processi di distribuzione, l'ancora elevata importanza del settore informale, accanto al dominio della grande distribuzione sudafricana, rappresentano un ostacolo a una maggiore penetrazione dei prodotti italiani. A ciò si aggiungono gli elevati costi di trasporto (per l'assenza di sbocco al mare) che influiscono sulla competitività dei prodotti italiani. Tuttavia, gli ancora alti margini operativi e il costante rafforzamento di una classe media e abbiente offrono possibilità inesplorate per il comparto dei beni di consumo.

ANDAMENTO DELLE PRINCIPALI VARIABILI ECONOMICHE



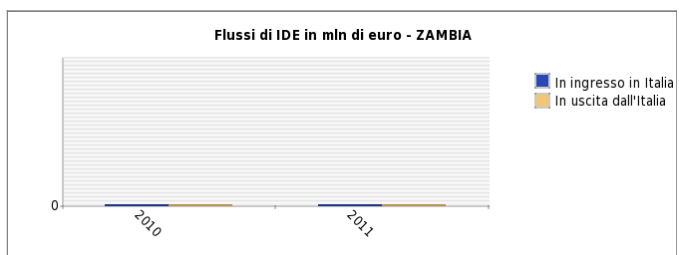
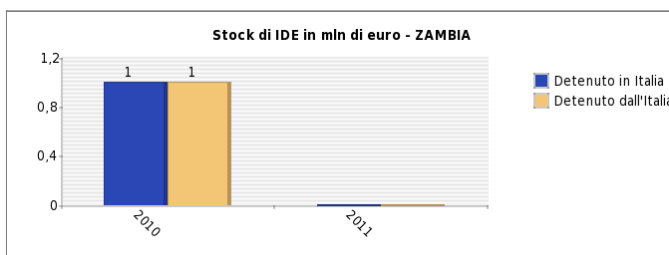
Nota: per ogni paese è indicata la sua posizione nel ranking dei destinatari; la % tra parentesi indica il peso sull'export totale.

Nota: per ogni paese è indicata la sua posizione nel ranking dei fornitori; la % tra parentesi indica il peso sull'import totale.



Merce A = Altri mezzi di trasporto (navi e imbarcazioni, locomotive e materiale rotabile, aeromobili e veicoli spaziali, mezzi militari)
Merce B = Macchinari e apparecchiature
Merce C = Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi

Merce A = Prodotti della metallurgia
Merce B = Prodotti delle altre industrie manifatturiere
Merce C = Altri prodotti e attività



Nota: la presente scheda non rappresenta uno strumento di diffusione ufficiale di dati statistici, i quali provengono da molteplici fonti nazionali ed internazionali (quali, ad esempio, IMF-WEO, UnComtrade, UNCTAD, ISTAT, Eurostat, Banca d'Italia, Istituto di Statistica locale, Banca Centrale locale, secondo disponibilità dei dati). Per informazioni puntuali sulle fonti utilizzate, si prega di far riferimento all'Ambasciata Italiana competente per il paese.

ANALISI SWOT (STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS)

PUNTI DI FORZA

- Crescita del mercato
- Stabilità politica
- Contesto ambientale
- Settori prioritari
- Partenariati con imprese locali di proprietà italiana

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Accesso al finanziamento

OPPORTUNITÀ

Cosa vendere

- Mobili
- Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)
- Bevande
- Macchinari e apparecchiature
- Prodotti alimentari

Dove investire

- Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura
- Energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata (anche da fonti rinnovabili)
- Flussi turistici

MINACCE

- Deterioramento del clima politico
- Riforma legge fondiaria
- Capacità di pagamento

Nota: I punti di forza, le opportunità e le minacce sono identificati localmente sulla base di informazioni qualitative e quantitative (provenienti da varie fonti). I punti di debolezza risultano dalle interviste ad imprenditori operanti in loco realizzate dal World Economic Forum – Global Competitiveness Index (ultima edizione disponibile).

PRESENZE ITALIANE

Azienda	Settore	Sito internet	Informazioni utili
Gruppo CMC Zambia Branch	Prodotti delle miniere e delle cave	Sito Internet	
Leonardo	Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	Sito Internet	
Parmalat Zambia Ltd	Prodotti alimentari	Sito Internet	
Sari Consulting Zambia Ltd	Altre attività dei servizi	Sito Internet	
Team Group Engineering	Altre attività dei servizi		
Technital Consulting Zambia Ltd	Altre attività dei servizi	Sito Internet	

