



# Why Canada?

**Esportare in Canada:  
guida per le aziende italiane dei  
settori arredo, design,  
illuminazione.**



# Introduzione

Diversificare la strategia di export è fondamentale, individuando mercati con un potenziale da sfruttare.

In particolare nella fase di ripartenza post Covid, avere una strategia di export diversificata aiuterà a bilanciare i ritardi di alcune aree geografiche con altre più reattive.

Quale potenziale ha il mercato canadese per le aziende del Made in Italy del comparto arredamento, design, illuminazione, componenti e accessori per la casa e il bagno?

Risponderemo a questa domanda utilizzando i dati ufficiali a disposizione. Queste informazioni sono fondamentali anche per intraprendere iniziative commerciali e promozionali, come la partecipazione alle fiere canadesi di settore.

# Esportare in Canada: lo scenario economico

Secondo Paese al mondo per estensione dopo la Russia, il Canada ha una popolazione di 37,5 milioni di abitanti. Il 75% degli abitanti si concentra nella fascia compresa entro 330 chilometri dalla frontiera con gli Stati Uniti, la zona con le maggiori città e i distretti produttivi come quello di Toronto.

A livello demografico, il Canada continua ad essere un Paese di forte immigrazione, con cifre annue comprese tra i 300 mila ingressi, e una stima di 1 milione di nuovi ingressi annui per il prossimo triennio. Questo afflusso dà un forte impulso al PIL: il Paese è all'8° posto per PIL pro-capite e al 6° per indice di sviluppo umano. Il tasso di crescita economica è stato del 3% nel 2017 e dell'1,8 nel 2018.

Da segnalare l'entrata in vigore nel 2017 del CETA, l'accordo internazionale di libero scambio tra Unione Europea e Canada, che elimina gran parte delle tariffe doganali e delle barriere tariffarie tra le parti e che ha dato un grande impulso all'export italiano.

# Il mercato dell'arredo in Canada

Il mercato dei beni e servizi che ruotano intorno alla casa è in grande espansione in Canada:

- il settore dell'edilizia residenziale è dinamico e sono in atto operazioni immobiliari importanti in tutto il Paese, con format abitativi come loft e complessi residenziali moderni
- Il Canada è sede di alcuni tra i maggiori studi internazionali di architettura, design, ingegneria e società di costruzioni
- il mercato della cucina e del bagno (protagonista della principale fiera nazionale Kichen+Bath Canada, che esordisce nel 2021 per rispondere alla richiesta di un evento di riferimento per il settore) è stimato a 150 miliardi di \$ ed è in crescita. Aumenta sia la propensione ristrutturare e rinnovare la casa, sia la disponibilità ad acquistare nuovi appartamenti.

# Il mercato dell'arredo in Canada

- A livello stilistico, i canadesi prediligono lo stile contemporaneo e le innovazioni funzionali che incontrano il design. La casa è considerata un ambiente confortevole, rilassante, casual, moderno e tecnologico. Durante la pandemia sono emerse anche qui nuove funzionalità connesse alla casa: smart working, studio a distanza, relax, tempo libero.
- Si stima che il rinnovamento di cucina e bagno avvenga mediamente ogni 1-15 anni
- Considerevole la domanda di arredo da parte delle famiglie di nuova immigrazione, tra cui molti profili professionali qualificati nei settori hi-tech e sanitario, che si trasferiscono in Canada e hanno bisogno di tutte le dotazioni per vivere.

# La percezione del Made in Italy

Il Made in Italy è considerato un top brand nel settore dell'arredo e oggi il Canada importa prodotti italiani per la cucina e il bagno per un valore di 200 milioni di \$ annui. È molto apprezzata la capacità italiana di fondere l'innovazione funzionale con uno stile elegante, che mantiene il suo appeal nel tempo.

Al momento sono presenti e conosciuti i maggiori brand italiani, distribuiti tramite agenti, showroom specializzati in prodotti di alta gamma, grandi distributori, negozi specializzati. Parlando con i buyer che hanno dimostrato il loro interesse durante le conferenze di presentazione di Kitchen+Bath Canada, c'è spazio e interesse per i piccoli brand italiani con un'offerta di qualità.

A livello di target, il Made in Italy è scelto da consumatori top spender delle aree urbane, con un buon reddito e un gusto internazionale, che non limitano le spese per ristrutturare la casa di residenza o le seconde case.

Canada is the preferred location for several leading national and international architectural, engineering, building companies & manufacturers.



[kbcexpo.com](http://kbcexpo.com)

# Situazione e prospettive

Dopo l'entrata in vigore del CETA, l'arredo Made in Italy è balzato in avanti nell'export verso il Canada, con una crescita a doppia cifra (+14,4%) nel 2018 (fonte Il Sole 24 Ore).

Ecco un termometro della situazione per i vari comparti del Made in Italy:

- il Canada non ha una produzione interna significativa di ceramiche per la casa e l'Italia è al 2° posto nell'export, dopo la Cina, con 8,6 milioni di mq e un valore unitario del prodotto superiore agli altri importatori. C'è spazio di crescita per i sanitari in ceramica, i cui livelli di export sono stabili da alcuni anni, con potenzialità nel comparto top dei prodotti di design (dati Ceramic World.web)
- L'Italia è al 4° post nell'export in Canada dei mobili, con la prevalenza di cucine, che nel primo semestre 2019 sono aumentate del 49% grazie al CETA (dati Federlegno)



# Situazione e prospettive

- C'è spazio di crescita per la rubinetteria italiana, che al momento è al 3° posto tra i Paesi importatori dopo USA e Cina. Il prodotto italiano gode di una percezione di alta qualità e ha pochi competitors di pari livello sul mercato canadese (dati BPER Estero)
- Un target importante è costituito dai produttori di arredo canadesi, concentrati nella regione del Quebec, che scelgono componentistica italiana (rubinetteria, marmi, accessori) per i loro prodotti. (dati Confindustria)
- In seguito al CETA, cresce la domanda canadese di componentistica meccanica italiana per l'arredo, la cucina, il bagno (dati Confindustria)
- L'illuminazione per la casa e il bagno è dominata dalle importazioni USA e l'Italia ha molte posizioni da scalare. Tuttavia i dati evidenziano che c'è un'altissima propensione a pagare la qualità e il design e l'Italia può avere ampi spazi nella competizione sul prodotto di alta gamma (dati BPER Estero)

# Kitchen + Bath Canada



Exhibition & Conference

Canada's only trade show  
dedicated to the flourishing  
Kitchen & Bath industry.

October 27 to 28, 2021  
The Toronto Congress Centre

# THE VENUE

Toronto Congress Centre - Hall D



+60,000 Sq Ft

Classical  
design meets  
modern  
functionality



[www.kbcexpo.com](http://www.kbcexpo.com)

# Perché partecipare a Kitchen + Bath Canada?

Kitchen + Bath Canada è la prima e più completa fiera B2B dedicata all'industria dell'arredo cucina e bagno in Canada e l'unica fiera di respiro internazionale del settore. C'è grande attesa per la prima edizione del 27 e 28 ottobre 2021, una delle prime manifestazioni internazionali del post-Covid, nata per rispondere alle esigenze dei buyers canadesi.

La fiera si tiene al Toronto Congress Centre.

Ecco qualche dato utile per orientarsi nella scelta di partecipare:

- L'area di Toronto (Greater Toronto Area) con 6,4 milioni di persone, è uno dei centri dell'innovazione e dell'economia, con una popolazione giovane, istruita, cosmopolita e un'elevata capacità di spesa e contribuisce al 18,5 del PIL

# Perché partecipare a Kitchen + Bath Canada?

- Nell'area metropolitana di Toronto nel 2019 sono stati approvati 21.400 nuovi progetti edilizi, inclusi molti complessi residenziali di lusso (dati ufficiali KBC Expo)
- A Kitchen+Bath Canada si attendono circa 3000 buyers
- I visitatori di Kitchen+Bath Canada provengono per l'80-82% da tutto il Canada, incluse le regioni dell'Ovest (Vancouver area); per il 15% dagli Usa (principalmente dagli Stati confinanti come New York, Michigan, Pennsylvania), per il 3-5% da altri Paesi del continente
- ci sarà un intenso programma di eventi, conferenze e occasioni di incontro



[www.kbcexpo.com](http://www.kbcexpo.com)