

THAILANDIA  
Il settore delle  
Costruzioni  
e dell'Arredamento

**THAILANDIA**  
**IL SETTORE DELLE COSTRUZIONI ED IL SETTORE DEL CONTRACT**

**Indice****Parte I: Il settore delle costruzioni**

Premessa

Sintesi generale

Brevi cenni sulle infrastrutture: progetti in corso

Il settore degli Appartamenti

Il settore dei Residence

Il settore dell'Edilizia condominiale

Il settore dell'Edilizia alberghiera

Il settore dell'Edilizia residenziale

Il settore dell'Edilizia industriale

Il settore dell'Edilizia commerciale (Uffici)

Il settore dell'Edilizia commerciale (Negozi e Centri commerciali)

Gli investimenti immobiliari

**Parte II: Il settore dei materiali da costruzione, del mobile e dei complementi d'arredo**

Premessa

La produzione di mobili e complementi d'arredo in Thailandia

Importazioni

Grado di apertura alle importazioni

Esportazioni

Canali distributivi

Analisi SWOT

Conclusioni: Opportunità d'affari

Attività di promozione

**Allegati**

- 1) Lista eventi fieristici settore
- 2) Dazi applicati ai materiali da costruzione immobiliari ed ai complementi d'arredo

**Guida alle unità di misura**La superficie è misurata in rai, ngan, wah e metri quadrati (m<sup>2</sup>)1 rai = 1.600 m<sup>2</sup>1 ngan = 400 m<sup>2</sup>1 wah = 4 m<sup>2</sup>

1 ettaro = 6.25 rai

1 m<sup>2</sup> = 10.765 piedi

1 rai = 4 ngan

1 rai = 400 wah

1 ngan = 100 wah

1 acro = 2.53 rai

A cura di ICE Bangkok  
 in collaborazione con  
 CB Richard Ellis Thailand Co.Ltd. Bangkok

## Premessa

La ricerca approfondisce lo sviluppo del settore delle costruzioni con particolare riferimento all'area metropolitana di Bangkok, ambito nel quale si concentra una popolazione stimata in oltre 10 milioni di abitanti e nel quale si moltiplicano le opportunità in svariati comparti, da quello degli appartamenti sino al settore degli Hotel e dei Resort. Vengono dati cenni più sintetici sullo sviluppo del settore nel resto della Thailandia, con particolare riferimento al settore alberghiero, le cui prospettive sono tuttavia più incerte in relazione alla poca prevedibilità delle dinamiche sul flusso turistico nel breve termine.

## Sintesi generale

La crisi economica mondiale ha cominciato ad avere effetti sul mercato immobiliare di Bangkok e della Thailandia in generale nel terzo quadrimestre del 2008 e l'instabilità politica ha contribuito a diminuire la fiducia dei consumatori. La domanda di abitazioni residenziali e appartamenti in condominio è calata, così come il numero di turisti, mentre l'offerta di alberghi e appartamenti ha continuato a crescere.

Nel settore degli uffici gli affitti sono rimasti invariati ed al momento non vi sono segnali di una riduzione degli spazi occupati dalle Società. Il settore industriale ha avuto un quadrimestre positivo con un aumento delle vendite di lotti di terreno industriale, mentre gli affitti sono rimasti piuttosto stazionari.



### *Appartamenti*

Nell'ultimo quadrimestre 2008 sono stati completati a Bangkok tre progetti di appartamenti, per un totale di 91 unità. L'offerta totale di appartamenti a Bangkok città è al momento di 10.667 unità. La media percentuale di unità occupate è dell'87.9%, e scende dell'1.7 % su base annua. Il costo medio degli affitti per le unità di Categoria A è cresciuto nell'area Silom/Sathorn di circa il 10% su base trimestrale, dato che riflette una grande richiesta di affitti in questa zona.

### *Condomini*

A Bangkok l'offerta totale di condomini in centro ha raggiunto le 53.900 unità (+7.3% su base annua), con un aumento di 823 unità a fine 2008. La percentuale media di unità occupate, calata dell'1.7% rispetto al 2007 è intorno all'82.7%, con un aumento medio dei prezzi sia per le vendite dirette che per le rivendite. I nuovi lanci hanno rallentato in modo sostanziale a fine 2008, con soli tre nuovi progetti inaugurati, per un totale di 927 unità.

### *Hotel*

Due Hotel di livello economico, l'Ibis Sathorn e il The Darwin, completati durante l'ultimo semestre 2008, hanno aggiunto un totale di 265 camere. Il totale di camere d'albergo a Bangkok centro ammonta a

24.763 (divise tra 79 Hotel), in aumento dell'6.9% su base annua. La percentuale media di camere occupate negli Hotel di lusso è calata del 12.5% su base annua e si assesta al momento al 60%, come risultato del rallentamento dell'economia e della continua instabilità politica.

Il 'Revpar' (Revenue per available rooms, ovvero il fatturato che ogni camera disponibile può generare) è calato lievemente sia in USD (-0.4%) che in THB (-0.9%) per un costo di USD 109 o THB 3.674.

#### *Ville e case*

L'offerta di villette a schiera e villette bifamiliari appena costruite è cresciuta nel 2008 del 9.2% su base annua, mentre quella delle ville è calata del 24.2%. La vendita di case diminuisce nel secondo semestre 2008, a causa della cautela dei compratori viste le condizioni del mercato; i costruttori hanno ritardato nuovi lanci. Non si prevede che l'economia possa avere un'influenza significativa sui prezzi delle abitazioni, dal momento che molti compratori non acquistano a scopo di investimento, ma per occupare personalmente l'abitazione.

#### *Terreni industriali*

Le vendite totali di lotti di terreno attrezzato a scopo industriale (SILP) sono state di 1.323 rai, con un + 33% su base annua. L'offerta totale di stabilimenti prefabbricati in affitto è di 556 unità, per un'area di 1.138.517 m<sup>2</sup>. Dodici industrie si sono unite all'offerta nell'ultimo quadrimestre 2008.

#### *Uffici*

L'offerta di uffici in vendita è salita a fine 2008 a 7.660.320 m<sup>2</sup> con un incremento del 2,5% su Base Annua. Complessivamente la loro occupazione è scesa all'87.7%. Gli affitti si sono mantenuti nel complesso stabili, intorno a THB 744/m<sup>2</sup>. Lo spazio netto impegnato era a fine 2008 di 16.437 m<sup>2</sup>.

#### *Edilizia commerciale*

L'offerta totale di spazi commerciali ammonta a circa 4.94 milioni di m<sup>2</sup> (+5.3% su base annua.) La nuova offerta di spazi commerciali nel terzo quadrimestre del 2008 è stata di 64.700 m<sup>2</sup>. La percentuale occupata ha raggiunto il 93.6%, ma gli affitti sono rimasti invariati per un altro quadrimestre e sembra che il calo dei consumi possa portare presto ad una riduzione dei prezzi d'affitto se i proprietari vorranno tenere alta la percentuale di spazi occupati.

#### *Residence*

L'offerta totale, ammonta a 11.679 unità. La maggior parte dell'offerta rimane nell'area di Sukhumvit e le attuali proiezioni non mostrano probabili cambiamenti di tale tendenza. I residence di Categoria A sono i preferiti dagli stranieri che affittano a lungo termine e da quelli in viaggio d'affari, mentre le unità di categoria B spesso competono con gli hotel per gli affittuari a breve termine, dal momento che i residence di Bangkok offrono la possibilità di affittare anche per la singola notte (a differenza per esempio di Singapore, dove l'affitto minimo è di una settimana). Questo mette in competizione diretta i Residence e gli Hotel di Bangkok.

### **Breve cenno sulle infrastrutture: progetti in corso**

La Joint Venture Unique-Chun Wo ha vinto l'appalto per la costruzione della SRT Light Red Line (Bangsue-Tailing Chan) e si prevede che i lavori possano partire entro breve, dopo che il contratto di costruzione sarà firmato. Questa sarà la prima delle sette nuove linee previste.

Nell'Ottobre 2008, l'Airports of Thailand (AOT) ha rinunciato al progetto del sistema senza-rotaia per la Airport Rail Link (ARL). La data d'inaugurazione, prevista per il prossimo compleanno di Sua Maestà La Regina, il 12 Agosto, potrebbe essere posticipata se la State Railway of Thailand (SRT) non riuscirà a trovare un partner.

La seconda asta per un Sistema di Trasporto Intelligente (ITS), per il sistema di Bus BRT (Surawong-Ratchapreuk), è stata riaperta il 27 agosto 2008, dopo che quella precedente era stata annullata in quanto si era presentato un solo candidato. Il vincitore dovrebbe essere annunciato a breve.

La costruzione del secondo ponte di Phra Nang Klao, che attraversa il fiume Chao Praya, lungo Ratthanatibet Road, è stato completato nell'Ottobre 2008 e sarà aperto al transito a metà di Novembre 2008. Questa strada fornirà un accesso più veloce tra la parte nord di Bangkok (Ngamwongwam) e la parte ovest (Bang Yai).

Per due delle sette vie di transito classificate dal Governo come urgenti è già stata aperta una gara d'appalto, l'SRT Light Red Line (Bangsue-Tailing Chan) e la prima sezione della linea viola dell'MRT (Bangyai-Bangsue).

L'SRT Light Red Line (Bangsue-Tailing Chan) dovrebbe essere la prima delle sette linee ad essere iniziata. Al momento, il contratto di costruzione della linea deve ancora essere sottoscritto, mentre è stato annunciato il vincitore della gara d'appalto (la Joint Venture Unique-Chun Wo). Tre astanti per i due contratti (primo e secondo lotto) per la linea viola dell'MRT sono stati registrati per la prima tornata nel Settembre 2008 e il vincitore dell'asta dovrebbe essere annunciato a breve.

Attualmente la Japan Bank For International Cooperation (JBIC) ha approvato solo il finanziamento per la prima sezione della linea viola dell'MRT (Bangyai-Bangsue); per la linea rossa dell'SRT (Bangsue-Rangsit) e la linea blu dell'MRT si attende ancora una decisione dalla Japan International Cooperation Agency (JICA). Al momento la JICA ha chiesto alla SRT di assumersi la responsabilità per lo sfratto di chi occupa il percorso stabilito per la linea rossa.

Nel frattempo tutte le sette linee in progetto hanno ricevuto l'Environmental Impact Assessment (EIA) e l'approvazione del Governo, ad eccezione del secondo tratto della linea Light Green della BTS (Bearing-Samut Prakan e Mochit-Saphan Mai).

Due vie di trasporto pubblico, l'estensione della linea Dark Green (Taksin Bridge- Wong Wian Yai), la ferrovia di comunicazione con l'Aeroporto (Phaya Thai- Suvarnabhumi Airport) e la prima linea del sistema di bus BRT (Surawong- Ratchapreuk), dovrebbero entrare in funzione nel corso del 2009.

### Il settore degli Appartamenti

<b>Classificazione degli appartamenti</b>	
<p>La nostra indagine si concentra su Bangkok e sulla fascia di mercato che interessa i ceti più abbienti della popolazione, per affitti superiori ai THB 20.000/mese. La ricerca si concentra su quattro zone: Sukhumvit, Silom/Sathorn, Central Lumpini e il lungofiume/Rama III. Abbiamo incluso palazzi con unico proprietario, mentre abbiamo escluso quelli in proprietà, con unità in affitto.</p>	
<b>Categoria A</b>	<p>Progetti di appartamenti nelle posizioni più favorevoli con un alto livello di servizi e strutture sia nelle unità (cucina completa, lavanderia, finiture di alta qualità), che in comune (palestra, giardino e parco, piscina). Gli appartamenti di Categoria A hanno un bel design, decorazioni di alto livello e sono ben mantenuti. In più gli appartamenti di Categoria A costituiscono un ambiente sicuro e hanno un parcheggio adeguato. Hanno come target stranieri che sono disponibili a pagare affitti più alti della media della zona.</p>
<b>Categoria B</b>	<p>Appartamenti in posizioni meno favorevoli e in costruzioni che sono più vecchie di quelle degli appartamenti di categoria A. Gli appartamenti di categoria B offrono attrezzature, decorazioni, manutenzione e sicurezza di livello da buono a modesto.</p>
<b>Definizione delle zone</b>	
<b>Silom/Sathorn</b>	<p>L'area che comprende Silom, Sathorn, Surawong e Narathiwat-Ratchanakarin(nord di Chan Road) e le soi che le attraversano.</p>
<b>Central Lumpini</b>	<p>L'area che comprende Wireless, Ploenchit, Rajadamri Chidlom, Langsuan, Sarasin e Ruamrudee Road e le soi nel mezzo.</p>
<b>Sukhumvit</b>	<p>L'area che comprende Sukhumvit Road, tra le soi 1-65 e soi 2-44, ed altre soi nel mezzo.</p>
<b>Lungofiume/Rama III</b>	<p>L'area che comprende Charoenkrung, Charoennakorn, Rama III e Narathiwat-Ratchanakarin(sud di Chan Road), insieme alle soi che le collegano.</p>

### Situazione attuale

Il mercato degli affitti di appartamenti è alimentato in gran parte dagli stranieri trasferitisi in Thailandia per motivi di lavoro o di affari. I giapponesi sono il gruppo più numeroso per nazionalità: il numero di permessi di lavoro rilasciati a giapponesi ammonta al 20% del totale. Altre nazioni con alto numero di espatriati in Thailandia sono Cina, Gran Bretagna, India e USA. Da notare che nelle statistiche sui lavoratori stranieri sono esclusi i diplomatici e lo staff delle Nazioni Unite. C'è poi un numero di espatriati che vivono in Thailandia senza permesso di lavoro. Probabilmente la maggior parte di questi non affitta gli appartamenti standard, in quanto dispone di un budget inferiore.

Il mercato ha continuato a tirare nonostante la crisi economica mondiale ed i problemi politici interni alla Thailandia. La percentuale di appartamenti occupati è attualmente dell'87.9%, l'1.7% in più su base annua. Il numero totale di unità occupate è di 9.381 e cresce del 2.2% su base annua. L'offerta totale di appartamenti in centro a Bangkok è di 10.667 unità.

A fine 2008 sono stati completati tre progetti: Rung Aroon Mansion (50 Unità), M.P.K (10 unità) e Serene Suite Sathorn (31 unità), per un totale di 91 unità.

I progetti in fase di realizzazione sono 19 (con 965 unità). Diciassette, per 861 unità, si trovano lungo la Sukhumvit Road. Gli altri due progetti sono lungo la Silom/Sathorn, per un totale di 104 unità. Si stima che saranno completati entro il 2010.

La media degli affitti raggiunta per le unità di Categoria A è cresciuta nell'area Silom/Sathorn di circa il 10% nell'ultimo quadrimestre 2008, circostanza che riflette la grande richiesta da parte degli affittuari in questa zona.

### **Prospettive**

Il numero totale di espatriati a Bangkok ha continuato a crescere, ma crediamo che questa crescita sia destinata ad arrestarsi in relazione al rallentamento nei piani di espansione delle Società, a causa della crisi economica globale. Alcuni espatriati hanno visto ritardare il proprio inserimento in Azienda a causa dell'instabilità politica ed alcune Ambasciate hanno consigliato ai loro connazionali di essere prudenti riguardo ad eventuali viaggi in Thailandia.

C'è solo un'offerta limitata di nuovi appartamenti, ma un buon numero di condomini sarà terminato nei prossimi tre anni. Molti acquirenti di appartamenti cercheranno di affittare le loro proprietà una volta che i progetti saranno completati. Il volume delle nuove offerte aumenterà la competizione.

### **Il settore dei Residence**

#### **Classificazione dei residence**

**Categoria A** sono residence che si trovano lungo le strade principali del Central Business district, di facile accesso, in un ambiente sicuro e capace di assicurare la privacy dei residenti. Gli edifici hanno design e decorazioni di alto livello e le camere uno stile funzionale. Questi residence possono essere di proprietà di grandi marchi Internazionali, come di operatori locali. Forniscono attrezzature e servizi del livello più alto, paragonabili ad Hotel di prima-classe, con un centro per gli affari, servizio limousine e parcheggi adeguati.

**Categoria B** sono residence dislocati nelle soie tra le strade principali o nelle vicinanze del Central Business District, con buona o discreta accessibilità ed un livello di privacy accettabile. Gli edifici hanno un livello di design, decorazioni e funzionalità delle camere che vanno dal medio al buono. Questi residence possono essere di proprietà sia di Società internazionali di livello più basso, che di operatori locali. Dispongono sempre di parcheggi adeguati e servizi standard, come piscina e palestra.

#### **Definizione delle aree**

Il nostro studio comprende residence nell'area centrale di Bangkok, particolarmente in:

<b>Sukhumvit</b>	L'area che comprende Sukhumvit Road, tra le soi 1-65 e soi 2-44, e le soi nel mezzo.
<b>Silom/Sathorn</b>	L'area che comprende Silom, Sathorn, Surawong e Narathiwat-Ratchanakarin(nord di Chan Road) e le soi che le attraversano.
<b>Central Lumpini</b>	L'area che comprende Wireless, Ploenchit, Rajadamri, Chidlom, Langsuan, Sarasin e Ruamrudee Road e le soi nel mezzo.
<b>Lungofiume/Rama III</b>	L'area che comprende Charoenkrung, Charoennakorn, Rama III e Narathiwat-Ratchanakarin(sud di Chan Road), insieme alle soi che le mettono in comunicazione.
<b>Pathumwan</b>	La zona che comprende Ratchaprarop, Phyathai, Sri Ayutthaya e Petchaburi(soi 1-37)e le soi nel mezzo.

### **Situazione attuale**

L'offerta totale è salita a fine 2008 del 23.9% su base annua ed è arrivata a 11.679 unità in seguito al completamento di sei nuovi progetti. I sei nuovi progetti ultimati nel terzo quadrimestre 2008 hanno aggiunto 430 unità all'offerta totale. Quattro di questi nuovi progetti si trovano in Sukhumvit Road, uno a Lumpini e uno in Silom/Sathorn.

Il totale degli spazi impegnati è in crescita piuttosto lenta, circostanza non incoraggiante. La crescita



dell'offerta e la parallela riduzione dei budget di spesa sia nel business che nel turismo rendono incerte le prospettive del settore.

La percentuale di spazi occupati è cresciuta del 4.8% su base annua ed ammonta al 74.8%. Percentuale piuttosto bassa e motivata dalla contrazione dei viaggi in Thailandia durante l'ultima parte del 2008 a causa delle note vicende interne.

Lo stock attuale rappresenta una crescita del 23.9% su base annua. La maggior parte dell'offerta rimane nell'area di

Sukhumvit. I residence di Categoria A sono i preferiti dagli stranieri che affittano a lungo termine e da quelli in viaggio d'affari, mentre le unità di categoria B spesso competono con gli Hotel per gli affittuari a breve termine, dal momento che i residence di Bangkok offrono la possibilità di affittare anche per la singola notte (a differenza per esempio di Singapore, dove l'affitto minimo è di una settimana). Questo mette in competizione diretta i residence e gli hotel di Bangkok.

Gli affitti per quanto riguarda i residence di Categoria A sono aumentati a fine 2008 del 3.3% su base trimestrale e hanno raggiunto i THB 1.184/m<sup>2</sup>/mese. Gli affitti più alti sono nella zona di Central Lumpini con unità monolocali e bilocali, rispettivamente a THB 1.297/m<sup>2</sup>/mese e THB 1.310/m<sup>2</sup>/mese.

### **Prospettive**

È ormai evidente che l'instabilità interna e le condizioni economiche globali hanno reso l'alta stagione (solitamente da ottobre a febbraio) che si sta concludendo, più debole rispetto agli anni precedenti. Stiamo già assistendo a politiche di sconto da parte degli operatori per arginare gli effetti della crisi.

L'offerta di residence è destinata a crescere. Ci aspettiamo che i progetti attualmente in costruzione saranno completati, ma è meno verosimile che altri terreni saranno utilizzati per la costruzione di nuovi progetti.

Aumenterà anche l'offerta di alberghi, che competono direttamente con il mercato dei residence. La domanda dei turisti sarà inferiore ed i viaggi d'affari diminuiranno visto che le Società tenderanno a contenere i propri costi di gestione. Anche la domanda di affitti a lungo termine è destinata a diminuire dal momento che molte Imprese stanno rivalutando i loro piani di espansione a Bangkok.

## Il settore dell'Edilizia condominiale

### Classificazione dei condomini

Classifichiamo le unità in sei tipologie basate sul prezzo/m<sup>2</sup>. Le classificazioni sono basate sul massimo numero di unità in un progetto che rientra in una categoria:

Super-lusso	sopra i THB 180.000/ m <sup>2</sup>
Lusso	THB 130.000 - THB 179.999/m <sup>2</sup>
Alta-finitura (high-end)	THB 100.000 - THB 129.999/m <sup>2</sup>
Alto livello	THB 80.000 - THB 99.999/m <sup>2</sup>
Medio livello	THB 60.000 - THB 79.999/m <sup>2</sup>
Basso livello	sotto i THB 60.000/m <sup>2</sup>

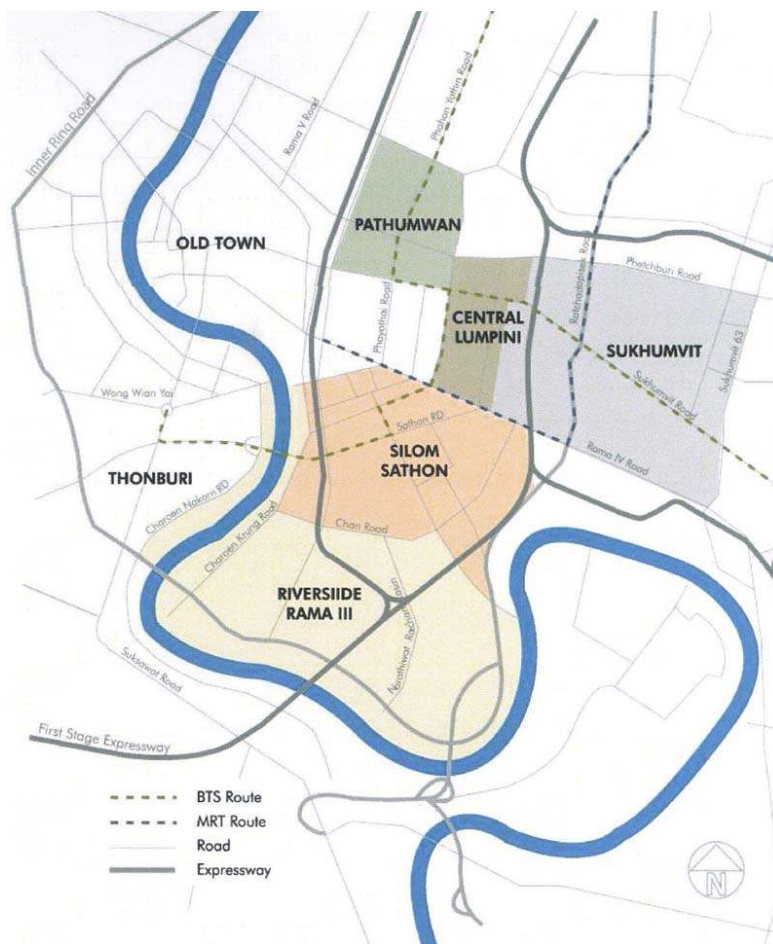
I condomini che vanno dall'alta finitura in su, hanno le seguenti caratteristiche comuni:

- posizione di facile accesso.
- quartiere piacevole e sicuro, che assicura privacy ai residenti.
- edificio dal buon design e dalle buone decorazioni.
- buon livello di costruzione, con l'uso di materiali e dettagli di alta qualità.
- comprendono una serie di attrezzature, inclusa piscina, palestra e/o campi da tennis e squash, ecc.
- ascensori adeguati e sistema M&E efficiente.
- amministrazione professionale.
- parcheggio sufficiente.

Indicazione delle Zone:

Silom/Sathorn	L'area che comprende Silom, Sathorn, Surawong e Narathiwat-Ratchanakarin(nord di Chan Road) e le soi che le attraversano.
Central Lumpini	L'area che comprende Wireless, Ploenchit, Rajadamri Chidlom, Langsuan, Sarasin e Ruamrudee Road e le soi nel mezzo.
Sukhumvit	L'area che comprende Sukhumvit Road, tra le soi 1-65 e soi 2-44, e altre soi nel mezzo.
Pathumwan	La zona che comprende Ratchaprarop, Phyathai, Sri Ayutthaya e Petchaburi(soi 1-37)e le soi nel mezzo.

Ramalll	L'area che comprende Narathiwas-Ratchanakarin (sud di Chan Road), Charoenkrung e Rama III, insieme alle soi che le mettono in comunicazione.
Lungofiume	Include i progetti sul fiume compresi tra Charoenkrung, Charoennakorn e Ramalll.
Zone periferiche	tutte le altre zone di Bangkok fuori dal CBD(Central business district), incluse Ratchadapisek, Ladphrao, Ramkhamhaeng, Paholyothin, Thonburi, Sumhumvit (soi 44-76 e 65-115)



### **Situazione attuale**

Nel secondo semestre 2008 sono stati messi sul mercato 76 progetti (19.060 unità), mentre 11 sono già andati completamente venduti. Al momento la percentuale delle vendite rimane alta con il 79.3% (15.833 unità) delle unità di questi progetti già vendute. Tuttavia la preoccupazione rimane, visto che le deboli condizioni economiche, la scarsa fiducia ed i crediti limitati condizioneranno negativamente le nuove vendite.

La domanda più alta rimane quella nel settore basso (sotto i THB 60.000/m<sup>2</sup>), nel quale l'85% delle future unità è già stato venduto. Allo stesso tempo questo è proprio il settore che potrebbe essere più colpito dalle difficoltà dell'economia mondiale.

È anche diminuito il numero dei nuovi progetti presentati per zone periferiche, chiara indicazione che costruttori e compratori restano entrambi piuttosto prudenti. È stata avviata la costruzione di 3.543 unità nell'ambito di 10 nuovi progetti in aree periferiche, il che segna una diminuzione del 38% rispetto al primo semestre 2008.

In prospettiva, ci aspettiamo che il numero dei nuovi progetti presentati cali sensibilmente. I compratori diventeranno più cauti nell'acquistare sulla carta. L'acquisto a scopo speculativo sarà ai minimi, dal momento che le prospettive di aumenti di valore diventano molto ristrette. I costruttori faranno fatica a trovare un appoggio finanziario perché le banche saranno ancora più caute nella concessione di prestiti per gli immobili. I segnali di debolezza del mercato influiranno anche sui progetti già in costruzione. I costruttori che hanno unità invendute dovranno adottare sistemi di sconto ed incentivi. Gli speculatori potrebbero ritardare i pagamenti in attesa di rivendere, il che potrebbe rappresentare un problema per i costruttori.

Crediamo che le banche saranno ben più attente rispetto al 1997-1998 e saranno pronte a prendere iniziative molto più rapide nel caso vedessero i costruttori in difficoltà nel rientrare dai debiti. Molti costruttori hanno richiesto ai compratori di depositare in anticipo il 30% del prezzo concordato, somma piuttosto considerevole per il mercato locale. Le Banche potrebbero altresì adottare politiche restrittive nella concessione dei mutui e ciò potrebbe condizionare negativamente il settore medio-basso.

Nel settore dell'alta-finitura gli acquirenti thailandesi hanno maggiori risorse finanziarie e molti compratori stranieri hanno acquistato utilizzando liquidità. Per quanto riguarda i progetti già esistenti in questo settore, crediamo che non ci sia un numero significativo di unità invendute e ci sia anche un numero limitato di mutui insoluti, dal momento che i compratori acquistano in contanti.

La media dei prezzi è salita sia sulle prime vendite che sulle rivendite. I prezzi medi di prima vendita di unità dall'alta-finitura in su, è stato di THB 155.134/m<sup>2</sup> (+26.1% su base annua), mentre la media dei prezzi nelle ri-vendite è stata di THB 103.830/m<sup>2</sup> (+12.1% su base annua).

Un nuovo progetto di super-lusso, il *Saladaeng Residence*, ha raggiunto prezzi dai THB 160.000, fino ai 228.000/m<sup>2</sup>.

### **Prospettive**

Le nostre proiezioni più recenti prevedono che 3.764 nuove unità in condomini saranno ultimate a breve, portando il totale annuo a 6.394. Altre 10.600 unità è previsto che saranno completate nel 2009, il che costituirà un aumento sostanziale dell'offerta. I costruttori tenteranno di completare i progetti entro il Marzo 2009, quando l'attuale riduzione delle tasse verrà sospesa.

Nel lungo termine prevediamo che un totale di 19.060 unità nell'ambito di 73 progetti verrà completata entro il 2011(sulla base delle attuali informazioni). Complessivamente, le basi del settore sono tra le più solide della Regione e la Thailandia, come mercato, negli ultimi due anni non ha operato in modo eccessivo come altri Paesi concorrenti. Il 40% delle unità nei futuri condomini (7.915 unità) si trovano

nella zona di Sukhumvit. Il 79% di queste sono di Medio-livello o Alta-finitura e coprono uno standard di prezzo che va dai THB 60.000/m<sup>2</sup> ai THB 130.000/ m<sup>2</sup>.

Complessivamente la prospettiva è di una sostanziale diminuzione dei nuovi progetti. Si presentano tempi difficili per i costruttori con progetti in atto, mentre gli effetti saranno minimi sui prezzi delle costruzioni già ultimate.

I costi di costruzione verosimilmente caleranno con la diminuzione dei prezzi del prodotto, ma l'esperienza insegna che ambedue tendono a scendere più lentamente di quanto non salgano.

I prezzi dei terreni tuttavia non stanno diminuendo in centro a Bangkok. Molti potenziali siti appartengono a proprietari che non hanno debiti e non hanno fretta di vendere. Il numero di vendite dei terreni può anche calare drasticamente ma non il prezzo dei terreni stessi. Il possibile calo dei costi di costruzione potrebbe significare che il nuovo prodotto sarà costruito e venduto a prezzi inferiori rispetto ai progetti esistenti. Questo potrebbe essere positivo per il settore del mercato medio perché aumenterebbe le possibilità di acquisto, ma sarebbe negativo per gli speculatori dal momento che gli aumenti di prezzo sono dovuti ai costi di costruzione più alti dei nuovi progetti.

## Il settore dell'Edilizia alberghiera

### Classificazione degli hotel a Bangkok

**Lusso** Gli Hotel di questa categoria hanno prezzi di affitto al giorno (ADR) che vanno sopra i THB 5.500 (circa USD 170). La maggior parte degli alberghi di lusso si trovano lungo le strade principali del Central Business District (CBD) e sono gestiti da catene di Hotel Internazionali, sotto il loro marchio più importante. Il target di questo mercato comprende turisti in viaggio di piacere dalle grandi possibilità economiche e dirigenti in viaggio d'affari.

**Prima Classe** Gli alberghi di questa categoria raggiungono prezzi di affitto al giorno di THB 4.500-5.500 (circa USD 140-170). La gran parte degli Hotel di prima classe si trovano lungo le strade principali del CBD. Sono gestiti da Hotel internazionali di prima fascia o da operatori locali. Il loro target di mercato va dai turisti dalle entrate medio-alte, a quelli con entrate molto alte, ai viaggiatori d'affari.

**Medio-livello** Gli alberghi di questa categoria raggiungono prezzi di affitto al giorno di THB 2.500-4.500 (circa USD 80-140). Sono situati sia lungo le strade principali che lungo le soi che le connettono, nel CBD o comunque nelle sue vicinanze. Sono gestiti da Hotel internazionali di fascia media o da operatori locali. Il loro target di mercato comprende i turisti dalle entrate medie e i viaggiatori d'affari.

**Economici** Gli alberghi di questa categoria raggiungono prezzi di affitto al giorno di THB 1.000-2.500 (circa USD 30-80). La maggior parte sono situati lungo le soi che connettono le strade principali, nel CBD o comunque nelle sue vicinanze. Gli alberghi economici sono gestiti da Hotel internazionali di fascia bassa o da operatori locali. Il loro target di mercato comprende i turisti dal basso budget ed i viaggiatori d'affari.

**Alto-livello** Questi Hotel comprendono Alberghi della categoria Lusso e prima-classe.

#### **Definizione delle aree:**

**Centro città** (ha tre zone principali):

- 1) **Ploenchit/Sukhumvit**, l'area che comprende Rama I, Wireless, Phyathai, Ploenchit, Rajadamri, Langsuan, e Sukhumvit (soi 1-39 e 2-26) e le soi nel mezzo.
- 2) **Silom/Sathorn**, la zona che comprende Silom, Sathorn, Surawong e le soi che le attraversano, anche la prima parte di Rama IV, da Samyan all'incrocio tra Sathorn e Rama IV (con le soi che le attraversano).
- 3) **Lungofiume**, copre l'area lungo la Rama III, da Saphan Taksin al Rama IX bridge, e Charoenkrung road dal ponte di SaphaTaksin fino alla fine di Silom Road: insieme a Chaoennakorn road, sulla riva opposta del fiume.

**Costa Ovest** comprende tre le Province principali sulla costa Andamana: Phuket, Phang Nga (inclusa Khao Lak) e Krabi.

**Costa Est** comprende le due Province principali della costa Est: Chonburi (include Pattaya) e Trat (include Koh Kood e Koh Chang).

**Golfo Ovest** comprende le tre Province del golfo Ovest: Surat Thani (Koh Samui inclusa), Prachuab Kiri Khan (inclusa Hua Hin) e Petchaburi (Cha Am inclusa).

**Destinazioni Resort** Le destinazioni resort comprendono la costa ovest, la costa est e il golfo a ovest

**Province** comprendono fondamentalmente la regione a Nord.

#### **Situazione attuale**

A Bangkok la percentuale di camere occupate in strutture di alto livello (prima classe e lusso) è calata dal 67% nel secondo trimestre 2008, al 60% nel terzo trimestre 2008 ed appare ancora in discesa. Accora non sono disponibili dati ufficiali ma la contrazione dovrebbe essere continuata a ritmi addirittura superiori. Gli arrivi sono senz'altro diminuiti nel quarto trimestre, per l'aggravarsi della situazione politica, che ha spinto molti Paesi a sconsigliare ai propri concittadini i viaggi in Thailandia.

Circa 2300 stanze d'Albergo (10 Hotel) hanno aumentato l'offerta a fine anno, una gran parte di queste nella fascia di prima-classe.

Per quel che si è visto recentemente le preoccupazioni per le prospettive del settore alberghiero a Bangkok nel breve termine non mancano. L'offerta è aumentata sensibilmente negli ultimi due anni e nuove strutture si aggiungeranno nei prossimi dodici mesi. Le spese sia nel settore degli affari che in quello del turismo sono destinate a diminuire come risultato della crisi economica globale e molti turisti, specialmente provenienti dai paesi vicini, opteranno per i più economici Residence.

A fine 2008 il totale di stanze d'Albergo in centro a Bangkok era di 24.763 (divise tra 79 Hotel), in aumento dell'1.1% su base trimestrale e del 6.9% su base Annuale.

Il 59% dell'offerta si trova nella zona di Ploenchit/Sukhumvit, seguita da Silom/Sathorn con il 23.3%.

Due Hotel di categoria economica, l'*Ibis Sathorn* e il *The Dawin*, completati nel secondo semestre 2008, hanno aggiunto un totale di 265 camere.

La percentuale media di camere occupate negli Hotel di lusso di Bangkok è calata del 12.5% su base Annuale ed è del 60%, come risultato del rallentamento dell'economia e della continua instabilità politica.

Il 'Revpar' (Revenue per available rooms, ovvero il fatturato che ogni camera disponibile può generare) è calato leggermente su base annua, sia in USD (-0.4%) che in THB (-0.9%), per un costo di USD 109 o THB 3.674.

Gli Alberghi nel centro sono concentrati in tre sotto-zone principali: Ploenchit/Sukhumvit, Silom/Sathorn a Lungofiume. Il 59% del totale si trova nella zona di Ploenchit/Sukhumvit, molto popolare tra i turisti grazie ai suoi locali ed alla sua vitalità. Silom/Sathorn, il quartiere degli affari, incide per un 23.3% sull'offerta totale ed un altro 17.7% si trova lungo il fiume, dove i turisti possono godere della vista del Chao Praya.

Il 60% dell'offerta totale nell'area di Ploenchit/Sukhumvit rientra nella categoria del medio livello, che attrae turisti e viaggiatori d'affari. Una situazione simile si verifica in Silom/Sathorn, il quartiere degli affari, dove il 41% delle stanze sono di medio-livello.

Al contrario, il 57% delle camere sul Lungofiume sono di prima-classe e in questa zona si trovano Hotel di fama internazionale, come l'Oriental, il Peninsula e lo Shangri-la.

### **Prospettive**

I dati dell'ultimo trimestre 2008 non sono ufficiali, ma possiamo affermare che gli arrivi sono crollati a causa della situazione creatasi a seguito dell'occupazione degli aeroporti.

Un numero crescente di turisti asiatici si è sostituito a quello degli Occidentali e bisogna ricordare che generalmente i turisti asiatici tendono a stare meno tempo e a spendere complessivamente meno dei turisti occidentali, cosicché il numero degli arrivi potrebbe essere fuorviante.

L'evoluzione della crisi globale avrà sicuramente un influsso determinante sui flussi turistici e tale discriminante influenzerà più delle altre il futuro sviluppo del settore.

### **Brevi cenni sul settore alberghiero nelle aree turistiche**

Lo sviluppo del settore alberghiero nelle aree turistiche ha avuto un andamento analogo a quello dell'area di Bangkok. Negli ultimi cinque anni si è continuato a costruire e sono stati lanciati diversi nuovi progetti, che tuttavia potrebbero subire ritardi nell'implementazione, in relazione all'incertezza attuale della situazione economica. Il settore è stato comunque alquanto influenzato nelle aree colpite dallo Tsunami a fine 2004, dove il mercato delle costruzioni è stato sostenuto dalle esigenze della ricostruzione. Possiamo

affermare che oggi non esiste quasi più traccia delle devastazioni provocate dallo Tsunami. La reazione è stata immediata e la ricostruzione è stata realizzata in tempi record, grazie anche alle politiche governative di sostegno immediatamente adottate. La circostanza è peraltro anche prova di una buona reattività del sistema, che tutto sommato fa ben sperare anche in relazione alle misure che dovranno essere adottate per fronteggiare una crisi di mercato già in atto.

Nelle principali destinazioni turistiche a fine 2008 sono stati completati 5 Hotel, per un totale di 779 camere, di cui tre nella West Coast (Phuket), uno nella Eastern Coast (Pattaya) ed uno nel Western Gulf (Hua Hin), che al momento appaiono come le aree di maggior sviluppo.

Ma vediamo nel dettaglio le singole aree:

#### - Eastern Seaboard

Ci sono 10 progetti in varie fasi di avanzamento, per un totale di 2.373 camere. Due Hotel sono in fase di completamento. La maggior parte dei progetti (7) sono localizzati a Pattaya. Due sono alberghi di lusso, il 60% del totale dei progetti dovrebbe riguardare Hotel di prima classe.



#### - West Coast

I progetti in fase di sviluppo nella regione, circa 40, riguarderanno per oltre il 60% Hotel di prima classe, oltre il 20% Hotel di lusso e la restante quota Hotel economici (sotto i 2.000 Bath/notte). L'80% dei nuovi progetti è localizzato nell'isola di Phuket, dove si prevede vogliono entrare nel prossimo futuro i grossi gruppi internazionali tra cui Four Season, Kempiski, Hyatt e Shangri-La.

#### - Western Gulf

Entro il 2001 saranno completati 23 nuovi Hotel distribuiti tra Hua Hin, Cha-am e Koh Samui. Il 30% di questi sarà rappresentato da Hotel di lusso, il 40% da Hotel di prima classe, il restante 30% distribuito tra hotel di medio livello ed hotel economici.

### **Prospettive**

Nel breve-medio termine lo sviluppo delle costruzioni sarà condizionato in termini quantitativi ed in termini qualitativi dall'andamento del mercato turistico. Possiamo immaginare che la tendenza alla realizzazione di strutture di lusso o semi-lusso già in atto, particolarmente in alcune aree turistiche più sviluppate come l'isola di Phuket, possa essere rafforzata in base alla previsione che in tale fascia del mercato turistico la contrazione dovrebbe essere inferiore. Molto probabilmente la crisi potrà avere maggiori effetti sulla fascia bassa del mercato e sul turismo locale, che pur negli ultimi 4 anni e sino all'inizio 2008 aveva avuto uno sviluppo piuttosto sostenuto.



Le destinazioni più importanti sono Pattaya, sulla Eastern Seaboard, e l'Isola di Phuket, con arrivi che sfiorano rispettivamente i 6 milioni ed i 4 milioni di turisti e che peraltro hanno avuto il maggiore sviluppo negli ultimi 4 anni. Località in grande sviluppo sino al manifestarsi dei segnali di crisi generale sono anche Hua Hin, Samui e Krabi.

## Il settore dell'Edilizia residenziale

### ***Abitazioni residenziali***

A fine 2008 il completamento di ville a schiera e bifamiliari è cresciuto significativamente, del 9.2% su base annua, ma il numero delle nuove ville monofamiliari registrate è calato del 24.2%.

I prezzi dei nuovi progetti presentati nel secondo semestre 2008 sono aumentati del 5-10% rispetto al semestre precedente. La vendita di case nella Capitale è calata, perché i compratori sono più prudenti viste le condizioni del mercato e molti costruttori hanno ritardato la partenza dei loro progetti. I tassi di interesse sono rimasti invariati, con MLR (Minimum Landing Rate, il tasso sui prestiti per i migliori clienti) al 7.25- 7.5% nelle principali Banche private, ma la preoccupazione rimane la disponibilità di credito, più che il tasso di interesse.

Il Mercato thailandese è molto diverso dai Mercati Occidentali. A livello privato i Thai preferiscono comprare il nuovo e generalmente non vedono l'immobile come investimento, ma come un posto dove vivere. Fondamentalmente non c'è un mercato di acquisto e rivendita per fare profitto così come virtualmente non c'è un grande mercato degli affitti. I compratori sono gli stessi usufruttori, alla ricerca di un posto dove vivere.

I prezzi delle case sono influenzati dai costi dei terreni e di costruzione, ed il drammatico aumento di questi ultimi ha alzato il prezzo del prodotto. I costruttori hanno risposto costruendo su lotti più piccoli, il che si può vedere con l'aumento del numero delle nuove ville a schiera e la diminuzione di quello delle ville monofamiliari.

Uno dei fattori principali che ha colpito il mercato delle case è stata la prudenza con la quale le banche thailandesi hanno concesso i finanziamenti. Le banche saranno sempre più prudenti nella concessione di prestiti per nuovi progetti e di mutui individuali, il che limiterà sia la domanda che l'offerta.

### ***Prospettive***

La previsione futura è un calo dell'offerta, ma noi crediamo che l'economia thailandese non sarà toccata dalla percezione che i cittadini hanno dei prezzi delle case già esistenti, dal momento che queste non sono state acquistate a scopo di investimento. I costruttori tenteranno di completare e vendere le unità entro la fine del Marzo 2009, quando le agevolazioni fiscali dovrebbero cessare.

Le vendite hanno rallentato ma fortunatamente il mercato locale non ha mai raggiunto i livelli di molti altri mercati globali e sembra che i livelli del panorama esistente siano più controllabili. I prezzi delle case sono stati influenzati dagli aumenti dei costi di costruzioni e dei terreni. Crediamo che la maggior parte dei costruttori si concentrerà sui progetti già esistenti e sull'abbassamento dei livelli di debito.

### **Progetti in fase di lancio**

**Preuksa Real Estate**, un leader nel mercato di fascia più bassa, ha lanciato tre nuovi progetti in zone diverse di Bangkok nel corso del terzo Trimestre 2008. Questi comprendono *Baan Preuksa 42* (Ekachai-Pranali), *Baan Preuksa 43*(klong Tanon) e *Baan Preuksa 44* (Rangsit klong 2) tutte con un target di basso-livello, a prezzi in media intorno a 1 milione di THB.

**Asia Property Development** si sta ancora concentrando sulla costruzione di ville a schiera (townhouses), con il lancio di Bang Klang Muang Srinakkarin e Ladprao 71 nel corso del terzo trimestre

2008, ed ha anche lanciato sul mercato un nuovo marchio, *The Centro*, con la prima sede in Sukhumvit 113. La Compagnia ha anche lanciato un progetto di alta-finitura sulla Ratthanathibet-Kae Rai, il *The City*, che si prevede beneficerà del quasi ultimato ponte Phra Nang Klao II. All'inizio del quarto trimestre 2008 la Società ha annunciato il possibile ritardo nel lancio dei suoi nuovi progetti nel tentativo di avere una lettura più precisa delle condizioni di mercato.

Alcuni altri progetti residenziali nell'area metropolitana di Bangkok sono stati annunciati pubblicamente come descritto sotto:

#### **Land & houses**

La Land & houses ha lanciato il *Mentana Wongwaen-Theparak*, comprendente 248 unità di alta-finitura, con prezzi a partire da 5.4 milioni

#### **Property Perfect**

Property Perfect ha lanciato due progetti nel terzo Trimestre 2008. Il primo progetto è il *Metro Rama IX*, un progetto di case a schiera con la stessa collocazione del *Perfect Masterpiece Rama IX*. Questo progetto ha un totale di 248 unità, con prezzi a partire da 3.49 milioni di THB per 18.5 wah<sup>2</sup>.

L'altro progetto, il *Perfect Park Suvarnabhumi*, offre case monofamiliari con lotti di terreno di 50-60 wah<sup>2</sup> al prezzo di 4.1-5.2 milioni di THB.

#### **MK Real Estate Development**

MK Real Estate Development ha lanciato il complesso di case da 965 milioni di THB *Chuan Chuen Modus Chaengwattana*, per attirare compratori di fascia media. Il progetto è dislocato su un lotto di 50 rai sulla Pakkret Bypass Road. La costruzione realizzerà 260 unità tra abitazioni mono e bifamiliari, su lotti tra i 41 e i 60 wah<sup>2</sup> e prezzi a partire da 3.2 milioni di THB.

#### **Quality Houses**

Due progetti sono stati messi sul mercato dalla Quality Houses: *Casa Ville Bangna- Suvarnabhumi* e *Casa City Sukhonthasawat 2*. *Casa Ville Bangna- Suvarnabhumi* ha 258 unità di media e alta finitura con un range di prezzi tra i 3.6 e i 6.5 milioni di THB. *Casa City Sukhonthasawat 2*, un progetto di case a schiera di medio-livello, ha prezzi che partono da 3.4 milioni di THB.

#### **Noble Development**

Nobel Development ha avviato il progetto *Noble Residence* in Pattanakarn. Con un totale di 53 lotti di terreno, questo progetto è di vendita del solo terreno, con servizi come la linea di elettricità sotterranea e una club house. I prezzi partono da THB 10.2 milioni per lotti da 108 wah<sup>2</sup>.

## Il settore dell'Edilizia industriale

### Definizione delle zone

#### **Costruzioni, parchi e zone industriali (Industrial Estate, Park and zone)**

Insedimenti, parchi e zone industriali che ricordano zone o città industriali e che forniscono infrastrutture complete necessarie alle operazioni industriali, come elettricità, fornitura d'acqua, protezione dalle inondazioni, scarichi, smaltimento rifiuti, ecc. È accessibile da porti, aeroporti ed altri centri di trasporto. Oltre a fornire facilità di comunicazione e sistemi di sicurezza, un insediamento industriale comprende anche banche commerciali ed un ufficio postale. Alcuni hanno anche un ufficio doganale, Scuole, Ospedali, Centri commerciali ed altre strutture necessarie ad investitori e lavoratori. Si tratta quindi di comunità autosufficienti.

#### **Zona industriale generale (General Industrial Zone, GIZ)**

È un'area destinata ad attività industriali o ad altre attività generali che beneficiano o sono connesse alle attività industriali. Le Compagnie situate nei GIZ hanno i titoli per beneficiare delle facilitazioni previste dal Board of Investment (BOI).

#### **Zona per il Processo di Esportazione (Export Processing Zone, EPZ)**

È un'area designata per attività industriali e non solo, che siano l'esportazione stessa o che rientrino nel business dell'esportazione. Le EPZ sono amministrate dall'Estate Authority of Thailand (IEAT). Le compagnie che si trovano nelle EPZ, usufruiscono dei privilegi destinati da BOI e IEAT. Il requisito che almeno l'80% della produzione debba essere esportata è stato abolito fin dal 2003.

Queste zone sono classificate in tre tipologie: 1) Compagnie totalmente amministrate dall'Estate Authority of Thailand (IEAT); 2) joint ventures tra lo IEAT ed il settore privato; 3) Compagnie totalmente amministrate dal settore privato.

#### **Zona di libero commercio (Free trade zone, FTZ)**

È un'area designata per attività industriali e non solo, che siano l'esportazione stessa o che rientrino nel business dell'esportazione. Un'area FTZ è sotto il Custom Department of Thailand (Dipartimento Doganale thailandese). Non ci sono regolamentazioni riguardanti i requisiti di esportazione.

#### **Definizione delle proprietà industriali**

La nostra indagine si concentra principalmente sui lotti industriali attrezzati (SILP) e sugli stabilimenti prefabbricati (RBF), dato che il mercato delle proprietà industriali in Thailandia è dominato da questi due settori.

#### **Lotti attrezzati a scopo industriale (Serviced Industrial Plots, SILP)**

Lotti di terreno situati all'interno di **Industrial Estate, Park and Zone**. I SILP sono in genere collocati in Zone industriali generali (General Industrial Zone, GIZ), Zone per il Processo di Esportazione (Export Processing Zone, EPZ) e Zone di libero commercio (Free Trade Zone, FTZ). Il totale delle SILP occupate viene registrato ogni volta che il costruttore firma con il cliente.

#### **Industrie pre-fabbricate (RBF)**

Industrie che vengono costruite in anticipo rispetto alla domanda, per permettere agli affittuari una veloce partenza delle operazioni. Queste sono principalmente situate in *Industrial Estate, Park and zone*. La percentuale di RBF occupate è calcolata sulla base dello spazio totale completato che viene affittato, escluse le pre-vendite di RBF.

#### **Zone industriali attrezzate**

La Thailandia è diventata la base di produzione manifatturiera preferita per molte Aziende, in vari settori, e la forte vendita di lotti attrezzati a scopo industriale (SILP) nel terzo Trimestre del 2008 rafforza questa

idea. Bisogna ricordare che mentre le Aziende fronteggiano difficoltà globali, gli investimenti industriali sono pensati nel lungo termine e la Thailandia ha costi vantaggiosi, che la rendono appetibile più di altri Stati concorrenti. Eppure è probabile che vedremo una diminuzione delle vendite di terreni nel prossimo anno ed alcuni costruttori hanno già calcolato questo fattore, rallentando i loro piani di espansione.

La domanda di stabilimenti prefabbricati (RFB) dipende dalle piccole aziende, che più facilmente risentono di una crisi economica e, in quanto piccole imprese, sono più portate alla prudenza. In più, le piccole aziende manifatturiere producono beni che sono più sensibili ai cambiamenti nelle attitudini di spesa dei consumatori. La forza dello Yen potrebbe aumentare il numero delle Industrie che si trasferiscono dal Giappone. La Thailandia continua ad essere una delle basi preferite per l'industria manifatturiera giapponese, come parte della loro 'China Plus One', strategia per i prodotti asiatici.

Le vendite totali di lotti di terreno ad uso industriale sono state nell'ultimo trimestre 2008 di 1.323 Rai, con un più 33% su base annua. L'occupazione totale dei lotti attrezzati a scopo industriale (SILP) è ora dell'89.4%.

La Danieli Far East, Azienda italiana leader nel settore delle macchine per la lavorazione dell'acciaio, ha acquistato 121 rai dalla Hemaraj's Eastern Seaboard Industrial Estate, per quella che è forse la più grande operazione del 2008 nel campo dei SILP. Questo nuovo lotto di terreno verrà usato per espandere la produzione.

Gli Investimenti Diretti Esteri (Foreign Direct Investment, FDI) nel settore industriale sono aumentati al 26% su base Trimestrale secondo l'analisi ai primi 8 mesi del 2008, guidati dagli investimenti per agevolare i piani di espansione dei produttori di automobili.

Il Board of Investment (BOI) ha esteso a fine 2008 gli incentivi massimi ad ulteriori tipologie di Industria per progetti di investimento al di fuori dell' area di Bangkok.

L'offerta totale di stabilimenti prefabbricati (RBFs) da affittare a fine 2008 era di 556 fabbriche, per un area di 1.138.517 m<sup>2</sup>. Ulteriori 12 industrie (9 da Ticon, e 3 da Pinthong) su un'area totale di 30.435 m<sup>2</sup>, si sono unite all'offerta. La percentuale di RBF occupate è ora appena sopra l'83%.

L'indice di produzione manifatturiera (MPI) è aumentato del 7.5% su base annua, spinta dai prodotti elettronici ed elettrici, che registrano un aumento del 21.6% su base annua.

### ***Domanda- percentuale di occupazione di RBF***

Nel quarto trimestre del 2008 la percentuale di stabilimenti prefabbricati occupati è stata dell'83.2%. Lo spazio totale affittato è ora di 947.428 m<sup>2</sup>. Nonostante le condizioni globali, la domanda dei piccoli produttori, tipici occupanti di RBF, resta alta.

### ***Affitti delle RBF***

I costi d'affitto delle RBF sono rimasti invariati nel 2008, con un ventaglio che va da THB 120/mese/ m<sup>2</sup> fino a THB 220/mese/m<sup>2</sup>. I contratti d'affitto delle RBF durano in genere un periodo tre anni, con un deposito dai tre ai sei mesi. Tutti gli altri costi sono a carico dell'affittuario, inclusa la tassa sulla proprietà, spese di amministrazione della struttura, premio di assicurazione e spese varie.

### ***Le prospettive***



Le prospettive future sono strettamente legate all'andamento della crisi globale, i cui effetti sugli investimenti stranieri nel Paese potrebbero farsi sentire pesantemente soprattutto nella prima parte del 2009. Alcune industrie come quella automobilistica o quella dell'elettronica, di primaria importanza per il Paese, stanno in parte disinvestendo, ma taluni segnali sembrano già in controtendenza.

La domanda di stabilimenti prefabbricati dipende da piccole imprese manifatturiere, che producono beni più sensibili ai cambiamenti nelle tendenze di spesa dei consumatori.

## **Il settore dell'Edilizia commerciale (Uffici)**

Il mercato degli uffici a Bangkok ha sofferto a fine 2008 un altro trimestre di bassa richiesta e di prezzi d'affitto bloccati. Riteniamo che sia troppo presto per stimare quali effetti, qualora ce ne fossero, avrà la crisi economica mondiale sul mercato degli uffici a Bangkok. E' probabile una qualche diminuzione dei prezzi d'affitto, ma il mercato degli uffici a Bangkok è già uno dei meno cari nell'Area.

Nonostante la percentuale di uffici occupati sarà toccata nel prossimo trimestre quando si aprirà un nuovo stock di spazi sotto-occupati, bisogna tenere presente che i nuovi progetti hanno bisogno di tempo prima che la loro occupazione si stabilizzi. Sia in Chamchuri Square che nell'Interchange 21, l'80% dell'area a disposizione è stata impegnata e ci aspettiamo che entrambi i progetti raggiungeranno una percentuale dell'80% di occupazione tra il secondo e il terzo trimestre del 2009.

Gli affittuari che si sono impegnati ad affittare gli spazi sia in Chamchuri Square che nell'Interchange 21, si trasferiscono da costruzioni di categoria B. Il risultato è che nonostante l'offerta di uffici di categoria A sia aumentata, così non sarà per quanto riguarda la disponibilità, una volta che questi affittuari si saranno trasferiti.

Gli inquilini appena trasferiti lasceranno spazi liberi nelle costruzioni di categoria B, per quanto riguarda il mercato degli uffici e non solo.

L'offerta totale di uffici a Bangkok è salita a 7.660.320 m<sup>2</sup> a fine 2008, con un più 2.5% su base annua. Chamchuri Square (90.000 m<sup>2</sup>) ha già impegnato l'80% dei suoi spazi. Tuttavia, la percentuale di occupazione rimarrà bassa fino a quando i locatari non si trasferiranno, il che ha inciso sui dati della percentuale di occupazione nel CBD (Central Bangkok District).

La percentuale di spazio acquistato ha guadagnato il 2.1% su base annua, per un totale di 6.718.850 m<sup>2</sup>. Come appena ricordato, complessivamente la loro occupazione è scesa all'87.7%, come risultato delle unità ancora disponibili in Chamchuri Square.

I costi di affitto degli uffici si sono mantenuti sostanzialmente stabili nel corso del 2008 e date le attuali condizioni dell'economia, non siamo molto portati a credere che ci sarà una crescita della domanda nel breve termine.

Una certo livello di sconto è probabile, perché i proprietari cercheranno di avere i loro spazi vacanti occupati, ma il mercato di Bangkok è già uno dei più economici per quanto riguarda gli uffici. Gli affitti di categoria A, nel CBD, sono ora a THB 744/ m<sup>2</sup>.

### ***Prospettive***

Sembra abbastanza evidente che non saranno presentati nuovi progetti nel prossimo futuro.

I progetti di uffici sono spesso considerati più rischiosi da sviluppare di quelli residenziali a causa della più difficile possibilità di pre-affittare, il che significa che i costruttori devono investire risorse proprie.

Non sembra sussistano difficoltà per il completamento dei progetti in costruzione e ci aspettiamo che vengano ultimati secondo previsione, con i soliti minimi ritardi.

## Il settore dell'Edilizia commerciale (Negozi e Centri commerciali)

### **Situazione attuale**

L'offerta totale di spazi commerciali è stimata intorno ai 4.94 milioni di m<sup>2</sup>, con un più 5.3% su Base Annuale. Il format dei grandi supermercati rappresenta la crescita più alta nell'offerta, sopra dell'8% su base annua, mentre i centri commerciali hanno contano la più alta quantità di spazi commerciali (51.9% del totale).

Il totale di spazi commerciali occupati è stato di 4.620.305 m<sup>2</sup>, con un più 5.4% su base annua. Questo ha portato il tasso totale di spazi occupati al 93.6%. La preoccupazione maggiore è che la crisi finanziaria mondiale debba ancora far sentire i suoi effetti sul mercato thailandese.

La vendita di prodotti ha avuto un andamento in ribasso dalla fine dell'estate 2008, riflettendo il pessimismo dei consumatori e le crescenti preoccupazioni per le condizioni dell'economia. Anche le spese con carta di credito sono calate su base annuale<sup>1</sup>, a testimonianza dei timori per i futuri livelli degli stipendi. In più molte banche hanno ristretto le disponibilità di credito.

I costi di affitto degli spazi sono rimasti invariati per un altro trimestre, ma sembra che il calo nelle spese dei consumi potrebbe sortire un calo degli affitti se i proprietari vorranno tenere alta la percentuale di spazio occupato.

### **Prospettive**

Il destino del settore degli spazi commerciali è strettamente legato ai consumi. Vista la situazione finanziaria e le sensazioni generali, ci aspettiamo che le spese saranno limitate ai beni di prima necessità. Così sembra che i supermercati e i minimarket, che interessano la maggior quota di consumatori e vendono la maggior parte di prodotti per le famiglie, siano i più adatti a monitorare i cali nei consumi.

La durata di questo calo dipende da molti fattori interni ed esterni, molti dei quali non sono ancora molto chiari. Comunque non prevediamo che i consumi si riprenderanno prima dell'economia generale.

Per quanto riguarda gli sviluppi futuri, il destino dei progetti in costruzione dipenderà da: lo sviluppo del progetto stesso, le garanzie finanziarie, le prospettive del progetto una volta ultimato. È probabile che alcuni di questi subiranno un ritardo mentre altri verranno sospesi. I finanziamenti privati sembrano divenuti progressivamente più difficili da ottenere. Eppure permangono alcuni segnali positivi e si spera che il sistema economico globale abbia già cominciato a risolvere i problemi più gravi.

### **Progetti della GDO in corso**

#### **Supermercati (Ipermercati, Cash and Carry)**

**Tesco Lotus**

<sup>1</sup>

L'uso di carte di credito è calato del 13.9% su base annuale, a testimonianza della prudenza dei consumatori unita alle politiche di credito più severe da parte delle banche. Il numero delle carte di credito ha guadagnato il 4.9% y-o-y ed era, ad Agosto, di 6.147.893.

**La Tesco Lotus prosegue nei suoi piani di sviluppo di centri commerciali in condivisione.**

La Tesco Lotus si è espansa ulteriormente con il suo format di Ipermercato ed il centro di Pathalung è stato l'ultimo nel loro obiettivo di raggiungere i 100 centri in Thailandia. Ci sono progetti per quattro nuovi centri nella sola Udon Thani, con uno già aperto a Nongharn, mentre le altri tre siti stanno aspettando i permessi di costruzione.

La Tesco Lotus ha anche inaugurato due centri commerciali nel terzo Trimestre 2008. I suoi due marchi in questo settore includono il 'The Park', che si trova a Phuket, a Nichada Thani e a Soi Petchkasem 81. C'è anche il progetto di aprirne uno a Pranburi, Prachuab Khirikhan. Il secondo marchio, di mercato leggermente più basso è il 'The Garden' e il primo centro è stato aperto a fine 2008, in Soi Ladpladuk a Bangbuathong, Nonthaburi.

Lotus Express ha recentemente aperto 40 punti vendita. Anche se questa sembra una somma considerevole, rappresenta soltanto una fetta del piano originale, perché la Compagnia è stata presa di mira dai protestanti e dai piccoli negozianti.

Al momento sembra che i piani di sviluppo della Compagnia dovranno essere rivisti, a meno che non vengano fatte altre concessioni.

**Makro**

**La Siam Makro Pcl è pronta ad espandersi nelle Province.**

La Makro sta cercando un terreno di circa 20 rai per aprire un nuovo centro, che ci si aspetta sarà a Tambon Wangphai, nella provincia di Chumporn.

**Big C**

**Big C aprirà altri due centri, a completamento del suo progetto di espansione.**

Big C prevede di avere 66 centri entro breve. Yasothorn è l'ultimo sito, inaugurato nel Settembre 2008, e c'è il progetto di aprire altri quattro centri nel 2009. Tutti hanno già ottenuto i permessi di costruzione. Due centri dovrebbero aprire verso la fine dell'anno nell'interno del Paese, compreso uno a Srakraew.

Sembra anche che Big C stia considerando di entrare nel mercato dei centri commerciali in condivisione e si dice che stiano cercando un partner per questa avventura. Questo aprirebbe anche ai piani di espansione dei mini Big C, un nuovo marchio di minimarket che dovrebbero aprire 50/100 negozi nell'anno. Ci sono attualmente cinque centri situati a Bo Thong, Ladprao 101, Senanikorn, Udomsuk e Happyland.

**Carrefour**

Carrefour non è stata particolarmente attiva nel 2008, scegliendo invece di concentrare le proprie energie sulla campagna per incentivare le spese dei consumatori e dare una spinta agli introiti. Carrefour ha anche lanciato la proprie carte di credito e di debito, tramite alleanze con Kasikorn Bank e Muang Thai Assicurazioni.

**Grandi magazzini**

**Central**

Central Pattana ha recentemente inaugurato la Zen Tower, per un'area totale di 30.000 m<sup>2</sup>. È un'idea di "grande magazzino da vivere". La Zen Tower ospiterà un True Fitness Center, un campus universitario, ristoranti e persino una sala eventi.

L'inaugurazione del Central Chaengwattana è prevista a breve, con spazi commerciali per 75.000 m<sup>2</sup>.

In provincia, il Central Festival Pattaya Beach dovrebbe essere finito nel Primo Trimestre 2009 e la CPN ha anche in progetto di rinnovare il Central Festival Phuket, per un costo stimato intorno ai 140 milioni di THB.

La CPN ha pronti altri sette progetti, tra i quali: il Central Chaengwattana, il Central Festival Pattaya Beach (Febbraio 2009), il Central Plaza Chonburi (Luglio 2009), il Central Plaza Kohn Khaen (Novembre 2009), il Central Plaza Rama IX (2010) ed un'altra location dove attualmente si trova la Pre-Cadet school (Suan Lumpini). In più, CPN prevede di espandersi anche nella media provincia, probabilmente

cominciando con quella di Chiang Rai, mentre il progetto di Chiang Mai gli assicurerà il primato per dimensioni di uno spazio commerciale in tutto il nord.

Stanno anche pianificando di espandersi a Bangkok est (Srinakarin).

CPN ha anche in progetto di investire in Cina e comincerà la costruzione del suo primo centro commerciale nel 2009, uno sforzo economico che prevede circa 20 miliardi di THB sui cinque anni.

### **Robinson**

Robinson progetta di aggiungere tre nuovi centri nelle Province di Chonburi, Uboratchathani e Kohn Khaen, il prossimo anno, insieme ad altri sei entro nel 2010. Complessivamente la Compagnia prevede di aggiungere 20 nuovi centri nei prossimi 10 anni.

### **Pornpailin Group**

Pornpailin Group ha reso ufficiale il trasferimento del suo Center Point, molto popolare per la moda giovanile, da Siam Square a Central World. La nuova destinazione avrà un'area intorno ai 10.000 m<sup>2</sup>.

La TCC Capital Land ha vinto l'asta per la location di Siam Square e si dice che abbia in progetto di aprire un IT center in questo punto. Infinity Mall Co. Ltd, partner nel progetto del Pornpailin Group, sta considerando l'ipotesi di aprire un secondo Center Point, nel caso in cui il primo, nella nuova location del Central World, dovesse rivelarsi un successo.

### **The Mall**

La The Mall ha affermato che non entrerà nella competizione dei centri commerciali in condivisione e di essere più interessata allo sviluppo di centri commerciali. Si dice che abbia in progetto di rinnovare tutti i suoi Home Fresh Mart al costo di circa 100 milioni di THB, mentre altri 300 milioni di THB verrebbero investiti per i centri di Bangkae e Ngamwongwan. Sono corse voci che il gruppo intenda entrare nel settore delle costruzioni residenziali, ma non c'è stata alcuna conferma.

### **Supermercati**

Alcuni gruppi di supermercati, come Central (attraverso Tops) stanno progettando i loro propri centri commerciali. I supermercati Tops hanno centri dalle dimensioni medie tra i 1.500 e i 5.000 m<sup>2</sup>, il che li rende affittuari di peso per quanto riguarda centri commerciali e centri commerciali in condivisione, mentre i centri a marchio unico sono leggermente più piccoli (8.00-4.000 m<sup>2</sup>). La Compagnia ha recentemente riposizionato i suoi quattro marchi. Central Food Hall è il marchio principale, seguito da Tops Market (alto-livello), Tops Super (medio-livello) e Tops Daily, che è un formato più piccolo di minimarket. Ci sono in totale 102 centri in tutto il Paese. Tops ha aperto il suo ultimo centro a Udomsuk (Tops Marketplace Udomsuk) il primo centro commerciale in condivisione sviluppato dalla Tops. Il prossimo sarà all'iPlace Lifescape Center a Lat Krabang.

### **Minimarket**

**7-eleven** è il marchio leader nel settore dei minimarket, con circa 4.500 negozi. Altri marchi nel settore sono Family Mart, Tesco Lotus Express, V Shop, Fresh Mart, ART e 108 Shop.

7-Eleven controllata dalla CP ALL Public Company Ltd., ha un obiettivo di 5000 punti vendita entro la fine del 2009 e di 7000 entro il 2015. Il loro più recente piano di espansione prevede 8000 negozi in 10 anni da concentrare nelle zone più esterne della città e nelle provincie, dal momento che il centro di Bangkok sembra ormai saturo. La Compagnia ha frenato il suo piano di investire in Vietnam, dati i problemi economici emersi nel Paese all'inizio di quest'anno.

### **Family Mart**

Family Mart ha aperto 24 punti vendita nel terzo quadrimestre 2008. Alla fine del 2007, c'erano 524 rivendite Family Mart in Thailandia come parte dei 14.336 complessivamente presenti negli altri Paesi tra i quali Stati Uniti, Giappone, Taiwan, Cina e Corea del Sud. Le ultime stime dell'andamento globale non

sono ancora disponibili. Il numero di nuovi negozi in Thailandia sembra destinato a crescere del 5-10% ogni anno.

### **Rivenditori Specializzati**

#### ***Homepro***

Homepro è la società leader nel mercato dei prodotti per la casa, con 33 punti vendita ed il più alto andamento di vendite.

L'ultimo centro Homepro aperto è quello di Phuket, il secondo sull'isola. Nel 2009 hanno in progetto di aprire 4 nuovi filiali. Attualmente si preparano all'ottavo Homepro Expo che prevedono darà un'ulteriore spinta alle vendite.

Homeworks ha in progetto di aprire un solo centro nel 2008, poco rispetto all'obiettivo iniziale che era di 2-4. Il nuovo sarà a Phuket e rappresenterà il loro più grande centro come marchio unico. L'apertura è prevista per il terzo quadrimestre 2008.

#### ***Powerbuy***

Powerbuy ha attualmente 83 rivendite, al terzo Trimestre 2008, con un obiettivo di fine anno di 87-92 centri. In cima alle vendite ci sono i prodotti IT e le Tv LCD.

#### ***Index Living Mall (ILM)***

La Index Living Mall ha aperto il suo 16esimo e più recente centro a Chonburi, al costo di circa 550 milioni di THB.

Questo è in prospettiva il più grande centro di accessori e arredi per la casa del Sud-Est della Thailandia. Il 17esimo centro è in progetto a Khon Khaen e costruirà uno spazio commerciale di 15.000 m<sup>2</sup>, portando lo spazio totale della catena a 200.000 m<sup>2</sup>.

Per il loro centro di Bangna (al terzo km.), il contratto scade a fine anno. Tuttavia la ILM prevede di rimpiazzarlo con un centro dal nuovo concept (al km. 4.5), sotto il marchio 'Index Plus Store Living Mall', studiato per raggiungere un target più giovane. Questa rivendita dovrebbe essere ultimata nel 2009.

### **Progetti da parte dei Major Developers (maggiori costruttori)**

Il mercato delle costruzioni per quanto riguarda gli spazi commerciali a Bangkok è dominato dai tre più grandi costruttori: Central Pattana (CPN), The Mall Group e Siam Future Development. CPN e Siam Future Development sono i due operatori leader per quanto riguarda i grandi centri commerciali e sono specializzati nei progetti in centro e dintorni, e anche in zone periferiche. Siam Future è specializzata nella costruzione di centri commerciali di quartiere. Al di là di questi grandi nomi ci sono altri costruttori più piccoli che si stanno dedicando a nuovi progetti.

## Gli investimenti immobiliari

### **Situazione attuale**

L'American International Assurance (AIA) ha acquistato un lotto di 4 rai sulla Sathorn Road dalla Metrostar Property per THB 1.4 miliardi (THB 800.000 wah<sup>2</sup>), per quello che è uno dei terreni più grandi trattati quest'anno. In questo sito L'AIA prevede di costruire un palazzo per uffici da affittare.

Un'altra delle grandi operazioni per quanto riguarda i terreni è rappresentata dall'acquisto per THB 343 milioni di un lotto di terreno sulla Anuman Ratchathon- Naratiwat, da parte della Major Development, per costruire un condominio.

La Centara Hotel e Resort Leasehold Property Fund (CTARAF) ha investito in una proprietà ad affitto trentennale, le 202 camere del Centara Grand Beach Resort a Chaweng Beach, sull'isola di Samui, per un costo totale di 3 miliardi di THB. Questo fondo è stato sponsorizzato dai costruttori.

Il gettito annuale dei dividendi per quanto riguarda i fondi per immobili già esistenti oscilla tra il 6.8% e il 12.2% con un gettito medio di 8.9%. Tuttavia il ribasso nei prezzi delle quote indica che il totale dei ricavi è in realtà molto inferiore (-19.5%, al 7.4%) rispetto al quadrimestre precedente. Con le entrate degli affitti verosimilmente destinate ad un continuo calo per molte proprietà, sembra chiaro che molti investimenti non frutteranno alti ricavi, fattore decisivo della loro precedente popolarità.

La UOB Asset Management ha ritardato l'offerta per il *Natural Ville Executive Residences* a Lang Suan, con i vertici della UOBAPF, al Gennaio 2009, a citare lo stato dell'economia globale come causa del ritardo ed è possibile che si verificheranno ulteriori rinvii.

### **Le prospettive**

Considerata la situazione del mercato mondiale, gli investimenti nei terreni a Bangkok nel terzo trimestre del 2008 sono stati uno dei pochi punti di forza. La borsa ha visto un forte calo dal momento che gli investitori stranieri hanno ritirato gli investimenti per rafforzare le loro posizioni da altre parti. e la situazione è peggiorata all'inizio del terzo trimestre 2008, con il SET (Stock Exchange of Thailand) scivolato sotto 400 verso la fine di Ottobre.

L'indice SET si è ripreso grazie a questo aiuto e speriamo che i livelli più bassi della borsa siano stati toccati. A metà febbraio siamo a quota 440. Un numero di fattori inciderà sul panorama per quanto riguarda il futuro, uno dei quali è la tenuta della situazione politica e in ogni caso sembra che il rovescio del mercato degli investimenti immobiliari sarà limitato nei mesi a venire.

Prevediamo che le partecipazioni nel Mercato thailandese da parte di stranieri saranno limitate, mentre è più facile che alcuni stranieri usciranno da questo mercato. La Lehman Brothers possedeva tutti o buona parte dei palazzi di uffici a Bangkok ed aveva molti punti di rivendita di progetti. Non è ancora chiaro cosa succederà al loro portafoglio immobiliare.

Le barriere agli investimenti stranieri sul mercato thailandese, con restrizioni sulla possibilità di possedere, sono alte. Ci sono poche possibilità per gli stranieri di trarre profitto dalla costruzione stessa dei palazzi e questo ha portato gli investitori stranieri a dedicarsi alla parte di sviluppo del progetto. Recentemente questo ha condotto alla realizzazione di Join Ventures con Compagnie per la costruzione di condomini registrate come thailandesi.

Il clima generale per quanto riguarda gli investimenti nelle proprietà è cambiato drammaticamente, con gli investitori che ora sono portati a non correre rischi e a cercare porti più sicuri, riservando i fondi per vendite tranquille, in mercati più maturi.

Il mercato degli investimenti nelle proprietà in Thailandia è verosimilmente destinato ad essere dominato da investitori thailandesi, più che stranieri.

### **Fondi di Proprietà per Offerte pubbliche** **(PFPO o fondi di tipo I)**

Il concetto di fondi di proprietà è stato introdotto a seguito della crisi economica, come un'ancora di salvezza per investimenti di proprietà a rischio e per introdurre liquidità nel mercato immobiliare. Gli investimenti di proprietà per offerte pubbliche sono l'equivalente del Real Estate Investment Trust (REIT), sotto il cui nome sono conosciuti in alcuni mercati. Investimenti che entrano nelle liste pubbliche, rappresentano per gli investitori una maggiore esposizione sul mercato immobiliare. Gli investitori traggono vantaggio da questa esposizione riguardo a proprietà che rendono profitti, attraverso sovvenzioni in denaro e i bassi costi di compravendita che l'essere in una lista pubblica comporta. Gli investitori individuali, godono di agevolazioni fiscali in quanto hanno status di REIT, mentre una Compagnia è esente dalla tassa sulle entrate in corporazione.

Caratteristiche chiave della PFPO:

- Sono catalogati nel SET (Stock Exchange of Thailand), sotto la supervisione del SET e della Exchange Commission (SEC) dalla quale è regolata, con la massima sicurezza.
- Hanno un assetto di proprietà per unità, quello di tipologia 'investimento comune', con tutti i comproprietari ad avere una quota uguale.
- Deve dichiarare un fondo limitato, con un capitale minimo di 500 milioni di THB. Il loro primo progetto deve attenersi alla regola del 'inizialmente piccoli lotti'.
- Il 75% del valore del loro patrimonio netto deve essere investito in immobili o in diritti d'affitto di immobili.
- Le proprietà acquistate con il fondo devono essere dislocate in Thailandia e costruite almeno per l'80%. Dopo l'acquisizione, i fondi devono tenere le proprietà per almeno un anno.
- Il fondo deve essere gestito da amministratori con licenza SEC, conosciuti come amministratori di fondo mutuale. Questi possono poi deputare altri manager, di proprietà o del patrimonio, su basi giornaliere.
- Almeno il 90% delle entrate nette deve essere distribuito tra i dividendi.
- I fondi stessi sono liberi dalle tasse sul capitale e sulle entrate. In Thailandia si applica una tassazione speciale sulla distribuzione di dividendi.

Nel SET (Stock Exchange of Thailand) il limite di debito o di ipoteca sulle proprietà possedute da PFPO così come sulle PFPO stesse, è pari al 10% del valore netto dell'attivo (la nuova legislazione è stata approvata dal consiglio del SEC, ma non è ancora effettiva).

I fondi di proprietà sono simili a proprietà che creano profitti, in quanto procurano agli investitori un flusso costante di entrate e la possibilità di guadagni di capitale e crescita del prezzo dei beni. Distribuendo la maggior parte dei profitti come dividendi, i fondi di proprietà sono più simili a *high-yields funds* (obbligazioni ad alto rendimento) e a *dividend-paying stocks* (titoli a pagamento dividendi) che a *growth stocks* (titoli di crescita).

Tuttavia i PFPO sono meno flessibili della maggior parte dei REIT di oltreoceano. Ci sono delle differenze tra l'attuale regolamentazione delle PFPO e quella del REIT in altri paesi.

La più importante è che il SEC consente debiti ed ipoteche molto più bassi alle proprietà dei PFPO (pari al 10% del valore netto dell'attivo), impedendo così agli investitori di ottimizzare la struttura del capitale per accrescere i dividendi.

**PARTE II**  
**IL SETTORE DEI MATERIALI DA COSTRUZIONE,**  
**DEL MOBILE E DEI COMPLEMENTI D'ARREDO**

**Premessa**

La crescita del mercato dei materiali da costruzione, del mobile e dei componenti d'arredo è fortemente legata allo sviluppo del settore delle costruzioni che, come abbiamo visto, nonostante alcune incognite dovrebbe continuare la propria espansione. Gli effetti più macroscopici della crisi dovrebbero manifestarsi più sui valori di mercato degli immobili che non sullo sviluppo di nuovi progetti.

Tutti questi elementi ci inducono a ritenere che la domanda di mobili e complementi d'arredo in Thailandia abbia possibilità di crescita.

Il sistema che ruota intorno al settore delle costruzioni è peraltro particolarmente vitale anche in termini di creatività e iniziativa imprenditoriale. Nel 2001 i maggiori attori del mercato hanno fondato un Consorzio, "The Federation of Design and Construction Services of Thailand (FEDCON)", finalizzato alla costruzione dell'"Asian Games Village" in Qatar. Tale progetto si è trasformato nel tempo nella costruzione di un centro medico con 3 ospedali, con una capacità di accoglienza per 1.100 pazienti. A seguito di tale progetto, gli operatori thailandesi hanno acquisito altri progetti in Medio Oriente, soprattutto in Qatar e a Dubai, per la costruzione di grattacieli, resort ed alberghi. Le prospettive potrebbero quindi in un certo qual modo divergere rispetto all'analisi macroeconomica. In tal senso l'esperienza mediorientale sopra ricordata costituisce un segno di rilancio, elemento positivo nella valutazione delle prospettive delle Aziende del settore.

**Segmentazione del mercato dei mobili e complementi d'arredo in Thailandia**

Il mercato thailandese è in termini di disponibilità di prodotti e di segmentazione abbastanza simile a quello dei paesi sviluppati, con un maggiore peso delle due componenti estreme ed un segmento medio che cresce costantemente.

Il segmento dei mobili e complementi d'arredo di alta qualità è alimentato dalla richiesta di edifici residenziali, che presentano caratteristiche qualitative elevatissime, anche sotto il profilo del design. Tali tipologie di arredo presentano prezzi di vendita particolarmente elevati, soprattutto in relazione al livello del reddito medio del paese. I compratori sono persone appartenenti alle classi più abbienti della società e sono disposti a spendere per un prodotto esclusivo e di alta qualità. Questo segmento è il più interessante per la produzione italiana di qualità. L'acquirente nella maggior parte dei casi acquista non per necessità vera ma per rispondere ad esigenze di affermazione del proprio status, o per il gusto di possedere un tocco veramente esclusivo, possibilmente d'autore.

Il segmento dei mobili e complementi d'arredo di qualità medio alta è dominato essenzialmente dalla domanda delle catene di showroom diffuse sul territorio. Sono principalmente produttori locali che vendono i prodotti con marchio thailandese, ma con la specifica "prodotto con componenti d'importazione". I market leader dei produttori di questo segmento sono "SB Furniture", "Index Living" e "Modernform". Il segmento si sta espandendo in modo molto sostenuto, parallelamente alla crescita della classe media, sottraendo quote di mercato al segmento dei prodotti a basso costo e a quello del prodotto d'importazione di qualità. L'acquirente tipico del prodotto di qualità medio-alta è

caratterizzato da un reddito medio. La sensibilità al prezzo è abbastanza elevata, anche se si registra un'attenzione crescente alla qualità del prodotto.

Il segmento dei mobili e complementi d'arredo di bassa qualità è caratterizzato dalla ricerca del basso costo del prodotto. Generalmente interessa prodotti locali oppure importati da altri paesi a basso costo di produzione (Cina, Vietnam, India, ecc.) ed offrono bassa qualità sia nei materiali che nei livelli di rifinitura. I prodotti di tale fascia vengono acquistati da una fascia di popolazione a bassissimo reddito. Quantitativamente il segmento ha storicamente rappresentato la parte predominante del mercato, ma sta perdendo quote a favore del segmento medio. In tale segmento dominano le catene di moderntrade come Carrefour, Tesco-Lotus, Big C, ecc. e category killers come HomePro (affiliato al Gruppo Land & House), Home Work (Gruppo Central), Cementhai Homemart (Gruppo SCG), ecc.

## **La produzione di mobili e complementi d'arredo in Thailandia**

### ***Produzione***

L'industria del mobile e dell'arredamento in Thailandia gode di una lunga tradizione e conta un elevato numero di mobilifici. Esistono circa 2.250 produttori di mobili ed accessori, di cui il 70% dedicati alla manifattura di mobili in legno, il 20% a mobili con base di acciaio ed il restante 10% a mobili ed accessori di materiali misti. L'industria del mobile impiega circa 400.000 operai. Le aziende registrate alla Thai Furniture Association sono 400.

Allo scopo di arginare il problema della deforestazione, dal 1989 sono state introdotte norme molto restrittive che hanno fortemente limitato la disponibilità di materia prima locale. La maggior parte del legname viene importata dai Paesi limitrofi (Myanmar, Laos e Cambogia).

### ***Principali produttori locali***

#### **A) Mobili, articoli per illuminazione e materiali pre-fabbricati per edilizia**

##### Mobili

##### **SB Furniture**

Avviata nel 1953 come azienda produttrice di MDF trasformabili, il Gruppo "S.B. Furniture" prenderà la certificazione ISO 9002/2000 e ISO 14001. È il market leader del settore mobili in Thailandia.

SB Furniture ha più di 150 showroom/distributori in tutta la Thailandia ed è presente anche in Medio Oriente. Producono 6 linee: "SB Furniture", "Zelection Built in", "Cucine Kitchen", "Koncept Furniture" ed "Access Office".

##### **Index Living Mall Co. Ltd.**

Index Living Mall è parte del Gruppo "Index Interfurn" uno dei più grandi produttori di mobili e complementi d'arredo in Thailandia. Ha 17 showroom in tutta la Nazione.

##### Illuminazione

##### **Saengudom Lighting Co. Ltd.**

Fondata nel 1978, Saengudom Lighting è divenuta uno dei più grandi produttori ed importatori di vari prodotti di illuminazione. Lo stabilimento di produzione è nel distretto di Rangsit, a Pathumthani.

##### **Lamptitude Co. Ltd.**

La ditta è un'affiliata dell'Associazione di produttori di lampade locale "Pamco", che opera nel mercato dell'illuminazione thailandese da più di 20 anni. Offre un'ampia gamma di prodotti d'illuminazione di design.

Materiali pre-fabbricati per edilizia

**SCG – Siam Cement Group.**

La ditta Siam Cement, la prima fabbrica produttrice di cemento in Thailandia, è stata fondata nel 1913 con l'obiettivo di produrre cemento per il mercato interno. Attualmente, il Gruppo Siam Cement opera in 6 settori: chimico, carta, cemento, materiali per l'edilizia (coppi, piastrelle per parete e pavimento, sanitari e rubinetterie), grande distribuzione ed investimenti.

**Italian Thai Development Public Co. Ltd.**

La ditta, come indica il nome, è stata fondata nel 1958 da imprenditori thailandesi ed italiani. È una delle più importanti aziende di costruzioni in Thailandia e realizza molti dei mega-progetti governativi. Opera anche nei paesi vicini (Myanmar, Laos e Cambogia). La ditta agisce in diverse aree: aeroporti, costruzioni edili, dighe e tunnel, autostrade-ferrovie-ponti, stabilimenti industriali, industrie minerarie, pipeline, porti, sistemi di trasporto rapido, strutture in acciaio e telecomunicazioni. Oltre a costruire e progettare, produce tramite proprie affiliate innumerevoli materiali da costruzione che utilizza nei propri lavori.

**Land and House Public Co. Ltd.**

La ditta è il più grande Developers nel settore housing in Thailandia, in particolare per l'edilizia residenziale e le ville bifamiliari. Ha progetti a Bangkok, Chiangmai, Nokornrathchasi, Khon Kaen e Phuket. La ditta offre ai clienti anche servizi finanziari attraverso l'affiliata "LH Bank". È la Società più quotata della Borsa Thailandese, circa 170 milioni di Euro. Produce, tramite proprie affiliate, materiali da costruzione che utilizza nei propri lavori.

**B) Materiali per pavimentazione e piastrelle**

**Thai Ceramic Co.Ltd. – COTTO brand (SCG – Siam Cement Group).**

Fondata nel 1979, la ditta Thai Ceramic Co. Ltd. è un'affiliata del Gruppo Siam Cement. Attualmente è il più grande produttore ed esportatore thailandese di piastrelle e materiali per pavimentazione ed ha una capacità produttiva di circa 40 milioni di mq. l'anno, esportati in 50 paesi.

### **Kenzi Industry Co.,Ltd.**

Avviata nel 1983, attualmente la ditta è diventata uno dei più grandi produttori di materiali per pavimento, soprattutto per esterni. Con la capacità produttiva di circa 6.000 mq al giorno, la ditta offre una gamma di prodotti per il mercato interno e quello internazionale (Stati Uniti, Giappone, Filippine, India, Arabia Saudita, U.A.E., Qatar e Singapore).

### ***C) Materiali per complementi d'arredo ed edilizia***

#### Alluminio

### **Alumayer Co.,Ltd.**

È stata fondata nel 2002 come ditta specializzata in facciate e muri non portanti. La gamma dei prodotti include alluminio per uso architettonico, finiture di vetro e finiture varie per l'edilizia. Alumayer è stata la ditta fornitrice dei materiali per la torre di controllo del nuovo aeroporto di Bangkok.

#### Ferro e acciaio

**Siam Steel Industries Public Co. Ltd.** è stata fondata nel 1953 ed è diventata uno dei più grandi fornitori di ferro ed acciaio industriale. L'attività produttiva si divide in 5 aree: mobili, forniture industriali, materiali da costruzione, veicoli e servizi.

**Sahaviriya Steel Industries Public Co., Ltd.** è il più grande produttore di HRC (hot-rolled steel sheet in coils) in Thailandia, con una capacità produttiva di circa 4 milioni di tonnellate l'anno. È stata fondata nel 1990 e lo stabilimento è situato nel distretto di Bang-saphan nella provincia di Prachuabkirikhan.

#### Vetro ed articoli di vetro

**Asahi Glass Industry Co. Ltd.**, fondata nel 1963, era il primo produttore di vetro in Thailandia. La ditta opera in 5 aree: vetro piano, chimica, elettronica ed energia, vetro per automobili e vetrine. Attualmente è leader nel mercato del vetro in Thailandia, di cui detiene quasi il 50%.

**Siam Guardian Glass Co., Ltd.**, fondata nel 1990, è una joint venture tra il Gruppo SCG (Thailandia) e Gardian Industries (Stati Uniti) ed è divenuta il secondo principale fornitore di vetro sul mercato interno con quota di mercato di circa il 40%.

#### Legno ed oggetti di legno

**Deesawat Industry Co. Ltd.** è, dal 1972, uno dei principali produttori ed esportatori dei prodotti di legno thailandese. Attualmente ha uno stabilimento che si estende su 30.000 mq. e vi operano circa 300 operai specializzati. L'80% dei prodotti è esportato.

**Leowood Co. Ltd.**, fondata nel 1968, è uno dei più grandi produttori ed esportatori di pavimenti in legno, porte e scale di legno. Ha una capacità produttiva di pavimenti e scale di circa 1 milione di mq. all'anno e produce circa 60.000 porte all'anno.

### ***D) Rubinetterie ed accessori per bagno***

**Siam Sanitaryware Industries Co. Ltd.** è una joint venture tra il Gruppo SCG (Thailandia) e Gruppo TOTO (Giappone) ed è stata fondata nel 1984. La ditta produce circa 2 milioni di piastrelle all'anno ed i marchi principali sono "Cotto" e "Toto" piastrelle.

**Grohe Thailand Co. Ltd.** è una joint venture tra il Gruppo Haco (Thailandia) e Gruppo Grohe (Germania). È uno dei principali produttori ed esportatori di accessori in ottone per bagno. Lo stabilimento si trova nel distretto di Klang nella provincia di Rayong ed è il risultato dell'investimento di circa 11 milioni di Euro su un'area produttiva di circa 84,000 mq.

### ***Distretti produttivi e distributivi per il mobile ed il complemento d'arredo***

#### **A) Mobili, illuminazioni e materiali per edilizia**

A Bangkok gli showroom di mobili e complementi d'arredo di alta qualità che importano dall'estero sono concentrati su una strada, la *Sukhumvit, Soi (viale) 55* ed al quinto piano del centro commerciale *Siam Paragon*.

I negozi di mobili contemporanei prodotti in Thailandia sono sparsi in varie zone della città di Bangkok e si trovano anche nella parte sud del *Chatuchak weekend market* e lungo la strada *Ladprao*.

Il quartiere nel quale si producono mobili in legno su misura si trova nella periferia di Bangkok, sulla strada *Prachanaruemitr*, distretto di Bang Sue. È il quartiere più grande di Bangkok ed anche della Thailandia (a parte il *distretto di Ban Tawai* della Provincia di Chiang Mai al nord).

Non esistono invece distretti dedicati ai prodotti per l'illuminazione.

La maggior parte delle fabbriche di materiali per edilizia è localizzata fuori Bangkok, concentrata nella provincia di Carburi, presso il cluster dei produttori di cemento più grandi della Thailandia (Siam Cement Public Co.,Ltd., PTI Polene Co.,Ltd., Siam City Cement Public Co.,Ltd., ecc.).

Le principali ditte immobiliari come Land & House Public Co.,Ltd. (fascia media-alta) e Prueksa Real Estate Public Co. Ltd. (fascia media e medio-bassa) e le principali ditte di costruzioni, come Italian Thai Development Public Co. Ltd. e Sino-Thai Pacific Co. Ltd., producono in proprio i materiali prefabbricati di cui necessitano.

#### **B) Materiali per pavimentazione e piastrelle**

I venditori di materiali per pavimenti e piastrelle (importazione e prodotti locali), si trovano soprattutto lungo la strada *Ratchadapisek* (distretti di Din Daeng e Ladprao), a Bangkok. I materiali naturali locali per pavimentazione più diffusi sono il marmo ed il granito, prodotti principalmente nella *provincia di Saraburi (Centrale)* e *Lamphang (Nord)*. Nella provincia di Saraburi si trova anche lo stabilimento dei principali produttori di piastrelle thailandesi: Thai Ceramic Co. Ltd. (marca "Cotto", Gruppo SCG) e Kenzai Ceramics Industry Co. Ltd.

### **C) Materiali per complemento d'arredo e per l'edilizia**

I prodotti finali per complemento d'arredo e per edilizia sono distribuiti prevalentemente presso centri commerciali specializzati come Homepro, Homework, Index Living Mall, SCG Homemart, ecc., ed in misura minore, all'ingrosso presso principali produttori locali.

**Panelli di Alluminio.** Sono un prodotto destinato prevalentemente al mercato interno. Leader sul mercato sono *Alumayer Thailand Ltd.* ed *Asia Aluminium and Glass Co. Ltd.*

**Specchi e Vetro.** L'industria del Vetro è tra quelle supportate dal Board of Investment (BOI). I principali produttori di Vetro sono: *Asahi Glass Co.,Ltd.*, *Siam Guardian Industries Co. Ltd.* (Gruppo SCG) e *Bangkok Glass Industry Co. Ltd.* L'80% delle materie utilizzate viene acquistato in Thailandia.

**Ferro ed acciaio.** I principali produttori locali di prodotti in ferro ed acciaio per complemento d'arredo ed edilizia si trovano fuori Bangkok. Alcuni nomi: *Sahaviriya Steel Industries Public Co. Ltd.* (Bangsaphan), *Gruppo Siam Steel* e *Gruppo LPN.*

**Parquet.** I venditori di parquet si concentrano nell'area dietro *il tempio di Sa-ke*, distretto Pranakorn e nel quartiere dei produttori di mobili in legno, lungo la strada *Prachanaruemitr* (Bang Sue). Le fabbriche di parquet sono localizzate prevalentemente a nord della Thailandia, nelle province di Chiangmai, Phrae e Tak.

**D) Rubinetterie ed accessori per bagno:** vengono distribuiti prevalentemente presso i centri commerciali specializzati come Homepro, Homework, Index Living Mall, Boonthavorn, ecc. Nel 2008 la Thailandia ha esportato per 16.746 milioni di Baht. I principali produttori sono *Siam Sanitary Fittings Co.,Ltd.* (Gruppo SCG), *Karat Faucet Co.,Ltd.* (partner del Gruppo Visentin, Italia), *Grohe Siam Co.,Ltd.*, *Kohler (Thailand) Public Co.,Ltd* e *Bathroom Design Co.,Ltd.* La maggior parte degli stabilimenti si trova nella provincia di Saraburi.

### **Importazioni**

Quello dei materiali per costruzioni e dell'arredamento è un insieme di prodotti piuttosto complesso, anche in termini statistici. I dati ufficiali sull'import/export non consentono separazioni dettagliate. Alcuni prodotti ricadono infatti nei capitoli dei prodotti del ferro e dell'acciaio, dell'alluminio, dei prodotti di metalli misti, ecc. Anche il capitolo riguardante il settore dei mobili risulta piuttosto aggregato e non consente analisi dettagliate.

## A) Mobili, articoli per l'illuminazione e materiali pre-fabbricati per edilizia

Import code HS94 Mobili, componenti d'arredo, articoli illuminazione, prefabbricati per costruzione									
	2005		2006		2007		2008		08/07
	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	growth %
WORLD	211,58	100.00	270,23	100.00	267,99	100.00	349,38	100.00	30,37%
1 CHINA	58,10	27,46	74,56	27,59	92,64	34,57	124,81	35,72	34,73%
2 JAPAN	46,27	21,87	62,20	23,02	64,81	24,18	86,06	24,63	32,78%
3 U.S.A.	12,35	5,84	16,12	5,97	16,50	6,16	21,45	6,14	29,95%
4 MALAYSIA	10,21	4,83	15,67	5,80	14,27	5,32	16,90	4,84	18,42%
5 GERMANY	13,72	6,49	14,47	5,35	12,50	4,66	13,84	3,96	10,72%
6 ITALY	7,40	3,50	10,71	3,96	7,22	2,69	9,95	2,85	37,85%
7 S. KOREA	1,61	0,76	9,13	3,38	7,41	2,76	9,14	2,62	23,46%
8 FRANCE	2,42	1,15	8,40	3,11	2,76	1,03	8,09	2,32	193,32%
9 TAIWAN	7,72	3,65	7,57	2,80	5,82	2,17	7,17	2,05	23,31%
10 SINGAPORE	2,93	1,38	5,48	2,03	4,35	1,62	5,20	1,49	19,64%

Fonte: Custom Department, 2009

L'aggregato comprende mobili, articoli per l'illuminazione e prefabbricati da costruzione. Il valore delle importazioni ammontava nel 2008 a quasi 350 milioni di USD. Il valore delle importazioni è in crescita continua e si è quasi raddoppiato dal 2003. Rispetto al 2007 registriamo una crescita di oltre il 30%, ben superiore alla crescita media delle importazioni thailandesi (24% circa escludendo i prodotti petroliferi). Le importazioni sono dominate dalla Cina, che esporta in Thailandia per un valore di 124,8 milioni di USD, il 34,7% del totale, e che sono cresciute del 35,7%. Secondo fornitore è il Giappone, con un aumento del 24,6% rispetto al 2007 e che detiene quasi il 25% della quota totale. A distanza, USA (6,1%), Malesia (4,8%) e Germania (4%), tutti in crescita, con percentuali abbastanza sostenute. L'Italia è il sesto fornitore. Esporta in Thailandia per quasi 10 milioni di USD, che rappresentano il 2,9% delle importazioni thailandesi. Le esportazioni italiane sono in buona crescita già da un quinquennio e sono cresciute nel 2008, rispetto al 2007, del 37,9%, valore molto più alto rispetto alla crescita media delle esportazioni italiane verso la Thailandia. La quota è alimentata soprattutto dal settore del mobile di fascia alta, che è quello più conosciuto e che potrebbe conquistare ulteriori significative quote di mercato.

## B) Marmo e travertino (HS2515)

Import code HS2515 - Marmo e travertino									
	2005		2006		2007		2008		08/07
	mil USD	%	mil USD	%	mil USD	%	mil USD	%	growth %
WORLD	3,44	100,00	5,67	100,00	6,76	100,00	9,04	100,00	33,67%
1 TURKEY	0,57	16,67	2,08	36,79	3,16	46,77	4,17	46,09	31,72%
2 ITALY	0,58	16,95	1,21	21,41	0,85	12,50	1,79	19,84	112,19%
3 SPAIN	0,56	16,22	0,71	12,48	1,27	18,84	0,85	9,42	-33,18%
4 INDIA	0,21	6,24	0,38	6,69	0,44	6,48	0,50	5,50	13,40%
5 GREECE	0,03	0,96	0,08	1,41	0,23	3,47	0,38	4,26	63,87%
6 TAIWAN	0,04	1,06	0,00		0,01	0,16	0,28	3,10	-
7 CHINA	0,09	2,51	0,21	3,68	0,18	2,71	0,27	2,99	47,65%
8 PORTUGAL	0,09	2,69	0,05	0,91	0,22	3,25	0,14	1,51	-38,05%
9 IRAN	0,06	1,64	0,10	1,69	-	-	0,12	1,33	-
10 SYRIA	-	-	-	-	-	-	0,10	1,08	-

Fonte: Custom Department, 2009

Quello del marmo potrebbe essere senz'altro un settore molto interessante in Thailandia. Il materiale è conosciuto per le sue caratteristiche di pregio e di stile e sicuramente sarebbe molto più utilizzato se la Thailandia non applicasse un regime piuttosto protezionista. Nel 1991 era stato introdotto un sistema di licenza discrezionale per marmi e pietre tagliate e lavorate che poi era stato esteso anche a blocchi e slabs. Nel 2003 il sistema di licenze era stato rimosso, ma limitatamente ai blocchi di marmo. Misura chiaramente volta a mantenere in loco il valore aggiunto derivante dalla lavorazione e finitura del marmo in lastre. Gli importatori devono comunque ottenere un'autorizzazione da parte del Ministero del Commercio, procedura piuttosto lunga (sino a 6 mesi), complessa e limitata a quantità specifiche per specifici progetti di costruzione. Non è ammessa alcuna importazione di marmi e pietre tagliate e lavorate per usi diversi (piani cucina, mobili, ecc.). È singolare come in settori analoghi, quale quello della ceramica, non esista alcuna limitazione.

Il valore delle importazioni thailandesi è quindi piuttosto basso, poco più di 9 milioni di USD, anche se la quota è piuttosto in crescita. Il 46% delle importazioni di marmo provengono dalla Turchia. L'Italia è il secondo fornitore con una quota di poco inferiore al 20%, raddoppiatasi dal 2007 al 2008.

La questione è stata sollevata da Italia e Spagna ed al momento è all'esame della delegazione UE, a Bangkok per un intervento sulle autorità thailandesi. Se la procedura discriminatoria, che in effetti non ha motivazioni di particolare interesse per le Aziende thailandesi, dovesse sbloccarsi, potrebbero emergere interessantissime opportunità per le Aziende italiane.

### C) Lavorazioni di pietra, gesso e cemento (HS69)

Import code HS68 - Lavori di pietre, gesso e cemento									
	2005		2006		2007		2008		08/07
	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	growth %
WORLD	175,1	100,0%	172,7	100,0%	177,5	100,0%	227,9	100,0%	28,4%
1 JAPAN	58,9	33,7%	54,9	31,8%	53,8	30,3%	67,5	29,6%	25,5%
2 CHINA	20,7	11,8%	21,7	12,6%	26,8	15,1%	37,6	16,5%	40,5%
3 U.S.A.	11,9	6,8%	13,5	7,8%	14,0	7,9%	26,4	11,6%	88,6%
4 GERMANY	9,7	5,5%	10,2	5,9%	11,7	6,6%	17,4	7,6%	48,7%
5 ITALY	14,1	8,1%	12,5	7,2%	15,2	8,6%	13,9	6,1%	-8,8%
6 S. KOREA	9,2	5,3%	9,0	5,2%	7,9	4,5%	10,7	4,7%	35,2%
7 TAIWAN	6,9	4,0%	7,3	4,2%	6,7	3,8%	6,8	3,0%	1,7%
8 INDONESIA	7,5	4,3%	7,6	4,4%	5,6	3,2%	6,4	2,8%	13,6%
9 MALAYSIA	6,3	3,6%	6,2	3,6%	5,2	3,0%	5,4	2,4%	2,6%
10 INDIA	1,6	0,9%	1,8	1,1%	2,6	1,5%	4,2	1,8%	57,6%

Fonte: Custom Department, 2009

Si tratta prevalentemente di materiali per pavimentazione e rivestimento ed elementi decorativi per l'edilizia. Le importazioni hanno visto una crescita del 28,4% nel 2008, andamento superiore del 4% alla crescita media delle importazioni thailandesi. Sempre il Giappone primo fornitore, con una quota di quasi il 30% delle importazioni totali ed una crescita del 25,5%. Segue la Cina, che fa registrare una crescita notevolissima rispetto al 2007, oltre il 40%, per un valore di 37,6 milioni di USD. Fortissima la crescita degli USA, 88,6%, terzi fornitori con un quota dell'11,6%. L'Italia è quinta, preceduta dalla Germania, anche questa in forte crescita (+48,7%). La quota italiana decresce di quasi il 9%, dopo un quinquennio piuttosto stazionario. Anche in tale comparto le potenzialità del prodotto italiano si concentrano sui prodotti di design e di forte contenuto artigianale.

## Prodotti di ceramica (HS69)

	2005		2006		2007		2008		08/07
	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	growth %
WORLD	234,89	1,00	249,60	1,00	313,99	1,00	408,20	100,00%	30,00%
1 CHINA	67,22	0,29	82,50	0,33	98,27	0,31	144,31	35,35%	46,84%
2 JAPAN	84,05	0,36	70,85	0,28	99,05	0,32	109,81	26,90%	10,86%
3 MALAYSIA	17,90	0,08	32,34	0,13	36,07	0,11	53,82	13,19%	49,21%
4 GERMANY	10,09	0,04	12,21	0,05	12,66	0,04	17,19	4,21%	35,81%
5 INDONESIA	12,99	0,06	12,19	0,05	9,77	0,03	14,78	3,62%	51,27%
6 U.S.A.	7,26	0,03	8,53	0,03	11,29	0,04	12,30	3,01%	9,00%
7 SPAIN	2,76	0,01	3,32	0,01	6,74	0,02	11,65	2,85%	72,97%
8 VIETNAM	3,94	0,02	4,20	0,02	8,27	0,03	7,30	1,79%	-11,74%
9 ITALY	8,82	0,04	6,01	0,02	5,45	0,02	6,69	1,64%	22,76%
10 S. KOREA	0,60	0,00	1,70	0,01	3,40	0,01	5,00	1,22%	47,06%

Fonte: Custom Department, 2009

L'aggregato include tutti i prodotti della ceramica, inclusi le piastrelle ed i sanitari. Si tratta di un settore dove esiste una buona produzione locale, sia in termini quantitativi che qualitativi. Il valore delle importazioni è comunque in crescita, dai circa 250 milioni di USD del 2005 agli attuali 408, e rispetto al 2007 la crescita è stata considerevole (+30%).

Il primo fornitore straniero è la Cina, con una quota di oltre il 35%, seguita da Giappone (26,9%) e Malesia (13,2%). L'Italia è nona, con una quota dell'1,6% circa, piuttosto stazionaria negli anni. Si tratta di un mercato molto concorrenziale, gli spazi possono essere ricercati nella fascia alta e di lusso, dove design e stile prevalgono nelle scelte d'acquisto.

## Materiali ed oggetti in legno (HS44)

Import code HS44 - Legno e lavori in legno									
	2005		2006		2007		2008		08/07
	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	growth %
WORLD	728,85	100,00	637,65	100,00	619,87	100,00	665,56	100,00	7,37%
1 MALAYSIA	351,59	0,48	248,74	0,39	258,96	0,42	254,44	38,23	-1,74%
2 MYANMAR	97,99	0,13	104,50	0,16	86,34	0,14	120,75	18,14	39,85%
3 CHINA	44,82	0,06	60,70	0,10	72,85	0,12	78,18	11,75	7,31%
4 LAOS	80,36	0,11	81,75	0,13	60,01	0,10	63,53	9,55	5,86%
5 U.S.A	32,37	0,04	37,23	0,06	32,65	0,05	30,63	4,60	-6,19%
6 NEW ZEALAND	11,36	0,02	13,15	0,02	20,54	0,03	19,60	2,94	-4,58%
7 AUSTRALIA	7,74	0,01	7,44	0,01	8,65	0,01	9,99	1,50	15,56%
8 INDONESIA	12,70	0,02	9,31	0,01	8,70	0,01	9,45	1,42	8,67%
9 PAPUA NEW GUINEA	9,84	0,01	5,07	0,01	6,18	0,01	7,82	1,17	26,57%
10 GERMANY	6,48	0,01	5,73	0,01	6,04	0,01	7,04	1,06	16,48%
16 ITALY	3,73	0,01	3,21	0,01	3,56	0,01	3,32	0,50	-6,75%

Fonte: Custom Department, 2009

L'aggregato comprende il legno ed i lavori in legno, prevalentemente utilizzati nell'industria dell'edilizia. La circostanza rende prevalente la pozione dei Paesi limitrofi produttori della materia prima (in particolare Malesia, Myanmar e Laos) sempre meno disponibile in loco a causa delle politiche anti deforestazione. Esiste comunque una produzione locale considerevole. L'Italia è il decimo fornitore con una quota dello 0,5%. E' probabilmente l'area nella quale risultano minori le possibilità di crescita della quota italiana.

## D) Rubinetterie e valvole (HS 8481)

Import code HS8481 - Rubinetteria e valvole									
	2005		2006		2007		2008		08/07
	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	growth %
WORLD	407,55	100,00	475,66	100,00	570,55	100,00	729,24	100,00	27,81%
1 JAPAN	114,74	28,15	124,87	26,25	147,02	25,77	174,12	23,88	18,43%
2 CHINA	47,32	11,61	77,53	16,30	89,12	15,62	112,55	15,43	26,29%
3 U.S.A.	71,67	17,59	72,91	15,33	74,34	13,03	90,16	12,36	21,28%
4 ITALY	28,09	6,89	29,70	6,24	61,80	10,83	66,79	9,16	8,08%
5 GERMANY	35,20	8,64	40,91	8,60	53,77	9,42	50,11	6,87	-6,82%
6 S. KOREA	7,07	1,74	8,51	1,79	16,64	2,92	35,12	4,82	111,09%
7 SINGAPORE	10,76	2,64	12,77	2,68	14,47	2,54	24,15	3,31	66,89%
8 UNITED K.	16,14	3,96	15,65	3,29	20,92	3,67	23,02	3,16	10,04%
9 SPAIN	5,76	1,41	3,47	0,73	6,04	1,06	20,85	2,86	244,95%
10 TAIWAN	13,97	3,43	16,85	3,54	18,85	3,30	16,52	2,27	-12,35%

Fonte: Custom Department, 2009

L'aggregato include tutto il complesso delle attrezzature idrauliche connesse alla rubinetteria, alle valvole, ecc. Non si tratta quindi solamente di rubinetteria per sanitari ma di tutto il complesso di attrezzature utilizzate prevalentemente nell'edilizia (valvole, regolatori di pressione) e nella gestione di impianti (condizionatori, radiatori, ecc.) connessi al settore delle costruzioni. Si tratta di un settore molto tecnico, nel quale sussistono ottime opportunità. Il valore delle importazioni è abbastanza

elevato, circa 730 milioni di USD, in crescita sostenuta negli ultimi 4 anni. Il principale fornitore straniero è il Giappone con una quota del 29% sul totale, per un valore di 174 milioni di USD ed una crescita del 18,4%. Ritroviamo la Cina come secondo fornitore, con una quota del 15,4% sulle importazioni totali, ed in continua forte crescita. Non molto inferiori le importazioni dagli USA (12,6%), che crescono del 21,3%.

L'Italia è ben posizionata: esporta per un valore di 66,8 milioni di USD. La crescita è stata molto forte tra il 2006 ed il 2007, periodo nel quale le esportazioni verso la Thailandia sono più che raddoppiate, rallentando nell'ultimo anno a circa l'8%.

È un settore particolarmente interessante per la produzione italiana, sia nel segmento che riguarda più propriamente gli articoli di design (rubinetteria sanitaria), che per gli articoli prettamente tecnici (valvole di regolazione per impiantistica).

#### E) Vetro e prodotti in vetro (HS70)

Import code HS70 - Prodotti del vetro									
	2005		2006		2007		2008		08/07 growth %
	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	
WORLD	430,3	100,0%	440,9	100,0%	485,3	100,0%	521,5	100,0%	7,5%
1 JAPAN	143,0	33,2%	161,0	36,5%	176,9	36,5%	156,4	30,0%	-11,6%
2 CHINA	66,7	15,5%	77,0	17,5%	106,0	21,9%	125,9	24,1%	18,7%
3 MALAYSIA	37,9	8,8%	32,3	7,3%	30,4	6,3%	33,9	6,5%	11,8%
4 U.S.A.	19,4	4,5%	22,3	5,1%	19,7	4,1%	26,1	5,0%	32,4%
5 AUSTRIA	17,2	4,0%	23,4	5,3%	28,5	5,9%	25,7	4,9%	-9,7%
6 TAIWAN	14,1	3,3%	12,6	2,9%	15,3	3,2%	24,1	4,6%	57,4%
7 GERMANY	23,4	5,4%	22,9	5,2%	22,7	4,7%	21,6	4,1%	-4,8%
8 INDONESIA	28,5	6,6%	16,9	3,8%	19,0	3,9%	17,8	3,4%	-6,0%
9 SWITZERLAN	12,8	3,0%	10,8	2,5%	11,5	2,4%	15,0	2,9%	29,5%
10 FRANCE	10,7	2,5%	9,2	2,1%	7,6	1,6%	9,2	1,8%	22,0%
11 ITALY	3,2	0,7%	9,2	2,1%	7,6	1,6%	9,2	1,8%	22,0%

Fonte: Custom Department, 2009

L'aggregato comprende tutte le lavorazioni del vetro, buona parte delle quali per utilizzi edili e per l'arredamento. Pur esistendo una buona produzione locale, le importazioni sono abbastanza consistenti

ed in discreta crescita. L'Italia è undicesima ed esporta in Thailandia per un valore di 9,2 milioni di USD, piuttosto stazionario sino al 2004 ed in forte crescita a partire dal 2005. La crescita nel 2008 rispetto al 2007 è stata del 22%.

### **Grado di apertura alle importazioni**

Come per tutti gli altri settori, anche per quello dei materiali da costruzione, dei mobili e dei componenti d'arredo la Thailandia è un mercato che può essere giudicato relativamente chiuso o relativamente aperto alle importazioni. A parte il settore del marmo, nel quale vengono attuate politiche chiaramente protezionistiche, i dazi sono molto variabili. Alcuni prodotti sono esenti o gravati da dazi minimi, la maggior parte dei prodotti importati tuttavia viene tassata con aliquote dal 10 al 30%. Su tutti i prodotti si applica l'IVA al 7%. Maggiori dettagli sulle singole imposte in allegato.

### **Esportazioni**

L'industria del mobile in Thailandia, come peraltro tutta l'industria manifatturiera thailandese, è fortemente orientata verso l'export. Circa il 70% della produzione è destinata ai mercati esteri. Tra questi, oltre al Giappone, i principali paesi acquirenti sono Stati Uniti e U.E.

I produttori thailandesi operano in maniera prevalente nel settore OEM (Original Equipment Manufacturing), che rappresenta circa il 70% della produzione. Il restante 30% si dedica all'Original Design Manufacturing (ODM) e all'Original Brand Manufacturing (OBM).

La Thailandia nel 2008 ha esportato nel settore dei mobili per circa 1,4 miliardi di USD, con un incremento del 7% sul 2007. Anche se la crescita è circa la metà rispetto alla crescita media delle esportazioni thailandesi nel 2008, il valore è di tutto rispetto.

Primo Paese acquirente è il Giappone, che importa circa il 21% del totale delle esportazioni thailandesi. Seguono USA (21,1%) e UK (18,1%). L'Italia è nona col 2,4%.

### **Canali distributivi**

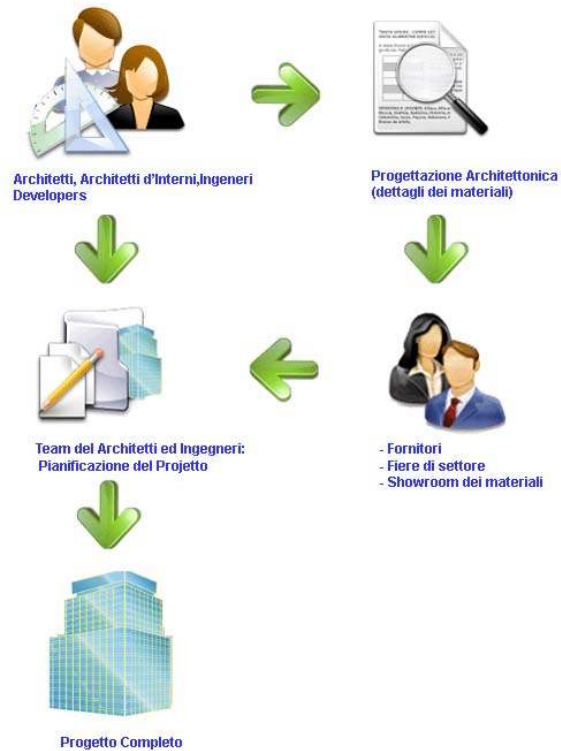
In Thailandia, come peraltro avviene oramai su moltissimi mercati internazionali, gli architetti d'interni sono figure professionali che influenzano in maniera determinante gli acquisti. Tutti gli showroom di rilievo dispongono di un team che progetta arredamenti per casa e ufficio. Per realizzare i progetti di costruzione edilizia, viene sviluppata una pianificazione architettonica piuttosto complessa. Per i grandi progetti l'attività è coordinata da un "project manager" con la supervisione di architetti, ingegneri, imprese costruttrici, enti appaltatori.

Il sistema di acquisizione dei materiali dipende dalle decisioni dell'azienda costruttrice e dello studio di design che sviluppa il progetto architettonico. Le ditte di costruzioni e gli studi di design più importanti (Italian Thai Development Public Co.,Ltd., Sino-Thai Construction Public Co. Ltd., A49 Co.,Ltd.), dispongono di una divisione specifica che cura l'aggiornamento dei database su materiali e fornitori, diviso in sezioni di progettazione architettonica. Anche importatori e distributori dei materiali dispongono spesso di team specializzati, in stretto contatto con le ditte di costruzione e gli studi di design. Le principali Aziende thailandesi in grado di offrire una gamma completa di materiali per l'edilizia e complementi d'arredo sono Skulthai Co. Ltd. e Boonthavorn Co.,Ltd.

Come oramai avviene sulle piazze più evolute, gli studi di design ed i costruttori di medie dimensioni, normalmente hanno contatti diretti con i fornitori e acquistano materiali su contatto per ogni progetto. I rivenditori specializzati (Homepro, Boonthavorn, SCG Homem) che operano anche nel retail, ma hanno divisioni specializzate per i grandi clienti, sono il punto di riferimento per questo gruppo di

acquirenti ed offrono un prezzo speciale per studio di design e ditta costruttrice. Gli architetti/ingegneri delle aziende di media scala visitano regolarmente i centri commerciali specializzati e le fiere di settore per aggiornare i materiali ed acquistare dei contatti.

### Ciclo d'acquisto dei prodotti per arredamento ed edilizia



*Elaborazione di ICE Bangkok, gennaio 2009*

#### **Architetti e Developers, figure chiave nel processo decisionale**

Gli architetti e gli architetti d'interni sono figure chiave nei processi decisionali di acquisto dei prodotti di arredamento e costruzione. Esiste un rapporto molto stretto tra lo studio di design ed il costruttore, decisivo nella pianificazione e realizzazione dei progetti. L'approccio dei fornitori alle figure decisionali è vario e complesso, spesso si basa su rapporti di collaborazione consolidati, suggerimento dei precedenti clienti, pubblicità sui giornali o riviste di settore, newsletter, ecc. Una forma di acquisizione abbastanza utilizzata è il tender. È chiaro che le Aziende ben introdotte nel settore a livello internazionali avranno migliori chance di successo.

In Thailandia, l'esercizio della professione di architetto ricade sotto la lista n. 3 del Foreign Business Act e pertanto non può essere esercitata da stranieri a meno di autorizzazioni speciali dal parte del Department of Commercial Registration - Ministero del Commercio - e dal Foreign Business Board.

A tale limitazione si aggiunge anche la obbligatorietà di avere un "architect license", nonché la registrazione dello studio come "juristic person" per esercitare la professione nell'ambito del "Council of Architects". La legge non permette a stranieri la possibilità di avere la maggioranza nelle imprese, per le attività indicate nella lista 3. Professionisti stranieri esercitano la loro attività di progettazione, ma i lavori vengono firmati da un professionista Thailandese. Ciò costituisce in ogni caso una forte limitazione alla internazionalizzazione del settore. L'apertura del mercato in generale è d'altronde una delle esigenze che il Paese dovrà presto affrontare se vorrà svilupparsi in maniera adeguata.

L'apporto di capitali stranieri a partire dagli anni '70, che ha peraltro portato innovazione e modernizzazione della struttura industriale del Paese, è stato infatti la chiave dello sviluppo della Thailandia. I rischi connessi sono senz'altro inferiori ai vantaggi, in un contesto di globalizzazione che impone scelte obbligate da cogliere proprio nei momenti di crisi.

Le figure chiave nel processo sono quindi:

***Architetti:***

Ci sono circa 3.000 architetti registrati nel 2007. L'Association of Siamese Architect (ASA) è un'associazione professionale fondata nel 1933. L'ASA organizza seminari di settore che possono essere una buona occasione per incontrare professionisti architetti.

***Architetti d'interni:***

In Thailandia, ci sono 352 Studi di architetti d'interni registrati presso il Council of Architects. L'Interior Design Association (TIDA) è un'associazione professionale di architetti d'interni, fondata nel 1985 con 1420 membri (2008). Attualmente la Presidentessa della TIDA è la Sig.ra Maytinee Suwannabun, Project Development Manager del "The Mall Group".

***Allestitori per residenze:***

Esistono circa 3.000 aziende registrate presso l'Associazione degli Allestitori Thailandesi, delle quali 541 come Società per azioni e 52 come Home Builder Association (HBA).

***Developers – Imprese immobiliari***

In Thailandia, ci sono 11 associazioni di rilievo, come Developers del settore immobiliari: Thai Real Estate Association, Housing Business Association, Thai Condominium Association, Real Estate Broker Association, Real Estate Sales and Marketing Association, Home Builder Association, The Valuers Association of Thailand, Thai Appraisal Foundation, Thai Valuers Association, Thai Contractors Association and Housing Finance Association. I principali developers sono quotati in Borsa con un capitale registrato superiore al miliardo di Baht.

***Tipologia dei distributori***

La distribuzione dei prodotti di arredamento e mobili in Thailandia avviene essenzialmente attraverso tre canali: i negozi di arredamento non specializzati, i negozi di arredamento specializzati e la grande distribuzione specializzata nel settore.

**a) negozi di arredamento non specializzati:**

hanno perso parte del loro peso nel corso degli ultimi anni e la riduzione del numero di punti vendita è piuttosto evidente. Molti di questi si sono trasformati in punti vendita specializzati.

I negozi di arredamento non specializzati spesso si caratterizzano per un'offerta di livello qualitativo decisamente basso. Solitamente trattano prodotti thailandesi che rientrano nella fascia a prezzo basso. In alcuni casi commercializzano prodotti d'importazione dalla Cina e Vietnam.

**b) negozi specializzati:**

si concentrano sulla distribuzione di tipologie particolari di prodotto, ad esempio di cucine, arredo-bagno, divani e poltrone, camere da letto, ecc. Nel corso degli ultimi anni, il numero di tali punti vendita è aumentato gradualmente, particolarmente a Bangkok, dove la domanda di condomini privati

stanno aumentato continuamente. I rivenditori specializzati offrono un'ampia gamma di scelta al consumatore, nell'ambito dell'area di specializzazione. I punti vendita di livello medio-alto e di prestigio tendono a privilegiare prodotti d'importazione di qualità adeguata e marchi conosciuti. Si concentrano soprattutto nelle grandi città come Bangkok, Phuket, Hua Hin, Nakornrachasima e Chiang Mai, mercati nei quali è possibile trovare la scelta più ampia ed il prodotto di qualità.

I negozi di arredamento specializzati sono molto orientati ed interessati alla produzione italiana.

Costituiscono quindi un ottimo interlocutore per le Aziende italiane, non soltanto in quanto orientati verso un prodotto di qualità, ma anche in quanto operano con politiche centralizzate per quanto concerne gli approvvigionamenti. Un buon contatto con l'ufficio acquisti di una catena di negozi di arredamento specializzati può costituire un'opportunità facilmente gestibile di distribuzione dei propri prodotti in un numero elevato di punti vendita.

Tutti i distributori di mobili italiani sono grandi player della distribuzione di mobili in Thailandia. Se ne contano circa una ventina e controllano complessivamente circa 50 punti vendita.

### **Negozi specializzati/showroom del settore del mobile a Bangkok**



**c) Grande Distribuzione/Modern Trade.** Il settore della grande distribuzione e delle catene specializzate nella rivendita di mobili si è sviluppato nel corso degli ultimi anni e continua a crescere a ritmi sostenuti. Sono costituite da molti punti vendita di dimensioni medie o medio-grandi che solitamente commercializzano un'ampia scelta di articoli diversificati per categorie (cucine, piastrelle, salotti, imbottiti, arredo-bagno, materiali per giardino, illuminazione, ecc.) e per qualità. Le catene di distribuzione nascono come rete di commercializzazione dei prodotti di alcuni grossi produttori locali di mobili, ad esempio del gruppo SB Furniture, grosso produttore thailandese di mobili che ha aperto numerosi punti vendita nella città (gli showroom del marchio "SB Furniture" per il cliente di livello medio e medio-alto e gli showroom del marchio "winner" per il cliente medio e medio-basso) ed è attualmente una tra le catene di distribuzione di maggiore importanza.

I grandi distributori possono sfruttare economie di scala nei rifornimenti, che consentono loro di mantenere il prezzo di vendita al pubblico inferiore rispetto a quello praticato dai distributori più piccoli. I supermercati del mobile stanno sorgendo in particolar modo nel centro delle comunità residenziali alla periferia delle grandi città (Bangkok, Pattaya, Hua Hin, Phuket, Chiang Mai, Nakornrachasima, ecc.).

### Centri Commerciali Specializzati



Da sinistra: HomePro (Gruppo Land&House), HomeWorks (Gruppo Central) e SB Design Square

### Analisi SWOT dei prodotti/servizi italiani nei settori costruzioni, mobili e complementi d'arredo in Thailandia

Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Elevata specializzazione dei sistemi produttivi locali (particolarmente 'supply chain' dell'industria dei mobili).</li> <li>+ Elevata propensione all'apertura ai mercati esteri.</li> <li>+ Livello di dotazione infrastrutture sufficiente a garantire accesso ai principali mercati esteri.</li> <li>+ Prossimità strategica ai mercati ASEAN e Cina.</li> <li>+ Buona capacità di gestione dei rapporti con gli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scarsa attitudine alla cooperazione tra imprese al di fuori dei rapporti di subfornitura.</li> <li>- Carezza di adeguati profili professionali.</li> </ul>

operatori della distribuzione organizzata.	
<b>Opportunità</b>	<b>Rischi</b>
+ Buone prospettive di sviluppo delle relazioni economiche e commerciali verso ASEAN, Oceania, India, Medio Oriente e Far East. + Buona manodopera specializzata + Incentivi governativi e supporto R&D da varie istituzioni locali.	- Rafforzamento della concorrenza interna, specie tra le realtà produttive più forti, a scapito delle logiche di sistema e degli sforzi di tutela dell'immagine della produzione locale.

### Conclusioni - Opportunità d'affari

Posto che su ogni analisi sulle prospettive economiche generali della Thailandia come sulle prospettive di mercato dei singoli settori grava l'incognita della evoluzione della crisi globale, è lecito ritenere che il settore delle costruzioni, dei materiali per costruzione e dei mobili e complementi d'arredo potrà continuare ad avere uno sviluppo adeguato nel medio periodo.

Data la spiccata vocazione turistica del Paese, i settori delle costruzioni alberghiere e delle attività commerciali sono comunque in espansione. Quasi tutte le grandi catene alberghiere internazionali prevedono nuovi progetti, hotel e resort di lusso nelle località turistiche tradizionali ed in quelle emergenti. Nel settore turistico l'espansione è peraltro sostenuta non solamente dalle catene internazionali dei grandi alberghi, ma anche da piccoli costruttori, che offrono alla clientela alloggi di lusso in zone esclusive.

Anche nel settore residenziale riteniamo probabile che lo sviluppo continui. Le Società protagoniste del mercato residenziale, i Property Developers, sono grandi imprese, molte delle quali quotate in borsa. Alcune sono sostenute da grandi investimenti provenienti dall'estero, come Singapore ed Hong Kong. Operano soprattutto nel settore dei condomini di lusso, attualmente in fase di espansione.

Attenzione merita anche il settore delle costruzioni di complessi ospedalieri privati. La Thailandia, che è diventata un hub del turismo sanitario in Asia, sviluppa complessi che non sono più solamente unità ospedaliere ma più in generale dei Centri di Benessere corredati anche di ristoranti, negozi, ecc.

Più in generale il settore delle costruzioni, per migliorare i suoi standard qualitativi e di efficienza, ha comunque bisogno di tecniche avanzate di costruzione e di materiali di pregio. In tale ambito non va dimenticato un altro mercato che può offrire grandi opportunità, che è quello del restauro e della ristrutturazione delle abitazioni, che risulta in espansione.

Anche nel settore dell'edilizia popolare, nella quale si utilizzano in maniera prevalente materiali prefabbricati al fine di contenere i costi, sono previsti interventi per la costruzione di ulteriori 40.000-50.000 unità nel corso del 2009.

Tutti questi elementi ci inducono a ritenere che in Thailandia la domanda di mobili e complementi d'arredo, direttamente connessa allo sviluppo del settore delle costruzioni, oltre che allo sviluppo economico generale del Paese e dei livelli di reddito della popolazione, abbia buone possibilità di crescita.

Registriamo già adesso segnali piuttosto netti sulla tendenza del settore delle costruzioni, sia a livello residenziale che alberghiero e turistico, che sembra orientarsi verso la fascia alta del lusso. E' la fascia che verosimilmente meno verrà condizionata dalla crisi globale.

La fascia alta è peraltro quella che interessa maggiormente la produzione italiana, che si caratterizza per un alto contenuto di design, qualità dei materiali e livello di finitura. La percezione del consumatore thailandese rispetto al prodotto italiano è assolutamente in linea con tali caratteristiche.

Riteniamo quindi che le aziende italiane potranno intercettare una domanda di prodotto di qualità e design che sicuramente non verrà a mancare e che al contrario giudichiamo in crescita potenziale.

La produzione locale è ben sviluppata anche sulla fascia alta ed attiva non soltanto sul mercato domestico ma anche sui mercati limitrofi (Cina, Vietnam, Malaysia e Medio Oriente). I termini quantitativi di tale produzione sono tuttavia abbastanza limitati. Ancor più limitato risulta il contenuto in termini di design, ma soprattutto in termini di caratterizzazione del prodotto. La produzione italiana, unitamente a quella di taluni nostri concorrenti europei (Svezia e Germania in particolare) ha una fortissima caratterizzazione ed un fortissimo connotato di qualità. Il materiale, il mobile ed il complemento d'arredo italiano, risulta di per sé stesso ed in quanto italiano prodotto di stile, di design e di qualità.

Ciò avviene non soltanto nel settore del mobile ma per ogni produzione tipica italiana, dal food alla Moda, dai Vini al settore automobilistico. I Thailandesi percepiscono lo stile di vita italiano come sinonimo di qualità e gusto raffinato. Il design italiano sta gradualmente entrando a far parte degli ambienti di vita dei top executive thailandesi ed espatriati, nei complessi residenziali di alto livello e negli alberghi di lusso. Aziende italiane di furniture design, da Driade a Kartell, da Guzzini a Scavolini, da Poltrona Frau a B&B Italia, hanno trovato nel settore contract la chiave di accesso privilegiata a questo grande mercato in espansione.

L'offerta italiana, nonostante la concorrenza di paesi quali Cina, Singapore, Korea, ecc., considerata l'espansione promettente del settore, potrà trovare opportunità nel segmento del "lusso", non solo nel settore del mobile, ma anche nel campo delle forniture dei sanitari, della ferramenta, della sicurezza, dell'engineering, dei materiali, dei sistemi di costruzione.

#### *Materiali da costruzione*

Le maggiori opportunità sussistono nei materiali di rivestimento di alta qualità. Esiste una produzione locale e comunque di Paesi limitrofi di qualità media e medio-bassa (piastrelle ceramiche, marmi, rivestimenti in legno, sanitari, ecc) che non consente spazi di mercato adeguati nella fascia media. Le opportunità sussistono quindi nella fascia alta e soprattutto del lusso, dove i contenuti di design e qualità costruttiva possono dare valore aggiunto ad un prodotto che deve essere percepito come esclusivo. Ottime opportunità potrebbero sussistere nel settore dei rivestimenti in marmo ed in pietra qualora non esistessero le barriere tariffarie e le limitazioni all'importazione attualmente in vigore. Dell'argomento si sta occupando la delegazione EU a Bangkok e l'auspicata soluzione aprirebbe spazi di mercato interessantissimi per la produzione italiana.

#### *Mobili*

Sul mercato thailandese esistono una produzione ed una presenza di marchi italiani affermate e consolidate. La concorrenza è costituita da altri prodotti d'importazione nella fascia alta del mercato, particolarmente da Giappone, USA, Germania e Francia. Le importazioni sono in forte crescita ed alimentano sia il mercato dell'allestimento di hotel e residence che il mercato privato. Sul quest'ultimo il prodotto italiano è piuttosto consolidato per quanto riguarda i grandi marchi (Poltrona Frau, Natuzzi, etc.), l'introduzione di nuovi marchi e di nuove linee di prodotto presso la distribuzione di livello contribuirebbe senz'altro ad una maggiore affermazione del mobile italiano nelle scelte del consumatore thailandese. Prevediamo ottime opportunità anche e soprattutto nel settore dell'arredamento di hotel, residence e condomini, nel quale una maggiore conoscenza della produzione italiana da parte degli studi di architettura e dei contractor potrebbe produrre risultati molto interessanti. In tale ambito si prospettano ottime opportunità nell'arredamento di base dei condomini

(cucine, divani, sedie, tavoli, ecc.) che normalmente sono dotazione di serie degli appartamenti, successivamente personalizzati da inquilini ed acquirenti con mobili proprio.

#### *Complementi d'arredo e rubinetteria*

Settore molto eterogeneo e molto promettente per talune produzioni, in particolare per gli articoli da illuminazione, la maniglieria e la rubinetteria. Anche in tale ambito riteniamo che la chiave di affermazione del prodotto italiano sul mercato thailandese sia il contatto con gli studi di architettura ed i contractor, sia per quanto riguarda il settore alberghiero che per quello dei condomini e residence. Altro canale distributivo particolarmente importante per tali prodotti è quello della Grande distribuzione specializzata (Homepro) e dei Department Store.

Le Aziende italiane potranno quindi trovare buone opportunità sul mercato thailandese facendo leva sul livello qualitativo della propria produzione, basato su contenuti di design, pregio della materia prima, caratteristiche costruttive ed affidabilità. Sarà necessario un approccio al mercato particolarmente mirato, privilegiando il contatto diretto con gli studi di architettura, particolarmente per il contract, e ricercando un distributore adeguato per clientela ed immagine. Molto utile risulterà la partecipazione alle numerose fiere del settore (vedi allegato) ed attività di ricerca mirata di partner commerciali (importatori, distributori, agenti).

#### *Edilizia ospedaliera*

Settore come già detto in forte espansione, in ragione del consolidamento della Thailandia quale hub sanitario in Asia. Lo sviluppo del settore ospedaliero è una delle priorità dell'attuale Governo, che ha annunciato stanziamenti notevoli per l'ammodernamento dei vecchi ospedali e la costruzione di nuove strutture. In programma anche la liberalizzazione della professione medica agli stranieri, che potrebbe incrementare notevolmente lo sviluppo del settore medico in Thailandia. Numerosissime le strutture private, grandi ospedali ma anche piccole strutture ambulatoriali, che offrono le cure mediche più disparate, di altissima qualità a costi molto competitivi. La circostanza fa della Thailandia una delle mete sanitarie più gettonate dell'Asia.

Lo sviluppo del settore sta creando un forte bisogno di arredamento ed attrezzature sanitarie e medicali, dalle più semplici alle più sofisticate, la maggior parte delle quali vengono importate. Quello delle attrezzature elettromedicali è uno dei settori che nel 2008 ha fatto registrare uno degli incrementi più alti nelle importazioni thailandesi, ed in particolare dall'Italia.

Si aprono quindi opportunità molto interessanti per la produzione italiana, che a livello tecnologico è particolarmente competitiva ed affidabile.

Ottime opportunità potranno scaturire nel rapporto con i grandi Ospedali privati e nel contatto con le categorie mediche thailandesi, decisive nei processi di acquisizione delle attrezzature.

#### *Arredamento per negozi, ristoranti, centri commerciali*

Altro settore, come abbiamo visto in forte espansione, potrà riservare ottime opportunità di business. La distribuzione thailandese è molto diversificata sia a livello qualitativo che a livello imprenditoriale. Esiste una grande varietà di esercizi, ma lo sviluppo prevedibile è sul settore di fascia alta. La GDO internazionale è fortemente presente e sta dando un'impronta di stile decisiva anche alla GDO locale. Lo sviluppo del settore apre ottime opportunità in tutti i settori dell'arredamento commerciale, dalle boutique ai supermercati alimentari. Le migliori opportunità si intravedono sempre nei prodotti di design, particolarmente importanti nelle strutture commerciali di livello, e nelle attrezzature più tecniche (vetrine refrigerate, banchi frigo, ecc.).

Le opportunità in tutti i settori sopraindicati sono in ogni caso limitate alle fasce di mercato da medio-alta al lusso e nell'ambito di prodotti tecnologicamente avanzati. Le fasce di mercato inferiori ed i prodotti di scarso contenuto tecnologico sono coperti dalla produzione locale o dei Paesi dell'area a basso costo di produzione. Nelle fasce alte la crisi economica internazionale, con la quale comunque bisognerà fare i conti, avrà senz'altro effetti relativi. Sulla fascia medio-alta l'impatto nel breve-medio periodo potrebbe essere invece più significativo.

Sarà importante capire quanto la Thailandia e l'Area Asiatica saranno toccate dalla crisi dei mercati internazionali. Con ogni probabilità nel 2009 registreremo ancora una crescita economica, circostanza che potrebbe creare quelle opportunità che mercati vicini quasi sicuramente non potranno offrire. L'occasione potrebbe quindi essere propizia per diversificare i mercati e cominciare a consolidare una presenza nell'Area. La Thailandia potrebbe essere da questo punto di vista una scelta appropriata: una base "facile" da gestire, ben collegata con il resto dell'Asia e del Mondo, una piattaforma dalla quale poter curare gli altri mercati dell'Area Asiatica.

### **Attività di promozione**

L'Italia non ha mai partecipato in forma ufficiale a fiere del settore delle costruzioni. Sarebbe pertanto auspicabile un intervento promozionale in tale ambito. Occasione molto utile potrebbe essere rappresentata dalla Fiera "Architect", manifestazione particolarmente importante nella quale una presenza ufficiale italiana potrebbe senz'altro apportare valore aggiunto all'immagine della produzione italiana nonché ottime opportunità commerciali. Altro veicolo promozionale interessante potrebbe essere promuovere la partecipazione al SAIE di Bologna di visitatori thailandesi, attualmente molto più orientati, oltre che verso i Paesi asiatici, verso gli USA e la Germania.

Per quanto riguarda il settore del mobile, gli operatori thailandesi - importatori/distributori del settore - si sono da sempre dimostrati molto interessati al "Salone del Mobile" di Milano. Ogni anno l'Ambasciata d'Italia a Bangkok è sommersa da richieste di visto da parte degli operatori che vogliono recarsi a Milano per la manifestazione fieristica. La stampa locale ne riporta ogni anno gli echi, dando grande risalto ad ogni novità sul trend del design italiano.

### Principali riviste di arredamento:

Il sistema pubblicitario più diffuso è l'inserzione nelle riviste del settore: Elle Decoration, Rooms, Home and Garden, DayBed, CASAVIVA, ecc.

Principali fiere di settore:

- Mostra: **“Architect”**

*Periodo:* aprile / maggio

*Luogo:* IMPACT Muang Thong Thani

Manifestazione di livello internazionale, molto importante nel settore dell'arredamento e delle costruzioni

[www.architectexpo.com/showprofile-arc.htm](http://www.architectexpo.com/showprofile-arc.htm)

Lo stesso organizzatore si occupa di altri eventi su scala regionale che segnaliamo di seguito:

- Mostra: **“Architect Taksin”**

*Periodo:* marzo

*Luogo:* Centro Commerciale “Jungceylon” (Gruppo Central), Phuket (Sud)

[www.architectexpo.com/showprofile-taksin.html](http://www.architectexpo.com/showprofile-taksin.html)

- Mostra: **“Architect Esarn”**

*Periodo:* agosto *Luogo:* Centro Commerciale “The Mall”, Nakornratchasima (Nord-est)

[www.architectexpo.com/showprofile-esarn.html](http://www.architectexpo.com/showprofile-esarn.html)

- Mostra: **“Architect Lanna”**

*Periodo:* novembre

*Luogo:* Chiang Mai University, Chiang Mai (Nord)

[www.architectexpo.com/showprofile-lanna.html](http://www.architectexpo.com/showprofile-lanna.html)

Altre mostre di livello nazionale ed internazionale sono:

- Mostra: **“Thailand International Furniture Fair 2009 (TIFF 2009)”**

*Periodo:* marzo

*Luogo:* IMPACT Exhibition Center, Bangkok

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

- Mostra: **“Interior Intrend”**

*Periodo:* settembre

*Luogo:* Royal Paragon Hall, Siam Paragon, Bangkok

[www.interiorintrend.com/home.html](http://www.interiorintrend.com/home.html)

- Mostra: **“BIG & BIH”** (Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair)

*Periodo:* aprile 2009 / ottobre

*Luogo:* IMPACT Exhibition Center, Bangkok

<http://www.thaitradefair.com/fairin/big09>

<http://www.thaitradefair.com/fairin/bigoct09>

Ulteriori informazioni ed aggiornamenti sugli eventi fieristici in Thailandia, a cura del DEP – Department of Export Promotion, si possono trovare sul sito [www.thaitradefair.com/2009/index.aspx](http://www.thaitradefair.com/2009/index.aspx)

## **Dazi applicati ai materiali da costruzione, ai mobili ed ai complementi d'arredo**

### **HS-Code 2515:**

Marble, travertine, ecaussine and other calcareous monumental or building stone of an apparent specific gravity of 2.5 or more, and alabaster, whether or not roughly trimmed or merely cut, by sawing or otherwise, into blocks or slabs of a rectangular (including square) shape.

**There are 2 tariff rates for the following subheadings.**

1. HS-Code 2515.11: Crude or roughly trimmed  
HS-Code 2515.12: Merely cut, by sawing or otherwise, into blocks or slabs of a rectangular (including square) shape for width, length and height not less than 50 cm  
HS-Code 2515.20: Ecaussine and other calcareous monumental or building stone; alabaster  
**Import tax 1% + VAT 7%**
2. HS-Code 2515.12: Other merely cut, by sawing or otherwise, into blocks or slabs of a rectangular (including square) shape; and slabs  
**Import tax 12.5% + VAT 7%**

### **HS-Code 4414:**

Wooden frames for paintings, photographs, mirrors or similar objects.

**Import tax 30% + VAT 7%**

### **HS-Code 4419:**

Tableware and kitchenware, of wood.

**Import tax 30% + VAT 7%**

### **HS-Code 4420:**

Wood parquetry and inlaid wood; caskets and cases for jewellery or cutlery, and similar articles, of wood; statuettes and other ornaments, of wood; wooden articles of furniture not falling in Chapter 94.

**Import tax 30% + VAT 7%**

### **HS-Code 8481:**

Taps, cocks, valves and similar appliances for pipes, boiler shells, tanks, vats or the like, including pressure-reducing valves and thermostatically controlled valves.

**There are 4 tariff rates for the following subheadings.**

1. HS-Code 8481.10: Pressure-reducing valves of iron or steel–Manually operated sluice or gate valves with inlets or outlets of an internal diameter exceeding 5 cm but not exceeding 40 cm  
HS-Code 8481.20: Valves for oleo hydraulic or pneumatic transmissions–Manually operated sluice or gate valves with inlets or outlets of an internal diameter exceeding 5 cm but not exceeding 40 cm  
HS-Code 8481.90: Parts–Housings for sluice or gate valves with inlet or outlet of an internal diameter exceeding 50 mm but not exceeding 400 mm  
**Import tax 1% + VAT 7%**
2. HS-Code 8481.10: Pressure-reducing valves of iron or steel–Other; and pressure-reducing valves of copper or copper alloys and other  
HS-Code 8481.20: Valves for oleohydraulic or pneumatic transmissions–Other  
HS-Code 8481.40: Safety or relief valves  
HS-Code 8481.90: Parts– Valves bodies or stems of inner tube or tubeless tyre valves, Valves cores of inner tube or tubeless tyre valves, and other parts  
**Import tax exempted + VAT 7%**
3. HS-Code 8481.30: Check (non-return) valves–Of copper or copper alloys, with an internal diameter of 25 mm or less; and other  
HS-Code 8481.80: Other appliances:
  - cocks and valves, whether or not fitted with piezo-electric igniters, for gas stoves or ranges of plastics and of not less than 1 cm and not more than 2.5 cm in internal diameter
  - other cocks and valves, whether or not fitted with piezo-electric igniters, for gas stoves or ranges;
  - gas operated beer dispensing units;
  - hog nipple waterers;

- mixing taps and valves of plastics and of not less than 1 cm and not more than 2.5 cm in internal diameter;
  - nipple joint valves;
  - soda water bottle valves;
  - valves for inner tubes;
  - water pipeline valves of plastics and of not less than 1 cm and not more than 2.5 cm in internal diameter;
  - other water pipeline valves.
  - **Import tax 3% + VAT 7%**
4. HS-Code 8481.30: Check (non-return) valves–Cast iron valves of the swing check-valve type with an internal diameter of the valve inlets of 40 mm to 600 mm  
HS-Code 8481.80: Other appliances:
- cocks and valves, whether or not fitted with piezo-electric igniters, for gas stoves or ranges for valves for household use;
  - cocks and valves, whether or not fitted with piezo-electric igniters, for gas stoves or ranges for cast iron valves of gate-type with a diameter of valve inlet of 4 cm or more and cast iron valves of butterfly-type with a diameter of valve inlet of 8 cm or more.
  - mixing taps and valves for water cocks and valves for household use;
  - water pipeline valves–Cast iron gate valves with an inlet diameter of 4 cm or more and cast iron butterfly valves with an inlet diameter of 8 cm or more;
  - water pipeline valves–Manually operated sluice or gate valves with inlets or outlets of an internal diameter exceeding 5 cm but not exceeding 40 cm;
  - other water pipeline valves for valves for household use.
- Import tax 10% + VAT 7%**

**HS-Code 9401:**

Seats (other than those of heading 94.02), whether or not convertible into beds, and parts thereof.

**There are 2 tariff rates for the following subheadings.**

1. HS-Code 9401.10: Seats of a kind used for aircraft  
HS-Code 9401.20: Seats of a kind used for motor vehicles  
HS-Code 9401.90: Parts  
**Import tax 10% + VAT 7%**
2. HS-Code 9401.30: Swivel seats with variable height adjustment  
HS-Code 9401.40: Seats other than garden seats or camping equipment, convertible into beds  
HS-Code 9401.51: Seats of cane, osier, bamboo or similar materials of bamboo or rattan  
HS-Code 9401.59: Other seats of cane, osier, bamboo or similar materials  
HS-Code 9401.61: Other seats, with wooden frames–Upholstered  
HS-Code 9401.69: Other seats, with wooden frames  
HS-Code 9401.71: Other seats, with metal frames –Upholstered  
HS-Code 9401.79: Other seats, with metal frames  
HS-Code 9401.80: Other seats  
**Import tax 20% + VAT 7%**

**HS-Code 9402:**

Medical, surgical, dental or veterinary furniture (for example, operating tables, examination tables, hospital beds with mechanical fittings, dentists' chairs); barbers' chairs and similar chairs, having rotating as well as both reclining and elevating movements; parts of the foregoing articles.

**There are 2 tariff rates for the following subheadings.**

1. HS-Code 9402.10: Dentists', barbers' or similar chairs and parts thereof  
HS-Code 9402.90\*: Other–Furniture specially designed for medical, surgical or veterinary purposes and parts thereof  
**Import tax exempted + VAT 7%**
2. HS-Code 9402.90\*: Other  
**Import tax 5% + VAT 7%**

**HS-Code 9403:**

Other furniture and parts thereof.

There are 2 tariff rates for the following subheadings.

1. HS-Code 9403.10: Metal furniture of a kind used in offices  
HS-Code 9403.20: Other metal furniture  
HS-Code 9403.30: Wooden furniture of a kind used in offices

- HS-Code 9403.40: Wooden furniture of a kind used in the kitchen
- HS-Code 9403.50: Wooden furniture of a kind used in the bedroom
- HS-Code 9403.60: Other wooden furniture
- HS-Code 9403.70: Furniture of plastics
- HS-Code 9403.81: Furniture of other materials, including cane, osier, bamboo or similar materials of bamboo or rattan
- HS-Code 9403.89: Other furniture of other materials, including cane, osier, bamboo or similar materials

**Import tax 20% + VAT 7%**

- 2. HS-Code 9403.10: Parts

**Import tax 10% + VAT 7%**

**HS-Code 9404:**

Mattress supports; articles of bedding and similar furnishing (for example, mattresses, quilts, eiderdowns, cushions, pouffes and pillows) fitted with springs or stuffed or internally fitted with any material or of cellular rubber or plastics, whether or not covered.

**Import tax 20% + VAT 7%**

**HS-Code 9405:**

Lamps and lighting fittings including searchlights and spotlights and parts thereof, not elsewhere specified or included; illuminated signs, illuminated name-plates and the like, having a permanently fixed light source, and parts thereof not elsewhere specified or included.

There are 2 tariff rates for the following subheadings.

- 1. HS-Code 9405.10: Chandeliers and other electric ceiling or wall lighting fittings, excluding those of a kind used for lighting public open spaces or thoroughfares
- HS-Code 9405.20: Electric table, desk, bedside or floor-standing lamps
- HS-Code 9405.30: Lighting sets of a kind used for Christmas trees
- HS-Code 9405.40: Other electric lamps and lighting fittings
- HS-Code 9405.50: Non-electrical lamps and lighting fittings
- HS-Code 9405.60: Illuminated signs, illuminated name-plates and the like

**Import tax 20% + VAT 7%**

- 2. HS-Code 9405.91: Parts of glass
- HS-Code 9405.92: Parts of plastics
- HS-Code 9405.99: Other parts

**Import tax 10% + VAT 7%**

**HS-Code 9406:**

Prefabricated buildings.

**Import tax 20% + VAT 7%**

**Source: Customs Department, Ministry of Commerce, Thailand**

**[http://igtfcustoms.go.th/igtfc/en/main\\_frame.jsp](http://igtfcustoms.go.th/igtfc/en/main_frame.jsp)**