

Il Made in Italy in Vietnam

PROGRAMMA STRAORDINARIO DI PROMOZIONE



promosso e finanziato da



IL MERCATO

Il modello di sviluppo del Vietnam è il “socialismo orientato al mercato”. Il settore privato svolge quindi un ruolo sempre più importante nell’economia, contribuendo a fornire la gran parte dei nuovi posti di lavoro, oltre un milione, creati ogni anno.

Negli ultimi anni il Vietnam ha messo in moto una graduale e crescente – anche se non sempre lineare – **integrazione degli scambi internazionali**. Terminati a fine 2006 i negoziati per l’accesso all’OMC (avviati nel 1995), l’adesione è diventata definitiva dal gennaio 2007. Per soddisfare i requisiti di ammissione il Vietnam ha preso importanti impegni nel campo della **liberalizzazione dei servizi, riduzione delle barriere** agli scambi e dello smantellamento degli aiuti alle imprese di stato.

Con lentezza e vicende alterne, dovute fra l’altro a resistenze interne ed anche alla volatilità dei corsi azionari, prosegue il processo di riforma delle imprese di stato (*state owned enterprise* - Soe), che hanno sempre rivestito ruoli fondamentali in molti settori, detenendone in taluni casi il monopolio o il controllo assoluto. La creazione di un’impresa a capitale pubblico incaricata di gestire le partecipazioni statali e le privatizzazioni con criteri manageriali, la *State capital investment corporation* (Scic), potrebbe costituire il segnale di una maggiore apertura.

I consumatori vietnamiti sono ancora dotati di un potere di acquisto limitato, pur se in rapida crescita, e le opportunità di affari per gli operatori economici esteri si concentrano nei settori delle materie prime e della meccanica.

Il Vietnam è ricco di risorse naturali e prodotti agricoli ed ha un settore della pesca molto rilevante: il comparto agroalimentare può offrire interessanti opportunità sia per la meccanizzazione dell’agricoltura che per le tecnologie della trasformazione alimentare e del packaging.

Nel comparto dei beni di consumo, la **grande distribuzione** veicola poco più del 10% del commercio al dettaglio: negli ultimi anni hanno aperto una trentina di centri commerciali nelle maggiori città e grandi magazzini con specializzazioni settoriali. Questa rapida espansione si accompagna ad un cambiamento nei gusti dei consumatori, che trovano ora una maggiore varietà di beni e di migliore qualità.

Gli investimenti italiani sono molto deboli e isolati sotto il profilo settoriale: a fine agosto 2008 l’Italia occupava la 33° posizione nella graduatoria dei Paesi di provenienza. La posizione italiana è stata finora marginale rispetto a quella delle principali controparti commerciali del Vietnam, per la maggior parte asiatiche: nel 1° semestre del 2008 - pur in un quadro di generale rallentamento delle nostre esportazioni - particolare importanza ha registrato il settore delle macchine e apparecchi meccanici, (circa un terzo del totale) seguito dai mezzi di trasporto (12,3%), cuoio e prodotti derivati (10,4%) prodotti chimici e fibre sintetiche ed artificiali (10%).

Negli anni passati le iniziative promozionali dell’**ICE** in Vietnam si sono concentrate, in larga misura, proprio su questi settori.

La forte, **rapida crescita** del paese, le caratteristiche demografiche della sua popolazione, la **stabilità dell’economia reale** e del sistema politico hanno spinto in favore di un incremento dell’impegno promozionale con il **Programma Straordinario di Promozione del Made in Italy** che ha tenuto conto delle seguenti priorità:

- Costituire linee di attività di **medio periodo** (1-2 anni) che non vadano a sovrapporsi con quelle già in atto o conclusesi di recente.
- Investire in **promozione e conoscenza del mercato** in settori promettenti per le esportazioni e/o gli investimenti italiani.
- Adottare delle **modalità promozionali innovative**.
- Facilitare il **radicamento** delle imprese italiane.

Il Programma si articola in due parti principali: la **missione di sistema** (svoltasi a novembre 2008) ed un consistente numero di **azioni di sostegno**, concentrate per la maggior parte sui settori focus della missione, da tenersi entro fine 2009.

La missione - condotta secondo lo schema ormai consueto in collaborazione con **Confindustria** ed **ABI** - si è aperta con un forum istituzionale ad alto livello, cui sono seguiti alcuni seminari condotti da esperti italiani e locali ed una sessione di incontri B2B tra imprese.

Le azioni di sostegno riguarderanno diversi ambiti settoriali, in parte gli stessi della missione: **investimenti, meccanica, food-processing, beni di consumo, biomedicale e chimica, infrastrutture e servizi**.

LE INIZIATIVE

Settore cantieristico navale

Il settore cantieristico navale, soprattutto per la parte commerciale, ha fatto registrare in Vietnam una forte crescita negli ultimi anni. Si prevede di realizzare uno studio di settore ed organizzare un seminario con incontri B2B in occasione della principale fiera di settore nel Paese. L'iniziativa mira principalmente ad incrementare le vendite di componenti, servizi e tecnologie per la nautica commerciale e da diporto e al reperimento di controparti locali per la subfornitura.

Tecnologie dell'industria alimentare

Le capacità produttive del settore primario vietnamita e la rapida dinamica dei mercati sia interno che regionale fanno intravedere un'evoluzione positiva della domanda di tecnologie italiane. Si prevede di commissionare uno studio di settore, di creare un *desk* italiano a una fiera alimentare ed un seminario tecnologico con incontri tra imprese e visite mirate. L'iniziativa punta ad intensificare il commercio macchinari per l'industria alimentare.

Collaborazione tecnologica nel settore agroalimentare

La necessità di migliorare metodi e conoscenze in campo alimentare, la lunga tradizione italiana in quest'ambito e le enormi potenzialità dell'agricoltura vietnamita - ancora prevalentemente estensiva - inducono a sperimentare forme di collaborazione tra centri di ricerca che siano già in collegamento con realtà produttive italiane e vietnamite. Si prevede di organizzare un viaggio di studio in Italia per una delegazione di esperti, imprenditori e giornalisti vietnamiti ed una campagna pubblicitaria mirata, incentrata su pubblicità editoriale più che su annunci, su riviste di settore e rotocalchi a prevalente contenuto economico.

Macchinari per la trasformazione della plastica e della gomma

Le previsioni sono di una rapida espansione in conseguenza della crescita del volume di mercato interno e dell'accelerazione dei flussi d'investimento dall'estero. L'industria della plastica in Vietnam ha una crescita stimata del 18-20% all'anno fino al 2010. Si propone di organizzare un seminario tecnico, nel corso del quale presentare una specifica tecnologia a una platea selezionata di aziende vietnamite trasformatrici per aumentare le vendite di macchinari, semilavorati ed il reperimento della subfornitura.

Macchine tessili e per la lavorazione del legno

Nell'industria tessile si prevede una rapida espansione: per la penetrazione italiana del mercato si prevede di far conoscere l'alta tecnologia italiana raggiunta in tutti i comparti del settore attraverso visite dei maggiori operatori vietnamiti del settore ad aziende italiane produttrici di macchinari per l'industria tessile.

La forte crescita dell'industria della lavorazione del legno negli ultimi anni (in media di circa il 30% all'anno) comporta una dinamica altrettanto brillante degli acquisti di macchinari. Si prevede di realizzare uno studio di settore, la partecipazione collettiva a una fiera specializzata, sollecitata anche dalle associazioni di categoria, e la presentazione di seminari informativi.

Cosmetici

Le consumatrici vietnamite sono particolarmente attente ai prodotti per la cura della persona e sono numerosissimi gli esercizi commerciali, tra i quali alcuni di buon livello qualitativo. La penetrazione dei prodotti italiani è già cominciata: si prevede uno studio di settore, una campagna d'immagine in favore dei prodotti italiani - attraverso annunci sulla stampa dedicata al pubblico femminile - ed un seminario tecnologico in Vietnam con incontri diretti tra imprese.

Vini

Considerato che il Vietnam rappresenta un mercato nuovo per i prodotti alimentari italiani ed i vini in particolare, e tenuto presente che si è riscontrato per questo comparto un incremento di quasi il 20% nelle vendite di vini rispetto all'anno precedente, si è ritenuto opportuno prevedere un programma che si articola in: attività di comunicazione; azioni con il trade presso la ristorazione e dettaglio specializzato; workshop con le aziende italiane e formazione di esperti; materiale promozionale da utilizzare in occasione di fiere ed azioni presso la distribuzione.

Investimenti

Le azioni previste dal progetto riguardano: un seminario tecnico con incontri diretti tra imprese in Vietnam; la presentazione di progetti di investimento selezionati con incontri diretti tra imprese in Italia; la prosecuzione per tutto il 2009 dell'attività del *desk* investimenti presso l'ufficio di ICE di Ho Chi Minh City, già attivato con successo nel 2008.

Infrastrutture

Il Vietnam ha investito ingenti risorse nelle infrastrutture (pari a circa il 10% del Prodotto interno lordo) con fondi statali e/o forniti da banche multilaterali di sviluppo e agenzie nazionali di cooperazione. A fronte di bisogni stimati in 150 miliardi di dollari entro il 2015 e largamente superiori alle risorse disponibili, il governo ha deciso di aprire a investimenti realizzati con la formula della finanza di progetto. Sia perseguendo questi ultimi che con la partecipazione alle gare di appalto possono concretizzarsi notevoli opportunità d'affari. Le azioni saranno concentrate nei settori energia, trasporti, tutela ambientale e smaltimento rifiuti, realizzando uno studio di settore e tre seminari con incontri d'affari.

Edilizia

Il focus delle iniziative proposte è su programmazione territoriale e sviluppo urbanistico delle zone costiere e delle aree di sviluppo turistico, con particolare riguardo alla sostenibilità ambientale. Non si esclude di aprire ad altri sottosettori, in funzione degli interessi dei partecipanti. Si propone di realizzare uno studio di settore e un seminario tecnologico in Vietnam in collaborazione con l'Associazione italiana di categoria.

Progettazione di strutture ricettive

La lunga costa vietnamita, densa di siti di grande pregio estetico anche se talvolta non collegati in modo ottimale con le infrastrutture di trasporto, il clima favorevole alle vacanze balneari per molti mesi all'anno e la disponibilità delle autorità locali a sostenere iniziative di sviluppo di complessi turistici rendono il paese molto interessante per le imprese italiane del settore, sia nel campo della realizzazione e gestione di strutture che della fornitura di beni o servizi connessi. Si propone di realizzare un seminario itinerante con incontri diretti tra imprese e visite guidate per la progettazione di strutture alberghiere e villaggi vacanze e la fornitura di servizi, tecnologie e attrezzature.

Per maggiori informazioni:

ICE – Istituto nazionale per il Commercio Estero

Made in Italy

Via Liszt, 21 – 00144 Roma

e-mail: madeinitaly@ice.it ; hochiminh@ice.it