

**Frequently Asked Questions (FAQ)
MERCATI IN DIRETTA: VIETNAM
24 giugno 2020**

Quali misure ha adottato il Vietnam per contenere il Covid-19?

Il Vietnam vanta un tasso di infezione al Covid-19 notevolmente basso per un paese di 96,5 milioni di abitanti e con un lungo confine condiviso con la Cina dove ha avuto origine il virus. Secondo l'ultimo aggiornamento del Ministero della Salute vietnamita al 30 giugno 2020, i casi di positività in Vietnam sono 355 (di cui 121 ad Hanoi e 62 a Hochiminh City). I pazienti guariti sono 335, quelli attualmente sotto trattamento 20. Mentre le persone in quarantena preventiva sono 10.027. Nessun decesso.

Il Vietnam, grazie anche all'esperienza passata con altre epidemie, è riuscito a raggiungere questo risultato attraverso un tracciamento aggressivo dei contatti, test, quarantena di massa, tempestività e mobilitazione efficiente delle autorità governative.

I primi casi confermati di Covid-19 sono comparsi in Vietnam il 23 gennaio 2020. Dei casi confermati apparsi in Vietnam fino ad oggi, 307 sono vietnamiti e il resto sono stranieri. Non sono segnalati casi tra la comunità interna dal 17 aprile.

Il Vietnam ha revocato la direttiva di distanziamento sociale durata 22 giorni il 23 aprile, con la raccomandazione a tutti i cittadini e gli stranieri di lavarsi le mani regolarmente, indossare maschere in pubblico e mantenere una distanza interpersonale di almeno un metro.

La maggior parte dei commerci e dei servizi sono tornati in attività. Voli, trasporti pubblici, trasporti interprovinciali, hotel, monumenti, attrazioni turistiche e uffici governativi sono stati riaperti con misure di sicurezza in atto.

Attualmente solo i cittadini vietnamiti, gli stranieri in affari diplomatici o ufficiali e i lavoratori altamente qualificati hanno permesso di entrare nel paese. Chiunque entri in Vietnam deve sottoporsi a controlli medici e alla quarantena di 14 giorni all'arrivo. Sono sospese tutte le esenzioni dal visto per i cittadini di Corea del Sud, Bielorussia, Russia, Giappone, Svezia, Danimarca, Finlandia, Norvegia, Regno Unito, Francia, Germania, Spagna e Italia.

Il primo ministro vietnamita ha ufficialmente dichiarato Covid-19 un'epidemia in Vietnam il 1° febbraio 2020 a cui ha fatto seguito la costituzione di un comitato direttivo nazionale per la prevenzione e il controllo. Riportiamo sotto le principali misure prese dal Vietnam per prevenire la diffusione di Covid-19:

- Chiusura della frontiera con la Cina
- Sospensione dei voli con Cina e Corea del Sud
- Costituzione di 30 centri di per il test e la diagnosi del Covid-19

- Obbligo di dichiarazione sanitaria per tutti i viaggiatori in entrata
- Quarantena di 14 giorni per tutti i viaggiatori provenienti dalle aree di epidemia
- 4 ospedali designati dal ministero della difesa per la gestione dei potenziali casi
- Incremento delle misure di prevenzione e controllo presso le strutture sanitarie
- Costituzione di 45 team di risposta rapida per assistere gli ospedali su tutto il territorio nazionale
- Cancellazione di tutti gli eventi e le attività turistiche in tutto il paese
- Chiusura temporanea delle scuole pubbliche in 63 provincie.

Inoltre, molte aziende private vietnamite, complessi residenziali e strutture ricettive hanno messo in atto proprie misure preventive per proteggere i clienti.

La materia è in costante evoluzione per cui suggeriamo di tenersi informati consultando il sito [Viaggiare Sicuri](#), il sito dell'[Ambasciata d'Italia a Hanoi](#) e il sito del [Consolato Generale d'Italia a Hochiminh City](#).

Quando entrerà in vigore l'Accordo di libero scambio tra l'Unione Europea e Vietnam?

L'*Accordo di libero scambio commerciale* tra l'UE e il Vietnam (EVFTA) entrerà in vigore dal 1° agosto 2020. Mentre l'*Accordo per la protezione degli investimenti* (EVIPA) deve essere ancora ratificato dagli stati membri UE e quindi entrerà in vigore successivamente.

In generale, l'Accordo porterà nuove opportunità per l'aumento degli scambi commerciali e il sostegno dell'occupazione e la crescita. Secondo le previsioni della Commissione Europea le esportazioni dell'UE verso il Vietnam dovrebbero aumentare di 8,3 miliardi di euro all'anno. Questo accadrà attraverso:

- rimozione del 65% dei dazi vietnamiti sui prodotti provenienti dall'UE all'entrata in vigore dell'Accordo ed eliminazione complessiva del 99% delle tariffe entro 10 anni
- riduzione delle barriere non tariffarie e burocrazia sovrapposta, attraverso l'adozione di standard europei e internazionali
- garanzia per la protezione delle indicazioni geografiche
- accesso per le imprese al mercato vietnamita degli appalti pubblici e dei servizi
- verifica sistematica che le regole concordate siano effettivamente applicate

Quali saranno i vantaggi dell'Accordo EVFTA per le aziende italiane e in quali settori?

Per quanto riguarda l'Italia, l'Accordo riconosce e garantisce la tutela di 38 Indicazioni Geografiche e tra queste spiccano: *Aceto Balsamico di Modena, Asiago, Bresaola della Valtellina, Gorgonzola, Grana Padano, Mozzarella di Bufala Campana, Prosciutto di Parma*



e di San Daniele, Prosecco, Franciacorta. La lista è soggetta a revisione continua e a un possibile ampliamento.

Di seguito si riportano i principali prodotti liberalizzati e il relativo periodo di applicazione:

- Prodotti liberalizzati all'entrata in vigore dell'Accordo: meccanica, pelli e prodotti in cuoio, farmaci e sostanze chimiche, tessuti in lana, prodotti in gomma, indumenti e accessori d'abbigliamento a maglia e macchinari elettrici (12% delle vendite italiane in Vietnam).
- Prodotti a dazio 0 in 3 anni: olio d'oliva, prodotti in plastica, occhiali da sole, alcuni prodotti chimici e il comparto dei mobili (circa il 5% del nostro export in Vietnam).
- Prodotti a dazio 0 in 5 anni: accessori in pelle, i prodotti derivati dalla lavorazione di pietre e marmi, i metalli e prodotti della metallurgia più alcune categorie della meccanica strumentale ed elettrica (oltre il 20% del nostro export in Vietnam).
- Prodotti a dazio 0 in 7 anni: prodotti alimentari, vino, spirits, gioielli, motocicli, automobili, componenti automotive, alcune tipologie di farmaci, calzature in pelle e abbigliamento diverso da quello a maglia (circa il 4% del nostro export).
- Prodotti a dazio 0 in 9 o 10 anni: birra, carni e frattaglie e motori per automobili.

Per ulteriori informazioni e approfondimenti vedi il [Testo italiano dell'Accordo EVFTA](#) e la [Guida pratica ICE sull'EVFTA](#).

È possibile avere informazioni più specifiche sul mercato del vino italiano in Vietnam? C'è la possibilità di entrare in contatto con importatori/distributori locali con cui collaborare?

Il vino italiano sta riscuotendo un notevole successo in Vietnam. Negli ultimi cinque anni, nonostante il progressivo calo dell'import globale di vini e vermut del Vietnam (69,7 milioni di euro nel 2019, -7,9% rispetto al 2018), le importazioni dall'Italia hanno fatto registrare una crescita media annua del 34,2%, raggiungendo nel 2019 il valore record di 12,5 milioni di euro (+4,5% rispetto al 2018). Attualmente l'Italia, con una quota di mercato del 17,9%, è il 2° Paese fornitore del Vietnam di vini e vermut, dopo la Francia (25,4%) e prima del Cile (16,8%).

Il commercio del vino sul mercato vietnamita è favorito dai seguenti fattori positivi:

- mercato molto occidentalizzato;
- elevato tasso di consumo di prodotti alcolici;
- sostenuta crescita economica e apertura commerciale del Paese.
- Tuttavia è necessario tenere anche conto degli ostacoli del mercato:
- Mercato fortemente competitivo dove è difficile costruire una base di clienti fedeli
- Nessuna pubblicità esplicita per vino e alcolici è consentita

- Elevata tassazione (50% dazio all'importazione, 35% tassa sui consumi speciali e 10% IVA)
- Non è possibile fare entrare liberamente campioni di prodotto a scopo promozionale, salvo poche eccezioni.
- I vietnamiti attualmente consumano di preferenza birra, la cui industria è protetta dal governo

In prospettiva le opportunità di un'espansione della domanda vietnamita di vino e vermut appaiono notevoli grazie all'aumento del reddito pro-capite, il successo del Vietnam quale meta turistica mondiale (record storico di 18 milioni di visitatori stranieri nel 2019, +16% su base annua). Inoltre, con l'entrata in vigore dell'accordo EVFTA, dal 1° agosto 2020 i dazi all'importazione sul vino diminuiranno gradualmente in 7 anni dal 50% a 0%. Infine, quale fattore di rischio, preme segnalare che un approccio non moderato all'alcol della popolazione sta portando a maggiori misure restrittive del governo che influiscono negativamente sulla domanda di bevande alcoliche.

Maggiori informazioni sono riportate nella nota sul vino in Vietnam pubblicata sul nostro sito internet a questo [link](#). Le imprese interessate ad entrare in contatto con importatori/distributori locali possono richiederci gli appositi servizi registrandosi nell'[Area Clienti ICE](#).

La lettera di credito (L/C) è un metodo di pagamento usuale per le transazioni con il Vietnam?

Gran parte delle imprese che esportano in Vietnam utilizzano principalmente la lettera di credito (a 30, 60 o 90 giorni) o bonifici bancari. Le imprese Vietnamite mostrano una certa riluttanza ad accettare le lettere di credito confermate a causa dei costi aggiuntivi e delle garanzie normalmente richieste dalle banche. Le imprese locali affidabili dal punto di vista del credito possono ottenere facilitazioni del credito, inclusi finanziamenti da banche straniere. Le banche straniere hanno maggiori capacità ma il costo di una lettera di credito è inferiore se aperta con una delle quattro banche di Stato o delle 34 banche commerciali Vietnamite.

Produciamo arredamenti ed abbiamo alcuni clienti in Vietnam che lamentano elevati dazi di importazione. Nell'Accordo di libero scambio UE-Vietnam cosa è previsto per l'arredamento? Quali sono le opportunità attese per il settore?

Il dazio sui mobili e l'arredamento sarà eliminato in 3 anni dal momento dell'entrata in vigore dell'accordo EVFTA.

Il mercato del mobile del Vietnam è diviso in due segmenti principali: prodotti comuni e prodotti di fascia alta. I prodotti comuni sono realizzati da falegnamerie e piccole imprese locali, prevalentemente destinati al consumo domestico, realizzati con legname di media o bassa qualità, come pannelli truciolari e MDF. I prodotti di fascia alta, invece, vengono generalmente importati da aziende ben note ed è il segmento su cui si concentrano marchi nazionali e stranieri.

I prodotti importati vengono quindi distribuiti ai grossisti. I prodotti possono raggiungere gli utenti finali attraverso il canale di vendita al dettaglio, costituito da grandi magazzini e showroom speciali, oppure attraverso il canale di vendita del progetto come appaltatori di arredamento per spazi commerciali, hotel ed edifici per uffici. I segmenti di clienti target di questo canale di distribuzione sono famiglie di classe superiore e locatari di immobili commerciali di fascia alta.

La domanda globale di mobili del Vietnam vale oltre 1.054 milioni di euro con una crescita media annua del 29% dal 2014. La Cina, con una quota di mercato del 79,5%, è il primo fornitore mondiale di mobili del Vietnam, seguito da Corea del Sud (4,4%), Giappone (4,3%) e Thailandia (2,7%).

L'Italia, con una quota del 2,2%, è in 5° posizione mondiale e 1° paese fornitore di mobili e arredamento del Vietnam nell'ambito dell'UE. Nel 2019 il Vietnam ha importato mobili e arredamento dall'Italia per 22,8 milioni di Euro, +18,3% rispetto al 2018 e una crescita media annua del 14,3% negli ultimi cinque anni.

Si prevede che l'industria del mobile e della home decor del Vietnam continuerà a crescere fortemente nel prossimo futuro. Un'economia in espansione con un reddito disponibile più elevato è uno dei fattori chiave per la crescita del settore dell'arredamento e del mobile in Vietnam. L'aumento delle entrate fa prospettare una domanda crescente di prodotti occidentali e quindi italiani di alta qualità.

C'è domanda di olio extravergine di oliva in Vietnam?

L'olio d'oliva non è ancora molto conosciuto tra i consumatori vietnamiti. Il consumo di olio di oliva in Vietnam passa prevalentemente attraverso il canale della ristorazione di fascia alta e i negozi di gastronomia, nonché una piccola parte anche attraverso il settore della bellezza che utilizza prodotti a base di olio di oliva per massaggi e trattamenti per la cura della pelle.

La maggior parte dei consumatori di olio di oliva in Vietnam, che si concentra su una popolazione giovane ad alto reddito, è guidata all'acquisto del prodotto da considerazioni che fanno riferimento alla qualità del prodotto e ai suoi effetti benefici sulla salute. Tuttavia, quello dell'olio di oliva rimane ancora un mercato di nicchia a causa anche del prezzo elevato.

Nel 2019 il Vietnam ha importato globalmente circa 3,3 milioni di euro di olio di oliva con una variazione del -14,7% rispetto al 2018 e una diminuzione media annua del 3% circa negli ultimi cinque anni. Dall'Italia ha importato circa 1,44 milioni di Euro di olio di oliva (-3,4% rispetto al 2018). Il nostro Paese, con una quota di mercato del 43,5%, è il 1° fornitore di olio di oliva del Vietnam. Principale concorrente è la Spagna (33,4%).

In prospettiva, il Vietnam rappresenta sicuramente un potenziale mercato per l'olio extra vergine di oliva, grazie alla prevista espansione del settore turistico, alla progressiva crescita della classe media vietnamita e all'accordo di libero scambio Unione Europea - Vietnam (EVFTA) che, dal momento dell'entrata in vigore, azzererà l'attuale dazio del 5% sulle importazioni del prodotto in 3 anni.

È possibile ricevere informazioni sul mercato della gioielleria in Vietnam?

Con un numero in rapida crescita di consumatori di classe media e ad elevato reddito, il mercato vietnamita dei gioielli è molto promettente.

Nel 2019 il Vietnam ha importato prodotti di gioielleria per 125 milioni di euro (+30,6% rispetto al 2018) con una crescita media annua del 27,7% negli ultimi cinque anni. I principali paesi fornitori sono Cina, Corea del Sud, Singapore, Hong Kong, Indonesia e Giappone che insieme coprono 73,3% del mercato.

L'Italia, con una quota di mercato del 5,6%, è l'8° fornitore a livello globale e il 2° nell'ambito dell'UE dopo la Francia (6,2%). Nel 2019 il nostro Paese ha esportato in Vietnam prodotti di gioielleria per quasi 7 milioni di euro (+15% rispetto al 2018) facendo registrare una crescita media annua in valore del 38,7% negli ultimi cinque anni.

I consumatori vietnamiti tradizionalmente hanno l'abitudine di acquistare lingotti d'oro, preziosi e gioielli in oro allo scopo di tesaurizzare i loro risparmi ed investimento oltre che per la valenza emozionale di indossare e possedere l'oggetto. Si stima che entro 2025 il consumo di gioielli in oro crescerà mediamente di 40 tonnellate l'anno.

La Vietnam International Jewelry Fair (VIJF) è riconosciuta come la più grande mostra di gemme e gioielli del suo genere in Vietnam (<http://www.vietnamjewelryfair.com/en/>) e si tiene a Ho Chi Minh City a metà novembre organizzata dalla Saigon Jewelry Company (SJC) sin dal 1992.

Esiste mercato per prodotti agroalimentari italiani in Vietnam?

Nel 2019 il Vietnam ha importato prodotti agroalimentari dall'Italia per un valore di 72,8 milioni (+10,4% rispetto al 2018). I principali prodotti sono: carne lavorata, cibo per animali, cereali e farina, olio d'oliva, biscotti e prodotti da forno, conserve, pasta. Mentre riso,

formaggio e latticini, caffè e ortofrutta rappresentano ancora una piccola quantità ma aumentano di anno in anno.

Non appena l'EVFTA entrerà in vigore, le esportazioni dell'UE verso il Vietnam saranno per lo più completamente liberalizzate entro 7 anni (tranne il pollame e la birra). Ad esempio:

- La carne bovina sarà esente da dazio dopo 3 anni;
- I prodotti lattiero-caseari e i pomodori trasformati saranno esenti da dazio dopo 5 anni;
- Il cioccolato sarà esente da dazio dopo 5-7 anni;
- Carne di maiale congelata, preparazioni alimentari, vino, alcolici e pasta saranno esenti da dazio dopo 7 anni;
- Il pollo e la birra saranno completamente liberalizzati dopo 10 anni

Quali sono i principali canali di distribuzione del food & beverage in Vietnam?

I tradizionali *wet market* (mercati del fresco e animali vivi) e i piccoli negozi indipendenti sono storicamente i principali canali di distribuzione di cibi e bevande in Vietnam e continuano a dominare il panorama generale. Tuttavia, sia i moderni rivenditori che il commercio elettronico stanno rapidamente assumendo importanza, in particolare nelle aree urbane.

In Vietnam si contano circa 800 super/ipermercati, 150 centri commerciali, 9.000 mercati tradizionali e circa 2,2 milioni di piccoli negozi al dettaglio.

I super/ipermercati, sono concentrati nelle aree urbane e si trovano più comunemente nei centri commerciali; sono particolarmente popolari tra i giovani e i consumatori della classe media. Esiste un gran numero di catene di super / ipermercati sia locali che straniere. Tra le più grandi troviamo: *Big C, Co.opmart, Auchan, Vingroup* e *AEON*. Le catene di supermercati locali rappresentano la maggior parte delle vendite dei supermercati in Vietnam. In alcuni casi, i grandi supermercati possono costituire buoni potenziali partner per le aziende che desiderano entrare nel mercato.

Negli ultimi anni sono rapidamente aumentati anche i convenience store o minimarket, sfidando i piccoli negozi alimentari indipendenti tradizionali. Tuttavia, i minimarket rappresentano ancora una piccola percentuale di tutti i canali di vendita al dettaglio - circa il 5% nelle aree urbane e una quota trascurabile nelle aree rurali. Le catene estere detengono un'alta quota di mercato tra i minimarket. Le catene più popolari sono: *Bach HoaXanh, Circle K, Co-op, Family Mart, B's Mart, Shop & Go, 7 Eleven, GS25* e *G7 Mart*.

L'E-commerce è un canale di crescente importanza in Vietnam e recentemente si estende anche agli acquisti di generi alimentari. Circa il 30% dei consumatori acquista generi alimentari almeno una volta alla settimana. Alcune catene di supermercati come VinGroup hanno creato canali di e-commerce; e sono emersi siti web dedicati alla spesa.

Alberghi, ristoranti e caffè - Si stima che il canale dei servizi di ristorazione sia cresciuto di quasi il doppio del PIL negli ultimi anni, trainato da una serie di fattori economici e sociali (in particolare la crescita del reddito) oltre dall'espansione del turismo. La gamma di punti vendita disponibili è varia, sebbene negli ultimi anni vi sia stato un crescente interesse per i ristoranti che servono cibo proveniente da specifici paesi stranieri (ad esempio Corea e Giappone). In termini generali, la catena per le importazioni di prodotti alimentari e bevande destinati ai servizi dell'industria dell'accoglienza passa attraverso importatori e/o grossisti prima di raggiungere gli operatori del settore.

Gli importatori svolgono generalmente un ruolo importante nel processo che porta i beni alimentari importati sugli scaffali dei negozi in Vietnam, poiché si occupano della distribuzione a grossisti e rivenditori. Negli ultimi anni alcune catene di supermercati hanno iniziato a importare direttamente prodotti selezionati come frutta e carne fresca, e pertanto stabilire un rapporto diretto con i rivenditori più grandi e prestigiosi può essere un buon modo per entrare nel mercato. Sebbene sia possibile trovare importatori con una solida rete in tutto il paese, molti importatori hanno sede solo ad Hanoi o solo a Hồ Chí Minh City concentrandosi rispettivamente nell'area nord o sud del paese.

C'è mercato per il cioccolato e i dolci in Vietnam?

Il consumo di cioccolato in Vietnam è aumentato notevolmente negli ultimi anni. L'associazione delle principali festività tradizionali del capodanno lunare vietnamita (Tet) e di San Valentino con regali di confezioni di cioccolatini e dolci ha permesso a questi prodotti di vedere un continuo tasso di crescita annuale composto (CAGR).

Gli assortimenti di scatole di cioccolato sono cresciuti molto rapidamente in Vietnam (del 6,7% all'anno in termini di volume tra il 2013-2018) con 2,7 tonnellate consumate e un mercato del valore di quasi 41 milioni di euro nel 2018.

Seguendo la tendenza del cioccolato, anche i prodotti dolciari in generale hanno ampiamente registrato tassi di crescita negli ultimi anni. Nel 2018, sono state consumate in Vietnam 38.200 tonnellate di pastiglie a base di zucchero, gomme da masticare, gelatine e caramelle per un valore di circa 102 milioni di euro.

I consumatori di dolci e prodotti a base di zucchero in Vietnam si estendono in tutte le classi sociali. Con un aumento dell'accesso a questi prodotti, trainati dall'aumento dei moderni punti vendita, i prodotti di cioccolato e pasticceria sono largamente disponibili in Vietnam. Inoltre, dato l'aumento dei redditi, l'acquisto di cioccolato e prodotti dolciari è diventato molto più comune per i consumatori vietnamiti rispetto ai decenni precedenti. In particolare, i redditi disponibili più alti stanno anche aumentando la domanda di cioccolato premium che a sua volta aumenta la domanda di cioccolato importato dall'estero.



ITALIAN TRADE AGENCY

Attualmente, le vendite di prodotti dolciari al cioccolato e le caramelle a base di zucchero dovrebbero aumentare nel periodo di previsione 2019-2024, anche se a un ritmo inferiore rispetto agli ultimi cinque anni. I sacchetti e le buste di cioccolato avranno il più alto tasso di crescita tra i prodotti di pasticceria al cioccolato, al 9,8% annuo in termini di valore; seguito da compresse al 9,1%. Si prevede che la crescita nel mercato dello zucchero sarà più lenta, quello delle mende dovrebbero essere il più veloce a crescere al 6,5% all'anno, seguite da pastiglie, gomme da masticare, gelatine e caramelle al 5,6% all'anno.

