

IPR FOCUS: Settore Moda

Desk di Assistenza e Protezione
della Proprietà Intellettuale
e Ostacoli al Commercio

Ufficio di Ho Chi Minh City
HCMC - N. 3, 2025



20
25



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY



IPR Focus (2024/2025) è un servizio offerto da ITA/ICE per il tramite del suo IPR Desk dedicato, per maggiori informazioni riferirsi ai contatti di seguito:

Italian Trade Commission
Agenzia ICE di Ho Chi Minh City
Saigon Trade Center - Floor 22, Unit 2205 - 37 Ton Duc Thang
Street, Ben Nghe Ward, District 1, Ho Chi Minh City (Vietnam)

☎ + 842 8 38228813

☎ + 842 8 38228814

✉ hochiminh@ice.it

Trade Commissioner: dott. Fabio De Cillis

✉ ipr.hochiminh@ice.it

Responsabile IPR Desk: avv. Filippo Sticconi – GWA Greatway Advisory VN

Copyright 2025 - GWA ASIA. Tutti i diritti riservati. GWA ASIA concede esclusivamente ad Italian Trade Commission ICE/ITA, il diritto di utilizzo, divulgazione, e pubblicazione del presente materiale, con cortese menzione dell'autore. Per ogni altro utilizzo da parte dei terzi, si richiede esplicitamente di ottenere consenso anticipato ed esplicito, agli indirizzi indicati sopra.

Layout grafico e impaginazione

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

Ufficio Direzione Centrale per i Settori dell'Export
Nucleo grafica@ice.it

INDICE

1. TENDENZE DI CONSUMO NEL SETTORE MODA IN VIETNAM	5	3. PROPRIETÀ INTELLETTUALE	8
		3.1. Registrazione del Marchio:	9
		3.2. Copyright:	9
		3.3. Design industriali:	9
2. GUIDA LEGALE AGLI INVESTIMENTI NEL SETTORE MODA IN VIETNAM	6	4. FISCALITÀ	10
2.1. Costituzione di una Entità Giuridica in Vietnam	6		
2.2. Partnership con Aziende Vietnamite	7	5. CONCLUSIONE	11
2.3. Esternalizzazione / Delocalizzazione della Produzione	8		

IPR FOCUS: SETTORE MODA

**DESK DI ASSISTENZA E PROTEZIONE
DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE E
OSTACOLI AL COMMERCIO**

**UFFICIO DI HO CHI MINH CITY.
HCMC – (N.3, 2025)**

1. TENDENZE DI CONSUMO NEL SETTORE MODA IN VIETNAM

Il settore della moda in Vietnam rappresenta uno dei mercati di consumatori in più rapida espansione nella regione, attirando l'interesse crescente di aziende e investitori, sia locali che internazionali. Nonostante il contesto economico globale incerto, il Paese continua a registrare una crescita costante, sostenuta da una popolazione di oltre 100 milioni di abitanti e da una classe media in forte espansione.

Questi fattori stanno contribuendo alla formazione di un mercato della moda ampio, dinamico e in espansione, non solo sotto il profilo numerico, ma anche per la varietà della domanda e dei modelli di consumo. L'evoluzione continua delle tendenze moda, unita alla liberalizzazione del mercato, sta generando sia opportunità che sfide per le imprese locali e straniere. La presenza dei brand italiani e dei negozi monomarca, la loro partecipazione agli eventi di moda delle città principali e' tuttavia ad ora limitata, se comparata ad economie asiatiche più "mature" (ad es. Cina, Giappone, Hong Kong, Singapore).

Per questo ci sono sicuramente ampi spazi per una loro espansione ed opportunità da cogliere.

In particolare, il comparto abbigliamento e accessori continua a trainare le vendite sulle piattaforme di e-commerce. A partire dal 2024, il settore ha generato oltre 29 mila miliardi di VND in fatturato, con una crescita del 67% rispetto allo stesso periodo del 2023. Anche i volumi confermano il trend positivo: più di 330 milioni di articoli sono stati consegnati ai consumatori, con un incremento del 77% su base annua.

Tra le categorie di prodotto, la moda femminile è quella che ha registrato la crescita più significativa, seguita dalla moda maschile. Per quanto riguarda l'abbigliamento per bambini, Shopee si conferma la piattaforma preferita dai genitori. Parallelamente, TikTok Shop si sta affermando come canale di riferimento per gli accessori moda, attirando un numero crescente di consumatori interessati a prodotti dal design accattivante e dai prezzi accessibili.

Queste dinamiche confermano un cambiamento nelle abitudini di acquisto nel retail moda, dove le piattaforme di e-commerce stanno assumendo un ruolo sempre più centrale nell'influencare i comportamenti di consumo.

2. GUIDA LEGALE AGLI INVESTIMENTI NEL SETTORE MODA IN VIETNAM

Il settore moda in Vietnam presenta un mercato in forte espansione ed accessibile agli investitori stranieri senza particolari restrizioni. Le modalità di ingresso più comuni sono le seguenti:

2.1. COSTITUZIONE DI UNA ENTITÀ GIURIDICA IN VIETNAM

Per entrare nel mercato, le aziende italiane possono scegliere di costituire una entità giuridica: una società che, data l'assenza di limitazioni specifiche nel settore, può essere anche controllata al 100% sia per la commercializzazione che per la produzione, come anche per la gestione di negozi al dettaglio. Ovvero, si può costituire un ufficio di rappresentanza (da valutare attentamente, spesso la prima opzione è preferibile) ossia un'entità giuridica di non perfetta indipendenza, con la funzione di rappresentare la casa madre italiana nel territorio, ma con uno scopo limitato alla promozione e studio del mercato e senza la possibilità di generare profitti in maniera diretta.

In base agli impegni assunti dal Vietnam nell'ambito dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO), l'industria della moda e dell'abbigliamento non è soggetta a restrizioni in termini di accesso al mercato per gli investitori stranieri. Ciò consente l'ingresso nel settore moda senza limitazioni alla partecipazione al capitale, come segue:

- Gli investitori stranieri possono costituire WFOE, joint venture o oppure acquisire partecipazioni in aziende vietnamite attive nella vendita al dettaglio/all'ingrosso o nella produzione.

- Gli investitori stranieri possono detenere fino al 100% del capitale sociale, gestendo autonomamente operazioni, marchi e supply chain.
- Le società possono operare lungo l'intera filiera della moda: design, produzione, distribuzione, vendita tramite negozi fisici e piattaforme digitali.

Per avviare l'attività, gli investitori esteri devono ottenere due titoli abilitativi: "Investment Registration Certificate (IRC)" e "Enterprise Registration Certificate (ERC)". A seconda del modello di business (produzione o retail), potranno

rendersi necessari ulteriori adempimenti (qualità del prodotto, etichettatura, ecc.).

In alternativa, le aziende già attive a livello internazionale possono costituire una sede secondaria o ufficio di rappresentanza, per svolgere attività promozionali o di ricerca senza vendite dirette.

La scelta del modello operativo – costituzione di una società, apertura di una filiale o istituzione di un ufficio di rappresentanza – dovrà essere effettuata in funzione degli obiettivi strategici dell'investitore.

2.2. PARTNERSHIP CON AZIENDE VIETNAMITE

Una modalità alternativa di investimento nel settore moda in Vietnam consiste nel collaborare con una società vietnamita già attiva sul mercato. Tale approccio può assumere diverse forme contrattuali, tra cui:

- **Joint venture:** creazione di un'entità domestica per uno scopo condiviso, ad esempio, produzione o commercializzazione.

- **Licensing e simili:** Concessione di diritti in licenza ad esempio di marchi, design o tecnologie per la produzione e distribuzione locale.
- **Distribuzione:** Collaborazione con distributori o rivenditori locali.

Questa strategia è spesso adottata da brand internazionali che desiderano ridurre i costi iniziali e semplificare l'ingresso nel mercato. Marchi noti come Coach, Puma, Charles & Keith e Pedro operano in Vietnam grazie a partnership con

Maison Retail Management International, uno dei leader nella distribuzione fashion in Vietnam.

Tali accordi permettono alle aziende straniere di sfruttare le infrastrutture locali (magazzini,

e-commerce, punti vendita), minimizzando i rischi e i costi iniziali. Il partner locale si occupa di logistica e vendite, mentre il brand estero si concentra su design e marketing.

2.3. ESTERNALIZZAZIONE / DELOCALIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE

Il Vietnam si conferma tra i principali hub mondiali per la produzione tessile, abbigliamento, scarpe rappresentando una destinazione strategica per i brand interessati a prodotti di qualità a costi contenuti (nel paese sono già presenti da tempo produzioni di svariati brand di prima fascia). Sempre più marchi internazionali, dal fast fashion al lusso, così come per il settore dell'abbigliamento sportivo, stanno trasferendo qui parte delle loro attività manifatturiere grazie a:

- Costi della manodopera competitivi.

- Manodopera qualificata, con competenze specifiche nel settore;
- Accordi commerciali, che garantiscono riduzioni tariffarie verso mercati chiave;
- Possibilità di creare impianti propri o accordi di subfornitura.

Questo approccio consente agli investitori esteri di beneficiare di una produzione efficiente sotto il profilo dei costi, mantenendo al contempo il focus sulle attività di branding e distribuzione nei mercati internazionali.

3. PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Come in ogni settore, anche nell'ambito della moda la tutela della proprietà intellettuale riveste un ruolo strategico nella protezione del brand, nella salvaguardia della reputazione aziendale e nella costruzione dell'avviamento nel mercato

locale. È pertanto essenziale predisporre un portafoglio IP efficace già nella fase di ingresso nel Paese.

3.1. REGISTRAZIONE DEL MARCHIO:

In Vietnam vige il principio del *first-to-file*: solo chi registra formalmente il marchio può far valere i propri diritti. Senza registrazione, non è possibile agire contro contraffazioni o vendite non

autorizzate. La registrazione tempestiva consente di consolidare la propria posizione sul mercato ed evitare contenziosi con soggetti terzi che tentino di registrare segni simili.

3.2. COPYRIGHT:

La protezione del diritto d'autore si applica in particolare a stampe, grafiche e opere originali impiegate su capi d'abbigliamento, accessori o elementi di branding. Sebbene il diritto sorga

automaticamente con la creazione dell'opera, la registrazione in Vietnam rafforza la possibilità di azione in sede amministrativa e giudiziale.

3.3. DESIGN INDUSTRIALI:

La protezione del diritto d'autore si applica in particolare a stampe, grafiche e opere originali impiegate su capi d'abbigliamento, accessori o elementi di branding. Sebbene il diritto sorga automaticamente con la creazione dell'opera, la registrazione in Vietnam rafforza la possibilità di azione in sede amministrativa e giudiziale.

Importante: I diritti di proprietà intellettuale registrati in altri Paesi non sono validi in Vietnam. Inoltre, la tutela basata su notorietà o uso pregresso è riconosciuta in misura estremamente limitata. Per tale ragione, la registrazione preventiva e

conforme alla normativa locale è fondamentale per acquisire diritti esclusivi ed evitare appropriazioni indebite da parte di terzi.

Una gestione strategica della proprietà intellettuale consente anche di valorizzare il brand nell'ambito di operazioni di licensing o franchising, dove marchi e design registrati rappresentano asset intangibili di rilievo. Per ridurre il rischio e garantire una protezione di lungo termine, è consigliabile per gli operatori del settore moda avvalersi di professionisti IP locali e sviluppare una strategia coordinata con il piano di ingresso nel mercato.

4. FISCALITÀ

L'importazione di capi di abbigliamento in Vietnam comporta il rispetto di specifici obblighi fiscali. Di seguito, una panoramica delle principali imposte e tariffe applicabili:

- **IVA (Value Added Tax):** I prodotti tessili e di abbigliamento importati sono attualmente soggetti ad un'aliquota IVA dell'8%, valida fino al 30 giugno 2025. In assenza di proroghe normative, l'aliquota tornerà al 10% a decorrere dal 1° luglio 2025.

- **Dazi doganali:**

- **Tariffe Preferenziali** Applicabili alle merci provenienti da Paesi con cui il Vietnam ha sottoscritto accordi di libero scambio (FTA).

- Esempi:

- * Cina (ACFTA): 0–5%
- * Corea del Sud (VKFTA): 5–10%
- * Unione Europea (EVFTA): 0 – 7.5% (per il 2025)

- **Tariffe Ordinarie:** Applicabili alle merci provenienti da Paesi privi di accordi commerciali con il Vietnam. In tal caso, l'aliquota è generalmente compresa tra il 20% e il 30%, in funzione della tipologia di prodotto.

Nota: *al tempo della redazione di questa nota (Aprile/Maggio 2025) sono il tema dazi per la merce in entrata ed uscita è soggetto a rapide variazioni e mutamenti, consigliamo al momento dell'importazione o dell'esportazione di consultare un professionista e controllare la situazione aggiornata.*

Per beneficiare delle tariffe preferenziali, è fondamentale classificare correttamente i codici doganali (HS code) e ottenere i certificati d'origine. In mancanza di tale documentazione, si applicheranno le aliquote ordinarie.

5. CONCLUSIONE

L'industria della moda in Vietnam rappresenta un' opportunità importante di investimento per gli operatori internazionali, grazie alla crescente domanda interna, al dinamismo del settore e-commerce e a una robusta base manifatturiera. Nonostante ciò, l'ingresso nel mercato vietnamita richiede una strategia ben definita che tenga conto delle normative locali specifiche.

Le aziende possono entrare nel mercato costituendo una presenza in loco, collaborando con partner locali o sfruttando i vantaggi delle capacità produttive del Paese. Indipendentemente dalla scelta del modello operativo, è cruciale adottare misure per proteggere la proprietà intellettuale, tutelando così il valore del brand. Allo stesso tempo, una gestione efficace degli aspetti fiscali e delle normative doganali contribuirà a ottimizzare i costi e facilitare l'ingresso nel mercato.

Man mano che il Vietnam continua ad aprirsi al mercato internazionale della moda, le aziende che riusciranno a rispettare le normative e a costruire partnership strategiche saranno le più preparate a sfruttare il potenziale del paese, consolidando il

proprio posizionamento a livello globale.

Investire in consulenze professionali legali e fiscali non solo garantisce la conformità alle leggi locali, ma apre anche la strada a nuove opportunità di crescita e visibilità per il brand nel dinamico mercato vietnamita.



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA-Italian Trade Agency 

@itatradeagency 