IL VIETNAM
E LE NUOVE OPPORTUNITÀ

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY

VIETNAM: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

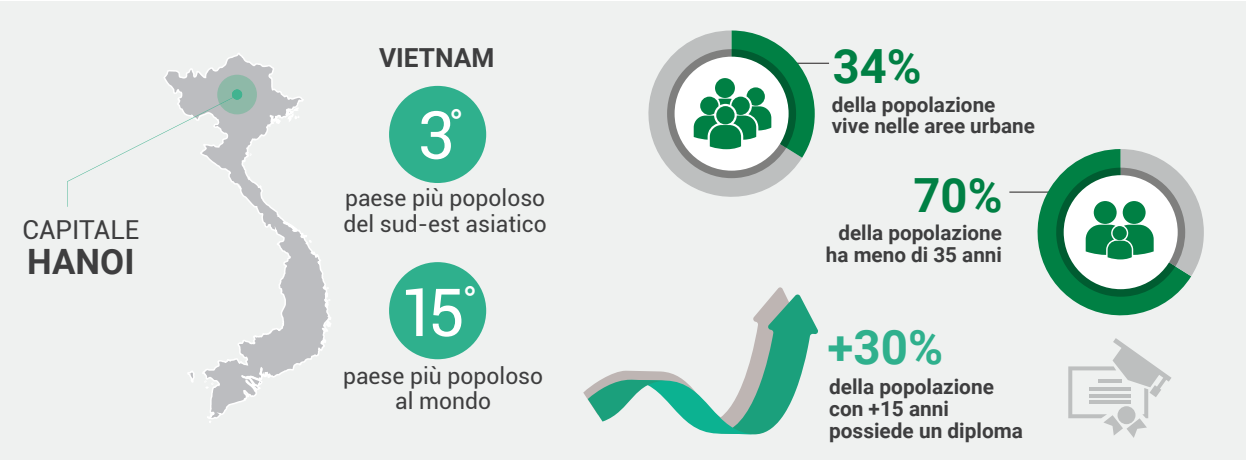
Introduzione

Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

Nome ufficiale	Repubblica Socialista del Vietnam
Forma di governo	Repubblica costituzionale di tipo socialista monopartitica
Confini	Cina, Laos e Cambogia
Superficie	331.051 Km^2
Abitanti	96,5 milioni[1]
Principali città	Ho Chi Minh City (centro economico), Hanoi (capitale), Da Nang
Lingua ufficiale	Lingua Vietnamita
Valuta	Dong vietnamita (VND)

[1] Fonte: *Economist Intelligence Unit (Country Report April 2020)* sudati IMF, International Financial Statistics.

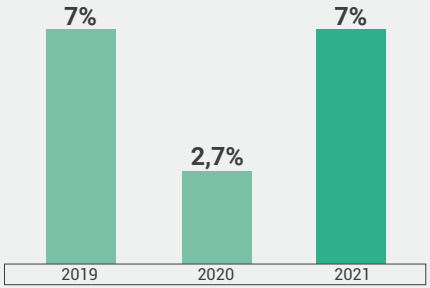
- È una delle economie in più rapida crescita nel mondo, alimentata da un sostenuto flusso di investimenti esteri attratti dal basso costo della manodopera, da una posizione geoeconomica ottimale e un contesto socio-politico stabile e favorevole
- Il successo del Vietnam è in gran parte dovuto al rapido processo d'integrazione nell'economia globale delle manifatture *export oriented*, favorito dalla facilità di scambio di beni e semilavorati e dal traino di economie tecnologicamente più avanzate
- Dal 2010 fa parte dei paesi a medio reddito
- La popolazione attiva è il 55,8%[2]. Il tasso di disoccupazione è pari al 3,2%[3]



[2] 19 milioni lavoravano nel settore agro-forestale-pesca, pari al 34,7%; 16,1 milioni nel settore industriale e costruzioni (29,4%); e 19,6 milioni nei servizi (35,9%).Fonte: Vietnam GSO.
[3] Fonte: *Economist Intelligence Unit (Country Report April 2020)* sudati IMF, International Financial Statistics.

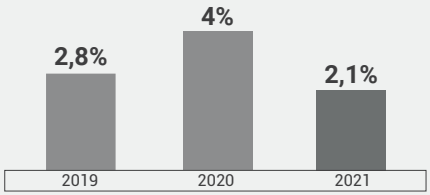
Snapshot dei principali dati macroeconomici

CRESCITA PIL IN TERMINI REALI



Fonte: Dati e previsioni IMF

ANDAMENTO DELL'INFLAZIONE



Fonte: Dati e previsioni IMF

PIL NOMINALE (2019)

261,6 miliardi di USD

PIL PRO CAPITE

2.711 USD

REDDITO PER FAMIGLIA

9.736 USD[4]

PATRIMONIO

458
ultra-ricchi[5]
(753 nel 2024[6])

12,5 milioni
quota di classe media emergente[7]
(13% della popolazione)

[4] Nel 2019 il numero di famiglie ammonta a circa 26,87 milioni.
[5] UHNWIs - Ultra High Net Worth Individuals, cioè con un patrimonio di ed oltre 30 milioni di USD.
[6] Fonte: *Knight Frank's Wealth Report 2020*, (https://e.vnexpress.net/news/business/data-speaks/number-of-extremely-rich-vietnamese-shows-world-s-third-fastest-growth-4065185.html) March 2020.
[7] Fonte: World Bank, https://www.worldbank.org/en/country/vietnam/overview.

GLI SCAMBI COMMERCIALI CON IL MONDO

2019, dati in miliardi di euro

EXPORT
281,1
+16,2%

IMPORT
240,9
+10,4%

+13,4%

PRINCIPALI PARTNER FORNITORI

Cina, Corea del Sud, Giappone, Singapore, Thailandia

PRINCIPALI PARTNER CLIENTI

Stati Uniti, Cina, Giappone, Corea del Sud

GLI SCAMBI COMMERCIALI CON L'ITALIA

0,7% quota di mercato dell'Italia in Vietnam

ITALIA

3°

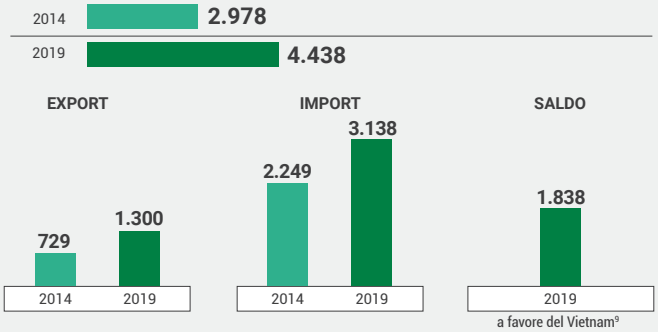
paese fornitore nell'ambito UE dopo Germania (1,9%) e Francia (0,7%)

VIETNAM

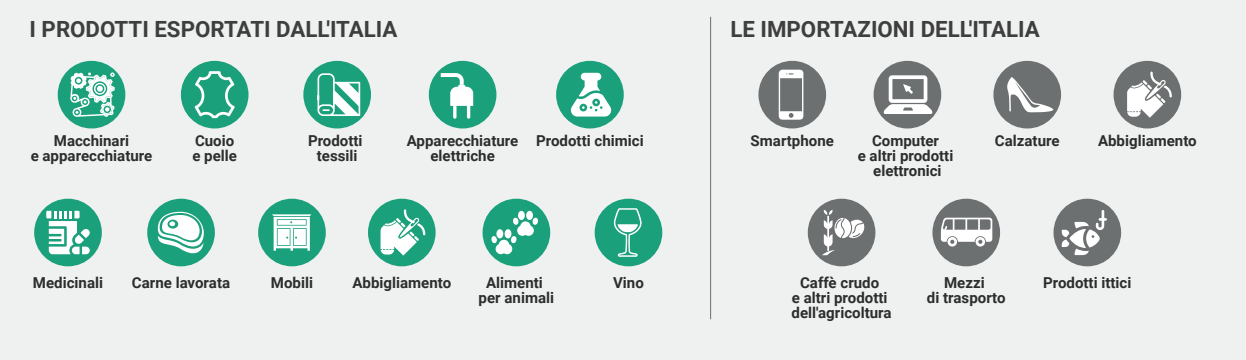
1°

partner dell'Italia tra i paesi ASEAN[8]

INTERSCAMBIO ITALIA-VIETNAM dati in milioni di euro



[8] Con un peso del 25,1% sul totale interscambio dell'Italia con tutta l'area (17,65 mld Euro nel 2019).
[9] Dati ISTAT.



Cenni sul quadro normativo regolamentare; rilievo barriere doganali ed ostacoli al commercio

Il Vietnam aderisce all'ASEAN dal 1995 e al WTO dal 2007. È impegnato in 16 accordi di libero scambio di cui 12 in vigore: 7 come membro ASEAN (con Cina, Corea del Sud, Giappone, India, Australia, Nuova Zelanda, Hong Kong) e 5 bilaterali (Giappone, Cile, Corea del Sud, EAEU-Eurasian Economic Union e CPTPP). Il 1° agosto 2020 entrerà in vigore **l'accordo di libero scambio con l'Unione Europea (EVFTA).**

L'**accordo** porterà:

1) la progressiva eliminazione del 99% dei dazi doganali[10] (con condizioni particolarmente interessanti per alcolici, automotive, macchinari, pellame e arredamento)

2) la protezione delle indicazioni geografiche di 169 prodotti alimentari e bevande europei di cui 38 italiani

3) altre importanti disposizioni per la tutela della proprietà intellettuale, liberalizzazione degli investimenti e sviluppo sostenibile

[10] Il 65% dei dazi sulle esportazioni dell'UE in Vietnam cesserà non appena l'Accordo entrerà in vigore e i restanti dazi saranno eliminati gradualmente su un periodo di 10 anni. Per quanto riguarda le esportazioni vietnamite verso l'UE, il 71% dei dazi cesserà al momento dell'entrata in vigore e i restanti saranno eliminati gradualmente su un periodo di 7 anni.

Informazioni di tipo contingente

Breve illustrazione di eventuali trend o eventi di particolare rilevanza nel mercato di riferimento

- Il Vietnam sta emergendo come valida alternativa per il trasferimento delle manifatture dalla Cina in conseguenza alla guerra commerciale di quest'ultima con gli USA
- Parallelamente cresce la preoccupazione per le previsioni di aumento del costo della manodopera e rapido invecchiamento della popolazione[11]
- Comportamento dei consumatori è sempre più guidato dall'espansione di Internet e la diffusione degli smartphone. Covid-19 ha accelerato la crescita dello *shopping online*
- Nel 2021 il Vietnam sarà impegnato nel rinnovo delle cariche politico-istituzionali, elezioni assemblea nazionale e consigli popolari a tutti i livelli

[11] MINACCIA PER LA PRODUTTIVITÀ E LA CRESCITA ECONOMICA NEL LUNGO PERIODO. L'Organizzazione mondiale della sanità ritiene ora che il Vietnam abbia una delle popolazioni con l'invecchiamento più rapido al mondo. Al momento, la popolazione anziana è al di sotto del 4% della popolazione del paese, il che equivale a circa 10 milioni di persone di età superiore ai 65 anni.
Entro il 2030, si prevede che raggiungerà quasi il 7% della popolazione e oltre il 10% entro il 2050. In aggiunta a ciò, il Vietnam ha una bassa età pensionabile (attualmente 60 per uomini e 55 per donne), e ora ha la seconda più alta aspettativa di vita nel sud-est asiatico (75 anni).

Istruzioni per affrontare il mercato / accedere

Presentazione degli aspetti normativi nazionali (e, ove presenti, locali): sistemi doganali, forme di pagamento, norme igienico-sanitarie, standard qualitativi, norme su etichettatura. Focus su eventuali accordi commerciali

- Dal 2015 in Vietnam è in vigore la nuova normativa doganale che prevede 4 differenti procedure d'importazione:
  - **a) rilascio per la libera circolazione**
  - **b) perfezionamento attivo**
  - **c) importazione temporanea**
  - **d) deposito doganale**
- È attivo lo schema dell'*Operatore Economico Autorizzato* (OEA)[12] e il sistema elettronico per le dichiarazioni doganali di importazione
- **Forme di pagamento** più usate sono la lettera di credito e bonifici bancari[13]
- **Le misure sanitarie e fitosanitarie** sono in linea con gli standard internazionali e i prodotti agricoli importati sono soggetti a **test di qualità e sicurezza** (specialised inspections)
- Condizioni e requisiti da rispettare per **l'etichettatura** di ciascun tipo di merce importata

[12] Lo status di *operatore economico autorizzato*, AEO *(Authorized Economic Operator)* certifica una situazione di affidabilità specifica di un particolare soggetto nei confronti delleautorita` doganali e fa parte delle nuove procedure di informatizzazione nei rapporti tra soggetti privati e autorità incaricate delle attività di controllo nel commercio internazionale.

[13] Le imprese Vietnamite mostrano una certa riluttanza ad accettare le lettere di credito confermate a causa dei costi addizionali e delle garanzie normalmente richieste dalle banche.

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

- Le imprese straniere possono importare in Vietnam tramite la semplice registrazione presso il locale Ministero del Commercio e dell'Industria
- Le imprese straniere prive del diritto di importare dovranno affidarsi a trader locali, che caricano una commissione tra l'1 e il 2% del valore di fatturazione
- In base al diritto Vietnamita l'importatore è anche il destinatario del bene
- Le imprese straniere hanno il diritto di effettuare attività di distribuzione all'ingrosso (wholesale) e al dettaglio limitatamente all'apertura di una sola unità commerciale. Dal seconda unità in poi è necessaria l'approvazione di compatibilità economico territoriale rispetto alla zona di localizzazione[14]

[14] L'impresa straniera ha il diritto di stabilire in Vietnam un solo centro di distribuzione commerciale per la vendita al dettaglio: dal secondo centro commerciale in poi è necessaria l'approvazione degli uffici locali competenti del Piano e degli Investimenti,che potranno rigettarla in base ai risultati di un apposito test di necessità economica, mirante a valutare se la presenza del centro commerciale è in linea con le esigenze economiche, sociali ed infrastrutturali della zona di localizzazione.

Percezione dei prodotti italiani da parte dei consumatori: *strengths* and *weaknesses*

- In generale, sia l'Italia che i prodotti made in Italy godono di un'ottima reputazione e sono molto apprezzati per stile, eleganza e design, nonche percepiti come prodotti di lusso. Tuttavia, i dettagli sull'Italia e la sua produzione sono ancora poco noti e spesso vengono confusi ed associati ad altri paesi occidentali nostri diretti concorrenti
- Le esportazioni italiane in Vietnam sono guidate dai beni capitali, principalmente macchinari industriali, di cui ne viene riconosciuta l'eccellente qualità, avanguardia e versatilità. Tuttavia, la tecnologia italiana per la maggior parte delle PMI vietnamite è ancora ritenuta troppo costosa e poco affidabile per l'assistenza post-vendita

Cross cultural management and business etiquette: gestire gli aspetti culturali del Paese, declinare e adattare la comunicazione online e offline dell'azienda

- In Vietnam è consigliabile essere introdotti a un potenziale contatto commerciale da un conoscente comune o da un riferimento di terze parti
- La prima volta è meglio incontrarsi presso l'ufficio del potenziale partner, sapendo che i primi incontri riguarderanno la conoscenza reciproca e che raramente vengono completati accordi di successo in poche riunioni
- Andare sempre muniti di biglietti da visita, che vanno dati o ricevuti con entrambe le mani
- Al termine di una riunione d'affari è comune fare regali. Questi possono essere piccoli e non devono essere costosi
- Nella cultura vietnamita è molto importante “salvare la faccia”. Ciò comporta spesso evitare lo scontro e dire agli altri ciò che vogliono ascoltare. Anzianità e gerarchia sono molto importanti in Vietnam

L'utilizzo del digitale nel mercato di riferimento: focus su social network e Marketplace[15]

VIETNAM

ECONOMIA DIGITALE IN PIÙ RAPIDA CRESCITA DELL'ASEAN

64 milioni i vietnamiti online nel 2019

66% tasso di penetrazione di internet

62 milioni utenti di social media attivi

55 milioni

I VIETNAMITI CHE HANNO ACQUISTATO ONLINE NEL 2019

valore di **3 miliardi di USD**

PRINCIPALI ACQUISTI ONLINE RIGUARDANO

- MODA E COSMETICI
- ELETTRONICA
- ALIMENTARI E PERSONAL CARE

PRIMI 5 OPERATORI E-COMMERCE

- Shopee
- Lazada
- Tiki
- Sendo
- Thegioididong[16]

iDEA

AGENZIA GOVERNATIVA PER L'ECONOMIA DIGITALE

Cosa fa

HA APPROVATO UN MASTER PLAN PER LO SVILUPPO DELL'E-COMMERCE NEL PERIODO 2021-2025

[15] Dati: *Vietnam E-Commerce Index 2019, VECOM*, su portale iDEA Vietnam E-Commerce and Information Technology Agency) -https://datareportal.com/reports/digital-2020-vietnam.

[16] Shopee occupa il 1° posto con circa il 17% di traffico web mensile combinato. Tiki, Sendo e Thegioididong operano solo in Vietnam.

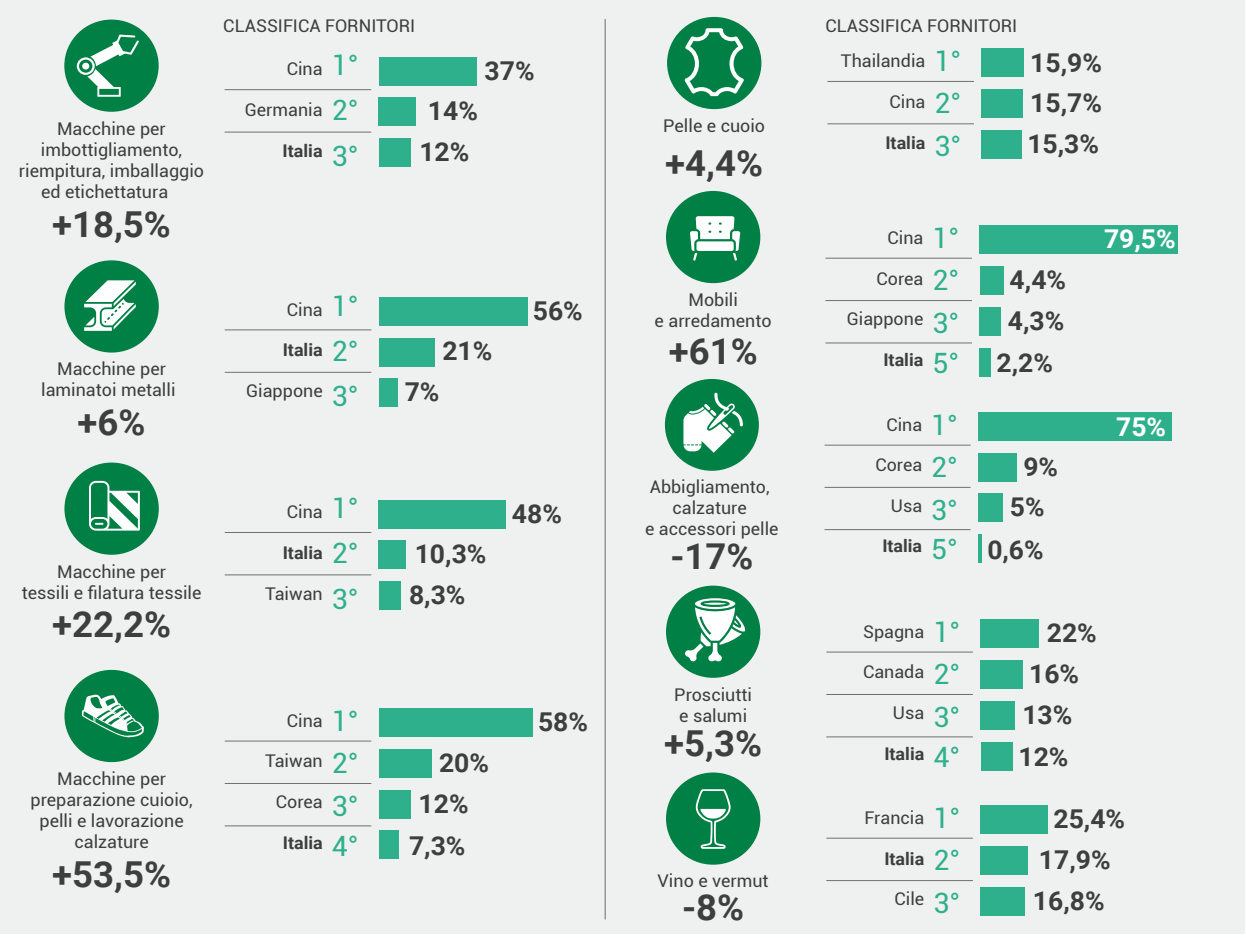
Opportunità per mercato-settore / crescere

Trend di mercato: settori con elevata crescita e opportunità di ingresso per i prodotti italiani

- Macchine, apparecchiature, automazione e robotica per l'industria
- Infrastrutture, trasporti e servizi logistici
- Energia e fonti rinnovabili
- Tecnologia per la protezione ambientale e l'economia circolare
- Meccanizzazione agricola e tecnologia smart farming
- Farmaceutico e biomedicale
- Mobili, interior design e illuminazione
- Sistema moda e cura della persona
- Agroalimentare, vino e bevande
- Sistemi per la gestione della catena del freddo

Indicazioni per settori su andamento domanda e concorrenza degli altri partner commerciali

Dati 2019, var% domanda Vietnam per settore, posizione e quota mercato % paesi fornitori



Strumenti governativi per attrazione degli investimenti esteri e opportunità di gare internazionali

- Valore degli Investimenti esteri (cumulato al 20 aprile 2020): nel 2019 il valore degli IDE inflows è stato di 16,1 miliardi di USD (+4%) con un valore IDE inward stock raggiunto di 161,1 miliardi di USD (dati UNCTAD)
- Principali settori di destinazione: industria 60%, immobiliare 16%, produzione e distribuzione elettricità gas e acqua 7%
- Sono incoraggiati gli investimenti in settori chiave (ad esempio: istruzione, sanità, sport e cultura, alta tecnologia, ricerca e sviluppo scientifici, protezione ambientale, fonti rinnovabili, prodotti agricoli e acquatici), zone economiche speciali e di scala (capitale investito ≥ a circa 230.000 euro)
- Gli incentivi fiscali sono generalmente sotto forma di esenzioni fiscali e doganali, riduzione o rinuncia a canoni di locazione ed uso del terreno

L'attività di supporto e promozione di ICE

Principali servizi erogati dalla Rete estera (riferimento catalogo servizi) con focus su aziende servite, tipologia di servizi erogati, presentazione eventuali desk (FDI, Startup, Ostacoli al commercio e Anticontraffazione etc)

- Le aziende che si rivolgono all'ufficio ICE di Hochiminh City sono prevalentemente PMI già operanti sui mercati asiatici maggiormente nei seguenti settori:
    - **Agroalimentare e vini** (65%)
    - **Moda e persona** (14%)
    - **Macchine e apparecchiature** (7,5%)
    - **Farmaceutico e biochimico** (6,5%)

- I principali servizi richiesti e offerti:
  - **Profili operatori esteri**
  - **Ricerca partner e clienti esteri**
  - **Organizzazione incontri d'affari**
  - **Organizzazione eventi promozionali**
  - **Rapporti economici settoriali**
  - **Informazioni riservate**
  - **Consulenze avanzate per investimenti**
  - **Informazioni generali e di primo orientamento**

Programma di iniziative promozionali ICE per il Paese nel secondo semestre del 2020

MANIFESTAZIONI FIERISTICHE DI PARTICOLARE RILEVANZA PER SINGOLI SETTORI DI ATTIVITÀ (condivisione calendario eventi)

- **SHOES & LEATHER VIETNAM** (Hochiminh City, 15-17 luglio 2020, posticipata al 14-16 luglio 2021) macchine ed attrezzature per l'industria conciaria e calzaturiera
- **PROPAK VIETNAM** (Hochiminh City, 9-11 settembre 2020) macchine ed attrezzature per l'industria della trasformazione alimentare, dosaggio, imbottigliamento e imballaggio
- **PRINTECH VIETNAM** (Hochiminh City, 9-11 settembre 2020) macchine ed attrezzature per l'industria della grafica, cartotecnicha, etichettatura e converting
- **FOOD & HOTEL HANOI** (Hanoi, 25-27 novembre 2020), F&B e Horeca

ATTIVITÀ DI INCOMING: MISSIONI DI OPERATORI IN ITALIA (condivisione calendario eventi)
Importante il contributo di ICE HCMC nella selezione di buyer vietnamiti per gli incoming in Italia (25 nel 2019) alle più importanti fiere e altre iniziative di settore.

IN PROGRAMMA NELLA SECONDA PARTE DEL 2020:

- **MACFRUT DIGITAL** (Online, 8-10 settembre 2020) Settore OrtoFrutta
- **XYLEXPO** (Milano, 10-13 novembre 2020) Macchine per Legno e Mobili
- **EIMA** (Bologna, 11-15 novembre 2020) Macchine per l'Agricoltura
- **EXPODENTAL MEETING** (Rimini, 19 - 21 Novembre 2020) Settore Dentale

IN PREVISIONE NEL 2021:

- **SIGEP** (Rimini, gennaio) Macchine e Tecnologia per le Industrie della Gelateria, Pasticceria, Panificazione e Caffè
- **SIMAC TANNING TECH** (Milano, febbraio) Macchinari per le industrie Calzaturiera, Pellettiera e Conciaria
- **MIDO** (Milano, febbraio) Occhialeria
- **MICAM** (Milano, febbraio e settembre) Calzature
- **MADE EXPO** (Milano, marzo) Interni e Finiture
- **COSMOPROF** (Bologna, marzo) Cosmetica
- **OROAREZZO E OROAREZZO TECH** (Arezzo, aprile) Gioielleria e Macchine per la Gioielleria

- **SALONE DEL MOBILE** (Milano, aprile) Mobili e Arredamento
- **VINITALY** (Verona, aprile) Vini d'uva
- **CIBUS CONNECT** (Parma, aprile) Agroalimentare
- **MACFRUT** (Rimini, maggio) Filiera dell'OrtoFrutta
- **MARMOMAC** (Verona, maggio) Macchine per il Marmo
- **TUTTOFOOD** (Milano, maggio) Agroalimentare
- **MARMOTECH HUB** (Carrara, giugno) Macchine per il Marmo

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE PER OPERATORI STRANIERI: seminari su strategie di marketing internazionale e successivo study tour in Italia

Sono stati realizzati o in corso di realizzazione i seguenti centri tecnologici:

- 2017 - Centro Tecnologico di Formazione per l'industria Calzaturiera
- 2017 - Centro Tecnologico di Formazione per l'industria Tessile
- 2020 - Centro Tecnologico di Formazione per l'industria del Marmo (in via di apertura)

ITALIAN TRADE AGENCY

Italian Trade Agency

@ITAtradeagency

www.ice.it

ITA - Italian Trade Agency

@itatradeagency