

CONVEGNO

Vietnam: le nuove frontiere
del *business* in Asia

Analisi economica e delle
potenzialità commerciali
del Vietnam

Di Marco Saladini

Direttore Ice Ho Chi Minh City

30 marzo 2010 - Vicenza

ITALIA



Istituto nazionale
per il Commercio Estero

ECONOMIA E POTENZIALITÀ COMMERCIALI

SOMMARIO

Dati economici di base

Politiche commerciali e accordi di libero scambio

Commercio e investimenti diretti esteri

Settori in evidenza

Forniture per alberghi, negozi e uffici

Infrastrutture

Macchine per la lavorazione della plastica

Cosmetici

Prodotti alimentari

Vini

Il sostegno delle istituzioni

Conclusioni e raccomandazioni

DATI ECONOMICI DI BASE

TERRITORIO, POPOLAZIONE E CLIMA

Superficie complessiva simile a quella dell'Italia

Forma allungata, dal 9° al 23° parallelo

87 milioni di abitanti, 57% sotto i 30 anni

Due città con 6-8 milioni di abitanti ciascuna

Vivono in zone rurali 62 milioni di persone

Clima monsonico tropicale, con significative differenze tra nord e sud

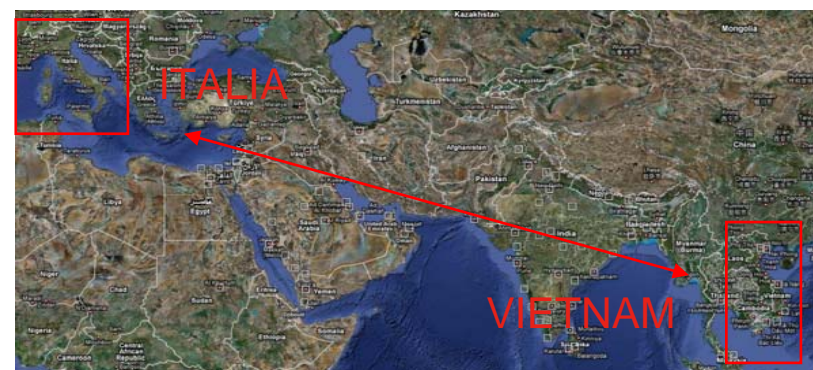
Costa lunga 3.260 chilometri

Precipitazioni, talora molto violente, in alcuni mesi dell'anno

Agricoltura principale settore economico

Industria in forte sviluppo

Servizi di livello soddisfacente, ma infrastrutture (es. vie di trasporto, comunicazioni) a volte lacunose



DATI ECONOMICI DI BASE

IL VIETNAM NEL SUD-EST ASIATICO

Economia

Attore importante del processo di integrazione regionale

Membro dell'Asean dal 1995

Secondo per tasso di crescita del Prodotto interno lordo

Fortissima proiezione internazionale sotto il profilo commerciale

Logistica sviluppata più via mare che via terra

Società

Nel 2007 l'uscita dal gruppo dei paesi meno sviluppati

Un "indice di sviluppo umano" a metà tra vicini ricchi e poveri

Distribuzione del reddito non eccessivamente polarizzata

Sistemi scolastico e sanitario bisognosi di miglioramento

DATI ECONOMICI DI BASE

CONFRONTO TRA I GRANDI COMPARTI

Sullo sfondo di un'importante settore primario...

Agricoltura, pesca e foreste: peso sul Pil 22% - occupati 52,6%

...avanzano industrializzazione e urbanizzazione

popolazione urbana: dal 21% nel 1995 al 30% nel 2008

industria: peso sul Pil 33,4% - occupati 15,5%

... mentre il settore dei servizi cresce e si modernizza

servizi: peso sul Pil 44,6% - occupati 31,9%

DATI ECONOMICI DI BASE

PIL, INFLAZIONE E PREVISIONI

Nel 2009 è proseguita la crescita, sia pure rallentata...

Prodotto interno lordo in volume: 5,3%

Volume della produzione industriale: 7,6%

Importazioni in valore: -14,4%

... anche grazie alle misure di politica economica prese dal governo

Pacchetto da 8,5 miliardi di dollari, spicca il taglio del 4% sui tassi d'interesse

Evitata la deflazione, i prezzi crescono del 6,9% nel 2009, rispetto al 2008

Crescita credito banche commerciali al 38% nel 2009, sarà più lenta nel 2010

Politica monetaria ancora restrittiva, banche ora possono negoziare i tassi

Il dong attentamente monitorato, svalutato lievemente a dicembre

Stime crescita PIL nel 2010: Economist intelligence unit 5%, Fmi 6%, governo 6,5%

POLITICHE E ACCORDI COMMERCIALI

LE SFIDE POSTE DALL'ADESIONE ALL'OMC

L'accessione all'Omc apre nuove opportunità...

Riduzione tariffe doganali

Allineamento con normative e procedure internazionali

Semplificazione investimenti e apertura comparto servizi alle imprese straniere

... ma richiede riforme rapide ed efficaci

Maggiore concorrenza sul mercato interno

Miglioramento delle infrastrutture e dei servizi alle imprese

Modernizzazione dell'amministrazione pubblica

POLITICHE E ACCORDI COMMERCIALI

LA RETE DI ACCORDI DI LIBERO SCAMBIO

Accordi bilaterali

Stati Uniti d'America (2001)

Unione Europea (2003 e 2004), nuovi negoziati in corso

Giappone (2008)

Accordi multilaterali

Afta (1995)

Omc (2007)

Asean <=> Australia, Nuova Zelanda, Cina, Corea del Sud, Giappone e India

Apec

POLITICHE E ACCORDI COMMERCIALI

BARRIERE TARIFFARIE E NON TARIFFARIE

Dazi in via di diminuzione grazie all'accessione all'Omc

Restano barriere tariffarie elevate su beni di consumo e di lusso

Procedure doganali complicate, discrezionali e in alcuni casi lunghe

Barriere non tariffarie in via di attenuazione, alcuni prodotti banditi

Frequente la rivalutazione in dogana delle importazioni rispetto al valore di fattura

Rischio contraffazione: importante tutelarsi, specialmente per i beni di consumo

Visto per lavoro reso molto più complicato da ottenere

Alcuni settori restano chiusi al commercio estero, es. farmaceutico

In altri permangono forti limitazioni, es. finanza, telecomunicazioni, editoria

COMMERCIO E INVESTIMENTI ESTERI

QUADRO D'INSIEME

Una rapida internazionalizzazione...

Tra il 2001 e il 2009 le importazioni quadruplicano e gli Ide quintuplicano

Il rapporto tra esportazioni e Pil si aggira attorno al 70%, tra importazioni e Pil tocca il 90%

Scambi di merci e investimenti diretti esteri in entrata

(valori in miliardi di dollari statunitensi)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Importazioni	16,2	19,8	25,2	32,0	37,0	44,9	60,8	80,4	68,8
Esportazioni	15,0	16,7	20,2	26,5	32,4	39,8	48,4	62,9	56,6
Investimenti diretti esteri (1)	3,2	2,8	3,1	4,2	6,8	10,2	20,3	71,7	21,5

(1) Autorizzazioni concesse per nuovi investimenti ed espansione di investimenti esistenti

Fonte: Elaborazioni Ice su dati Dipartimento generale delle dogane e Ministero del piano e degli investimenti

... con un ruolo di primo piano per i paesi asiatici

COMMERCIO E INVESTIMENTI ESTERI

I PRINCIPALI PAESI FORNITORI

Importazioni del Vietnam

(valori in milioni di Usd, quote e variazioni percentuali)

Controparte	Quote		Valori		Variazione
	2008	2009	2008	2009	
Cina	19,4	23,5	15.652	16.441	5,0
Giappone	10,2	10,7	8.241	7.468	-9,4
Corea del Sud	8,8	10,0	7.066	6.976	-1,3
Taiwan	10,4	8,9	8.363	6.253	-25,2
Tailandia	6,1	6,5	4.906	4.514	-8,0
Singapore	11,6	6,1	9.393	4.248	-54,8
Stati Uniti d'America	3,3	4,3	2.635	3.009	14,2
Malesia	3,2	3,6	2.596	2.505	-3,5
India	2,6	2,3	2.094	1.635	-21,9
Germania	1,8	2,3	1.480	1.587	7,2
Totale 10 paesi	77,3	78,1	62.426	54.637	-12,5
Mondo	100,0	100,0	80.714	69.949	-13,3
<i>Promemoria</i>					
<i>Italia (pos. 16)</i>	<i>0,8</i>	<i>1,0</i>	<i>668</i>	<i>726</i>	<i>8,7</i>

Fonte: elaborazioni Ice su dati dell'Ufficio generale di statistica del Vietnam

COMMERCIO E INVESTIMENTI ESTERI

I PRINCIPALI PAESI INVESTITORI

Investimenti diretti esteri in entrata in Vietnam

(2009, nuovi impegni in milioni di Usd)

Posi- zione	Paese	Numero di nuovi progetti	Capitale
1	Stati Uniti d'America	43	5.948
2	Isole Cayman	3	2.016
3	Samoa	3	1.701
4	Corea del Sud	204	1.598
5	Taiwan	53	1.356
6	Isole Vergini Britanniche	33	1.074
7	Hong Kong	39	742
8	Singapore	98	469
9	Giappone	77	138
10	Russia	3	346
	Totale generale	839	16.345
<i>Promemoria</i>			
21	Italia	5	49,4

Fonte: Ministero del Piano e degli investimenti - Agenzia
per gli investimenti esteri

COMMERCIO E INVESTIMENTI ESTERI

SCAMBI CON L'ITALIA

Commercio dell'Italia con il Vietnam

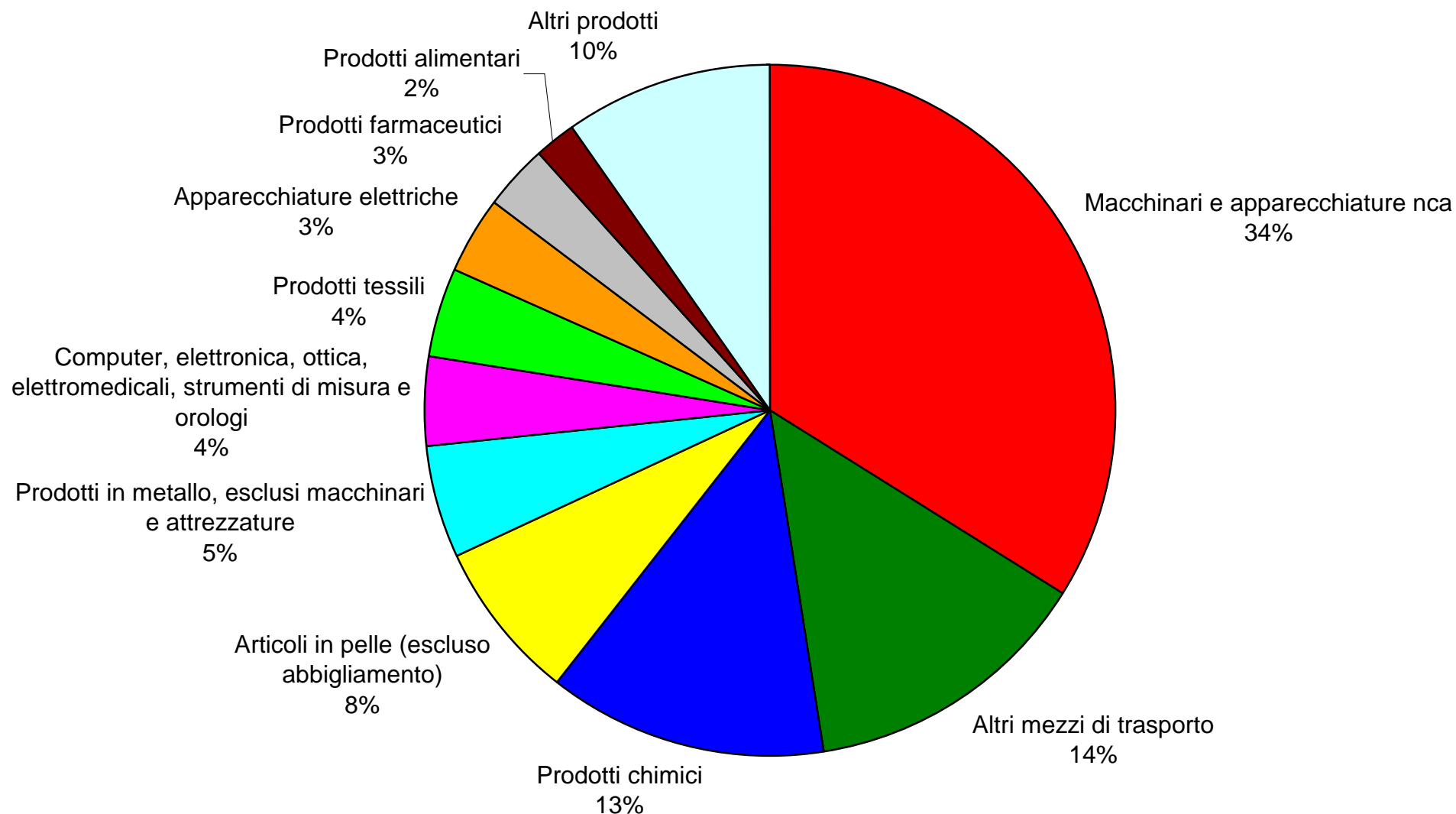
(valori in migliaia di Euro, saldo normalizzato e variazioni in percentuale, variazioni assolute per i saldi)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Valori									
Esportazioni	281.616	300.563	326.575	283.680	218.369	300.234	512.145	448.683	483.322
Importazioni	374.161	395.171	397.297	403.523	471.615	608.486	694.736	803.185	703.007
Saldo	-92.545	-94.608	-70.722	-119.844	-253.246	-308.253	-182.592	-354.502	-219.684
Saldo normalizzato (%)	-14,1	-13,6	-9,8	-17,4	-36,7	-33,9	-15,1	-28,3	-18,5
Variazioni sull'anno precedente									
Esportazioni	55,1	6,7	8,7	-13,1	-23,0	37,5	70,6	-12,4	8,0
Importazioni	10,8	5,6	0,5	1,6	16,9	29,0	14,2	15,6	-12,0
Saldi (variazioni assolute)	63.697	-2.062	23.886	-49.122	-133.402	-55.007	125.661	-171.911	134.818

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

COMMERCIO E INVESTIMENTI ESTERI

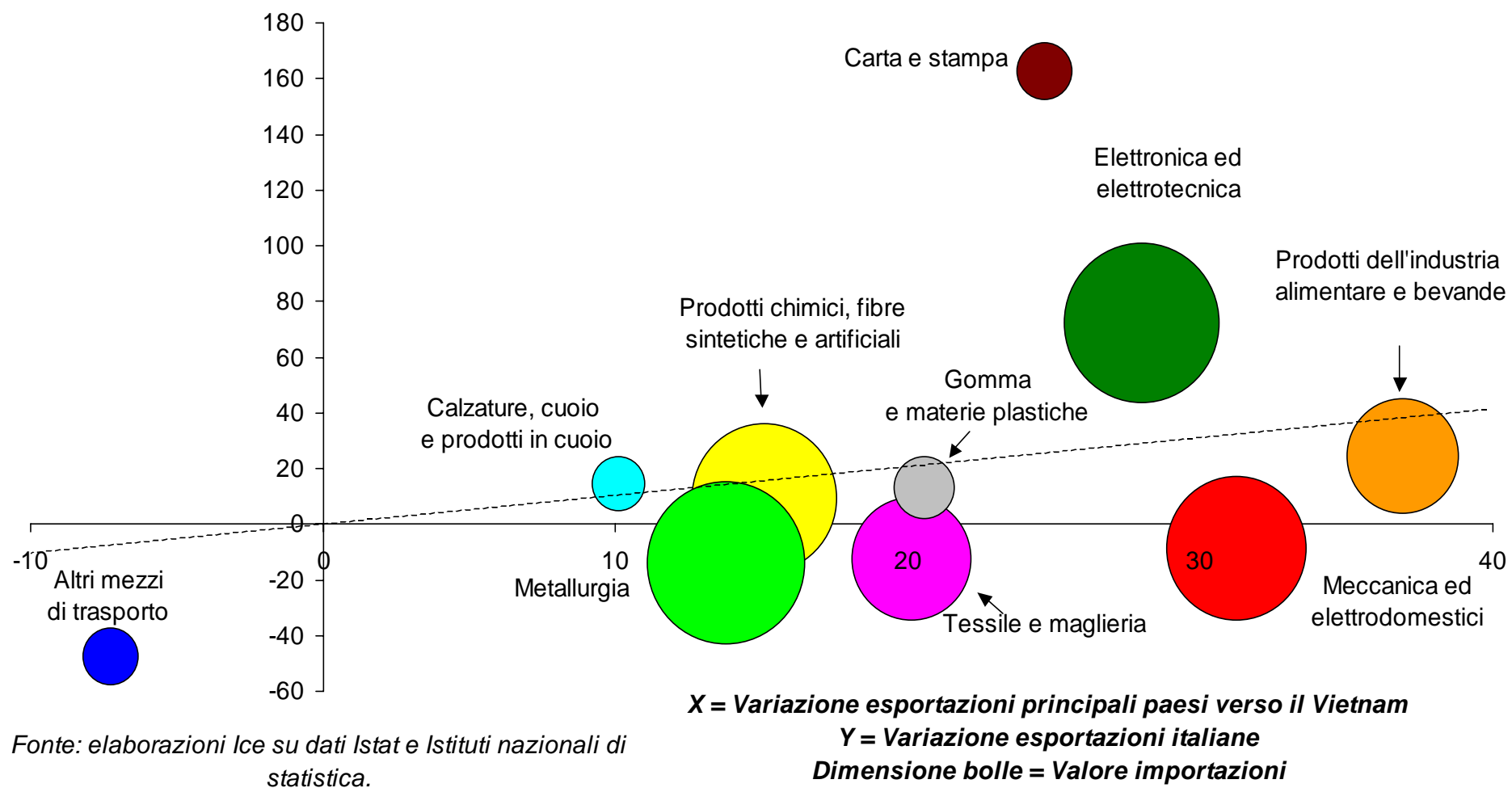
ESPORTAZIONI DELL'ITALIA IN VIETNAM PER COMPARTI (2009)



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

COMMERCIO E INVESTIMENTI ESTERI

DINAMICA ESPORTAZIONI ITALIANE E MONDIALI PER SETTORE (2008)



Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat e Istituti nazionali di statistica.

SETTORI IN EVIDENZA

FORNITURE E SERVIZI PER ALBERGHI

Turisti stranieri aumentati di 14 volte in 10 anni, fino a 4,3 milioni nel 2008

Ruolo crescente del turismo locale, circa 30 milioni di arrivi nel 2008

In attività 5.200 alberghi e resort con oltre 130.000 stanze

Tasso di occupazione dal 60% del 2006 al 47% del 2009

Presenza di operatori stranieri e catene, investitori vietnamiti al via

Politiche governative favorevoli, esistono incentivi per chi investe in alberghi, ma anche limiti all'attività di imprese estere

Competitività lontana dai paesi vicini più avanzati, prezzi relativamente elevati

Crescita prevista dal governo per il decennio 2009-18: oltre 6% all'anno

Sostegno sistema Italia

Tra 2008 e 2010, Ice e controparti hanno organizzato tre visite con B2B nei due paesi

SETTORI IN EVIDENZA

FORNITURE E SERVIZI PER ALBERGHI

Progettazione e design, notevoli possibilità per i professionisti italiani

Ventilazione e condizionamento: fornitori ormai affermati, carpenteria fatta *in loco*

Arredamento e materiali da costruzione: flussi di importazione in fascia alta,
concorrenza locale e regionale sul resto

Apparecchi per uso sanitario e illuminazione: buone prospettive

Attrezzature per intrattenimento e benessere: mercato da esplorare, potenziale alto

Attrezzature per ristoranti e *catering*: fornitori affermati, spazio in alcune nicchie

Biancheria e altri tessili: fornitori affermati sia locali che internazionali

Attrezzature e forniture per lavanderia e pulizia: perlopiù importate, buone
prospettive

SETTORI IN EVIDENZA

INFRASTRUTTURE

Insufficienza di infrastrutture tra i principali svantaggi del paese, dicono molti osservatori

Il governo punta a un riallineamento nei prossimi anni, anche con investimenti privati

Nei prossimi cinque anni, probabili investimenti per 52 mld. di Usd in trasporti, 20 per energia, 13 per acqua e tutela dell'ambiente

In realtà la spesa media negli ultimi anni è stata di 9 mld. di Usd, ovvero 10-12% del Pil

Dal 2001 al 2009 il settore privato ha investito 5 mld. di Usd in infrastrutture

Phu My Bridge Bot company è un caso interessante: ha realizzato un ponte del costo di 150 mln. di Usd in *joint venture* tra imprese locali e con prestiti anche internazionali

Un contratto per oltre 100 mln. di Usd è stato vinto da un consorzio a guida tedesca

Sostegno sistema Italia

Assistenza tramite personale specializzato

Ricerca di mercato e visite con incontri B2B

Sensibilizzazione controparti locali con azioni di formazione in Vietnam e Italia

SETTORI IN EVIDENZA

INFRASTRUTTURE

Principali progetti in *pipeline* (valori in miliardi di Usd)

Porti. Cai Mep (0,7), Cai Lan (0,1), Lach Huyen, Van Phong Bay

Strade e autostrade. Nord-sud (1,5) e strade accessorie (0,8), Hanoi-Lao Cai (1,3), Hanoi-Hai Phong, Hanoi-Lan Song (0,9), Ho Chi Minh City-Dau Giay (0,9)

Metropolitane. Linee 1 (1,1) e 2 (1,2) a Ho Chi Minh City, altre in progetto, ferrovia sopraelevata Hanoi (0,6)

Ferrovie. Hanoi-Noi Bai (0,7), treno superelevato nord-sud (56)

Aeroporti. A. Nuovi: Long Thanh (8). B. Da rimodernare o ampliare: Cat Ba, Chu Lai, Phu Quoc

Energia. Vinh Thanh (1,8), Son My (4,9), Mong Duong (0,9 + BOT), Duyen Hai (5), Soc Trang, O Mon, Nhon Trach, Hiep Phuoc, Song Da, Trung Son (0,4), Song Bung (0,3)

Ambiente. I progetti sono diffusi su tutto il territorio nazionale, perlopiù nelle città maggiori

SETTORI IN EVIDENZA

MACCHINE PER LA LAVORAZIONE DELLA PLASTICA

Valore esportazioni italiane non molto elevato, ca. 5 milioni di Eur all'anno

Tassi di crescita elevati negli ultimi anni, grazie a investimenti sul *marketing*

La maggior parte delle vendite costituita da estrusori e linee per estrusione

Imprese vietnamite alla ricerca di soluzioni su misura

Sostegno sistema Italia

Seminario su componenti per industria automobilistica nel 2007

Mappatura imprese vietnamite nel 2007

Partecipazione a Plastics and rubber Vietnam nel 2008

Delegazione vietnamita alla fiera Plast'09

Corsi per tecnici vietnamiti su produzione di filme e estrusione di tubi nel 2009

Partecipazione a Plastics and rubber Vietnam nel 2009, con 12 imprese

SETTORI IN EVIDENZA

COSMETICI

Tra 2003 e 2008 le vendite in Vietnam ammontano a oltre 300 milioni di Usd all'anno

La quota di mercato dei prodotti italiani è cresciuta nel 2008, portandosi al 3,5%,

risultato dovuto soprattutto a profumi (8,3% la quota) e prodotti per capelli (7%)

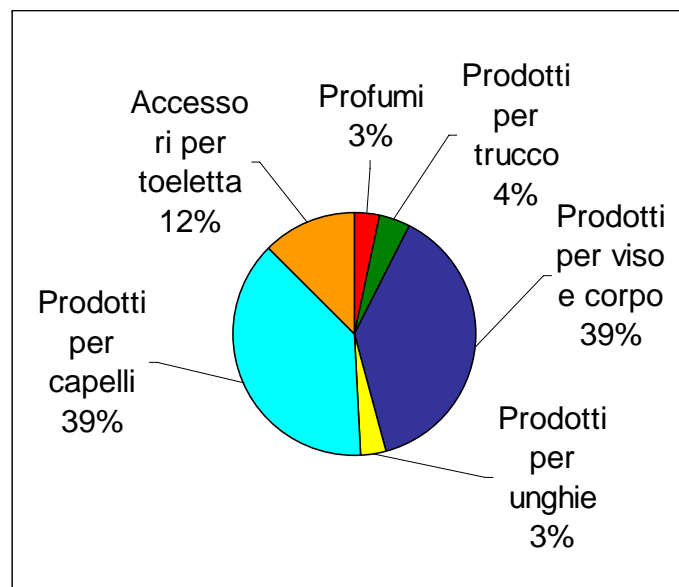
Ancora assenti i prodotti per viso e corpo e gli accessori per toeletta

In alcuni grandi magazzini le marche italiane più famose, in *corner* o monomarca

Diffusa la percezione che i cosmetici italiani siano riservati ai ceti più abbienti

Vendite di cosmetici in Vietnam per principali categorie - 2008

Fonte: Ministero dell'Industria
e del commercio del Vietnam



SETTORI IN EVIDENZA

COSMETICI

Opportunità

Tasso di crescita delle vendite attorno al 10%, prevista un'accelerazione

Forte incidenza delle coorti d'età più giovani e fattori climatici sospingono la domanda

Predisposizione all'acquisto di prodotti importati nuovi, a base di ingredienti naturali

Diffusione di alcuni marchi italiani di prestigio, in accoppiata con accessori e moda

Sistema politico stabile e crescita economica costante nel tempo

Introduzione delle regolamentazioni armonizzate sui cosmetici elaborate dall'Asean

Tendenze future

La competizione con i produttori locali crescerà, ma questi resteranno svantaggiati

I prodotti stranieri si posizioneranno nell'ambito delle aspirazioni d'acquisto

Entrambi dovranno investire pesantemente in pubblicità e promozione e tenere sotto controllo i prezzi finali

Aumenterà il peso della distribuzione moderna

Sostegno del sistema Italia

Delegazione vietnamita a Cosmoprof

Ricerca di mercato, campagna pubblicitaria, missione imprenditoriale a gennaio 2009

SETTORI IN EVIDENZA

PRODOTTI ALIMENTARI

Pasta sia fresca che secca tra i prodotti alimentari più consumati dai vietnamiti

Presenza iniziale di prodotti da forno, ma solo in alcuni negozi per stranieri

Importazioni dall'Italia in forte crescita, ma di valore limitato (0,8 milioni di Usd nel 2008)

I produttori italiani di olio d'oliva secondi solo agli spagnoli per valori esportati

Formaggi italiani ancora molto marginali, mercato dominato da quelli polacchi e francesi

Conserve vegetali e succhi di frutta, quota di mercato attorno al 5%, forte competizione

Sostegno del sistema Italia

Manifestazione Sapori d'Italia nel 2009

SETTORI IN EVIDENZA

VINI

Mercato ancora non particolarmente grande ma in forte crescita: 24 mil. di USD nel 2008

Tra i limiti la preferenza per altri alcoolici (birra, liquori) e i pesanti dazi

Quota italiana salita al 5% ma il *brand* italiano ancora fatica a essere riconosciuto

Fortissima competizione da parte dei produttori cileni e australiani

Cruciali gli investimenti sul *marketing* e sulla formazione dei distributori

Sostegno del Sistema Italia

Manifestazione *Italian wines première* nel 2007

Creazione di un sito in vietnamita sui vini italiani, www.ruouvangy.com

Missioni di operatori e giornalisti a diverse fiere in Italia

Manifestazione Saperi d'Italia nel 2009

Saigon Wine Fair a giugno 2010: adesioni in scadenza...

POSSIBILI STRATEGIE PER LE IMPRESE ITALIANE

CONOSCENZA DEL MERCATO

Leggere le pubblicazioni di base, come guida al mercato e nota congiunturale

Preparare il terreno con ricerche di mercato o contatti diretti con le controparti locali

Fare un viaggio in Vietnam per capire meglio la realtà locale

Verificare le capacità dei distributori nelle fasi di importazione e vendita

Studiare gli abbinamenti migliori tra la propria gamma e le esigenze locali

Informarsi sui piani di espansione dei clienti

Seguire l'evoluzione economica del paese e delle caratteristiche dei consumatori

Consultare le riviste locali per comprenderne il taglio e l'utilità in fase di *marketing*

Seguire le iniziative di sostegno all'internazionalizzazione del Sistema Italia

Sviluppare una strategia di *marketing* appropriata, in consultazione con l'Ice

L'ICE AL VOSTRO SERVIZIO INFORMAZIONE

WWW.ICE.GOV.IT

The screenshot shows the ICE website interface in a Windows Internet Explorer browser window. The page title is "ICE - Scegli il tuo mercato - Vietnam". The browser address bar shows "http://www.ice.it/paesi/asia/vietnam/index.htm". The website header includes the "ITALIA" logo and the "Istituto nazionale per il Commercio Estero" name. A navigation menu contains links for "chi siamo", "dove siamo", "sala stampa", "lavora con noi", "biblioteca", "contattaci", "link", and "mappa". A search bar is present with the text "Cerca il testo..." and an "avanzata" button. The main content area is titled "Vietnam" and includes a section for "Scegli il tuo mercato" with sub-links like "Opportunità per te", "Promuovi la tua azienda", and "Settori in primo piano". A sidebar on the left contains "Ricerche e statistiche", "Le nostre pubblicazioni", and "CAMPUS FORMATIVO". The central content area provides key statistics for Vietnam: Superficie: 331.150 kmq, Popolazione: 86.200.000, Densità: 260 ab/Kmq, Lingua: Vietnamita, Religione: Buddismo (12-85%), Cristianesimo (9-12%), Cao-dai (2-3%), Altre religioni (0-4%), Ateismo (0-73%), and Sede di governo: Hanoi. It also lists "IN AGENDA" events for March 2010, such as "PARMA: DELEGAZIONE DI BUYER ESTERI A MEC-SPE 2010" and "HOCHIMINH CITY: PLASTICS AND RUBBER VIETNAM". A right sidebar features a map of Asia, "Ufficio di Ho Chi Minh City", and "The Made in Italy business directory". The footer of the browser window shows "Internet" and "100%" zoom.

L'ICE AL VOSTRO SERVIZIO

PROMOZIONE

L'Ufficio è il principale terminale sul mercato del Sistema Italia di sostegno all'internazionalizzazione

E' accreditato come Sezione per gli scambi dell'Ambasciata d'Italia di Hanoi, con la quale ha stabilito una forte sinergia

Opera in stretto raccordo con la rete Ice in Italia nonché con i *partner* dell'Istituto

- * Regioni e Province

- * Associazioni imprenditoriali nazionali, di categoria e territoriali

- * Camere di Commercio

per la realizzazione di iniziative promozionali di vario genere

Il budget promozionale si è quadruplicato negli ultimi anni grazie anche a un programma straordinario di promozione sul Vietnam con fondi del progetto Made in Italy del Ministero dello Sviluppo economico, esteso a 8 settori tra i quali molti nuovi

L'ICE AL VOSTRO SERVIZIO

ASSISTENZA

Ice Ho Chi Minh City eroga numerosi servizi di assistenza

Servizi più richiesti

Lista di importatori

Ricerca di mercato

Servizi a maggior valore aggiunto

Ricerca clienti e *partner* esteri

Organizzazione di campagne pubblicitarie ed eventi promozionali

Ricerca e preselezione di personale

Per richiedere approfondimenti e servizi contattare

ICE Ho Chi Minh City - +84 8 38269646 – hochiminh@ice.it

LE ALTRE ISTITUZIONI AL SERVIZIO DELL'IMPRESA ITALIANE - MSE, MAE, SIMEST, SACE E VIETNAMITE - MFA, FIA

L'Ice collabora attivamente con una serie di istituzioni per facilitare l'approccio delle imprese italiane a informazioni, finanziamenti e programmi di supporto

Ministero dello Sviluppo economico www.mincomes.it	Simest www.simest.it
Ministero degli affari esteri www.esteri.it www.ambhanoi.esteri.it	Sace www.sace.it
Ambasciata del Vietnam in Italia www.vnembassy.it	Agenzia per la promozione degli investimenti esteri fia.mpi.gov.vn

CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

Evitare di puntare soltanto sui vantaggi in termini di costo e concentrarsi invece sulle sfide che il Vietnam affronterà nei prossimi anni, in settori e tecnologie relativamente più avanzati dove i produttori italiani sono ben posizionati

Cauto e lungimirante investimento nel comparto dei beni di consumo per conseguire un posizionamento tempestivo e corretto

Forte attenzione a settori dei servizi che offrono opportunità di vendita e investimento altamente remunerative

Continuazione e rafforzamento del sostegno agli investitori italiani interessati al Vietnam

Impulso immediato alla conclusione di nuovi accordi commerciali tra Vietnam e UE per superare la situazione di svantaggio dei nostri produttori e rafforzare i rapporti

GRAZIE DELLA VOSTRA ATTENZIONE!