

# TESSILE E ABBIGLIAMENTO

## Introduzione

La produzione industriale vietnamita del tessile e dell'abbigliamento inizia storicamente alla fine del XIX secolo, quando fu creata nel Nord del Paese, ad opera dei coloni francesi, la fabbrica tessile di Nam Dinh.

Un'antica tradizione artigianale tessile, di notevole valore, esisteva comunque da secoli ed era apprezzata anche dai Paesi vicini, in primis la Cina.

L'industria si sviluppò all'inizio del XX secolo, ed ebbe un'accelerazione dopo la fine del secondo conflitto mondiale. La divisione nel 1954 del Vietnam in due Stati, il Vietnam del Nord e del Sud, portò per alcuni decenni a sviluppi separati.

Nel Vietnam del Sud, sotto il dominio francese, nacquero numerose aziende private che operavano con tecnologie importate dall'Europa, mentre nel Vietnam del Nord, governato secondo l'ideologia socialista, si svilupparono imprese pubbliche con macchinari di origine cinese o sovietica. Queste ultime tipologie di aziende, per caratteristiche organizzative e tecnologiche risultavano meno efficienti delle imprese del Sud.

Con la fine della guerra del Vietnam si ebbe la riunificazione politica delle due regioni ed un impulso al settore tessile secondo l'impronta di un'economia pianificata anche per quel che riguardava le relazioni commerciali.

Similmente a quanto riportato per le altre filiere produttive, il settore ebbe quindi uno sviluppo grazie ai numerosi programmi di collaborazione con l'ex Unione Sovietica. Grazie a questi programmi, il gigante socialista portava in Vietnam macchinari ed ordini di produzione che le fabbriche vietnamite realizzavano; sono nate in questi anni, e con questi presupposti, molte delle aziende vietnamite del settore.

Alla fine degli anni 80, con la crisi del sistema sovietico, vennero a mancare le commesse che l'economia pianificata socialista aveva sinora offerto, con una conseguente grave crisi di tutto il settore.

Il Paese dovette lentamente ripartire da zero, uscendo dai tradizionali mercati dell'Europa dell'Est, cercando altri committenti nelle economie di libero mercato. Furono così firmati accordi commerciali con l'Unione Europea (1992), nell'ambito dell'Accordo Multifibre, che prevedevano quote piuttosto generose per le esportazioni vietnamite.

I rapporti con il mercato statunitense ebbero invece una prima riapertura con la fine dell'embargo americano e poi, nel 2001,

Una storia recente

Il Nord e il Sud

Uno sviluppo all'interno del blocco socialista

La crisi dell'Unione Sovietica...

...e l'apertura a nuovi mercati

quando il Vietnam ottenne lo status di MFN (Most Favoured Nation), che consentiva una notevole riduzione del dazio applicato alle merci importate negli Stati Uniti. A seguito di questa riduzione dei dazi, il Vietnam vide infatti in breve tempo aumentare le sue esportazioni in USA del 994% in volume e del 1829% in valore.

Tutte le quote cui sono state sottoposte le merci vietnamite sono state eliminate con l'ingresso del Vietnam nel WTO nel 2007, ma le importazioni di tessili e abbigliamento rimangono soggette a programmi di monitoraggio da parte di USA ed Unione Europea.

2007: ingresso nel WTO

## Il settore tessile-abbigliamento oggi

Il settore tessile/abbigliamento è oggi la prima industria manifatturiera del Vietnam.

Il settore oggi

La filiera del tessile e abbigliamento nel suo complesso genera oltre il 10% dell'intera produzione industriale vietnamita e rappresenta, con oltre 2,5 milioni di lavoratori, oltre il 20% dell'occupazione nel settore manifatturiero. Di questi, circa il 60% sono occupati nelle produzioni industriali, mentre il restante 40% è costituito da lavoratori artigianali.

Le esportazioni del settore sono state nel 2006 di quasi 4 miliardi di euro, con una crescita di oltre il 20% rispetto all'anno precedente, mentre i dati relativi ai primi 5 mesi del 2007 hanno fatto registrare un fatturato export per circa 1,8 miliardi di euro, con un aumento del 24% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Un settore in continua crescita...

Per gli USA in particolare, anche per effetto della diversione del commercio causata dalle nuove quote imposte dal Governo federale all'import dalla Cina, il Vietnam con una crescita su base annua del 32% ed un totale di quasi 1,2 Mld di Dollari, ha superato il Messico tra i partner commerciali e si appresta a diventare il secondo esportatore negli USA dopo la Cina (Fonte: American Apparel & Footwear Association).

### Vietnam: crescita dell'economia e del settore Tessile/Abbigliamento (%)

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>PIL</b>	7,1	7,3	7,8	8,4	8,2
<b>Produzione industriale</b>	1,9	16,9	16,0	17,2	17,0
<b>Produzione T/A</b>	8,8	20,3	18,0	12,9	10,0
<b>Export totale</b>	4,0	18,9	19,0	21,6	22,9
<b>Export T/A</b>	5,8	30,8	20,0	10,0	20,8

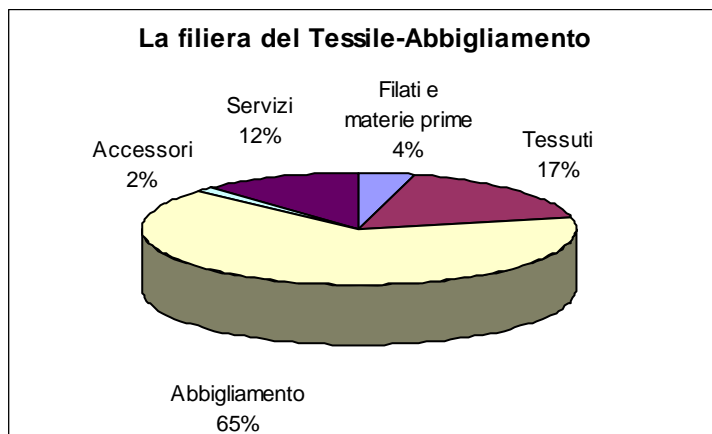
...trainato dalla produzione di abbigliamento

Fonte: VITAS Vietnam Textile and Apparel Association

Tali straordinari risultati in termini di crescita sono stati raggiunti grazie alle grandissime performance del settore abbigliamento, mentre la produzione tessile risulta tuttora sottosviluppata. L'abbigliamento rappresenta infatti il 90% delle esportazioni della filiera e fa del Vietnam il secondo esportatore, dopo l'Indonesia, tra i Paesi del Sud Est Asiatico.

Con riferimento alla concorrenza degli altri paesi asiatici è comunque da evidenziare che, a differenza loro il grado di dipendenza dell'intera economia vietnamita, dal settore tessile/abbigliamento, rientra entro limiti ragionevoli.

Come detto, la produzione della filiera è estremamente sbilanciata verso i prodotti finiti d'abbigliamento, dove sono attive circa il 65% delle aziende della filiera, mentre il 21% delle imprese lavorano nella produzione di filati e tessuti.



#### La filiera tessile

Fonte: Vitas

La produzione locale di cotone è esigua ed ammontava, nel 2005/2006, a poco più di 10.000 tonnellate (lo 0,4% della produzione della fibra a livello mondiale). Carente è anche la produzione di fibre e filati sintetici, anche se, la nuova raffineria di Dung Quat, dovrebbe apportare un aumento significativo alla produzione.

La produzione di materie prime

Secondo la Vitas (l'associazione nazionale del tessile e dell'abbigliamento) operano in Vietnam nel settore tessile 484 imprese (delle quali 96 filature e 388 tra tessiture, ortogonali e a maglia, e aziende di nobilitazione) per una capacità produttiva potenziale che nel 2006 era di 300.000 ton. di filati, 680 milioni di mq. di tessuti ortogonali, 300.000 ton. di tessuti a maglia,

e semilavorati

5.000 ton. di tessuti non tessuti ed una capacità di tintura e rifinitura di tessuti per 3.000 milioni di mq..

Tale situazione è stata il frutto di una costante politica di incentivazione agli investimenti nelle fasi a monte della filiera che ha portato all'entrata in funzione di quasi 850.000 fusi e 20.000 rotorii open-end per la filatura negli ultimi dieci anni e di circa 1.400 telai nel solo 2006.

Ciò nonostante, anche per effetto di una bassa produttività e di una carenza di know-how, soprattutto nelle lavorazioni come la tintura e le rifiniture, la produzione effettiva, misurata dall'Istituto di Statistica, è sensibilmente più bassa.

è stata molto incentivata negli ultimi dieci anni.

#### La produzione Tessile/Abbigliamento

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Filati migliaia Ton</b>	226,8	234,6	240,8	259,2	265,0
<b>Tessuti milioni Mq.</b>	469,6	496,4	501,7	560,8	575,0
<b>Maglieria mil. articoli</b>	112,8	148,2	142,2	128,0	148,7
<b>Abbigliamento mil. articoli</b>	489,1	727,1	922,7	1.010,8	1.212,2

Fonte: Vietnam General Department of Statistics

A valle della filiera, il settore dell'abbigliamento è cresciuto in questi ultimi anni con un tasso medio annuo del 27% ed ha fatto registrare nell'ultimo quinquennio un incremento netto del 148%.

Sempre secondo la Vitas, ci sono circa 1.500 produttori di abbigliamento e 50 di accessori, per una capacità produttiva a saturazione di 2 miliardi di articoli l'anno.

#### L'abbigliamento e gli accessori:

Uno sviluppo tumultuoso che ...

E' evidente che la produzione interna di materie prime, semilavorati e accessori non riesce quindi a coprire la domanda interna per la produzione di capi finiti, rendendo necessario il ricorso massiccio alle importazioni.

#### Dipendenza del mercato dalle importazioni

Prodotti	Importazioni	Prodotti importati
<b>Filati</b>	216.000 ton	46,5%
<b>Fibre naturali</b>	136.000 ton	93%
<b>Fibre sintetiche</b>	126.000 ton	100%
<b>Tessuti</b>	2.190 mil di \$	81%
<b>Accessori</b>	890 mil. di \$	80%

... causa un pesante ricorso alle importazioni

Fonte: VITAS e Textile Outlook International

La tipologia di prodotto che in valore assoluto risulta maggiormente importato è costituita dai tessuti. Nel 2005 il principale

mercato di approvvigionamento vietnamita risultava essere la Cina, da cui provenivano il 28% dei prodotti importati. Altri importanti fornitori, con quote del mercato superiori al 20%, sono Taiwan e Corea del Sud.

#### L'import di tessuti – Provenienza

Paese	Quota import
Cina	28%
Taiwan	23%
Corea del Sud	22%
Honk Kong	10%
Giappone	9%
Germania	1%
Thailandia	1%
Altri	6%

Fonte: VITAS

Come è evidente dalla tabella soprastante, l'opportunità offerta dalla domanda di semilavorati proveniente dal settore dell'abbigliamento vietnamita è stata al momento colta dai produttori asiatici – grazie ad una maggiore competitività in termini di prezzi, logistica e controllo della fase produttiva a valle – mentre l'Italia e l'Europa sono rimaste fino ad oggi al margine di questi commerci.

Un'opportunità ad oggi mancata

Fra i principali fattori che limitano lo sviluppo ulteriore del sottosectore dell'abbigliamento vi è sicuramente la scarsa integrazione nella filiera dovuta alla debolezza delle produzioni a monte. Come evidenziato sopra, sono infatti di importazione la quasi totalità delle materie prime (inclusi i prodotti chimici per le lavorazioni), così come i filati e i tessuti.

**Ostacoli allo sviluppo ulteriore:**

Vi è una notevole carenza di offerta locale anche per quanto riguarda gli accessori d'abbigliamento, come filati per cucire, cerniere e bottoni, che risultano di importazione per una quota che va dal 30% al 100%. E' questo un punto di forte debolezza del Vietnam rispetto ai diretti competitori come Cina, India e Pakistan.

Ancora mancanza di integrazione nella filiera

Dal punto di vista propositivo poi, le aziende vietnamite sono ancora molto carenti: sono pochissimi i marchi nazionali e la capacità di design è molto limitata.

La presenza sul mercato internazionale delle aziende vietnamite è quindi essenzialmente ancora basata su rapporti di outsourcing, con consegna FOB dei prodotti, che rappresentano circa il 75% del fatturato.

Tra i molti marchi internazionali che hanno scelto aziende vietnamite come partner produttivi vi sono infatti: Ikea, Lee Cooper, Huckle, Otto, le americane Tommy Hilfiger, Victoria's Secret, Sara Lee, Wal Mart, Columbia, Express, JC Penney, Kmart, le giapponesi Itochu, Kowa, Nichimen, Nissho Iwai, Sumimoto e Tomen.

... e pesante dipendenza dalla committenza estera

La maggior concentrazione di insediamenti produttivi è collocata nel Sud del Paese, in particolar modo nella provincia di Ho Chi Minh e più in generale nell'area detta "Grande Saigon, che comprende le provincie limitrofe di Long An, Binh Duong e Dong Nai; in quest'area si trovano oltre il 70% delle aziende del settore. La provincia di Dong Nai, in particolare, è stata negli ultimi anni scelta come sede produttiva da un numero crescente di imprese di grandi dimensioni.

**Distribuzione geografica della produzione:**

Nella tabella di seguito sono evidenziate le aziende associate alla Vitas, secondo la provincia di appartenenza.

**Ripartizione geografica delle aziende**

Provincia	N° imprese
<b>Grande Saigon:</b>	
Ho Chi Minh	1090
Dong Nai	142
Binh Duong	116
Long An	27
<b>Hanoi</b>	157
<b>Danang</b>	55
<b>Altre provincie</b>	364
<b>Totale</b>	<b>1.951</b>

Peso preponderante della "Grande Saigon"

Fonte: Vitas

Dall'inizio degli anni novanta, con il passaggio da un'economia di tipo socialista al mercato, è avvenuta una progressiva privatizzazione del settore, ma ancora oggi circa il 15% delle aziende è a partecipazione pubblica e produce circa il 20% della produzione).

**Struttura proprietaria:**

La quasi totalità delle imprese pubbliche è riunita nel Gruppo Vinatex "Vietnam Textile and Garment Group". La società, dopo anni di crisi, è attualmente in fase di rilancio ed ha visto aumentare il suo fatturato del 10%, per un volume d'affari complessivo di 780 milioni di euro, di cui 250 milioni all'estero.

Si riduce il peso del pubblico...

Con l'eccezione di questa grande impresa di stato, la filiera risulta essenzialmente dominata dalle imprese private per il settore abbigliamento (75% della produzione), mentre nel settore delle fibre sintetiche e dei tessuti le percentuali relative sono sensibilmente diverse (35% della produzione).

... "coagulato" nel gruppo Vinatex ...

### La struttura proprietaria delle aziende

Proprietà	N° imprese
Imprese private vietnamite	1.173
Imprese private straniere	451
Imprese pubbliche	307
<b>Totale</b>	<b>1.951</b>

Fonte: Vitas

Sebbene siano numerose le aziende di grandi dimensioni, attualmente le imprese del settore, soprattutto quelle locali, sono di dimensione media e piccola. L'80% delle imprese ha infatti meno di 300 dipendenti ed una capitalizzazione inferiore a 200.000 euro.

La progressiva privatizzazione del settore ha poi visto parallelamente l'ingresso di investitori stranieri, che rappresentano attualmente circa il 20 % delle imprese della filiera. Questi sono ancora in numero limitato (qualche centinaio), ma di dimensione media molto elevata ed investimenti minimi quantificabili in milioni di euro.

Le imprese a partecipazione straniera sono concentrate soprattutto nella produzione di fibre sintetiche (in rapporto alle aziende presenti) e abbigliamento per l'esportazione. In valore assoluto l'abbigliamento è il settore dove maggiore è la presenza di investitori stranieri. Secondo il Textile Outlook International, nel 2004 vi erano 534 progetti, in programma o già operativi, che coinvolgevano investitori esteri. Essi rappresentano investimenti per circa 2 miliardi di euro, provenienti da 28 Paesi. Le società a capitale interamente straniero sono invece circa 200.

Le imprese straniere, per la maggior parte coreane, cinesi, taiwanesi e statunitensi (queste ultime soprattutto nella produzione di abbigliamento) pur essendo in numero limitato, rappresentano però già oggi più della metà delle esportazioni vietnamite del settore.

Il maggior Paese investitore è Taiwan che ha investito in progetti per oltre 1 miliardo di euro, mentre la Corea del Sud ha investimenti per circa 700 milioni di euro. Il terzo Paese investitore è Hong Kong, attraverso il quale passano più spesso gli investimenti di imprenditori cinesi.

In termini di output le imprese straniere in Vietnam rappresentano circa il 40% della produzione tessile e il 70-75% della produzione di abbigliamento.

Tra i maggiori investimenti stranieri nel settore è sicuramente

... ed aumenta il peso del settore privato...

... anche se piccolo

... e degli investimenti stranieri.

Taiwan, Corea e Hong Kong sono i principali investitori

da segnalare la Formosa Chemical & Fiber, azienda taiwanese che ha realizzato nella provincia di Dong Nai una unità produttiva da 350 milioni di euro, con 1.300 dipendenti. La statunitense Wilbur Ross ha invece firmato nel 2005 un accordo con la Vinatex per realizzare un tintoria industriale da 35 milioni di euro.

Altri soggetti stranieri presenti in Vietnam sono la Roo Hsing Garment, la Makalot Industrial, la Nan Ya, la taiwanese Chung Shing Textile, la giapponese YKK e la coreana Choongnam. Come già detto pochi sono gli europei, tra questi le francesi Scavi (Gruppo Corele), Apex, Armapex e Rostaing e la tedesca Triumph.

Alcuni investimenti importanti

Il Governo Vietnamita ha prodotto un piano pluriennale, definito "The Speed-Up Development Strategy for 2010", con due obiettivi principali:

1. far crescere le aziende del settore abbigliamento, dalla semplice subfornitura di manodopera, a produzioni complete in cui sia l'azienda locale ad acquistare i semilavorati e fornire al cliente il prodotto finito;
2. aumentare il contenuto di prodotti nazionali nelle produzioni d'abbigliamento, sviluppando la produzione di cotone, filature e tessiture.

Il piano ha identificato tre ulteriori obiettivi per l'industria tessile/abbigliamento nazionale:

- migliorare l'immagine e la produzione del Vietnam, da prodotti medio bassi a prodotti di alta qualità;
- rendere più efficienti le fasi a monte della produzione d'abbigliamento, aumentando la produzione interna e sviluppando la capacità di reperimento di filati e tessuti dall'estero;
- sviluppare le competenze e la produttività del settore, attraverso attività di ricerca e formazione.

Per realizzare tali obiettivi il Governo ha in programma di investire 2 miliardi di euro da qui al 2010. Per progetti finalizzati allo sviluppo delle produzioni a monte saranno spesi 120 milioni; 1,5 miliardi in progetti per il settore tessile, della tintura e della rifinitura; 300 milioni di saranno destinati allo sviluppo del settore abbigliamento e 135 milioni saranno infine destinati alla realizzazione di strutture commerciali e progetti di formazione professionale.

Grande impulso viene dato poi allo sviluppo della produzione di cotone, visto che dal 1995 al 2005 è stata moltiplicata il raccolto per 17 volte fino ad arrivare a 70.000 tonnellate nel 2006. Questa cifra è tuttavia ancora insufficiente a soddisfare la crescente domanda interna; del resto, il ritiro dello Stato dai settori a valle non permette più di garantire sbocchi al cotone

I programmi di sviluppo

di bassa qualità, come era invece in passato. Secondo le autorità vietnamite saranno 180 000 gli ettari coltivati nel 2010 (contro gli 80 000 di oggi) in particolare nel Delta del Mekong. Per le fibre sintetiche il Governo intende convincere gli investitori stranieri a stabilire in Vietnam dei centri di produzione che permettano di creare una filiera petrolchimica/tessile, come per la thailandese Thai Rayon che ha recentemente annunciato l'intenzione di costruire un'unità di 87000 tonnellate /anno di fibre di viscosa (investimento di 125 milioni di dollari).

## Il commercio estero

La filiera del tessile/abbigliamento rappresenta attualmente circa il 15% sul totale delle esportazioni del Paese. Il Vietnam è infatti il 12° esportatore mondiale del settore e rappresenta circa l'1% delle esportazioni mondiali di T/A, dietro a Paesi come Cina, Hong Kong, Corea e India.

	1990	2004
<i>Miliardi di dollari</i>	212,5	452,8
<b>Cina</b>	7,9%	21,0%
<b>Hong Kong</b>	11,1%	8,7%
<b>Corea</b>	6,6%	3,1%
<b>India</b>	2,2%	3,0%
<b>Pakistan</b>	1,7%	2,0%
<b>Indonesia</b>	1,4%	1,7%
<b>Thailandia</b>	1,8%	1,5%
<b>Bangladesh</b>	0,5%	1,1%
<b>Malesia</b>	0,8%	0,8%
<b>Viêtnam</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,8%</b>
<b>Sri Lanka</b>	0,3%	0,6%
<b>Filippine</b>	0,9%	0,6%
<b>Singapore</b>	1,2%	0,6%
<b>Cambogia</b>	0,0%	0,4%
<b>Totale Asia</b>	36,3%	45,9%

Fonte : OMC, *Statistiche sul commercio internazionale 2005*

Il settore tessile e abbigliamento è quindi indubbiamente uno tra i principali motori degli scambi commerciali del Vietnam. Le vendite del Vietnam nel mondo si attestano in valore assoluto intorno ai 6 miliardi di euro (di cui il 94% dell'abbigliamento), mentre, soffermandoci sulle importazioni, il dato si dimezza (e questa volta è il tessile ad assorbire quasi la totalità del valore)

Un settore importante dell'export Vietnamita

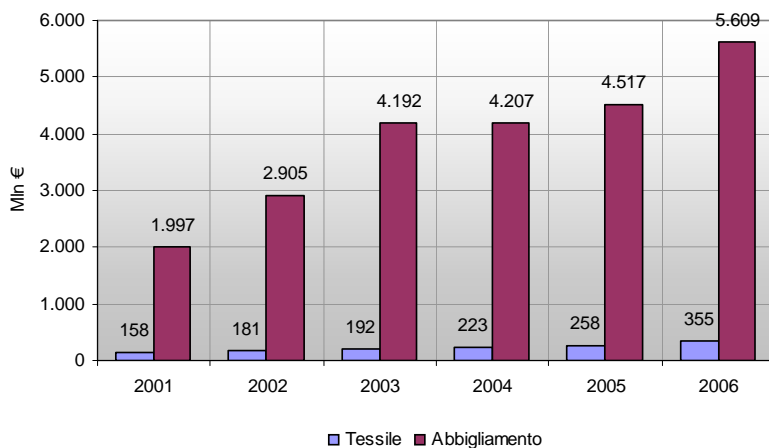
Le dinamiche negli anni evidenziano un netto incremento sia del tessile che dell'abbigliamento per entrambi i flussi commerciali

L'export si è sviluppato in questi anni ad un tasso di crescita medio di poco inferiore al 10% annuo e le stime per il 2010 sono di 10 miliardi di dollari

L'export vietnamita è cresciuto lentamente fino al 2000 e ha visto tassi particolarmente elevati nel 2002 (+40% circa) e nel 2003 (+33% circa).

**Export:**

Tessile e abbigliamento  
Export del Vietnam nel mondo



Abbigliamento in grande evidenza

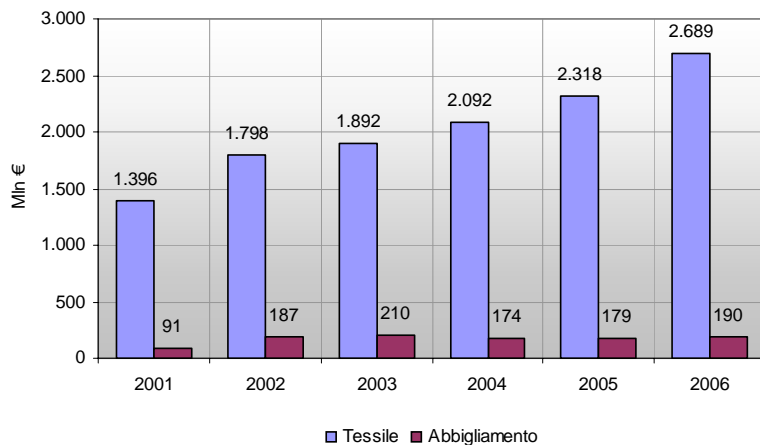
Fonte: Eurostat

Il settore abbigliamento rappresenta il 93% delle esportazioni del settore, mentre i tessuti pesano per il 4%. I filati costituiscono solo l'1% delle esportazioni e 2% gli altri prodotti della filiera.

La categoria di prodotto maggiormente esportata sono le giacche e i pantaloni, che nel 2006 hanno entrambe raddoppiato i propri valori export.

Un prodotto di nicchia con tassi di crescita sostenuti è la seta, che nel 2006 ha visto una crescita delle esportazioni del 35%, superando i 15 milioni di fatturato all'estero.

**Tessile e abbigliamento**  
**Import del Vietnam dal mondo**



Fonte: Eurostat

**Import:**

Opportunità presenti nei tessuti e nei filati

Fonte: Missioneco

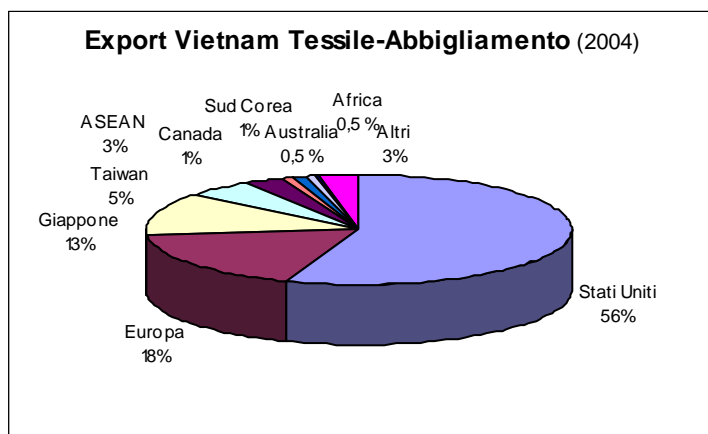
Come già più volte evidenziato l'import del settore è rappresentato nei prodotti a monte della filiera: fibre, filati, tessuti ed accessori d'abbigliamento.

I tessuti rappresentano oltre il 40% delle importazioni vietnamite del settore, mentre il 30% è rappresentato dagli accessori d'abbigliamento.

L'industria vietnamita è di fatto un'area di trasformazione di semilavorati prodotti nei Paesi asiatici e venduti poi nei mercati maturi.

Con riferimenti ai partner export, questi si concentrano principalmente in 3 aree: Stati Uniti, Europa e Giappone, dove gli Stati Uniti assorbono oltre il 50% della produzione export vietnamita.

**I partner commerciali:**

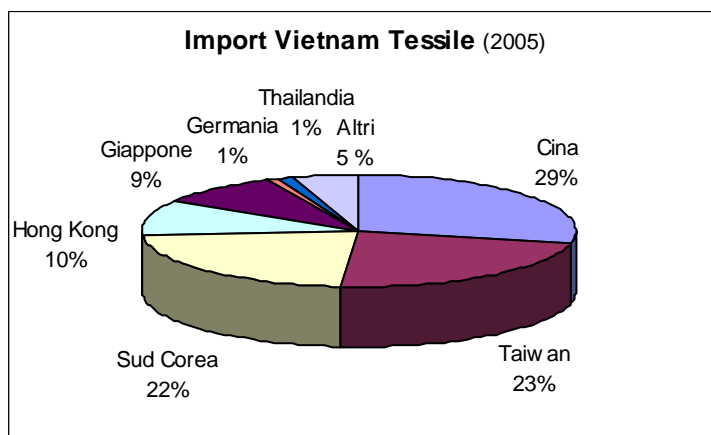


USA, UE e Giappone sono i mercati di destinazione principali

Fonte: Missioneco

Il Vietnam è attualmente il terzo esportatore di abbigliamento negli Stati Uniti, dopo Cina e Messico). Con riferimento al mercato statunitense le esportazioni vietnamite sono passate da 17,5 milioni di euro nel 1997 a 2.17 miliardi di euro nel 2006 (fonte: America Apparel & Footwear Association). Le esportazioni a novembre 2007 hanno già raggiunto i 2,65 miliardi di euro, con un incremento del 31,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

Per l'import i principali partner commerciali sono i Paesi dell'Est asiatico, dai quali proviene oltre il 90% dei tessuti importati in Vietnam. L'Italia ha una quota di mercato marginale.



Cina, Taiwan e Corea del Sud la fanno invece da padroni tra gli esportatori

Fonte: Missioneco

Il dato europeo conferma quanto evidenziato a livello mondiale. Le esportazioni, decisamente inferiori alle importazioni (106 milioni di euro contro oltre 1 miliardo di euro) evidenziano come sia diffusa la tendenza a vendere prodotti tessili e ad importare abbigliamento dal Vietnam.

Il contributo dell'Unione Europea al dato mondiale si mantiene piuttosto alto per quanto riguarda le importazioni in particolare di abbigliamento (19,6% dopo il boom del 41,4% del 2001) mentre in termini di esportazioni la quota scende al 3,7% (complessivo).

A livello settoriale, gli acquisti di abbigliamento interessano soprattutto indumenti ed accessori di abbigliamento diversi da quelli a maglia (64,7% contro il 27,0% di quelli a maglia) ed in particolare, i prodotti maggiormente richiesti sono cappotti, giacconi, mantelli e abiti con giacca.

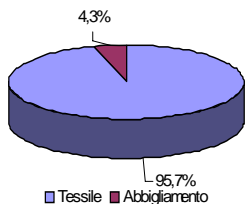
### L'interscambio con l'Europa:

Il Vietnam esercita sempre il ruolo di Paese trasformatore ....

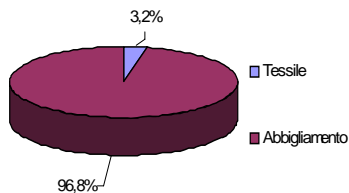
Per quanto riguarda l'evoluzione degli scambi nel corso degli anni, il tessile nel 2006 ha incrementato sensibilmente le proprie vendite in Vietnam passando dai 76 milioni di euro del 2005 ai 101 del 2006. Interessante l'evoluzione dell'import di abbigliamento in Europa che, dopo il brusco arresto del 2003 (587 milioni di euro), ha chiuso il 2006 a 1,1 miliardi di euro.

... specialmente di capispalla.

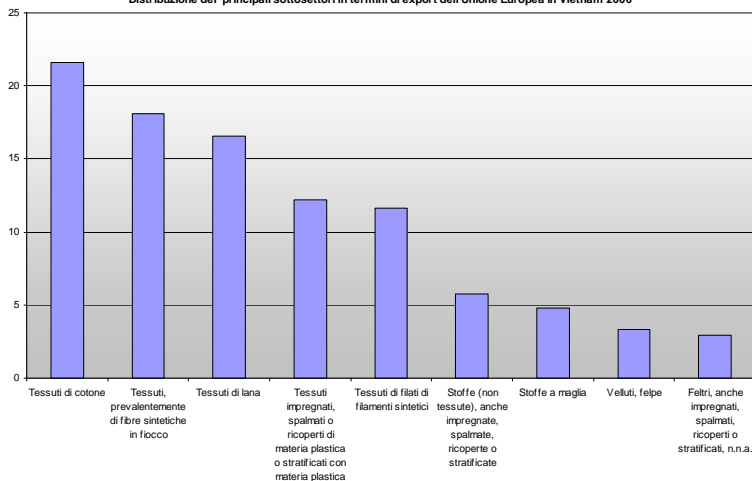
Tessile e abbigliamento  
Distribuzione dell'export dell'Unione  
Europea in Vietnam nel 2006



Tessile e abbigliamento  
Distribuzione dell'import dell'Unione  
Europea in Vietnam nel 2006



Tessile  
Distribuzione dei principali sottosettori in termini di export dell'Unione Europea in Vietnam 2006



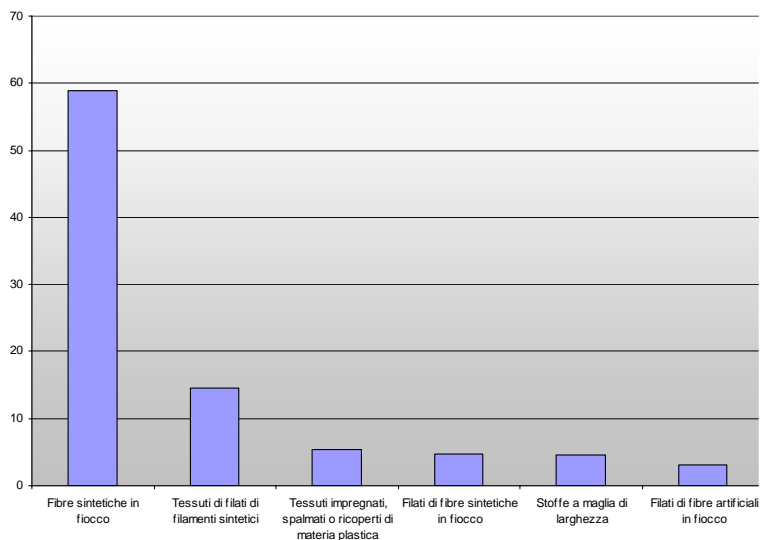
**Export tessile in Vietnam (valori %):**

Tessuti di cotone e sintetici sono i più utilizzati dall'industria locale...

... ma i valori assoluti sono ancora molto bassi

Fonte: Eurostat

**Tessile**  
Distribuzione dei principali sottosettori in termini di import dell'Unione Europea dal Vietnam 2006

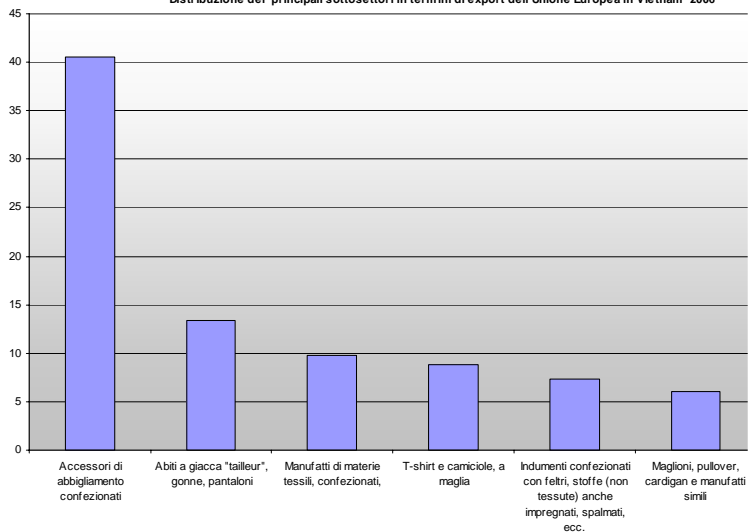


**Import tessile dal Vietnam (valori %):**

Quasi inesistente se si eccettuano le fibre sintetiche in fiocco

Fonte: Eurostat

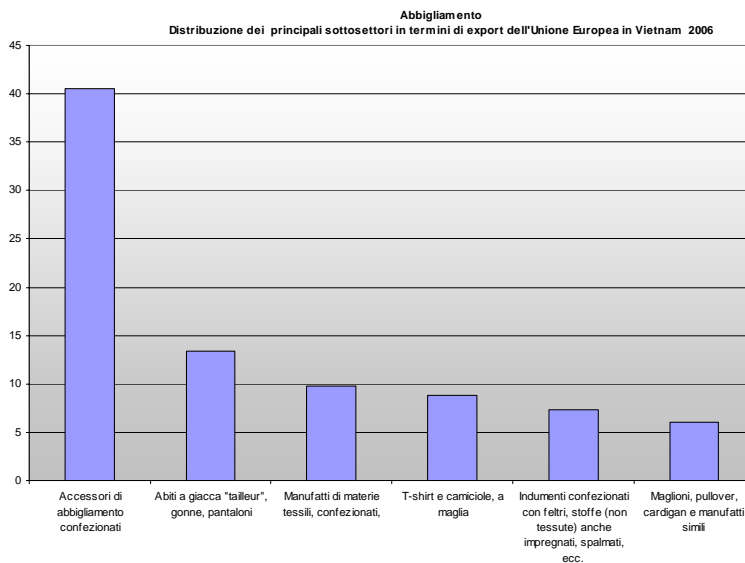
**Abbigliamento**  
Distribuzione dei principali sottosettori in termini di export dell'Unione Europea in Vietnam 2006



**Export di abbigliamento in Vietnam (valori %):**

Gli accessori per l'abbigliamento in evidenza

Fonte: Eurostat



### Import di abbigliamento dal Vietnam (valori %):

I capispalla sono i capi maggiormente esportati

Fonte: Eurostat

Il tessile-abbigliamento italiano risulta fortemente coinvolto negli scambi commerciali con il Vietnam. Il valore complessivo dell'export si aggira intorno ai 30 milioni di euro ricoprendo il 28,6% del dato europeo (tale quota diventa il 46,1% se ci limitiamo all'abbigliamento) mentre in termini di importazioni il dato supera gli 80 milioni di euro e rappresenta il 7,1% dell'import totale. Scendendo ulteriormente nel dettaglio settoriale, i dati italiani, in linea con quelli europei e mondiali, evidenziano la netta prevalenza dell'abbigliamento e del tessile rispettivamente per quanto riguarda le importazioni e le esportazioni. L'evoluzione degli scambi nel tempo riporta dinamiche tutto sommato crescenti per quanto riguarda l'export mentre l'import, in particolare per il settore abbigliamento, risulta maggiormente disomogeneo con due picchi in negativo (2003 e 2005) e una forte crescita nel 2006 chiuso infatti a 70,4 milioni di euro, anche a causa della quota imposta alle merci cinesi con l'accordo del settembre 2005.

### L'interscambio con l'Italia

**Tessile e abbigliamento Export dell'Italia in Vietnam**

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Seta	33.238	13.559	194.286	91.297	45.320
Lana, pelli fini o grossolani, filati e tessuti di crine	4.225.439	3.486.880	4.032.612	3.460.806	8.735.341
Cotone	4.036.249	4.284.074	2.761.288	4.526.562	6.740.255
Altre fibre tessili vegetali; filati di carta e tessuti di filati di carta	1.351.221	1.451.017	1.223.081	1.400.743	923.551
Filamenti sintetici o artificiali	924.937	874.439	1.466.558	2.143.373	2.246.175
Fibre sintetiche o artificiali in fiocco	1.818.514	980.499	1.404.369	1.810.054	2.687.941
Ovatte, feltri e stoffe non tessute, filati speciali, spago, corde e funi, manufatti di corderia	142.679	184.442	281.904	880.298	2.105.706
Tappeti ed altri rivestimenti del suolo di materie tessili	4.415	4.870	0	24.645	0
Tessuti speciali, superfici tessili "tufted", pizzi, arazzi, passamaneria, ricami	187.978	315.850	711.848	392.138	535.423
Tessuti impregnati, spalmati, ricoperti o stratificati; manufatti tecnici di materie tessili	1.385.109	1.922.863	1.394.407	1.667.526	1.666.075
Stoffe a maglia	210.511	1.711.629	1.195.229	1.265.426	2.413.770
<b>Tessile</b>	<b>14.320.290</b>	<b>15.230.122</b>	<b>14.665.582</b>	<b>17.662.868</b>	<b>28.099.557</b>
Indumenti ed accessori di abbigliamento, a maglia	57.462	123.018	143.477	460.446	814.217
Indumenti ed accessori di abbigliamento, diversi da quelli a maglia	516.820	742.429	702.130	1.344.019	1.202.529
Altri manufatti tessili confezionati, assortimenti, oggetti da rigattiere e stracci	312.462	169.032	16.631	67.534	91.121
<b>Abbigliamento</b>	<b>886.744</b>	<b>1.034.479</b>	<b>862.238</b>	<b>1.871.999</b>	<b>2.107.867</b>
<b>Tessile e abbigliamento</b>	<b>15.207.034</b>	<b>16.264.601</b>	<b>15.527.820</b>	<b>19.534.867</b>	<b>30.207.424</b>

Fonte: Eurostat

I sottosettori tessili maggiormente interessati alle vendite in questo mercato sono la lana, il cotone, le fibre sintetiche o artificiali in fiocco e i tessuti impregnati, spalmati, ricoperti o stratificati.

I tessuti di lana cardata in particolare rappresentano il 23% delle esportazioni di prodotti tessili italiani in Vietnam (oltre 6 milioni di euro nel 2006), mentre i tessuti di lana pettinata rappresentano il 6,7% delle esportazioni (1,8 milioni di euro nel 2006). I tessuti misto cotone invece sono stati esportati in Vietnam per oltre 4

milioni di euro (15% delle esportazioni italiane del settore).

Per quanto invece riguarda l'import di abbigliamento, continuano ad essere consistenti nel tempo le quote degli indumenti ed accessori di abbigliamento, diversi da quelli a maglia. Gli accessori di abbigliamento sono stati venduti nel 2006 per circa 400 mila euro; lo stesso valore si registra per gli abiti femminili. Queste due tipologie di prodotti rappresentano il 40% delle esportazioni di abbigliamento italiane in Vietnam.

#### Tessile e abbigliamento Import dell'Italia dal Vietnam

	2002	2003	2004	2005	2006
Seta	75.510	519.872	1.319.669	3.172.667	5.599.502
Lana, peli fini o grossolani, filati e tessuti di crine	0	0	42.102	55.833	100.153
Cotone	290.852	63.082	28.930	16.936	40.179
Altre fibre tessili vegetali; filati di carta e tessuti di filati di carta	264.319	406.439	434.847	478.503	426.915
Filamenti sintetici o artificiali	359.187	456.086	621.231	191.453	232.701
Fibre sintetiche o artificiali in fiocco	1.111.080	818.557	1.008.805	841.813	1.665.937
Ovatte, feltri e stoffe non tessute, filati speciali, spago, corde e funi, manufatti di corderia	67.457	15.030	19.100	130.573	204.925
Tappeti ed altri rivestimenti del suolo di materie tessili	66.860	31.774	39.060	43.760	230.193
Tessuti speciali, superfici tessili "tufted", pizzi, arazzi, passamaneria, ricami	282.293	720.454	1.273.613	1.181.234	1.293.034
Tessuti impregnati, spalmati, ricoperti o stratificati; manufatti tecnici di materie tessili	2.464	12.866	0	137.240	338.840
Stoffe a maglia	42.586	3.218	19.213	29.994	365.294
<b>Tessile</b>	<b>2.562.608</b>	<b>3.047.378</b>	<b>4.806.570</b>	<b>6.280.006</b>	<b>10.497.673</b>
Indumenti ed accessori di abbigliamento, a maglia	7.654.425	5.698.173	8.853.863	8.293.568	14.103.256
Indumenti ed accessori di abbigliamento, diversi da quelli a maglia	34.755.123	21.999.517	36.558.387	22.767.493	45.913.807
Altri manufatti tessili confezionati, assortimenti, oggetti da rigattiere e stracci	10.054.455	9.562.657	8.791.952	8.602.582	10.364.539
<b>Abbigliamento</b>	<b>52.464.003</b>	<b>37.260.347</b>	<b>54.204.202</b>	<b>39.663.643</b>	<b>70.381.602</b>
<b>Tessile e abbigliamento</b>	<b>55.026.611</b>	<b>40.307.725</b>	<b>59.010.772</b>	<b>45.943.649</b>	<b>80.879.275</b>

Fonte: Eurostat

L'import italiano di prodotti tessili vietnamiti è composto prevalentemente da prodotti della seta, che rappresentano circa il 50% delle nostre importazioni e dai semilavorati in fibre sintetiche e artificiali.

Con riferimento ai prodotti dell'abbigliamento, l'Italia ha importato nel 2006 oltre 12 milioni di euro di vestiti da uomo (18% delle nostre importazioni) e oltre 7 milioni di euro di abiti da donna (10% delle nostre importazioni). Tra i prodotti maggiormente importati vi sono cappotti e giacche da uomo (10 milioni di euro – 14% delle importazioni) e da donna (5,5 milioni di euro – 8% delle importazioni).

## Opportunità per gli imprenditori italiani

Il settore offre prospettive interessanti agli esportatori e investitori italiani. Gli esportatori di fattore produttivo (materie prime più o meno trasformate: cotone, tessuti, fibre tessili...) possono contare su una domanda in costante espansione, visto che mediamente l'80% del fattore produttivo è importato, così come la totalità degli impianti produttivi. Inoltre il rapido aumento del potere d'acquisto dei cittadini offre nuovi sbocchi ai marchi del pret-à-porter, in particolare, per i prodotti importati, nel settore del lusso. Infine, sul piano dell'investimento industriale, il Vietnam presenta numeri sufficienti per costituire una seria alternativa alla Cina, in particolare per l'ingresso delle PMI.

Come più volte evidenziato la produzione locale di filati, tessuti ed accessori riesce a soddisfare solo una minima parte della domanda che viene dalla produzione interna di abbigliamento. Le importazioni di tessuti, in particolare, nel 2004 hanno rappresentato circa 1,1 miliardi di euro. L'origine dei tessuti è per più del 90% asiatica, in particolare cinese e taiwanese, e questi due paesi da soli garantiscono più della metà delle importazioni. Questo anche (ma non solo) in virtù del fatto che la produzione di capi finiti è in gran parte controllata da soggetti riconducibili a questi Paesi.

La fabbricazione in subappalto e la crescita di potere degli IDE hanno infatti generato come conseguenza diretta l'esternalizzazione delle reti di commercializzazione, degli uffici di marketing e dei servizi di design, in modo tale che la decisione di acquisto di input sia spesso divisa tra i servizi diversi, alcuni dei quali situati fuori dal Vietnam.

Inoltre, i principali fornitori di input (filati, tessuti, prodotti chimici,...) sono in genere organizzati in modo tale da controllare ogni elemento decisionale:

- i servizi di marketing e design dei marchi o dei committenti – basati generalmente nei paesi consumatori, spesso Stati Uniti o Europa;
- il servizio acquisti della casa madre – spesso in Asia: Taiwan, Corea o Giappone;
- infine i responsabili logistici e acquisti delle fabbriche, in Vietnam.

Le aziende che volessero entrare nel mercato vietnamita dovranno quindi tenere in considerazione che il Paese è in molti casi solo una sede produttiva e le decisioni di acquisto sono prese fuori dal Vietnam.

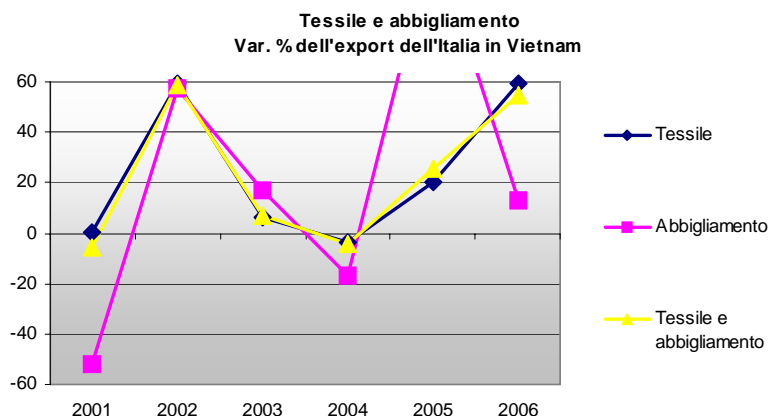
E' inoltre necessario, per poter competere con concorrenti che

### Vendita di semi-lavorati

Cina e Taiwan dominano il mercato

Le scelte d'acquisto sono spesso fatte dalla casamadre estera

generalmente già godono di un vantaggio in termini di prezzo, avere una presenza forte sul mercato e presso chi sceglie i prodotti da acquistare, che non può essere quindi limitata a delle vendite spot attraverso la semplice partecipazione ad una fiera. Sui prodotti tessili esportati in Vietnam grava un dazio medio del 5% per i filati, 12% per i tessuti.



Fonte Eurostat

Anche i macchinari utilizzati sono quasi tutti di importazione, diversamente dagli impianti di supporto (mobili, circuiti elettrici...), che sono invece di origine locale. Sebbene le importazioni abbiano nel 2006 segnato una regressione, le prospettive sono sicuramente interessanti ed in linea con il trend di crescita della produzione del settore.

### Vendita di macchinari

Buone prospettive

#### Import di macchinari tessili (migliaia di euro)

Macchinari	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Filatura</b>	35.019	51.491	69.265	73.889	57.115
<b>Tessitura</b>	14.519	13.251	14.365	14.835	30.236
<b>Maglieria</b>	19.308	13.946	16.242	47.818	35.146
<b>Rifinitone</b>	18.470	23.833	23.741	31.086	14.520
<b>Accessori/altri</b>	14.305	32.781	44.660	40.256	10.355
<b>Totale</b>	101.620	135.301	168.273	207.885	147.372

Fonte General Department of Customs

Un dato positivo per le nostre aziende è che il calo del 40% delle vendite dei macchinari italiani è stato inferiore a quello evidenziato dai nostri concorrenti tedeschi (-60%), svizzeri (-

62%) e giapponesi (-80%). E' però da notare che l'aumento del valore delle vendite dei prodotti corrisponde alla vendita di un numero limitato di impianti, importato da grandi aziende come la Coats Phong Phu, Thien Nam Co. Ltd. e la Asia Golden Industries Company.

I macchinari europei e giapponesi hanno inoltre una quota dominante del mercato, che è passata nel 2006 dal 55% a oltre il 70%. Rispetto ai nostri diretti concorrenti gli impianti nazionali godono di un vantaggio in termini di prezzo, ma hanno anche un'immagine inferiore in termini di qualità.

I prodotti tedeschi, svizzeri e giapponesi hanno punti di forza anche nella maggiore capacità distributiva di parti di ricambio e nella notorietà del prodotto ottenuta attraverso il passaparola e i processi di imitazione degli operatori vietnamiti, che tendono a scegliere la stessa marca e tipologia di prodotto che hanno i loro concorrenti di successo.

Presenza europea e giapponese consolidata

Alcuni dei marchi presenti sul mercato sono i taiwanesi Chonlung e Asia Kingdom Machinery Industry), i cinesi Shanghai Pacific, e Beijian, gli indiani Lakshmi e Lashmi, i tedeschi Barmag Zweigniederlassung Der Saurer, C. Illies 7, Handelsgesellschaft Mbh e Bruckner Trockentechnik e i giapponesi Tashima, Murata e Kanematsu.

E' da evidenziare che il settore, soprattutto nelle produzioni a monte, soffre di una grande carenza di formazione da parte degli operatori e si riscontra abbastanza frequentemente un utilizzo scorretto delle macchine. Questo è causa di inefficienze, scarsa qualità dei prodotti e fermo delle macchine per guasti.

Molte imprese, anche su pressione di una competizione sempre più spinta, hanno cominciato a sentire il problema ed una politica vincente sul mercato dovrebbe sicuramente tenere in considerazione, oltre alla necessità di una rete commerciale capace, anche l'esigenza crescente di avere una formazione efficace sull'utilizzo degli impianti e una rete di riparazione/manutenzione veloce ed estesa.

Mancanza di formazione degli operatori

Il Vietnam ha da anni sviluppato e consolidato una posizione nel mercato internazionale di produttore con manodopera a basso costo, specializzata in ordini di piccolo-medio volume che si completa con la produzione cinese o indiana.

Rispetto ai concorrenti asiatici il Vietnam si presenta estremamente competitivo sul costo della manodopera, che è spesso una delle ragioni principali che spingono le imprese a delocalizzare la produzione.

**Produzione in loco**

**Costo della manodopera settore tessile e abbigliamento**  
(valori in euro)

	Vietnam	Thailandia	Indonesia	India	Cina (costa)	Bangladesh
<b>Costo orario</b>	0,25	1,07	0,35	0,31	0,24	0,17
<b>Tasse dipendente</b>	0,02	0,07	0,06	0,07	0,06	0,01
<b>Tasse datore</b>	0,04	0,04	0,03	0,09	0,07	0,01
<b>Totale costo orario</b>	0,31	1,18	0,44	0,47	0,37	0,19
<b>Giornate di lavoro annue</b>	287	285	251	291	293	298
<b>Costo aggiuntivo straordinari - oltre 3 ore</b>	50%	75%	100%	100%	25%	100%
<b>Costo aggiuntivo straordinari - Feste nazionali e religiose</b>	100%	100%	100%	25%	200%	100%

Costo manodopera competitivo

Fonte: Werner International

La produttività dell'industria del tessile e dell'abbigliamento vietnamita è però considerata mediamente inferiore a quella dei concorrenti più diretti, in particolare la Cina, principalmente per i seguenti motivi:

Produttività inferiore

- una integrazione verticale insufficiente, con la maggior parte degli input che proviene dall'estero – in particolare Cina – come pure servizi di forte valore aggiunto (design, marketing, distribuzione) ;
- un mercato locale troppo piccolo per riuscire a realizzare, a complemento delle esportazioni, una produzione di massa che consenta economie di scala;
- scarsità di manodopera esperta, soprattutto nel settore tessile.

Questi punti di debolezza strutturali fanno sì che il Vietnam venga scelto dagli investitori stranieri non come produttore primario, ma spesso come sede produttiva complementare alla Cina. Gli investimenti stranieri trovano infatti qui un ambiente geograficamente e culturalmente vicino alla Cina (tanto sul piano geografico quanto su quello culturale o normativo) senza dover sostenere i rischi del colosso asiatico (rivalutazione del RMB, tensioni politiche ricorrenti con Taiwan, contenziosi commerciali regolari con gli Stati Uniti o l'Europa, concorrenza esa-

Sede produttiva asiatica complementare

sperata con le regioni dell'Est...).

Questi argomenti trovano particolare eco presso i grandi gruppi asiatici – di Taiwan in particolare – che hanno strategie industriali integrate, con una presenza spesso lunga in Cina e che, ormai, utilizzano il Vietnam come centro di produzione secondaria.

La popolazione vietnamita è oggi di oltre 80 milioni di persone, con una crescita di 1 milione l'anno. Il 52% della popolazione ha un'età inferiore a 25 anni e quindi anche una maggiore propensione al consumo.

Con la crescita dell'economia vietnamita negli ultimi anni è cresciuto anche il livello di vita della popolazione, con conseguente aumento rapido della domanda.

Il mercato vietnamita dell'abbigliamento interno ha infatti un ritmo di crescita vicino al 30% e nel 2005 ha raggiunto 1,5 miliardi di dollari – iniziando ad essere abbastanza promettente.

Sebbene il reddito pro-capite nazionale attualmente non sia elevato (circa 600\$ annui), studi indipendenti (Taylor Nelson Sofres) indicano che il reddito annuale medio delle famiglie urbane (5 persone in media) supera già oggi i 5000 \$, ed è aumentato di più del 60% in 5 anni. Secondo alcune recenti stime il 10% delle famiglie urbane, ovvero 40.000 nuclei, detiene il 30% del reddito nazionale e dispone di un reddito superiore a 11 000 \$/anno, che si traduce nella nascita di una classe sociale agiata, che dispone di mezzi sufficienti per uno stile di vita vicino a quello dei paesi sviluppati. Questa parte di consumatori spende attualmente in abbigliamento una quota del proprio reddito che va dal 4 al 10%.

Con riferimento ai prodotti Made in Italy di qualità media è però da evidenziare che attualmente le scelte dei potenziali consumatori si orientano su prodotti di qualità inferiore, ma comparabile su prezzi notevolmente inferiori. Da questo punto di vista il mercato Vietnamita non è ancora interessante per le produzioni italiane di media (o bassa) qualità/prezzo. Ancor più se si considera che sui prodotti d'abbigliamento italiani esportati in Vietnam grava un dazio che è generalmente 20%.

Lo sviluppo del mercato di lusso costituisce invece l'elemento di punta degli anni futuri. Sono già numerosi i grandi marchi internazionali della moda che hanno deciso di aprire un proprio punto vendita, ad Hanoi e ad Ho Chi Minh (più spesso).

Un fattore positivo a favore del lusso è sicuramente la costru-

**Vendita di beni di consumo**

Poco spazio per i prodotti di fascia media

..mentre il lusso è già interessante

zione di un buon numero di nuovi centri commerciali di alto livello. Questo modificherà profondamente le abitudini di consumo e sarà il catalizzatore che porterà il mercato ad avere una maggiore consapevolezza delle sue potenzialità e ad avvicinarsi agli standard di altri paesi dell'area, come la Thailandia e la Malaysia. E' evidente che tali scelte presuppongono un investimento notevole nel punto vendita ed anche nella promozione.

Con riferimento alle scelte di consumo collegate al clima, Ho Chi Minh City ha la particolarità di essere in una zona tropicale e di avere quindi due stagioni, poco diverse tra loro (stagione calda e umida e stagione calda e secca), mentre Hanoi presenta caratteristiche più vicine a quella del Sud-est della Cina, con stagioni più marcate e la possibilità di fare collezioni inverno ed estate.

## Associazioni e Fiere del settore

### **VITAS Vietnam Textile and Apparel Association**

25 Ba Trieu, Hoan Kiem Dist.

HANOI

Telefono: 84-4-9349608 Fax: 84-4-8262269

[www.vietnamtextile.org.vn](http://www.vietnamtextile.org.vn)

### Associazioni

### **AGTEK Association of Garment-Textile-Embroidery-Knitting**

93-93A Bau Cat 2 st.

Ward 12

Tan Binh strict

HO CHI MINH

Telefono: 84-8-8493978/8493320

Fax:: 84-8-8493319

Email: [agtek@hcm.vnn.vn](mailto:agtek@hcm.vnn.vn)

### **Vietnam Saigon Textile & Garment Industry Expo**

Salone dell'industria del tessile e dell'abbigliamento

Edizione: dal 9/4/2008 al 12/4/2008

Città: HO CHI MINH

Periodicità: annuale

Prodotti: macchinari, accessori e prodotti chimici per l'industria del tessile e della confezione. Controllo Qualità

Organizzatore: CHINA PROMOTION EXHIBITION

Room 1703, 109 Gloucester Road - Wanchai

HONG KONG

### Fiere del settore

Telefono: +852 251 17427 - Fax: +852 251 19692  
Email: cp@exhibition.com  
Sito internet: www.cpexhibition.com

### **Vietnam Fabric And Garment Accessories Expo**

Salone del tessile

Edizione: dal 9/4/2008 al 12/4/2008

Città: HO CHI MINH

Periodicità: annuale

Prodotti: tessuti, filati e accessori per l'abbigliamento

Organizzatore: VIETNAM NATIONAL TEXTILE GARMENT CORPORATION

41 Ben Chuong Duong, Q1

HO CHI MINH

VIETNAM

Telefono +84 (0)8 824 4044 - Fax: +84 (0)8 829 2349

Email: vinatex-fhtt@saigonnet.vn

Sito internet: www.vinatex.com.vn/

### **Vietnam Fashion Fair**

Fiera della moda

Edizione: dal 30/7/2008 al 4/8/2008

Città: HO CHI MINH

Periodicità: annuale

Prodotti: abbigliamento, accessori moda e pelle

Organizzatore: CP EXHIBITION

160/20A Rue Doi Cung

Ward 9

Ho Chi Minh

District 11

VIETNAM

Tel: +84 (0)8 827 20 59 - Fax: +84 (0)8 827 20 59

Email: cp-info@hcm.vnn.vn

Site internet: www.cpexhibition.com

### **Tgte Vietnam - Vietnam Textile Garment Technology & Machinery Expo**

Edizione: dal 13/01/2008 al 19/01/2008

Città: HO CHI MINH

Periodicità: annuale

Prodotti: Macchinari, attrezzature e accessori per l'industria tessile/abbigliamento

Organizzatore: CEMS

Asia - Pacific Liaison Office-

TGTE Asia Secretariat

Telefono: +880 2 8812713, 8815147

Fax: +880 2 8811788

Email: [tgte.vietnam@tgteasia.com](mailto:tgte.vietnam@tgteasia.com) , [tgte@tgteasia.com](mailto:tgte@tgteasia.com)

### **Textile and Garment Expo**

Edizione: dal 6/11/2008 al 9/11/2008

Città: HO CHI MINH

Periodicità: annuale

Prodotti: Macchinari per l'industria tessile/abbigliamento

Organizzatore: Chan Chao Int'l Co., Ltd.

3 Floor, No 185 Kangchien Road Nei-Hu District Taipei 114  
Taiwan

Telefono: +886 2 2659.6000, ext.176

Fax: +886 2 2659.7000

E-mail: [exfdp@chanchao.com.tw](mailto:exfdp@chanchao.com.tw)

[service@ccie.com.tw](mailto:service@ccie.com.tw)

Sito internet: [www.linkage-vn.com](http://www.linkage-vn.com)

Contatti Akai Lin

### **Italian Productions Co.Ltd**

Road 430, Van Phuc Village, Ha Dong City  
Ha Tay Province.

Telefono: +84 34 524441/42

Fax: +84 34 524443

E-mail: [fabrizio@goldenteamip.com](mailto:fabrizio@goldenteamip.com)

Contatto: Fabrizio Sforzini, Direttore

Prprietà: 100% Italiana

Anno di costituzione: 2003

Capitale registrato: USD 750,000

Numero di dipendenti: 350

Attività: Produzione di podotti in pelle, abbigliamento e cappelli per l'export

**Aziende italiane  
in Vietnam**

### **Gritti Vietnam Co., ltd**

1B Commune, An Phu Village, Thuan An District  
Binh Duong Province

telefono: +84 650 710 503

Fax: +84 650 710 281

Email: [infogrittivn.com](mailto:infogrittivn.com)

Sito internet: [www.grittivn.com](http://www.grittivn.com)

Contatti: sig. David Neal, direttore generale

# CONCIA, PELLETERIA E CALZATURE

## Introduzione

La storia della filiera produttiva della pelle e delle calzature è molto recente per quanto riguarda il Vietnam. Se si escludono le lavorazioni artigianali preesistenti, si può affermare che essa data dalla collaborazione con il blocco sovietico, iniziata formalmente nel 1987.

Per effetto di questa dipendenza strategica, prima dell'apertura dell'economia vietnamita, avvenuta al principio degli anni '90, la produzione del settore consisteva sostanzialmente in guanti, scarpe di tela e accessori di abbigliamento, che avevano come destinazione appunto l'Unione Sovietica e i Paesi del blocco socialista grazie ad accordi commerciali e programmi di formazione.

In questo quadro, l'industria basava la propria competitività nel produrre modelli semplici in grandi quantità e con margini bassissimi.

Dopo la caduta dell'Unione Sovietica, l'intera filiera della pelle entrò in una grave crisi, dovuta alla scomparsa di mercati d'esportazione sicuri e stabili, che portò alla fuoriuscita di 6.000 lavoratori dal settore.

Nello stesso periodo, tuttavia, l'industria globale delle calzature si stava organizzando per lo sfruttamento intensivo di manodopera e necessitava di trovare alternative a bassissimo costo, come la Cina, l'India, la Thailandia, rispetto a Paesi con un costo sensibilmente più alto, come Taiwan, Corea del Sud e Hong Kong.

Fortunatamente, per il Vietnam questo coincise con la decisione governativa di favorire gli investimenti stranieri con una politica di riforme economiche e sociali (Doi Moi).

Questa politica di porte aperte ha facilitato sicuramente la rilocalizzazione di numerose imprese da Taiwan e dalla Corea del Sud, e con essa una nuova fase di crescita del settore, che ha portato il Vietnam ad essere uno dei maggiori esportatori di calzature al mondo.

Ciò nonostante continuano a persistere elementi di debolezza strutturale legati prevalentemente allo sviluppo diseguale tra anelli a monte e a valle della filiera e ad una sostanziale bassissima integrazione tra i due livelli.

Per questo motivo si rende necessario analizzare in dettaglio gli uni e gli altri, partendo proprio dalla prima parte della filiera.

**La breve storia della filiera della pelle:**

da fornitore privilegiato del blocco socialista....

.... a meta produttiva alternativa a Taiwan e Corea del Sud

## Concia e pelletteria nell'economia vietnamita

Il sottosectore della concia e della pelletteria contribuisce, ad oggi, ad oltre il 5% della produzione industriale Vietnamita e risulta essere, in senso stretto, uno dei più importanti.

Tuttavia, i suoi valori rispetto al totale del PIL manifatturiero si sono mantenuti costanti nel corso degli anni, senza seguire direttamente la crescita sostenuta del Paese.

La mancanza di integrazione della filiera è presente anche all'interno del sottosectore della concia e pelletteria, sia a livello quantitativo che, soprattutto, qualitativo.

La produzione interna di pelle è attualmente di circa 100 milioni di mq. all'anno, mentre la domanda supera i 250 milioni di mq. Qualitativamente, le materie prime di fonte locale non sono in grado di competere con gli standard ormai affermatasi a livello internazionale, anche perché gli animali vengono per lo più utilizzati per il lavoro agricolo, non sufficientemente curati da un punto di vista igienico-sanitario e macellati in modo improprio. Le principali pelli locali utilizzate per la concia sono quelle bovine, di bisonte e di cinghiale, anche se quest'ultima tipologia, come quella ovina, non è molto utilizzata a causa delle abitudini alimentari dei vietnamiti. Un certo sviluppo lo stanno poi avendo gli allevamenti di animali esotici, come pitoni, struzzi e coccodrilli, destinati alla macellazione per la concia.

Le pelli conciate vengono utilizzate dall'industria locale prevalentemente nella produzione di calzature, pelletteria e tappezzeria.

La produzione locale viene quindi principalmente destinata ai prodotti per il mercato interno, mentre l'industria di trasformazione si rivolge per le proprie necessità prevalentemente al mercato estero (Pakistan, Bangladesh, Cina, Argentina, Australia, Corea i principali paesi di importazione), anche se in anni recenti, si stanno sviluppando all'interno delle produzioni conciarie di qualità per prodotti finali ad alto valore aggiunto.

La mancanza di materie prime di qualità e la conseguente disintegrazione della filiera, ha reso più difficile per le aziende straniere la scelta (rispetto a mete come India e Cina) di investire in Vietnam nella realizzazione di prodotti finiti, così come trovare fornitori locali in grado di produrre il prodotto finito senza che vengano fornite loro anche le materie prime. Questo ha sicuramente contribuito alla non brillantissima performance del settore dato che, alla scarsa attrazione di investimenti stranieri, si è combinato un insufficiente flusso di know-how e tecnologie.

**Il settore della concia oggi:**

Quantità e qualità locale insufficienti allo sviluppo della filiera della pelle ....

.... e all'attrazione di flussi importanti di investimenti esteri nel sottosectore specifico

Lo sviluppo ulteriore del settore è poi ostacolato dalla carenza di tecnici e lavoratori qualificati, causata dalla combinazione negativa di ambienti di lavoro particolarmente inquinati, e di un livello salariale solitamente non adeguato per il pesante carico di lavoro e le condizioni precarie di sicurezza e di protezione sanitaria. Non esiste infine alcun centro di formazione professionale in Vietnam dedicato alle specifiche necessità del settore, pertanto le concerie sono costrette ad assumersi in proprio il costo e le difficoltà dell'addestramento dei lavoratori non qualificati.

Le aziende conciarie vietnamite si sono storicamente sviluppate nel sud del Paese, ed in particolare nella zona di Ho Chi Minh, dove vi sono numerose piccole imprese nell'area urbana della città (Distretto Tan Binh e Distretto 11), chiamata infatti "Villaggio della Concia Phu Tho". Queste nel corso degli anni sono state forzate a trasferirsi, per via dell'inquinamento, in insediamenti industriali. Molte delle piccole imprese che erano prima nell'area urbana di Ho Chi Minh sono perciò ora nel parco industriale di Hiep Phuoc, ma anche nella provincia di Dong Nai.

Le grandi imprese, per lo più a capitale straniero, facilitate in questo dal fatto che lavorano in prevalenza pelli wet blue, sono andate invece ad insediarsi nelle province di Binh Duong, Baria, VungTau e Dong Nai, che sono anche le aree in cui maggiore è la produzione di calzature.

In estrema sintesi, quindi, la stragrande maggioranza delle concerie attive in Vietnam è localizzata nelle province di Ho Chi Minh, Binh Duong, Hai Pong, Dong Nai.

Il settore ha subito negli ultimi 10/15 anni un processo di progressiva privatizzazione. In particolare, l'apertura all'economia di mercato ha portato alla nascita di numerose aziende familiari (in prevalenza di etnia "cinese"), di media e piccola dimensione, e parallelamente all'aumento della presenza di investitori stranieri, che hanno preferito acquistare o costituire aziende senza l'intervento di soci locali.

In numeri, il settore privato rappresenta circa il 70% delle concerie operanti nel paese, anche se la dimensione media di queste realtà è piuttosto piccola in termini di output produttivo. Come detto, molte di queste piccole aziende sono ancora situate nell'area urbana di Ho Chi Minh e sono caratterizzate da lavorazioni realizzate con macchinari obsoleti e scarso rispetto per l'ambiente.

Nel frattempo, a causa di scarsi investimenti tecnologici e, soprattutto, ad un deficit di gestione delle attività di commercia-

### **Ulteriori ostacoli allo sviluppo:**

reperimento e formazione del personale

### **Distribuzione geografica:**

legata a fattori ambientali ...

... e alla vicinanza ai produttori di calzature

### **Struttura proprietaria:**

Piccole aziende familiari.....

lizzazione, le principali concerie statali sono state chiuse o trasformate in aziende a partecipazione azionaria, e quelle rimanenti rappresentano solo il 10 % del totale.

...crisi delle concerie statali...

Gli investimenti esteri, perlopiù giapponesi, coreani, taiwanesi e cinesi, hanno invece portato un miglioramento del livello organizzativo e produttivo e quindi anche della qualità del prodotto, attraverso la realizzazione di grandi e moderni impianti.

... e forte ingresso di investimenti esteri

Si prevede nei prossimi anni un notevole sviluppo del settore conciario e della pelle, in virtù della forte differenza tra domanda e produzione interna. Il Governo vietnamita è fortemente impegnato nelle tematiche ambientali connesse al settore conciario ed intende completare entro pochi anni lo spostamento delle conceria dall'area urbana di Ho Chi Minh. Va detto che già oggi la sensibilità ambientale è notevole soprattutto nei nuovi parchi industriali, che spesso non vogliono al loro interno insediamenti conciari, proprio per le problematiche ambientali connesse a queste produzioni.

**Progetti di sviluppo:**

Incentivazione statale...

Per l'insieme di questi motivi, nel breve termine, le concerie ad investimento estere potrebbero ampliare le proprie quote di mercato in Vietnam, poiché molte concerie locali hanno bisogno di qualche tempo per ristrutturare le proprie operazioni.

...soprattutto per far fronte alle problematiche ambientali

## Il commercio estero

A conferma di quanto espresso sin qui, dai dati relativi agli scambi commerciali tra Vietnam e resto del mondo, si osserva che l'industria della concia e pelletteria è stata, ed è tuttora, un settore importante nell'economia del paese. Le vendite nel mondo del comparto si mantengono dal 2001 al 2006 su livelli decisamente positivi (il dato complessivo del 2006 si attesta a circa 480 milioni di euro), trainate in particolare dalle produzioni di prodotti finiti in pelle e cuoio.

**Ruolo e peso nel commercio mondiale:**

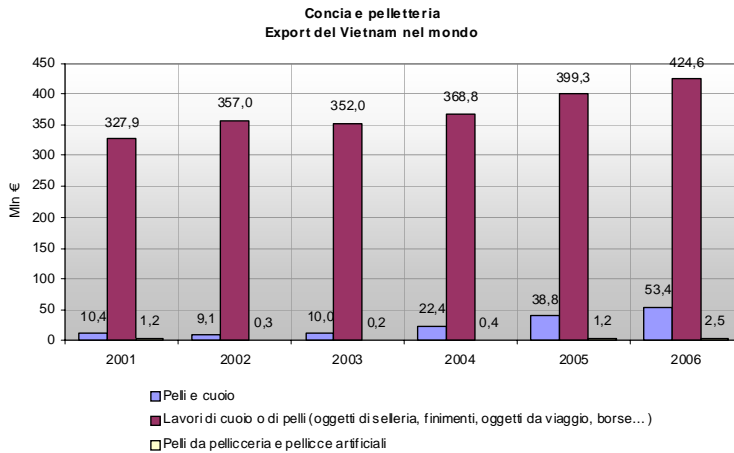
Le importazioni nel 2006 sono state di circa 420 milioni di euro. Il principale sotto-settore risulta quello delle pelli e cuoio che rappresenta da solo quasi il 93% delle importazioni complessive. L'evoluzione degli scambi negli anni sono state particolarmente positive per l'export di lavori di cuoio (cresciuti di oltre 100 milioni di euro dal 2001 al 2006) e per l'import di pelli e cuoio passato dai 234 milioni di euro nel 2001 ai 392 milioni di euro nel 2006.

L'economia vietnamita si caratterizza come quella di un paese trasformatore

Dai dati citati, estratti dai grafici e dalle tabelle seguenti, appare evidente che il Vietnam si caratterizza nel quadro del com-

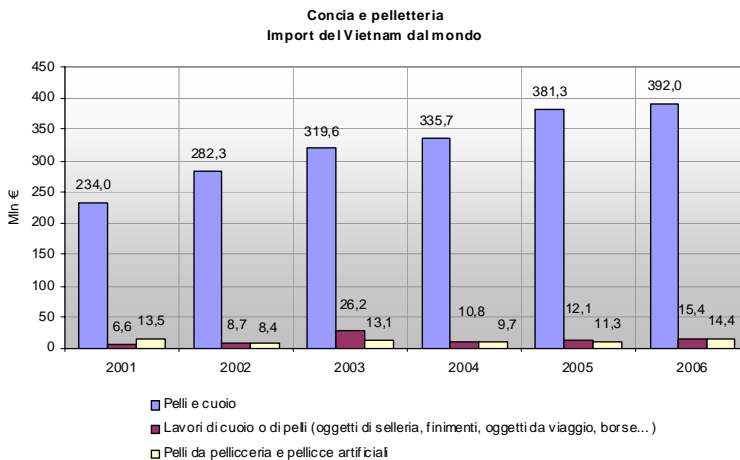
mercio globale, per il settore considerato, come un Paese di trasformazione: dove giungono dai paesi ad alto costo della manodopera materie prime e semilavorati per essere lavorati e riesportati sotto forma di prodotto finito.

...giungono materie prime e vengono riesportati prodotti finiti in cuoio



### Esportazioni:

Pelli e cuoio trasformati in grande evidenza



### Importazioni:

Forte dipendenza dall'estero per materie prime e semilavorati

In linea con i dati mondiali, anche l'evoluzione degli scambi commerciali tra Vietnam ed Unione Europea denota una maggiore consistenza delle importazioni (circa 228 milioni di euro cioè il 54% dell'import mondiale) rispetto alle esportazioni di prodotti del comparto concia e pelletteria (circa 53,6 milioni di euro il dato assoluto). A livello settoriale la principale spinta per il comparto è rappresentata dai prodotti in pelle e cuoio, che infatti rappresentano il 93% del totale importazioni dell'Unione Europea, pur essendo rimasti abbastanza stazionari tra il 2001 e il 2006. Scendendo ulteriormente nel dettaglio settoriale i prodotti maggiormente richiesti risultano le valige e valigette, 89%, contro il 6% degli indumenti ed accessori di abbigliamento di cuoio o di pelli.

**L'interscambio con l'Europa**

**Concia e pelletteria  
Export dell'Unione Europea in Vietnam**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Cuoi e pelli depilati di bovini e di equidi</b>	14.479.308	6.080.199	4.332.158	3.236.654	9.637.530	13.201.912
<b>Pelli di caprini, depilate</b>	910.787	1.007.270	168.461	169.420	192.260	511.000
<b>Pelli depilate di suidi, rettili e altri animali e pelli di animali senza pelli</b>	<b>869.735</b>	<b>11.484.849</b>	<b>23.919.861</b>	<b>22.260.439</b>	<b>28.130.024</b>	<b>26.744.174</b>
<b>Cuoi e pelli, scamosciati, compreso lo scamosciato combinato</b>	0	1.093.414	1.396.798	3.112.405	1.800.905	1.605.000
<b>Altri</b>	2.625.583	3.149.633	2.782.944	5.017.447	7.802.836	8.944.219
<b>Pelli e cuoio</b>	<b>18.885.413</b>	<b>22.815.365</b>	<b>32.600.222</b>	<b>33.796.365</b>	<b>47.563.555</b>	<b>51.006.305</b>
<b>Valige e valigette</b>	971.302	605.279	549.996	715.467	1.173.040	1.149.706
<b>Indumenti ed accessori di abbigliamento di cuoio o di pelli, naturali o ricostituiti</b>	153.046	88.786	67.130	72.898	170.730	257.640
<b>Altri</b>	179.396	182.572	351.084	373.584	321.572	473.933
<b>Lavori di cuoio o di pelli (oggetti di selleria, finimenti, oggetti da viaggio, borse...)</b>	<b>1.303.744</b>	<b>876.637</b>	<b>968.210</b>	<b>1.161.949</b>	<b>1.665.342</b>	<b>1.881.279</b>

Fonte: Eurostat

**Export**

volumi interessanti per le pelli depilate...

...e ancor più per pelli e cuoio

## Concia e pelletteria Import dell'Unione Europea dal Vietnam

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Cuoi e pelli depilati di bovini e di equidi	197961	20.195	206.833	33.655	63.128	194.506
Pelli di caprini, depilate	0	1.228.885	781.629	544.393	1.692.023	3.010.000
Pelli depilate di suidi, rettili e altri animali e pelli di animali senza peli	969.714	96.508	452.632	2.958.793	5.054.335	5.599.236
Cuoi e pelli, scamosciati, compreso lo scamosciato combinato	0	0	19.724	3.350	0	92.000
Altri	615.588	1.301.141	1.246.113	3.345.806	5.965.426	5.857.525
Pelli e cuoio	1.783.263	2.646.729	2.706.931	6.885.997	12.774.912	14.753.267
<b>Valige e valigette</b>	<b>184.811.375</b>	<b>171.776.295</b>	<b>159.044.849</b>	<b>155.969.310</b>	<b>168.345.778</b>	<b>188.645.096</b>
Indumenti ed accessori di abbigliamento di cuoio o di pelli, naturali o ricostituiti	13.272.914	13.357.250	9.847.752	9.532.553	10.986.845	12.685.690
Altri	8.596.845	10.206.346	9.156.885	9.472.974	9.097.330	10.440.961
<b>Lavori di cuoio o di pelli (oggetti di selleria, finimenti, oggetti da viaggio, borse...)</b>	<b>206.681.134</b>	<b>195.339.891</b>	<b>178.049.486</b>	<b>174.974.837</b>	<b>188.429.953</b>	<b>211.771.747</b>

Fonte: Eurostat

Analizzando l'evoluzione delle importazioni nei vari anni, si osserva la sostanziale stazionarietà dei prodotti in cuoio e pelle mentre gli altri sottosettori, pur mantenendosi su valori positivi, riportano dinamiche più disomogenee.

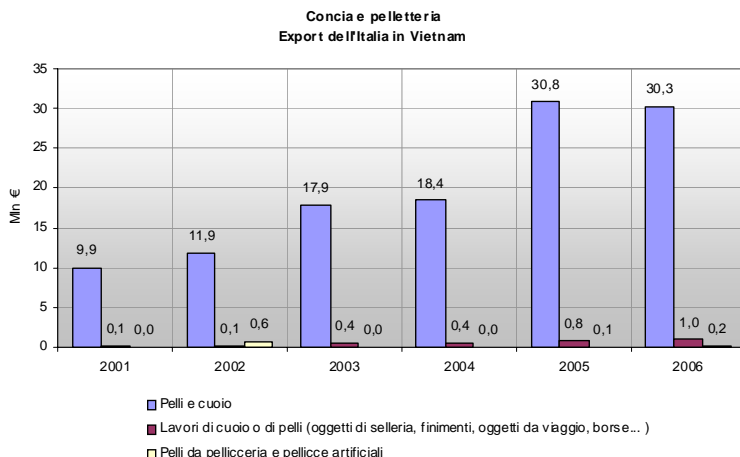
Mentre per il mondo e l'Unione Europea le importazioni dal Vietnam di prodotti in cuoio e pelletteria superano le esportazioni di materie prime e semilavorati per le necessità della filiera, in Italia si assiste al processo inverso. Le esportazioni (che infatti rappresentano circa il 59% del dato europeo) raggiungono i 31,4 milioni di euro mentre le importazioni si attestano a 23,4 milioni.

### Import:

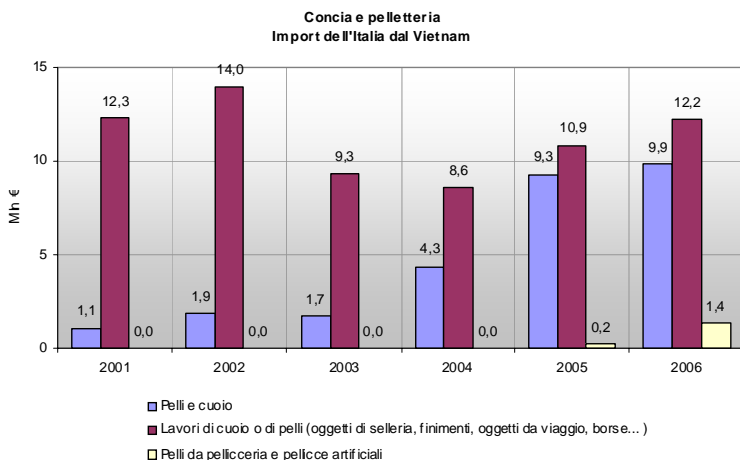
Borse, valigie e altri lavori di cuoio costituiscono i prodotti più ricercati dagli operatori europei

### L'interscambio con l'Italia:

Le vendite in Vietnam interessano, in particolare, le pelli e il cuoio (96%) e tra questi soprattutto le pelli depilate di suini, rettili e altri animali (52%) e il cuoio e pelli depilate di bovino e di equidi.



Le esportazioni di materie prime e semilavorati...



... superano stabilmente le importazioni di prodotti finiti

L'evoluzione degli scambi commerciali negli anni si presenta piuttosto disomogenea. Le esportazioni si mantengono su valori positivi sia per quanto riguarda le pelli e il cuoio che per i prodotti in pelli e cuoio. Le dinamiche segnate dalle pellicce mostrano invece valori altalenanti.

Diversa l'evoluzione delle importazioni per le quali infatti mentre pelle e cuoio sono cresciute da 1,1 a 9,9 milioni di euro dal 2001 al 2006, i prodotti in cuoio, negli anni hanno seguito andamenti piuttosto altalenanti mantenendo il dato 2001 sugli stessi livelli del 2006.

**Concia e pelletteria - Export dell'Italia in Vietnam**

	2002	2003	2004	2005	2006
Cuoi e pelli depilati di bovini e di equidi	4.026.090	3.268.217	3.129.698	9.051.967	9.062.844
Pelli di caprini, depilate	186.501	148.043	162.740	162.336	402.383
<b>Pelli depilate di suidi, rettili e altri animali e pelli di animali senza peli</b>	<b>6.972.194</b>	<b>12.417.409</b>	<b>10.740.484</b>	<b>16.106.276</b>	<b>15.733.522</b>
Cuoi e pelli, scamosciati, compreso lo scamosciato combinato	122.199	815.307	1.610.635	1.243.710	1.489.723
Altri	580.126	1.233.523	2.806.441	4.209.961	3.563.587
<b>Pelli e cuoio</b>	<b>11.887.110</b>	<b>17.882.499</b>	<b>18.449.998</b>	<b>30.774.250</b>	<b>30.252.059</b>
Valige e valigette	115.212	255.312	349.605	712.737	690.721
Indumenti ed accessori di abbigliamento di cuoio o di pelli, naturali o ricostituiti	4.736	34.722	52.222	91.344	216.856
Altri	1.852	115.114	38.352	18.965	66.389
Lavori di cuoio o di pelli (oggetti di selleria, finimenti, oggetti da viaggio, borse...)	121.800	405.148	440.179	823.046	973.966

**Export:**

si conferma la rilevanza dei valori per le materie prime e semilavorati

**Concia e pelletteria - Import dell'Italia dal Vietnam**

	2002	2003	2004	2005	2006
Cuoi e pelli depilati di bovini e di equidi	6.181	29.474	4.520	63.128	178.995
Pelli di caprini, depilate	1.228.885	737.748	485.627	1.664.764	2.899.754
Pelli depilate di suidi, rettili e altri animali e pelli di animali senza peli	53.872	348.657	2.940.955	4.950.818	5.141.246
Cuoi e pelli, scamosciati, compreso lo scamosciato combinato	0	0	3.350	0	90.427
Altri	563.057	614.914	908.686	2.622.211	1.541.091
<b>Pelli e cuoio</b>	<b>1.851.995</b>	<b>1.730.793</b>	<b>4.343.138</b>	<b>9.300.921</b>	<b>9.851.513</b>
<b>Valige e valigette</b>	<b>12.209.891</b>	<b>8.722.270</b>	<b>6.687.150</b>	<b>7.546.362</b>	<b>9.198.218</b>
Indumenti ed accessori di abbigliamento di cuoio o di pelli, naturali o ricostituiti	1.442.079	466.071	1.709.303	3.115.812	2.687.658
Altri	308.230	147.135	200.271	212.127	291.269
<b>Lavori di cuoio o di pelli (oggetti di selleria, finimenti, oggetti da viaggio, borse...)</b>	<b>13.960.200</b>	<b>9.335.476</b>	<b>8.596.724</b>	<b>10.874.301</b>	<b>12.177.145</b>

**Import:**

interesse per i prodotti finiti, ma anche per alcune materie prime

## Il sottosettore delle calzature

Come detto nell'introduzione, se si eccettua la tradizione artigianale preesistente, il settore calzaturiero vietnamita ha iniziato il suo sviluppo venti anni fa', quando un accordo con l'allora Unione Sovietica promosse lo sviluppo dell'industria per l'esportazione nei Paesi del blocco socialista.

Nonostante la crisi dovuta alla scomparsa del grande committente, i numeri del settore hanno visto una crescita costante a due cifre, fino a far divenire il Vietnam un operatore chiave nel mercato mondiale.

Il Vietnam è, infatti, attualmente il 4° produttore mondiale di calzature, dietro a Cina, India e Brasile e davanti all'Indonesia. In termini numerici ciò significa circa 500 milioni di paia prodotte annualmente e poco meno del 2,5% della produzione mondiale.

Nell'economia vietnamita la produzione complessiva del cuoio e delle calzature vale circa il 10% del PIL, dà lavoro ad oltre 600.000 persone e, dopo la filiera del tessile e abbigliamento, è la realtà manifatturiera più importante del Paese.

La produzione vietnamita è in particolar modo concentrata nelle calzature a basso costo, la cui quota rispetto al totale delle esportazioni mondiali, negli anni dal 2002 al 2006, è aumentata infatti dall'1,9% al 9,9%, a svantaggio dei principali Paesi competitori come Cina, Brasile, Romania, Indonesia.

Rispetto a questi paesi il Vietnam vanta poi una specializzazione nelle calzature sportive, equivalenti a circa il 70% della produzione totale. Il Vietnam è infatti sede produttiva dei maggiori marchi internazionali del sottosettore specifico, come Nike, Puma, Adidas, Asics, Mizuno, ecc.

Una storia breve e legata alla committenza dell'URSS

### Il settore oggi:

Il quarto operatore mondiale

Con una specializzazione nelle calzature a basso costo  
...

... e sportive

### Calzature Vietnam: Produzione ed export nel 2006

Prodotto	Produzione (milioni di paia)	Export totale (milioni di paia)
Calzature sportive	400.73	381.65
Calzature in tela	37.28	35.50
Calzature da donna	91.46	87.10
Altre	78.80	75.05
<b>Totale</b>	<b>608.27</b>	<b>579.3</b>

Fonte: Lefaso - Vietnam leather and footwear association

La produzione fisica dei beni è realizzata da operatori asiatici (i taiwanesi in particolare controllano circa il 40% della produzione) che lavorano per i grandi gruppi internazionali delle calzature sportive, ai quali sono spesso legati da contratti in esclusiva.

Come già evidenziato per la pelletteria, anche il settore della calzatura risente però fortemente della mancanza di integrazione nella filiera, il che rende indispensabile l'importazione dei semilavorati necessari per realizzare il prodotto finito. Sono infatti di origine vietnamita solo il 20% del cuoio utilizzato e meno del 40% degli altri semilavorati.

Mancanza di integrazione all'interno della filiera

La produzione calzaturiera, nella quale operano circa 400 aziende, è estremamente diffusa in tutto il Paese, ma principalmente nel Sud e nel Nord del Paese. L'area di produzione più importante è sicuramente il Sud (ca. 70% delle imprese), nelle province di Ho Chi Minh City, Dong Nai, Binh Duong. La seconda area produttiva è nel Nord con Hanoi, Haifong, Vinh Phuc, Phu Tho, Ha Tay, Hai Duong, Thai Binh e Thanh Hoa. Le aree a maggiore concentrazione produttiva nel centro del Paese si trovano invece a Da Nang, Hue, Khanh Hoa e Binh Dinh.

**Distribuzione geografica:**

Regioni	N° imprese	Capacità produttiva		
		Prodotti finali	Materie prime	Conterie
<b>Nord</b> (Hanoi, Haifong, Hai Duong)	25%	19-20%	18-20%	20%
<b>Sud</b> (HCMC, Dong Nai, Binh Duong)	70%	75-77%	70-75%	70-75%
<b>Centro</b> (Da Nang, Hue)	5%	3-4%	5-7%	6-7%

Nel Sud più dei 2/3 delle aziende

Storicamente l'industria calzaturiera è sempre stata dominata dalle aziende statali, dalla Leaprodexim in particolare. Gli ultimi anni hanno però visto la privatizzazione del 70% delle industrie di stato (compresa la Leaprodexim).

Secondo le autorità vietnamite, circa il 70% della produzione realizzata adesso nel Paese è da ricondurre ad investimenti stranieri. Come già evidenziato, predominante è la presenza di gruppi asiatici, ed in particolare taiwanesi, che controllano più del 40% della produzione.

Queste unità produttive, specializzate nella fabbricazione delle scarpe sportive, non hanno marchi propri e forniscono quasi unicamente un numero limitato di grandi gruppi multinazionali, dai quali ricevono il design, le specifiche dei prodotti da realizzare, la tecnologia e spesso anche le materie prime. La to-

**Struttura proprietaria**

Grandi aziende façoniste ...

... e piccole aziende locali

talità della produzione è esportata poi nei mercati dei committenti esteri.

Al contrario i piccoli produttori locali, nonostante siano numericamente abbastanza significativi, non disponendo di tecnologia aggiornata e non potendo sfruttare né le economie di scala, né l'esperienza commerciale delle grandi aziende estere, ma basando la propria competitività unicamente sull'utilizzo di manodopera a bassissimo costo, sviluppano un valore aggiunto nettamente inferiore.

Vi sono inoltre poche aziende che hanno sviluppato un proprio marchio. Una di queste è la Binh Tien Consumer Products Ltd (Bitis): fra le prime 200 aziende vietnamite per dimensioni e fatturato (Unctad 2006) dispone di circa 7.500 dipendenti, oltre ad un centro di formazione per il design, e produce ogni anno oltre 22 milioni di scarpe classiche, sportive e sandali. Bitis è molto presente nella distribuzione vietnamita, dove ha lanciato il marchio Vosto per aggredire i segmenti più alti del mercato, ma sta aumentando la propria presenza anche sui mercati vicini della Cina, Cambogia e Laos.

Altri produttori che hanno creato marchi e negozi propri, sono: Vina Giay, T&T, Pasteur, Bitas, Long Thanh e Hong Thanh. Le aziende elencate sono però generalmente posizionate nella gamma media del mercato e non appaiono in grado di divenire a breve un concorrente diretto dei grandi marchi internazionali.

Secondo recenti dichiarazioni del Vice Presidente della locale Associazione della Concia e della Calzatura (LEFASO), l'industria calzaturiera dovrebbe generare un fatturato export di 4,5 miliardi di Euro entro il 2010, attraverso una crescita su base annua tra il 12 e il 15% sostenuta da una serie di programmi del Ministero dell'Industria.

Alla fine del periodo la filiera dovrebbe produrre 720 milioni di paia di scarpe, 80 milioni di borse e 80 milioni di metri quadri di pelle, in modo tale da coprire l'80% del fabbisogno di materie prime.

Per raggiungere questo obiettivo, oltre ai programmi governativi di garanzia al credito verso le aziende locali, dovrebbe continuare con vigore l'incentivazione degli investimenti esteri.

Nello specifico sarà data nuova enfasi alla creazione di parchi industriali settoriali dove allocare aziende estere in grado di produrre materie prime e semilavorati con le tecnologie più

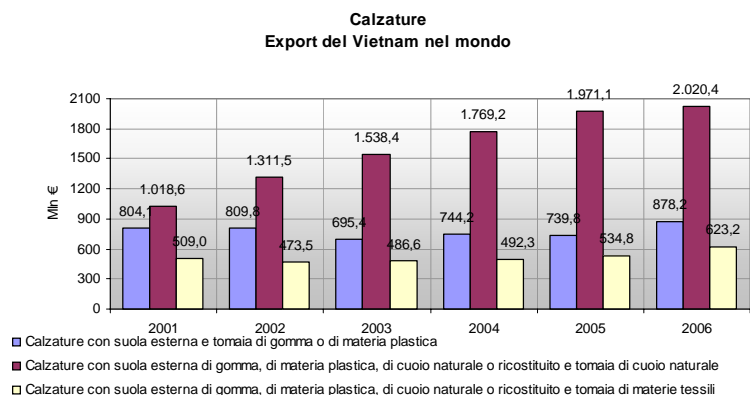
Le aziende con marchi propri

**Programmi di sviluppo:**

efficienti e rispettose dell'ambiente, disponibili sul mercato.

## Il commercio estero

La gran parte della produzione vietnamita di calzature è realizzata per i mercati esteri, che assorbono oltre l'85% della produzione.

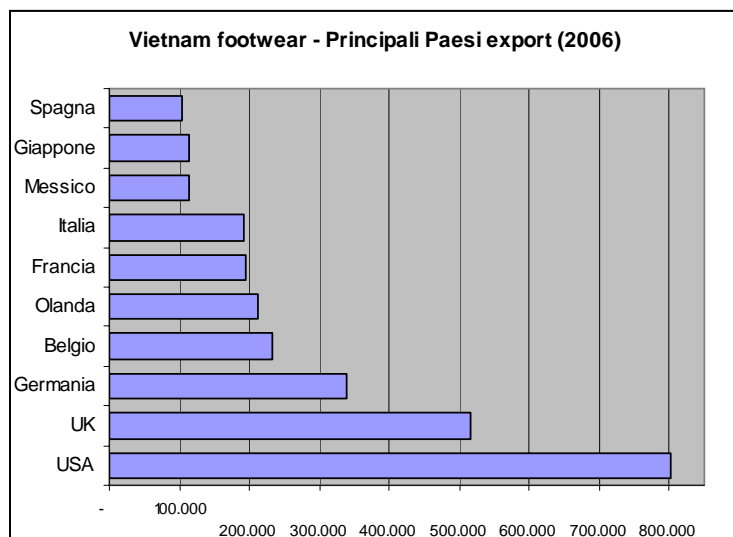


**Ruolo e peso nel commercio globale:**

Una crescita costante delle calzature casual e sportive

In numeri assoluti, le esportazioni nel mondo di questi prodotti superano i 3,6 miliardi di euro ed il sotto-settore maggiormente rilevante sembra essere quello delle calzature con suola esterna in gomma e tomaia in cuoio naturale. Fatto 100 il totale delle esportazioni del Vietnam, queste rappresentano il 56,1% contro il 24,4% delle scarpe di gomma o materie plastiche.

Come evidenziato sopra, le dinamiche delle vendite dal 2002 fino al 2006 evidenziano evoluzioni positive. La crescita nel 2006 è stata di circa il 20% in valore e circa la metà nei volumi. I risultati degli ultimi 4 anni, in cui un crescita inferiore del 40% dei volumi ha consentito una crescita dei valori superiore al 50%, sono in linea con la tendenza ad un aumento del valore aggiunto del prodotto.



Fornitore preferenziale dei principali mercati sviluppati ...

... e secondo fornitore per l'UE dopo la Cina

Fonte: Lefaso

**Principali esportatori di calzature in USA (dati in migliaia US \$)**

	2004	2005	2006	Gen-Nov 2006	Gen - Nov 2007	Var. % 06-07
<b>Cina</b>	11.186.000	12.468.000	13.600.000	12.589.000	12.656.000	0,5
<b>Vietnam</b>	472.812	716.111	950.833	871.734	903.113	3,6
<b>Brasile</b>	1.080.000	1.017.000	893.000	837.230	702.092	-16,1
<b>Indonesia</b>	492.527	510.098	471.113	440.817	344.814	-21,8
<b>Italia</b>	1.241.615	1.128.717	1.101.622	1.006.742	1.087.069	8

**Commercio con gli USA:**

Realizzato in tre anni il sorpasso ai danni di Brasile e Indonesia

Fonte: American Apparel and Footwear Association su dati USITC

A conferma dei dati mondiali, anche gli scambi commerciali tra Unione Europea e Vietnam sottolineano le brillanti dinamiche delle esportazioni (l'Europa assorbe infatti il 58% di tutto l'export di questo paese). Il dato complessivo relativo all'import europeo raggiunge nel 2006 oltre i 2 miliardi di euro e ancora, il principale contributo, proviene dalle calzature con tomaia di cuoio naturale. Queste sono anche le uniche tipologie di calzature che nel corso degli anni (con l'unica eccezione del 2006) hanno incrementato il volume di import; stazionari o in leggera flessione gli altri sotto-comparti.

**Interscambio con l'Europa:**

La crescita sostenuta delle importazioni dal Vietnam, così come quella dalla Cina, è stata posta sotto osservazione dalla Commissione Europea fin dal luglio del 2005 e, avendo riscontrato la presenza di un danno arrecato all'industria comunitaria attraverso vendite effettuate in dumping, nel marzo del 2006, è stato emanato un provvedimento provvisorio che ha fissato un dazio provvisorio del 16,8% (19,4% nei confronti delle merci cinesi) applicabile all'import dal Vietnam di calzature con tomaia di cuoio naturale o ricostituito (escluse quelle per bambini, quelle con puntale protettivo e le cosiddette calzature sportive con tecnologie speciali STAF).

Crescita delle esportazioni:

Vendite sottocosto ...

... e provvedimenti antidumping

Bisognerà quindi osservare l'impatto che tali provvedimenti avranno sull'export vietnamita in Europa; al riguardo recenti dichiarazioni sia della Lefaso, che delle autorità, sembrerebbero manifestare la volontà di diversificare maggiormente i mercati di destinazione per diminuire la dipendenza dagli acquisti europei.

#### Calzature - Export dell'Unione Europea in Vietnam

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Calzature con suola esterna e tomaia di gomma o di materia plastica</b>	232.282	144.162	63.947	25.230	64.000
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di cuoio naturale</b>	995.147	785.742	739.217	1.110.742	552.295
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di materie tessili</b>	27.851	60.645	57.812	532.080	5.754
<b>Parti di calzature e componenti</b>	2.402.541	2.091.314	2.000.988	1.516.037	3.171.794
<b>Altri</b>	19.318	12.411	15.509	96.754	10.827
<b>Calzature, ghette ed oggetti simili</b>	3.777.139	3.184.274	2.877.473	3.480.843	3.804.670

#### Export:

Semilavorati e componenti per l'industria locale costituiscono quasi l'85% del totale

#### Calzature - Import dell'Unione Europea dal Vietnam

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Calzature con suola esterna e tomaia di gomma o di materia plastica</b>	708.443.589	567.004.002	550.089.569	463.321.694	516.067.188
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di cuoio naturale</b>	1.005.017.617	1.162.388.077	1.240.845.692	1.249.672.921	1.108.755.469
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di materie tessili</b>	385.144.901	411.588.724	384.938.892	353.802.033	411.572.436
<b>Altri</b>	11.208.452	14.406.794	19.428.751	34.924.203	53.797.106
<b>Calzature, ghette ed oggetti simili</b>	2.109.814.559	2.155.387.597	2.195.302.904	2.101.720.851	2.090.192.199

#### Import:

Al contrario importiamo tutti i tipi di calzature con prevalenza per quelle casual

Gli acquisti dell'Italia di calzature, ghette e oggetti simili nel 2006 si attestano a 185,8 milioni di euro. Si tratta di un dato piuttosto rilevante anche se rappresenta soltanto l'8,9% del dato complessivo europeo. Anche in questo caso il settore maggiormente trainante è quello delle calzature con suola in gomma o materia plastica e tomaia di cuoio naturale (46,2% del totale importa italiano). Questo è anche il settore che dal 2002 ad oggi ha registrato la crescita più consistente passando dai 59,8 agli 85,9 milioni di euro (da ricordare i due picchi nel 2003 e nel 2005 quando si raggiungevano rispettivamente i 113,5 e i 115,5 milioni di euro).

**Interscambio con l'Italia:**

#### Calzature Export dell'Italia in Vietnam

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Calzature con suola esterna e tomaia di gomma o di materia plastica</b>	9.597	1.879	2.545	1.937	44.342
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di cuoio naturale</b>	111.063	74.952	97.924	652.289	293.632
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di materie tessili</b>	24.065	8.027	16.264	38.088	0
<b>Altri</b>	5.448	27.751	4.676	5.114	13.094
<b>Parti e componenti di calzature</b>	817.824	887.873	928.203	752.052	751.754

**Export:**

Netta prevalenza di pezzi e componenti vari

#### Calzature Import dell'Italia dal Vietnam

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Calzature con suola esterna e tomaia di gomma o di materia plastica</b>	51.705.740	45.622.867	34.094.484	30.534.190	34.152.124
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di cuoio naturale</b>	96.770.366	113.476.975	92.901.157	115.466.130	85.872.366
<b>Calzature con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di materie tessili</b>	44.955.249	39.883.853	42.911.662	45.348.336	64.133.054
<b>Altri</b>	168.397	358.802	1.349.618	821.635	1.708.261

**Import:**

Calzature sportive e casual in primo piano

## Opportunità per gli imprenditori italiani

Il Vietnam si presenta oggi come un façonista dei Paesi asiatici più sviluppati (Giappone, Taiwan e Corea), interessati soprattutto al basso costo della manodopera, da dove infatti proviene il 46% degli investimenti esteri.

A causa dell'indisponibilità strutturale di materie prime e semilavorati, messa in evidenza nel corso del capitolo, essi importano tutto ciò che è necessario alle loro produzioni, in continua crescita.

Come sottolineato, i prodotti sono prevalentemente scarpe sportive e casual con scarso utilizzo di pelle e cuoio da suola, ma con abbondante utilizzo di tessuti, prevalentemente tecnici, e componenti in feltro, gomma e plastica (come documentano abbondantemente i dati statistici riferiti alle importazioni).

Per tutti questi prodotti tuttavia, così come nel caso dell'abbigliamento, è importante sottolineare il vantaggio competitivo, logistico e di prezzo, di cui godono i fabbricanti cinesi, coreani e taiwanesi, per effetto della prossimità geografica e dei bassi costi operativi.

In tutti questi casi quindi, il poter approfittare delle eventuali opportunità non può prescindere dall'organizzazione di una presenza produttiva o logistico-commerciale nella regione.

A questo riguardo è comunque molto importante tener conto del fatto che, in molti casi, non saranno i fabbricanti locali a selezionare le materie prime e i semilavorati impiegati per la produzione, bensì il grosso marchio internazionale e, ancor più l'azienda coreana, taiwanese o in futuro cinese, che organizza la produzione in loco per esso. Per questo motivo sarebbe opportuno uno studio preliminare per individuare sia i nominativi dei clienti internazionali di scarpe e pelletteria legati a rapporti di collaborazione con le imprese di questi Paesi, sia quelli dei sub-fornitori vietnamiti.

Non va comunque dimenticato che alcuni buyers americani utilizzano le aziende vietnamite anche per la produzione di scarpe e pelletteria per un mercato medio/medio alto, soprattutto nel settore donna, fornendo i modelli ed imponendo il materiale.

Tali aziende possono essere in special modo interessanti per le aziende italiane in quanto stanno vivendo una fase di sviluppo e di transizione simile a quella che il nostro Paese visse negli anni 60/70, quando come il Vietnam attuale, esso era caratterizzato da una realtà di aziende, utilizzate per il basso costo della manodopera, spesso vincolate ad un unico committente,

**Esportazione di pellame finito e di componenti per le calzature:**

Opportunità nei componenti delle calzature sportive legate alla mancanza di produzione in loco

..... ma attenzione a chi decide gli acquisti

Importanza potenziale del desiderio di "riposizionamento" dei piccoli e medi produttori locali

pronto a cambiare fornitore alla ricerca del minor prezzo. Tale realtà fu di stimolo per molte aziende italiane, e verosimilmente lo sarà a breve anche per le aziende vietnamite con buone capacità manifatturiere, per svilupparsi nella produzione, con un marchio proprio, di prodotti di qualità medio-alta in linea con le tendenze moda. Il presupposto per questo sviluppo è la ricerca di pellami, tessuti e componenti con un buon rapporto qualità/prezzo direttamente dai migliori produttori sul mercato internazionale.

Il mercato vietnamita potrebbe essere interessante per le imprese italiane anche e soprattutto per la possibilità di realizzare partnership per la produzione di pellame e calzature destinate ai nuovi mercati orientali, quali Cina, Vietnam, India, Corea e Giappone. Il Vietnam è infatti un mercato che consente vantaggi in termini di costi e tempi di logistica (in quanto geograficamente vicino ai paesi elencati) e in termini di costi della manodopera (anche se è da tener presente che nel settore della concia e pelle questi costi hanno una incidenza relativa).

Esperienze di partnership di questo tipo fatte in Cina hanno spesso avuto difficoltà: per il quadro normativo di riferimento che non aiuta le aziende straniere, per differenze culturali che rendevano difficile la comunicazione tra i partner e per la troppo breve esperienza di mercato degli operatori cinesi.

Il Vietnam presenta, da questi punti di vista, una realtà molto migliore: sia per la normativa più favorevole per l'operatore straniero, ma soprattutto per la cultura e la mentalità imprenditoriale vietnamita, che si è formata grazie anche alla storica presenza di paesi occidentali (Francia prima e Stati Uniti poi). Un altro beneficio potenziale di questa strategia di entrata sul mercato deriverebbe dall'evitare i dazi e le imposte scontate dalle importazioni delle materie prime, nei casi in cui il prodotto sia destinato integralmente all'esportazione.

Per le aziende interessate ad una partnership produttiva in Vietnam è da tener presente però, che le aziende vietnamite sono molto spesso più interessate ad ottenere delle committenze assistite da tecnici del committente e meno interessate a partecipazioni societarie.

D'altra parte, sono in continuo aumento le esperienze di aziende internazionali che dopo aver scelto la Cina come base produttiva in Estremo Oriente, stanno adesso intensificando la presenza in Vietnam, da sole o in partnership con aziende locali, per sfruttare i costi di produzione sensibilmente più bassi.

Mizuno e Asics ad esempio, due grandi produttori giapponesi di scarpe sportive, stanno aumentando la loro produzione in Vietnam allo scopo di ridurre la dipendenza produttiva dalla Cina.

## Collaborazioni produttive:

Crisi del modello "cinese"...

...ed opportunità per la riesportazione

Vista la positiva esperienza di partnership sino ad oggi avviata, Mizuno in particolare sta avviando una nuova produzione che dovrebbe condurla a rifornirsi in Vietnam per il 30% delle vendite programmate per il 2010, cioè 4 milioni di paia.

Ad oggi, invece, Asics ha allocato il 20% della sua produzione globale (33 milioni di paia) a due fabbriche partner in Vietnam e sta progettando di rifornirsi dal Paese asiatico per il 30% entro il 2010.

Ulteriori opportunità che può offrire il settore della pelle e della concia alle imprese italiane sono quelle riferite all'approvvigionamento di materia prima.

Nei paragrafi precedenti è già stato evidenziato che la produzione locale di pellame è generalmente carente, dal punto di vista quantitativo e qualitativo.

Vi sono però nicchie di mercato interessanti nella produzione di pelli di coccodrillo (legate agli allevamenti locali per la produzione di carne), di pitone e di struzzo. La qualità del prodotto non è scarsa ed esistono impianti realizzati con tecnologia italiana ed internazionale in genere (*Ostrich - Crocodile Business Company, Ton Phat Crocodiles Company*).

Gli investimenti e il know-how nel sottosectore, rispetto alla quantità di materia prima che il mercato potrebbe fornire (se non fosse utilizzata prevalentemente per uso alimentare, com'è attualmente), sono tuttavia limitati. Potrebbe essere quindi interessante importare dal Vietnam pelli di coccodrillo e di pitone fornendo, dove necessario, assistenza tecnica iniziale e controllo della produzione in loco.

Per quanto riguarda la vendita di calzature, recenti studi quantificano il mercato locale in circa 70 milioni di paia all'anno, cioè 0,8 paia per persona. Il consumo è attualmente coperto per il 60% dalla produzione locale e dalle importazioni, quasi tutte provenienti dalla Cina, per il resto.

Nel 2006, solo il 28% della popolazione viveva in un contesto urbano, ma tale percentuale è in crescita costante, dello 0,5% all'anno, sotto l'effetto dell'esodo dalle campagne tipico dell'economie in sviluppo.

Una decina di città secondarie cominciano così a presentare uno standard di vita e comportamenti di acquisto simili a quelli della capitale e di Ho Chi Minh City, dove la classe media ed agiata insieme rappresentano il 40% della popolazione e sono in rapido aumento.

In effetti, un cittadino dispone mediamente di un reddito da 3 a 10 volte più elevato di quello disponibile nelle zone rurali, per effetto di un aumento, costante negli ultimi 5 anni, del 55% annuale.

**Approvvigionamento di materia prima "esotica"**

**Vendita di calzature:**

L'urbanizzazione della società e lo sviluppo economico favoriscono...

... la nascita di una

Per questi motivi, sebbene le calzature importate, specialmente nei segmenti medio alti, siano oggi una rarità, lo sviluppo prevedibile di una classe agiata dovrebbe tuttavia svilupparsi in maniera significativa nei prossimi anni.

classe media e agiata

Gli aspetti più strettamente legati alle possibilità di distribuzione dei prodotti finiti sono meglio messi in evidenza nel capitolo finale sul mercato del lusso.

Le macchine importate da Italia, Taiwan, Cina e Corea restano le più utilizzate nelle concerie locali. Nel 2006, l'importazione di macchinari per la concia ha raggiunto quasi i 9 milioni di USD, segnando così un incremento del 33% di anno in anno. Il 2006 è stato uno degli più proficui per le esportazioni italiane di macchine per la concia della pelle con un valore totale di 3,58 milioni di USD ed un incremento del 389% di anno in anno. La maggior parte delle macchine per la concia italiane viene importata da alcune concerie estere che si sono stabilite da poco in zona e da un piccolo gruppo di concerie locali principali che hanno già costruito i loro nuovi stabilimenti nei parchi industriali. Nel frattempo, un gruppo di concerie di piccole e medie dimensioni nel Sud nel Vietnam ha raggruppato tutto il capitale possibile per costruire i propri nuovi impianti nel parco industriale designato. Si prevede che la domanda di macchinari per la concia della pelle, in particolar modo per macchine di seconda mano o rigenerate, presenterà un boom nel periodo dal 2006 al 2010.

Fornitura di macchinari di processo

**Tabella 3: Importazione di macchinari per la concia della pelle in Vietnam** (codice HS: 845310), valore in migliaia di USD

Paesi che esportano	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Italia</b>	144	207	2.450	550	731	3.570
<b>Taiwan</b>	229	431	1.426	1.419	3.418	2.043
<b>Cina</b>	3	202	97	118	1.720	1.892
<b>Sud Corea</b>	154	2.303	824	2.510	666	1.375
<b>Francia</b>	-	-	45	4	153	79
<b>Giappone</b>	15	-	-	73	19	9
<b>Australia</b>	-	-	-	1.004	-	-
<b>Altri</b>	40	741	165	31	45	27
<b>TOTALE</b>	584	3.884	5.007	5.710	6.751	8.995

Fonte ICE

## Informazioni ed indirizzi utili

### **LEFASO - Vietnam Leather & Footwear Association**

7 Dao Duy Anh  
Dong Da  
HA NOI  
Telefono: 84-4-5770983/5770979  
Fax: 84-4-5770984  
Email: hhdg@hn.vnn.vn  
Sito internet: www.lefaso.org.vn

**Associazioni di settore**

### **FATRACEN – Fashion and Training on Leather and Shoes Center**

20 Nui Truc Str,  
Ba Dinh  
HANOI  
Tel +84-4-8235841 Fax +84-4-8463446

### **SLA – Shoes and Leather Association**

Lau 6, 180-182 Ly Chinh Thang  
Q3, TO  
HO CHI MINH  
Telefono: +84-8-2110830  
Fax: +84-8-2905023  
Sito internet: www.sla.org.vn  
Email: sla@hcm.ftp.vn

### **International Shoes and Leather Exhibition**

Edizione: dal 24/9/2008 al 26/9/2008  
Città : HO CHI MINH  
Periodicità: Annuale  
Prodotti: macchine per la fabbricazione delle calzature calzature, prodotti ausiliari per i trattamento del cuoio, macchine per la concia, accessori, cuoio,...

**Fiere del settore**

Organizzatore: TOP REPUTE - VIETNAM OFFICE  
Room 409 - Hoa Lam Office Center - 2 rue Thi Sach  
Ward Ben Nghe  
HO CHI MINH  
District 1  
VIETNAM  
Telefono: +84 (0)8 823 8828  
Fax : +84 (0)8 824 6351  
Email : toprepute@hcm.vnn.vn  
Sito internet : www.toprepute.com.hk

**Vietnam Fashion Fair**

Edizione: dal 30/7/2008 al 4/8/2008

Città : HO CHI MINH CITTÀ

Periodicità: Annuale

Prodotti : abbigliamento, accessori moda e pelle

Organizzatore: CP EXHIBITION

160/20A Rue Doi Cung

Ward 9

Ho Chi Minh

District 11

VIETNAM

Telefono: +84 (0)8 827 20 59

Fax : +84 (0)8 827 20 59

Email : cp-info@hcm.vnn.vn

Sito internet : www.cpexhibition.com

**Italian Productions Co. Itd**

Road 430, Van Phuc Village, Ha Dong City

Ha Tay Province

Telefono: +84 34 52 4441 / 42

fax +84 34 52 4443

Email: fabrizio@goldenteamip.com

Contatti: Fabrizio Sforzini, direttore

**Aziende italiane  
in Vietnam**

**Wictor Vina Co.ltd**

Lot 5, Sai Dong B Industrial Zone, Long Bien District

Hanoi City

Telefono: +84 4 216 6755 / 675 0246

Fax: +84 675 0246

Email: wictorvnwictorgroup.it

Contatti: Sig. Pham Minh Duc, Direttore general

## LEGNO E ARREDAMENTO

L'industria del legno/arredo in Vietnam è attualmente uno dei principali settori industriali del Paese, dopo quello petrolifero, tessile-abbigliamento, calzaturiero e della trasformazione alimentare.

Negli ultimi anni, l'industria della lavorazione del legno si è infatti sviluppata notevolmente, passando dal piccolo volume di esportazioni di 219 milioni di dollari del 2000 ai circa 2,2 miliardi del 2006.

La filiera del legno vietnamita è caratterizzata da una forte dipendenza dalle importazioni delle materie prime, essendo la produzione locale di legname strutturalmente insufficiente a rispondere alla crescente domanda interna.

Sebbene il clima tropicale del Paese, caldo e umido, faccia supporre la presenza di abbondanti foreste, ciò non si riscontra in pratica, poiché gran parte del patrimonio forestale è stato distrutto, nel corso degli anni, dallo sfruttamento commerciale (legale e abusivo), da tecniche di coltivazione che utilizzavano il fuoco per ottenere nuove superfici produttive e dalla defogliazione con il napalm praticata durante la guerra con gli USA. Le foreste naturali sono così diminuite dal 43% del territorio, nel 1945, a circa il 30% di oggi. Attualmente, il Vietnam possiede 1,4 milioni di ettari di foreste, costituite per l'80% da alberi a crescita rapida come l'eucalipto.

Il legno prodotto in Vietnam non è generalmente di pregio (come il teak, solitamente molto diffuso nell'area Sud Asiatica), ma vi sono vaste foreste di alberi della gomma, acacie, legno di rosa e balau. La produzione nazionale di legno destinata al settore mobili e costruzioni è di circa 600 mila mq., la metà dei quali è frutto di tagli illegali. Tale produzione non è però sufficiente a coprire neanche la domanda attuale dell'industria del mobile, che il Ministero dell'Agricoltura stima essere tra i 4 e i 6 milioni di mq l'anno e che, sempre secondo le autorità vietnamite raggiungerà nel 2010 i 7 milioni di mq.

Il Vietnam deve perciò importare ogni anno l'80% delle materie prime richieste dal settore della lavorazione del legno, per un valore di circa 400 milioni di euro. Tale cifra fa comunque riferimento ai dati ufficiali e non considera il legname importato illegalmente dalla Cambogia, il Laos e la Cina.

Anche la ricerca di investitori stranieri nelle attività di rimboschimento, supportata dal governo vietnamita per incrementare la produzione interna del legno, ha avuto finora scarsi risul-

**Il settore nell'economia vietnamita**

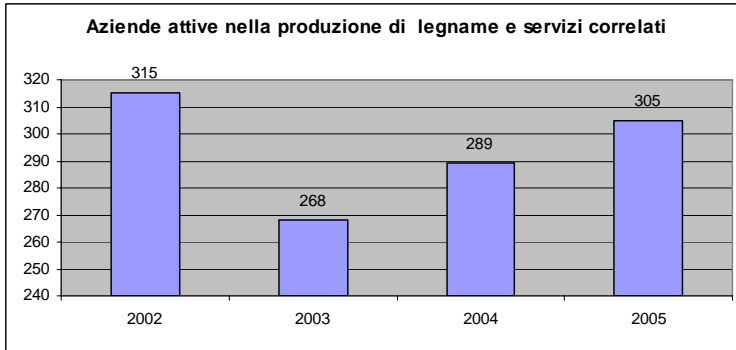
**Legname:**

La produzione nazionale è qualitativamente

e quantitativamente insufficiente a coprire la domanda a valle...

...causando in questo modo un pesante ricorso alle importazioni

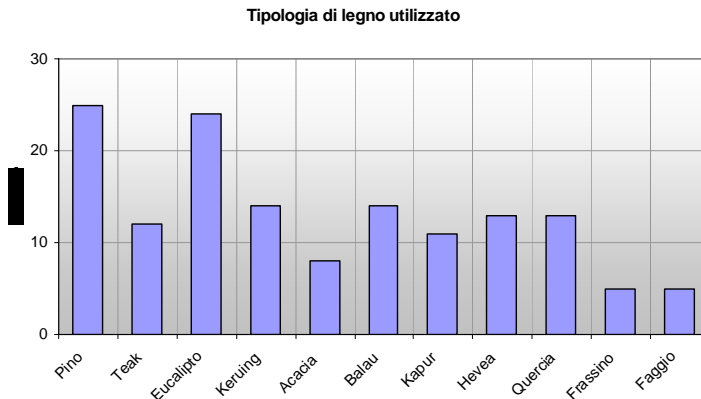
tati. In totale comunque, le aziende attive nel settore erano nel 2005 poco più di 300.



Poche centinaia di aziende attive nella parte a monte della filiera

Fonte: Vifores

Le qualità di legname di origine tropicale sono importate dai paesi vicini (Laos, Cambogia, Birmania, Malesia e Indonesia) e dal Brasile, mentre gli altri tipi di legnami vengono importati dall'Australia, Nuova Zelanda, Stati Uniti, Canada, Svezia e Russia. La non perfetta attendibilità dei dati doganali e le notevoli importazioni parallele non permettono però di avere una visione dettagliata delle importazioni di legname che sono effettivamente destinate al settore del mobile.



Pino ed eucalipto sono i due tipi di legno più utilizzati dall'industria del mobile

Fonte: Missione Economica Francese

Il Ministero dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale ha cercato di aumentare l'approvvigionamento di materie prime attuando il programma "Piantare altri 5 milioni di ettari di foresta", che per il 2010 dovrebbe incrementare il patrimonio forestale del Paese di altri 2 milioni di ettari di foresta protetta e 3 di foresta produttiva. Questo programma, tuttavia, non sembra al momento in grado di soddisfare la domanda di legno dell'industria del settore per molte ragioni, tra le quali si evidenziano l'organizzazione irrazionale delle foreste, l'amministrazione forestale inadeguata, lo sfruttamento disordinato e l'attività di contrabbando del legno, che viene importato illegalmente in grandi quantità dalla vicina Cambogia.

Piani di sviluppo governativi per le foreste

A valle della filiera, l'industria della lavorazione del legno comprende 2.000 produttori di mobili e altri prodotti in legno, che impiegano circa 180.000 addetti e possono lavorare una quantità di legno pari a circa 2 milioni di metri cubi all'anno. Secondo i dati statistici locali, il valore totale dei mobili realizzati in Vietnam è stato stimato nel 2006 in quasi 3,2 miliardi di dollari, di cui 2,2 destinati all'esportazione. Sul valore totale delle esportazioni, le sedie rappresentano il 29%, mentre i mobili per il soggiorno ammontano al 28% e quelli per la sala da pranzo al 15%.

La produzione di arredamento

Così come per il resto del manifatturiero, la produzione di mobili, è particolarmente diffusa nel Sud del Vietnam, da dove proviene oltre il 70% della produzione nazionale, mentre solo il 10% è realizzato al Nord.

Distribuzione geografica

Nel Sud del Paese si trovano i principali produttori di mobili da interni di qualità alta e medio-alta, che vengono venduti sia nel mercato interno che nel mercato estero. Ad Ho Chi Minh City, in particolare, sono localizzati la maggior parte dei 600 maggiori produttori di mobili del Paese che impiegano migliaia di operai in moderne e grandi linee di produzione.

Nella provincia di Ho Chi Minh i maggiori produttori...

Particolarmente dinamica è anche la provincia di Binh Duong, confinante con Ho Chi Minh City, dove la produzione e l'esportazione del legno nel corso del 2007 sono cresciute esponenzialmente. Oggi Binh Duong vanta circa 360 imprese di lavorazione del legno, delle quali circa 100 realizzate con investimenti stranieri. Le esportazioni della provincia di Binh Duong nei primi 10 mesi del 2007 hanno superato i 941 milioni di dollari, con una crescita del 52,9% circa rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, e si prevede che le cifre delle esportazioni dell'intero anno raggiungano 1 miliardo di dollari circa.

...ma vi sono investimenti geograficamente diversificati anche in relazione alla tipologia di prodotto

Hanoi, insieme alle località vicine di Ha Tay, Bac Ninh, Nam Dinh, Ninh Binh e la provincia di Thanh Hoa, rappresenta il

centro di esportazione più importante per quanto riguarda i complementi d'arredo per la casa e i mobili vietnamiti tradizionali di legno massello, con esportazioni principalmente verso nazioni asiatiche.

Nella regione centrale, le province di Binh Dinh, Da nang e Quy Nhon ospitano invece centinaia di produttori di mobili da esterni in legno massello. Per tali regioni è infatti relativamente facile acquistare legno dai fornitori vietnamiti e delle nazioni vicine, grazie ai buoni collegamenti sia con il Laos che con la Cambogia.

Le aziende attive nel settore sono circa 2.500. La loro crescita è stata quindi costante dato che considerando i dati diffusi dall'Ufficio Generale di Statistica, il Vietnam fino al 2005 annoverava circa 350 aziende impegnate in attività di selvicoltura e servizi correlati, mentre circa 1800 erano attive nella produzione di mobili e altri prodotti.

Le produzioni di mobili ha attirato in maniera massiccia investitori esteri, attualmente circa 200, sia nella forma di joint-venture che come aziende di proprietà interamente straniera, con un investimento di circa 185 milioni di dollari. I principali paesi stranieri operanti in Vietnam sono Taiwan, Giappone, Svezia e Singapore. Quasi tutti gli investimenti stranieri in questo settore sono concentrati nella produzione di mobili per l'esportazione. Negli ultimi anni poi si è assistito ad un progressivo spostamento di molti produttori di mobili taiwanesi e cinesi (Chien, Leefu, Green River etc.) dalla Cina al Vietnam a seguito del progressivo aumento del valore dello Yuan cinese e del costo della manodopera.

I produttori locali sono maggiormente specializzati nella produzione di mobili da esterno (un prodotto che richiede meno specializzazione tecnica e meno investimento di capitali), ma stanno crescendo nel corso degli anni anche nella produzione di mobili da interno.

L'industria del mobile vietnamita, è caratterizzata da una maggioranza di medi e piccoli produttori, più flessibili ma anche più arretrati rispetto ai concorrenti d'oltreoceano in termini di produttività, conoscenza delle tendenze della moda e del mercato, oltre che per capacità manageriali. Attualmente, ad esempio, soltanto il 10% delle 2.000 imprese del settore soddisfa i requisiti delle normative internazionali specifiche. Il restante 90% è composto da impianti di piccole dimensioni che utilizzano tecnologie obsolete. Si stima che, a causa della mancanza di capitali da investire in tecnologia, la manodopera in queste piccole fabbriche rappresenti il 75% del valore della produzio-

## Le aziende del settore

Molti investimenti esteri nella produzione di arredamenti

Per l'export...

... mentre i produttori locali sono specializzati in mobili da esterno

L'industria del mobile è caratterizzata da piccole e medie imprese....

...tecnologicamente arretrate

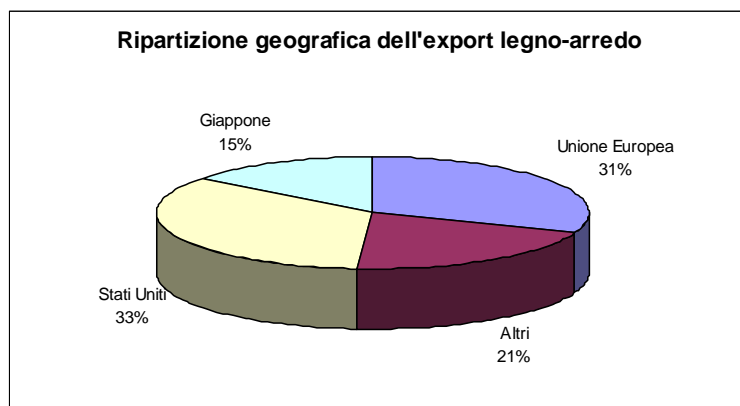
ne. Per tutti i motivi descritti la qualità dei prodotti è generalmente bassa.

Così come avviene in altri settori (es. abbigliamento) le aziende vietnamite fanno ad oggi prevalentemente attività di outsourcing per committenti stranieri, lavorando con disegni e specifiche fornite loro dai clienti. Per questo, mentre è possibile registrare progressi riguardanti le tecniche produttive e la loro efficienza, non se ne registrano altrettanti per quanto riguarda le competenze relative al design e alle capacità propositive sul mercato. Tra le cause di queste difficoltà vi è sicuramente il fatto che il rapporto con il mercato avviene quasi sempre con la intermediazione di aziende specializzate in "sourcing" (ad es. la francese Adis e la taiwanese SWF).

L'outsourcing come principale modello di attività

## Commercio estero

I principali mercati verso cui si rivolge il settore sono l'Unione Europea, il Giappone e gli Stati Uniti.



**Regole e peso nel commercio globale:**

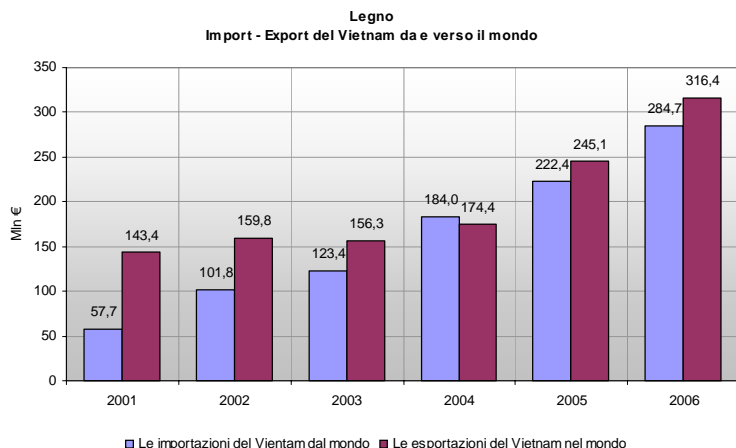
USA, Europa e Giappone rappresentano la destinazione principale

Il Vietnam risulta tra i quattro maggiori esportatori di legno lavorato (principalmente mobili) del Sud-est asiatico ed il Governo prevede una crescita annuale del settore del 30%, con un valore delle esportazioni vicino ai 5,5 miliardi di dollari per il 2010.

Per quanto riguarda la parte a monte della filiera è da rilevare che sono in crescita sia le importazioni che le esportazioni del comparto legno. In valore assoluto, le vendite vietnamite sono passate dai 143 milioni di euro del 2001 agli attuali (dato 2006)

Le cifre dell'import-export di legno

316,4, mentre relativamente all'import i dati si mantengono leggermente più contenuti (284,7 milioni di euro il dato 2006, contro i 57,7 milioni di euro del 2001).



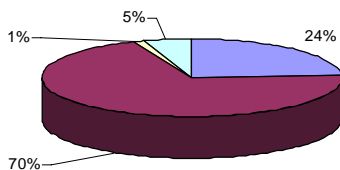
Fonte: Eurostat

Molto più dinamici sono però gli scambi a valle della filiera, soprattutto con riferimento all'export. Il dato complessivo in valore assoluto si attesta a 1,7 miliardi di euro, ma il principale contributo ad esso proviene dai mobili e loro parti che, nel 2006, con un valore pari a 1,2 miliardi di euro, rappresentano più dei due terzi del totale. Consistenti anche le vendite di mobili per sedersi (23,8%), mentre meno rilevanti risultano gli apparecchi per illuminazione.

#### Arredamento:

Export notevole di mobili

**Arredamento**  
Distribuzione dell'export del Vietnam nel mondo nel 2006



- Mobili per sedersi, anche trasformabili in letti
- Mobili e loro parti
- Apparecchi per l'illuminazione, insegne pubblicitarie, insegne luminose, targhette indicatrici luminose ed oggetti simili
- Altri

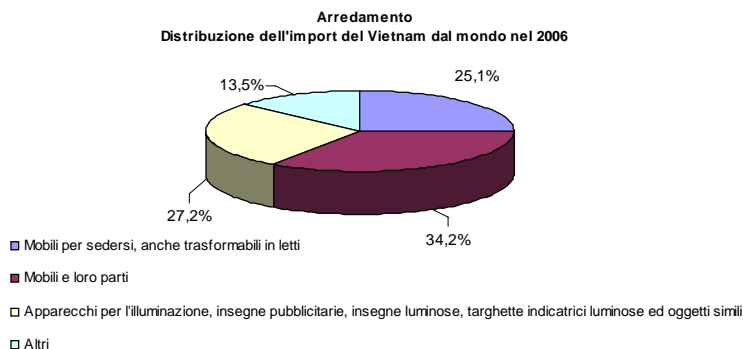
... e, in misura molto minore, di apparecchi per illuminazione

Fonte: Eurostat

Per quanto riguarda invece l'import di arredamento, si registra nel grafico sottostante una quasi equivalente suddivisione (intorno al 30%) tra gli apparecchi per l'illuminazione, i mobili per sedersi, e gli altri tipi di mobili.

**Import:**

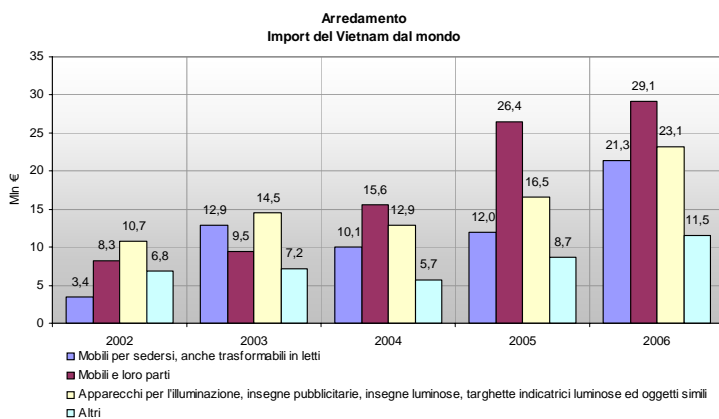
uno sviluppo embrionale



Fonte: Eurostat

ed alcuni trend caratterizzati da oscillazioni

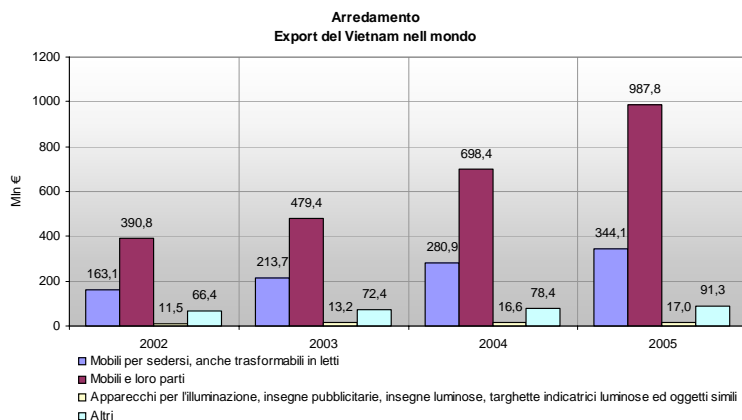
Prendendo poi in considerazione l'evoluzione nel tempo degli scambi commerciali tra Vietnam e mondo si registrano trend ed oscillazioni interessanti.



Fonte: Eurostat

Per quanto riguarda l'import in particolare, si osserva una sostanziale stagnazione degli scambi fino al 2004, quando inizia il trend di aumento sia dei mobili da cucina, che degli apparecchi per l'illuminazione oltreché, in misura minore, dei mobili per sedersi.

L'export del principale sottosettore del comparto arredamento, i mobili, si è invece mantenuto su tassi di crescita sempre positivi e sostenuti in tutto il periodo considerato, registrando un vero e proprio picco nel 2004 (+45,7% rispetto al 2005).



Fonte: Eurostat

L'Europa esporta in Vietnam mobili per circa 10 milioni di euro, ritagliandosi una quota del mercato di circa il 10%; valore purtroppo in diminuzione a vantaggio di altri produttori asiatici.

**Interscambio con l'Europa:**

#### Arredamento – Export dell'Unione Europea in Vietnam

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Mobili per sedersi, anche trasformabili in letti</b>	832.861	1.764.504	1.481.545	958.226	1.254.507
<b>Mobili e loro parti</b>	1.892.232	2.036.957	1.495.905	2.194.495	2.401.240
<b>Apparecchi per l'illuminazione, insegne luminose ed oggetti simili</b>	2.612.054	2.401.748	2.811.306	1.758.476	4.274.665
<b>Altri</b>	2.247.861	1.265.635	1.588.824	1.620.575	1.507.263
<b>Arredamento</b>	7.585.008	7.468.844	7.377.580	6.531.772	9.437.675

Fonte: Eurostat

**Export di arredamento**

Pochi scambi concentrati negli apparecchi per l'illuminazione

L'Europa assorbe invece circa il 35% dell'export vietnamita nel mondo. Il prodotto più importato sono i mobili e loro parti.

## Arredamento – Import dell’Unione Europea dal Vietnam

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Mobili per sedersi, anche trasformabili in letti</b>	93.686.874	103.575.952	137.465.545	182.558.138	208.199.228
<b>Mobili e loro parti</b>	122.525.192	140.681.573	189.129.707	264.718.562	296.386.255
<b>Apparecchi per l’illuminazione, insegne luminose ed oggetti simili</b>	8.737.587	8.407.589	10.192.175	12.739.020	11.162.837
<b>Altri</b>	9.712.068	10.542.864	14.216.020	15.135.702	15.965.669

Fonte: Eurostat

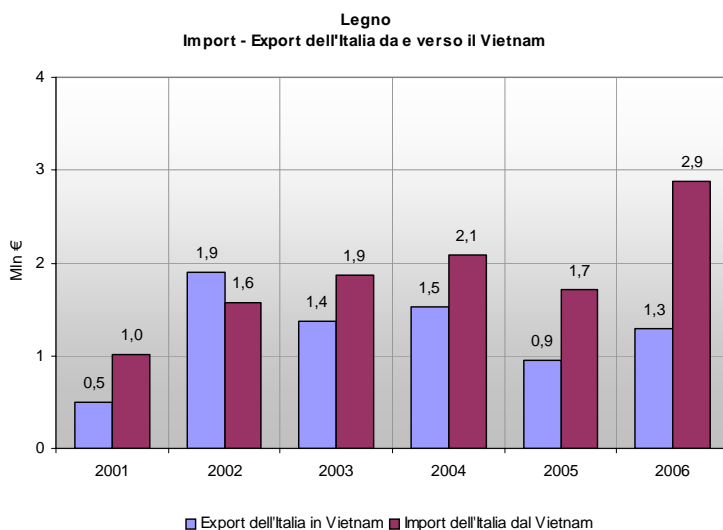
### Import di arredamento:

più che raddoppiati i quantitativi delle due sottovoci principali

Relativamente al comparto del legno l’Italia (come gli altri Paesi Europei) non ricopre un ruolo rilevante negli scambi con il Vietnam. I valori assoluti degli acquisti/vendite in questo mercato si attestano nel 2006 a 2,8 e 1,3 milioni di euro, ricoprendo quote marginali sul totale europeo.

### L’interscambio con l’Italia:

#### Il legno



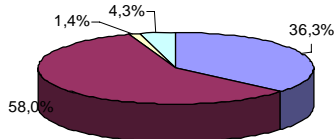
Fonte: Eurostat

Al contrario, nell’arredo i dati italiani confermano i trend evidenziati dai dati mondiali ed europei: il Vietnam si caratterizza per valori significativi delle esportazioni anche nei confronti del nostro Paese. Il dato complessivo 2006 raggiunge in valore

### L’arredamento

assoluto i 31,6 milioni di euro costituendo il 5,1% del totale europeo. A livello settoriale il contributo più marcato proviene dai mobili e loro parti (ed in particolare i mobili in legno), seguono gli accessori per sedersi.

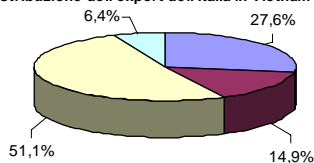
Arredamento  
Distribuzione dell'import dell'Italia dal Vietnam nel 2006



- Mobili per sedersi, anche trasformabili in letti
- Mobili e loro parti
- Apparecchi per l'illuminazione, insegne pubblicitarie, insegne luminose, targhette indicatrici luminose ed oggetti simili
- Altri

Fonte: Eurostat

Arredamento  
Distribuzione dell'export dell'Italia in Vietnam nel 2006



- Mobili per sedersi, anche trasformabili in letti
- Mobili e loro parti
- Apparecchi per l'illuminazione, insegne pubblicitarie, insegne luminose, targhette indicatrici luminose ed oggetti simili
- Altri

Fonte: Eurostat

Considerando i trend, si può dire che, sebbene in valore assoluto l'export italiano sia stato soltanto di circa 1,5 milioni di euro nel 2006, si è tuttavia registrato un raddoppio delle vendite rispetto all'anno precedente, dopo 3 anni consecutivi di calo. All'interno del settore hanno valori sensibilmente più elevati degli altri le vendite di lampadari e lampade da muro, esportate in Vietnam per ca. 760 mila euro, a conferma della tendenza europea.

Le lampade sono la tipologia di prodotto più esportata in Vietnam

**Arredamento - Export dell'Italia in Vietnam**

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Mobili per sedersi, anche trasformabili in letti	61.730	98.907	93.117	28.715	408.524
<b>Mobili e loro parti</b>	<b>521.475</b>	<b>325.455</b>	<b>239.602</b>	<b>348.607</b>	<b>220.625</b>
Apparecchi per l'illuminazione, insegne luminose ed oggetti simili	436.800	411.170	424.856	305.890	757.602
<b>Altri</b>	<b>151.462</b>	<b>111.460</b>	<b>0</b>	<b>47.416</b>	<b>94.650</b>
<b>Arredamento</b>	<b>1.171.467</b>	<b>946.992</b>	<b>757.575</b>	<b>730.628</b>	<b>1.481.401</b>

Fonte: Eurostat

La quota di mercato italiana è però in diminuzione, a vantaggio di concorrenti asiatici, ma in qualche caso anche europei. L'import italiano dal Vietnam per il settore arredamento è più che raddoppiato negli ultimi 5 anni. Quasi la metà delle importazioni italiane sono costituite da mobili in legno (circa 18 milioni di euro), mentre i mobili per sedersi sono stati importati per circa 11,5 milioni di euro.

Import italiano in  
crescita

**Arredamento - Import dell'Italia dal Vietnam**

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Mobili per sedersi, anche trasformabili in letti	4.844.452	7.692.390	8.072.923	9.201.079	11.478.296
<b>Mobili e loro parti</b>	<b>7.274.530</b>	<b>11.364.530</b>	<b>12.670.769</b>	<b>15.045.015</b>	<b>18.324.730</b>
Apparecchi per l'illuminazione, insegne luminose ed oggetti simili	247.714	221.838	250.306	108.775	437.323
<b>Altri</b>	<b>723.399</b>	<b>625.785</b>	<b>793.071</b>	<b>589.930</b>	<b>1.345.145</b>
<b>Arredamento</b>	<b>13.090.095</b>	<b>19.904.543</b>	<b>21.787.069</b>	<b>24.944.799</b>	<b>31.585.494</b>

Fonte: Eurostat

## Opportunità per le imprese italiane

Il Vietnam è un mercato sicuramente interessante per la vendita di macchinari italiani per la lavorazione del legno, sia a monte che a valle della filiera.

Le imprese straniere recentemente impiantate in Vietnam utilizzano macchinari nuovi e di alto livello tecnologico, mentre i produttori locali e le imprese straniere da più tempo nel Paese soffrono un ritardo tecnologico. Per affrontare questa debolezza nel 2005 il Governo ha posto in essere alcune misure (del valore di circa 25 milioni di euro) per finanziare l'acquisto di macchinari da parte delle aziende produttrici dall'estero.

La crescita produttiva annua del 30%, menzionata in precedenza, comporta inoltre un aumento costante della richiesta di macchinari per la lavorazione del legno. In totale, quindi il Ministero dell'agricoltura e dello sviluppo rurale ha previsto un investimento per l'industria del legno vietnamita per il periodo 2007-2020 di circa 7 miliardi di dollari.

I dati degli enti statistici nazionali hanno mostrato che nel 2006 le esportazioni verso il Vietnam di macchinari per la lavorazione del legno hanno raggiunto un volume di circa 387 milioni di dollari, con un aumento medio dell'11% negli ultimi 5 anni.

Nel 2006 l'Italia si è classificata al 5° posto nella lista degli esportatori di macchinari per la lavorazione del legno in Vietnam, dopo Giappone, Taiwan, Cina e Corea del Sud. Dal 2001 le esportazioni di macchinari italiani nel settore hanno avuto un andamento non lineare. Da circa 30 milioni di dollari del 2001, hanno raggiunto 33,5 milioni di dollari nel 2002, per scendere a 24,8 milioni l'anno seguente. Le esportazioni, quindi, sono schizzate a 45,6 milioni nel 2004, per poi scendere di nuovo notevolmente a 17 milioni nel 2005. Infine sono salite ancora nel 2006, raggiungendo i 26,6 milioni.

### Vendita di macchinari:

L'Italia è il primo esportatore non asiatico

### Esportazioni di macchinari di lavorazione del legno in Vietnam (migliaia di \$)

Paesi	2002	2003	2004	2005	2006
Giappone	40.979	47.448	77.094	100.287	124.130
Taiwan	37.460	43.024	61.241	77.553	77.876
Cina	14.619	15.619	19.926	33.059	39.583
Corea del Sud	23.547	40.831	51.555	51.469	33.069
<b>Italia</b>	<b>33.486</b>	<b>28.438</b>	<b>45.598</b>	<b>17.042</b>	<b>26.625</b>
Singapore	10.818	10.869	6.223	10.496	17.001
USA	4.589	6.409	5.490	5.065	12.228
Germania	9.633	23.777	6.742	12.536	8.449
Tailandia	3.504	3.951	5.016	4.483	7.011
Belgio	644	1.200	1.227	5.823	5.703
Francia	2.480	6.946	1.957	1.356	4.611
Malaysia	2.054	5.395	6.651	6.124	4.535
Finlandia	78	479	331	2.653	4.522
Altri	14.708	19.536	20.653	22.194	22.384
<b>TOTALE</b>	<b>198.599</b>	<b>253.923</b>	<b>309.707</b>	<b>350.142</b>	<b>387.727</b>
Variazione (%)	30%	28%	22%	13%	11%

Fonte: Elaborazione Ice

Queste cifre possono essere interpretate come un grande successo dell'Italia nel mercato vietnamita se messe a confronto con quelle dei concorrenti occidentali come la Germania o la Francia, che si sono classificate rispettivamente all'8° e all'11° posto nel 2006. Deve essere tuttavia aggiunto che i macchinari italiani vengono importati nel Paese da aziende di proprietà vietnamita, mentre le compagnie controllate da investitori stranieri, la maggior parte con sede in Giappone, Taiwan, Corea del Sud e Cina, preferiscono acquisire i macchinari nel Paese in cui hanno la loro sede principale.

Secondo interviste rilasciate dai principali distributori di macchinari per la lavorazione del legno, un'elevata tecnologia e prezzi competitivi sono considerati i punti di forza dei macchinari italiani, viene fatto notare tuttavia che i fornitori italiani dovrebbero prestare maggiore attenzione al marketing e all'assistenza post-vendita.

Il clima umido del Paese obbliga le aziende produttrici di mobili a dotarsi di impianti di essiccazione del legno. Tradizionalmente, i produttori locali fanno essenzialmente ricorso all'essiccazione a vapore, tecnica che necessita di notevoli investimenti e produce risultati qualitativi mediocri. I principali distributori sul mercato sono la Kinglion (Taiwan) e la Tritherm (Ger-

Siamo apprezzati per la tecnologia e i prezzi competitivi..

...ma non per marketing e assistenza

Sono richiesti macchinari per essiccazione del legno

mania), quest'ultima rappresenta Siemens, Belimo, Delmhorst e Gann.

Poche imprese locali sono attualmente dotate di impianti di lavorazione automatizzati e informatizzati ed il tasso di prodotti scartati, secondo VIFORES è del 30%. Le principali marche commercializzate in Vietnam sono E-Chain, Toyo, Mas Et Wito (Taiwan), Homag (Germania) e le italiane Paolino Bacci e Italpresse, distribuite da Khanh Binh, Tan Vuong e da Thuan Hien. Con riferimento agli altri macchinari e strumenti di lavorazione il settore è dominato da marchi cinesi e taiwanesi, spesso distribuiti da agenti esclusivi. Tra i principali distributori vietnamiti di prodotti occidentali, si possono citare Quoc Duy (distributore di Altendorf, Kuper, Pade, Marnak), e M. Trade (distributore di Cehisa).

Alcuni marchi presenti sul mercato

Interessante è anche la domanda di prodotti per la produzione di mobili. Le imprese vietnamite e straniere utilizzano principalmente bullonerie fabbricate localmente, con acciaio importato. I principali operatori del settore sono Vinavit, Lidovit e Vitpat. Kc Supply è invece un produttore specializzato in componenti per la fabbricazione di letti.

**Vendita di accessori e prodotti per la lavorazione:**

Con riferimento alle colle, le imprese straniere utilizzano prodotti di qualità superiore; ciò che ha favorito la localizzazione in Vietnam di produttori stranieri, come la Akzo Nobel che commercializza prodotti fabbricati con componenti d'importazione. Sono presenti così sul mercato marchi e aziende come la taiwanese Nan Pao, Durabon, National Starch & Chemical, Thuan Phong Manufacturing, Hoang Quan.

Numerosi produttori si sono stabiliti sul territorio

Lo stesso schema si può applicare alle vernici e agli oli, dove la fabbricazione è locale, ma molto spesso con componenti importati. I principali produttori sul mercato in questo caso sono: Phu My, Hiep Binh, SGS e Inchem e Sirca. I leader nel settore delle pitture e vernici sono Duy Hoang e Hanaas (Hong Kong). Le aziende Taiwanesi utilizzano per la maggior parte prodotti della Hong Da, fabbricante Taiwanese che ha un impianto produttivo fuori Ho Chi Minh. E' da segnalare che alcuni produttori stranieri di mobili hanno iniziato una propria produzione di vernici e prodotti per il trattamento del legno, come la Scancom che produce vernici con il marchio Leen Baker.

Infine, dato che l'utilizzazione di materie prime diverse dal legno è un fenomeno abbastanza recente, il mercato non è al momento interessate per i produttori italiani di pietre e marmi, nonostante si riscontri una carenza di produzione locale.

La popolazione di oltre 84 milioni di abitanti e una crescita economica rapida, rende evidente che il mercato dei mobili in Vietnam possa essere piuttosto promettente, nonostante l'at-

**Vendita di mobili:**

tuale consumo medio sia piuttosto basso (circa 11 dollari procapite all'anno).

Gli abbondanti prodotti nazionali dominano il mercato, grazie alle condizioni favorevoli di cui possono godere: alti dazi doganali imposti sui mobili importati (v. tabella sotto) e una relativa facilità nel seguire le tendenze del mercato, fornire merci su richieste specifiche, offrire prezzi competitivi e servizi di assistenza post-vendita.

ancora appannaggio di produttori locali

### Dazi sulle importazioni e impegni della WTO (dall'estero in Vietnam)

Codici HS8	Prodotti	Dazio sulle importazioni (%)		
		Consolidato	Consolidato finale	Implementazione
940330	- Mobili di legno da ufficio:			
94033010	- - Assemblati	35	25	2012
94033020	- - Non assemblati	35	25	2012
940340	- Mobili di legno da cucina:			
94034010	- - Assemblati	35	25	2012
94034020	- - Non assemblati	35	25	2012
940350	- Mobili di legno per la camera da letto:			
94035011	- - - Assemblati	35	25	2012
94035019	- - - Non assemblati	35	25	2012
94035091	- - - Assemblati	35	25	2012
94035099	- - - Non assemblati	35	25	2012
940360	- Mobili di legno di altro tipo:			
94036011	- - - Assemblati	35	25	2012
94036019	- - - Non assemblati	35	25	2012

I canali di distribuzione sono ancora in una fase di sviluppo iniziale. I consumatori più tradizionalisti preferiscono ancora avere un rapporto diretto con gli artigiani, invece di rivolgersi ai pochi negozi moderni che offrono articoli pronti. Tra le altre opzioni ci sono showroom monomarca delle aziende produttrici e negozi più piccoli che vendono solo un tipo di prodotto, di solito realizzato nello stesso materiale (legno, metallo o fibre naturali).

Canali di distribuzione ancora in fase di sviluppo

I dati statistici evidenziano che le esportazioni di mobili in legno verso il Vietnam hanno raggiunto oltre 50 milioni di euro solo nel 2006. Quasi la metà di questo importo è però rappresentata da prodotti cinesi.

Un'opportunità che è sicuramente possibile cogliere sin da ora, compatibilmente con le strategie aziendali, è la produzione in

**Produzione in loco:**

loco. Recentemente numerose aziende produttrici di mobili hanno trasferito parte dei loro stabilimenti produttivi in Vietnam. Secondo gli esperti del settore, questa tendenza fra parte di una "Strategia Cina + 1" all'interno dell'industria. Secondo tale strategia le aziende produttrici desiderano sempre più una produzione alternativa alla Cina per garantirsi flessibilità e stabilità della produzione.

...strategia complementare alla presente in Cina favorita da...

In effetti, le infrastrutture legate alla produzione di mobili forniscono un buon supporto all'approvvigionamento di materie prime, essenziale per la crescita del settore. Il sistema portuale esistente permette ai produttori di usufruire di una serie di linee merci internazionali, nonostante recentemente gli esportatori hanno fatto presente che ostacoli amministrativi e costi delle spedizioni continuano a non essere competitivi rispetto a quelli dei Paesi vicini.

Da un punto di vista fiscale/doganale il dazio doganale di importazione dal Vietnam è generalmente del 3% negli Stati Uniti, e del 4% nell'Unione Europea. La maggior parte dei mobili non è soggetto a tasse di importazione nell'Ue, a differenza della Cina che attualmente è diventata un bersaglio dei dazi antidumping statunitensi che arrivano fino al 200%.

...dazi minimi all'esportazione e ...

Inoltre il Vietnam ha un sistema di salari industriali che, sebbene in crescita, è tra i più bassi fra i Paesi concorrenti. La paga mensile media di un caposquadra si aggira tra i 300 e i 500 dollari, mentre un manovale guadagna di solito 50-80 dollari. L'abbondante manodopera, economica e sufficientemente competente, è di certo un punto di forza per l'industria di lavorazione del legno vietnamita, e ha attirato numerosi produttori che dalla Malaysia, le Filippine e la Cina hanno trasferito i loro stabilimenti produttivi qui. Secondo una ricerca condotta dall'Ice, vi sono nel Paese circa 10 centri di formazione professionale principali, specializzati nella tecnologia per la lavorazione del legno.

... basso costo della manodopera

Come più volte evidenziato in questo studio, il Vietnam è un forte importatore di legno. Il mercato potrebbe quindi essere interessante per le aziende italiane che volessero vendere in Vietnam legname prodotto in altri Paesi. Per una presenza di successo sul mercato sono però importati i seguenti elementi:

**Vendita di legname**

- il rispetto dei tempi di consegna, che sono considerati fondamentali
- la certificazione FSC è sempre più richiesta dai compratori di mobili stranieri. Il Vietnam ha visto a questo riguardo diversi scandali che hanno portato nel 2005 al ritiro della

- licenza al leader Thanh Hoa.
- la conoscenza della lingua cinese può dare vantaggi competitivi notevoli, in considerazione del fatto che molti importanti produttori presenti sul territorio sono taiwanesi e cinesi.
  - fondamentale è anche la capacità di consegnare legname essiccato e trattato correttamente.

## Riferimenti utili

### **VIFORES Vietnam Timber & Forest Product Association**

No. 8, rue Yersin

HANOI

Telefono: +84(0)4 972 16 62

Fax: +84(0)4 971 71 50

E-mail : [vifores@fpt.vn](mailto:vifores@fpt.vn)

Sito internet [www.vietfores.org](http://www.vietfores.org)

**Associazioni di settore**

HAWA Handicraft and Wood Industry Association

51 Ben Chuong Duong, District 1

HO CHI MINH

Telefono: +84(0)8 914 37 70

Fax: +84(0)8 914 37 70

E-mail : [hawa@hcm.fpt.vn](mailto:hawa@hcm.fpt.vn)

[www.hawavn.com](http://www.hawavn.com)

### **Ho Chi Minh City International Furniture and Handicrafts Fair**

Edizione: dal 8/10/2008 al 12/10/2008

Città: HO CHI MINH

Periodicità: Annuale

Prodotti: Mobili e prodotti artigianali

Organizzatore: COMMERCIALE SERVICE

59-61 Ly Tu Trong Q1

Ho Chi Minh

VIETNAM

Telefono: +84 (0)8 829 29 91/ 824 18 64

Fax : +84 (0)8 822 45 36

**Fiere del settore**

### **Vietnam Wood Exhibition**

Edizione: dal 27/09/2009 al 27/09/2009

Città: HO CHI MINH

Periodicità: Biennale

Prodotti: Industria del legno

Organizzatore:

CHAN CHAO INTERNATIONAL CO., LTD

3F, No.185, Kangchien Rd., Nei-Hu Dist., Taipei, Taiwan  
Telefono: +886-2-26596000 Ext. 322 Mr. Steven Chen  
Fax: +886-2-26597000  
E-Mail: service@ccie.com.tw  
Sito internet: [www.linkage-vn.com/hcm/wood/](http://www.linkage-vn.com/hcm/wood/)

### **Con-Build Vietnam- Infrastructure Vietnam**

Edizione: dal 20/11/2008 al 23/11/2009  
Città: HO CHI MINH  
Periodicità: Annuale  
Prodotti: Building and Construction, Sfruttamento miniere e foreste, Ingegneria elettrica e Trasporti  
Organizzatore: MMI – Munich International Trade Fairs Pte. Ltd  
61, Robinson Road, #12-03 Robinson Centre, Singapore 068893  
Telefono: +65 6236-0988  
Fax: +65 6236-1966  
Email: [infrastructure-vietnam@mmiasia.com.sg](mailto:infrastructure-vietnam@mmiasia.com.sg)  
Sito internet: [www.conbuild-vietnam.com](http://www.conbuild-vietnam.com)

### **Segis Vietman**

Indirizzo: Lot 34, Street 6, Tam Phuoc Industrial Zone  
Dong Nai Province  
Telefono: +84 61 3512669  
Fax: +84 61 3512670  
E-mail: [info@sgisvn.com](mailto:info@sgisvn.com)  
Contatto: Mr. Francesco Dominici/ Director  
Data di creazione: December 30, 2006  
Attività: Produzione e vendita di sedie, tavoli e componenti settore arredamento  
Trading components for furniture, plywood for chairs  
Head Office: Segis S.p.a.  
Indirizzo: Via Umbria 14 Loc. Fosci  
53036 Poggibonsi (SI) - Italia  
Telefono: +39 0577 980333  
Fax: +39 0577 938090  
E – mail: [segis@segis.it](mailto:segis@segis.it)  
Sito internet: [www.segis.it](http://www.segis.it)

**Aziende italiane  
in Vietnam**

## DISTRIBUZIONE

Il Vietnam si è aperto all'economia di mercato dagli anni '90 in poi e con essa hanno iniziato a svilupparsi il commercio e la distribuzione secondo modelli occidentali. Prima di allora il governo dava spazio ad iniziative commerciali private per piccoli scambi legati a lavori artigianali o coltivazioni in proprio, ma al di fuori di queste piccole esperienze la distribuzione avveniva secondo il modello pianificato dell'economia socialista.

**Lo sviluppo della distribuzione in Vietnam**

In ogni caso, il settore è stato per molti anni sottoposto a forti restrizioni per gli operatori stranieri, cui era ad esempio vietato importare e vendere prodotti in Vietnam, se non attraverso un'impresa locale. Tale restrizione è stata in seguito eliminata per le aziende straniere che avevano un'unità produttiva in Vietnam, concedendo loro di vendere i prodotti realizzati localmente ed importare liberamente le materie prime e i semilavorati necessari alla loro produzione. Un'ulteriore liberalizzazione si è avuta poi in anni recenti con l'apertura del mercato della distribuzione ad operatori stranieri, sottoposta ad una licenza concessa direttamente dall'ufficio del Primo Ministro; ma tali licenze sono state comunque concesse ad un numero molto limitato di operatori e con decisioni caso per caso.

una lenta apertura...

L'ingresso del Vietnam nell'Organizzazione Mondiale del Commercio ha accelerato il processo di liberalizzazione del mercato rispetto agli investimenti esteri, compresi quelli nel settore dei servizi e del commercio. Gli accordi di ingresso nel OMC prevedono infatti un'apertura totale del mercato a partire dal 2009. Per rispondere alla prevedibile sfida che quest'apertura porterà alla fragile distribuzione locale, il Governo sta orientando i propri sforzi per supportare lo sviluppo di operatori nazionali in grado di contrastare i grandi distributori stranieri.

...fino alla completa liberalizzazione

Da quanto detto sinora si evidenzia, in ogni caso, che lo sviluppo del settore è stato lento. Si può calcolare infatti che ad oggi il commercio moderno rappresenta solo il 10% della distribuzione complessiva, sebbene cresca a tassi sempre più elevati (grande distribuzione + 20% annuo).

**Il sistema distributivo oggi**

Il sistema distributivo è inoltre molto frammentato, composto com'è da società di trading e centri di stoccaggio, pubblici e privati, da agenti, distributori indipendenti e da piccoli commercianti. Il fenomeno del piccolo commercio familiare è in partico-

Estremamente frammentato

lare estremamente diffuso in tutto il Paese e in quasi tutte le abitazioni il piano terra fronte strada, anche di pochi metri quadrati, è sfruttato a fini commerciali. Esiste inoltre un sistema di importazione e distribuzione parallelo di beni di contrabbando.

Uno dei punti critici del settore è poi costituito dalla logistica, a causa delle carenti strutture di trasporto terrestre e alla conformazione geografica lunga e stretta del Vietnam, che si estende in maniera longitudinale per circa 1700 Km. La scelta di molti operatori è quindi quella di avere 3 centri logistici (al Nord, al Centro e al Sud) nel Paese, e anche di inviare in alcuni casi le merci via nave, sfruttando le infrastrutture portuali moderne e la presenza di operatori internazionali.

La logistica del Paese è un punto debole

Dal punto di vista finanziario le pratiche dei grossisti e dei dettaglianti locali sono ancora molto arretrate e costringono spesso i produttori stranieri a vendere nel Paese facendo ricorso ad intermediari. La forma di pagamento più utilizzata dai dettaglianti è ancora il denaro contante. Molto utilizzato è il conto vendita, con evidenti problematiche per i produttori stranieri che devono eventualmente ritirare la merce non venduta. Le pratiche e caratteristiche descritte rendono spesso necessarie reti di vendita e distribuzione capillarmente estese sul territorio e quindi onerose e sovente poco efficienti.

Pratiche finanziarie arretrate

Nonostante le numerose problematiche evidenziate il Vietnam è un mercato estremamente promettente per tutti gli operatori della distribuzione ed è stato classificato secondo il Global Retail Development Index del 2007 (Realizzata da A.T. Kearney) al 4° posto a livello mondiale, dopo India, Russia e Cina.

...ma il mercato è molto promettente

#### Global Retail Development Index – 2007

	Paese	Rischio Paese	Attrattività del mercato	Saturazione del mercato	Time pressure	Punteggio
		25%	25%	30%	20%	
1	India	67	42	80	74	92
2	Russia	62	52	53	90	89
3	Cina	75	46	46	84	86
4	Vietnam	57	34	76	59	74
5	Ukraina	41	43	44	88	69
6	Cile	80	51	42	43	69
7	Lituania	77	32	21	86	68
8	Malesia	70	44	46	54	68
9	Messico	83	58	33	33	64
10	Arabia Saudita	65	40	66	35	64

Fonte: A.T. Kearney

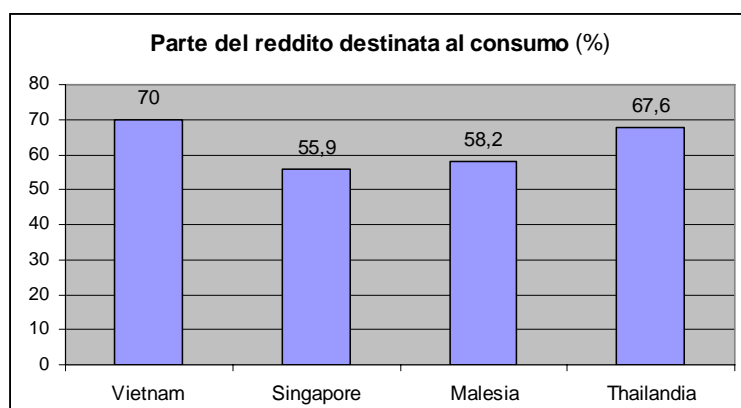
## Il consumatore vietnamita

Il profilo del consumatore medio vietnamita è quello di una persona giovane (il 63% della popolazione urbana ha meno di 30 anni e il 26% della popolazione totale ha meno di 14 anni), scolarizzata (l'87% dei giovani consegue il diploma e il 32% sceglie l'Università) e aperta alle nuove tecnologie (oltre il 50% della popolazione possiede un telefonino e il 30% un computer). Nonostante socialità e voglia di divertirsi siano una caratteristica dei vietnamiti, la famiglia rimane comunque un valore fondamentale.

La conoscenza della lingua inglese è estremamente diffusa nel Paese, grazie anche all'influenza americana, ma soprattutto al desiderio delle nuove generazioni di aprirsi alla cultura occidentale.

La propensione al consumo del cliente vietnamita è inoltre molto elevata, anche rispetto ai Paesi vicini, arrivando al 70% del reddito disponibile.

Una elevata propensione al consumo



Fonte: Vietnam News

In base ai dati del Fondo Monetario Internazionale (World Economic Outlook, ottobre 2007), il Vietnam è il Paese asiatico con i tassi di crescita del PIL più alti, dopo la Cina, negli ultimi anni. Dalla metà degli anni '90 ad oggi la crescita media è stata del 7,5%, mantenendosi in positivo (+3,5%) perfino durante la crisi finanziaria delle cosiddette tigri asiatiche del 1998, con una previsione per il 2008 del 8,2 %.

La progressione economica è tuttora insufficiente a garantire una crescita generalizzata del potere d'acquisto

Secondo i dati della Banca Mondiale il Vietnam nel 2006 aveva inoltre un PIL per abitante di 724 \$ che a parità di potere

d'acquisto equivalevano a circa 3.000 dollari.

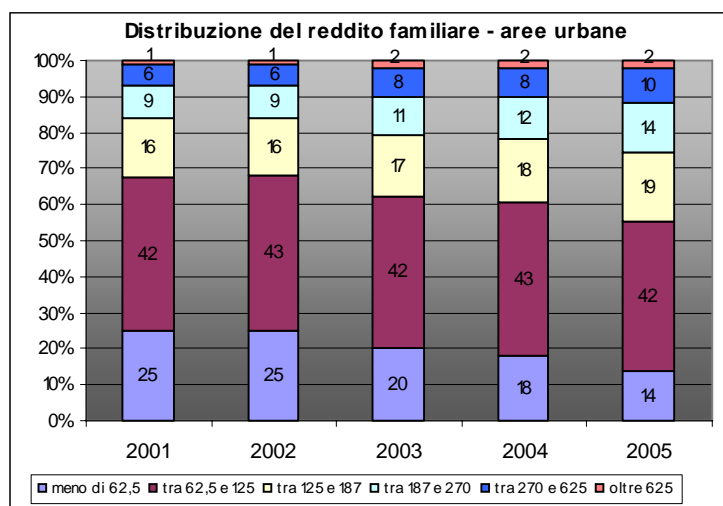
E' evidente che tali valori non fanno del vietnamita medio, almeno a breve termine, un potenziale cliente per i produttori italiani di beni di consumo, soprattutto quelli legati al Made in Italy.

E' però altrettanto vero che nel corso degli ultimi anni sta emergendo con forza una classe che, per livello di reddito e comportamenti d'acquisto, potrebbe rappresentare un bacino di consumo interessante per i prodotti italiani. Recenti ricerche di mercato condotte nel 2006 sul reddito familiare nelle principali aree urbane del Paese (HCM, Hanoi, Cantho e Danang) hanno ad esempio messo in luce che il reddito medio di una famiglia urbana era nel 2005 "soltanto" di circa 400\$ mensili, ma in notevole e continua crescita.

ma sta emergendo una classe sufficientemente agiata

...soprattutto nelle grandi città

Con la crescita dell'economia vietnamita si sta quindi allargando la classe media ed anche creando una vera e propria classe agiata, che può essere quantificata in circa il 2-3% della popolazione urbana.



Fonte: UbiFrance, valori in euro

E' interessante quindi focalizzare l'attenzione sulla fascia urbana ad alto reddito della popolazione, e la fascia con un reddito immediatamente inferiore, dato che entrambe rappresentano già (o lo faranno nel breve/medio periodo) potenziali acquirenti di prodotti italiani.

Questa fascia della popolazione ha una forte propensione ai nuovi prodotti e alle novità in genere (come ad esempio le nuove tecnologie), ma soprattutto in gran parte (oltre l'80% di quelli a più alto reddito) vede esplicitamente come un forma di attestazione del proprio successo economico/sociale il possesso di beni di consumo "griffati".

Al riguardo, è comunque da rilevare una crescente attenzione non solo per l'immagine, ma anche per la qualità intrinseca dei prodotti. Oltre l'80% del segmento più alto di popolazione è infatti disponibile a pagare un prezzo più alto per avere un marchio di qualità (il 60,6% si dichiara molto d'accordo).

Classi di reddito mensile

Completamente d'accordo	Abbastanza d'accordo	Indifferente	Abbastanza in disaccordo	Completamente in disaccordo
-------------------------	----------------------	--------------	--------------------------	-----------------------------

**Mi sento a mio agio e interessato alle nuove tecnologie**

più di 625 Euro

50,7	30,4	9,4	7,2	1,9
------	------	-----	-----	-----

tra 350 e 625 euro

52,6	20,1	14	8,9	4
------	------	----	-----	---

**Mi piacciono i marchi che attestano il mio successo**

più di 625 Euro

48,1	34,6	10,6	4,3	2,4
------	------	------	-----	-----

tra 350 e 625 euro

35,9	36,2	15,4	9,2	3,3
------	------	------	-----	-----

**Sono disposto a pagare un prezzo più alto per avere marchi di alta qualità**

più di 625 Euro

60,6	21,9	8,9	4	4,2
------	------	-----	---	-----

tra 350 e 625 euro

58,1	24	9	7	2
------	----	---	---	---

Fonte: UbiFrance

Incrociando i pochi dati sul reddito disponibile raccolti, con le risposte ad alcune domande sulla propensione al consumo di beni di marca, si può quindi affermare che esista una certa propensione all'acquisto di beni di consumo e servizi di qualità, che caratterizzano la produzione italiana. Tra di essi però, l'interesse del consumatore locale è più rivolto alla profumeria, alla cosmetica, e alla gioielleria, mentre quello per la moda, il turismo e l'enogastronomia ha cominciato a crescere solo negli ultimi anni.

## La distribuzione dei beni di lusso

Nonostante la domanda di beni di lusso sia in valore assoluto ancora relativamente bassa, le prospettive di sviluppo del settore fanno sì che vi sia un altissimo interesse da parte di tutti i maggiori gruppi internazionali ad entrare ora nel mercato per raccoglierne i frutti nel medio periodo. Vi è quindi un'elevata richiesta di spazi adeguati, al momento nelle città di Hanoi e Ho Chi Minh, per la vendita di beni di lusso e qualità.

Nelle due principali città, dove si concentrano gli interessi delle imprese che vogliono entrare nel mercato vietnamita, è anche da segnalare che vi è una scarsa offerta di spazi in grado di valorizzare la merce venduta. La forte differenza esistente tra domanda e offerta ha spinto molti costruttori ad investire nella realizzazione di centri commerciali e grandi magazzini.

I grandi magazzini di alto livello, come Parkson e Diamond, richiedono per questo motivo alle imprese che vogliono disporre di uno spazio espositivo, un canone di affitto maggiore di 40/50 euro al mq insieme ad una percentuale sul fatturato, che non è mai inferiore al 25%. Gli spazi migliori nei centri commerciali hanno comunque un costo di oltre 70 euro al mq. Il mercato della locazione è essenzialmente gestito da due operatori stranieri: Chesterton e CB Richard Ellis.

Con riferimento ai negozi su strada il prezzo è più elevato e molto variabile, spesso anche definito con criteri di immagine che non fanno diretto riferimento al fatturato che tale spazio commerciale può dare. Il costo per un negozio esclusivo (nelle vie Le Thanh Ton e Dong Khoi ad Ho Chi Minh) è di circa 75 euro al mq.

La maggior parte dei grandi marchi internazionali della cosmesi e profumeria è già presente in Vietnam da almeno 10 anni, con una crescente affermazione, occupando generalmente il primo piano di tutti i migliori grandi magazzini di Hanoi ed Ho Chi Min.

L'interesse delle consumatrici vietnamite per prodotti di marca di questo tipo è elevato, nonostante gli alti dazi all'importazione. In particolare, sono molto apprezzate le creme per schiarire la pelle, dato che la cultura locale (come del resto in gran parte dell'Estremo Oriente) apprezza in modo particolare la pelle chiara; ciò si riscontra infatti anche nella tendenza delle vietnamite ad evitare di esporsi troppo al sole.

Tale propensione culturale è talmente radicata in Vietnam, che la Lancome ha ad esempio basato la sua campagna di ingresso sul mercato proprio sui prodotti schiarenti.

Oltre a Lancome, sono presenti nella distribuzione locale tutti i

**Gli spazi commerciali per beni di lusso**

Un'elevata domanda...

...superiore all'offerta

**Prodotti cosmetici e della profumeria**

marchi più prestigiosi, come L'Oréal, Shiseido, Clinique, Estée Lauder, L'Occitane, Calvin Klein, Bulgari, Versace, Chanel, Christian Dior ecc..

La domanda di prodotti d'abbigliamento di lusso è molto ridotta, sia a causa della propensione del consumatore vietnamita tradizionale a limitare le spese per l'abbigliamento, sia a causa del bassissimo costo della manodopera locale che permette di avere abiti sartoriali a prezzi molto inferiori a quelli di un abito di marca. Esistono perciò pochi negozi monomarca, spesso inseriti all'interno di spazi non strettamente commerciali (hotel, opera ecc.).

A causa del clima locale, generalmente caldo e umido, le case di moda commercializzano in prevalenza nel Paese solo le collezioni estive e, in qualche caso, utilizzano il Vietnam come mercato secondario dove distribuire collezioni che non hanno incontrato il successo sui mercati principali.

Nel Paese sono presenti molti tra i maggiori marchi mondiali come Prada, Gucci, Ferrè, Versace, D&G, Cavalli, Burberry ecc.

Il mercato degli accessori moda è invece in grande espansione, grazie anche al fatto che, come avviene ormai da alcuni anni, molti marchi internazionali scelgono di far familiarizzare il consumatore, in prima battuta, con linee di prodotti (es. borse, accessori in pelle, ecc) che hanno un prezzo molto più abbordabile rispetto ai capi d'abbigliamento veri e propri e sono molto meno soggetti al fattore stagionalità, tipico della moda. Con questa strategia, sono ad esempio presenti in Vietnam i marchi Ferragamo, Furla, Luis Vuitton, Bally, Longchamp, Dunhill.

Rispetto all'insieme dei prodotti per la casa, il livello d'interesse del consumatore locale non è al momento tale da rendere possibile l'apertura di negozi monomarca, ma i prodotti sono presenti sia nei centri commerciali e grandi magazzini di lusso che in punti vendita nei centri residenziali delle grandi città, gestiti dagli stessi importatori.

Tra i maggiori importatori e distributori di arredamento europeo si possono nominare così le società: An Duong, Pho Xinh e Eight Lions. Quest'ultima ha recentemente creato l'insegna "Home Studio Plus" per i suoi negozi di Hanoi e Saigon.

Con riferimento agli accessori per la casa sono invece presenti sul mercato i marchi Alessi, Christofle, Leonardo, Daum, Spinella.

La gioielleria in Vietnam è ancora molto tradizionale, sia nel design che nella fabbricazione. Sinora gli operatori locali sono

## **Abbigliamento**

## **Accessori moda**

## **Arredamento, tessile e prodotti per la casa**

## **Gioielleria ed orologeria**

stati quindi molto restii ad investire nella commercializzazione di prodotti europei, a causa degli alti dazi che gravano su questo tipo di prodotti e al fatto che le aziende italiane ed europee chiedono normalmente l'acquisto di un numero minimo di pezzi. Le prime esperienze di presenza diretta, come quella effettuata da Bulgari ad HO Chi Minh (attraverso un operatore locale), non hanno portato risultati molto positivi e si sono quindi presto interrotte.

Con riferimento all'orologeria di alta gamma, sono molto conosciuti Cartier, Rolex, Tag Heuer, Longines, Piaget.

L'esportatore deve tener conto del trattamento daziario, che per i beni di lusso/qualità è abbastanza elevato ed arriva fino al 38% del valore (per le calzature in cuoio).

Nella tabella di seguito sono evidenziati i dazi gravanti su alcune tipologie di prodotto all'ingresso in Vietnam e la riduzione prevista.

### Il trattamento daziario

Codice doganale	Prodotto	Dazio attuale	Nuovo dazio	Anno decorrenza
3303	Profumi	27%	18%	2012
3304-3307	Prodotti cosmetici	15-30%	10-20%	2011
6100-6200	Abbigliamento e Maglieria	20%	-	-
6403	Calzature in cuoio	38%	30%	2012
4202	Borse e pelletteria	35%	25%	2012
7113-7116	Prodotti di gioielleria	30%	-	-
9101	Orologi	26-27%	15-20%	2012-2010

Fonte: UE - Market Access Database

### La grande distribuzione

Il mercato della grande distribuzione ha avuto una rapida crescita in anni molto recenti come uno dei simboli del modello di vita occidentale. In precedenza invece, come già evidenziato al paragrafo precedente, l'economia pianificata prima e le limitazioni agli operatori stranieri poi, combinate con la tradizione di effettuare gli acquisti in una molteplicità di piccoli punti vendita familiari, avevano pesantemente limitato lo sviluppo del settore. Tale tradizione è ancora molto viva, tuttavia i supermercati riscontrano un successo crescente.

Ancora nel 1997 si contavano in Vietnam soltanto 15 tra supermercati, ipermercati e grandi magazzini, concentrati esclusivamente nelle grandi città come Hanoi e Ho Chi Minh. Oggi il numero dei supermercati ha superato i 100 ed il fenomeno si sta sviluppando anche in altre città del Paese, come Da Nang e Can Tho.

Un settore in rapida crescita

...soprattutto nelle principali città

Insieme al numero dei punti vendita si è evoluta anche la qualità e la tipologia dei prodotti venduti. I primi supermercati/grandi magazzini apparsi in Vietnam vendevano infatti prevalentemente beni di consumo di bassa qualità, mentre oggi è possibile trovare prodotti di qualità migliore ed in una varietà molto più ampia (che comprende anche beni di lusso, oggetti per la casa, abbigliamento, elettrodomestici, articoli per il tempo libero, ecc...). Negli ultimi anni si sono sviluppati anche grandi magazzini con specializzazioni settoriali, in particolare nei materiali da costruzione, negli elettrodomestici, nelle calzature, nei prodotti del tessile/abbigliamento.

Aumenta la qualità...

...e la varietà dei prodotti venduti

Nel mercato sono presenti poi sia operatori locali (pubblici e privati), che operatori stranieri.

Tra gli operatori stranieri si segnalano il gruppo tedesco Metro e il gruppo francese Bourbon. Quest'ultimo in particolare, con la società Big C Supermarket Co. Ltd, possiede 6 ipermercati tra Ho Chi Minh, Hanoi (12.000 mq. per 20 milioni di euro di investimento) Dong Nai e Hai Pong. Il gruppo ha poi recentemente annunciato l'intenzione di arrivare entro il 2015 a quota 35 punti vendita.

Gli operatori stranieri

Il gruppo tedesco Metro ha invece 6 punti vendita della catena Metro Cash&Carry (due a Ho Chi Minh, uno ciascuno ad Hanoi, Danang, Can Tho e Hai Pong) per un fatturato complessivo di circa 200 milioni di euro. La società ha in programma l'apertura di altri 4 centri (ad Hanoi, Dong Nai, Ho Chi Minh e Nha Trang) del costo di circa 12 milioni di euro ciascuno.

Ultimo arrivato sul mercato è il gruppo malese Parkson, specializzato in centri commerciali che espongono in prevalenza prodotti della moda. Esso possiede attualmente un centro commerciale ad Ho Chi Minh ed uno ad Hai Phong e sta per investire oltre 45 milioni di euro nell'apertura di 10 punti vendita ad Hanoi, Danang, Can Tho, e Ba Ria-Vung Tau.

Con riferimento agli operatori locali questi hanno avuto, e stanno ancora avendo, il supporto del Governo al fine di crescere e poter competere con la concorrenza straniera. I principali gruppi sul mercato sono le catene Citimart, Sai Gon Coopmart, Maximart, Ha Noi supermarket, che hanno iniziato a metà degli anni 90 a svilupparsi e stanno conoscendo una crescita molto rapida.

I gruppi vietnamiti

Uno dei gruppi più grandi, il Sai Gon Coop Mart, che ha recentemente avviato una collaborazione con le catene Satra e Phu Thai, prevede di raddoppiare nei prossimi anni il proprio numero di supermercati (localizzati nel Sud del Paese), per arrivare oltre quota 25 in tutto il territorio.

## Alcuni riferimenti utili

### **ICE - ITALIAN TRADE COMMISSION**

Central Plaza bldg. - unit 903 - 904  
17 Le Duan blvd.  
District 1 Ho Chi Minh City s. R.  
Vietnam  
Tel: (0084 8) 8298721  
Fax: (0084 8) 8298723  
E-mail: hochiminh.hochiminh@ice.it  
icevn@hcmc.netnam.vn

### **ALBINI E PITIGLIANI S.P.A.**

3B04B, Saigon Trade Center, 37 Ton Duc Thang Str., District 1  
Hochiminh City  
Tel.: +84 8 9106290  
Fax: +84 8 9102487  
E-mail: info@alpivietnam.com  
Contatto: Mr. Maurizio De Montis  
Costituzione: April 10, 2005  
Attività: Spedizioniere internazionale

### **CARGOITALIA S.P.A.**

29 Huynh Van Banh Str., Phu Nhuan District  
Hochiminh city  
Tel: +84 8 995 1203  
Fax: +84 8 995 1203  
E-mail: livio.arizzi@cargoitalia.it  
Sito internet: www.cargoitalia.it  
Contatto: Mr. Livio Arizzi  
Vice President Regional Area Vietnam Laos Cambodia  
Costituzione: 2007  
Attività: Spedizionere aereo

### **EMBASSY FREIGHT SERVICES VIETNAM**

23B Ton Duc Thang St., District 1, Hochiminh City  
Tel: +84 8 9104534  
Fax: +84 8 9104750  
E-mail: info@embassyfreight.com.vn  
bao-quoc@embassyfreight.com.vn  
Sito internet: www.embassy.it  
Contatto: Mr. Pham Ngoc Phuoc  
Costituzione: Marzo 2005  
Attività: Spedizioniere internazionale

**INTERGLOBO**

1B Hoang Dieu Str., District 4  
Hochiminh city  
Tel: +84 8 826 5216  
Fax: +84 8 826 9224  
E-mail: [htran@interglobo.com](mailto:htran@interglobo.com)  
Sito internet: [www.interglobo.com](http://www.interglobo.com)  
Contatto: Ms. Tran Thi Thanh Hang  
Costituzione: January 1, 2006  
Attività: Spedizioni

**DE MASI TADDEI VASOLI - STUDIO LEGALE**

6th floor, Viglacera Building, 2 Hoang Quoc Viet Str.,  
Ha Noi  
Tel: +84 4 7914716  
Fax: +84 4 7914718  
E-mail: [info@demasitaddeivasoli.com](mailto:info@demasitaddeivasoli.com)  
Sito internet: [www.demasitaddeivasoli.com](http://www.demasitaddeivasoli.com)  
Contatto: Mrs. Patrizia de Masi Taddei Vasoli, Director  
Mr. Riccardo Bianco Levrin, Managing Partner  
Costituzione: July 2007  
Attività: Studio legale

**BIANCO LEVRIN RICCARDO S.R.L.**

6 Dang Thai Mai,  
Hanoi city  
Tel.: +84 4 718 4718  
Fax: +84 4 718 4718  
E-mail: [riccardo@biancolevrin.com](mailto:riccardo@biancolevrin.com)  
Contatto: Mr. Riccardo Bianco Levrin, Director  
Costituzione: Sept. 27, 2005  
Attività: Commercio e consulenza

