

Gli scambi commerciali. Il ruolo del *Made in Italy*

A cura di Marco Saladini (*)

1. Il Vietnam negli scambi globali: analisi di lungo periodo

Aumento di oltre cinque volte delle esportazioni tra il 1999 e il 2008, rafforzamento dei legami commerciali con i paesi asiatici e nordamericani a scapito di quelli europei e lenta ma costante transizione verso nuovi settori a tecnologia più avanzata: sono queste le tre tendenze principali che emergono dall'analisi di lungo periodo degli scambi di merci tra Vietnam e resto del mondo.

Il primo dato è di per sé molto significativo. Mentre le esportazioni del mondo verso il mondo sono cresciute attorno al 180%, quelle del mondo verso il Vietnam sono aumentate del 564%. Allo stesso tempo i flussi in uscita dal Vietnam sono cresciuti del 587%, stando a dati di fonte Fondo monetario internazionale (Imf). Si tratta di incrementi molto rapidi, che testimoniano della capacità delle imprese di inserirsi sui mercati internazionali e dei mercati domestici di assorbire prodotti importati. Nel 2008 le importazioni e le esportazioni di beni si sono attestate a quota 80,7 e 62,7 miliardi di dollari, nelle stime dell'Ufficio generale di statistica vietnamita (Gso), raggiungendo una percentuale molto alta sul prodotto interno lordo (Pil), rispettivamente 90,3% e 70,7%, il che denota un grado di apertura del paese agli scambi con l'estero tra i più alti nel Sud Est Asiatico.

Dal punto di vista della distribuzione geografica delle importazioni del Vietnam, tra 1999 e 2008 hanno guadagnato di quota Asia Orientale (3,4 punti percentuali), America Settentrionale (0,9) e Altri paesi Europei (0,7), mentre ne hanno persa, tra gli altri, Unione Europea (UE) a 27 (-3,2), Europa Centro-Orientale (-1,5) e Medio Oriente (-0,4, vedi tavola 1.). Anche la Russia ha perso terreno (da 2,1% a 0,9%) ma l'India ha migliorato la propria posizione (da 1,2% a 1,9%), pur restando al di fuori del gruppo di testa. Nel 2008 la quota di mercato dell'Asia orientale ha pertanto oltrepassato la soglia dei due terzi del totale, grazie anche alla spettacolare prestazione della Cina, che ha quadruplicato il proprio risultato passando dal 5,7% del 1999 al 21,2% del 2008 (15,5 punti), a danno di Corea del Sud (-5,4 punti), Singapore (-3,8), Giappone (-2,6) e Hong Kong (-0,8). Tutti i paesi asiatici appena menzionati, nonché la Thailandia, hanno conseguito nel 2008 risultati superiori a quelli delle maggiori controparti industriali, ovvero Stati Uniti d'America (che ha una quota del 3,7%), Australia (2,1%), Germania (1,9%), Svizzera (1,4%), Italia (0,9%) e Francia (0,8%). Si confermano, in sintesi, l'ulteriore concentrazione degli scambi nell'Asia Orientale e il riallineamento tra paesi all'interno di quella e altre aree geografiche.

* Direttore *pro tempore* dell'Ufficio di Ho Chi Minh City dell'Istituto nazionale per il commercio estero (Ice). L'autore ringrazia l'Area Studi, ricerche e statistiche dell'Ice per i dati forniti. Le opinioni contenute in questo articolo sono da attribuirsi esclusivamente all'autore. Per commenti indirizzare un messaggio di posta elettronica a m.saladini@ice.it.

Tavola 1. Importazioni del Vietnam. Quote di mercato delle aree e loro principali paesi
(valori in milioni di dollari, variazioni e quote in percentuale)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Valori	11.743	15.637	16.218	19.745	25.261	31.969	36.761	44.891	62.682	82.954
Variazioni sull'anno precedente	3,8	33,2	3,7	21,8	27,9	26,6	15,0	22,1	39,6	32,3
Quote di mercato										
UE 27	9,7	8,8	9,7	9,6	10,3	8,4	7,0	7,0	8,2	6,5
Germania	2,3	1,9	2,5	2,8	2,4	2,2	1,8	2,0	2,1	1,9
Francia	2,6	2,1	1,9	1,5	1,6	1,9	1,2	0,9	1,8	0,8
Italia	0,8	1,1	1,2	1,4	1,5	1,0	0,8	0,8	1,1	0,9
Paesi Bassi	0,4	0,5	0,7	0,6	1,3	0,6	0,9	0,8	0,8	0,7
Belgio	0,7	0,6	0,5	0,5	0,7	0,4	0,5	0,5	0,5	0,3
EUROPA CENTRO ORIENTALE	2,5	2,2	3,0	3,8	2,9	2,9	2,7	1,3	0,9	1,1
Federazione russa	2,1	1,5	2,3	2,5	2,0	2,1	2,1	1,0	0,9	0,9
ALTRI PAESI EUROPEI	0,9	0,8	0,8	0,8	1,3	2,3	2,6	3,2	1,7	1,6
Svizzera	0,9	0,8	0,7	0,7	1,2	2,2	2,4	3,0	1,6	1,4
AFRICA SETTENTRIONALE	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
ALTRI PAESI AFRICANI	0,3	0,2	0,2	0,3	0,5	0,4	0,5	0,3	0,1	0,1
AMERICA SETTENTRIONALE	3,2	2,6	2,9	2,7	4,8	3,9	2,8	2,6	3,2	4,1
Stati Uniti	2,8	2,3	2,5	2,3	4,5	3,6	2,4	2,2	2,7	3,7
AMERICA CENTRO MERIDIONALE	0,4	0,4	0,8	0,8	1,0	1,0	1,3	1,4	1,0	1,0
Argentina	0,2	0,2	0,4	0,5	0,7	0,5	0,7	0,5	0,7	0,6
MEDIO ORIENTE	0,9	1,2	0,8	1,5	1,4	1,5	1,7	1,0	0,5	0,6
ASIA CENTRALE	1,5	1,4	1,8	2,0	2,1	2,1	1,9	2,1	2,2	1,9
India	1,2	1,1	1,4	1,6	1,8	1,9	1,6	2,0	2,2	1,9
ASIA ORIENTALE	64,5	67,2	64,0	63,4	62,1	63,7	65,6	66,8	66,8	67,9
Cina	5,7	9,0	9,9	10,9	12,4	14,4	16,1	16,5	20,0	21,2
Singapore	16,0	17,2	15,3	12,8	11,4	11,3	12,2	14,0	12,1	12,2
Giappone	13,8	14,7	13,5	12,7	11,8	11,1	11,1	10,5	9,9	10,4
Corea del Sud	12,7	11,2	11,6	11,6	10,4	10,5	9,8	8,7	8,5	7,3
Thailandia	4,8	5,2	4,9	4,8	5,1	5,8	6,5	6,8	6,0	6,6
Malaysia	2,6	2,5	2,9	3,5	3,7	3,8	3,4	3,3	3,7	3,3
Hong Kong	4,3	3,8	3,3	4,1	3,9	3,4	3,4	3,2	3,1	3,5
Indonesia	2,4	2,2	1,8	1,8	2,2	2,1	1,9	2,3	2,2	2,2
Filippine	0,4	0,4	0,3	0,5	0,6	0,6	0,6	0,8	0,7	0,6
OCEANIA	2,3	2,3	2,5	1,8	1,5	1,8	1,7	2,8	2,1	2,4
Australia	1,8	1,9	1,6	1,5	1,1	1,4	1,4	2,5	1,7	2,1

Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS.

Sotto il profilo settoriale, stando ai dati dichiarati da 56 paesi *partner* ed elaborati dall'Ice, si nota che nell'arco di un decennio il sistema produttivo vietnamita ha rafforzato grandemente le proprie capacità esportative nell'ambito dei beni manufatti, con riflessi nella stessa direzione sul versante dei flussi in entrata.¹ Se si osserva la distribuzione dei flussi in uscita distinti per settori, si nota come il comparto agroalimentare, in passato il principale motore dell'economia vietnamita, abbia perso nel complesso oltre nove punti percentuali, attestandosi al 17,3% (vedi tavola 2.). Hanno a loro volta ceduto terreno industrie a tecnologia matura e ad alta intensità di lavoro, come ad esempio quella delle calzature (-8 punti), lasciando il passo a settori emergenti come quelli elettronico ed elettrotecnico (5 punti in più), metallurgico (2,8) e dei mobili (2,7). Lo spostamento del baricentro dell'attività economica, in termini di valore, verso i settori dell'industria e dei servizi è testimoniato anche dall'evoluzione del Pil a prezzi correnti per comparti, che vede secondario e terziario guadagnare, nel complesso, 3,3 punti percentuali tra 1999 e 2008.

Tavola 2. Esportazioni del Vietnam verso il mondo
(peso percentuale dei comparti sul totale e variazioni 1999-2008)

Comparti	Anni										Var. ass. 1999-2008
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca	10,6	8,7	7,8	7,4	7,1	6,7	6,2	7,2	8,0	7,0	-3,7
Prodotti delle miniere e delle cave, grezzi	19,5	27,6	25,1	21,4	20,3	23,3	26,1	24,3	21,3	22,1	2,5
Prodotti dell'industria alimentare, bevande	15,8	12,2	12,8	13,0	11,5	10,4	10,6	10,4	10,1	10,3	-5,5
Prodotti tessili, articoli della maglieria	3,5	3,1	2,9	3,9	5,2	4,4	3,8	3,9	4,4	4,5	1,0
Articoli di abbigliamento	12,3	11,7	10,8	13,4	15,8	14,3	12,9	13,0	13,3	12,6	0,3
Calzature, cuoio e prodotti in cuoio	19,8	17,5	18,6	19,0	17,9	16,9	15,3	13,7	12,5	11,8	-8,0
Legno e prodotti in legno (esclusi i mobili)	1,4	1,3	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3	0,0
Carta e articoli in carta, prodotti della stampa	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,1
Prodotti energetici raffinati	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali	1,1	1,1	1,1	1,2	1,0	0,9	1,1	1,3	1,4	1,8	0,7
Prodotti in gomma e in materie plastiche	0,9	0,8	0,9	1,1	1,3	1,4	1,5	1,7	1,8	1,8	0,9
Vetro, ceramica, materiali non metallici per l'edilizia	1,4	1,6	1,5	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4	1,2	-0,2
Prodotti della metallurgia, strutture ed utensili metallici	0,9	0,9	1,1	1,2	1,3	1,5	1,6	2,1	2,8	3,6	2,8
Macchine ed apparecchi meccanici, elettrodomestici	1,0	1,1	1,3	1,4	1,3	1,5	1,4	1,7	1,6	1,8	0,9
Prodotti dell'ICT, elettrotecnica, strumenti di precisione	5,8	6,2	7,4	7,1	7,2	7,5	7,9	8,9	10,0	10,8	5,0
Autoveicoli	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5
Altri mezzi di trasporto	0,4	0,4	1,6	0,8	0,9	1,1	0,8	0,6	0,7	0,5	0,1
Mobili	2,9	3,1	3,2	3,7	4,2	5,0	5,6	5,6	6,1	5,6	2,7
Altri prodotti delle industrie manifatturiere	2,0	1,8	1,8	1,8	1,5	1,4	1,4	1,6	1,6	1,6	-0,4
Energia elettrica, merci varie non classificate altrove	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Altri prodotti	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,3
Totale	100	0,0									

Fonte: elaborazioni ICE su dati Istat e Istituti nazionali di statistica

La maggiore velocità di tale processo sul versante del commercio estero rispetto a quello della produzione è attribuibile, in ipotesi, a numerosi fattori. Da un lato, è cresciuta la maggiore capacità di spesa delle famiglie per il soddisfacimento dei bisogni essenziali, alimentazione in primo luogo, e ciò insieme alla domanda estera potrebbe aver contribuito a mantenere elevato il tasso di crescita del comparto primario. Dall'altro, hanno fatto registrare una notevole espansione gli investimenti sia nazionali che esteri per la produzione di beni destinati all'esportazione che sono prevalentemente concentrati in settori del comparto manifatturiero a valore aggiunto relativamente maggiore. Infine, un'ulteriore probabile determinante della stabilità della quota del comparto primario sul Pil sono i vincoli posti dal sistema politico-amministrativo all'esodo dalle campagne, che è comunque proseguito, sull'onda della crescente richiesta di manodopera nelle aree a maggiore industrializzazione. Resta la tendenza di fondo dell'economia nel suo complesso a progredire sul sentiero di una transizione da attività produttive a minore contenuto tecnologico e ad alta intensità di lavoro verso attività più moderne e a maggiore intensità di capitale.

2. Andamento degli scambi con l'Italia

Secondo l'Istituto nazionale di statistica (Istat) nel 2009 le esportazioni hanno fatto segnare un aumento dell'8%, portandosi a quota 483 milioni di euro, risultato positivo se si considerano la diminuzione delle importazioni vietnamite nel complesso e il rafforzamento dell'euro, che svantaggia le imprese con listini denominati in tale valuta (tavola 3). Peraltro, stando ai dati di fonte vietnamita, l'aumento sarebbe stato di maggiore entità. Le importazioni di merci dal Vietnam in Italia si sono invece ridotte da 803 a 703 milioni di euro tra il 2008 e il 2009 (-12%). Dagli andamenti evidenziati è conseguito un miglioramento del saldo di 135 milioni di euro.

Tavola 3. Commercio dell'Italia con il Vietnam*(valori in migliaia di Euro, saldo normalizzato e variazioni in percentuale, variazioni assolute per i saldi)*

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

Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

Tavola 3

Le esportazioni italiane di merci avevano fatto registrare una tendenza negativa nel biennio 2004-5, principalmente a causa del forte apprezzamento dell'euro e della crescente concorrenza asiatica, in particolare cinese, nel settore delle macchine industriali. Nel 2006 e 2007 erano poi aumentate fortemente, più che raddoppiando rispetto al 2004. L'aumento del 2007 era dovuto in parte alla consegna di una nave del valore di 60 milioni di euro. Nel 2008 si era registrato un arretramento, ma l'ammontare raggiunto era il secondo in ordine di grandezza nel decennio 1999-2008.

Dal lato delle esportazioni italiane, nel 2009 si è confermato particolarmente importante il settore delle macchine e apparecchi meccanici, che ha contato per circa un terzo del totale (33,8%), seguito da prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori (17,1%), mezzi di trasporto (14,7%), sostanze e prodotti chimici (13%) e prodotti dell'industria metallurgica, esclusi macchine e impianti (6,9%, cfr. tavola 4 che riporta dati ulteriormente dettagliati per sottosettore). Secondo l'Istat, cali particolarmente elevati si sono registrati per apparecchiature elettriche ed elettroniche, *computer*, elettrodomestici, prodotti tessili, cuoio e calzature, probabilmente colpiti dalla riduzione sia dei livelli di attività nelle industrie clienti sia del reddito disponibile delle famiglie. Macchine e apparecchiature sono cresciute meno della media mentre sono aumentati in modo molto rapido i flussi di prodotti chimici, alimentari e farmaceutici, sempre rispetto al 2008. Dal lato delle importazioni, nel 2009 prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori si è confermato come il principale settore, con un peso sul totale del 42%, seguito da prodotti agricoli e ittici (18,5%), alimentari (14,3%) e mobili (5%).

La natura degli scambi è prevalentemente intersettoriale, come è caratteristico della relazione tra due Paesi con un diverso grado di sviluppo. Esistono peraltro casi interessanti di commercio intrasettoriale. Ad esempio nel settore tessile l'Italia esporta in Vietnam non solo macchinari, ma anche fibre sintetiche e tessuti pregiati per poi importare prodotti finiti, quali articoli di vestiario e accessori, articoli di maglieria e prodotti semilavorati.

Dal semplice confronto del peso sul totale dei flussi dall'Italia verso il Vietnam di ciascuno dei principali settori nel 1999 e nel 2008 emerge che le variazioni in aumento maggiori si riscontrano per altri mezzi di trasporto, cuoio e calzature ed elettronica ed elettrotecnica. Tale risultato evidenzia eloquentemente tre tendenze, ovvero l'ingresso sul

Tavola 4. Principali sottosettori nell'interscambio dell'Italia con il Vietnam
(classificazione Ateco 2007 a tre cifre, valori in migliaia di euro e variazioni percentuali)

Sottosettori	Esportazioni			Importazioni		
	2008	2009	var %	2008	2009	var %
289 - Altre macchine per impieghi speciali	94.276	80.088	-15,0	3.689	4.271	15,8
309 - Mezzi di trasporto n.c.a.	59.605	66.049	10,8	5.500	4.159	-24,4
201 - Prodotti chimici di base, fertilizzanti e composti azotati, materie plastiche e gomma sintetica in forme primarie	25.789	51.919	101,3	10.446	15.102	44,6
282 - Altre macchine di impiego generale	26.765	44.035	64,5	476	2.444	413,6
151 - Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte	39.283	35.237	-10,3	17.217	12.626	-26,7
281 - Macchine di impiego generale	15.263	20.732	35,8	3.677	3.120	-15,2
252 - Cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	604	20.085	+++	.	.	.
284 - Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	17.235	18.053	4,7	12	61	390,2
132 - Tessuti	17.401	13.655	-21,5	1.359	720	-47,0
271 - Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità	15.925	9.412	-40,9	314	1.465	366,7
263 - Apparecchiature per le telecomunicazioni	10.650	9.293	-12,7	128	508	296,3
212 - Medicinali e preparati farmaceutici	8.381	9.230	10,1	.	.	.
139 - Altri prodotti tessili	6.678	5.664	-15,2	14.763	11.941	-19,1
265 - Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	7.411	5.440	-26,6	240	138	-42,7
205 - Altri prodotti chimici	6.092	5.426	-10,9	415	420	1,1
101 - Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	3.295	5.277	60,1	116	296	155,9
211 - Prodotti farmaceutici di base	2.715	5.048	85,9	35	435	+++
171 - Pasta-carta, carta e cartone	5.261	4.966	-5,6	31	24	-22,4
325 - Strumenti e forniture mediche e dentistiche	6.555	4.650	-29,1	115	281	145,2
241 - Prodotti della siderurgia	5.568	4.055	-27,2	14.522	4.366	-69,9

Sottosettori	Importazioni			Esportazioni		
	2008	2009	var %	2008	2009	var %
152 - Calzature	236.899	201.312	-15,0	1.053	1.072	1,8
012 - Prodotti di colture permanenti	141.383	127.818	-9,6	128	370	189,5
102 - Pesce, crostacei e molluschi lavorati e conservati	118.794	91.837	-22,7	182	164	-10,0
141 - Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	79.778	77.814	-2,5	3.157	3.886	23,1
310 - Mobili	40.583	35.821	-11,7	820	742	-9,5
262 - Computer e unità periferiche	16.720	17.643	5,5	11.138	867	-92,2
201 - Prodotti chimici di base, fertilizzanti e composti azotati, materie plastiche e gomma sintetica in forme primarie	10.446	15.102	44,6	25.789	51.919	101,3
222 - Articoli in materie plastiche	11.518	14.051	22,0	3.552	3.133	-11,8
151 - Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte	17.217	12.626	-26,7	39.283	35.237	-10,3
139 - Altri prodotti tessili	14.763	11.941	-19,1	6.678	5.664	-15,2
329 - Altri prodotti delle industrie manifatturiere n.c.a.	10.684	8.665	-18,9	1.146	1.052	-8,2
323 - Articoli sportivi	6.093	8.099	32,9	250	344	37,5
162 - Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	6.531	5.485	-16,0	632	1.100	74,3
257 - Articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta	2.830	4.862	71,8	2.432	2.017	-17,1
241 - Prodotti della siderurgia	14.522	4.366	-69,9	5.568	4.055	-27,2
289 - Altre macchine per impieghi speciali	3.689	4.271	15,8	94.276	80.088	-15,0
103 - Frutta e ortaggi lavorati e conservati	2.105	4.251	102,0	236	294	24,4
309 - Mezzi di trasporto n.c.a.	5.500	4.159	-24,4	59.605	66.049	10,8
259 - Altri prodotti in metallo	4.519	3.899	-13,7	2.536	1.961	-22,7
324 - Giochi e giocattoli	5.465	3.837	-29,8	10	141	+++

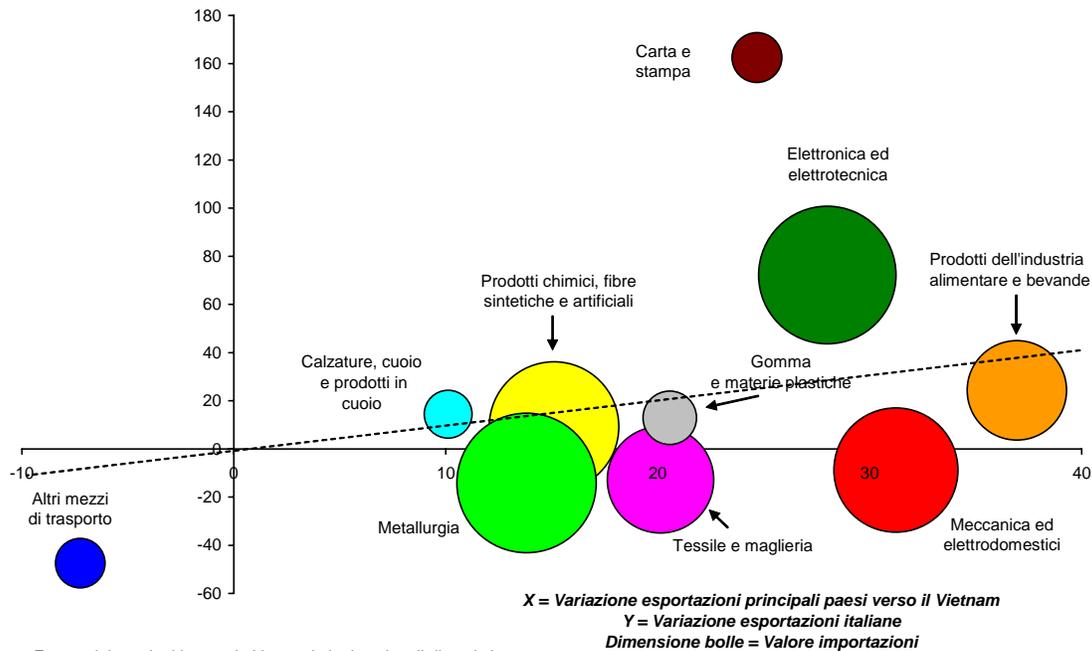
Fonte: elaborazioni Ice su dati Istat

mercato di beni di consumo durevoli di alta qualità, quali i ciclomotori Piaggio, la rapida ascesa dell'industria calzaturiera vietnamita, che abbisogna di grandi quantità di pelli grezze, e l'aumento progressivo dei flussi in un comparto a tecnologia avanzata, motivato

tra l'altro dalla maggiore capacità di assorbimento del paese e dal miglioramento della reputazione dei produttori italiani in aree di loro non tradizionale specializzazione. I due comparti che risultano perdere maggiormente di peso sono invece meccanica ed elettrodomestici e prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali. Data la notevole complessità dell'assortimento di prodotti che compongono ciascuno di essi non è semplice individuare le ragioni di tale calo di peso percentuale, cui peraltro corrisponde un notevole incremento dei flussi in valore assoluto nell'arco del decennio. È molto probabile che abbiano giocato un ruolo sia la competizione di produttori di macchine con prezzi più bassi e/o migliori servizi di assistenza post-vendita, sia il progressivo disimpegno dell'industria italiana dalla chimica di base e la solo recente scoperta del Vietnam come promettente mercato per alcuni prodotti della chimica fine, medicinali inclusi.

Per valutare meglio la posizione dell'Italia nel contesto dei flussi mondiali di esportazioni verso il Vietnam è utile osservare il grafico 1., dove la dimensione delle bolle rappresenta il valore delle esportazioni del mondo, mentre la posizione di ciascuna bolla rispetto agli assi orizzontale e verticale individua rispettivamente la variazione delle esportazioni del mondo verso il Vietnam e la variazione delle esportazioni italiane e la linea tratteggiata infine individua la bisettrice del primo e terzo quadrante, lungo la quale crescita delle esportazioni italiane e mondiali si equivalgono. Per semplicità si sono riportati nel grafico solo i dieci settori in testa alla classifica per valori esportati in Vietnam. Nei sei settori per i quali la bolla si colloca nel primo quadrante sia la dinamica delle esportazioni mondiali sia quella delle esportazioni italiane hanno mostrato un andamento favorevole nel 2008 e le opportunità di mercato sono quindi state colte dalle imprese italiane. In questo gruppo gli esportatori italiani hanno fatto registrare un guadagno di quota di mercato in tre settori, ovvero elettronica ed elettrotecnica, carta e stampa e cuoio e calzature, che nel grafico si collocano infatti al di sopra della linea tratteggiata. In altri tre settori molto importanti, ovvero meccanica, tessile e maglieria e metallurgia, contraddistinti da una variazione positiva delle esportazioni mondiali, la variazione delle esportazioni italiane è stata negativa e pertanto le opportunità di mercato sono state colte da imprese di altri paesi.

Grafico 1. Posizionamento esportazioni italiane in Vietnam nei principali settori
(tassi di variazione e valori in dollari, 2008)



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

Passando all'analisi dei dati di interscambio con il Vietnam per province, si osserva che le quattro principali regioni esportatrici sono, in ordine decrescente di importanza, Lombardia (29,8% delle esportazioni totali nel 2008), Veneto (15,9%), Toscana (14,5%) ed Emilia Romagna (13,6%). Tutte possono vantare una quota ragguardevole dei flussi complessivi in molti dei principali settori nei quali si concentrano le esportazioni italiane. Più in particolare, i flussi in uscita dalla Lombardia sono dominati da macchine per l'industria, apparecchiature elettriche ed elettroniche, prodotti chimici e tessuti. Le province più attive sono Milano (19,3% sul totale delle vendite in Vietnam), Bergamo (3,4%) e Brescia (1,7%). Il Veneto pur esportando prodotti in parte simili, si distingue per la presenza, tra i settori più importanti, di macchine utensili, cuoio, apparecchi medicali e carta e prodotti in carta. Le province che esportano di più sono Vicenza (5,6%), Treviso (5,2%), Verona (2%) e Padova (1,8%). In Emilia Romagna spiccano, oltre alle macchine, comprese quelle utensili, prodotti chimici e farmaceutici, carne e derivati e cosmetici. A livello provinciale, emergono Modena (4,9%), Bologna (4,7%) e Parma (1,1%). Per quanto riguarda infine la Toscana, svetta al primo posto il cuoio, mentre fanno registrare risultati ragguardevoli motocicli, tessuti, macchine per l'industria e prodotti in metallo. Le province più in vista sono Pisa (5,5%), Prato (2,7%) e Firenze (2,3%). Flussi di esportazione superiori a 10 milioni di euro si sono registrati, sempre nel 2008, anche per Campania, Lazio, Piemonte e Friuli Venezia Giulia. Tra le regioni con una quota delle esportazioni superiore all'1% del totale si sono mostrate particolarmente dinamiche, nel raffronto tra i bienni 1999-2000 e 2007-2008, le esportazioni di Lazio, Toscana, Veneto e Friuli Venezia Giulia. In altri termini, pur se le quattro regioni principali hanno conservato il proprio primato, sono emerse nello scorso decennio altre realtà regionali di minori dimensioni ma ciò nondimeno particolarmente dinamiche. Oltre a quelle

menzionate sono comprese tra le prime dieci province esportatrici del 2008, anche Napoli (7,2% del totale) e Roma (4,9%).

3. Ruolo degli investitori esteri

Come si è accennato più sopra, la crescita quasi verticale del commercio estero vietnamita negli ultimi anni è stata propiziata dall'altrettanto rapida progressione degli investimenti diretti esteri. Il valore delle licenze di investimento rilasciate nel periodo 2000-2008 è cresciuto di oltre 25 volte, mentre i flussi di capitale straniero sono aumentati del 381% (vedi tavola 5.). Questi ultimi, oggetto di un articolo apposito nel presente volume, hanno generato un ingente volume di transazioni commerciali, perlopiù relative a beni intermedi in entrata e beni manufatti in uscita.

È interessante notare come la crescita degli scambi con l'estero delle imprese a controllo straniero abbia ecceduto di gran lunga, nel periodo 2000-2008, quella delle imprese a controllo vietnamita. In particolare, dal lato delle importazioni le imprese destinatarie di investimenti diretti esteri hanno fatto registrare un aumento dei flussi in entrata del 541%, contro un 368% di quelle in mano a investitori locali. Dal lato delle esportazioni la progressione è stata rispettivamente del 407% e del 267%. Le cifre ora esposte si commentano da sole ed è probabilmente tenendole ben a mente che le autorità hanno aperto al dialogo con la comunità d'affari straniera, sia attraverso il Vietnam Business Forum, che si svolge due volte all'anno alla vigilia dell'incontro tra governi stranieri e vietnamita in materia di aiuti allo sviluppo, sia anche su altri tavoli di confronto. Si tratta di un processo articolato e costruttivo sul quale le istituzioni di sostegno, Camere di commercio e Agenzie governative estere di promozione del commercio e degli investimenti esteri in Vietnam, hanno sollecitato l'interesse delle imprese straniere presenti spingendole a dare il loro contributo. Il confronto riguarda sia gli scambi che la presenza produttiva ed è animato da *dossier* per settore presentati da appositi comitati di imprese, che si rivelano molto utili per comprendere meglio le condizioni e i limiti cui è soggetta l'iniziativa privata sia transfrontaliera sia dentro i confini del paese. Altra fonte utile a questo scopo è il sondaggio effettuato periodicamente dalla Delegazione dell'UE, che mira a informare Bruxelles in vista dei negoziati per la stipula di un accordo bilaterale Vietnam-UE (vedi paragrafo 5., *infra*).

Tavola 5. Commercio di beni per nazionalità delle imprese e licenze rilasciate a investitori esteri
(milioni di dollari statunitensi e valori percentuali)

	Valori assoluti						Crescita % 2000-2008
	2000	2004	2005	2006	2007	2008 (*)	
Importazioni							
Imprese di proprietà vietnamita	11.285	20.882	23.121	28.402	41.052	52.815	368,0
Imprese controllate da investitori esteri	4.352	11.087	13.640	16.489	21.712	27.899	541,1
Totale	15.637	31.969	36.761	44.891	62.765	80.714	416,2
Esportazioni							
Imprese di proprietà vietnamita	7.672	11.997	13.893	16.765	20.787	28.156	267,0
Imprese controllate da investitori esteri	6.810	14.488	18.554	23.061	27.775	34.529	407,0
Totale	14.483	26.485	32.447	39.826	48.561	62.685	332,8
Valore licenze rilasciate a investitori esteri	2.565	4.548	6.840	12.004	21.348	71.726	2.695,9
Flussi di investimenti diretti esteri in entrata	2.414	2.853	3.309	4.100	8.030	11.600	380,6

(*) Dati di commercio estero provvisori

Fonte: Ufficio generale di statistica del Vietnam

4. La reputazione del Made in Italy, la contraffazione, i canali distributivi

Nell'immaginario collettivo vietnamita assumono un peso determinante alcuni tratti caratteristici della cultura e della società italiane, come l'entusiasmo per il calcio, il ruolo della mafia e il fascino della moda. Restano relativamente nell'ombra invece aspetti pure conosciuti in altri paesi, come ad esempio le specialità eno-gastronomiche e il patrimonio culturale e artistico. A questa eclissi parziale dell'immagine dell'Italia contribuiscono lo stadio iniziale nel quale si trova l'opera di diffusione della lingua e della cultura italiana in Vietnam e l'assenza di canali televisivi in italiano dal menù di scelta dei principali operatori via cavo. Lo spazio, più ampio di quanto si pensi, occupato dall'Italia nell'immaginario collettivo è quindi prevalentemente alimentato da giornali sportivi e riviste che promuovono prodotti di consumo di lusso e da qualche film.

È confortante la percezione che laddove la bandiera tricolore è presente, in insegne che reclamizzano una pizzeria o un negozio di elettrodomestici o su uno *scooter* di marca, vuole simboleggiare il raggiungimento di un livello di qualità e affidabilità superiore, d'abitudine testimoniato anche da prezzi e/o prestigio maggiori.

I sentimenti reciproci di stima e rispetto tra i due popoli, il diligente lavoro di promozione di istituzioni e privati, pur se dotati di scarse risorse, e l'assenza di pregiudizi negativi rendono più facile superare le distanze fisiche e culturali, ma non aiutano a fare progressi in questo senso la mancanza di un volo diretto, probabilmente legata anche al modesto flusso di turisti italiani in Vietnam, dell'ordine di alcune decine di migliaia di persone all'anno nonché a una vicenda legale ancora aperta presso un tribunale italiano, che coinvolge Vietnam Airlines.

Da un micro-sondaggio svolto presso un campione di consumatori residenti a Ho Chi Minh City, tutti di classe media o alta e in maggioranza di giovane età e di sesso femminile, emerge che i prodotti *Made in Italy* maggiormente desiderati sono calzature, motocicli, borse e borsette, occhiali, vestiti e cosmetici. Trionfano dunque la moda e le due ruote italiane, resi popolari dalle innumerevoli imitazioni ma soprattutto dalle campagne pubblicitarie locali e globali, anche su canali di comunicazione nuovi, come Fashion TV, la stazione televisiva riservata alla moda, che dà grande risalto agli stilisti italiani.

Gli intervistati descrivono di preferenza i prodotti italiani nel loro complesso con aggettivi come "di alta qualità", attraente, alla moda, lussuoso ed elegante. L'inclinazione ad associare il *Made in Italy* con i prodotti di lusso si riflette quindi sulle risposte alla domanda su quali siano i marchi più famosi: i nomi più citati sono Piaggio, Gucci, Armani, Dolce e Gabbana, Ferragamo e Ferrari. È significativo della scarsa presenza dei prodotti italiani in Vietnam e del posto probabilmente marginale che essi occupano nell'immaginario collettivo il fatto che alcuni intervistati non sappiano menzionare più di due o tre marchi italiani e che associno talora all'Italia marchi di imprese acquisite in altri paesi o in Vietnam, come ad esempio Hugo Boss (abbigliamento e accessori), Pienza (rubinetti, sanitari e scaldacqua) o Philips (elettronica ed elettrotecnica).

Il prodotto italiano di consumo è svantaggiato da alti dazi, scarsi investimenti in *marketing* e reti distributive autonome e una presenza relativamente recente nel paese, anche se in continua espansione. Lo si può trovare in negozi monomarca, come quelli di Benetton, Gucci, Versace, Furla e altre *griffe*, ma anche all'interno di negozi specializzati e/o plurimarca, nonché di grandi magazzini. I distributori vietnamiti, che fanno capo principalmente alle due città principali, Ho Chi Minh City e Hanoi, hanno contatti con i

produttori italiani e acquistano più o meno regolarmente un'ampia gamma di beni di consumo, che va ben al di là delle grandi marche.

Si registra una notevole presenza sul mercato di prodotti contraffatti o che imitano prodotti italiani, esplicitamente o in modo più sottile, ad esempio con l'uso di un marchio che suona italiano. Secondo un'indagine condotta nel 2009 dall'Intellectual Property Rights (Ipr) Desk presso l'Ufficio Ice del Vietnam, più di un terzo degli introiti dalla vendita di abbigliamento, vini, elettrodomestici, prodotti elettromeccanici e cosmetici è realizzato grazie ad articoli contraffatti, anche italiani, perlomeno in apparenza. I consumatori, pur consapevoli che stanno per acquistare un'imitazione, non riescono a resistere al fascino dell'accoppiata tra design *à la page*, marchio di successo, che fa *status symbol*, e prezzo abbordabile.

I prodotti per uso industriale sono invece distribuiti da agenti e importatori insieme ad altri provenienti da diversi paesi, mentre solo un numero limitato di marchi, come ad esempio Sacmi, che produce macchine per rivestimenti in ceramica, ha creato proprie strutture di vendita e assistenza. Le valutazioni degli operatori locali delineano di solito una graduatoria ideale per qualità e prezzo tra i produttori, con quelli giapponesi e tedeschi in testa, seguiti dagli italiani e poi, a qualche lunghezza, dai coreani e taiwanesi, per finire con i cinesi. Pur nel suo estremo schematico, questa classifica aiuta a comprendere come i produttori di macchinari italiani abbiano già compiuto significativi passi in avanti nella costruzione di una reputazione solida sul mercato vietnamita. Sono peraltro ancora ampiamente percepite le difficoltà che molti produttori hanno nell'assicurare condizioni favorevoli di prezzo o di pagamento e nel rispondere tempestivamente e con costi contenuti alle richieste di assistenza post-vendita, entrambe dovute in larga parte al carattere ancora iniziale o comunque marginale della loro presenza nel paese e/o nell'area.

5. Politiche commerciali

Negli ultimi anni il Vietnam ha messo in moto una graduale e crescente, anche se non sempre lineare, integrazione nel sistema degli scambi internazionali. L'11 gennaio 2007, a undici anni dall'avvio dei negoziati, il Vietnam è diventato membro dell'Organizzazione mondiale del commercio (Omc). Per soddisfare i requisiti di ammissione all'Omc il Vietnam ha preso importanti impegni nel campo della liberalizzazione dei servizi, della riduzione delle barriere agli scambi e dello smantellamento del sistema di aiuti alle imprese di stato. Una delle tappe di maggiore rilevanza è stata l'apertura nel 2009 del settore della distribuzione agli investimenti esteri, in virtù della quale si potranno stabilire in Vietnam centri di vendita sia all'ingrosso che al dettaglio a totale proprietà straniera. Restano alcune aree dove l'applicazione di quanto concordato è più lenta o le normative sono meno chiare. Con la progressiva attuazione degli impegni presi in sede di accesso all'Omc non solo le barriere tariffarie ma anche quelle non tariffarie si ridurranno notevolmente.

Con gli Stati Uniti d'America (Usa) è in vigore dal dicembre 2001 un accordo bilaterale. Esso ha aperto nuove opportunità al Vietnam, favorendo la crescita esponenziale delle esportazioni verso gli Usa, che tra il 2002 e il 2008 sono passate da 1 a 12 miliardi di Usd. Le importazioni sono invece cresciute da 458 a 2.635 milioni, con un aumento del 475%. L'accordo ha inoltre segnato l'avvio di una serie di importanti adattamenti strutturali, in seguito consolidati nel pacchetto di misure per l'accessione all'Omc. Nel giugno 2007 è stato siglato a Washington un *Trade and Investment Framework*

Agreement che mira ad ampliare la portata dell'accordo bilaterale sopra ricordato e, in prospettiva, a preparare la strada per un accordo di libero scambio.

In attesa dell'accesso all'Omc, l'UE aveva stipulato a sua volta accordi bilaterali con il Vietnam nel 2003 e 2004 sospendendo, in vista dell'eliminazione, le quote sulle importazioni di tessile e abbigliamento a fronte della garanzia di pari trattamento per l'UE rispetto a Stati Uniti e Giappone. La maggior parte dei beni vietnamiti esportati verso l'UE beneficia di dazi ridotti in applicazione del Sistema delle preferenze generalizzate (Spg), lo schema di riduzione tariffaria unilaterale applicato dalla UE a gran parte dei suoi scambi con i paesi in via di sviluppo. Tra i prodotti non coperti dall'Spg figurano, dal 1 gennaio 2009, tutti i tipi di calzature. Da ottobre 2006 sono stati imposti dazi aggiuntivi del 10% sulle calzature in cuoio prodotte in Vietnam, a seguito del rapido aumento delle relative importazioni. Nel mese di ottobre 2008 la Commissione europea ha avviato una procedura di revisione (o *expiry review*) sulle misure *antidumping*, che sono poi state rinnovate per ulteriori 15 mesi a dicembre 2009. Il *dossier* è stato al centro di un'ampia iniziativa da parte della diplomazia economica vietnamita, volta a metterne in evidenza gli effetti negativi di tali misure sia sui produttori del paese asiatico sia sui consumatori europei, entrambi costretti a fare i conti con un incremento di prezzo e una diminuzione del grado di competizione nel segmento di mercato in questione.

Ugualmente importanti sono gli impegni che il Vietnam ha assunto nel quadro dell'*Association of South East Asian nations free trade area* (Afta) e che includono una riduzione al 5% o meno dei dazi all'importazione su oltre 10.000 articoli e l'eliminazione delle restrizioni quantitative e delle barriere non tariffarie entro il 2012.² Questo consentirà ai prodotti vietnamiti di accedere a un mercato molto più ampio di quello domestico, dove peraltro i consumatori hanno esigenze qualitative e potere d'acquisto non paragonabili a quelli dei paesi industriali. La diminuzione delle tariffe di importazione, se da un lato ridurrà i costi di produzione, rendendo i prodotti vietnamiti più competitivi sui mercati mondiali, dall'altro esporrà settori dell'economia vietnamita alla concorrenza di altri paesi dell'area. Nell'attuazione degli impegni assunti si sono registrate difficoltà nell'applicazione delle nuove tariffe e resistenze da parte vietnamita ad aprire effettivamente settori protetti quali l'assemblaggio di auto e motocicli.

Ulteriore slancio alle relazioni economiche regionali dovrebbe derivare dai negoziati avviati dall'*Association of South East Asian Nations* (Asean) per la realizzazione di zone di libero scambio con Australia, Nuova Zelanda, Cina, Corea del Sud, Giappone e India. Si prevede che tutti gli accordi escluso quello con il Giappone, già operativo, entrino in vigore prima della fine del 2010. Pur se il Vietnam gode abitualmente di una posizione di favore in virtù della sua condizione di paese in via di sviluppo e del fatto che ha aderito all'Asean dopo la sua creazione, è facile prevedere che i suoi rapporti economici con i paesi dell'Associazione e con quelli che aderiscono ad accordi preferenziali con la stessa avranno uno slancio maggiore rispetto alle relazioni con paesi terzi. In questo senso preoccupa il ristagno dei negoziati con l'UE nel suo complesso, segnale di difficoltà che vanno al di là degli specifici rapporti con il Vietnam e dell'ambito economico propriamente inteso.

Esistono infine altri accordi di libero scambio raggiunti o in fase di negoziazione tra Asean e/o Vietnam e altri paesi. Quello stipulato nel febbraio 2009 con Australia e Nuova Zelanda, entrato in vigore il 1 gennaio 2010, è stato il primo con un'area geografica come controparte per entrambi i gruppi di paesi firmatari. Prevede l'eliminazione graduale entro 10 anni di tutti i dazi sulle importazioni dall'Asean, mentre quest'ultima ridurrà a

zero i dazi sul 96% delle importazioni dai due paesi australi. Fondi a dono per 20 milioni di dollari australiani sono stati stanziati per il solo Vietnam dall'Australia per finanziare azioni di formazione e assistenza tecnica connesse con l'accordo.

Con la Cina, l'Asean ha sottoscritto un accordo quadro nel novembre del 2002 e ha successivamente concluso nel 2004 un accordo per la liberalizzazione del commercio di beni e nel 2007 un accordo simile riguardo ai servizi. All'inizio del 2010 entrambi sono entrati in vigore, consentendo l'eliminazione dei dazi sul 90% dei prodotti scambiati tra Cina e sei paesi membri dell'Asean.³ I restanti paesi membri dell'Associazione, Vietnam incluso, potranno dilazionare fino al 2015 l'apertura dei propri mercati. Le riduzioni dei dazi saranno di notevole entità: secondo fonti governative cinesi i dazi medi cadranno in Cina dal 9,8% allo 0,1% e nei paesi controparte dal 12,8% allo 0,6%.

Ad agosto 2009 Asean e India hanno concluso un accordo per la liberalizzazione degli scambi di beni. I relativi negoziati erano cominciati nel 2002.

All'interno di un accordo quadro firmato nell'aprile 2008, a dicembre dello stesso anno è entrato in vigore tra Vietnam e Giappone un *Economic Partnership Agreement* che prevede l'eliminazione completa, entro dieci anni, dei dazi sul 92% delle merci scambiate tra i due paesi e un accordo per lo sviluppo dell'industria di supporto nei settori rilevanti per gli investitori giapponesi.

Dal canto suo, la Commissione dell'UE ha avviato, nel maggio 2007, i negoziati per un accordo di libero scambio con l'Asean che però sono giunti a una fase di stallo, spingendo la Commissione a privilegiare la stipula di accordi bilaterali. Il primo verrà concluso con Singapore. Il Vietnam ha segnalato il proprio interesse a concludere un accordo con l'UE in breve tempo.

Il Vietnam fa inoltre parte di due importanti organizzazioni per la facilitazione dei rapporti economici. La prima è l'*Asia Pacific economic co-operation* (Apec) e raggruppa i principali paesi asiatici, Russia compresa, gli Stati Uniti d'America e l'Australia. I suoi obiettivi prevedono una completa liberalizzazione degli scambi, entro il 2010 per le economie più avanzate ed entro il 2020 per quelle ancora in via di sviluppo. La seconda è l'*Asia Europe meeting* (Asem), che comprende i paesi membri dell'UE da un lato e 16 paesi asiatici dall'altro.

6. Barriere tariffarie e non tariffarie

Nonostante il forte peso delle importazioni e delle esportazioni di beni, che denota un grado di apertura tra i più alti del Sud Est Asiatico, alcuni settori rimangono ancora assai protetti. Al momento dell'accessione all'Omc la media semplice delle tariffe era del 17,4%, il Vietnam essendosi impegnato a ridurlo al 13,5% in un periodo tra i 5 e i 7 anni. Rimarrà elevato il livello medio dei dazi sui prodotti agricoli, che scenderanno peraltro dal 25,2% al momento dell'accessione al 21%, mentre sui prodotti industriali si passerà dal 16,6% al 12,6%. Il governo si è riservato la possibilità di sottoporre a dazi particolarmente elevati le bevande alcoliche, i prodotti a base di tabacco, il caffè solubile, gli autoveicoli nuovi e usati e alcuni materiali da costruzione. Si sono inoltre verificati casi di imposizione di dazi all'esportazione su prodotti intermedi o agricoli per evitare che gli stessi scarseggiassero sul mercato locale.

I dazi, sia all'importazione che all'esportazione, sono stati variati anche repentinamente negli ultimi anni. Inoltre le procedure doganali sono complicate, discrezionali e talvolta hanno tempi difficilmente prevedibili. Gli alti livelli dei dazi favoriscono il contrabbando e pongono i beni importati in una situazione di svantaggio competitivo, perlomeno dal

punto di vista del prezzo e qualora esistano sostituti prodotti *in loco*. Alcuni beni sono soggetti anche ad accise: tra i più importanti ricordiamo le bevande alcoliche (tra il 15 e il 75%) e i veicoli (dal 30 al 100%, con una quasi totale esclusione per quelli assemblati localmente). L'accisa viene applicata sul prezzo del bene comprensivo della tariffa. Dal 1 aprile 2009 l'accisa è stata convertita in una *special consumption tax* su beni e servizi considerati di lusso, tra i quali automobili e motocicli di cilindrata superiore ai 125 cc.. Tale misura, approvata dall'Assemblea Nazionale nel corso del 2008, è stata contestata dai rappresentanti dell'industria locale e degli investitori stranieri.

D'altro canto, l'accessione all'Omc ha determinato significativi miglioramenti. Oltre all'estensione dello *status* di nazione più favorita a tutti i paesi membri, è stata conseguita una maggiore trasparenza nella gestione delle tariffe, con precisi valori-obiettivo per molti dazi e una generale tendenza alla riduzione. Una nuova struttura tariffaria per l'esportazione e l'importazione è stata formulata e applicata a partire dal 2008. È altresì in corso un processo di ammodernamento del sistema doganale. I dazi massimi all'importazione sono stati ridotti per il 94% delle voci doganali e quelli minimi per oltre 200 categorie di prodotti. Anche a causa dell'inasprirsi del *deficit* di bilancia commerciale, il governo vietnamita è intervenuto per limitare la domanda di beni di lusso importati aumentando le relative tariffe. Si prevede quindi che ancora per diversi anni resteranno elevati i dazi sulle automobili (90% massimo al momento dell'accessione) e sui ciclomotori, che dal 95% passeranno al 70% entro 7 anni.

Con la revisione delle accise sulle bevande alcoliche, sono state peraltro eliminate le discriminazioni a danno delle bevande a più alta gradazione importate dall'estero.

Il Vietnam ha avviato l'eliminazione graduale delle misure non tariffarie sulle importazioni a partire dal 2000. Dal 1998 le imprese vietnamite non sono più soggette a licenza per esportare ed importare, tranne che in alcuni casi, mentre quelle a capitale straniero hanno visto gradualmente diminuire le restrizioni cui sono ancora soggette, pur non potendo ancora importare beni incompatibili con la propria licenza di investimento. In certi settori, come ad esempio tabacco lavorato e derivati, petrolio e derivati, pubblicazioni periodiche, incisioni fonografiche e cinematografiche e aeromobili e loro parti, il commercio estero è soggetto a monopolio pubblico. Gli importi da pagare per alcuni servizi fondamentali per il commercio, quali quelli portuali, sono ancora molto alti rispetto ad altri paesi della regione. Il Vietnam inoltre proibisce, o sottopone a severa limitazione e autorizzazione, l'importazione di armi, sostanze chimiche tossiche, prodotti culturali "depravati e reazionari", sigarette e pezzi di ricambio per autovetture usati. Un numero limitato di prodotti è soggetto a restrizioni quantitative. In visibile miglioramento, grazie al processo di adesione all'Omc, sono risultati i metodi di valutazione doganale utilizzati dall'amministrazione vietnamita, che avevano in passato creato seri problemi agli importatori.

Nel corso del 2009 è riemersa una tendenza, peraltro mai del tutto cancellata, a contenere le importazioni non solo di beni di lusso ma anche di altro tipo e a incoraggiare l'acquisto di prodotti vietnamiti invece che stranieri. I mezzi di comunicazione di massa, le autorità e il sistema finanziario hanno segnalato a più riprese l'importanza di centrare l'obiettivo del contenimento del deficit attraverso la limitazione delle importazioni.

7. Il sostegno delle istituzioni e delle associazioni alla presenza delle imprese italiane

Il Vietnam è stato oggetto di un'attenzione crescente da parte delle istituzioni preposte al sostegno delle imprese italiane. Il governo, attraverso gli uffici del Ministero degli Affari

esteri e dell'Istituto nazionale per il commercio estero (Ice) aventi sede rispettivamente ad Hanoi e Ho Chi Minh City, ha investito risorse notevoli nell'assistenza e nella promozione degli scambi e degli investimenti. I due uffici hanno lavorato in stretta collaborazione.

L'Ambasciata italiana ha seguito una serie di *dossier* sia sul versante della politica commerciale che su quello del sostegno alla presenza di imprese italiane in Vietnam, riservando particolare attenzione agli investimenti diretti e alle problematiche doganali.

L'Ice ha triplicato il personale del proprio ufficio, a tempo determinato e indeterminato, tra il 2006 e il 2009, anche grazie a programmi a termine per la protezione della proprietà intellettuale e per la facilitazione degli investimenti, nonché in virtù dell'apertura di nuove linee di attività in settori promettenti come infrastrutture, cosmetica, vini e servizi e prodotti per il turismo e al rafforzamento di quelle in settori già oggetto di attenzione in passato. Tali programmi sono stati in gran parte finanziati da fondi *ad hoc* messi a disposizione dal Ministero dello Sviluppo economico (Mse) e sono consistiti nella produzione di informazioni e ricerche e nell'organizzazione di missioni imprenditoriali e di studio e di eventi di promozione commerciale come ad esempio fiere, corsi di formazione, seminari tecnologici e sessioni di incontri di affari. Sono contestualmente aumentate le richieste di servizi di assistenza personalizzati da parte di imprese italiane, anche a seguito delle numerose missioni istituzionali e/o imprenditoriali che hanno avuto luogo negli ultimi anni.

L'Ufficio dell'Ice ha sperimentato una crescita molto forte delle attività e dei carichi di lavoro, tale da suggerire un ampliamento permanente dell'organico per adeguarlo a quel che si prospetta come un vero e proprio salto quali-quantitativo nella presenza dell'Istituto in Vietnam. Alcune Regioni (Emilia Romagna, Toscana, Lombardia e Veneto) e Province (Roma e Napoli), attraverso le articolazioni amministrative competenti, hanno dato un contributo importante alla facilitazione degli scambi commerciali, sostenendo iniziative in diversi settori.

Gli Istituti di credito e assicurativi Simest e Sace hanno supportato, offrendo i propri prodotti finanziari, le imprese italiane in Vietnam. Entrambi sono stati maggiormente attivi in tempi recenti. La Simest in particolare ha acquisito partecipazioni di capitale in alcuni dei maggiori investimenti italiani nel paese.

Le Associazioni di categoria italiane, sia a livello territoriale sia di settore e di confederazione, hanno sostenuto nelle sedi competenti la scelta del Vietnam come paese prioritario compiuta dal Mse al momento di redigere le linee di indirizzo dell'attività promozionale per il triennio 2008-2010.

Il sostegno delle diverse componenti del sistema Italia si è espresso in modo compiuto in occasione della missione ItaliaVietnam, organizzata nel novembre 2008 da Associazione Bancaria Italiana, Confindustria e Ice con il sostegno dell'Ambasciata italiana e guidata dal Ministro dello Sviluppo Economico, Claudio Scajola. Risulta da alcune indagini di opinione, sia indipendenti che condotte dall'Ice, che i partecipanti sono rimasti pienamente soddisfatti della missione e hanno in gran parte continuato a mantenere contatti con controparti vietnamite nei mesi seguenti.

8. Conclusioni e raccomandazioni

Nonostante le esportazioni italiane verso il Vietnam rappresentassero nel 2008 lo 0,12% di quelle verso il mondo, la quota delle importazioni vietnamite detenuta dalle imprese italiane fosse pari a circa l'1% e gli investimenti diretti nel paese complessivamente ancora di entità modesta, la scelta di un forte sostegno nei confronti delle imprese esportatrici e investitrici è ampiamente giustificata non solo dalle prospettive di sviluppo di quella che da molti è stata definita la “nuova tigre asiatica” ma anche dalle difficoltà che gli operatori incontrano nell'approccio al mercato. Tali difficoltà sono certo inferiori rispetto ad altri paesi dell'area, in primo luogo la Cina, ma continuano a costituire una barriera che è facilmente superabile solo da chi, per nascita o elezione, abbia acquisito una certa familiarità con l'ambiente economico-commerciale locale e con il modo di condurre gli affari tipico di questa parte del mondo. Tanto più si giustifica, sia per le imprese che per il settore pubblico, la necessità di una presenza duratura, informata e lungimirante in Vietnam.

Dai dati e dall'analisi fin qui compiuta emergono pertanto le seguenti raccomandazioni.

1. È opportuno che le imprese evitino di puntare soltanto sui vantaggi comparati in termini di costo del lavoro e di altri fattori produttivi, ora presenti ma destinati ad affievolirsi con il progredire dell'integrazione del paese nell'economia regionale e mondiale, e si concentrino sulle sfide che il Vietnam affronterà nei prossimi anni.
2. Tali sfide, concentrate sugli investimenti delle industrie in settori e tecnologie relativamente più avanzati, vedranno i produttori italiani posizionati favorevolmente grazie alle soluzioni e alle esperienze acquisiti finora, alla buona reputazione maturata, al netto delle difficoltà sopra segnalate in materia di assistenza post-vendita, e al forte supporto di istituzioni e associazioni.
3. Un aumento della presenza di produttori e fornitori di servizi nel comparto dei beni di consumo è anch'esso auspicabile, tenendo presente che il mercato è ancora in una fase di crescita convulsa e occorre posizionarsi tempestivamente e correttamente per valorizzare in modo adeguato il proprio *mix* di prezzo e prodotto.
4. Alcuni settori dei servizi, come quelli della finanza, della pubblicità, delle costruzioni, del commercio e dell'educazione, meritano tutta l'attenzione possibile da parte del sistema di sostegno e delle imprese. Le opportunità d'affari da cogliere, talora anche in connessione con i finanziamenti resi disponibili dalle istituzioni finanziarie multilaterali, possono rivelarsi altamente profittevoli.
5. È indispensabile continuare a sostenere un aumento degli investimenti italiani in Vietnam, rendendo partecipi le imprese italiane delle innumerevoli opportunità di affari presenti sul mercato e attenuando le lacune informative che ostacolano una piena valutazione di tali opportunità attraverso un'azione diffusa e persistente di divulgazione di studi, ricerche e *know how*, in collaborazione con i principali attori locali e globali.
6. Occorre dare un impulso forte alla conclusione di nuovi accordi commerciali, anche in prospettiva Asean, tra Vietnam e UE, colmando un vuoto che rende più competitivi i prodotti di altri paesi controparte, superando le acrimonie generate dalle dispute sul presunto *dumping* di calzature in cuoio da parte dei produttori vietnamiti sui mercati comunitari e puntando ad assicurare al Vietnam lo *status* di paese a economia di mercato, quale in effetti è ormai a tutti gli effetti nella maggior parte dei settori produttivi. Al tempo stesso è importante comprendere e far comprendere meglio l'impatto della serie di

nuovi accordi che stanno per entrare in vigore attorno all'Asean e che potrebbero rendere ancora più opportuna la scelta del Vietnam come "paese-ponte" verso il Sud Est Asiatico.

9. Bibliografia e sitografia minime

H. Tran Thanh, G. Romano, S. Scagliotti, G. Tavella (curatori), *Investire in Viet Nam*, Neos Edizioni, Torino 2009

Territori e parchi industriali in Vietnam, Club dei 15, Vicenza 2009

Ambasciata d'Italia ad Hanoi	http://www.ambhanoi.esteri.it/
Apec	http://www.apec.org/
Asean e Afta	http://www.aseansec.org/
Asem	http://ec.europa.eu/comm/external_relations/aseam/intro/index.htm http://www.aseminfoboard.org
Banca mondiale	http://go.worldbank.org/KBUY9LVDY0
Banca asiatica di sviluppo	http://www.adb.org/Vietnam/default.asp
Desk investimenti Ice	http://www.ice.gov.it/paesi/asia/vietnam/upload/198/investire_in_vietnam.pdf
Desk per la tutela della proprietà intellettuale	http://www.mincomes.it/ipr_desk/ipr_desk.htm
Presenza italiana in Vietnam	http://www.ice.gov.it/paesi/asia/vietnam/upload/198/presenza.pdf
Sace	http://www.sace.it/ => Vietnam
Simest	http://www.simest.it/ => Vietnam
Ufficio Ice	http://www.ice.it/paesi/asia/vietnam/index.htm
Hochiminh City	

¹ L'uso di dati dei paesi controparte è reso necessario dalla indisponibilità di dati ufficiali vietnamiti sufficientemente aggiornati e dettagliati. In quel che segue, ove non altrimenti specificato, laddove si commentino dati settoriali i flussi relativi al "mondo" equivalgono alla somma dei flussi da o per i seguenti paesi dichiaranti. Argentina, Austria, Australia, Belgio, Brasile, Bulgaria, Canada, Cile, Cina, Cipro, Colombia, Corea del Sud, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Grecia, Hong Kong, riesportazioni di Hong Kong e Cina, India, Indonesia, Irlanda, Islanda, Italia, Lussemburgo, Lettonia, Lituania, Malesia, Malta, Messico, Nuova Zelanda, Paesi Bassi, Portogallo, Norvegia, Perù, Regno Unito, Filippine, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Singapore, Svezia, Svizzera, Slovenia, Slovacchia, Spagna, Sri Lanka, Stati Uniti d'America, Sud Africa, Tailandia, Taiwan, Turchia, Ungheria e Venezuela.

² Dell'Afta così come dell'Asean fanno attualmente parte Brunei, Cambogia, Indonesia, Laos, Malesia, Myanmar, Filippine, Singapore, Tailandia e Vietnam. Myanmar, Cambogia, Laos e Vietnam hanno ottenuto di posticipare la liberalizzazione di una parte del commercio estero intra-area al 2012.

³ Brunei, Indonesia, Malesia, Filippine, Singapore e Tailandia.