

**EXPORT
DESTINAZIONE VIETNAM?
RISPONDONO GLI ESPERTI
CONSIGLI PRATICI PER INVESTIRE TRA I DELTA DEL FIUME ROSSO E DEL MEKONG¹**



Con un tasso di crescita del PIL che la **Banca Mondiale** stima in 5,4 % nel 2014, una popolazione di circa 90 milioni di abitanti, una localizzazione geografica in un'area di sviluppo chiave a livello mondiale, **il Vietnam è un Paese che sempre più interessa gli operatori economici italiani.**

Basta pensare che tra il 2009 e il 2012 l'interscambio commerciale di Italia e Vietnam è quasi raddoppiato, mentre lo scorso anno le nostre esportazioni nel Paese asiatico hanno registrato un + 35% rispetto al 2012, raggiungendo la cifra di 600 milioni di euro.

Buoni risultati destinati a crescere, man mano che procede lo sviluppo del Vietnam e con esso la fame di nuovi prodotti. Così come nell'ottica di una sempre maggiore integrazione del mercato dell'Unione Europea con quello dei Paesi dell'ASEAN ('Associazione delle Nazioni del Sud-Est Asiatico'), che riunisce dieci Stati dell'area.

Come entrare in questo grande mercato emergente, ma anche così lontano? Abbiamo chiesto alcune 'dritte' a **Federico Vasoli**, Avvocato dello Studio legale **de Masi Taddei Vasoli**, e **Lorenzo Riccardi**, Dottore Commercialista presso **RSA Asia Tax Advisors**: due esperti di Vietnam e delle sue regole.

Quali sono le principali difficoltà, a livello legale e fiscale, che normalmente l'impresa italiana incontra nel suo ingresso nel mercato vietnamita?

Riccardi: Ad oggi l'accesso al credito limitato e il forte impatto burocratico rappresentano le principali criticità per l'investitore estero. La complessità e mancanza di trasparenza nell'implementazione della normativa locale, l'eccessiva burocratizzazione e una componente di corruzione rendono più arduo l'ingresso al mercato rispetto alle economie occidentali. Una conoscenza del mercato, analisi mirate e la comprensione delle modalità di business sono punti chiave per poter pianificare un investimento nel paese.

¹ Giovanni Andriolo su "L'Indro",
<http://www.lindro.it/economia/2014-11-12/149188-destinazione-vietnam-rispondono-gli-esperti>

Vasoli: Il primo ostacolo è in realtà di natura culturale: chi non conosce il Paese tende o ad ignorarne le grandi potenzialità per l'industria italiana (manifattura a costi contenuti e a qualità generalmente elevata), o ad esaltarne alcune caratteristiche (ad esempio, il numero potenziale di consumatori). Inoltre, mentre la Costituzione e le leggi principali, sono tradotte anche in inglese e in altre lingue ampiamente diffuse e sono disponibili sovente anche su Internet, la normativa di dettaglio (regolamenti e circolari) è quasi sempre disponibile solo in vietnamita e solo su database specializzati. Una volta avviato un investimento in Vietnam, poi, non deve essere sottostimata l'attività di 'reporting' alle Autorità competenti.

Quindi anche in Vietnam, come in altri mercati emergenti, è rilevante il rapporto culturale e personale tra i contraenti, oltre ai vincoli contrattuali?

Vasoli: Assolutamente sì. Ancorché sempre più vietnamiti abbiano ricevuto un'istruzione di stampo anglosassone, soprattutto nelle università di Paesi più o meno vicini, come Australia, Singapore, Canada etc., con una grande generalizzazione si può sostenere che i vietnamiti siano i più italiani della Regione: il ruolo della tavola, della famiglia, delle festività tradizionali è importante e i vietnamiti sono piuttosto orgogliosi della loro storia e della loro cultura.

A livello legale, come si entra nel mercato vietnamita?

Vasoli: E' piuttosto semplice, rispetto ad altri Paesi della Regione, ma occorre prendere alcune importanti precauzioni: innanzitutto, effettuare opportune 'due-diligence' sugli interlocutori e tutelare fin dalle prime fasi informazioni sensibili e diritti di proprietà intellettuale e industriale.

Ovviamente, il 'business' dev'essere conforme all'ordinamento locale sia agli altri ordinamenti rilevanti: ad esempio, chi produce in Vietnam per esportare in Unione Europea dovrà attenersi alle regole vietnamite, così come a quelle dell'Unione.

Due sono i modelli di investimento in Vietnam: uno consiste nella presenza sul posto, con la costituzione di un ufficio di rappresentanza, di una filiale o di una società; l'altro, invece, si traduce in **lavoro a distanza**, ossia tramite rapporti contrattuali con soggetti vietnamiti (fornitori, clienti etc.).

In estrema sintesi, la presenza sul posto, produttiva o commerciale, è la vera chiave di volta per il successo di un 'business' in loco, ma è sottoposta, com'è logico, alle regole locali.

I dazi tra Vietnam e Unione Europea sono tendenzialmente elevati, ma si tratta di una materia in fase di evoluzione, alla luce del prossimo accordo di libero scambio tra i due territori e anche della prossima piena attuazione dell'accordo ASEAN tra tutti i Paesi della Regione e dei trattati tra ASEAN e Paesi limitrofi.

Sono alte le imposte sui redditi societari? La legge prevede degli incentivi fiscali? Esistono in Vietnam, analogamente ad altri Paesi, "Zone" con condizioni fiscali speciali, più favorevoli all'investitore?

Riccardi: La 'Law on Enterprise Income Tax' (EITL), approvata nel maggio 2008, ha introdotto una riforma fiscale che ha variato in modo integrale il sistema tributario del Paese negli anni recenti: tra le altre misure, ha radicalmente modificato la tassazione delle persone giuridiche, locali e straniere, inserendo progressive riduzioni per l'aliquota d'imposta, e ha concesso incentivi fiscali in base alla localizzazione degli investimenti, sia in aree con difficoltà socio-economiche sia in zone interessate da progetti di alta tecnologia.

Il Governo vietnamita ha **incoraggiato maggiormente alcuni settori**: alta tecnologia, impianti idrici, centrali elettriche, aeroporti, porti marittimi e fluviali e altre infrastrutture di rilievo; ha incentivato la ricerca scientifica, l'istruzione e la formazione professionale, l'assistenza medica, la cultura e lo sport, la tutela dell'ambiente.

Il Vietnam, dalla riforma del 2009 ad oggi ha emanato una serie di norme e regolamenti atti ad attrarre un maggior numero di investimenti esteri, garantendo sgravi ed esenzioni fiscali che raramente possono essere colti in Cina o in altri Paesi emergenti della Regione asiatica.

I parchi industriali vicini a Ho Chi Minh City ed Hanoi presentano le migliori occasioni per ottenere agevolazioni e ottimizzare la logistica nella regione.

Infine, l'ingresso del Vietnam nell'ASEAN garantisce transazioni con dazi esenti o agevolati per un'ampia gamma di settori.

Ci sono limitazioni al trasferimento fuori dal Vietnam di profitti o dividendi generati nel Paese?

Riccardi: Il limite del trasferimento di profitti fuori dal Paese, che solitamente avviene tramite distribuzione di dividendi, è pari all'ammontare di profitto generato dall'azienda stessa per quell'anno. Non vi sono limitazioni se non una specifica approvazione, 'audit' e una procedura che conferma la corretta gestione societaria.

Quali settori, nel panorama italiano, ritenete che abbiano maggiori possibilità di successo sul mercato vietnamita?

Vasoli: Il Vietnam è un luogo di ottima manifattura, a costi contenuti e a quantitativi non necessariamente elevati (in altre parole, far produrre localmente quantitativi ridotti di prodotti è fattibile e conveniente). Il potere d'acquisto degli abitanti dei centri urbani cresce di anno in anno, ma è ancora piuttosto contenuto, così come, mentre i maggiori 'brand' esercitano una forte attrazione, è ancora ridotta la conoscenza di prodotti di qualità ma il cui marchio non è particolarmente famoso in Vietnam. I settori meccanico, agroindustriale, medicale, enogastronomico e la realizzazione di infrastrutture possono offrire ottime opportunità alle imprese italiane.

Riccardi: Per l'Italia vi sono ampie possibilità nel settore della meccanica considerando il ruolo produttivo del Vietnam in particolare rivolta al tessile e calzaturiero. Anche chi punta alla Cina o all'Indonesia, grazie agli accordi tra Cina e ASEAN può beneficiare dei bassi costi di produzione del Vietnam per accedere ad un mercato ASEAN allargato che si considera la più grande area di libero scambio al mondo.

Con la crescente 'upper class' aumentano inoltre le opportunità nel lusso e nei prodotti di alta gamma. Ad oggi i principali marchi francesi e italiani del 'fashion' hanno aperto boutique a Ho Chi Minh City e il mercato dei nuovi ricchi è in costante evoluzione.

Design, food e qualità del 'made in Italy' sono le principali attrattive del nostro Paese in questo mercato. Ducati ha aperto due 'showroom' e Ferrari spinge lo sviluppo del Sud-est asiatico.

- See more at: <http://www.lindro.it/economia/2014-11-12/149188-destinazione-vietnam-rispondono-gli-esperti#sthash.NliafLMd.gxDCYfkE.dpuf>