

# Stay Export

## SCHEDA INFORMATIVA

### LE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO PER RAFFORZARE E DIVERSIFICARE LA PRESENZA DELLE IMPRESE SUI MERCATI

CAMERA DI COMMERCIO DI: BANGKOK  
AGGIORNAMENTO AL: 18 DICEMBRE 2020

#### 1. MISURE NAZIONALI A SOSTEGNO DELLA LIQUIDITÀ DELLE IMPRESE, UTILI AD ANTICIPARE EVENTUALI PROBLEMI DI SOLVIBILITÀ

La Pandemia di Covid-19, percepita come una delle più gravi battute d'arresto per l'Economia Thailandese, ha ricevuto un immediato intervento del Governo che ha permesso e concesso misure di sostegno e supporto alle imprese e alle industrie gravemente colpite.

Sono state perciò approvate 3 fasi per limitare l'impatto della epidemia di Covid-19: la prima fase (lanciata il 10 Marzo 2020) ha registrato un'iniezione di 400 miliardi di THB, mentre la seconda (attivata il 24 Marzo 2020) ha avuto un budget totale di 117 miliardi di THB, entrambe le azioni hanno avuto l'obiettivo di aumentare la liquidità sia per le imprese (estensioni di scadenze, esenzioni dal pagamento di tasse o prestiti bancari, riduzione delle tasse SSO - Social Security Office, riduzione degli affitti commerciali, tasse governative, e altro) che per i privati (contributo di 5,000 THB mensili a lavoratori non coperti dalla Social Security Fund (SSF), prestiti agevolati con tassi d'interesse ridotti, riduzione del tasso d'interesse per banche e altro).

La terza fase (Aprile 2020), valevole per 1.9 mila miliardi di Baht Thailandesi (pari a circa il 9% del PIL del Paese) ha avuto una ripartizione dei fondi in: 1.000 miliardi di THB a sostegno della popolazione, delle zone rurali e per alleviare la spesa sanitaria pubblica; concessione da parte della Banca di Thailandia di una moratoria del debito per le PMI (500 miliardi di prestiti al tasso del 2% e di esenzione dal pagamento delle rate per un periodo fino a 6 mesi, per prestiti fino a 100 milioni); costituzione di un fondo di stabilizzazione da 400 miliardi di THB per sostenere il mercato delle obbligazioni societarie; finanziamento dai ministeri di 80-100 miliardi di THB come misura finanziaria volta a fronteggiare e gestire l'epidemia.

Per le aziende e i privati di non nazionalità thailandese, il Governo thailandese fornisce incentivi fiscali che siano interessati a usare il Paese come un hub di sviluppo commerciale e con trasferimento di "know-how" tecnologico.

## 2. SITUAZIONE ALLE DOGANE/FRONTIERE

L'Europa ha ristabilito un dialogo bilaterale con la Thailandia da gennaio 2020 al fine di abbattere e/o ridurre le barriere doganali e tariffarie a favore dello sviluppo commerciale. Tuttavia la situazione di emergenza sanitaria dovuta dal Covid-19 sta provocando dei rallentamenti in alcuni settori che vanno monitorati, specie a livello turistico e di quarantena. Il Governo ha inoltre assegnato e certificato le strutture ricettive per l'accoglienza di coloro che desiderano entrare nel Paese. Per maggiori informazioni si prega di visitare i seguenti sitiweb: <https://www.agoda.com/quarantineth> - <http://hsscovid.com/>.

## 3. TRASPORTI E LOGISTICA: PORTI E AEROPORTI SONO PIENAMENTE FUNZIONANTI? IL SISTEMA DI TRASPORTO INTERNO FUNZIONA? I TEMPI DI CONSEGNA SI SONO ALLUNGATI?

L'industria logistica thailandese dovrebbe contrarsi del 10% quest'anno a causa della pandemia di Covid-19. Il settore rappresenta circa il 14% del PIL del Paese (16 mila miliardi di THB). Circa l'80% del sistema logistico del Paese è costituito dal trasporto terrestre, il 10% per via navigabile, il 2% su rotaia e il resto dall'aviazione. Inoltre, il servizio di consegna a domicilio servito dai vari vettori (Grab, LineMan, Kerry Express, GoJek, ecc...) sta registrando un incremento dovuto al boom degli acquisti online.

La Thailandia ha un buon sistema logistico e di trasporti se paragonato agli altri 9 paesi confinanti: con 52 aeroporti e due porti commerciali e una rete stradale efficace, i trasporti sono buoni. Il settore delle ferrovie andrebbe implementato e in questo frangente il Governo ha sbloccato diversi finanziamenti. Per quanto riguarda l'emergenza sanitaria globale, ci sono dei ritardi su alcuni trasporti e rincaro di prezzi per quanto riguarda il trasporto aereo.

## 4. CONTRATTUALISTICA: ESISTONO RIPERCUSSIONI GIURIDICHE DELL'EMERGENZA? CI SONO DELLE CLAUSOLE CHE È OPPORTUNO INSERIRE? CI SONO RIMEDI IN CASO DI RAPPORTI DI FORNITURA O ANNULLAMENTO EVENTI, ECC.?

A causa della pandemia di Covid-19, il Ministero Italiano per il Commercio Estero ha dato disposizioni e rilasciato certificazioni per giustificare ritardi nelle consegne e nella produzione di merce destinata all'export evitando di subire multe o penali. Questa certificazione è valida anche per la Thailandia.

## 5. CERTIFICAZIONI/ATTESTAZIONI: CI SONO NUOVI OBBLIGHI? ESISTONO RISCHI DI NUOVE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL PAESE PER ALCUNE PRODUZIONI ITALIANE?

Al momento non ci sono particolari certificazioni e/o attestazioni richieste dalle autorità locali.

## 6. LIMITAZIONI ALL'INGRESSO: CI SONO INIZIATIVE O CAMPAGNE A SUPPORTO DEI PRODOTTI LOCALI PIUTTOSTO CHE STRANIERI?

La diffusione del Covid-19 ha interrotto le catene di approvvigionamento e il commercio internazionale in tutta la regione. Le implicazioni per l'approvvigionamento alimentare sono state notevoli, con la crescente preoccupazione dell'opinione pubblica sulla sicurezza di ciò che mangiamo e beviamo. Sin da subito, il Governo ha supportato la promozione e la vendita di prodotti locali a discapito dei prodotti importati. Nonostante ciò, la Camera è riuscita a stringere e siglare della partnership con Retailer locali (per la GDO), portando nuovi brand e prodotti d'eccellenza italiana sugli scaffali dei supermercati e negozi thailandesi.

## 7. OPPORTUNITÀ DI BUSINESS: QUALI SONO I SETTORI A MAGGIORE POTENZIALE? QUAL È LA SITUAZIONE DELLA DISTRIBUZIONE AGROALIMENTARE, DEL SISTEMA MODA, DEL SISTEMA CASA E DEGLI ALTRI SETTORI MAGGIORMENTE TIPICI DEL MADE IN ITALY? QUAL È LA SITUAZIONE DELLA RISTORAZIONE ITALIANA NEL PAESE?

Al momento non registriamo particolari richieste dalle imprese thailandesi. Sappiamo che l'industria relativa all'Agribusiness ha forti potenzialità e che il Food (quello distribuito nella GDO) rimane un asset costante per l'Italia (export) e la Thailandia (import). Ci sono forti ripercussioni per la Moda, l'Arredo e la Ristorazione, con cali in picchiata vertiginosa relativa alle mancate vendite, alla solidità finanziaria dei nuclei familiari e dal settore turistico-alberghiero. Molti licenziamenti e lay-off dovuti ai cali, chiusure di negozi e strutture ricettive soprattutto nelle zone di turismo di massa, soprattutto nelle zone costiere o isolate. Buona la domanda domestica che però non riesce a controbilanciare le ondate pre-Covid dei turisti stagionali.

## 8. QUAL È LA SITUAZIONE DELLE VENDITE ON LINE E ATTRAVERSO PIATTAFORME DI COMMERCIO ELETTRONICO RISPETTO ALLA DISTRIBUZIONE FISICA? SITUAZIONE DEL DELIVERY NELLA RISTORAZIONE ITALIANA ALL'ESTERO?

Le vendite online sono in forte aumento e la logistica nel paese è estremamente funzionante, nonostante i numeri in decrescita a causa della pandemia di Covid-19. L'Home Delivery ha diversi player sul mercato, la CCIE BANGKOK ha firmato degli accordi di partenariata per ridurre le commissioni sulla vendita per i ristoratori (dal 30-35% al 20-25% attuale).

## 9. FIERE E ATTIVITÀ PROMOZIONALI NEL PAESE: SITUAZIONE E MODALITÀ

Sono state cancellate o riprogrammate le fiere internazionali o con forte presenza straniera. Si sono però svolte manifestazioni e attività fieristiche con maggiore concentrazione sulla presenza domestica di imprese e prodotti.

## 10. IMMAGINE DELL'ITALIA: PERCEZIONE E SUGGERIMENTI, CON SPECIFICO RIFERIMENTO AI SETTORI DEL MADE IN ITALY; POSSIBILI IPOTESI SUL TREND DI TURISMO DAL PAESE VERSO ITALIA

L'Italia è percepita positivamente per la moda, l'arredo, il design e l'agroalimentare. Il consumatore locale si aspetta ed è disposto a pagare un prezzo più alto per un brand italiano o comunque "Made in Italy". Ci sono però ancora forti problematiche dovute al fenomeno dell'Italian Sounding. Non solo la contraffazione ma anche la distorsione della percezione di prodotti non-italiani con quelli Made in Italy, tramite l'utilizzo improprio di immagini (o combinazioni cromatiche) e/o parole di richiamo all'Italia.

Al momento i viaggiatori thailandesi possono andare in Italia senza quarantena obbligatoria.

## 11. ALTRE INFORMAZIONI CONSIDERATE RILEVANTI PER LE IMPRESE ITALIANE

Non ci sono particolari suggerimenti o prescrizioni. Tuttavia, si consiglia vivamente di monitorare la situazione tramite l'Ambasciata thailandese di Roma e di visitare il sito [www.viaggiareassicuri.it](http://www.viaggiareassicuri.it)