



หอการค้าไทย-อิตาลี
THAI - ITALIAN
CHAMBER OF COMMERCE



**CONFINDUSTRIA
VENETO EST**
Area Metropolitana
Venezia Padova Rovigo Treviso

THAILANDIA **MERCATO DELL'ARREDO** OPPORTUNITA' PER LE AZIENDE ITALIANE



CHI SIAMO

Fondata nel 1978, la Camera di Commercio Italo-Tailandese (o Thai-Italian Chamber of Commerce, abbreviato in TICC) promuove il commercio, gli investimenti e lo scambio culturale tra Italia e Thailandia.

Riconosciuta ufficialmente nel 1982 dal Governo italiano, la TICC si è evoluta da iniziativa privata a protagonista chiave nelle relazioni bilaterali.

Nel corso degli anni, ha avviato partnership strategiche, delegazioni imprenditoriali e iniziative settoriali nei settori del Food & Beverage, della moda, dell'aerospazio, dell'istruzione e della gioielleria. Con sede a Bangkok, e circa 400 membri, la TICC sostiene attivamente l'eccellenza e l'innovazione italiana nel Sud-Est asiatico.

Dal 2023, abbiamo all'attivo un **Comitato Immobiliare** (Real Estate Committee), basato a Phuket, che si riunisce con cadenza di 4 mesi.

PERCHÉ LA THAILANDIA?

PANORAMICA STRATEGICA DEL MERCATO

Popolazione: ~70 milioni

Urbanizzazione: >50%

Crescita PIL: Ripresa stabile post-pandemia (circa 3%+ all'anno)

- Crescita della classe media e alta con redditi in aumento
- Sviluppo nei settori immobiliare, dell'ospitalità e del retail, che alimenta la domanda di interni di fascia alta
- Iniziativa governativa "Thailand 4.0", orientata a innovazione, design e smart cities



MERCATO DEI MOBILI E DEL DESIGN D'INTERNI

Dimensione stimata del mercato: ~100 miliardi di THB (ca 2,5 miliardi EUR)

Segmenti Chiave:

- Residential (condomini, abitazioni di lusso, branded residences)
- Ospitalità (hotel, resort, centri benessere)

Spazi commerciali e retail

Contract furniture: sviluppatori immobiliari, architetti, studi di interior design

Produzione locale vs importazioni: La produzione locale è forte nei segmenti del legno e dei mobili a basso costo. Le importazioni dominano nei segmenti di lusso, design-oriented e illuminazione.



PERCHÉ I BRAND ITALIANI HANNO UN VANTAGGIO COMPETITIVO



- **Riconoscimento globale** per qualità, artigianalità e design
- **Forte eredità italiana** nel settore dell'arredamento di lusso e su misura
- I brand italiani di illuminazione e interior design sono percepiti come trendsetter
- **Apprezzamento crescente** tra architetti e interior designer thailandesi per gli stili europei (in particolare italiani)
- Thailandesi ad alto reddito ed espatriati cercano sempre più brand europei legati allo stile di vita

INGRESSO NEL MERCATO E COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI



Key buyer personas:

- Interior designers & architetti
- Imprenditori immobiliari
- Proprietari Immobiliari ad alto reddito
- Operatori del settore dell'ospitalità

Canali di distribuzione:

- Showroom di alta gamma (Euro Creations, DMHome)
- Piattaforme online (e-commerce per illuminazione e articoli di piccole dimensioni)
- Partnership B2B (with developers, hotels)

Preferenze:

- Lusso minimalista, stile moderno-classico, sostenibilità
- Interesse per soluzioni personalizzabili e modulari



หอการค้าไทย-อิตาลี
THAI - ITALIAN
CHAMBER OF COMMERCE

Boffi 90TH

Minotti

B&B
ITALIA

FENDI
CASA


HERMÈS
PARIS

Calvin Klein
home

BERNHARDT
INTERIORS

PRINCIPALI ATTORI E COMPETITOR

Brand europei già presenti:

B&B Italia, Boffi, Poliform, Minotti, Artemide, Kartell, Flos

Brand locali di fascia alta che imitano l'estetica europea

Vantaggio strategico per i nuovi marchi italiani:

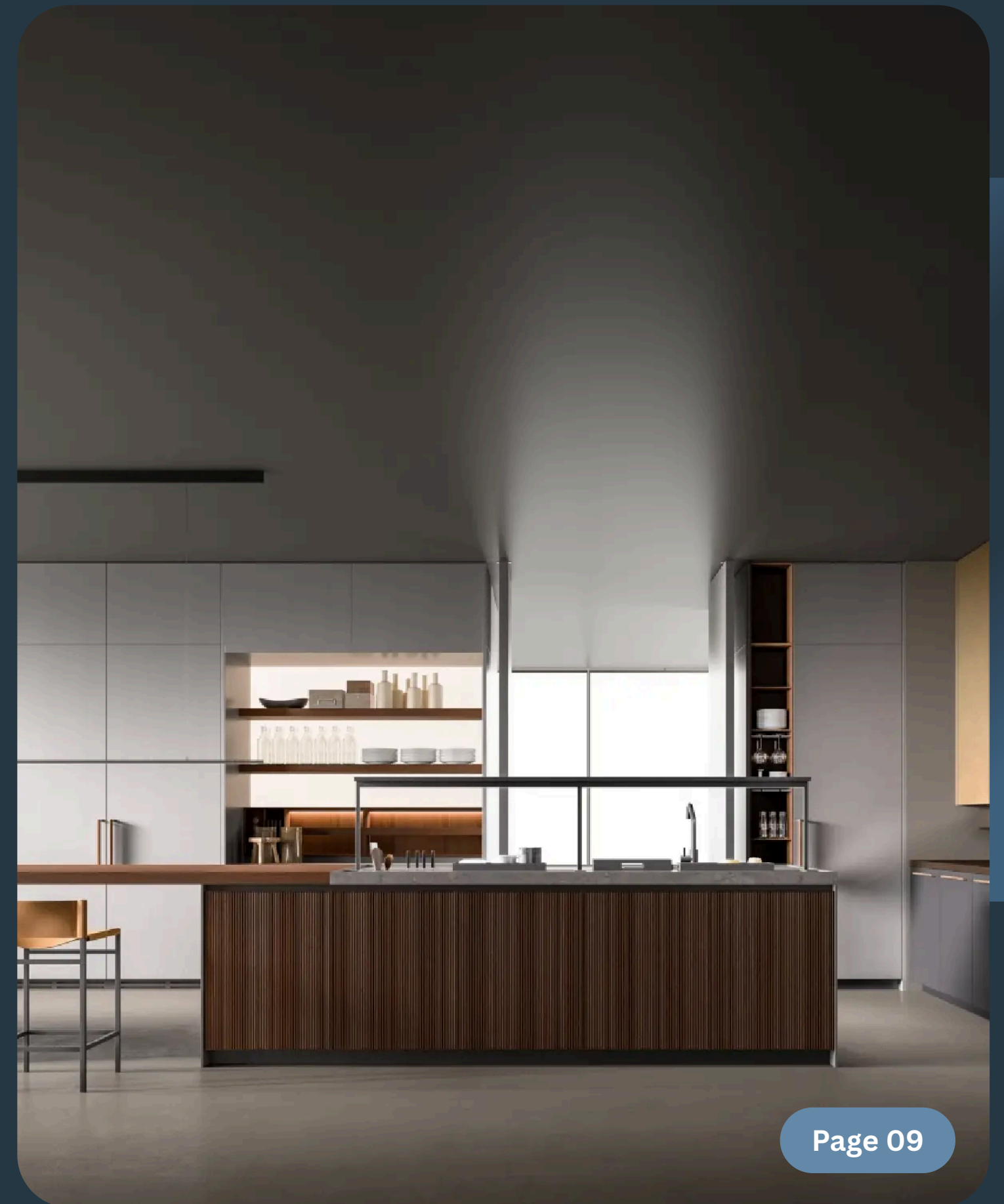
- Partnerships dirette
- Prezzi competitivi con branding di fascia premium
- Marketing mirato ai professionisti del design

ESEMPI

BOFFI IN ONE BANGKOK



Boffi, attraverso il suo distributore esclusivo Leafy, ha avviato una partnership strategica con One Bangkok, stabilendo un nuovo punto di riferimento per gli sviluppi residenziali di lusso in Thailandia.



ESEMPI

DOLCE & GABBANA CASA A MOTIF

DOLCE & GABBANA CASA

Dolce&Gabbana Casa ha inaugurato showroom in collaborazione con distributori locali di alta gamma come Modernform, Euro Creations e Olivia Living.



OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE ITALIANE

Contratti B2B:

Collaborare con sviluppatori thailandesi, hotel e architetti

Partnership con Showroom:

Entrare nel mercato tramite distributori di arredamento di alta gamma già affermati

Illuminazione e Decor:

Forte nicchia per l'illuminazione decorativa e smart lighting

Fiere di Settore:

Architect Expo, Thailand Furniture Fair

Design Sostenibile:

Domanda in crescita per materiali e processi produttivi eco-sostenibili

SFIDE DA CONSIDERARE

- Dazi d'importazione e logistica
- Tutela della proprietà intellettuale e imitazione dei prodotti
- Necessità di educare il mercato riguardo al posizionamento premium
- Adattamento culturale e adeguamento del design

ESEMPIO: ASPETTI DOGANALI E NORMATIVI DEI MOBILI IN LEGNO IN THAILANDIA

Dazi doganali (sui mobili in legno) :

- Mobili in legno: dazi fino al 30%, a seconda del materiale e del paese di origine (UE, ASEAN, ecc.).
- Imposta sul valore aggiunto (VAT): 7% applicata a tutti i beni importati.

Trattamenti fitosanitari obbligatori:

- Fumigazione o trattamento termico
- Accompagnati da un certificato fitosanitario

Volti a prevenire la diffusione di parassiti e malattie delle piante.



SUGGERIMENTI STRATEGICI

- **Stabilire Partnership Locali:** Trovare partner per showroom o agenti con accesso a clienti B2B e HNW (High Net Worth)
- **Partecipare a Eventi Fieristici:** Presentare le collezioni alle fiere del design locali
- **Raccontare il marchio:** Valorizzare l'eredità italiana, l'artigianalità e le storie legate al design
- **Marketing Digitale Mirato:** Collaborare con influencer thailandesi nei settori del design e del lifestyle
- **Adattamento del Design:** Tenere conto delle preferenze climatiche e spaziali del Sud-Est asiatico

PROSSIMI PASSI LA MISSIONE IMPRENDITORIALE

- Panoramica dell'itinerario della missione (**Singapore & Bangkok del 1-6 Febbraio 2025**)
- **Visite in loco:** showroom di design, imprenditori immobiliari, distributori retail
- Opportunità di incontri B2B
- **Azioni follow-up:** studi di fattibilità, pianificazione dell'ingresso nel mercato



หอการค้าไทย-อิตาลี
THAI - ITALIAN
CHAMBER OF COMMERCE

Q&A SESSION



หอการค้าไทย-อิตาลี
THAI - ITALIAN
CHAMBER OF COMMERCE

GRAZIE
PER LA VOSTRA ATTENZIONE

Giacomo Iobizzi, Secretary General

E: secretarygeneral@thaitch.org

T: +66 02 255 8695 #114

W: www.thaitch.org

