

“Avere una chiara e semplice strategia di Business valutando in funzione del settore merceologico la necessità o meno di un partner strategico. Considerare il livello di complessità e competizione che il mercato domestico di Singapore e in generale il Sud East asiatico hanno oramai raggiunto; i potenziali ci sono la semplicità e facilità di manovra di un tempo sono state superate. Non sottovalutare il cliente, il Competitor e il Partner asiatico”.

I principali punti per comprendere come affrontare un investimento nella Città-Stato.

Presidente Martinelli, che cosa vuol dire investire o avere rapporti commerciali con Singapore?

Investire a Singapore significa investire in realtà su due dimensioni. Da una parte il mercato domestico relativamente piccolo ma competitivo, sofisticato e ricco di Singapore, 5,7 milioni di abitanti con uno dei redditi pro capite più alti al mondo (55mila euro pro capite contro i 27mila dell'Italia) e con una popolazione di milionari in crescita (oggi oltre 200mila).

Dall'altra parte investire tramite l'Hub logistico, finanziario, legale e commerciale di Singapore in Asean, un'associazione di cooperazione internazionale che rappresenta un mercato di 665 milioni di abitanti con un'età media inferiore ai 30 e un tasso di crescita di circa +8% annuo e in espansione per il prossimo decennio.

Come sono strutturate le agevolazioni per gli investimenti?

Singapore strategicamente sfrutta agevolazioni agli investimenti quali sovvenzioni e riduzioni fiscali per attirare Fda sapendo come anticipato prima di essere la “Porta di Accesso” all'Asean e al Sud Est Asiatico. Diversi enti pubblici coordinano le varie politiche di sviluppo garan-

tendo efficienza e consistenza con la visione strategica economica decisa a livello di politica economica.

In particolare in questi anni il focus è su sviluppo di nuovi Business, innovazione e talenti.

Singapore Economic Development Board (Edb), si occupa prevalentemente di investimenti di promozione industriale creando sinergie fra partner locali e internazionali. I settori merceologici principali sono Information & Communication Technology (Ict), Emerging Technology (ET), Healthcare (HC) e selettivamente clusters industriali opportunisticamente selezionati dallo Strategic Growth Programme (Sgp).

Enterprise Singapore è invece l'agenzia governativa di Singapore che sostiene innovazione e internazionalizzazione soprattutto per società di trading attive a livello globale e start Up.

Gli incentivi possono variare da sovvenzioni a agevolazioni fiscali sino allo snellimento delle pratiche burocratiche (per esempio nel rilascio di permessi di lavoro) e alla facilitazione di accordi R&D con le università locali.

In questo momento Singapore sta promuovendo: Digitalizzazione, Cybersecurity, Intelligenza Artificiale, E-Commerce, Fintech, Eldercare, Vertical farming, Food Innovation, Renewable Energy per enumerarne alcuni comparti sinergici con l'economia Italiana.

30 anni di Camera di Commercio: qual è il contributo apportato e quali le prospettive future?

La Camera in oltre 30 anni di attività ha sviluppato una rete di contatti e un Network sul territorio che ne consente una buona conoscenza e una valida capacità di analisi. La cosa è fondamentale per accompagnare e suggerire l'iter più efficiente alle imprese italiane interessate a internazionalizzare nell'area.

“Investire a Singapore significa capitalizzare in realtà su due dimensioni”

E' quanto dichiara a Tribuna Economica Alberto Maria Martinelli, Presidente dell'Italian Chamber of Commerce in Singapore

Oltre a ciò la Camera ha saputo consolidare una reputazione e una consistenza di strategia non solo con le proprie controparti e istituzioni italiane ma soprattutto con i partner e le istituzioni locali Asiatiche. Oggi a Iccs Camera vengono riconosciute qualità, serietà e professionalità. Cosa di cui siamo molto fieri.

Nel 2020 avete lanciato un progetto e-commerce per Pmi italiane; di che cosa si tratta?

La Crisi pandemica ha modificato il modo di lavorare di ognuno di noi e ICCS si è adeguata di conseguenza con un'offerta di Webinar, iniziative di Business Development in remoto e E-Commerce, in pratica digitalizzandosi.

Con il progetto E-Commerce la Camera ha messo a disposizione Market Intelligence, le proprie conoscenze di business, conoscenze normative e di logistica per consentire a Pmi italiane di raggiungere il consumatore asiatico in remoto.

La Camera non vende alcun prodotto online bensì fornisce la consulenza, crea il contatto e facilita la presenza di aziende e prodotti italiani sulle principali piattaforme online locali esistenti.

Un progetto semplice a parole ma molto complesso quando lo si traduce in termini di flussi finanziari, standard normativi necessari, dinamiche di marketing locali, logistica, il tutto gestito in remoto.

Grazie a questo progetto la Camera ha anche voluto aiutare le imprese italiane a garantire i pro-

pri livelli occupazionali aprendosi a nuovi mercati.

A vostro avviso, come meglio affrontare un investimento nel Paese?

Contattando la Camera naturalmente e il Know How di cui dispone grazie al suo management, al suo staff e anche al Know-how e Network che vengono messi a disposizione dai suoi membri, dai suoi comitati e dal proprio Board.

Il Board è composto da 12 membri fra i quali rappresentanti Bain&Co, Bank Julius Baer, Colclerici, DZ Engineering, Elettronica Spa, Interunion, Mapei, Pirelli, STMicroelectronics Foundation, Unicredit e Vimar.

La Camera annovera 5 Comitati operativi presieduti su base volontaria da rappresentanti di aziende

leader dei rispettivi settori: Finance (Smbc), Shipping (Fratelli Cosulich), Professionals (Studio Gop), Farma (Gruppo Petrone) e Design (Technogym), e per il 2021 è in previsione l'attivazione di altri 2 comitati, uno sul settore luxury retail e uno su difesa e aerospazio.

Il 60% del Bilancio delle attività camerale è rappresentato dalle attività di Business Development mentre il restante si divide tra attività sulle Membership e Marketing.

La Camera oggi è espressione infatti di eccellenze e professionalità tanto di aziende Italiane, di aziende Singaporese (la Camera infatti vuole esprimere una simmetria di scambi commerciali

da e per l'Italia, viceversa Singapore) e di professionisti, manager e specialisti italiani che lavorano per aziende multinazionali.

La Camera, oltre che su Singapore opera anche su Indonesia e Birmania. Quali sono le differenze tra i Paesi e le modalità di commercio/investimento?

La Camera di Singapore in realtà opera in Asean e nel Sud Est Asiatico in generale all'interno del sistema Camerale e del Network di Business Association nazionali e sempre in coordinamento con le Ambasciate Italiane nei Paesi: sfruttare le eccellenze che conoscono il territorio è la nostra strategia operativa.

Come detto in precedenza, Singapore è l'Hub Regionale, e per questo motivo molte aziende italiane hanno attivato nel Paese il proprio HQ per l'Asia Pacific. Considerando le potenzialità dei mercati del Sud Est Asiatico, ma anche le loro complessità, i nostri associati spesso chiedono al team della Camera un aiuto nell'approcciare questi mercati emergenti, a volte veri e propri mercati di frontiera come quello birmano. La Camera negli anni ha sviluppato una forte esperienza, e network, nella Regione e per questo motivo sono stati attivati dei desk prima a Jakarta e poi a Yangon, sempre con l'obiettivo di supportare la crescita delle Italian Business Association locali.

Proprio lo scorso anno, la nostra Camera ha lavorato in coordinamento con l'Ambasciata d'Italia a Yangon per l'attivazione dell'Italian Business Association in Birmania. Tutte le nostre attività Regionali vengono realizzate sempre in sinergia con le Istituzioni Italiane e locali nel Paese. .

Tribuna Economica

© Riproduzione riservata

Gli Stati non sono più definiti dai loro confini bensì dai legami fisici, informativi e finanziari che riescono ad esprimere. Per questo motivo Singapore ricopre a livello economico e strategico un ruolo molto più ampio rispetto alla sua dimensione fisica. Sicuramente in questo processo di potenza un ruolo centrale lo ricopre il suo porto, nodo di rilevanza geoeconomica globale. Infatti, il porto di Singapore è il tra i primi al mondo per flusso di container e svolge un ruolo di primo piano in ambito energetico come più grande hub di bunkering globale. Situato sullo stretto di Malacca e quindi in uno snodo strategico per il traffico marittimo, soprattutto di oil da e verso l'Estremo Oriente, esso si è assicurato il ruolo di pivot marittimo mondiale.

Singapore e il suo porto si trovano infatti al centro di 400 rotte commerciali, che lo colle-

Conessione globale di Singapore: il ruolo strategico del suo porto

gano a più di 600 porti sparsi in 123 paesi nel mondo. In questa città-stato sovrano inoltre operano attualmente più di 5.000 imprese marittime e oltre 130 dei più importanti gruppi di shipping internazionali, con 170.000 addetti nel settore. Non stupisce quindi che il suo porto si sia guadagnata il secondo posto al mondo nel *Port Liner Shipping Connectivity Index* (Port Lsci) 2019 dell'Uncatad, l'indice di connettività marittima che cattura la competitività dei porti. Sempre secondo le statistiche pubblicate dalla Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo, nel 2019 Singapore si è posizionato ancora dopo Shan-

ghai nella classifica globale dei porti container, gestendo circa 37,9 milioni di Teu (Twenty Foot Equivalent Unit), oltre a 626,2 milioni di tonnellate di merci. Come già accennato, il porto detiene da anni la leadership mondiale nel bunkeraggio, un primato che si evidenzia dalla presenza delle navi in porto: delle 130.000 navi che vi entrano ogni anno, 1/5 sono navi cisterna, circa il 7% delle quote mondiali.

Il porto di Singapore è amministrato e supervisionato dallo Stato, sia in termini di finanziamento che di sviluppo. È gestito da un'agenzia governativa, la Maritime and Port Authority of

Singapore (Mpa), che opera per conto del governo statale nei settori del trasporto marittimo, della sicurezza, dello sviluppo e della promozione del porto di Singapore.

La gestione dei terminal e delle relative attività portuali sono affidate invece principalmente all'operatore terminalista Port Singapore Authority (Psa), sia nei terminal per carichi generici (container e convenzionali) che nei terminal ro-ro, e da Jurong Port. Entrambi i gruppi appartengono al fondo Temasek Holdings, di proprietà della tesoreria di Stato, che fornisce finanziamenti per il continuo sviluppo del porto.

Psa International, la holding nata nel 2003 che controlla le attività di Psa a Singapore e nel mondo, è un operatore portuale leader a livello mondiale, 5° al mondo tra i terminal operator e copre il 10% del mercato globale

della movimentazione container. Essa è specializzata nella gestione di operazioni portuali con 40 terminal marittimi di 16 paesi, ha sedi in Asia, America ed Europa, con quartier generale a Singapore e Anversa. La centralità di Singapore a livello di gestione dei flussi fisici ed economici si regge quindi anche sulla sua capacità di creare relazioni con investimenti diretti nei nodi portuali di collegamento, una strategia che mira a creare reti globali di interconnessione sempre più strette ed indipendenti dalla dimensione fisica del Paese dal quale sono generate.

Maurizio Cociancich
Componente
Confassociazioni International

(Tribuna Economica

© Riproduzione riservata)