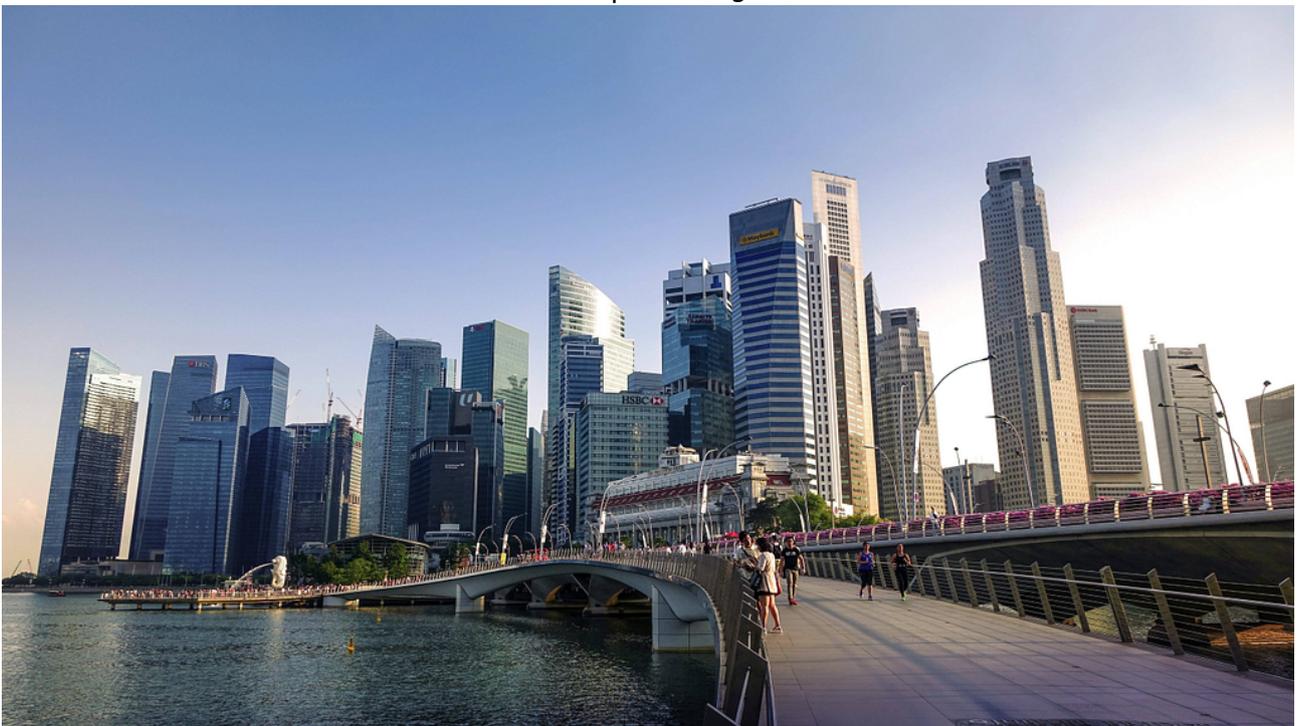


L'Italia guardi ai Paesi dell'ASEAN, laggiù nasce il nuovo futuro. A Singapore esportati beni equivalenti a 1.964 milioni di Euro, un valore che sfiora lo 0,5% delle esportazioni nazionali

scritto da Scenari Internazionali | 18 Luglio 2016



MILANO – “La crisi dell’Euro e le difficoltà dell’Unione Europea hanno rafforzato il trasferimento del centro di gravità dell’economia mondiale verso il continente asiatico. In Italia la crisi ha diviso il sistema economico in due. Da un lato le imprese che, focalizzate sul mercato domestico, sono state travolte in pieno, dall’altro le imprese che si sono aperte ai mercati globali superando il momento di difficoltà – così Enrico Letta, Presidente dell’Associazione Italia-ASEAN, a margine dell’appuntamento “Italia e Singapore. Le differenze che avvicinano” – Quale lezione vogliamo cogliere dalla crisi economica, l’opportunità di internazionalizzazione o una lenta continuità? Io penso che l’Italia e i suoi imprenditori sappiamo anticipare i cambiamenti in corso nel mondo e realizzare grandi progetti”.

L’incontro, ispirato dalla seconda pubblicazione dell’Associazione Italia-ASEAN “Italy and Singapore. Converging differences”, è stato occasione di dibattito per diffondere la conoscenza di Singapore in

Italia e analizzare la Città-Stato con parametri globali, non soltanto imperniati su criteri analitici propri dell'Occidente.

“La World Bank, in un recente confronto con 189 Paesi, ha decretato Singapore il luogo ideale per fare business – ha dichiarato Gianfelice Rocca, Presidente di Assolombarda –. E per il World Economic Forum rappresenta il secondo Paese più competitivo al mondo. Non a caso, infatti, Singapore si candida a diventare la prima ‘Smart Nation’ per il suo sistema universitario, per i talenti che attrae, per la sanità, le startup e le infrastrutture. Tasselli che appartengono anche alla nostra visione per il futuro di Milano, racchiuso nell’acronimo STEAM che vede proprio nella scienza, nella tecnologia, nell’ingegneria, nell’ambiente sostenibile, nell’arte e nella manifattura i punti di forza da potenziare per la crescita e la competitività del nostro territorio. Un territorio caratterizzato da un mix unico di quattro capitali: sociale, economico, scientifico ed estetico”.

“Singapore nel corso degli ultimi anni ha fatto registrare un forte e significativo sviluppo e oggi è il più importante hub logistico-finanziario per l’accesso all’Area ASEAN, mercato di oltre 630 milioni di abitanti con una crescita media annua dell’economia negli ultimi 10 anni di oltre il 6,5% – ha dichiarato Pier Andrea Chevallard – Direttore di Promos, Azienda Speciale per le Attività Internazionali della Camera di commercio di Milano -. Livello di burocrazia tra i più bassi al mondo e alto tasso di trasparenza della pubblica amministrazione, ciò significa requisiti e tempi minimi per avviare una società o una holding, in media circa 2 giorni lavorativi secondo una statistica della World Bank. Questi vantaggi spingono molte aziende lombarde a guardare con interesse verso Singapore e Promos, ormai da alcuni anni, è attivamente impegnata per sostenere il business delle imprese lombarde nel mercato, in particolare in settori strategici come e-commerce, real estate, fashion, trasporti e design”.

Singapore è un magnete per le aziende straniere; delle 421 aziende italiane che hanno investito nei 10 paesi ASEAN, ben 118 (il 28%) hanno scelto la Città-Stato. Singapore ne ha intercettato la maggioranza relativa. Nel 2015 l’Italia ha esportato a Singapore beni equivalenti a milioni di Euro, un valore che sfiora lo 0,5% delle esportazioni nazionali. Secondo la classifica dell’International Finance Corporation (l’agenzia della Banca Mondiale), la Città-Stato occupa – da alcuni anni – la prima posizione nella capacità di attrarre investimenti stranieri.

Al convegno, moderato da Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza, sono intervenuti Gianfelice Rocca, Presidente Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza; Nicola Lener della Direzione Generale per la promozione del Sistema Paese, MAECI; Pier Andrea Chevallard – Direttore di Promos, Azienda Speciale per le Attività Internazionali della Camera di commercio di Milano , Michelangelo Pipan, Vice Presidente Associazione Italia-Asean; Giorgio Basile, Presidente Isagro .; Matteo Bavaresco, CEO

Danieli Asia.

Associazione Italia-ASEAN

