

ASIA E OCEANIA

Scommessa su Singapore per conquistare l'Asia

—di Gianluca Di Donfrancesco | 13 maggio 2016

Una Città-Stato certo molto cara, ma in grado di offrire garanzie senza pari nella regione (e non solo) in termini di stabilità del sistema normativo, trasparenza e apertura all'attività di impresa: Singapore ha pochi rivali come hub per operare sui mercati asiatici. Ancora di più in vista dell'incerto futuro di Hong Kong, l'altro grande centro finanziario dell'area, offuscato dall'abbraccio della Cina. È la fotografia scattata dal seminario «Singapore porta d'ingresso per l'Asia: opportunità e prospettive dopo l'uscita dalla black list», organizzato a Milano da Assolombarda il 14 marzo.

«Singapore - ha spiegato Federico Donato, presidente della Camera di commercio italiana nella Città-Stato - è un ordinamento stabile e trasparente, dove fare impresa è facile e gli investimenti sono tutelati e dove si possono trovare tutte le infrastrutture che servono e forza lavoro altamente qualificata». E se è vero che è molto cara, è però altrettanto vero «che non ci sono costi "sommersi", come capita in altri Paesi», ha aggiunto Rita Bonucchi, amministratore della Bonucchi e associati, società di consulenza all'internazionalizzazione. Anche per questo, «entrare in questo mercato non comporta la fatica che si fa negli altri Stati», ha aggiunto Bonucchi.

L'Italia però è molto in ritardo «sia negli investimenti, sia come aggressività commerciale», ha affermato Enrico Perego, senior partner e fondatore di Octagona, altra società di consulenza all'internazionalizzazione. «Singapore è certo molto costosa, ma - ha sottolineato Perego - è piuttosto facile stabilire il quartier generale qui e impiantare strutture logistiche e produttive nella contigua zona economica speciale della Malesia o sull'isola indonesiana di Batam, raggiungibile in mezz'ora di traversata, dove ci sono 12-14 parchi industriali. È la scelta già seguita da molte aziende. Del resto, la strategia più giusta è proprio quella di ragionare su Singapore, tenendo gli occhi puntati sulle opportunità che si possono cogliere nella regione».

Secondo Dario Acconci, partner di People & Projects, società di consulenza societaria, «da qualche anno le imprese italiane sono molto concentrate su Cina e Hong Kong, che però va incontro a un futuro in declino, in primo luogo a causa degli indirizzi politici del Governo cinese, che preferisce puntare su Shanghai. Questo offre a Singapore l'opportunità di porsi sempre più come hub per tutta la regione». People & Projects, ha riferito Acconci, è presente anche a Hong Kong, «dove registriamo una diminuzione del numero di clienti, che invece stanno aumentando su Singapore». Dalla metà del 2015, Singapore è uscita dalla black list sulla indeducibilità dei costi e sulle Cfc (le controllate estere stabilite nei paradisi fiscali), che costituivano un notevole disincentivo all'investimento. «Singapore - ha aggiunto Acconci - ha diversi schemi d'incentivi per l'attrazione di capitali esteri, ma le agenzie preposte a questa attività seguono un approccio negoziale e sono pronte a preparare pacchetti su misura per chi si presenta con un progetto interessante. Attualmente c'è molta attenzione su biomedicale, farmaceutico, agroalimentare ed energetico avanzato». Altri settori interessanti, secondo Donato, «sono le costruzioni e la nautica, con il primo porto al mondo per container e 15 aziende italiane già presenti nell'attività di shipping».

Isagro e Boggi sono due tra le aziende che hanno deciso di accettare la sfida Singapore. Isagro opera in circa 70 Paesi nel mercato degli agrofarmaci - prodotti per la protezione delle colture agricole - con un fatturato di 160 milioni di euro e 600 dipendenti, metà dei quali all'estero. «Da alcuni anni eravamo presenti a Singapore come esportatori - ha raccontato il chief financial officer Ruggero Gambini - e nel 2015 abbiamo costituito una società con un piano di sviluppo su un orizzonte di 4-5 anni e l'obiettivo di aprire una serie di società commerciali nei Paesi dell'area. L'ambizione più grande è quella di avere proprio a Singapore un centro di ricerche sulle malattie tropicali».

Recente anche l'iniziativa di Boggi, che a ottobre ha aperto un negozio di abbigliamento a Singapore. «Ci abbiamo messo meno di tre mesi - ha raccontato il direttore di Boggi Singapore Paolo Selva - e il punto vendita produce già utili».

© Riproduzione riservata

IAS Integral
Ad Science

✔ Brand Safe ✔ Viewability ✔ Ad Fraud Certificate

✔ Fake news free ✔ Impatto ADV

SYSTEM 24

Scopri di più