

Alla conquista del Giappone

Cento incontri d'affari per quindici aziende lombarde: «Mercato strategico»

MILANO - Ieri ha preso il via la missione imprenditoriale in Giappone dedicata a 15 aziende lombarde dei settori moda, edilizia, legno-arredo, cosmetica, agrofood e meccanica. L'iniziativa si inserisce nell'ambito del programma "Percorsi di internazionalizzazione in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019", promosso da Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia, in collaborazione con Promos Italia, la struttura delle Camere di commercio regionali per l'internazionalizzazione delle imprese. Per le aziende coinvolte, tra le quali figura anche una delegazione di Ellegi - La Giardiniera, l'azienda con quartier generale a Venegono Inferiore specializzata nella produzione di occhiali sia in plastica iniettata sia in acetato, sono previste fino a venerdì giornate di incontri a Tokyo con controparti locali. Sono in scaletta oltre 100 incontri di business con una settantina di operatori giapponesi. Al termine della missione, le imprese saranno seguite da Promos Italia con l'obiettivo di «trasformare in contratti» le opportunità commerciali emerse nel corso degli incontri d'affari in terra nipponica. «Grazie a questo progetto organizziamo per le Piccole medi imprese lombarde un percorso di internazionalizzazione completo nei mercati esteri che riteniamo essere più strategici per il loro export», ha dichiarato Giovanni Da Pozzo, presidente di Promos Italia.

«Il Giappone, in particolare, che è la terza economia al mondo dopo Stati Uniti e Cina, è un mercato molto dinamico e in costante crescita, nel quale sono presenti opportunità in molteplici settori. Inoltre, l'accordo di libero scambio stipulato da Unione Europea e Giappone, in vigore dallo scorso mese di febbraio e che prevede l'eliminazione di alcuni dazi doganali sulle merci esportate, ha reso il mercato nipponico ancora più strategico per il business delle nostre imprese». Quasi superfluo sottolineare come l'intesa commerciale che facilita gli scambi commerciali tra il Sol Levante e l'Europa sia di vitale importanza per la nostra economia. Il Giappone rappresenta infatti il

sesto partner commerciale per l'Italia fuori dai confini dell'Unione Europea. Focalizzando l'attenzione sul rapporto Giappone-Lombardia, secondo i dati della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e di Promos Italia relativi al primo trimestre del 2019 siamo di fronte a un business complessivo da oltre 800 milioni di euro, con scambi per 470 milioni per l'export (si è perso però quasi il 10% rispetto allo stesso periodo di un anno fa) e 350 milioni per l'import. La Lombardia pesa circa il 30% del totale italiano tanto per l'import quanto per l'export. Il totale italiano è di 1,1 miliardi di euro di import e di 1,6 miliardi di export. In Italia, l'export è cresciuto nei primi tre mesi dell'anno del +8,8% e l'import del +16,8%. Il 99% dell'interscambio riguarda i prodotti di manifatturieri. Prima assoluta Milano con 218 milioni di import e 308 milioni di export nei primi tre mesi del 2019, seguita a distanza dalla provincia di Varese con 36 milioni di esportazioni in Giappone e 32 milioni di importazioni. Dati che pongono la metropoli lombarda oltre il 60% del totale regionale in entrambi, sia import sia export. Nei primi 3 mesi del 2019 Milano ha esportato moda per 157 milioni di euro, macchinari per 24 milioni, chimica per 36 milioni e alimentari per 15 milioni. Varese ha esportato mezzi di trasporto per 18 milioni di euro e macchinari per 6 milioni euro. Tra i settori in crescita per Milano il legno e i prodotti in legno (+124% in un anno); idem per Varese legno (+670%) e trasporti (+162%).

Luca Testoni

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il premier Conte al suo arrivo a Osaka in occasione del G20 di fine giugno (foto Ansa)



Peso: 42%