

Piccole imprese La via di Promos per i mercati asiatici

Sbocchi. Intesa con la Camera di commercio di Singapore
L'export manager: «Area al di fuori degli attuali problemi
Tante opportunità per i prodotti delle nostre aziende»

MARIA G. DELLA VECCHIA
LECCO

Anche le piccole imprese possono essere in grado di vendere a Singapore, dove fino a prima della pandemia, a inizio 2020, l'Italia esportava merci per circa 2 miliardi di euro in quella che era la settima destinazione mondiale del made in Italy per servire il mercato Asia-Pacifico.

Oggi, grazie agli interventi messi in campo da Singapore contro il Covid, la città Stato è, secondo dati Prometeia, al quinto posto fra le principali rotte per l'export. Per aiutare le pmi italiane nel commercio nell'area è stato di recente siglato un nuovo accordo biennale fra Promos Italia e la Camera di commercio italiana a Singapore (Iccs).

Principali

Iniziative di matching, formazione per aziende italiane interessate ai mercati del Sud Est asiatico, accordi per promuovere l'export digitale, programmi per lo sviluppo del business turistico sono le principali azioni previste dall'accordo che vuole far leva sui dati che prevedono sul prossimo triennio una crescita del 10% di export di made in Italy su Singapore soprattutto per aziende tipiche del Lario, produttrici di macchinari, elet-

tronica, chimica, farmaceutica e design. E, ci dicono le imprese locali, anche di alimentari, da anni fra i prodotti italiani più richiesti da Singapore.

Secondo un'elaborazione di Promos Italia su dati Istat Coe-web, al quarto trimestre 2021 Lecco ha esportato nell'area merci per un valore di 69 milioni di euro, 20 milioni in meno sul 2020 ma alla pari con quanto esportato nel 2019. Si vendono soprattutto computer (32 milioni di euro), metalli (17 milioni di euro) e macchinari per 15 milioni. L'alimentare ha totalizzato vendite per circa 658 mila euro e tutte solo a Singapore.

Nel 2021 l'export lecchese è andato in Malesia (39 milioni), seguita da Singapore (quasi 21 milioni), dall'Indonesia (9,5 milioni), mentre una piccola quota di 2,7 milioni riguarda la Birmania.

Vale invece 39 milioni l'export 2021 di Como nell'area, 2 in meno del 2020 contro i 53 milioni del 2019. Sul totale, 5 milioni sono esportati in Malesia, 18 milioni a Singapore, 10 in Indonesia (da cui Como importa per 57 milioni), 6 in Birmania. Como esporta soprattutto mobili (8 milioni di euro), metalli (8 milioni) e macchinari (8 milioni).

«Senza dubbio quella di Pro-

mos è una buona iniziativa, che apre nuove possibilità anche per le piccole imprese lariane», afferma Paolo Galbiati, consulente per l'export di diverse imprese lecchesi, che ha peraltro preso parte a iniziative relative al mercato di Singapore organizzate sul territorio col coinvolgimento di alcune aziende locali negli ultimi anni dalla Banca Popolare di Sondrio, anche in accordo con l'Iccs.

Missione

«L'area di Singapore - aggiunge Galbiati - in questo periodo particolare si riconferma di grande interesse in quanto piuttosto al di fuori delle rotte di difficoltà economica o da situazioni sanzionatorie particolari. Ed è un mercato che negli ultimi anni si è attivato parecchio sulla domanda alimentare italiana e sulle grandi fiere del turismo». Senza dimenticare le agevolazioni e la poca burocrazia per le imprese che vogliano insediare sul posto unità locali o punti di appoggio commerciale: «I clienti di quell'area - conclude Galbiati -, apprezzano molto la flessibilità delle nostre piccole imprese nel rispondere alle esigenze di customizzazione dei prodotti, perciò anche per le piccole dell'alimentare c'è spazio sempre che riescano poi a strutturarsi sulla fornitura dei prodotti freschi. E su certi aspetti le iniziative di sistema possono aiutare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Paolo Galbiati
Consulente export



I settori interessati

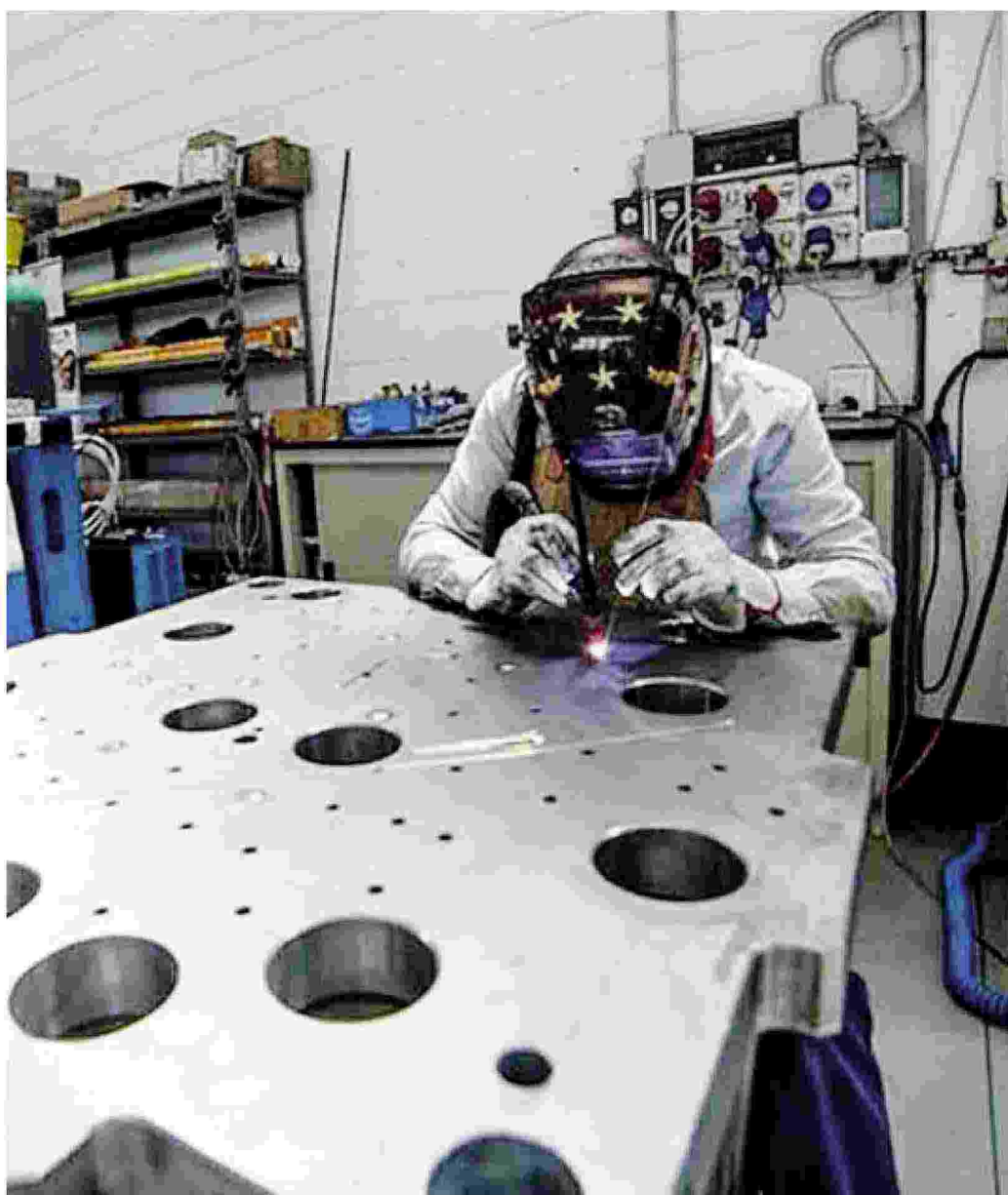
Stima nel prossimo triennio: vendite in aumento del 10%

L'accordo siglato fra **Promos** Italia e la **Camera di commercio** italiana a Singapore ha «un alto valore strategico nel contesto geopolitico in rapida evoluzione che vede Singapore e il Sud Est Asiatico assumere un nuovo ruolo per lo sviluppo del Made in Italy». In una nota **Promos** Italia ricorda che Singapore oggi è fra i 50 top investors in Italia e «rientra tra

quei mercati strategici ad alto reddito e con un sistema politico ed economico stabile di particolare interesse per le piccole e medie aziende italiane». Con una serie di progetti il nuovo accordo punta ad affiancare lo sviluppo di imprese italiane sui mercati dell'area (Singapore, Malesia, Indonesia e Birmania) su settori fondamentali della manifattura e anche sul turismo, con

accordi di collaborazione per promuovere i flussi da Singapore verso l'Italia. Per Alessandro Gelli, direttore di **Promos** Italia, «l'accordo sottoscritto rappresenta un'ulteriore leva per favorire il business delle nostre imprese a Singapore, uno dei mercati più interessanti e promettenti per il Made in Italy. Sono i dati a testimoniarlo: nel

prossimo triennio, infatti, si prevede un incremento del 10% dell'export italiano, in particolare per prodotti dei settori macchinari, elettronica, chimica, farmaceutica e design». Un accordo che secondo Giacomo Marabiso, managing director della Iccs, un «ulteriore tassello nell'ottica del rafforzamento dei ponti di collegamento commerciali e economici tra l'Italia e la città Stato di Singapore». M.DEL



Nuovi mercati: accordo di **Promos** per rafforzare la presenza del made in Italy a Singapore