

COMUNICATO STAMPA

Arrivano a Torino i rappresentanti dei Paesi ASEAN

Le nazioni emergenti del Sudest asiatico sono qui alla ricerca di contatti e di opportunità per sviluppare nuovi business con le imprese italiane e piemontesi.

Torino, 17 giugno 2019 **** Si sono aperti oggi a Torino Incontra, alla presenza di **Vincenzo Ilotte**, Presidente della Camera di commercio di Torino, **Chiara Appendino**, Sindaca di Torino, **Gianmaria Ajani**, Rettore dell'Università di Torino e di **Romano Prodi**, unico europeo nel Board del Boao Forum for Asia¹, i **TO-ASEAN Business Days**, organizzati da Camera di commercio di Torino e dal Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università degli Studi di Torino (CPS), con la collaborazione scientifica del Torino World Affairs Institute (T.wai) e in collaborazione con Intesa San Paolo.

318 partecipanti, 33 speaker, tutte le 6 ambasciate ASEAN presenti a Roma rappresentate da 5 ambasciatori e un vice ambasciatore, 130 incontri btob tra buyer, imprese e start up piemontesi, i TO-ASEAN Business Days offrono l'opportunità di incontrare a Torino stakeholder pubblici e privati, esperti, imprenditori e professionisti attivi nell'area del Sudest asiatico e approfondire così le opportunità offerte alle aziende italiane e piemontesi da quest'area.

Il raggruppamento dell'ASEAN comprende 10 paesi: Brunei, Cambogia, Filippine, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Singapore, Thailandia e Vietnam. Con un PIL che si avvicina rapidamente ai 3mila miliardi di dollari (quasi cinque volte il valore registrato nel Duemila) e una popolazione di quasi 650 milioni di persone, l'ASEAN nel suo insieme rappresenta oggi **la quinta economia più grande del mondo** e la terza più grande in Asia, con un tasso di crescita superiore al **5%**. Si stima che entro il 2020 la classe media della regione aumenterà fino a 400 milioni di persone: si tratta quindi di un mercato potenziale di consumatori in forte espansione.

*"Questo evento ha un obiettivo ambizioso: quello di gettare basi solide per relazioni commerciali più intense tra il Piemonte e questi mercati, che mostrano già oggi un vivo interesse nei confronti del Made in Italy – spiega **Vincenzo Ilotte**, Presidente della Camera di commercio di Torino. - Il Piemonte nel 2018 ha esportato merci verso l'ASEAN per un totale di 543,1 milioni di euro e nei primi tre mesi del 2019 l'export si mostra in crescita del +23%: i buyer presenti oggi sono interessati a far crescere queste relazioni,*

¹ Organizzazione non governativa senza fini di lucro che promuove la cooperazione tra i Paesi dell'Asia e tra l'Asia e il resto del mondo.

Organized by



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TORINO



Scientific Partner



TORINO
WORLD
AFFAIRS
INSTITUTE

attratti dal know how delle aziende piemontesi, soprattutto nel campo dell'innovazione, dell'alta tecnologia, delle telecomunicazioni e, non ultimo, dell'agroalimentare".

Secondo **Gianmaria Ajani**, Rettore dell'Università di Torino, *"L'evento TO-ASEAN Business Days rappresenta per l'Università una grande opportunità per intercettare tematiche di ricerca di interesse euroasiatico e per stabilire nuove relazioni. Per le imprese del territorio è l'occasione di aprirsi a quella che è considerata la quinta economia più grande del mondo e conoscerla in modo approfondito. L'Ateneo di Torino è pronto a cogliere le sfide dell'innovazione già in atto nell'articolato contesto asiatico"*.

Sottolinea **Romano Prodi**, keynote speaker della giornata e unico rappresentante europeo all'interno del Boao Forum for Asia (BFA): *"I rapporti bilaterali tra Europa e paesi ASEAN sono sempre stati importanti e lo sono ancora di più in questo momento storico caratterizzato dalle tensioni tra Stati Uniti e Cina. L'Europa e l'ASEAN possono e devono entrambe svolgere un ruolo di equilibrio nei rapporti internazionali. La reciproca storia di collaborazione tra paesi, sia all'interno delle proprie istituzioni, sia tra le istituzioni, è un elemento di grande forza che va sviluppato ulteriormente"*.

Per inaugurare un percorso che porti a scambi commerciali a lungo termine, i TO-ASEAN Business Days oggi si sono aperti con una sessione plenaria di presentazione delle principali caratteristiche del business nel Sudest asiatico, dal punto di vista diplomatico e imprenditoriale. I lavori proseguono poi nel pomeriggio con sessioni tematiche parallele dedicate al panorama manifatturiero nella regione e ai consigli su come avvicinarsi a questi mercati. Domani, invece, spazio esclusivo agli incontri btob tra aziende piemontesi e buyer specializzati provenienti da Indonesia, Malaysia e Myanmar. Nel pomeriggio di domani infine, presso il grattacielo di Intesa Sanpaolo, si svolgerà una sessione mirata sul tema dell'innovazione, realizzata in collaborazione con l'Innovation Center di Intesa Sanpaolo, iStarter e Studio Legale Withers. All'interno della sessione si svolgeranno ulteriori incontri btob riservati a 7 start up italiane selezionate.

Secondo gli esperti, l'Italia ha tutte le carte in regola – anche dal punto di vista della produzione ad alta tecnologia – per soddisfare le esigenze industriali e di sviluppo dei Paesi dell'ASEAN. Inoltre, l'Unione Europea sta negoziando accordi commerciali e di protezione degli investimenti con questi Paesi: dopo aver concluso quello con Singapore, si prevede che a breve si possa raggiungere la firma anche per quello con il Vietnam.

L'Italia presenta poi un ulteriore vantaggio: la somiglianza tra il sistema industriale dell'ASEAN e quello italiano, dominato dalle piccole e medie imprese, fornisce un terreno fertile per soddisfare più facilmente le esigenze dei reciproci mercati e rafforzare le relazioni economiche in entrambe le direzioni.

Nonostante le premesse promettenti, però, l'Italia non sta ancora sfruttando appieno le potenzialità che l'area presenta: le nostre esportazioni verso l'ASEAN (8 miliardi di euro), sebbene in crescita, rimangono ancora significativamente inferiori a quelle di Germania (25 miliardi) e Francia (oltre 15 miliardi). Il Piemonte dal canto suo può vantare notevoli legami con i paesi dell'ASEAN e relazioni già consolidate, e ha raggiunto nel 2018 i 543 milioni di export.

Come far crescere ulteriormente queste relazioni? Durante i TO-ASEAN Business Days sono state presentate anche alcune anticipazioni relative ad uno studio condotto nell'ambito del **Progetto di Eccellenza** del Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino con il sostegno della Camera di commercio di Torino e del Torino World Affairs Institute. L'obiettivo della ricerca, avviata nel maggio 2018, è fornire agli operatori economici e agli stakeholder un insieme di informazioni utilizzabili come punto di partenza per valutare le eventuali opportunità di internazionalizzazione verso tre paesi dell'area: Singapore, Thailandia e Vietnam.

I risultati dell'indagine confermano come si tratti di mercati ricchi di opportunità per le aziende italiane sia in termini di esportazioni sia di investimenti. Tuttavia, per cogliere tali opportunità alcuni fattori sono cruciali, in particolare:

- è importante la conoscenza del contesto e delle sue peculiarità, anche quelle culturali e legate alle pratiche di business, per avvicinarsi in modo corretto e instaurare relazioni proficue: a questo proposito è fondamentale essere presenti per creare contatti costanti e significativi, rivolgendosi in fase iniziale a personale in loco fino all'eventuale acquisizione di aziende già presenti
- occorre pazienza per creare fiducia: spesso il fattore tempo è cruciale, ma non sempre segue logiche e abitudini occidentali, alternando brusche accelerate e lunghi tempi di stasi
- la concorrenza soprattutto asiatica è forte e in crescita, per cui gli aspetti relazionali e comunicativi, marketing incluso, sono fondamentali per avere successo
- nonostante il basso costo della manodopera poco qualificata in Thailandia e soprattutto in Vietnam è un errore considerare questi mercati poco costosi in termini di accesso e operatività
- le opportunità di collaborazione con le aziende italiane già presenti, anche in settori diversi dal proprio, offrono un canale poco battuto, ma dal grande potenziale, soprattutto nella fase iniziale. Sono numerosi i casi di successo che confermano questa tesi anche con collaborazioni tra aziende di settori diversi, ma interessate allo stesso segmento di mercato (per esempio auto di lusso e food di alta qualità, per un'unica esperienza di Made in Italy d'eccellenza).

Rapporti economici ASEAN/Italia e ASEAN/Piemonte

Nel 2018 l'interscambio commerciale con i paesi dell'ASEAN nel complesso ammonta a circa **16,4 miliardi di euro** per l'Italia e a **1,35 miliardi di euro** per il Piemonte, in aumento entrambi del 2% rispetto all'anno precedente.

L'**Italia** nel 2018 ha esportato verso il Sud-est asiatico merci per un valore pari a 8 miliardi di euro con un incremento sull'anno precedente dell'1,1%. Il primo paese dell'area sud-est asiatica verso il quale si indirizza l'export italiano è Singapore, con circa 2,1 milioni di euro, mentre il secondo e il terzo posto sono occupati da Thailandia e Vietnam, entrambi con un valore delle vendite intorno a 1,3 milioni di euro.

Il **Piemonte** nel 2018 ha esportato merci dalla regione ASEAN per un totale di 543,1 milioni, in diminuzione del 2%. Sono i macchinari (il 28,1%) a trainare le esportazioni verso l'area, seguiti dai prodotti chimici (il 16,5%) e da quelli alimentari (il 13,4%). Per

le importazioni, si acquistano soprattutto prodotti di attività manifatturiere (il 21,7%), prodotti alimentari (il 15,3%) e prodotti tessili (il 12,3%). All'interno della regione sud-est asiatica, i paesi verso i quali il Piemonte esporta maggiormente sono Singapore, Thailandia e Malaysia, mentre il paese verso il quale si registra il più alto interscambio è la Thailandia con un export delle merci piemontesi di quasi 110 milioni ed un import di 231,8 milioni di euro.

Nei primi tre mesi 2019 l'export piemontese mostra un significativo **+23%** rispetto a quanto registrato nei primi tre mesi del 2018: a crescere soprattutto le esportazioni di prodotti alimentari (+63%) e di macchinari (+28%).

Per informazioni:
Settore Comunicazione esterna e URP
Camera di commercio di Torino
Tel. 011 571 6652/7
relazioni.esterne@to.camcom.it
www.to.camcom.it/comunicatistampa
[@CamComTorino](https://www.instagram.com/CamComTorino)