

Webinar ICE Agenzia: focus Giappone (11 maggio 2020). Report a cura di UCIMU

(ICE Agenzia metterà a disposizione nell'[apposita pagina](#): Report Paese, Scheda Paese, video infografiche, [video streaming](#) del webinar)

Views: fino a 515

Giorgio Starace, Ambasciatore d'Italia in Giappone, ha aperto i lavori del webinar, di cui è stato anche moderatore. Presente al tavolo dell'Ambasciata anche l'Ing. Zoli dell'associata UCIMU Marposs. Il Giappone è la terza economia al mondo con una grande stabilità politica che si rifà nelle relazioni economiche. Il Giappone ha inoltre un'ampia classe media che ama l'Italia per il Made in Italy e l'accordo commerciale Ue-Giappone, entrato in vigore il 1° febbraio 2019, ha dato una forte spinta al business. Secondo l'elaborazione dell'Ufficio economico dell'Ambasciata, nel periodo febbraio 2019-febbraio2020 l'Italia è il paese UE che più di tutti ha saputo approfittare delle agevolazioni, tariffarie e non, dell'accordo con una quota del 28,1%, seguita in seconda posizione dalla Francia con il 18,5%. La crisi COVID-19 ha creato difficoltà importanti anche in Giappone ma, grazie al pacchetto di 1.000 miliardi di euro del governo giapponese, si prevede che possa riprendersi velocemente.

Considerando il solo mese di marzo 2020 si è registrato un forte calo dell'import giapponese che ha segnato un -5% sull'estero, con performance negative per Francia con -38%, Germania -19%, Regno Unito -17%, mentre l'Italia a marzo ha registrato un +1,1%.

On.le Manlio Di Stefano, Sottosegretario di Stato MAECI, ha descritto il mercato giapponese come una scommessa aperta, di forte interesse per le aziende italiane. Come ricordato, il Giappone è la terza economia mondiale, dopo USA e Cina, con un ruolo chiave in Asia che a livello internazionale grazie ad una rete di alleanze solida. Il Giappone ha un forte potere di acquisto ed è ben disposto verso l'Italia. Seppur distanti geograficamente, l'Italia e il Giappone sono molto simili dal punto di vista industriale (vissuto il boom economico nel secondo dopo guerra), con un forte tessuto manifatturiero oltre che essere due paesi poveri di materie prime. Il Giappone è un partner strategico per le economie mondiali e per l'Italia e accordi come il Partenariato Trans-Pacifico (TPP-11 nel 2018) e l'EPA (nel 2019) garantiscono benefici concreti. Nel 2019 l'Italia ha esportato verso il Giappone 7,7 miliardi euro e importato 4,1 miliardi registrando così un surplus commerciale per l'Italia. Italia e Giappone hanno anche un'evoluzione economica molto simile, essendo due economie mature.

Il Giappone ha affrontato bene la crisi COVID-19. Il Sottosegretario Di Stefano ha poi accennato alle attività del MAECI per rafforzare la penetrazione del Made in Italy nei mercati internazionali (puntando su quel 30% del PIL nazionale rappresentato dall'export): 12 tavoli di lavoro settoriali i cui feedback sono stati integrati nella strategia paese (presenza nei marketplace internazionali, GDO); pacchetto di 400 milioni di euro di cui 70 a fondo perduto a cui si sommano i prossimi 250 milioni di euro a fondo perduto (quindi 320 per export), 50 milioni per comunicazione strategica sul rilancio brand Italia nel mondo, 30 per campagna di promozione integrata. Nel complesso il pacchetto in dotazione alla Farnesina è di circa 1 miliardo e mezzo di euro.

Carlo Ferro, Presidente Agenzia ICE, ha fornito una panoramica del paese e delle relazioni con l'Italia. Il Giappone è il sesto importatore al mondo, legato all'Italia da tradizione e da 154 anni di relazioni commerciali bilaterali. ICE sta organizzando l'Italy Japan Business Group i primi tre giorni di dicembre a Venezia quando si incontreranno i partner giapponesi.

L'export italiano è cresciuto significativamente negli ultimi anni ma la quota dell'Italia in Giappone è solo dell'1,6%. Nel 2019 il Giappone è stato il paese in cui l'export italiano è cresciuto maggiormente (+19,7%) con 7,7 miliardi di euro. Nei primi due mesi di quest'anno l'export italiano ha mantenuto il trend di crescita con un +23%. Il dott. Ferro ha anticipato alcuni risultati di un'indagine dell'ufficio ICE di Tokyo che indica che il 60% degli operatori giapponesi (importatori) ritiene che le importazioni dall'Italia riprenderanno come prima o aumenteranno e l'81% ritiene che luglio 2020 sarà il periodo di ritorno alla normalità.

Il Giappone è uno dei mercati in cui avviare business forum online. Vengono inoltre brevemente presentate le iniziative delle fiere (smart 365, in Italia e in Giappone).

Damiano Francovich, Capo Ufficio XII, Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese – MAECI, ha brevemente ricordato che l'idea dei webinar è nata in un momento in cui la diffusione del COVID portava a misure senza precedenti. Si è voluto perciò avvicinare di più le imprese ai mercati, offrendo patrimonio di conoscenze utili per la presa di decisioni concrete da parte delle aziende allo scopo di arginare una congiuntura così particolare.

Erica Di Giovancarlo, Direttore ICE Tokyo, ha ben presentato il mercato giapponese dal punto di vista macroeconomico e settoriale. Il Giappone conta 126 milioni di abitanti con un reddito pro capite annuo di oltre 40.800 dollari. La prefettura di Tokyo è una delle aree metropolitane più popolate del mondo.

Si tratta di un mercato maturo il cui PIL nel 2019 ha registrato un + 0,7%. Oltre che essere la terza economia mondiale il Giappone è anche il quarto per potere di acquisto, il quarto maggiore esportatore e sesto maggiore importatore al mondo.

Giappone è un paese complesso con una cultura del lavoro diversa dalla nostra e per questo è necessario tenere presente alcuni aspetti di “business culture”: correttezza, puntualità e rispetto delle regole, apprezzato il materiale in giapponese, biglietti da visita in giapponese, tempi decisionali molto lunghi, importante la figura dell'importatore, fondamentali i servizi post-vendita. Il Giappone è da sempre un paese tecnologicamente avanzato basti pensare al treno Shinkansen ad alta velocità esiste dal 1964, poi dagli anni '90 in poi vi sono stati pochi sviluppi in termini tecnologici.

La meccanica gioca un ruolo importante nell'export italiano verso il Giappone che importa macchinari principalmente da Cina e Stati Uniti. L'Italia occupa il decimo posto e terzo tra i fornitori europei. Nel settore meccanica e mecatronica l'Italia nel 2019 ha registrato una flessione dell'1,5% rispetto al 2018. Per quanto riguarda l'automotive, l'Italia occupa il settimo posto per esportazione di veicoli in genere e il quarto posto per le automobili in aumento del 16%.

Altri settori promettenti sono: energie rinnovabili e tecnologie green, tecnologia delle batterie, e dato il forte invecchiamento della popolazione giapponese (nei prossimi 30 anni si perderanno circa 20 milioni di unità), vi è una forte spinta verso l'adozione di tecnologie dispositivi biomedicali dotati di IA.

Come anticipato dal Presidente Ferro, con l'accordo EPA l'Italia nel 2019 ha aumentato l'export verso il Giappone del +19,7% e ha mantenuto un alto livello anche nei primi due mesi 2020.

L'ufficio ICE Tokyo ha condotto un'indagine tra i principali importatori locali dei settori food, fashion, arredamento, gioielleria, meccanica, e ha raccolto 151 risposte. Per la quasi totalità dei rispondenti, l'import dall'Italia pesa sul loro fatturato per almeno il 45%. Il campione ha riscontrato per lo più problemi legati alla logistica e alle dogane nell'importazione di prodotti dall'Italia. In Giappone, viene ricordato, c'è stato un soft lockdown (non è stato chiuso tutto) quindi le aziende hanno fatto ricorso allo smart working e gli esercizi commerciali hanno adottato un ridotto orario lavoro ma non c'è stata una chiusura totale. L'81% del campione ritiene che da luglio in poi la situazione tornerà alla normalità. Vi è quindi un cauto ottimismo. Il 60% crede che aumenterà o manterrà l'import dall'Italia. (37% nessun cambiamento, 23% aumento).

Infine, la dott.ssa Di Giovancarlo ha illustrato le prossime attività di ICE Tokyo.

Angelo Cicogna, Banca d'Italia a Tokyo, ha fornito un quadro macroeconomico del Giappone e dell'impatto che la crisi COVID ha avuto sulla sua economia. Vi è stato un netto peggioramento del quadro congiunturale emerso nel primo trimestre dovuto principalmente al collasso a livello internazionale, che si è poi accentuato con l'adozione ad aprile dello stato di emergenza in Giappone e quindi con la caduta dei consumi e delle produzioni. Per l'intero 2020 lo scenario base vede l'economia giapponese diminuire del - 5% circa, più ottimistiche le previsioni della Bank of Japan. La manovra espansiva del governo prevede sussidi e agevolazioni fiscali per 1.000 miliardi di euro (>20% PIL) di fondi mobilitati (incluse risorse private). Tale pacchetto prevede:

- sussidi alle famiglie (110 miliardi di euro),
- sussidi alle micro e PMI (20 miliardi euro),
- rafforzamento ammortizzatori sociali (=CIG),
- moratoria versamento imposte e contributi sociali (220 miliardi di euro),
- programmi di sostegno ai settori più colpiti (turismo, trasporti, ristorazione) (70 miliardi euro) e rafforzamento strutturale delle imprese (digitalizzazione, ampliamento supply chains) (140 miliardi euro),
- crediti agevolati (tassi, ammortamenti) e assistiti da garanzie pubbliche, a favore di PMI, erogati da finanziarie pubbliche e dal sistema bancario (390 miliardi euro).

L'impatto previsto è pari al +4,4% PIL. Ulteriori misure di stimolo sono attualmente allo studio.

Per quanto riguarda i tempi di ripresa dipendono dall'attuazione delle misure di stimolo e dal superamento emergenza sanitaria. La lunga fase espansiva ha favorito il rafforzamento complessivo dei buffer finanziari delle imprese pur messi alla prova dalla severità della crisi. Il tasso di disoccupazione è basso e le ricadute negative della crisi sul mercato del lavoro potranno essere temperate dal deficit strutturale di manodopera (eccesso di posti di lavoro disponibili) presente in Giappone e dalla tutela della continuità dei rapporti di lavoro dipendente prevalente nella cultura giapponese. Le prospettive di crescita dell'area più dinamica dell'economia globale vanno a beneficio anche dell'economia giapponese, che vi ha sviluppato una solida ed efficiente presenza produttiva (IDE giapponesi in Asia nel 2018 quasi 500 miliardi di dollari) e di mercato.

La sessione di Q&A si è alimentata con domande principalmente rivolte all'ambito fieristico, a piani di rilancio del turismo, al settore educativo e dell'istruzione, alla fiera foodex cancellata e rimandata al 2021, al Global start up program. Nell'ambito della sessione Q&A è intervenuto anche l'Ing. Zoli di Marposs rispondendo ad una domanda sull'approccio da parte di piccole realtà italiane con i colossi giapponesi. Questi ultimi sono interessati alle innovazioni tecnologiche italiane e valorizzano molto il settore della meccanica italiana. Tuttavia, l'Ing. Zoli consiglia dapprima di rivolgersi alle sedi europee dei colossi giapponesi, soprattutto se le PMI italiane non hanno una presenza stabile in Giappone, tenendo presente che la decisione finale viene presa in Giappone. È quindi chiaro che una presenza stabile o un importatore giapponese autorevole è molto importante.

E' possibile inviare altre domande per posta elettronica a tokyo@ice.it

Roberto Luongo, Direttore Generale Agenzia ICE, ha chiuso i lavori dell'undicesimo webinar organizzati da ICE e MAECI, riprendendo due aspetti principali: il Giappone è un mercato strategico, settimo nella classifica dei paesi di cui abbiamo un saldo attivo alla bilancia commerciale; è un paese che ha un ampio e variegato numero di settori sui cui far riferimento e dove vi è la possibilità di espandere la nostra quota di mercato. Ricorda infine le Olimpiadi di Tokyo rimandate al 2021 che rappresenterà un volano per i consumi.