

Hong Kong apre le porte ai talenti di tutto il mondo

Hong Kong apre le porte ai talenti di tutto il mondo



Hong Kong è una delle città internazionali che ospita maggiormente i talenti provenienti da parti diverse del mondo. Con un'economia caratterizzata dal libero scambio, da una bassa tassazione e da un intervento minimo del governo, Hong Kong si colloca all'ottavo posto a livello mondiale, crescendo sempre di più in termini di affari internazionali e centri finanziari.

Nell'agosto del 2018 il governo di Hong Kong ha pubblicato la

prima Talent List con lo scopo di attrarre persone altamente qualificate e sviluppare un'economia ad alto valore aggiunto e diversificata. Attualmente la lista comprende 11 professioni e talenti, di cui Hong Kong ha bisogno nel breve-medio periodo.

Il governo desidera attrarre soprattutto talenti con eccezionali capacità e conoscenze e con mentalità aperte all'internazionalizzazione al fine di condurre gli affari sia dentro che fuori il paese, incrementando in questo modo la competitività economica di Hong Kong.

I talenti di queste professioni hanno la possibilità, presentando la documentazione necessaria, di usufruire delle agevolazioni relative l'immigrazione del Quality Migrant Admission Scheme (QMAS), un sistema di immigrazione basato su criteri specifici. Il QMAS è riservato a 1000 persone. I candidati prescelti per una di queste professioni, non sono tenuti ad aver già un'offerta di lavoro locale prima del loro ingresso a Hong Kong.

Il governo prevede che ulteriori professioni possano essere aggiunte alla lista dei talenti man mano che il panorama economico evolve. Per il momento tutti coloro che fanno parte di altri settori e non sono inclusi in questa lista sono liberi di presentare la loro domanda per QMAS e altri regimi di ammissione purché soddisfino i criteri di ammissibilità. Ad esempio il Technology Talent Admission Scheme (Techtas) è un progetto pilota fondato tre anni fa al fine di affrontare la mancanza di talenti tecnologi digitali a Hong Kong. Esso consente alle società tecnologiche ritenute idonee di ammettere talenti tecnologici qualificati provenienti da oltremare e dalla Cina continentale per lavorare ad Hong Kong con accordi accelerati, ma è necessario per le aziende prima fare domanda per una quota. Una volta assegnata la quota da parte della Commissione per l'Innovazione e la Tecnologia (ITC), la società potrà sponsorizzare una persona ritenuta idonea per richiedere un visto di lavoro o un permesso di ingresso entro il periodo di validità della quota di sei mesi.

Deve inoltre soddisfare l'obbligo di assumere nuovi dipendenti locali nel lavoro legato alla tecnologia.

LA LISTA DEI TALENTI

1. Waste Treatment Specialists
 2. Asset Management Professionals
 3. Marine Insurance Professionals
 4. Actuaries
 5. Fintech Professionals
 6. Data Scientists & Cyber Security Specialists
 7. (Innovation & Technologies Experts
 8. Naval Architects
 9. Marine Engineers & Superintendents of Ships
 10. Creative Industries Professionals
 11. Dispute Resolution Professionals & Transactional Lawyers
-

Il Giornale di Vicenza – Hong Kong, la porta per l'Asia “Ma bisogna avere giovani qui”

CAMERA DI COMMERCIO. Incontro di "Made in Vicenza" e del Centro estero degli enti camerali

Hong Kong, la porta per l'Asia «Ma bisogna avere giovani qui»

A differenza del dato italiano, l'export vicentino è calato «eppure adesso si aprono molte opportunità»

Maria Elena Bonacini

«Hong Kong è un ponte verso l'Asia, ma non basta lasciare un catalogo e portare a casa biglietti da visita. Bisogna esserci. E in questo l'Italia è indietro», Stefano De Paoli, rappresentante di Invest Hong Kong per l'Italia sprona gli imprenditori vicentini durante l'evento "Hong Kong: motore trainante dell'economia asiatica" promosso da "Made in Vicenza" e dal nuovo Centro estero delle Camere di commercio del Veneto, a cui hanno partecipato ieri il presidente dell'ente camerale vicentino Giorgio Xoccato, il sindaco Francesco Rucco, il consolato generale d'Italia a Hong Kong Clemente Contestabile e Fiona Chau, deputy representative dell'Hong Kong Economic and trade office (Hketo) a Bruxelles.

EXPORT IN CALO. Attualmente i dati elaborati dalla Camera di commercio su dati Istat (quelli 2018 sono provvisori), dicono che in due anni a livello italiano le importazioni sono cresciute del 27%, con un valore 2018 di 304 milioni e



Sindaco Rucco e presid. Xoccato con Fiona Chau e Stefano De Paoli

le esportazioni del 3,6%, arrivando a quasi 6 miliardi, mentre sia a livello veneto che vicentino l'export ha fatto registrare un calo. Dal 2016 al 2018 infatti l'export veneto è passato da 888 a 814 milioni (-8,3%) con una diminuzione costante nei due anni, e quello vicentino da 478,8 a 362,6 milioni (-24,3%). «Il settore che esporta maggiormente verso Hong Kong è la gioielleria - spiega Chau - e probabilmente questo calo è dovuto a una diminuzione dei consumi di alta fascia. Ma soprattutto con un chiarimento dei rapporti tra Cina e Usa arriveranno da noi sempre più persone e le aziende italiane non devono perdere questa opportunità». In particolare, continua Chau, «Hong Kong è la vetrina dove mostrare e promuovere i propri prodotti in Cina, ma anche verso il resto dell'A-

sia e in particolare i paesi Asean, con cui abbiamo firmato un accordo commerciale nel 2017. Abbiamo una popolazione di pochi milioni di persone, ma anche 65 milioni di turisti, la maggior parte dalla Cina, che vengono soprattutto per fare shopping, perché sanno di trovare prodotti di qualità».

MANDARE PERSONE. Non secondario è poi il ruolo di hub dei trasporti. «Il nostro aeroporto - conclude Chau - è quello con più traffico al mondo. Nel 2018 sono passati 5 milioni di tonnellate di merci e 70 milioni di passeggeri e stiamo lavorando per arrivare nel 2024 rispettivamente a 9 e 100 milioni». E proprio i lavori sulle infrastrutture possono rappresentare una delle opportunità anche per le aziende italiane. Che, però, devono

credere in questa opportunità e scommetterci, soprattutto mandando giovani. «Non si tratta di spostare la fabbrica - afferma De Paoli - ma di avere una persona in loco, che abbia anche solo una scrivania in un coworking, che costa molto poco, come è semplice aprire un'azienda. Qualche anno fa sia noi che i francesi eravamo circa 5 mila, adesso loro sono 20 mila, mentre noi non siamo aumentati. È triste vedere che nel parco tecnologico l'unica presenza italiana è un ristorante». Anche perché, continua il consulente, i talenti sono ricercatissimi e si vogliono attrarre «persone capaci, in particolare i giovani, ma le università e i politecnici offrono anche laboratori, studenti e fondi a chi vuole sviluppare progetti. I nostri ragazzi vanno negli Usa o nel Regno Unito, che sono mercati saturi, le opportunità invece sono in Cina». Grandi prospettive, oggi, le vede soprattutto però nell'agroalimentare. «I vini italiani sono apprezzati più di quelli francesi e viene riconosciuto un migliore rapporto qualità/prezzo, ma rappresentano solo il 5% di quello importato: perché? Allo stesso modo, i ristoranti italiani sono quotatissimi, ma si fatica a trovare materia prima. Da parte del settore serve più imprenditorialità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il gusto italiano in Cina

Il gusto italiano in Cina



Apre a Shanghai, nel centralissimo quartiere di Jing'an, una vetrina delle eccellenze alimentari italiane. Lo annuncia Dolce Colle (Shanghai), una società che da molti anni opera in Cina nel commercio di vini italiani. All'interno dello spazio, battezzato LOVEATALY, saranno in esposizione e in vendita prodotti eno-gastronomici italiani, sostenuti da campagne pubblicitarie, promozione turistica e da un nutrito calendario di eventi ed assaggi guidati, corsi di cucina e di cultura italiana.

Secondo Stefano De Paoli, uno degli ideatori del progetto, il target sarà il B2B e l'area di riferimento l'intera Cina:

“Partiamo da Shanghai, dove siamo già presenti, in quanto città di riferimento per tutta la Cina. I trend, le mode, i soldi, le fiere internazionali, la formula uno, le iniziative di ogni tipo sono a Shanghai, prima di ogni altra città cinese”. L’attività della Showroom del gusto italiano includerà la vendita all’ingrosso e al dettaglio, online e offline, e permetterà di raccogliere giudizi immediati sul gradimento dei prodotti da parte dei consumatori cinesi.

L’idea innovativa consiste nell’aver creato una piattaforma dove i produttori di vini, olio, condimenti, conserve alimentari, dolci, pasta e specialità italiane di ogni tipo mettono direttamente in vendita i propri prodotti in Cina, saltando le lunghe e complesse ricerche di agenti e importatori, le trattative commerciali e i rischi connessi con i pagamenti, e partecipano attivamente nelle attività promozionali e di comunicazione, con propri video, promoter, corsi programmati, assaggi e dimostrazioni. L’idea è di offrire, a un costo molto inferiore a quanto le aziende sostengono normalmente per partecipare a una fiera in Cina, un’esposizione per 12 mesi all’anno, in una zona strategica del centro di Shanghai, sostenuta da continue attività promozionali, anziché nello spazio anonimo di un quartiere fieristico, in mezzo a migliaia di concorrenti di ogni parte del mondo, senza alcun supporto promozionale.

Lo spazio Loveataly è replicato su WeChat, il social network cinese che conta oltre 900 milioni di utenti. Le aziende che partecipano al progetto hanno l’opzione di vendere online, su WeChat, nel negozio al pubblico o solo ai clienti B2B, secondo scelte strategiche concordate con Loveataly. Potranno disporre della presenza di propri rappresentanti, promoter o Brand Ambassador, a proprio piacimento, senza ulteriori addebiti. Webcam posizionate nella showroom permettono alle aziende partecipanti di controllare, via internet, tutto quello che succede in Loveataly, per monitorare la presenza dei loro prodotti, il flusso dei visitatori, le promozioni e

partecipare attivamente al progetto, anche senza muoversi dall'Italia.

Insomma, l'offerta sembra molto allettante. Loveataly è aperto dall'inizio di marzo 2019. Sono previsti spazi regionali, dedicati ad alcune regioni particolarmente votate al turismo e all'enogastronomia, dove i prodotti enogastronomici saranno presentati insieme alle attrattive culturali e turistiche. Inizialmente le regioni rappresentate saranno scelte, a rotazione, su iniziativa degli organizzatori. In seguito, questi spazi saranno dedicati alle regioni italiane che si impegneranno a sostenere il progetto con attività promozionali, fornitura di materiale di comunicazione culturale e turistica.

Il progetto è stato concepito e sponsorizzato da Sviluppo Cina, Associazione italo-cinese per la promozione degli scambi economici e culturali tra Italia e Cina. Le aziende interessate possono mettersi in contatto con Sviluppo Cina a Milano o direttamente con Dolce Colle a Shanghai.

Maggiori informazioni su www.loveataly.eu

Tel: +39 02 89534108

alessandro.bertoni@loveataly.eu;

info@depaoli.global