

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 console generale d'Italia a Hong Kong Clemente Contestabile e Fiona Chau, deputy representative dell'Hong Kong Economic and trade office (Hketto) 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