

Singapore

BroadcastAsia: Il Mercato Dell'ICT

Maggio 2011





SINGAPORE BROADCASTASIA: IL MERCATO DELL'ICT

MAGGIO 2011

Indice	Pagina
1. Introduzione.....	3
2. Industria infocomm a Singapore.....	4
3. Importazioni.....	11
4. Esportazioni.....	16
5. Il mercato broadcasting a Singapore	17
6. Trend del mercato.....	20
7. Mercato della produzione televisiva.....	20
8. Concorrenza	22
9. Utenti finali	23
10. Accesso al mercato e note fiscali	23
11. Fiera BroadcastAsia.....	25
12. Contatti	26



Introduzione

Singapore, città-stato situata nel centro del Sud Est asiatico, occupa un'area di 712,4 kmq e ha una popolazione - in crescita dell'1,8% nel 2010 - pari a 5,076 milioni, così composta: 3,771 milioni di residenti, 3,23 milioni dei quali sono cittadini di Singapore mentre 541.000 sono *Permanent Resident*; la popolazione rimanente è costituita da un gruppo cosmopolita di stranieri¹. I tre principali gruppi etnici sono quello cinese (77%), malese (14%) e indiano (8%); le lingue principali sono l'inglese, il cinese mandarino, il malese e il tamil. La lingua inglese è correntemente usata nell'ambito commerciale, amministrativo e scolastico. La valuta locale è il dollaro di Singapore (SGD, S\$) pari a circa 55 centesimi di Euro (al 27 Aprile 2011). Il PIL del 2010 ammontava a 303 miliardi di dollari di Singapore (circa 169 miliardi di Euro)², dati del Ministero dell'Industria e del Commercio³. Pur essendo priva di risorse naturali, grazie ad una posizione strategica al centro del sud-est asiatico, che ha contribuito al suo sviluppo come prominente centro di servizi, commercio, comunicazione e turismo, Singapore ha consolidato la vocazione di hub regionale, con un aeroporto che serve circa 100 linee aeree e conta 5.400 voli settimanali per 200 destinazioni in 60 paesi e un porto moderno con un traffico annuale di ben 140.000 navi in contatto con oltre 600 altri porti in 123 stati. L'economia di Singapore è composta per il 28,3% dal settore industriale e per il 67,6% da quello dei servizi, oltre che per un 4,1% proveniente da redditi da proprietà immobiliari. Il settore manifatturiero, che nel 2010 rappresentava il 22,2% del PIL, si articola nell'ordine in industria elettronica, chimica, biomedica, dell'ingegneria di precisione e dell'ingegneria dei trasporti. Nel settore dei servizi, il segmento alberghiero e della ristorazione registra una percentuale del 2,2%, in crescita dell'8,8%.

Nonostante le ridotte dimensioni geografiche e la scarsità di materie prime Singapore dispone di un reddito pro-capite tra i più alti al mondo, pari, nel 2010, mediamente a 59.813 dollari di Singapore (equivalente a circa 33 mila Euro). Paese finanziariamente solido, la cui forma istituzionale è di Repubblica parlamentare unicamerale, Singapore è basata su un'economia di libero mercato ed è membro di APEC, ASEAN, Commonwealth e ONU. Ha saputo organizzare in maniera efficiente ed efficace le proprie risorse, dotandosi di eccellenti infrastrutture e si sta attualmente promuovendo sul piano internazionale come destinazione di turismo culturale e d'affari, proiettando un'immagine di organizzazione e pulizia, "the garden city: clean and green". Si stima che per la manutenzione delle aree verdi e la pulizia delle aree pubbliche venga impiegato

annualmente un budget di oltre 300 milioni di dollari di Singapore (equivalente a oltre 170 milioni di Euro). Ad oggi è sede di oltre 7.000 grandi imprese multinazionali e il Singapore Tourism Board, l'ente per il turismo locale, mira, entro il 2015, a triplicare i ricavi del settore turistico portandoli a 30 milioni di dollari di Singapore (17,4 milioni di Euro circa); entro tale data è inoltre previsto il raddoppio del numero dei visitatori fino a raggiungere quota 17 milioni. In quest'ottica, il Singapore Tourism Board sta lavorando con investitori internazionali al fine di sviluppare attrazioni di portata mondiale e attrarre eventi strategici di business e del tempo libero: tra questi il Gran Premio di Formula 1, la costruzione del Singapore Flyer, la ruota panoramica più alta del mondo, l'aggiornamento di Orchard Road che si pone ora come una delle strade per lo shopping migliori al mondo, l'upgrade di Sentosa, l'isola resort

¹ www.singstat.gov.sg

² Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore; Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore

³ www.mti.gov.sg

tropicale che ospita attrazioni come gli *Universal Studios* e il *Marine Life Park*, il miglioramento di zone come il lungofiume, Chinatown e Little India, la costruzione degli iconici resort integrati. Il tutto si sviluppa attorno al concetto chiave che vede la Città Stato come il miglior posto in Asia per vivere, lavorare, studiare e passare il tempo libero.

Per il 2011 il Ministero del Commercio e dell'Industria prevede una crescita del PIL tra il 5% e il 7%; rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, nel primo trimestre 2011 l'economia di Singapore è incrementata dell'8,3%. A conferma di un trend positivo, rispetto allo stesso periodo del 2010, il settore manifatturiero ha registrato una crescita del 13,1%, i servizi finanziari dell'11,3%, i servizi alle imprese 4,3%, il commercio all'ingrosso del 4,5%, quello al dettaglio del 4,9%, il settore hotel e ristoranti del 7%, mentre il settore denominato "gli altri servizi" è in crescita del 14,5%, soprattutto grazie all'area delle attività artistiche ricreative e dell'intrattenimento.

Industria infocomm a Singapore⁴

Nel perseguire una crescita economica sostenibile questo governo ha individuato come essenziale l'avanguardia nelle tecnologie infocomm emergenti e, nell'ottica di incrementare la competitività di Singapore a livello mondiale nel campo infocomm, è stata costituita IDA, Infocomm Development Authority⁵, un ente che ha lo scopo di sviluppare quest'industria affinché sia in grado di attrarre investimenti stranieri e sostenere la crescita del prodotto interno lordo a lungo termine tramite lo sviluppo, l'installazione e l'utilizzo di tecnologia infocomm. IDA regola anche l'uso degli impianti di telecomunicazione: tramite il documento di riferimento intitolato *Technical Specifications* (Specifiche Tecniche, che sono pubblicate all'interno del sito www.ida.gov.sg) prescrive i requisiti minimi che gli

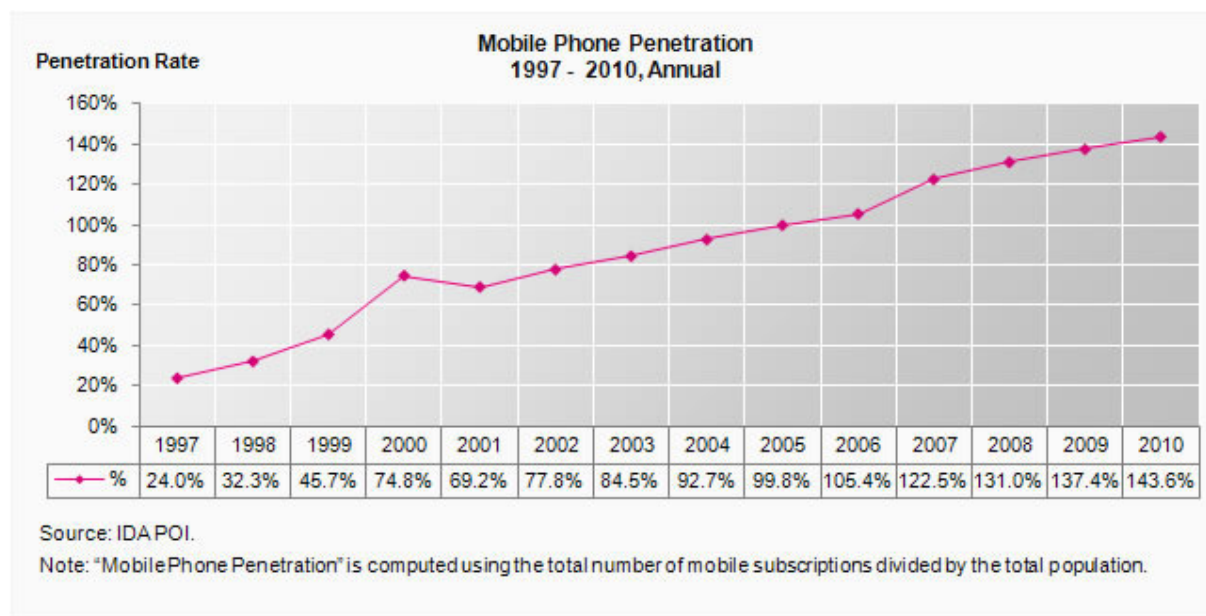
impianti di telecomunicazione devono soddisfare per essere commercializzati e utilizzati a Singapore. IDA, che è responsabile di gestione, distribuzione e utilizzo dello spettro di frequenze radio, ha anche emesso delle linee guida "Infocomm Technology Roadmap" che pianificano il futuro di questo settore identificando trend significativi, opportunità business e vantaggi competitivi. Nel 2006 è stato lanciato il piano decennale per l'infocomm, chiamato Intelligent Nation 2015 o iN2015 che mira a trasformare la nazione in una nazione all'avanguardia nell'infrastruttura tecnologica e di comunicazione, con l'implementazione della nuova generazione di network nazionale a banda larga la cui velocità di navigazione raggiunge un gigabyte; tutto ciò si tradurrà in un'ulteriore rafforzamento del network infrastrutturale di Singapore con conseguenti benefici per le imprese nel campo dell'IT. Il governo sta anche incoraggiando le imprese a sviluppare soluzioni in tecnologie e servizi emergenti, come servizi Web, RFID e outsourcing dei processi business. Ci sono anche schemi che aiutano le aziende a sviluppare nuovi e innovativi prodotti o a valorizzare la proprietà intellettuale. Le autorità si impegneranno a rafforzare le capacità delle imprese locali, mirando alla creazione di risorse soprattutto nelle aree dove Singapore ha buoni precedenti con implementazioni di successo nel campo infocomm come, ad esempio, i settori e-Government, digital media, intrattenimento ed educazione. I vantaggi di una rete broadband economica e ad alta velocità accessibile in tutta l'isola agevoleranno la possibilità del telelavoro, con conseguente crescente domanda di video conferenze ad alta definizione,

⁴ Si evidenzia che, dove possibile, sono stati inseriti i dati più recenti; il documento "Annual Survey on Infocomm Industry for 2010" non è ancora disponibile, quindi la fonte di riferimento è l'edizione per l'anno 2009.

⁵ www.ida.gov.sg

archivio dati remoto e software di collaborazione. Uno dei fattori che hanno contribuito al successo di Singapore è il supporto del governo per l'ICT, la tecnologia delle telecomunicazioni e dell'informatica: nel 2010 Singapore si presentava come un mercato per le telecomunicazioni completamente liberalizzato, con una diffusione domestica dei computer pari all'84% (l'82 % delle abitazioni dispone di collegamento internet), una penetrazione broadband a livello domestico del 191,8%, una penetrazione dei cellulari del 143,6%. Il dato relativo alla diffusione della banda larga nelle abitazioni include i piani di accesso wireless (forniti via 3.5G/HSDPA e WiMAX o suo equivalente). Nel 2011 gli abbonamenti 3G interessano circa il 66% del numero totale dei quasi 8 milioni di utenti di telefonia mobile ed i punti Wifi sono largamente diffusi su tutta l'isola. Riportiamo di seguito alcune tabelle pubblicate da IDA indicanti i trend del settore infocomm a Singapore.

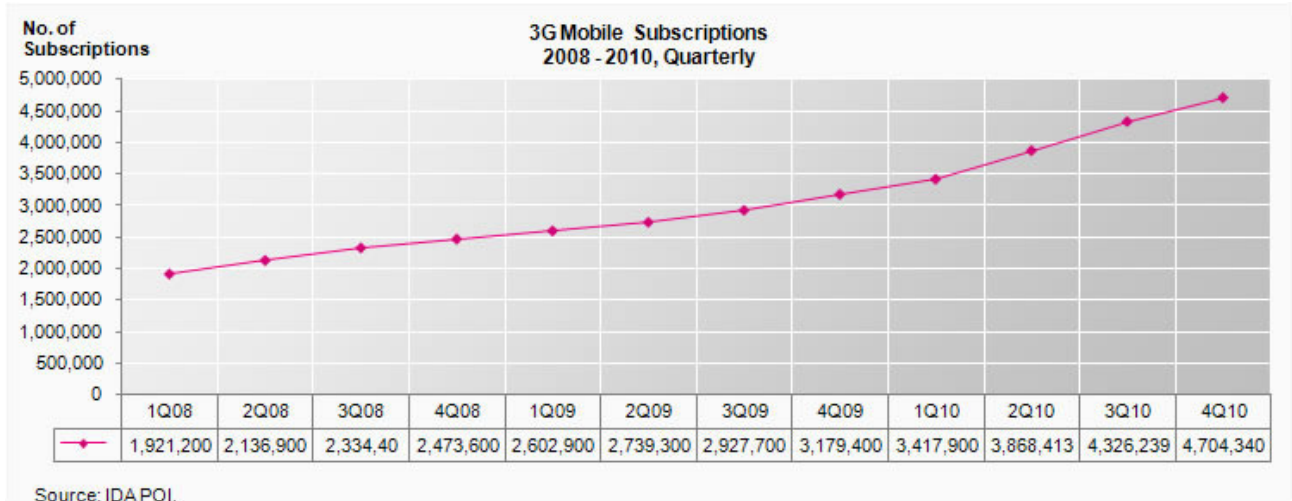
1. Penetrazione dei telefoni cellulari dal 1997 al 2010



La penetrazione dei telefoni cellulari a Singapore – i dati si riferiscono al numero complessivo di abbonamenti suddiviso per il numero degli abitanti - ha subito una crescita esponenziale negli ultimi 14 anni, passando dal 24% del 1997 al 143% registrato nel 2010, e si stima essere in continua crescita, data la propensione del pubblico locale per i gadget tecnologici e le telecomunicazioni. I maggiori operatori sono SingTel – che possiede il 99% delle linee telefoniche del paese - M1 e Starhub.

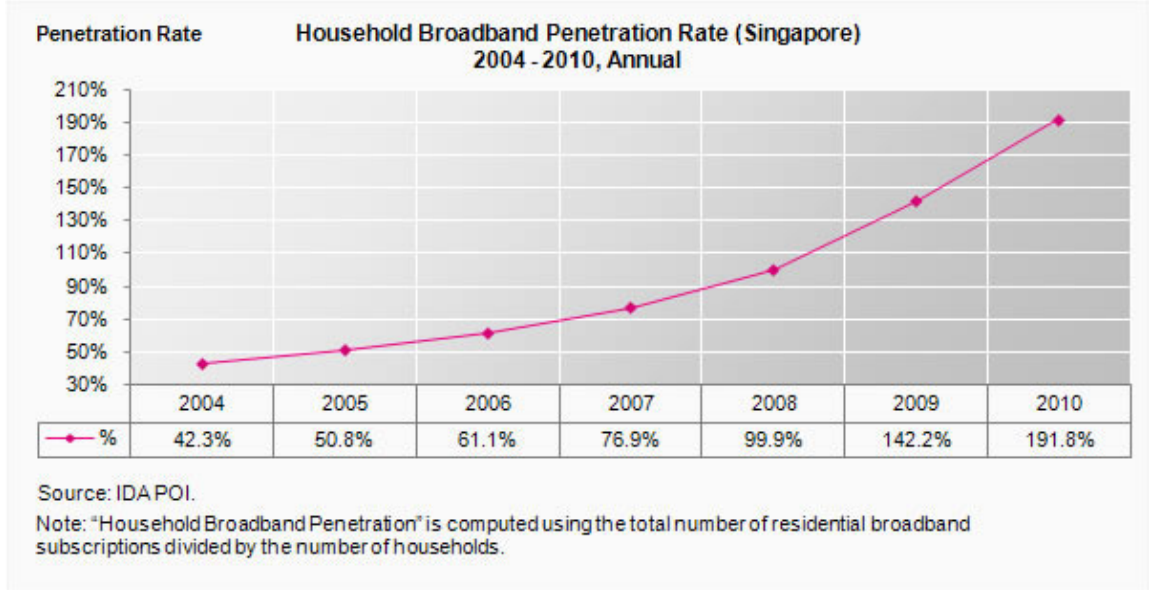


2. Grafico andamento abbonamenti 3G Mobile 2008-2010



Anche gli abbonamenti 3G hanno seguito un trend in crescita passando dai 1.921.200 del primo trimestre 2008 ai 4.704.340 dell'ultimo trimestre del 2010. SingTel sta aggiornando i network di telefonia mobile implementando la tecnologia 3G nei percorsi della metropolitana - che ad oggi conta quattro linee - dove ancora non è presente: due linee erano infatti state costruite prima che tale tecnologia fosse introdotta a Singapore. I lavori dovrebbero essere completati entro luglio 2011.

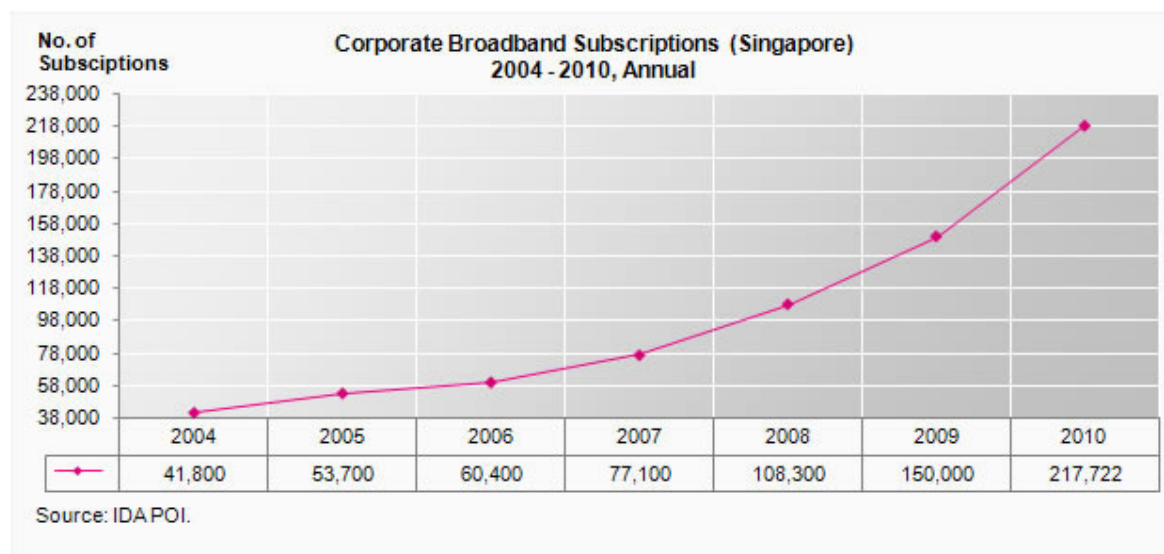
3. Penetrazione broadband in ambito domestico





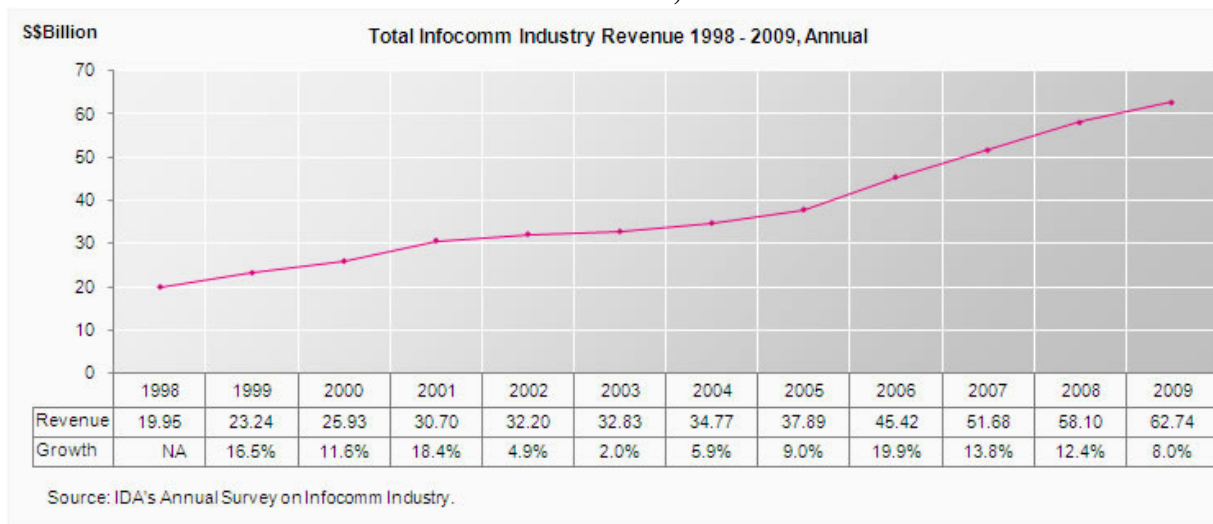
La crescita esponenziale della diffusione della rete broadband in ambito domestico – dal 42,3% del 2004 al 191,8% nel 2010 - testimonia l'eccellenza delle infrastrutture presenti a Singapore, anche nel settore delle telecomunicazioni.

4. Grafico andamento abbonamenti broadband aziendali



Anche nell'ambito aziendale c'è stata una crescita esponenziale degli abbonamenti alla rete broadband, passando dai 41.800 nel 2004 ai 217.722 nel 2010. Sorprendentemente, il mercato all'inizio si è sviluppato lentamente per quanto riguarda l'adozione su grande scala dell'accesso broadband, nonostante Singapore sia stato il primo paese al mondo a implementare DSL commercialmente nel 1997, per svilupparsi in modo importante a partire dal 2006, anno in cui è stato varato il programma iN2015. Singapore è anche diventato uno dei maggiori hub globali per le telecomunicazioni nella regione: negli ultimi anni, il paese è diventato un hub per le interconnessioni sottomarine dei cavi dove sistemi di cavi sottomarini regionali si interconnettono con sistemi di cavi internazionali.

5. Reddito totale dell'industria infocomm 1998-2009, annuale

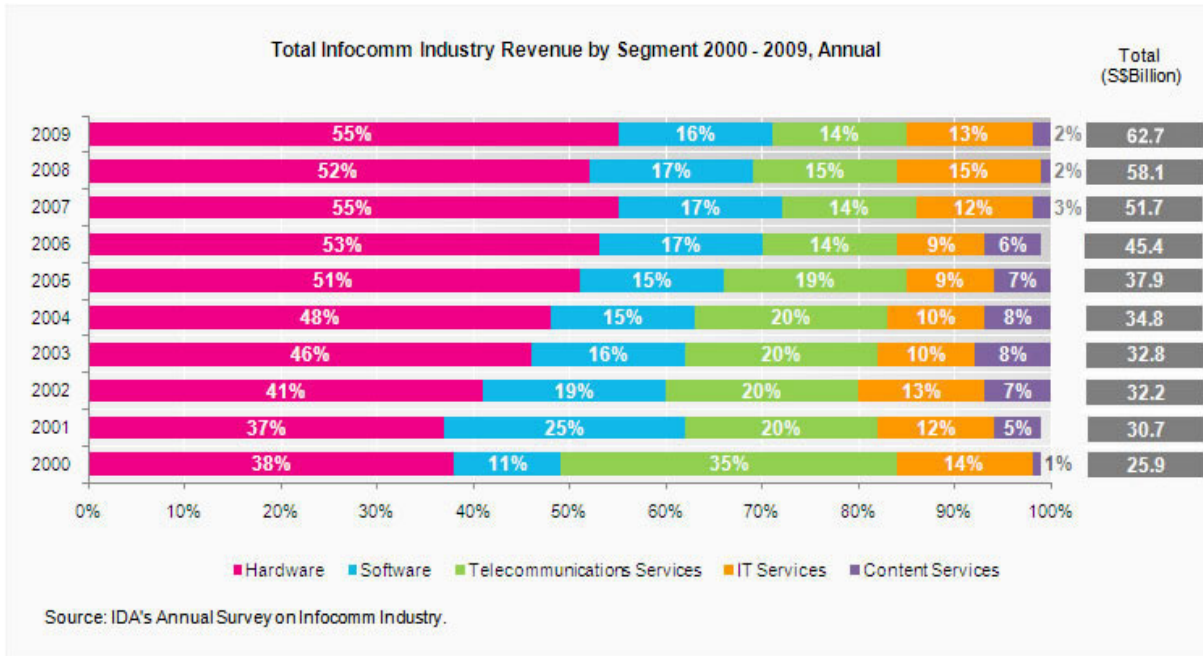


Il reddito dell'industria infocomm nel 2009 è cresciuto dell'8% raggiungendo i 62.74 miliardi di dollari di Singapore (31,37 miliardi di Euro) rispetto ai 58.10 miliardi di dollari di Singapore del 2008 (29,05 miliardi di Euro), vedere grafico numero 5. È importante notare quanto la crescita di questo settore sia superiore alla crescita del PIL - pari a 1,1%. Nel 2010 questo settore impiegava 141.300 addetti, dato in crescita del 0.4% rispetto al 2009. Come per gli anni precedenti, il settore hardware si conferma il maggior contribuente con una quota di mercato di 55%.

Dal grafico 5 è evidente il trend di costante crescita del mercato infocomm a Singapore che in dodici anni ha più che triplicato gli introiti passando da 19,95 miliardi di dollari di Singapore del 1998 (9,975 miliardi di Euro) a 62,74 miliardi di dollari di Singapore nel 2009 (31,37 miliardi di Euro).



6. Reddito totale dell'industria infocomm per segmento 2000-2009, annuale



Il grafico 6 scompone i dati del reddito totale dell'industria infocomm nei vari segmenti: hardware, software, servizi di telecomunicazione, servizi informatici, servizi relativi ai contenuti. Risulta evidente la predominanza del segmento hardware che ha mantenuto un trend di crescita costante negli ultimi anni raggiungendo nel 2009 il 55% del mercato; si registra un trend positivo anche nel settore software, mentre c'è stata una riduzione delle quote di mercato relative ai servizi delle telecomunicazioni, valutabili nel 2009 al 16% mentre nel 2000 registravano il 35%; i servizi informatici hanno mantenuto una presenza costante valutabile attorno al 10-15% mentre i servizi relativi ai contenuti, dopo un periodo relativamente florido tra il 2001 e il 2006, hanno subito un decremento e nell'anno 2009 rappresentavano il 2% del reddito totale dell'industria infocomm.

Nel gennaio del 2003 il governo ha unificato Singapore Broadcasting Authority (SBA), Films and Publications Department (FPD) e Singapore Film Commission per creare MDA, Media Development Authority⁶, che svolge la funzione di regolatore e promotore dell'industria dei media di Singapore. La città stato è stata in grado di sviluppare ottime credenziali nel campo dell'editoria, del broadcasting e della produzione, posizionandosi come uno degli hub chiave per i media nella regione Asia Pacifico. Il Singapore Media Fusion Plan (SMFP) del valore di 230 milioni di dollari di Singapore (circa 115 milioni di Euro) – lanciato di recente - si articola in tre strategie volte allo sviluppo del settore dei media: la prima mira a creare il migliore ambiente per le imprese del campo dei media a Singapore, la seconda pone in rilievo il ruolo dell'attività di ricerca e sviluppo per esplorare

⁶ www.mda.gov.sg



nuove opportunità nella catena del valore dei media digitali, la terza aspira a far sì che Singapore rimanga in stretto collegamento con il mondo circostante per poter creare prodotti internazionali (contenuti, applicazioni e servizi).

Il settore dei media a Singapore copre il broadcasting, film e video, editoria, musica, media online e su cellulare, videogiochi e animazione. Lo scorso anno Singapore ha prodotto oltre 60 tra cortometraggi e lungometraggi e oltre 2.200 ore di contenuti televisivi. Gli ultimi dati disponibili indicano che nel settore dei media nel 2008 erano impiegati almeno 63.000 addetti, in crescita del 16% rispetto al 2006. Il settore dei media ha contribuito S\$5,49 miliardi di dollari di Singapore (circa 2,74 miliardi di Euro) nel 2008 in valore aggiunto e ha registrato un reddito di S\$22.4 miliardi di dollari. Singapore svolge la funzione di principale centro di distribuzione per la regione Asia Pacifico e molti degli integratori di sistemi hanno rapporti commerciali con diversi paesi presenti nella regione; è abbastanza comune che la strumentazione accettata a Singapore venga generalmente accettata nei paesi circostanti. Poiché per progetti di produzione molte aziende di Singapore di dimensioni medie tendono a cooperare con aziende più grandi o creare collaborazioni tra piccole aziende, una buona opportunità di penetrare il mercato è quella di valutare progetti di co-produzione. A Singapore non esistono leggi che regolano i contratti di agenzia e le leggi mercantili sono basate sulla legislazione inglese. Aziende intenzionate a penetrare il mercato di Singapore dovrebbero partecipare come visitatori o espositori ai maggiori eventi del settore come BroadcastAsia che ha scadenza annuale e viene visitata dai maggiori acquirenti e aziende del settore: è un'ottima opportunità per avere accesso al mercato del Sud Est Asiatico e della regione Asia Pacifico, visto che metà dei visitatori è proveniente dall'estero.

Nuove opportunità

Con l'implementazione della tecnologia broadband di nuova generazione e la concreta prospettiva di maggiore velocità di navigazione, le imprese avranno accesso ai servizi di nuova generazione a costi più accessibili come cloud computing, Software-as-a-Service (SaaS) e altre applicazioni di back up e collaborazione remoti a banda larga che aiuteranno a incrementare la loro efficienza operativa. Operando in un cluster, le imprese delle telecomunicazioni con sede a Singapore hanno a disposizione diversi vantaggi, tra cui l'agevolazione delle sinergie, la possibilità di attingere talento sia di provenienza locale che globale, infrastrutture eccellenti e connettività per sviluppare soluzioni telecom per i mercati asiatici e globali. Opportunità specifiche per il settore infocomm si trovano nelle seguenti aree: ICT security / disaster recovery (ripristino di emergenza), applicazioni e servizi multimediali a banda larga di nuova generazione, wireless developments, cloud computing, commercio elettronico e formazione a distanza, consulenze IT, applicazioni telefonia mobile, ricerca e sviluppo con imprese locali, governo o multinazionali.

3. Importazioni

Non esistendo produttori locali, l'industria del broadcasting dipende dalle importazioni e i maggiori fornitori provengono da Stati Uniti, Cina, Europa e Giappone grazie alle loro tecnologie e prodotti innovativi. Cina e Corea rappresentano i nuovi fornitori che competeranno aggressivamente nel prossimo futuro: alcuni fornitori hanno già aperto una sede a Singapore e impiegato addetti alle vendite internazionali. Si prevede che il mercato di Singapore importerà più attrezzature per far fronte agli aggiornamenti del mercato della diffusione televisiva, ad esempio, MediaCorp ha infatti annunciato che, oltre al continuo miglioramento degli impianti preesistenti, costruirà un impianto broadcasting del valore di 100 milioni di dollari di Singapore (50 milioni di Euro) che sarà completato tra quattro anni. È prevedibile che questo trend di aggiornamento e modernizzazione interessi anche aziende più piccole.

Singapore: importazioni di altoparlanti unici montati nelle loro casse acustiche (HS 851821)

	Paesi di provenienza	2008 In migliaia di Euro	2009 In migliaia di Euro	2010 In migliaia di Euro
1	Indonesia	7.360	13.195	9.174
2	China	6.401	4.486	4.975
3	Stati Uniti	2.467	3.417	2.634
4	Norvegia	741	800	868
8	Italia	279	345	534
	Totale di tutti i paesi	19.892	24.907	21.738

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore

La tabella illustra il trend delle importazioni a Singapore di altoparlanti unici montati nelle loro casse acustiche, con Indonesia e Cina e Stati Uniti come principali paesi di provenienza. Nel 2010 l'Italia, dopo aver visto diminuire la propria quota di mercato che nel 2009 era giunta a 1,39% - rispetto a 2,4% del 2007 - ha recuperato raggiungendo una percentuale del 2,45%.

Singapore: importazioni di altoparlanti multipli montati in una stessa cassa acustica (HS 851822)

	Paesi di provenienza	2008 In migliaia di Euro	2009 In migliaia di Euro	2010 In migliaia di Euro
1	China	7.557	8.074	11.990
2	Stati Uniti	1.832	2.879	6.997
3	Malesia	13.587	5.022	2.495
4	Germania	890	864	2.188
6	Italia	1000	1010	1.382
	Totale di tutti i paesi	29.356	22.077	32.981

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore



Il 2010 ha registrato un incremento delle importazioni di altoparlanti multipli montati in una stessa cassa acustica, rispetto ai dati del 2009. Principali paesi fornitori sono Cina, Stati Uniti e Malesia; l'Italia si colloca in sesta posizione con il 4,19%, in leggera diminuzione rispetto alla percentuale del 4,57% del 2009.


Singapore: importazioni di altoparlanti (senza cassa acustica) (HS851829)

Paesi di provenienza		2008	2009	2010
		In migliaia di Euro	In migliaia di Euro	In migliaia di Euro
1	Indonesia	71.120	25.623	49.006
2	China	50.128	33.297	30.781
3	Vietnam	233	2.082	4.849
4	Stati Uniti	4.430	3.114	3.025
13	Italia	307	235	465
Totale di tutti i paesi		145.060	75.494	96.891

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore

Nel 2010 si è registrato un trend in crescita per le importazioni di altoparlanti senza cassa acustica, provenienti principalmente da Indonesia e Cina. L'Italia ha mantenuto una presenza stabile negli ultimi tre anni, esportando a Singapore meno dell'1% del valore delle importazioni per questo codice doganale.

Singapore: importazione di amplificatori elettrici a bassa frequenza (HS 851840)

Paesi di provenienza		2008	2009	2010
		In migliaia di Euro	In migliaia di Euro	In migliaia di Euro
1	China	16.318	13.931	18.830
2	Stati Uniti	15.257	12.726	14.336
3	Giappone	8.584	4.573	7.291
4	Germania	1.376	2.417	3.597
15	Italia	552	777	464
Totale di tutti i paesi		51.282	45.118	56.598

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore

Gli amplificatori elettrici a bassa frequenza provengono principalmente da Cina e Stati Uniti, le importazioni dall'Italia costituiscono non più dell'1% del valore totale importato, in diminuzione rispetto al dato del 2009 (1,7%).

Singapore: importazione apparecchi di amplificazione del suono, elettrici (HS 851850)

	Paesi di provenienza	2008 In migliaia di Euro	2009 In migliaia di Euro	2010 In migliaia di Euro
1	China	3.357	3.316	2.936
2	Stati Uniti	1.694	1.969	2.346
3	Regno Unito	985	681	1.500
4	Malesia	688	1.511	1.209
6	Italia	328	78	394
	Totale di tutti i paesi	11.226	11.118	11.058

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore

Negli ultimi tre anni il valore relativo all'importazione di apparecchi di amplificazione del suono è rimasto costante. I principali paesi di provenienza sono Cina e Stati Uniti; le importazioni dall'Italia sono diminuite dal 2,93% del 2008 allo 0,72% del 2009, per recuperare nel 2010 raggiungendo il 3,56%.

Singapore: importazione di apparecchi per la videoregistrazione o la videoriproduzione su nastri magnetici, anche incorporanti un ricevitore di segnali videofonici (escluse videocamere) (HS852110)

	Paesi di provenienza	2008 In migliaia di Euro	2009 In migliaia di Euro	2010 In migliaia di Euro
1	Giappone	3.227	2.864	10.101
2	Stati Uniti	2.315	2.169	5.751
3	Cina	816	1.597	1.682
4	Hong Kong	3.027	1.900	884
22	Italia	19	0,5	4,46
	Totale di tutti i paesi	10.123	9.735	32.981

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore

Nel comparto degli apparecchi per la videoregistrazione o la videoriproduzione su nastri magnetici, anche incorporanti un ricevitore di segnali videofonici (escluse videocamere), che dimostra un trend abbastanza stabile, il Giappone e Stati Uniti sono leader del mercato, seguiti da Hong Kong. L'Italia occupa la ventiduesima posizione.

Singapore: importazioni di antenne e riflettori di antenne di ogni tipo; parti riconoscibili come destinate a essere utilizzate insieme a tali oggetti, n.n.a. (HS 852910)

	Paesi di provenienza	2008 In migliaia di Euro	2009 In migliaia di Euro	2010 In migliaia di Euro
1	Stati Uniti	13.578	13.897	12.401
2	Giappone	17.062	10.349	11.684
3	Cina	12.992	5.069	5.924
4	Israele	1.581	1.695	2.301
16	Italia	1350	544	342
	Totale di tutti i paesi	67.587	46.436	45.894

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore

Le importazioni a Singapore di antenne e riflettori di antenne di ogni tipo negli ultimi due anni sono notevolmente diminuite. Principali paesi di provenienza sono Stati Uniti e Giappone. Negli ultimi tre anni le esportazioni dall'Italia si sono attestate tra l'1% e il 2%, con un trend in diminuzione.

Singapore: importazioni di cavi coassiali e altri conduttori elettrici coassiali, isolati (HS 854420)

	Paesi di provenienza	2008 In migliaia di Euro	2009 In migliaia di Euro	2010 In migliaia di Euro
1	China	49.775	43.232	54.926
2	Corea del Sud	52.169	40.701	40.739
3	Malesia	27.055	15.830	23.956
4	Stati Uniti	24.532	14.435	19.928
9	Italia	9.969	7.081	6.419
	Totale di tutti i paesi	214.412	159.851	204,015

Fonte: StatLink Singapore Trade Statistics Cambio applicato per 2008 e 2009: 1 Euro= 2 dollari di Singapore
Cambio applicato per il 2010: 1 Euro= 1,79 dollari di Singapore

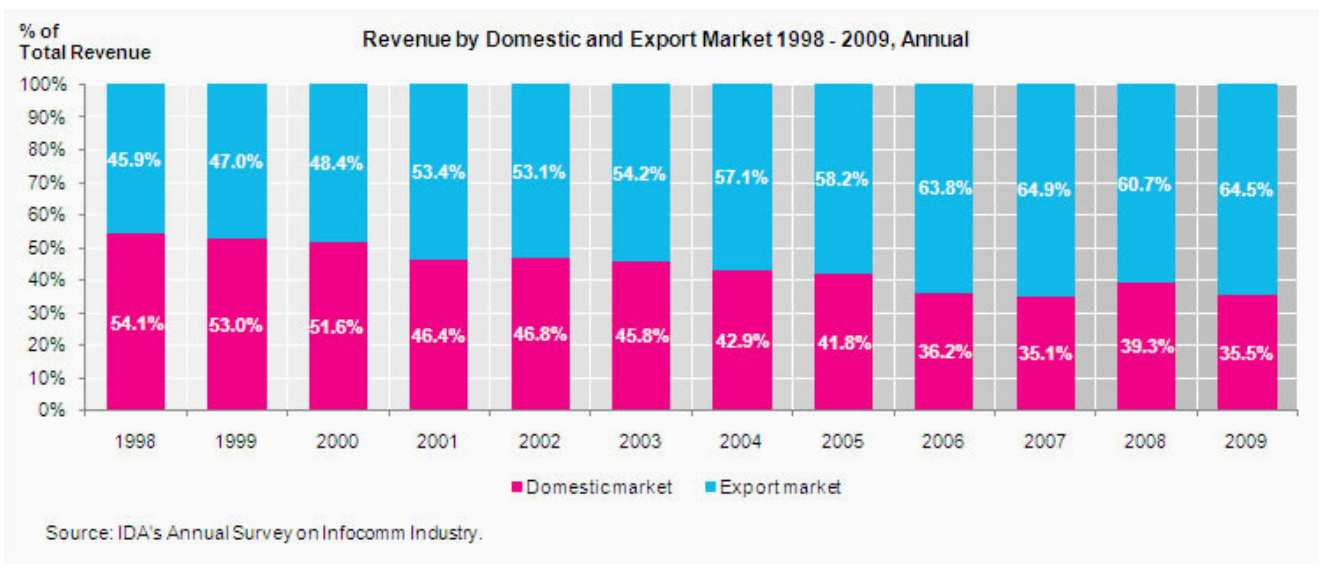
Le importazioni a Singapore di cavi coassiali e altri conduttori elettrici coassiali, isolati negli ultimi tre anni si è mantenuta abbastanza stabile. Cina e Corea del Sud sono i principali paesi di provenienza; nel 2010 l'Italia ha esportato un valore pari al 3% delle importazioni a Singapore.

Esportazioni⁷

Nel 2009 l'**export** ha contribuito per il 64,5 % del reddito prodotto dall'industria infocomm, in crescita rispetto alla percentuale del 61% registrata nel 2008.

Riportiamo di seguito la lista relativa all'anno 2009 delle destinazioni delle esportazioni: ASEAN (22%) e l'Asia del Nord (21%), seguite da Europa (16%) e America (15%), Asia del Sud (13%), Oceania (6%), Medio Oriente (3%) e Africa (3%). I maggiori paesi destinatari sono quelli dell'ASEAN con una quota di mercato del 22% del reddito proveniente dalle esportazioni, con Indonesia e Malesia che costituiscono il 61% del reddito totale esportato con rispettivamente il 34% e il 27%; seguono Thailandia con 12%, Vietnam con 10% e Filippine con 7%. Oltre all'area ASEAN, altra importante destinazione delle esportazioni è l'Asia settentrionale⁸ che registra il 21% del reddito da esportazione, seguita dal mercato americano⁹ con il 15% (73% del quale è destinato agli Stati Uniti) ed europeo 16%, infine c'è l'Oceania¹⁰ con il 6%. Le quote di esportazione nella regione Asia Pacifico, pari ad un valore di 16,27 miliardi di dollari di Singapore (circa 9 miliardi di Euro), sono così suddivise: Giappone 28%, India 25%, Australia 14% e Hong Kong 12%.

7. Reddito da mercato interno ed esportazione 1998-2009, annuale



Dal grafico 7 risulta evidente la progressiva prevalenza nel tempo del reddito da esportazione nel settore infocomm rispetto al reddito proveniente dal mercato domestico, a conferma del

⁷ Fonte: Annual Survey on Infocomm Industry for 2009

⁸ L'Asia settentrionale include: Giappone, Cina, Hong Kong, Corea del Sud e altri paesi;

⁹ Usa, Canada, America Centrale, Sud America e altri paesi;

¹⁰ Australia, Nuova Zelanda e altri paesi;

fatto che Singapore ricopre una posizione di hub nel Sud Est asiatico, sia come centro di riesportazione delle merci che come “vetrina” della regione.

Il mercato broadcasting a Singapore

Il mercato di Singapore, nonostante le dimensioni ridotte, si sta posizionando come broadcasting hub nella regione Asia Pacifico e dispone di una delle più moderne e sviluppate infrastrutture infocomm al mondo. Si stima che questo mercato sia destinato a crescere stabilmente nel prossimo decennio, anche grazie all’impegno del governo nei settori concernenti radio e televisione. Aggiornamenti della presente infrastruttura verranno apportati al fine di sviluppare le iniziative del governo per la promozione della tecnologia digitale, per il potenziamento dell’accesso broadband, per la promozione dell’HDTV e per l’agevolazione all’accesso alla radio digitale. Quindici organizzazioni di radiodiffusione hanno stabilito una loro sede a Singapore oppure trasmettono al satellite da Singapore. Le abitazioni ricevono sette canali gratuiti via etere forniti da MediaCorp TV, l’unica organizzazione di radiodiffusione via etere nella città stato. Channel 5 e Channel 8 offrono programmi di intrattenimento e informazione in inglese e cinese mandarino, Channel U solo in cinese, Suria è il canale per la comunità malese e Okto costituito da oktoDAY e oktoNITE offrendo una maggiore programmazione giornaliera che include programmi riconducibili a Kids Central (per bambini) e Arts Central (per una programmazione internazionale).

Fino al 2007 Starhub Cablevision è stato l’unico fornitore di televisione a pagamento, e TV Mobile era l’unico fornitore di televisione digitale fuori dagli edifici, uno dei primi al mondo a sperimentare l’utilizzo della trasmissione video digitale per intrattenere e informare gli utenti durante il viaggio. Circa 1500 autobus, molti taxi e il 38 % delle aree pubbliche della città ricevono programmi di TV Mobile, che possiede un centro trasmissione principale e nove altri siti di supporto, oltre a due transposer. Nel 2007 SingTel ha lanciato mioTV, una televisione interattiva che combina i benefici della televisione a pagamento, di quella digitale e della HDTV, nonché dell’interattività della tecnologia internet. mio TV è una televisione di nuova generazione che permette all’utente di avere un’interazione con la TV, dove i segnali del protocollo Internet (IP) vengono convertiti per permettere la visione dei programmi sullo schermo televisivo. Nel maggio del 2008 SingTel ha annunciato il lancio di mio TV su telefono cellulare, una rivoluzione nel modo di vedere la televisione.

Con diciotto stazioni gestite da organizzazioni di radiodiffusione sia locali che straniere, anche l’industria radio di Singapore si sta raffinando con l’aggiornamento della tecnologia delle stazioni che da analogica sta diventando digitale. Broadcaster come MediaCorp Radio, SAFRA Radio, Unionworks, Rediffusion e BBC contribuiscono allo sviluppo di questo settore nella città stato. MediaCorp Radio è il network radio più importante con undici stazioni locali e tre internazionali: il servizio radio digitale Smart Radio permette agli ascoltatori di avere accesso a tutte e quattordici le stazioni, sei delle quali sono esclusivamente su Digital Audio Broadcast (DAB), inoltre otto delle stazioni sono su simulcast sia in FM che in DAB. Singapore ha adottato il



Digital Audio Broadcasting System Eureka – 147, lo standard raccomandato dall'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (International Telecommunications Union).

Tabella delle organizzazioni di radiodiffusione presenti a Singapore

Servizio fornito	Fornitori
Satellite Broadcasters	AFC Network Pte Ltd, CNBC Asia Pacific, AXN, BBC Worldwide, Business News (Asia), Discovery Network Asia, ESPN Star Sports, Expand Fast Holdings, Home Box Office (HBO), MediaCorp News, MTV Asia, Nickelodeon GNV Operations, SET Satellite and Walt Disney Television
Uplink and Downlink	SPTL Holdings Pte Ltd, Singapore Telecommunications Limited (SingTel), MediaCorp Technologies Pte Ltd, ST Teleport Pte Ltd e Ascent Media Pte Ltd
Subscription TV	StarHub Cable Vision (SCV) Singapore Telecommunications Limited (SingTel) – mio TV
Free-to-Air Broadcasters	MediaCorp TV, MediaCorpTV12 MediaCorp News, UnionWorks Pte Ltd., SAFRA Radio e MediaCorp Radio
Outdoor Digital Television/Mobile Television	TV Mobile, Mio TV

Network Radio	Siti internet
MediaCorp Radio	http://www.mediacorpradio.sg/
Rediffusion	http://www.rediffusion.com.sg/
BBC Radio	http://www.bbc.co.uk/radio/
SAFRA Radio (English and Chinese)	http://power98.com.sg/ e http://fm883.com.sg/
Unionworks (English and Chinese)	http://www.wkrz913.com/ e http://www.radio1003.com/



Trend del mercato

Nei prossimi cinque dieci anni Singapore intende raggiungere una posizione di primo piano nel settore broadcasting nella regione continuando ad essere un hub di approvvigionamento per il resto della regione, quindi si prevede un trend in crescita. Aziende presenti a Singapore traggono vantaggio della sua posizione e hanno accesso ai mercati circostanti approfittando delle potenzialità di crescita ed espansione dati dallo sviluppo di nuove tecnologie. Il governo di Singapore ricopre un ruolo fondamentale nello sviluppo progressivo del settore broadcasting sia per quanto riguarda la televisione che la radio e collabora con importanti nomi del settore come Starhub e MediaCorp Pte Ltd inaugurando un periodo di prova di sei mesi per la HDTV nel 2006 che mira a testare la trasmissione e la ricezione di servizi HDTV su diverse piattaforme, altro tipo di test interessa la tecnologia di compressione HD MPEG 4. Media Development Authority (MDA) stima che ci siano approssimativamente 200.000-300.000 persone in possesso di televisori predisposti alla tecnologia HDTV.

Mercato della produzione televisiva

Si prevede che il mercato della produzione televisiva si svilupperà maggiormente quando la tecnologia HDTV occuperà un ruolo dominante sul mercato. Questo mercato è molto stabile con una crescita incrementale negli ultimi anni. Anche il mercato della postproduzione, che è costituito da alcune grandi aziende, ma include anche realtà dalle dimensioni più ridotte, è previsto in crescita grazie alla diffusione della HDTV sia a Singapore che nella regione. Questo mercato non deve essere considerato saturato in quanto molte aziende non hanno accesso unicamente al mercato nazionale, bensì a quelli regionali come Thailandia e Cina. Leader del settore includono Infinite Frameworks, Digipost e VHQ.

MDA fornisce un framework per incoraggiare le aziende di Singapore a sviluppare nuove idee innovative relative al mercato della televisione digitale. Alcune delle attività del governo a sostegno di questo settore includono il fondo Digital Broadcasting Development e la collaborazione con il National Digital TV Committee. MDA mira a promuovere la crescita e lo sviluppo di nuove tecnologie per accrescere il profilo di Singapore come luogo dove le più moderne tecnologie digitali vengono implementate e testate. I distributori presenti a Singapore affermano che il mercato sta evolvendo creando una serie di nuove opportunità e nicchie per collaborazioni e nuovi avanzamenti tecnologici.

Internet Protocol Television (IPTV), che fornisce contenuti televisivi via broadband e linee telefoniche, rappresenta un altro segmento con ottime previsioni di crescita. Singapore ha un piano per la diffusione della banda larga che prevede di raggiungere almeno il 90% delle abitazioni, un grande passo se si considera che al momento la penetrazione del mercato è del 14,9% con 648.000 utenti. La diffusione della banda larga favorirà l'impatto della IPTV, rendendola un'opzione più proficua. Gli abbonamenti IPTV a Singapore sono previsti aumentare



ad un tasso annuale di crescita composto del 13.97% da 290.000 alla fine del 2010 a 636.000 entro il 2016, raggiungendo una percentuale stimata del 51% del mercato della TV a pagamento a Singapore, la penetrazione della quale è prevista raggiungere il 70,1% rispetto al 61,1% di fine 2010.

L'infrastruttura di network a banda larga a Singapore include ATM, ADSL, FTTC, PWLAN, cavo modem e Metro Ethernet. Network "Triple play" (voce, dati, video) sono disponibili tramite Starhub e Singtel, che possiedono sia ADSL, Hybrid Fibre Cable che wireless mobile network.

Singapore ha già l'infrastruttura necessaria per l'IPTV e si sta preparando per aggiornare l'infrastruttura cablata e wireless. Ci sono provider in grado di fornire servizi IPTV, quindi aziende che danno assistenza o forniscono impianti hanno l'opzione di esportare a Singapore ricevitori/set-up boxes o impianti addizionali per le trasmissioni IPTV, che necessitano comunque dello sviluppo di nuovi prodotti e soluzioni in grado di innalzare gli standard attuali e implementare l'accessibilità dell'IPTV.

Le radio trasmettono con tecnologia Digital Audio Broadcasting (DAB) che garantisce una superiore qualità del suono e viene considerata l'opzione principale per sviluppare l'industria radio nell'era digitale. C'è la volontà del governo di favorire l'utilizzo di DAB che collabora con importanti nomi del settore a questo fine, ma non c'è stato un grande utilizzo di questa tecnologia a causa dell'alto costo dell'hardware. Il sistema adottato da Singapore è il Digital Audio Broadcasting System Eureka – 147, lo standard raccomandato dall'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (International Telecommunications Union).



Concorrenza

Nel mercato di Singapore il maggior fornitore di key editing e attrezzatura per la produzione necessari nel settore radio-televisivo sono gli Stati Uniti. Sistemi/software di non-linear editing, attrezzatura per la produzione audio, sistemi per la scrittura delle news (news scripting systems) e microfoni rappresentano la forza dei prodotti americani. Importanti aziende in questo campo includono Avid, Harris, Tektronic, Mackie, Associated Press, Omneon, Belden, Dolby, StorageTek (SunMicrosystems), Wohler e RCS. I giapponesi sono leader nel settore delle telecamere.

Fornitori

TV Camera	Sony, Panasonic (Japan)
Video Tape Recorders	Sony (Japan)
Microphones/Headphones	Sennheiser (German)
Speakers	Genelec (Finland)
Mini Disc/CD Consoles	TASCAM (Japan)
Automation System	OmniBus (UK)
Audio Consoles	Studer (Switzerland)
Router/Switch	Miranda (Canada)
Converters	Snell & Wilcox (UK)
Robotic Cameras/Camera Support	Vinten (UK)



Utenti finali

I principali utenti finali sono i broadcasters e le case di produzione e fattori che influiscono sull'acquisto sono nell'ordine, prezzo, tecnologia e affidabilità. Viene preferito un fornitore che ha a disposizione un supporto tecnico disponibile 24/7. Da notare anche il fatto che broadcaster stranieri a Singapore seguono le direttive della loro sede. A Singapore ci sono cinque istituti politecnici che offrono corsi che hanno a che vedere direttamente o indirettamente con il broadcasting e per i loro progetti più importanti si approvvigionano tramite asta sul portale GeBiz, ma per progetti più piccoli si approvvigionano direttamente, i criteri di acquisto sono affidabilità e prezzo. Le aziende interessate possono iscriversi a GeBiz (Government Electronic Business; www.gebiz.gov.sg) il portale per fornitori e rivenditori, diventando GeBiz trading partner: è prevista una tassa annuale e gli utenti hanno accesso illimitato alle opportunità di business disponibili e alla partecipazione alle aste. Molti acquirenti usano le aste per i loro progetti maggiori e preferiscono soluzioni globali all'opzione di acquistare strumentazione singola da diversi fornitori, quindi aziende che intendono entrare nel mercato di Singapore dovrebbero rivolgersi a aziende che forniscono un servizio completo all'acquirente, che conoscono bene la situazione locale e le aspettative dei clienti.

Accesso al mercato e note fiscali

Singapore è un mercato caratterizzato da un sistema liberista avanzato. Le procedure, ove necessarie, sono sempre piuttosto celeri e di facile, seppur rigida, esecuzione. In materia di Proprietà Intellettuale, inoltre, Singapore offre uno dei regimi di protezione più efficaci.

Non si evidenziano particolarità per le pratiche commerciali rispetto a quelle diffuse in Europa. I sistemi di pagamento più praticati sono quelli generalmente usati in tutto il mondo: lettera di credito, bonifico bancario, assegni e contanti. Il sistema bancario, di prim'ordine, vede attori importanti sul piano della finanza internazionale. Tre primarie banche italiane hanno a Singapore un proprio ufficio di rappresentanza¹¹.

¹¹ **BDG Singapore Private Limited**, 391B Orchard Road, #15-01 Ngee Ann City Tower B, Singapore 238874 Tel: +65 6887 4767 Fax: +65 6733 9140 E-mail: info@bdgs.sg; www.ubibanca.it
Unicredit Bank AG, 30 Cecil Street, #25-01 Prudential Tower, Singapore 049712, Tel: +65 6413 3688, Fax: +65 6536 8591, Giovanni.bussu@apr.unicreditgroup.eu, www.unicreditgroup.eu
Intesa Sanpaolo S.p.A., 6 Temasek Boulevard #42-04/05, Suntec Tower Four Singapore 038986, Tel: +65 6333 8270, Fax: +65 6333 8252, Singapore.sg@intesasanpaolo.com; www.intesasanpaolo.com



Le tipologie di trasporto sono: via mare, via aerea, trasporto su gomma per la consegna e pick up a livello locale. Singapore offre standard nei trasporti di rilevante modernità ed efficienza. Il porto di Singapore è il primo al mondo per movimentazione di container e offre un'eccezionale efficienza per i trasporti via mare; Changi Airport, per quanto riguarda i trasporti via aerea, garantisce efficienti servizi di ottima qualità. I trasporti via terra, treno e camion, possono essere praticati solo da e verso Malesia.

A Singapore i dazi chiamati localmente "Duties" sono previsti soltanto per l'importazione di alcolici, tabacchi e autovetture. Per le altre tipologie di merci, è obbligatorio da parte dell'importatore il pagamento del GST al 7%, che è la "Government Service Tax" equiparabile all'IVA italiana. Non ci sono dazi o barriere doganali per i prodotti merceologici oggetto del presente studio tranne che per i dischi satellitari.

Un'azienda che intende importare o vendere strumentazione per il broadcasting a Singapore deve fare richiesta di una licenza a Media Development Authority (MDA). Informazioni sulle licenze sono disponibili al seguente indirizzo:
<http://www.mda.gov.sg/wms.www/devnpolicies.aspx?sid=218>

Il sistema elettrico standard a Singapore è uniforme allo standard europeo 220 V, 50Hz. Le prese per la corrente sono tripolari (fase, neutro e terra) di tipo britannico. Diffuso l'utilizzo di adattatori universali.

L'importazione temporanea non comporta particolari restrizioni. Non è praticato il countertrade, stante lo stadio di sviluppo del mercato.

Fiera BroadcastAsia

BroadcastAsia, che si è tenuta presso l'expo di Singapore dal 15 al 18 giugno 2010, è la fiera evento dei multimedia digitali e delle tecnologie dell'intrattenimento svoltasi in concomitanza con CommunicAsia, la piattaforma per il lancio di nuovi prodotti e per la comunicazione nel settore infocomm e media. Valutata come il più ricco ed esauriente evento nel settore, è giunta alla sua quindicesima edizione, ospitando 621 aziende espositrici e raccogliendo 16.559 addetti ai lavori e visitatori da 88 paesi. La fiera include i seguenti settori: TV/Radio Broadcasting, Film/Motion Picture, produzione/post-produzione e Multi-Platform Streaming. Fornitori provenienti da tutto il mondo presentano applicazioni per broadcasters, aziende di produzione e post-produzione, produttori di film, studi di animazione e computer grafica, fornitori di "mobile entertainment" e molti altri.

La prossima edizione si terrà dal 21 al 24 giugno 2011 presso l'Expo di Singapore, Hall 7 e 8. Orario di apertura 21 - 24 giugno dalle 10.30 alle 18.00, 24 giugno dalle 10.30 alle 16.00.

L'ICE, Istituto per il Commercio Estero, sarà presente con una collettiva italiana. Per maggiori informazioni rivolgersi all'ICE di Roma, sezione Area Beni Strumentali, Linea Elettronica, Chimica e Ambiente, indirizzo email: beni.strumentali@ice.it.

In concomitanza con la fiera si terrà BroadcastAsia2011 International Conference, una piattaforma per enti e rappresentanti dell'industria internazionali che avranno a disposizione incontri informativi su eventi e aggiornamenti dell'industria. Contemporaneamente si terrà la quarta edizione di InteractiveDME, evento che raggruppa una serie di tecnologie e strumentazioni per i mercati dei media digitali, dell'intrattenimento, del broadcasting e della comunicazione.

BroadcastAsia è parte dell'Infocomm Media Business Exchange, che è la più grande piattaforma media e infocomm dell'Asia. L'evento svolge la funzione di piattaforma per il networking per business leaders, ufficiali governativi e professionisti dell'industria nonché come piattaforma per aziende per presentare le ultime innovazioni e soluzioni. La Singapore Exhibition Services (SES), la Singapore Infocomm Technology Federation (SiTF), la infocomm Development authority of Singapore (IDA) e la Media Development Authority of Singapore (MDA) sono enti attivamente impegnati in questo progetto. Giunta alla sua quinta edizione, imbX incorpora CommunicAsia 2011, BroadcastAsia 2011, EnterpriseIT2011, interactiveDME, CGOverdrive2011, l'ImbX Ministerial Forum on ICT e una serie di eventi complementari.



Riportiamo di seguito la lista delle categorie dei prodotti presenti a BroadcastAsia 2011:

Servizi e prodotti audio/radio (89 espositori)
 Content management (304 espositori)
 Produzione (61 espositori)
 Post produzione (35 espositori)
 Trasmissione dei contenuti (Content delivery) (188 espositori)
 Iptv / i p video / broadband video (65 espositori)
 Display (34 espositori)
 Cinema digitale (1 espositori)
 Marketing e pubblicità digitale (3 espositori)
 Digital multimedia broadcasting (dmb) (10 espositori)
 Telematica digitale (1 espositore)
 Digital video broadcasting (dvh) (32 espositori)
 Tecnologia HD (10 espositori)
 Others (14 espositori)

Contatti

Media Development Authority	www.mda.gov.sg
Screen writers Association	www.screenwriters.org.sg
Singapore Film Commission	www.sfc.org.sg
Singapore Infocomm Development Authority	www.ida.gov.sg
BroadcastAsia	www.broadcast-asia.com
InteractiveDME	www.InteractiveDME.com
Association of Electronic Industries In Singapore	www.aeis.org.sg

ICE Singapore
Italian Trade Commission www.ice.gov.it

6 Temasek Boulevard
 #07-03 Suntec Tower 4
 Singapore 038988
 tel +65 68203180
 fax +65 63338058
 email: singapore@ice.it