



# Italian Chamber of Commerce in Singapore

**SINGAPORE,  
LA PORTA  
DI ACCESSO  
ALL'ASEAN**

Giacomo Marabiso,  
Segretario Generale ICCS





## Ufficialmente riconosciuta nel 2003

**Associati:** 182 (MNC: 92 SME: 46 INDV: 44)

**Staff:** 5 persone

**Fatturato:** Euro 800.000 (60% Servizi di Business Development).

**Desk:** Milano; Yangon; Jakarta

### **Dal 2014 ad oggi:**

Oltre 150 aziende asiatiche in Italia per missioni commerciali e partecipazione a fiere ed eventi;

Oltre 250 aziende italiane in Asia per missioni commerciali e partecipazione a fiere ed eventi.

**Collaborazioni ufficiali:** SIMEST; CEIP; PD Promex; UBAE; Fiera Milano; Banco Popolare di Sondrio; UMFCCL.



## Organizzazione Missioni

### Imprenditoriali B2B Meeting con:

Partner commerciali  
Distributori  
Investitori

## Temporary Export Manager

## Ricerche di mercato

## Sede legale

Domiciliazione di imprese  
Representative Office

## Eventi promozionali



# RICERCA PARTNER COMMERCIALE

**Studio profilo** dell'azienda italiana

**Analisi** della **concorrenza** e  
posizionamento sul mercato

Individuazione **possibili partner**  
commerciali sul Paese

**Presentazione dell'azienda** alle  
controparti locali e verifica del loro  
interesse verso l'azienda italiana

Agendamento **incontri B2B** a  
Singapore, Malesia, Indonesia e Myanmar

Attività' di **follow up post meeting**





# Singapore

# SINGAPORE LA PORTA D'ACCESSO ALL'ASEAN

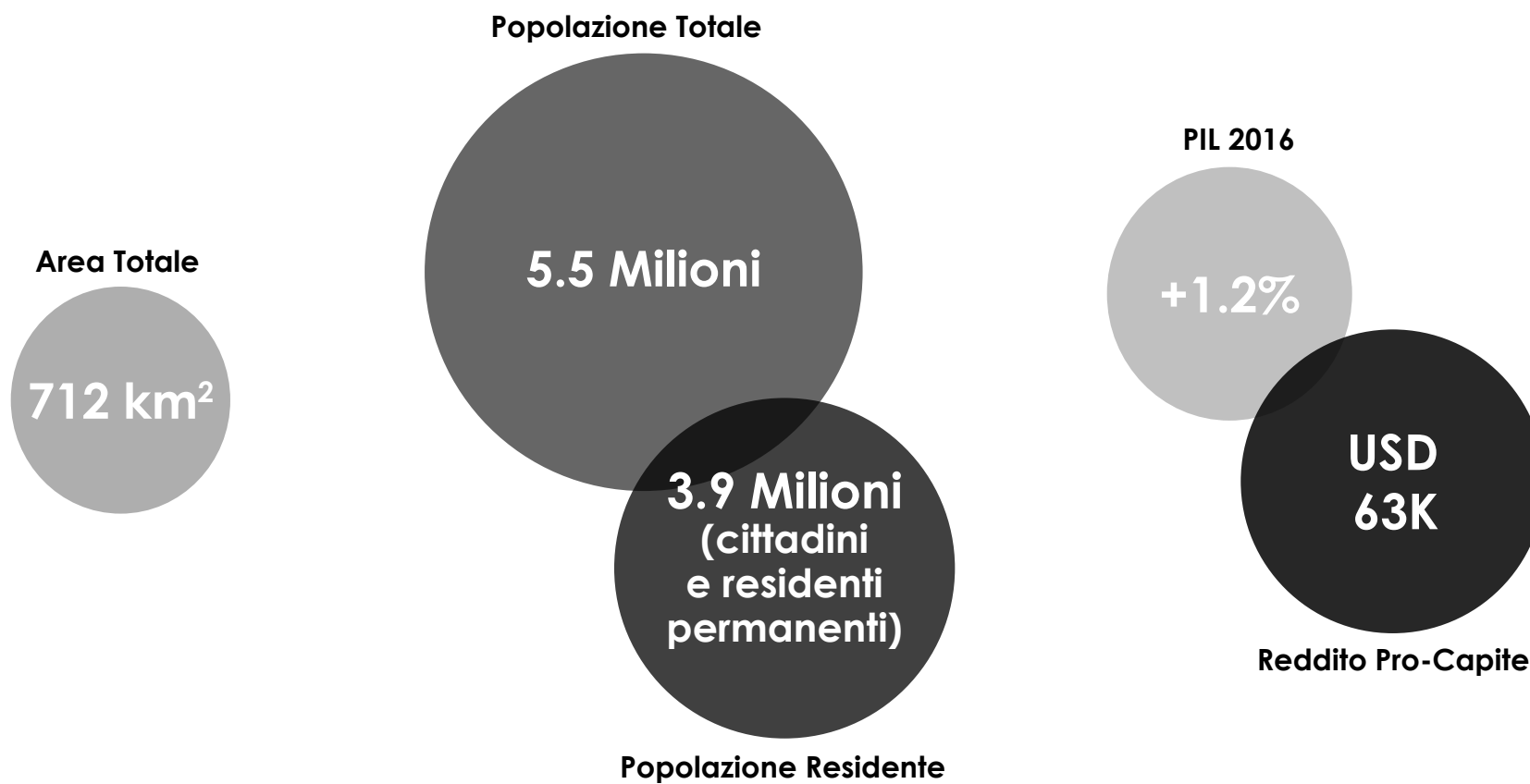




01

—  
DATAS

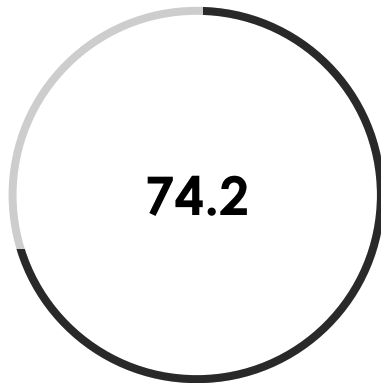
## DATI DEL PAESE



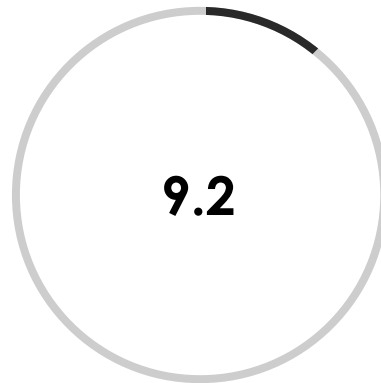
# COMPOSIZIONE ETNICA

01

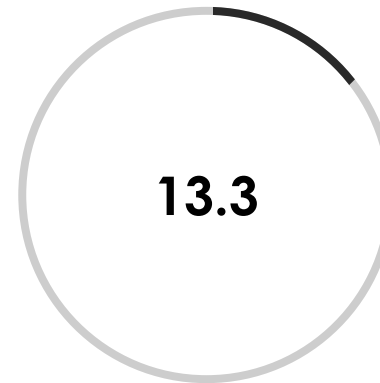
— DATAS



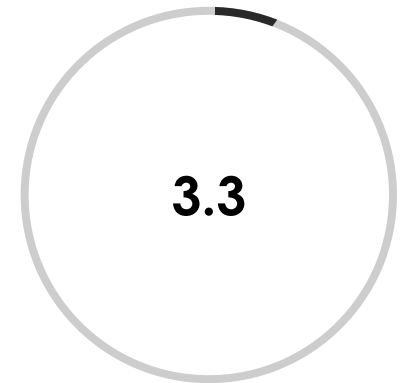
Cinesi



Indiani



Malesi



Altri



01

— DATAS



**SINGAPORE  
1980**



**SINGAPORE  
2016**

# SINGAPORE NEI RANKING INTERNAZIONALI

**1st Città' al mondo**

come destinazione per gli investimenti

*(Fonte: BERI Report 2016-I (April 2016))*

**1st Paese al mondo**

per facilita' nel fare business

*(Fonte: World bank 2015 Report)*

**2nd Città'**

piu' competitiva al Mondo

*(Fonte: World Economic Forum 2015)*

**1st Paese in Asia**

per difesa della proprieta' intellettuale

*(Fonte: World Economic Forum 2015)*

**1st Paese in Asia**

per mancanza di corruzione

*(Fonte: IMD World Competitiveness Yearbook in 2013/14)*

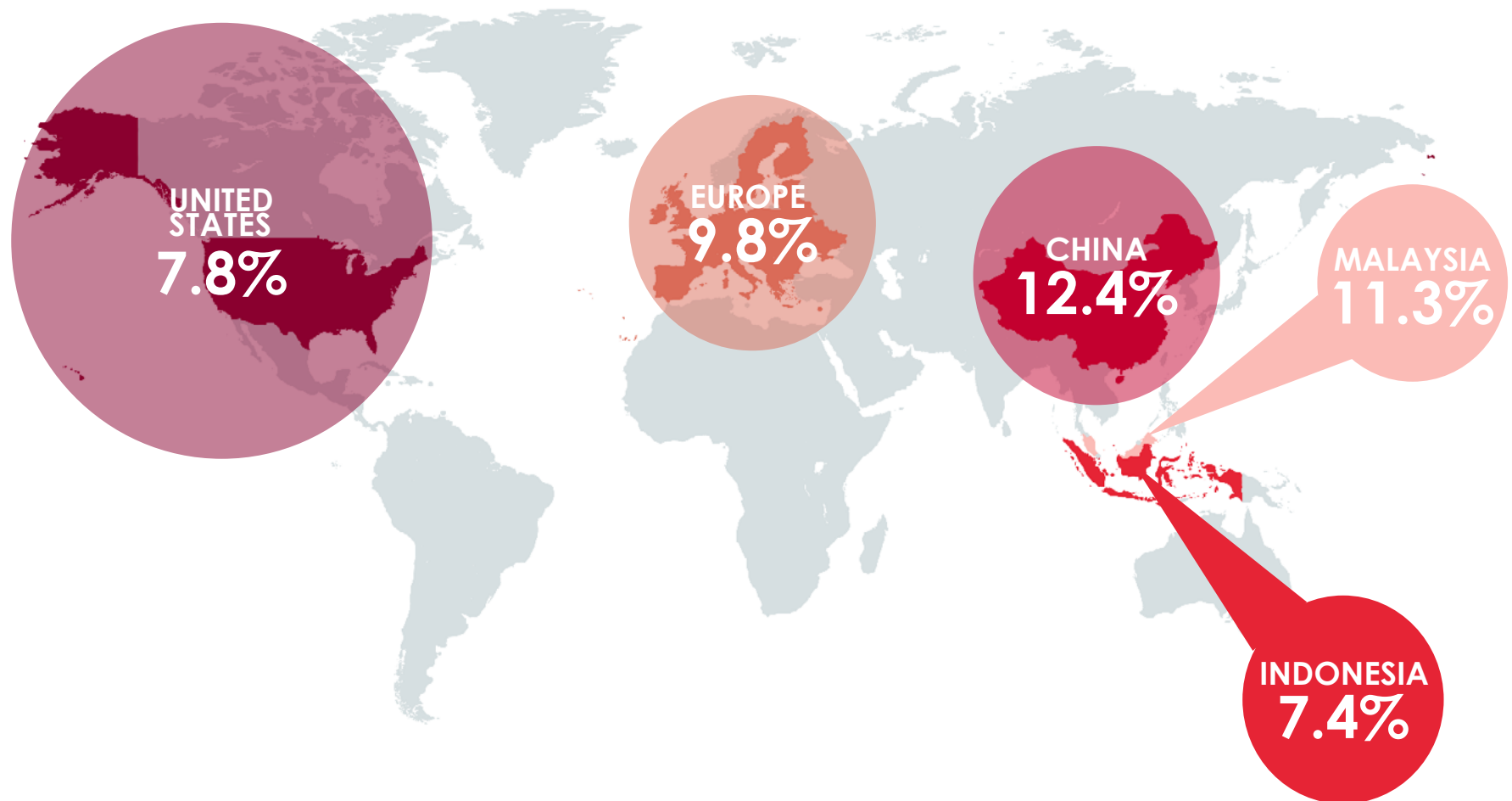
**2nd Paese in Asia**

per stile di vita

*(Fonte: World Economic Forum)*



## TOP 5 TRADING PARTNERS





**ASEAN**  
Jan 1993



**NEW ZEALAND**  
Jan 2001



**JAPAN**  
Nov 2002



**EFTA**  
Jan 2003



**AUSTRALIA**  
Jan 2003



**US**  
Jan 2004



**ASEAN-CHINA**  
(TIG) Jul 2005 - (TIS) Jul 2007 - Feb 2010



**JORDAN**  
Aug 2005



**INDIA**  
Aug 2005



**SOUTH KOREA**  
Mar 2006



**TPSEP**  
May 2006



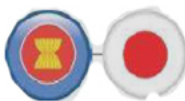
**PANAMA**  
Jul 2006



**ASEAN-KOREA**  
(TIG) Jun 2007 - (TIS) May 2009 - Aug 2009



**CHINA**  
Jan 2009



**ASEAN-JAPAN**  
(TIG) Jan 2009



**PERU**  
Aug 2009



**ASEAN-INDIA**  
(TIG) Jan-2010



**ASEAN-AUS, NZ**  
Jan-2010

## 20 ACCORDI DI LIBERO SCAMBIO CON 31 PAESI

**Costruzioni**  
**Agroalimentare**  
**Cantieristica**  
**Ospedaliero**  
**Turismo**  
**E-Commerce**  
**Macchinari agricoli**  
**Food processing**



# AGROALIMENTARE A SINGAPORE

Valore Totale del Mercato

3 Milioni SGD

Contribuzione al PIL

0.8%

6.751

Numero di aziende del settore

90%

Importazione

# AGROALIMENTARE A SINGAPORE

## Come penetrare nel mercato:

Gourmet shops

Agenti

Ho.Re.Ca.  
(dettato dalla forte presenza turistica)

Importatori

Distributori

GDO

Grocery Retail Chain

Ristoratori  
(molti fanno importazione diretta,  
a Singapore sono presenti oltre 150  
ristorante italiani)



### Un settore in crescita

Secondo il Singapore Tourism Board, nel 2015 sono arrivati a Singapore oltre **15.2 Mln di turisti** (Popolazione Totale del Paese 5.5 Mln).

>69.350 dall'Italia (+3.4%)

## TURISMO A SINGAPORE

nel 2015



85%

standard average occupancy rate (AOR) %

208.8

revenue per available room (Revpar) (\$)

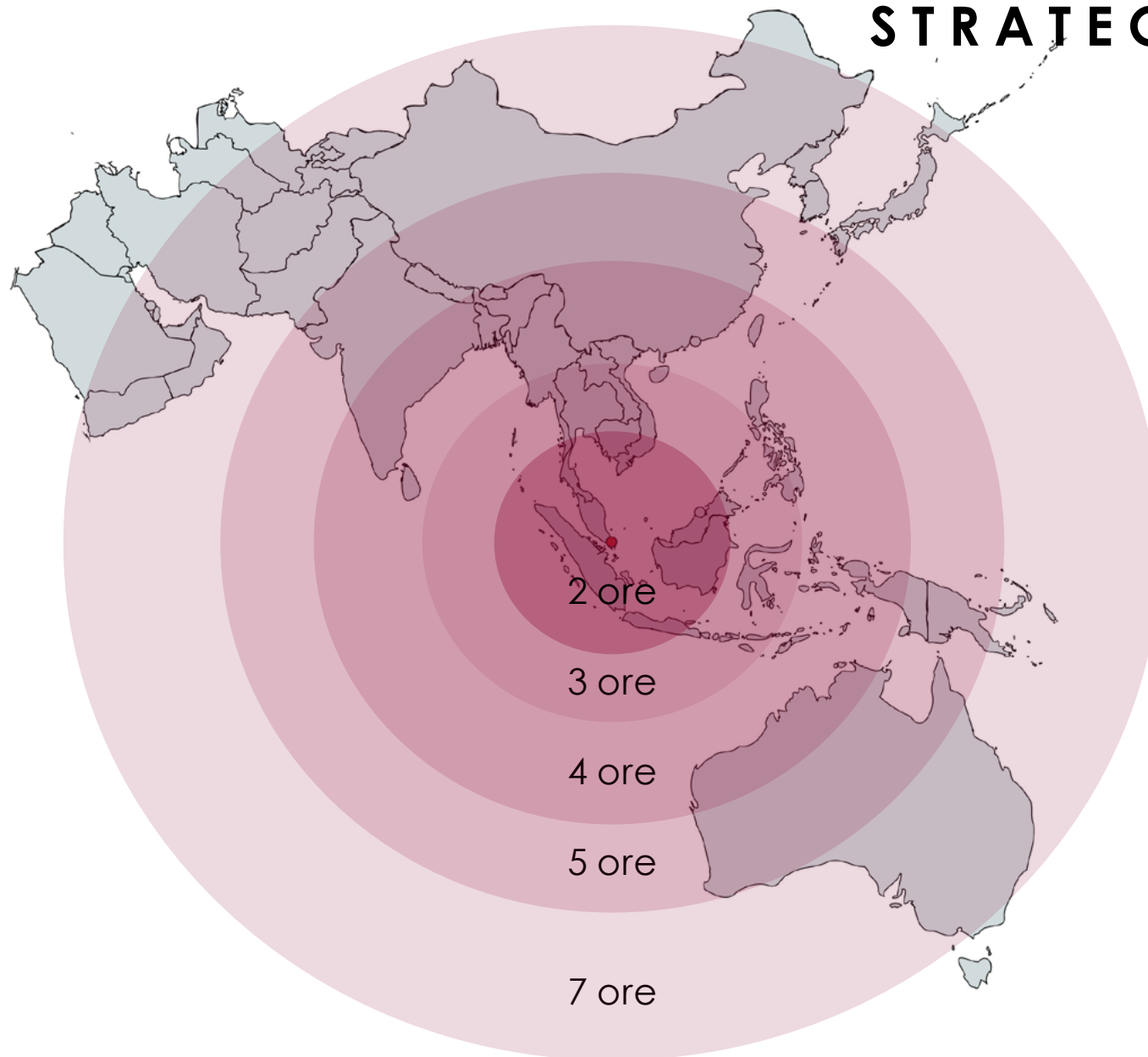
# TURISMO A SINGAPORE

## 2016: risultati del settore turistico

FORECAST	ACTUAL
<u>Tourism receipts</u>	
S\$ 22.0 - 22.4 billion (+0-2% vs. 2015)	S\$ 24.8 billion (+13.9% vs. 2015)
<u>International visitor arrivals</u>	
15.2 -15.7 million (+0-3% vs. 2015)	16.4 million (+7.7% vs. 2015)

source: STB

## POSIZIONE STRATEGICA



02

OPPORTUNITIES

# E-COMMERCE A SINGAPORE

Penetrazione smartphone:  
**87%**

Online retail a Singapore:  
**USD 3 Mld nel 2015,**  
4 volte maggiore del dato nel 2010

Valore totale mercato  
e-commerce in Asia Pacifico:  
**USD 560 Mld**

(fonte: yStats)

Nielsen Global (2014)	The Paypers (2014)	IDA (2014)
Air Tickets (70%)	Clothes (65%)	Clothing (68%)
Tours/Hotel (69%)	Travel (56%)	Travel (34%)
Clothes (52%)	Technology (54%)	Events (31%)
Electronics (26%)	Movie&Music	Food (15%)
Mobile Phones (26%)	Beauty	Computer (10%)

(fonte: Nielsen Global, The Paypers and IDA)

# INVESTIMENTI

**USD 5.4 Mld entro il 2015**



Investimenti  
USD 130 Mln



Investimenti  
USD 350 Mln



€208 milioni  
(\$234 milioni)  
nel 2015



US\$100 milioni  
da 19 investitori  
tra i quali Eduardo Saverin  
(fondatore di Facebook).  
REVENUE 2013: 1.5 Mln  
REVENUE 2014: 9.6 Mln  
REVENUE 2015: 27 Mln



## LUXURY A SINGAPORE

Singapore e' il **5 mercato al mondo**  
per lo shopping  
(dopo Francia, UK, Italia e Germania)

Grazie ad un **reddito Pro Capite** di  
circa **60.000 USD/annuo**  
(3th Reddito Pro Capite al Mondo  
dopo Qatar e Lussemburgo), il Paese  
mantiene una **forte concentrazione**  
**di High Net Worth Individuals**

Il Paese ha una forte capacita' di  
attrarre turisti che si recano nella  
citta' stato, prevalentemente per  
fare shopping  
(Indonesia, Malesia, Cina, Australia...)

I **distributori Singaporiani** hanno  
**accesso al mercato APAC**

# SETTORE COSTRUZIONI A SINGAPORE

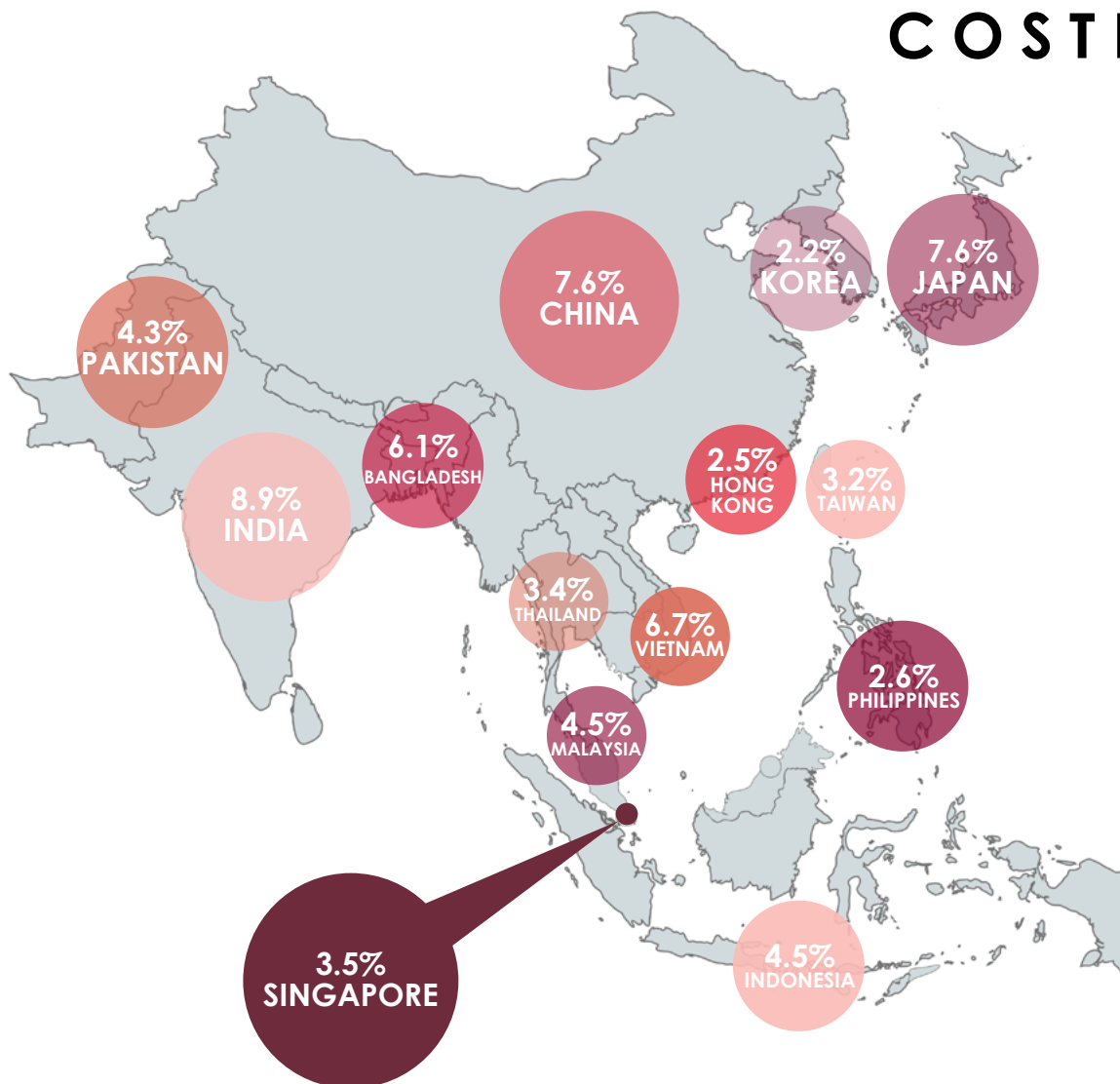


# SETTORE COSTRUZIONI A SINGAPORE



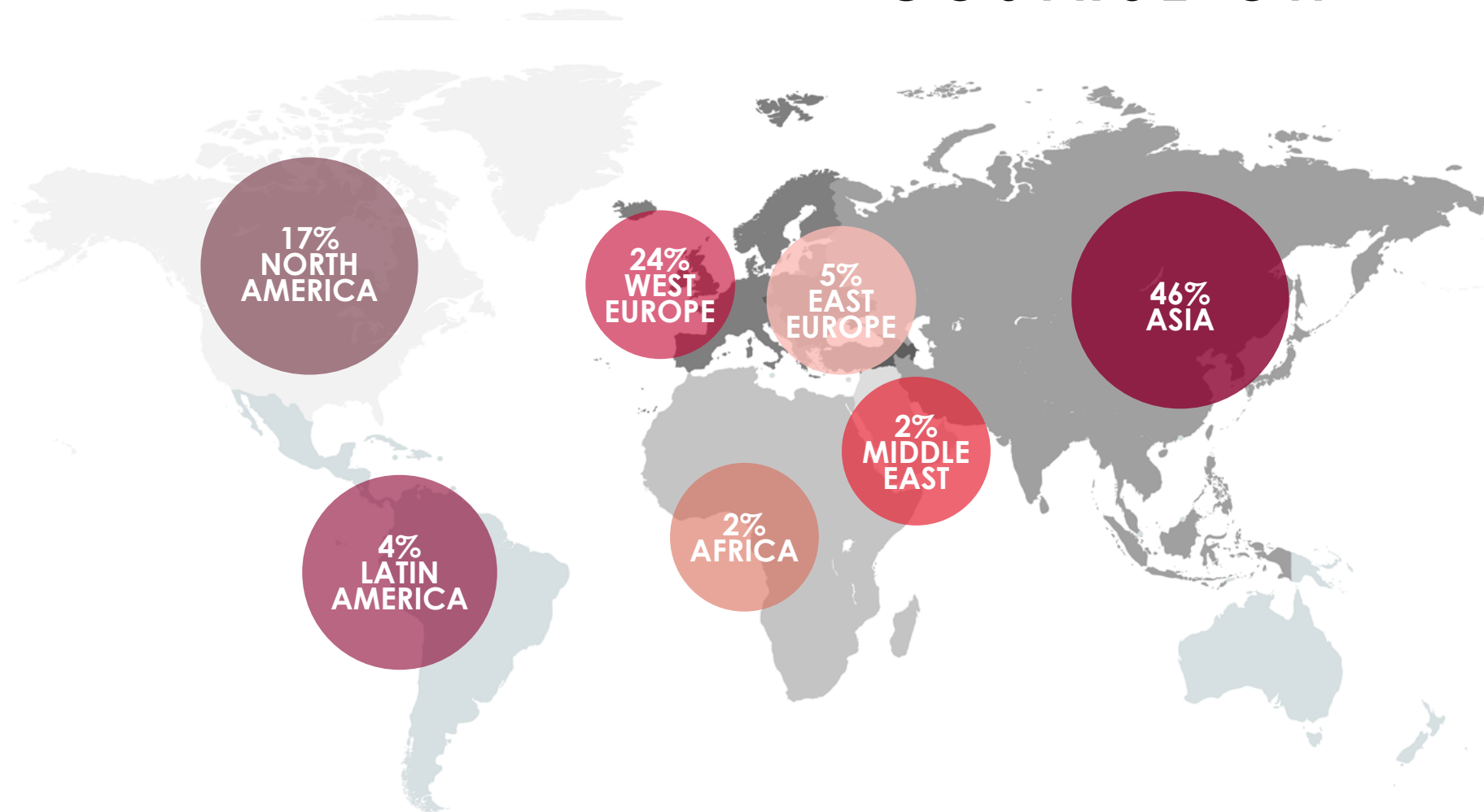
Spesa relativa al settore costruzioni  
dal 2013 al 2018

## OPPORTUNITA' SETTORE COSTRUZIONI



Percentuale di spesa relativa al settore  
costruzioni nel 2020

## OPPORTUNITA' SETTORE COSTRUZIONI





## SETTORE BIOMEDICALE E OSPEDALIERO A SINGAPORE

Negli ultimi vent'anni, Singapore si è posizionata come **il centro principale in Asia per la produzione farmaceutica**.

**6.6 % degli Investimenti Esteri nel Paese, sono diretti al settore Biomedicale.**

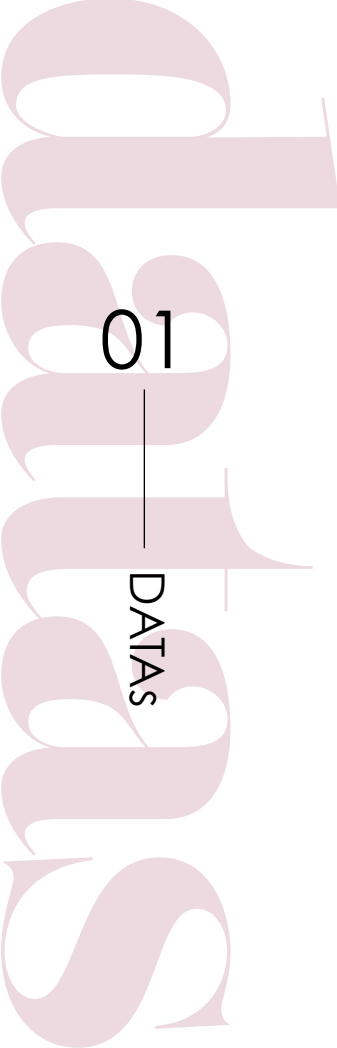
In totale il **settore farmaceutico** contribuisce al **20.5% del valore totale del settore manifatturiero**.

Dal 2014 al 2020, **11.000 nuovi posti letto**

**2 Nuovi Policlinici** entro il **2017**  
e altri **4 Policlinici** entro il **2020**

A black and white aerial photograph of a city skyline at night. The image shows a dense cluster of skyscrapers and buildings, many of which are illuminated with lights. A prominent feature is a tall, slender building with a curved, modern design on the right side. In the foreground, a wide, multi-lane highway or expressway runs diagonally across the frame, with light trails from vehicles visible. The overall scene conveys a sense of urban development and modern architecture.

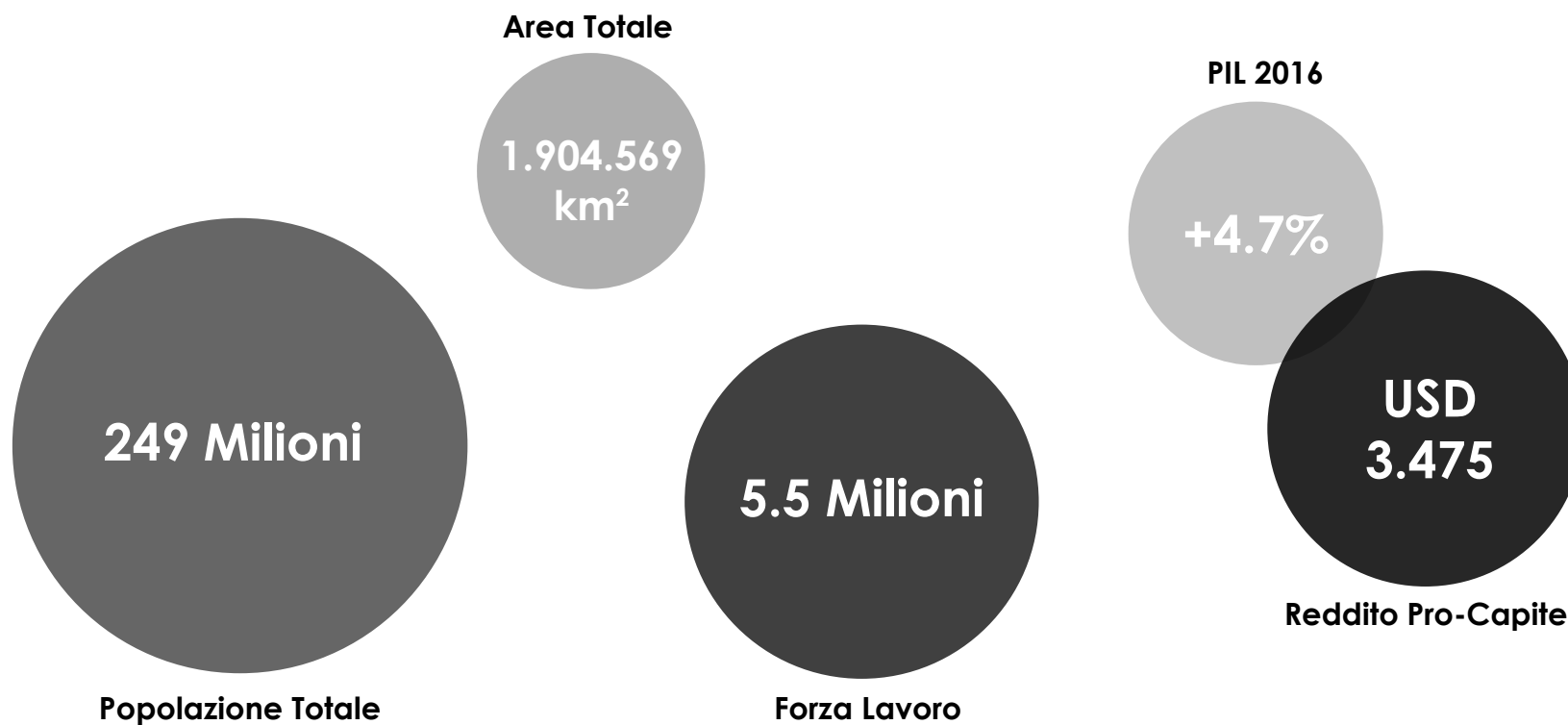
# Indonesia



01

DATAS

## DATI DEL PAESE



## L'obiettivo del Governo

Crescita del 6-8% annuo, al fine di raggiungere un livello di reddito pro-capite pari a 14.250-15.500 USD entro il 2025  
(10' Economia Mondiale)

### 2013

**16sima** economia del mondo

**45 Mln** di abitanti appartenenti alla **classe consumatori**

**53%** della popolazione localizzata in città produttive in cui viene generato il 74% del PIL

**0.5 Trillioni USD** totale potenzialità di business in consumer; servizi; agricoltura

### 2030

**7ma** economia del mondo

**135 Mln** di abitanti appartenenti alla **classe consumatori**

**71%** della popolazione localizzata in città produttive in cui viene generato l'86% del PIL

**1.8 Trillioni USD** totale potenzialità di business in consumer; servizi; agricoltura

## Principali voci dell'interscambio

Beni strumentali  
(macchinari e apparecchiature)

Prodotti della metallurgia

Prodotti chimici

Apparecchiature elettriche e per uso  
domestico, dell'agricoltura

Autoveicoli

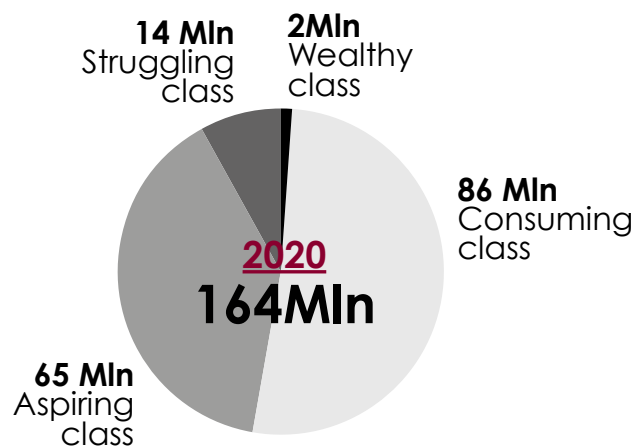
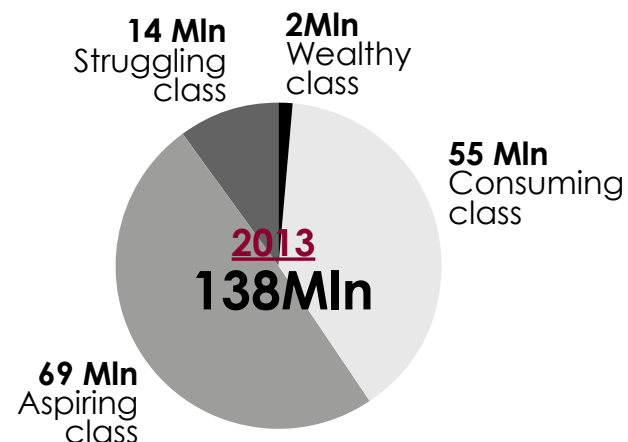
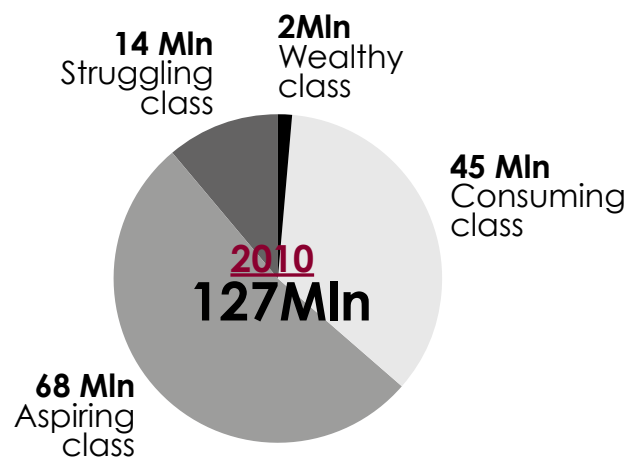




## POPOLAZIONE URBANA INDONESIANA

La classe di consumatori urbani cresce di **5 Mln** all'anno

## OPPORTUNITÀ COMMERCIALI PER LE AZIENDE ITALIANE



(fonte: McKinsey)

## UNA POPOLAZIONE GIOVANE

**Meta' della popolazione ha meno di 30 anni**

Nel **2013** vi erano **72.7 Mln** di persone **connesse a internet**,  
entro il **2016** saranno **102.8 Mln**

La percentuale di popolazione che utilizza  
uno **smartphone** e' passata **da**  
**4.8% nel 2011 a 30% nel 2015**

**E-Commerce** Market e' uno dei settori con la  
crescita piu alta al mondo, **da 4 Mld USD nel**  
**2012**, si aspetta raggiunga i **25Mld USD nel**  
**2016**, con 49 Mln di utenti

**Jakarta e' la capitale mondiale di Twitter** con  
**2.4% dei tweet mondiali**

**64 Mln** sono i **profili facebook attivi** in  
Indonesia (5th Facebook Market al mondo)

Secondo le previsioni dell'economist Intelligence Unit, le **vendite a retail in Indonesia cresceranno da USD 330 Mld del 2014 a USD 639 Mld nel 2018**. Tale dato tradotto in termini percentuali, significa una **crescita annua del 12.1%**. A causa della frammentazione logistica nell'arcipelago indonesiano, il **mercato** continua a essere **dominato da singoli negozi** e punti vendita. A conferma di questo, i 5 principali players del mercato alimentare detengono un market share di poco superiore al 3.8%. **Nelle principali città** e nella capitale Jakarta, si sta invece assistendo ad una forte **proliferazione di shopping mall**. Si evidenzia che le **Aree Urbane** ospitano il **60% della popolazione** indonesiana. (28% della popolazione ha meno di 15 anni). Tuttavia, ad oggi la **classe piu' ricca** della popolazione indonesiana, continua a svolgere i propri **acquisti a Singapore**. Forte e' la presenza di smartphone, nelle aree urbane, quasi il 90% della popolazione possiede uno smartphone (3 anni fa, solamente il 20% della popolazione ne possedeva uno).

## RETAIL IN INDONESIA

(fonte: Economist Intelligence Unit  
figures for 2014 onwards forecast.  
prior years are actuals or estimates)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Retail sales, volume growth (%pa)</b>	6.0	5.3	4.3	3.8	5.1	5.4	5.0	5.0
<b>Retail sales (US\$million)</b>	328.994	336.557	335.024	328.268	328.994	336.557	335.024	328.268
<b>Food, beverages, tabacco: Mrk demand</b>	3.5	4.3	4.3	4.3	4.8	4.7	4.8	5.0
<b>Clothing: Mrk demand growth (real% pa)</b>	6.1	6.7	6.8	7.2	7.2	7.2	7.4	7.7
<b>Clothing: Mrk demand (US\$ million)</b>	8.690	9.127	9.367	9.504	11.145	14.144	16.061	20.036
<b>Cleansers: Mrk demand growth (real% pa)</b>	7.8	8.4	9.3	9.7	9.8	9.7	9.9	10.2
<b>Electronics: Mrk demand growth (real% pa)</b>	7.8	8.4	9.3	9.7	9.8	9.7	9.9	10.2
<b>Television (stock per 1000 population)</b>	292.7	313.7	336.3	360.5	383.1	407.5	433.9	462.5
<b>Video/Audio: Mrk demand growth (real% pa)</b>	9.5	13.7	11.3	11.2	10.7	10.2	10.4	10.7

Nel **2011 il 34%** della popolazione acquistava prodotti alimentari nei **Hyper e Supermarket**.  
**Oggi** la percentuale e' **oltre il 50%**.

La popolazione di UHNW in Indonesia e' cresciuta del **41.2% dal 2012 al 2014**  
(totale crescita 120 Bln USD)

Il **mercato del lusso** vale quasi **1bln USD**,  
con crescite tra 7% e 10% annuo.



## DAL WARUNG AL MALL



# COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI IN INDONESIA

	ASPIRING	MASS CONSUMING	AFFLUENT CONSUMING
<b>FOOD AND BEVERAGE</b>	Instant noodles Bottled water Biscuit/Wafer	+ new categories 100% fruit juice Chocolate Ice cream	+ new categories Yogurt Oat meal Energy drinks
<b>HOUSEHOLD AND PERSONAL CARE</b>	Shampoo Laundry detergent Toothpaste	Hand/body lotion Face moisturizer Facial tissue	Mouthwash Hand washing liquid Hair vitamin oil
<b>CONSUMER ELECTRONICS</b>	Mobile phone Refrigerator Ironer	Washing machine Flat panel tv Laptop	Tablet computer Microwave Home theater
<b>FINALCIAL PRODUCTS</b>	Savings local currency Debit card	Credit card Health insurance	Life insurance Auto insurance Time deposit

# LA SPINTA DELL'URBANIZZAZIONE IN INDONESIA

	GDP compound annual growth rate, 2010-30	Share of GDP 2030	Share of population 2030
<b>JAKARTA</b>	5.1	19	4
<b>LARGE MIDDLEWEIGHTS</b> Cities 5 million - 10 million	9.1	11	10
<b>MID-SIZED MIDDLEWEIGHTS</b> Cities 2 million - 5 million	6.9	15	14
<b>SMALL MIDDLEWEIGHTS</b> Cities 150.000 - 2 million	6.3	37	40
<b>OTHER CITIES</b> Cities <150.000	1.7	3	3
<b>RURAL</b>	2.0	14	29
<b>INDONESIA</b>	5.3	100	100

(fonte: McKinsey)



La popolazione in costante aumento, il forte numero di casi non riconoscibili e la richiesta di un sistema sanitario più efficiente ha portato alcune aree del settore medicale a crescere rapidamente.

## SETTORE MEDICALE IN INDONESIA

### **Opportunità commerciali:**

L'Indonesia importa il 97% delle apparecchiature mediche con una crescita annua dal 10% al 12%. Le apparecchiature vengono importate principalmente per:

#### **Terapie e Trattamenti per il cancro**

**Equipaggiamento per problemi di circolazione,  
respiratori, infezioni da parassiti**

**Dispositivi medici come cateteri, siringhe**

**Equipaggiamento per dentisti**

**Macchinari per diagnostica come tac, raggi  
risonanza magnetica**

**Sistemi per elettrocardiogramma, agopuntura,  
laser per trattamenti di bellezza**

## SVILUPPO STRATEGICO 2015-2019

**Mantenere una piena autonomia  
sul settore agroalimentare, acqua,  
energia** al fine di favorire la sicurezza  
nazionale.

**Rafforzare la logistica**, specialmente i  
collegamenti marittimi.

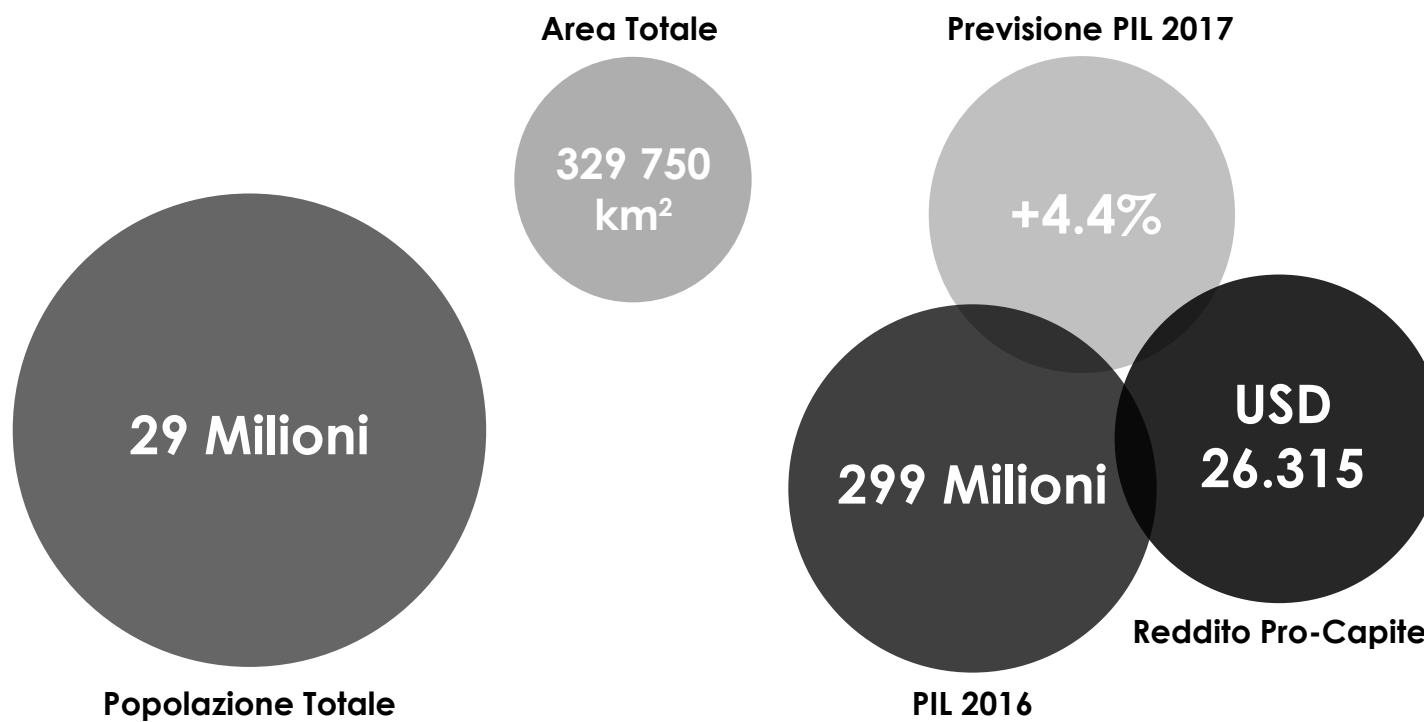
**Sviluppare il sistema dei trasporti  
cittadini** (Urban Mass Transport System).

**Completamento delle infrastrutture  
di base.**



# Malaysia

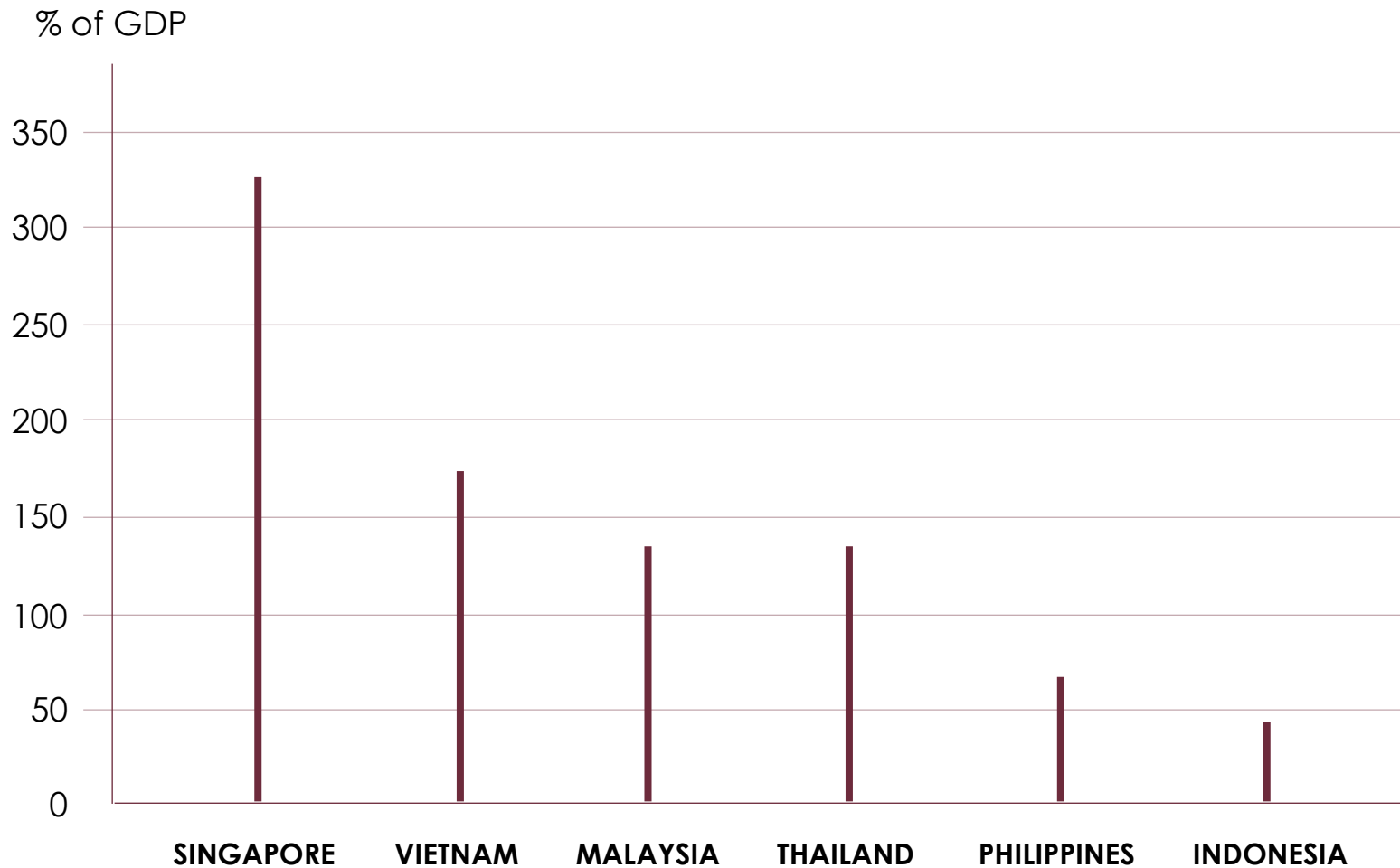
# DATI DEL PAESE



01

DATA

## TRADE TO GDP RATIO: REGIONAL COMPARISON

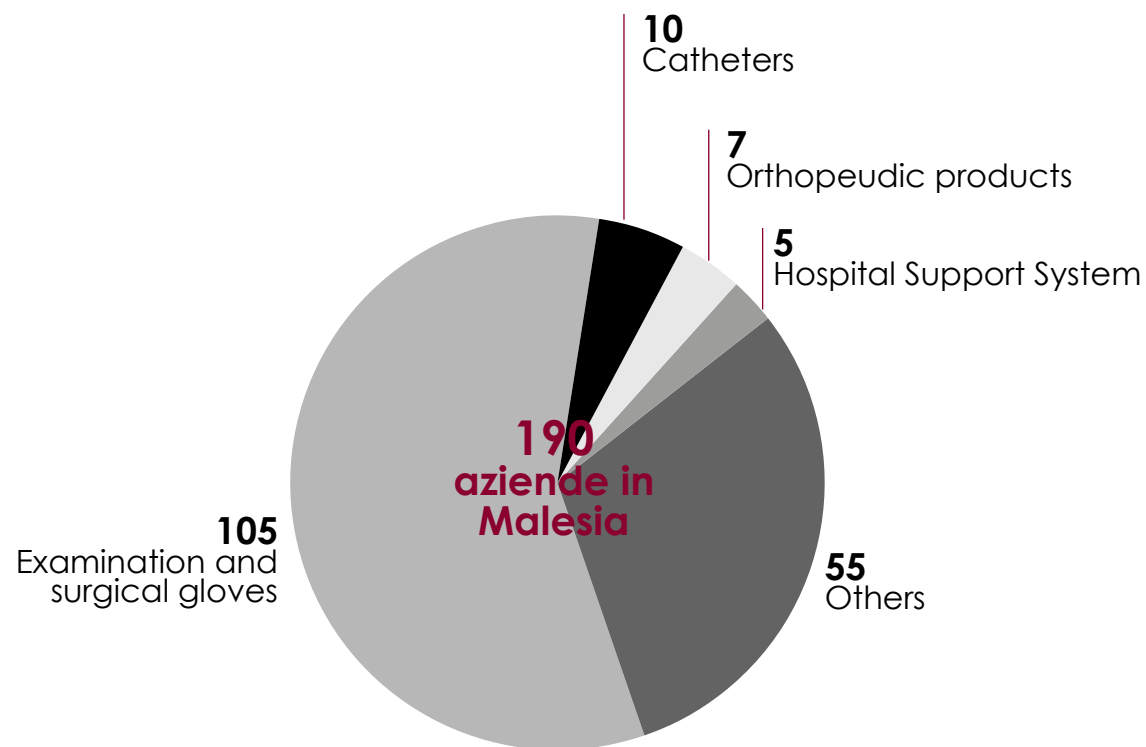


(fonte: World Bank)

Piu di **850,000 medical tourists** nel 2015  
e ricavi pari a **RM900milioni**.

Provenienza:  
Bangladesh, China, Indonesia,  
India, Japan,  
the UK the Middle East and Africa.

## SETTORE OSPEDALIERO IN MALESIA



(fonte: AMMI)



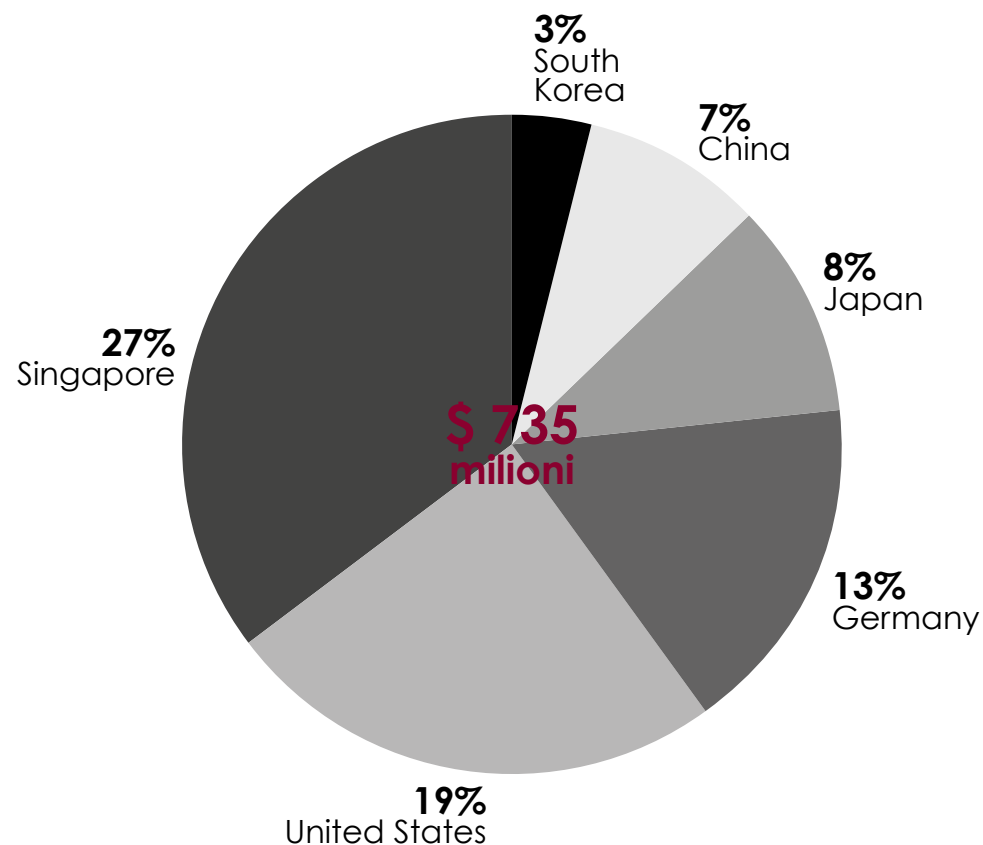
## PRINCIPALI COMPAGNIE STRANIERE DI DISPOSITIVI MEDICI PRESENTI SUL MERCATO MALESE



Nel 2014, il governo Malese ha stanziato  
**\$5.83 bilion**,  
(circa 8.4% del budget nazionale)  
sul settore healthcare.

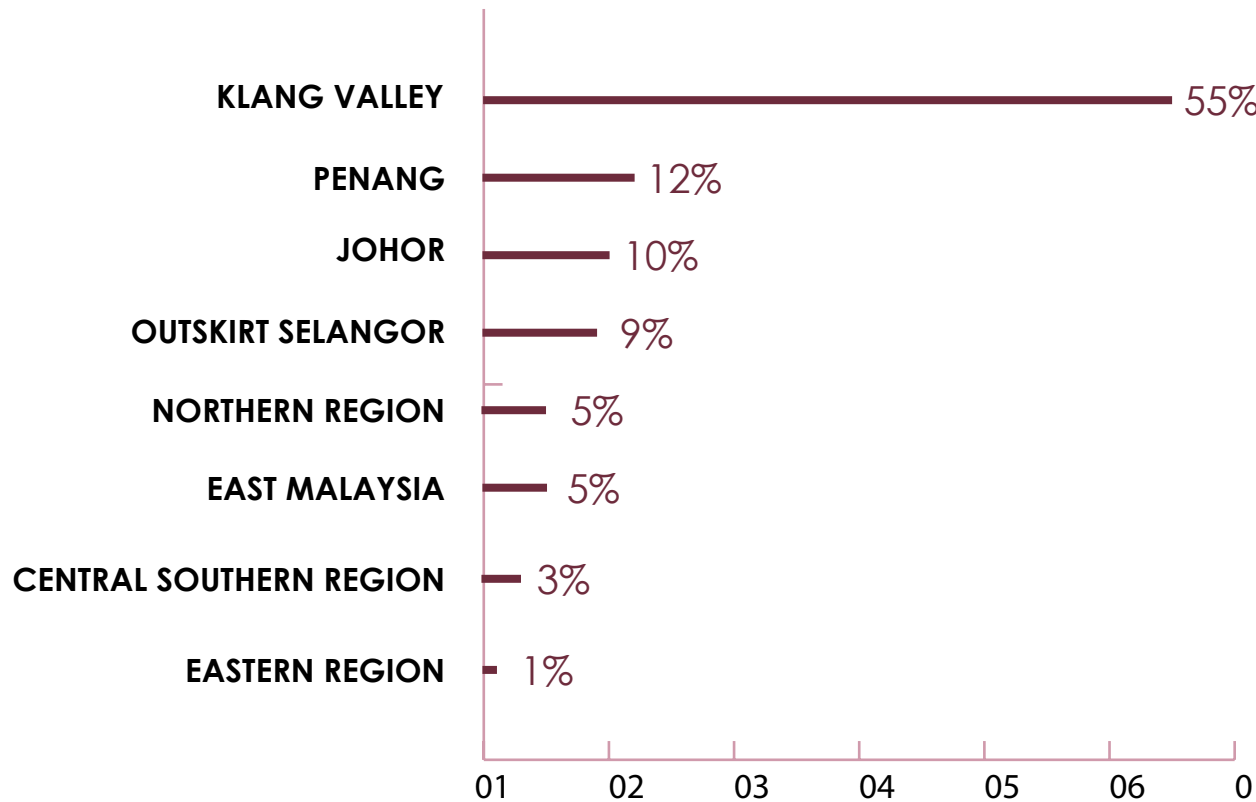
La **Malesia importa strumenti e dispositivi medici**, chirurgici, dentali e venerinari per un valore di **\$735 Milioni**.

## SETTORE OSPEDALIERO IN MALESIA



MIGLIORI E PIÙ DESIDERATE AREE  
DOVE POSSEDERE CASA

## SETTORE COSTRUZIONI: IMMOBILIARE IN MALESIA

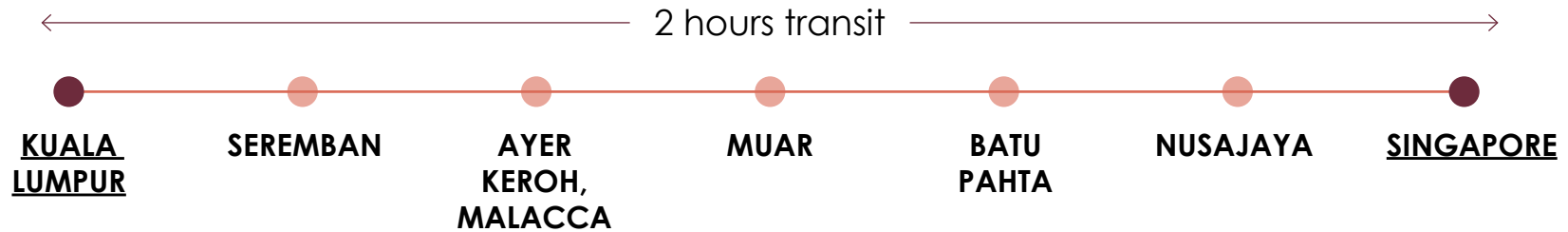


Penang attualmente è la regione più attrattiva per gli investimenti per hotel (86%) e settore ospedaliero (79%). In questa zona, lo sviluppo è possibile anche per il fatto che George Town è stata inerita come sito del patrimonio UNESCO.

## HOTEL IN MALAYSIA



## FUTURO: MALAYSIA-SINGAPORE HIGH SPEED RAILWAY PROJECT



## FUTURO: MALAYSIA-SINGAPORE HIGH SPEED RAILWAY PROJECT

### TIMELINE

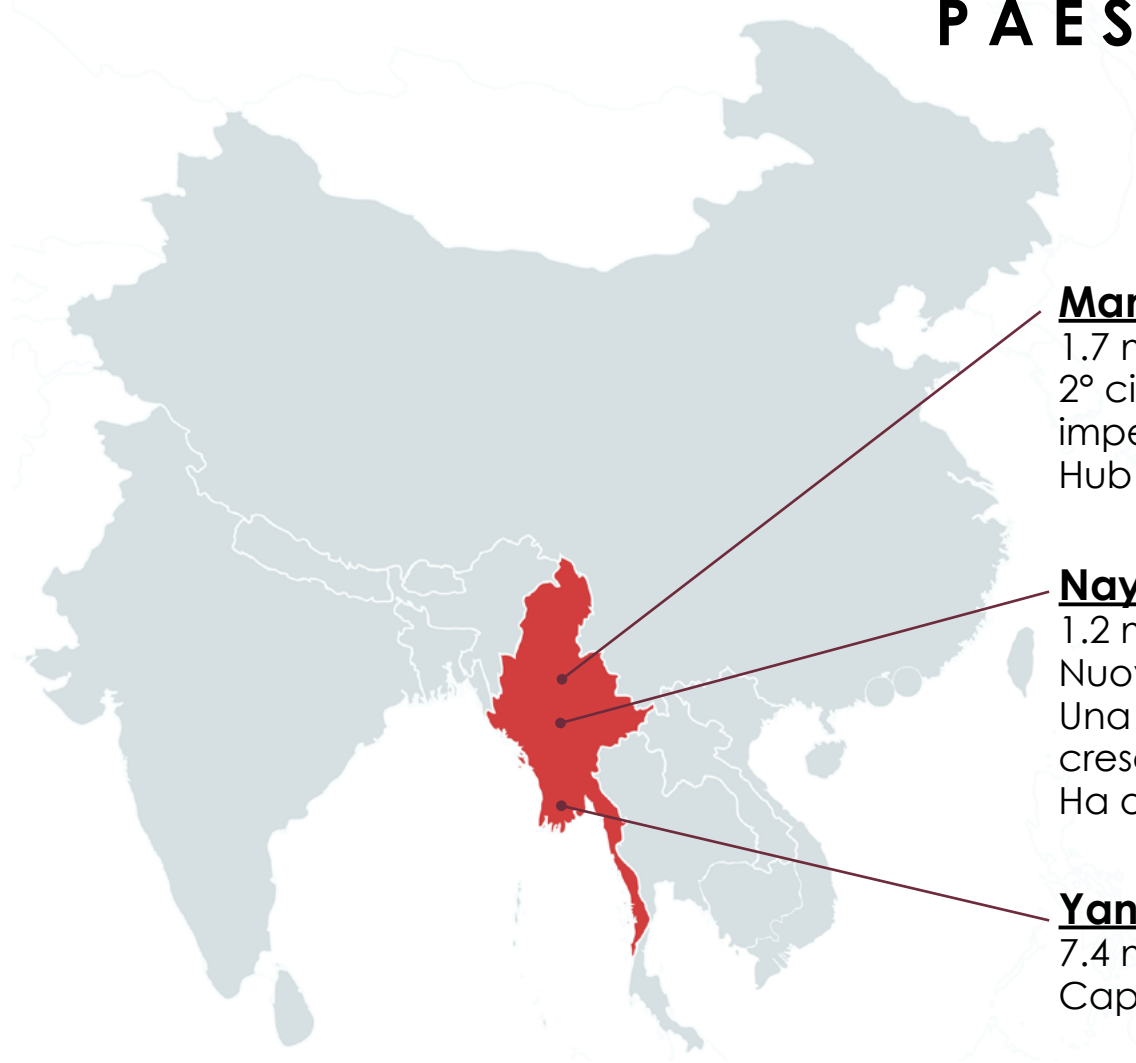
<b>Luglio 2016</b>	<b>Agosto 2016</b>	<b>fine 2016</b>	<b>fine 2017</b>	<b>2018- 2025</b>	<b>fine 2023</b>	<b>2024- 2026</b>	<b>circa 2026</b>
Approvazione e firma del progetto	Singapore: gara d'appalto per gli studi ingegneristici  Singapore e Malesia diventano partner congiunti	Accordi bilaterali	Lavori civili  Compagnia privata per sorvegliare le attività ferroviarie	Inizio lavori	Operazioni nazionali e internazionali	Fase di test e collaudo	Inizio utilizzo





# Myanmar

## DATI DEL PAESE



### Mandalay

1.7 milioni di abitanti  
2° città più grande e ultima capitale imperiale  
Hub economico di Upper Myanmar

### Nay Pyi Taw

1.2 milioni di abitanti  
Nuova **capitale** del paese  
Una delle 10 città mondiali in maggior crescita  
Ha ospitato i SEA games nel 2013

### Yangon

7.4 milioni di abitanti  
Capitale fino al 2007

La crescita del Myanmar, in particolare alla luce del rallentamento della crescita in altre parti del mondo, è percepita come una significativa **opportunità economica per le imprese e gli investitori di tutto il mondo**. Come ultima grande frontiera, il paese asiatico (con l'eccezione della Corea del Nord) ad aprirsi e collegarsi all'economia globale, e con una popolazione di oltre 60 milioni di persone (di dimensioni paragonabili ai suoi vicini regionali Thailandia o Vietnam), rappresenta i grandi mercati nazionali di consumo e del lavoro. In particolare, una recente ricerca stima che la sua **classe media e ricca è destinata a raddoppiare da 5,3 milioni nel 2012 a 10,3 milioni nel 2020**. Per mettere questi numeri in prospettiva, l'area di Bangkok ha attualmente circa 6 milioni di persone della classe media e benestante, e un consumatore in Myanmar benestante oggi ha circa lo stesso potere d'acquisto come uno in Thailandia.

## DATI DEL PAESE

L'economia dovrebbe crescere di circa il **7,2% all'anno** nel corso dell'anno fiscale conclusosi il 31 marzo 2016 (FY15 / 16).

L'economia continuerà in crescita: l'affluenza di turisti è prevista aumenti fino a 6 milioni nel 2016, pari a una crescita del 20%.

Gli investimenti esteri approvati raggiunto un livello record di USD 9.4 miliardi di dollari nel FY15 / 16.

La **crescita dovrebbe accelerare al 8-9% all'anno per i prossimi 5 anni**.

# INVESTIMENTI IN MYANMAR

FOREIGN INVESTMENTS BY COUNTRY  
AS OF 31 MARCH 2016

No.	STATO	US\$ in Mil	%
1	China	18,072	28.36
2	Singapore	13,066	20.51
3	Thailand	10,500	16.48
4	Hong Kong	7,351	11.54
5	U.K.	4,075	6.40
6	Republic of Korea	3,489	5.48
7	Malaysia	1,911	3.00
8	The Netherlands	990	1.55
9	India	733	1.15
10	Vietnam	693	1.09
	<b>TOTAL</b>	<b>60,881</b>	<b>95.56</b>

(fonte: Directorate of Investment and  
Company Administration, Ministry  
of National Planning Economic  
Development, Myanmar)

# INVESTMENT IN MYANMAR

## FOREIGN INVESTMENTS BY SECTOR AS OF 31 MARCH 2016

No.	INDUSTRIA	US\$ in Mil	%
1	Oil and Gas	22,410	35.17
2	Power	19,685	30.89
3	Manufacturing	6,586	10.34
4	Transport and communication	5,085	7.98
5	Real estate	2,898	4.72
6	Mining	2,898	4.55
7	Hotel and tourism	2,446	3.84
8	Livestock and fisheries	461	0.72
9	Agriculture	250	0.39
10	Industrial estate	203	0.32
11	Construction	38	0.06
12	Other services	650	1.02
	<b>TOTAL</b>	<b>63,719</b>	<b>100.00</b>

(fonte: Directorate of Investment and  
Company Administration, Ministry  
of National Planning Economic  
Development, Myanmar)

## MAJOR FOREIGN INVESTMENTS IN KEY SECTORS

# INVESTMENT IN MYANMAR

	COMPANY	STATO
INFRASTRUCTURE	China Communication Construction (CCC)	China
	China Rail Construction Corporation (CRCC)	China
	China State Construction Engineering Corporation	China
	Hyundai Engineering & Construction	Korea
	Shimizu Corporation	Japan
MANUFACTURING	Coca Cola Company	US
	Fraser and Neave (FNN)	Singapore
	PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	Indonesia
	Siam Centre Group (SCG)	Indonesia
	Tata Motors	India
	Unilever PLC	UK
TOURIST AND HOSPITALITY	All Nippon Airways (ANA)	Japan
	Best Western	US
	Keppel Land	Singapore
	Pan Pacific Hotel Group	Singapore
	Shangri-La Asia	Hong Kong
	Yoma Strategic Holdings	Singapore
OIL AND GAS	China National Petroleum Corporation (CNPC)	China
	China National Offshore Oil Company (CNOOC)	China
	Daewoo International Corporation	Korea
	Essar Global	India
	Petronas Carigali Sdn Bhd	Malaysia
	PTT Exploration and Production Public Company (PTTEP)	Thailand
REAL ESTATE DEVELOPMENT	Total SA	France
	Bouygues Construction	Singapore
	Fragrant Property	Thailand
	Mitsubishi Corporation and Estate	Japan
	Shine Group	Vietnam
	Yoma Strategic Holdings	Singapore

(fonte: Directorate of Investment and  
Company Administration, Ministry  
of National Planning Economic  
Development, Myanmar)



**Yoma Strategic Holdings** has established a JV, Chidwin Holdings, with First Myanmar Investment to acquire luxury tourism assets. Yoma Group will hold 70% of the share capital and FMI will hold the remaining 30%.

**Hilton** is expected to open a 300-room hotel in Yangon in early 2014, increasing the hotel capacity in a country undersupplied with accommodation. Shangri-La is investing US\$115m in its second hotel, expected to open in 2017.

**Pan Pacific Hotels Group (PPHG)** announced a conditional JV with Shwe Taung Group (STG) to develop Pan Pacific Yangon. Opening in 2016, the hotel will be part of a mixed-use development. PPHG, WTG and City Square will hold 20%, 60% and 20% respectively.

**Best Western** acquired Green Hill Hotel in 2013 making it the first US based hotel in Myanmar. The company plans to expand its portfolio with the launch of a new hotel in Nay Pyi Daw in the later part of 2014.

**All Nippon Air** acquired Asian Wings for US\$25m and will help Asian Wings establish an international presence. This partnership marks ANA's first investment in a carrier outside Japan and the first overseas investment in any Myanmar carrier

**Mitsubishi Motors** established a JV with Yoma and First Myanmar Investment for sale and after sale service of new cars, with investment totalling around US\$6.5bn.

**Heineken and Carlsberg** formed JVs with local partners to produce and distribute beers. Both companies will have fully operational breweries by the end of 2014 and plan to invest US\$60m and US\$50m respectively. Heineken purchased a 57% stake in the JV for US\$34m.

**Coca Cola** opened a bottling plant in April 2013 on the outskirts of Yangon together with Myanmar's Pinya Manufacturing Co. It has pledged US\$200m over the next five years to increase production and distribution across the country.

**Unilever** started operating its first factory in Myanmar to produce food products. The Anglo-Dutch company pledged to invest US\$650m over the next decade as it increases its foothold in emerging markets.

# INVESTMENT IN MYANMAR

Healthcare Infrastructure & Services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Myanmar's healthcare sector presents opportunities for foreign partnered healthcare facilities that currently do not exist in the country; maximum foreign investors' ownership in clinics and hospitals is 70%</li> <li>• In 2012, India's Apollo Hospitals launched a telemedicine service in Yangon and Thailand's Thonburi Hospital Group agreed to build two hospitals with combined capacity of 400 beds in Yangon and Mandalay</li> </ul>
Healthcare & Pharmaceutical	<ul style="list-style-type: none"> <li>• According to Myanmar's Ministry of Commerce, the country imports more than 5,000 categories of medicine every year</li> <li>• Estimated size of Myanmar's pharmaceutical sector is about US\$100–200 million</li> <li>• Indian pharmaceutical companies take up c.40% of the total market share</li> <li>• There are currently 6 pharmaceutical manufacturers in the country</li> </ul>
Healthcare Equipment	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Myanmar's healthcare sector lacks modern medical equipment which were previously not available due to economic sanctions</li> <li>• With the lifting of sanctions, foreign companies such as General Electric have entered the market by supplying imaging systems to hospitals</li> <li>• Demand for medical equipment is on the rise with construction of new hospitals and existing hospitals phasing out old and obsolete equipment</li> </ul>
Healthcare Training	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Having quality medical professionals is crucial to the future of Myanmar's healthcare sector, and the government understands the importance of equipping them with the right skill sets</li> <li>• There are opportunities to establish professional medical and nursing schools</li> <li>• Companies such as General Electric have already begun training programmes in the country</li> </ul>

## HEALTHCARE IN MYANMAR

Per il settore sanitario del Myanmar il governo ha aumentato la spesa sanitaria nel corso degli anni.

Un totale di **757,4 miliardi di Kyats (c.US \$ 583,2 milioni)** è stato destinato alle cure sanitarie per FY2015 / 16, con un aumento da anno ad anno del 7% le spese sanitarie pubbliche sono triplicate negli ultimi quattro anni.

Tuttavia è ancora solo lo 0,5% del PIL totale nel 2013, uno dei più bassi all'interno dell'ASEAN. Secondo la Banca Mondiale, il 93,7% della spesa sanitaria in Myanmar era fuori di tasca nel 2014.

# Grazie.



## CONTATTI:

[singapore@italchamber.org.sg](mailto:singapore@italchamber.org.sg)  
[www.italchamber.org.sg](http://www.italchamber.org.sg)

70 Anson Road #22-02  
Hub Synergy Point Singapore 079905  
T: (65) 6223 0356  
F: (65) 6223 0357

## European Chamber of Commerce in Myanmar

Parkside One; 271-273 Bagayar  
Street Sanchaung Township  
Yangon (Myanmar)

## AICE

Corso Venezia, 47, 20121 Milano, Italy  
T: (39) 02 775 0320