

Kuala Lumpur

L'ECONOMIA DIGITALE IN MALESIA

La storia della digitalizzazione in Malesia sta rivelandosi sempre più emozionante.

Diverse tendenze chiave emerse negli ultimi mesi stanno scuotendo e rimodellando il panorama della digitalizzazione. Tali tendenze includono un aumento degli acquisti online, l'aumento delle modalità di pagamento digitali e contactless, l'avvento del digital banking, il lavoro e l'educazione a distanza, la telemedicina, l'intrattenimento online e le interruzioni della catena delle forniture.

La pandemia Covid-19 e le limitazioni di movimento, che hanno portato a un mondo con sempre meno contatti fisici, per le attività di business sono risultate in una trasformazione digitale come necessità per sopravvivenza e sostenibilità a lungo termine.

Non vi è modo di fermare il corso della digitalizzazione. Un'indicazione di come l'onda della digitalizzazione si sta accrescendo e diffondendo in tutti i settori e' che ad oggi, praticamente tutti i consumatori che dispongono di una connessione ad internet, sia essa via computer o smartphone, è un consumatore digitale. Dall'altro lato dell'equazione, anche le tradizionalmente piccole attività commerciali hanno iniziato a ripensare i propri modelli di business includendo la digitalizzazione. La digitalizzazione della Malesia si prepara per un grande balzo in avanti.

La Malesia ha intrapreso la strada della digitalizzazione a partire dagli anni '90 con l'istituzione del **National IT Council** (<http://www.nitc.org.my/>) e del **Multimedia Super Corridor (MSC)**. Sebbene siano stati compiuti progressi sostanziali nel percorso di trasformazione digitale, esiste ancora un vasto potenziale per l'economia digitale per contribuire in maniera sostanziale al prodotto interno lordo (PIL) del paese.

Internet, smartphone, Big Data, intelligenza artificiale, Internet of Things, ed altro, hanno gli strumenti per aiutare le aziende a innovare e migliorare la produttività. La prossima grande novità in arrivo è il 5G.

Le ultime statistiche mostrano che l'economia digitale, di cui l'e-commerce costituisce la porzione maggiore, ha contribuito per circa il 17% al PIL nel 2019 e la proiezione è che questo aumenti di circa al 20% quest'anno.

Il mercato dell'e-commerce in Malesia è triplicato dal **2015** raggiungendo circa **3 miliardi di dollari USA (2,53 miliardi di euro)**. Entro il **2025**, si prevede che raggiungerà gli **11 miliardi di dollari USA (9,28 miliardi di euro)**. Tuttavia, questa previsione è precedente alla pandemia. Sulla base dello slancio, è probabile che il mercato dell'e-commerce superi la previsione precedente.

Riconoscendo la necessità di aumentare la digitalizzare più rapidamente, il governo ha indicato che presenterà un **progetto di sviluppo digitale** entro fine dell'anno. La situazione ideale sarebbe che il paese diventi un esportatore netto di servizi digitali piuttosto che un importatore netto come lo è ora.

Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC)

La Malaysia Digital Economy Corporation Sdn Bhd, precedentemente nota come Multimedia Development Corporation, è un'istituzione di proprietà del governo responsabile della gestione del Multimedia Super Corridor (MSC) in Malesia come settore tecnologico e zona commerciale.

Recentemente, il direttore per l'adozione del digitale aziendale, Muhundhan Kamarapullai, ha affermato che la pandemia ha decisamente alterato la spinta per la trasformazione digitale in cui, per mantenere e sopravvivere, le aziende devono inserire la (tecnologia) digitale nelle loro operazioni aziendali. Studi di benchmarking condotti negli ultimi anni mostrano che la Malesia è competitiva in termini di adozione digitale.

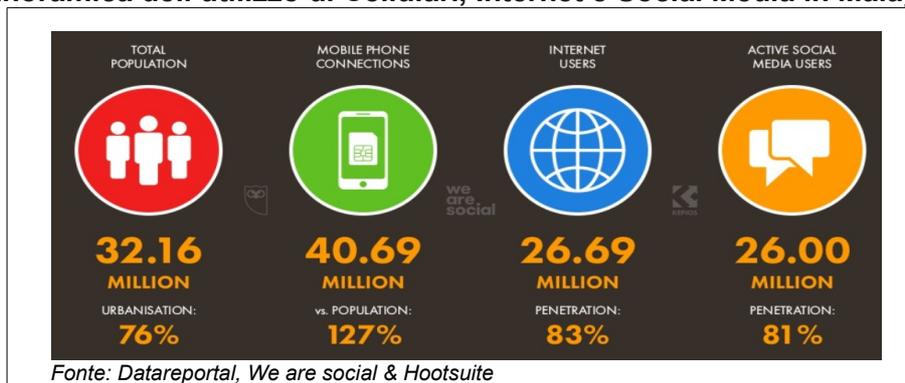
Ad esempio, il Digital Adoption Index, sviluppato per il World Development Report 2016: Digital Dividends della Banca Mondiale, classifica la Malaysia al numero *41 fra i 180 paesi considerati*. Nel frattempo, l'IMD World Digital Competitiveness Rankings 2019 colloca la Malesia al *26 ° posto sulle 63 economie prese in considerazione nella performance complessiva nei trend digitali*. La Malesia è classificata al *31 ° posto (su 139 paesi)* nel Network Readiness Index 2016 del World Economic Forum.

Economia Digitale della Malesia (Valore Commerciale Lordo, US\$)				
Anno	E-Commerce	Viaggi Online	Media Online	Ride Hailing
2015	1 miliardo	3 miliardi	0.6 miliardi	0.3 miliardi
2019	3 miliardi	5 miliardi	2 miliardi	1 miliardo
2025	11 miliardi	9 miliardi	3 miliardi	3 miliardi

Fonte: Google, Temasek Bain & Co

Con l'inizio della quarta rivoluzione industriale (IR4.0), vi è stata grande enfasi sul ruolo della trasformazione digitale nella definizione di come le aziende sarebbero rimaste rilevanti in futuro.

Panoramica dell'utilizzo di Cellulari, Internet e Social Media in Malaysia

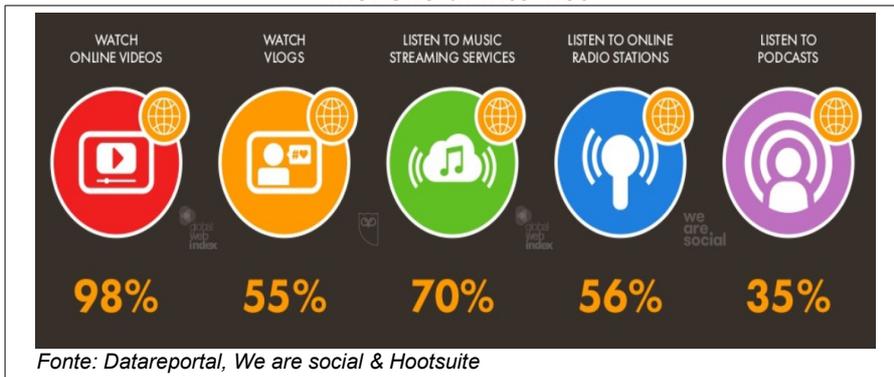


Il report Digital 2020 Malaysia di DataReportal, prodotto in collaborazione con "We Are Social and Hootsuite" mostra come, agli inizi del 2020, vi fossero **26,69 milioni di utenti internet**, che corrisponde all'83% della popolazione totale di 32.16 milioni.

Gli utenti di Internet mobile costituivano la maggior parte degli utenti Internet totali (97%), con il 96% di essi che accedeva a Internet tramite smartphone. Anche il settore pubblico ha abbracciato la tecnologia digitale come **MyGov** - il portale di fornitura di servizi one-stop del governo - e la

piattaforma open-data del governo, **data.gov.my**. Il recente rapporto UNEG - United Nations Evaluation Group 2020 ha visto la Malaysia passare da una valutazione “alta” a “molto alta”.

Percentuale di utenti internet di eta' compresa tra i 16 e 64 anni per categoria di utilizzo mensile di internet



Totale di spesa dei consumatori per categoria di commercio digitale nel 2019 (US\$)



Digital Banking

La Malesia ha definito delle politiche digitali corrette e abilita delle piattaforme che consentono a imprese e parti interessate di prosperare nel campo digitale. La banca centrale (Bank Negara Malaysia) ha recentemente emesso politiche atte a favorire la crescita digitale nel settore bancario, come i processi di “**Conosci il Tuo Cliente**” che ha influenzato banche, assicurazioni, ed altri per accelerare e semplificare l’identificazione e la verifica dei singoli clienti online. Il paese si sta preparando ad una rivoluzione digitale del settore bancario, con la banca centrale pronta a rilasciare cinque licenze bancarie digitali.

Un rapporto del Fondo Monetario Internazionale (FMI) in febbraio, mostra come il digital banking sia quadruplicato nell’ultimo decennio, raggiungendo nel 2018 un tasso di utilizzo del 90%. Gli sforzi normativi stanno aiutando a promuovere l’adozione del digitale, come si è visto nella crescita dei portafogli su smartphone o portafogli elettronici.

Pagamenti Digitali

La banca centrale della Malesia, si è impegnata da tempo per accelerare la migrazione della Malesia verso i pagamenti elettronici, che è inclusa nel **piano finanziario 2011-2020**. Al fine di stimolare una maggiore adozione dei pagamenti digitali, la banca centrale ha introdotto la **piattaforma “Interoperable Credit Transfer”**, che delinea un’infrastruttura di pagamento condivisa che collega conti bancari e non bancari consentendo una gestione dei rischi derivanti.

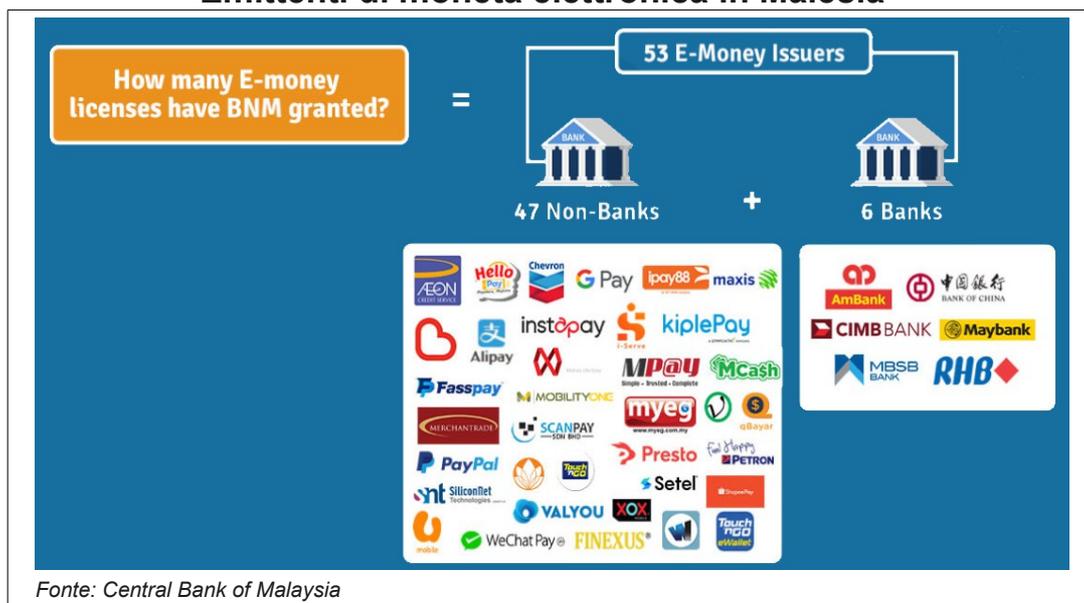
L'aspetto significativo della crescita del portafoglio elettronico è il lancio di più operatori non bancari in Malesia, in particolare start-up di tecnologia finanziaria (fintech) e grandi aziende tecnologiche, comprese le grandi aziende tecnologiche cinesi come **Ant-Financial** e **Tencent**.

Secondo la Banca Centrale, il numero di emittenti di moneta elettronica non bancaria che offrono soluzioni di pagamento tramite applicazioni di telefonia mobile è cresciuto in modo significativo da soli 5 nel 2016 agli attuali 47. Di questi **e-wallet, GrabPay, Touch 'n Go** (una partnership con Ant Financial) e **WeChat Pay MY** di Tencent sono tra i più diffusi.

Inoltre, il settore dei **viaggi online**, guidato dalle compagnie aeree a basso costo e dalle catene di hotel economici, ha raggiunto quasi i **5 miliardi di dollari (4,2 miliardi di euro)** lo scorso anno e si prevede che raggiungerà i **9 miliardi di dollari (7,56 miliardi di euro)** entro il **2025**.

Oltre alle autorità di regolamentazione, agenzie come MDEC stanno giocando un ruolo nel percorso di trasformazione digitale del paese. L'iniziativa **“100 Go Digital”**, che si rivolge alle PMI che si concentrano sul pagamento senza contanti per il progetto pilota lanciato a Langkawi nel 2019, MDEC ha coinvolto con successo più di 100 PMI per l'iniziativa, con il **30%** che sta implementando con successo soluzioni di pagamento digitale.

Emittenti di moneta elettronica in Malesia



Pandemia Covid-19

La pandemia Covid-19 è stata il più grande catalizzatore per la trasformazione digitale definendo come le aziende devono rimanere rilevanti adottando pratiche di lavoro innovative che sono state discusse per anni. Ad esempio, lavorare da casa è diventata la "**nuova normalità**", consentendo a una forza lavoro geograficamente dispersa nei settori pubblico e privato di funzionare in modo efficiente e continuativo.

L'attuale infrastruttura tecnologica è limitata per quanto riguarda il supporto alle attività di commercio elettronico e alle videoconferenze. Ci sono aree che possono essere migliorate. Ad esempio, negli esborsi di mutui e prestiti, durante il periodo dell'ordine di controllo del movimento (MCO), i documenti non potevano essere firmati per proseguire il rilascio di prestiti. Ciò avrebbe potuto essere alleviato se fosse stato predisposto **un sistema di firma digitale** per le transazioni elettroniche.

La pandemia anche ha evidenziato le lacune nella condivisione dei dati e nella comunicazione. Ernst & Young Malaysia ha riportato nel suo sondaggio di quasi 700 aziende, sia grandi e quotate che PMI - rilevando che l'80% delle aziende ha affrontato sfide con comunicazioni, connettività e infrastrutture durante il periodo MCO. Tuttavia, le organizzazioni con strategie digitali in atto sono state in grado di reagire e adattarsi rapidamente, ad esempio soddisfare le richieste di una forza lavoro che lavora da casa e spostare le imprese online, dove il 37% delle PMI e il 32% delle grandi società quotate hanno preso provvedimenti per espandere o aggiornare le proprie capacità tecnologiche. Quasi il 30% delle imprese (30% società grandi e quotate e 26% PMI) ha investito in **hardware e software work-from-home** per garantire la connettività con i propri dipendenti e migliorare la produttività dei dipendenti.

Settore F&B e Alberghiero

La pandemia sta creando opportunità per le industrie che sono rimaste indietro in termini di tecnologia come cibo e bevande (F&B) e ospitalità. L'industria della ristorazione, che è stata messa in ginocchio dalla pandemia e continua ad affrontare le sfide con il cambiamento di comportamento dei consumatori, ha l'opportunità di abbracciare la tecnologia sia sotto forma di pagamenti senza contatto, sia persino di assistenti robotici. Allo stesso modo, il settore alberghiero sta guardando all'**Internet of Things (IoT)** per favorire il proprio recupero consentendo l'accesso senza contatto, gli elettrodomestici connessi e la gestione dell'energia.

Agricoltura

Inoltre, esistono opportunità per l'innovazione digitale lungo tutta la filiera di valore nel settore agricolo, spesso considerato come l'ultima frontiera tecnologica del mondo. Ad esempio, le soluzioni per l'agricoltura basate sull'IoT per il monitoraggio delle colture e l'uso della tecnologia per i veicoli autonomi applicata a semina e raccolta può aiutare gli agricoltori ad aumentare la produttività ed a una riduzione per la spesa per fertilizzanti e pesticidi.

La tecnologia può aiutare gli agricoltori a snellire la catena di approvvigionamento e raggiungere i propri clienti in modo più efficace. Durante il periodo MCO, ad esempio, l'interruzione della catena di approvvigionamento alimentare ha visto gli agricoltori delle Cameron Highlands distruggere tonnellate di verdure. Per mitigare questo problema, le aziende di e-commerce sono intervenute e hanno iniziato a vendere i prodotti sulle loro piattaforme. Ad esempio, Everleaf Eco Solutions, che gestisce la piattaforma di prodotti biologici Everleaf, che ha istituito un centro di stoccaggio e distribuzione ad aprile. Ha aiutato gli agricoltori ad esporre i loro prodotti su vari mercati online. Ciò

ha ampliato l'esposizione digitale degli agricoltori, consentendo loro di compiere i primi passi nella digitalizzazione delle loro operazioni.

Penang è diventato il primo Stato a lanciare un'azienda agricola di vaniglia smart. L'azienda agricola gestita da Kairos Agriculture ha utilizzato la tecnologia dell'Agricoltura 4.0 che comprende Internet of Things (IoT), intelligenza artificiale, applicazioni per big data, apprendimento automatico e un sistema di droni. Un totale di 8.000 piante di vaniglia sono state piantate su una superficie di 0,8 ettari. L'azienda dispone di un sistema di irrigazione automatico che entra in funzione quando rileva temperature troppo elevate o un terreno eccessivamente secco. Il sistema di apprendimento automatico, una tecnologia che monitora il terreno e le condizioni circostanti, che consentirà alla vaniglia di crescere più velocemente. La resa vaniglia è stata stimata in 1,5 milioni di RM (0,36 milioni di euro). (Fonte: Bernama news).

Settore Petrolifero e Gas

Il sottosectore a monte, ad esempio, è stato in prima linea in diversi significativi progressi tecnologici in passato, dalle tecniche di supercomputing per lo studio di modellazione dei giacimenti all'imaging sismico e 3D per la perforazione e lo sviluppo di progetti; mentre le raffinerie perseguono la digitalizzazione da oltre 30 anni, con tecnologie come il controllo avanzato dei processi (APC) che fanno parte del mix operativo di molti operatori.

Esaminando gli operatori del settore petrolifero e gas autoctoni della Malesia, PETRONAS ha intrapreso la guida della trasformazione digitale dell'industria petrolifera e del gas all'interno del paese. Ciò include la trasformazione digitale del loro approvvigionamento su una piattaforma flessibile, nativa del cloud e aperta. Con questa trasformazione, PETRONAS è in grado di prevedere meglio la domanda per categorie di spesa, consentendo loro di fornire segnali più accurati ai propri fornitori e fornitori sfruttando AI, big data, blockchain e IoT per ottenere risultati di business trasformativi. Ciò ha portato vantaggi per PETRONAS, i suoi fornitori e i suoi clienti.

Sky Futures (M) Sdn. Bhd., Una società di proprietà malese che fornisce servizi di ispezione industriale basati su droni end-to-end utilizzando software, sensori e soluzioni tecnologiche all'avanguardia. I servizi di ispezione dell'azienda sono più economici dell'85% rispetto alle tecniche di ispezione convenzionali. Ciò è attribuito dalla riduzione delle sospensioni dell'attività produttiva e dai set di dati di alta qualità più veloci, più sicuri e precisi ottenuti dai droni di ispezione di Sky Futures che consente ai loro clienti di prendere una decisione più intelligente in merito alle loro operazioni.

Abitazioni intelligenti

Secondo Statista.com, in Malesia il fatturato complessivo del mercato dell'automazione intelligente per le abitazioni (domotica) dovrebbe raggiungere i 51,26 milioni di US\$ (42,93 milioni di Euro) nel 2020, in crescita dai 4,16 milioni di US\$ (3,48 milioni di Euro) del 2015. I dispositivi domestici disponibili in Malesia stanno diventando sempre più comuni nei nuovi progetti. Esempi di progetti che includono la domotica sono:

- Gli appartamenti con servizio alberghiero di 31 piani Andaman Residence del Gruppo Mitraland
- Il progetto ultrapolis da 9 miliardi di ringgit (1,8 miliardi di Euro) i-City di i-Berhad
- Le abitazioni intelligenti Damansara Idaman di TA First Credit
- La collaborazione di Tropicana Corp con PanaHome, la sussidiaria locale di PanaHome Corp, per la costruzione di 272 case semi-indipendenti (Cheria Residences) con caratteristiche ecologiche innovative.

Nonostante le opportunità del mercato emergente delle abitazioni intelligenti, il tasso di adozione tra i singoli utenti è; generalmente basso, soprattutto nei paesi asiatici in via di sviluppo. Sebbene la proiezione di *crescita* del fatturato per l'Asia dovrebbe essere stabile nei prossimi anni, le tecnologie per la casa intelligente non sono così ampiamente accettate rispetto ai mercati europeo e americano. Tuttavia, proprio come gli smartphone hanno preso il sopravvento sui dispositivi mobili tradizionali, l'adozione di case intelligenti aumenterà naturalmente, in particolare con l'evoluzione della tecnologia e l'aumento delle richieste di standard di vita e qualità della vita.

Si prevede che gli attuali metodi di costruzione di automazione e meccanizzazione si trasformeranno verso la digitalizzazione, che accelererebbe ulteriormente l'adozione della tecnologia delle case intelligenti.

Il governo ha avviato una norma di conformità obbligatoria per utilizzare i sistemi di costruzione industriale (IBS) entro il 2020 come primo passo per incoraggiare l'adozione di tecnologie per le case intelligenti.

Gli investitori sono incoraggiati a sfruttare gli incentivi legati alla tecnologia delle case intelligenti, come:

<ul style="list-style-type: none"> • Incentivi di Capitale per l'Automazione (Automation CA) annunciato nel 2015 per ulteriormente incoraggiare le aziende sia ad avviare attività' e produzioni innovative che per l'adozione rapida di automazione, particolarmente nei settori industriali che dipendono sostanzialmente sui lavoratori immigrati. • Le Abitazioni Intelligenti rientrano nella categoria 2, dove un incentivo del 200% per Automation CA può essere rilasciato per i primi 2 milioni di ringgit della spesa incorsa entro 5 anni fiscali dal 2015 al 2020. [per i produttori] 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivi per i produttori di prodotti elettrici e elettronici e componenti utilizzati per le tecnologie Smart Homes: • Prodotti, sistemi, e dispositivi per tecnologie dell'informazione e della comunicazione • Prodotti di intrattenimento digitale o infotainment • Sistemi o prodotti per il tracciamento elettronico o sistemi di sicurezza • Apparecchiature, prodotti, sistemi, dispositivi o componenti per energie alternative. • Illuminazione a risparmio energetico
---	---

Fonte: MIDA

Progredendo in futuro

Il Workday Digital Agility Index, uno studio condotto in collaborazione con International Data Corp (IDC), azienda globale di intelligence del mercato tecnologico, ha rilevato che il 90% delle organizzazioni intervistate in Malesia ha faticato ad apportare modifiche ai propri piani finanziari per l'anno, con l'83% incapace di riallineare le proprie strutture organizzative. Senza una corretta struttura di base tecnologica, le organizzazioni non possono muoversi rapidamente per adattarsi ai rapidi cambiamenti. La maggior parte delle aziende ha dovuto apportare modifiche significative ai propri piani finanziari e risorse umane quest'anno, senza preavviso, e la ricerca mostra che i processi offline hanno ostacolato questi processi di modifica.

1) Capacità e cognizione digitali

Mentre è difficile aspettarsi che le aziende investano nella digitalizzazione delle loro organizzazioni in un momento in cui stanno lottando per pagare le spese generali, la mancanza di competenze digitali è un altro fattore chiave nella mancanza di agilità digitale di un'organizzazione.

Il Workday Digital Agility Index, ad esempio, ha rilevato che due terzi delle organizzazioni malesi non hanno una cultura dell'agilità a livello aziendale e il 67% afferma che meno della metà delle proprie persone è dotata di competenze e capacità digitali. Nel frattempo, uno sbalorditivo 13% afferma di non avere quasi dipendenti con esperienza o competenze digitali.

Il rapporto sulle prospettive del CEO di KPMG del 2019 ha rilevato che le prime tre competenze più carenti siano big data / analisi, sicurezza informatica e intelligenza artificiale (AI). I risultati mostrano che le carenze di competenze sono ai massimi storici dal 2008 e che queste carenze agiscono come un ostacolo alla crescita.

Lo studio di Workday attribuisce la mancanza di esperienza digitale in parte alla mentalità prevalente all'interno delle organizzazioni malesi di non vedere il talento come una fonte di vantaggio competitivo. Pertanto, non stanno investendo per trovarlo e alimentarlo - con il 79% delle organizzazioni intervistate che sottovaluta il talento come importante risorsa strategica e, come tale, mancano strumenti e processi adeguati a gestirlo.

La mancanza di educazione alla crescita digitale nel sistema educativo malese, la mancata corrispondenza delle competenze per soddisfare le crescenti esigenze dell'economia digitale e la migrazione di lavoratori qualificati all'estero aggravano ulteriormente la carenza di competenze digitali del paese. Tuttavia, sono necessari più creatori digitali per creare un'economia digitale di successo che contribuisca alla crescita del PIL del paese.

Attualmente, la Malesia è un paese consumatore del digitale rispetto agli Stati Uniti e alla Cina o persino a Taiwan. Un modo semplice per riscontrarlo è scoprire quante app vengono create dai malesi. La mancanza di unicorni autoctoni (un termine usato nel settore del venture capital per descrivere una start-up di capitale privato con un valore superiore a 1 miliardo di dollari USA - 0,84 miliardi di euro) spiega anche i livelli di finanziamento più bassi ricevuti dalla Malesia rispetto ai suoi vicini come Singapore e Indonesia. Il rapporto e-Conomy SEA 2019, ad esempio, mostra che sebbene i fondi per le società Internet malesi abbiano ammontato a quasi 1 miliardo di dollari dal 2015, i 140 milioni di dollari USA (117 milioni di euro) raccolti nella prima metà del 2019 siano stati inferiori ai livelli del 2018.

Nello sviluppo delle competenze digitali, iniziative come #mydigitalmaker di MDEC mirano a impartire competenze come codifica, sviluppo di applicazioni, stampa 3D, robotica, programmazione incorporata e analisi dei dati ed espongono gli studenti a carriere legate alla tecnologia digitale. L'obiettivo è trasformare i giovani della Malesia da consumatori digitali in produttori digitali.

Aziende come il gruppo iTrain stanno assistendo l'organizzazione e il governo nel provvedere conoscenze digitali ai dipendenti. L'obiettivo è migliorare e riqualificare tutti i dipendenti, tecnologici e non, sulle competenze digitali al fine di aumentare il quoziente digitale dell'organizzazione. Il gruppo sta attualmente lavorando con un istituto finanziario per elaborare un quadro di competenze per le abilità digitali.

Le competenze digitali sono importanti per i dipendenti non-tecnologici, più che per i dipendenti tecnologici, poiché essi sono gli esperti nei rispettivi campi, che si tratti di finanza, marketing o

vendite. Formarli nelle competenze digitali consente loro di scoprire l'opportunità di digitalizzazione, mentre sono i dipendenti tecnologici che saranno incaricati dell'implementazione.

Secondo MDEC, una partnership del settore pubblico-privato è importante per accelerare la trasformazione digitale. Il governo funge da catalizzatore varando le politiche, i piani, i meccanismi e le misure normative appropriati mentre il settore privato funge da braccio di investimento e attuazione. Il governo sta sviluppando un piano economico digitale per superare queste sfide e questi problemi e coinvolgerà sia il settore pubblico che quello privato.

2) Trasformazione

L'altro problema comune che fa deragliare la trasformazione digitale è la resistenza al cambiamento. Questo è visto in quasi tutti i livelli dell'organizzazione, dove i leader aziendali hanno goduto di un certo grado di comfort. La resistenza al cambiamento può bloccare le trasformazioni. Spetta al CEO radunare le truppe e allineare tutti attorno a una strategia, narrativa e visione.

MDEC, da parte sua, ha lanciato diversi programmi per colmare il divario digitale urbano-rurale, compresa la creazione di centri di accrescimento digitale. Esistono 14 di questi sportelli situati in tutto il paese volti ad assistere le PMI nell'aumentare la loro adozione digitale, nonché il loro accesso ai finanziamenti e allo sviluppo di capacità.

Nel frattempo, il piano di ripresa economica a breve termine (Penjana) recentemente annunciato si concentra sulla digitalizzazione per stimolare la ripresa economica. Tra le iniziative vi sono il National Technology and Innovation Sandbox (NTIS) del Ministero della Scienza, della Tecnologia e dell'Innovazione. L'NTIS (che ha uno stanziamento di 100 milioni di RM - 20,04 milioni di euro) include l'uso di robot autonomi per i servizi sanitari e il settore agricolo ottimizzando l'uso di fertilizzanti e l'irrorazione di pesticidi, le tecnologie AI e IoT e la produzione avanzata come la stampa 3D.

Il #SMART Automation Grant è un'altra iniziativa del governo per espandere il supporto alle PMI per fare il salto digitale. Il fondo è disponibile per il 50% del costo totale del progetto o fino a un limite massimo di sovvenzione di RM200.000 (Euro 40.080), a seconda di quale sia il più basso. Le imprese nel settore dei servizi che si qualifica per la sovvenzione includono vendita al dettaglio, all'ingrosso, cibo e bevande, turismo, logistica, trasporti, istruzione, sanità, immobiliare, nonché servizi professionali e finanziari.

3) Infrastrutture internet

Le sfide legate alle infrastrutture stanno anche ostacolando il processo di trasformazione digitale. MDEC sottolinea che sebbene quasi l'80% della popolazione malese sia online e vi sia un abbonamento a banda larga elevato, la Malesia è in ritardo in termini di copertura, con velocità di download di soli 100 Mbps per le aree ad alta crescita. Questo è in ritardo rispetto a paesi come il Vietnam.

La mancanza di competizione tra i fornitori di servizi Internet del paese significa che i malesi stanno pagando di più per la banda larga rispetto ai loro vicini nella regione. Il rapporto Malaysia Economic Monitor del giugno 2018 della Banca Mondiale classifica la Malesia al 74 ° posto su 167 paesi per i servizi a banda larga fissa e al 64 ° su 118 per i servizi a banda larga in fibra, dietro a

concorrenti regionali come il Vietnam e paesi con un livello simile di sviluppo economico come il Messico e la Turchia.

Dal Bilancio 2020 del governo, si vedono già sforzi positivi per promuovere il viaggio di trasformazione digitale del Paese. Il piano nazionale di fibra e connettività da 21,6 miliardi di RM (4,33 miliardi di euro), per esempio, mira a migliorare la competitività economica della Malesia attraverso la connettività mentre prepara la nazione per IR4.0.

L'obiettivo del piano è colmare il divario digitale tra le aree rurali e urbane in Malesia. Mirando a raggiungere questo obiettivo, tra l'altro, disponendo di un pacchetto a banda larga fissa entry-level all'1% del reddito nazionale lordo entro il 2020; affinché le reti in fibra coprano il 70% di scuole, ospedali, biblioteche, stazioni di polizia e uffici postali entro il 2022; velocità media di 30 Mbps nel 98% delle aree popolate entro il 2023 e di avere disponibilità di gigabit in aree industriali selezionate entro il 2020 e in tutte le capitali degli stati entro il 2023.

Il governo ha anche introdotto una sovvenzione per lo sviluppo dell'ecosistema 5G del valore di 50 milioni di RM (10,03 milioni di euro) e ha stanziato 25 milioni di RM (5 milioni di euro) per istituire un fondo di sovvenzione paritaria a concorso per stimolare più progetti pilota relativi a tecnologie emergenti come AI, blockchain e veicoli autonomi che sfrutta la fibra ottica e l'infrastruttura 5G. Il 5G sarà la struttura portante degli obiettivi del paese per renderlo grande nell'economia digitale secondo KMPG.

Investimenti esteri

Il recente lancio dell'iniziativa Lighthouse Project da parte della Malaysian Investment Development Authority (MIDA), rappresenta l'ultima iniziativa della Malesia per incoraggiare più operatori del settore ad agire come fari per guidare gli altri nell'applicazione di tecnologie come l'intelligenza artificiale, la produzione additiva e altre tecnologie dell'Industria 4.0.

Music Tribe, leader multinazionale per prodotti audio professionali e strumenti musicali con produzione nel Regno Unito, Danimarca, Svezia, Canada, Germania, Giappone, Cina e Filippine, nel 2019 ha scelto la Malesia come sede principale nell'ambito dello schema Principal Hub per guidare la strategia di trasformazione digitale globale dell'azienda.

La Malesia è ora nella fase di ripresa economica. Pertanto, MDEC accoglie gli investimenti digitali stranieri nel mercato locale con la graduale riapertura dei settori economici in seguito al successo del governo nel contenere COVID-19 e fa della Malesia un trampolino di lancio per esplorare il mercato dell'ASEAN che ha un grande potenziale. Il paese è stato riconosciuto come un luogo privilegiato per le aziende Fortune 500 e di tecnologia digitale ed è sulla buona strada per essere il cuore digitale dell'ASEAN basato sul suo ecosistema dinamico, forza lavoro competitiva e qualificata e solida infrastruttura.

L'iniziativa Digital Free Trade Zone (DFTZ) lanciata da MDEC riflette la preparazione del paese basata sulla sua solida infrastruttura di base e sui servizi logistici per garantire la crescita del settore dell'e-commerce. Attraverso la DFTZ, la Malesia vuole attirare investimenti per aiutare a guidare l'e-commerce e il commercio transfrontalieri e la crescita del proprio settore logistico. Vuole anche incentivare le esportazioni per le piccole e medie imprese collaborando con i mercati online globali e regionali per aumentare la domanda di prodotti malesi.

Fonti:

Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC)
Malaysian Investment Development Authority (MIDA)
The Edge Malaysia
Bernama news
Google, Temasek Bain & Co
Datareportal, We are social & Hootsuite
Central Bank of Malaysia
Statista.com
e-Economy SEA 2019
KMPG