

CONTRATTI E NORME INTERNAZIONALI, POTENZIALITÀ COMMERCIALI OLTRE CONFINE

Mercati stranieri, regole e strategie

Il "Club internazionalizzazione" di **Confindustria** avvia l'attività da Chiavari

DEBORA BADINELLI

CHIAVARI. Il gruppo Tigullio di **Confindustria Genova** tiene a battesimo il "Club internazionalizzazione". Ieri pomeriggio, nella sede di viale Arata, a Chiavari, infatti, si è svolto il primo incontro promosso da **Confindustria Genova** sul tema dell'internazionalizzazione: "Primi passi. Strumenti operativi per affrontare i mercati esteri". Una conferenza operativa, rivolta a imprenditori che vogliono estendere la loro rete di contatti commerciali verso altri Paesi o migliorare i contatti che già hanno oltre confine. Sullo sfondo della conversazione c'era Expo, la manifestazione mondiale che, tra poche settimane, aprirà i battenti a Milano, trasformando il capoluogo lombardo in una gigantesca vetrina delle produzioni (agroalimentari e non solo) dei cinque continenti e, soprattutto, il mercato cinese. A soffermarsi su insidie e prospettive che offre l'Oriente è stato l'avvocato Giampaolo Naronte, esperto di contrattualistica internazionale, che ha elencato gli strumenti operativi a disposizione degli imprenditori per affrontare in maniera consapevole i mer-

cati stranieri, in particolare quello cinese. Naronte ha spiegato in maniera semplice e accattivante i tipi di contratti esistenti per la cessione di beni e servizi e come si ridigono per scongiurare sorprese; le verifiche preliminari da eseguire per accertare l'affidabilità dell'interlocutore straniero (business license, land use right e tax bureau report assessment); i crediti documentari e le garanzie di pagamento; le implicazioni di alcune leggi cinesi che regolano i rapporti commerciali; le norme fiscali; le opzioni per risolvere le controversie; la definizione degli standard della merce per limitare o affrontare eventuali contestazioni; i rimedi post vendita (legge cinese sulla tutela dei consumatori); le cautele per chi pratica il commercio elettronico; la registrazione dei marchi; l'iscrizione alla dogana cinese per fermare eventuali spedizioni sospette e la certificazione di qualità (Standardization administration of China).

I lavori sono stati aperti da Alberto Bagna, delegato all'internazionalizzazione del gruppo territoriale Tigullio di **Confindustria Genova**. È seguito l'intervento di Piera Ponta, responsabile affari in-

ternazionali di **Confindustria Genova**, che ha spiegato quali sono gli obiettivi del club: «Presentare i mercati esteri per possibili sbocchi commerciali, approfondire i temi degli investimenti, delle collaborazioni, far conoscere missioni imprenditoriali e fiere, organizzare incontri d'affari con potenziali soci o acquirenti, garantire formazione e aggiornamento». Tra i servizi anche un ventaglio di offerte per imprese straniere che scelgono di lavoro in e con l'Italia. Francesca Gradassi, specialista delle esportazioni per la società Co.Mark, e Francesca Sanguineti, responsabile relazioni esterne di Shenker Genova, hanno presentato, invece, i servizi delle loro aziende per l'approccio ai mercati esteri. In particolare, Gradassi, ricordando gli incentivi garantiti dal governo, ha parlato della figura dell'export specialist temporaneo, dirigente a contratto che fornisce consulenze commerciali di breve durata a imprese che vogliono avventurarsi fuori dai confini del loro Paese. Sanguineti ha presentato una carrellata sui metodi di insegnamento della lingua inglese nelle realtà produttive.

badinelli@ilsecoloxix.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CURIOSITÀ

Cina al centro del dibattito, tra opportunità e provvedimenti di autotutela



L'intervento dell'avvocato Giampaolo Naronte su insidie e prospettive del mercato cinese FLASH



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 067115