



IDEE GUIDA Intervista a Monica Brugnoli, responsabile formazione e internazionalizzazione

Tutte le regole da conoscere quando si fa business all'estero

■ di Giovanni Bassi

Un apposito convegno è stato organizzato per il 18 febbraio quando saranno resi noti i provvedimenti attuativi del decreto Semplificazioni. Ma ecco che cosa fa l'associazione per gli associati che vogliono avere o hanno già rapporti con i mercati internazionali.

Lo scorso 5 febbraio avrebbe dovuto svolgersi un interessante convegno in materia di estero promosso dalla associazione Industriali di Cremona destinato alle aziende associate. Questo appuntamento è stato rinviato al 18 febbraio «...in attesa dei provvedimenti attuativi del Decreto Semplificazioni» ci dice **Monica Brugnoli**, responsabile formazione e internazionalizzazione della associazione stessa. Abbiamo incontrato la dottoressa Brugnoli: partiamo dal convegno...

«In sintesi il convegno riguarda gli adempimenti che le aziende dovranno effettuare quando acquistano o vendono beni e servizi nel mercato comunitario. Il decreto in questione prevede semplificazioni normative. Sarà anche l'occasione per fare un ripasso su questa materia».

Quando si parla di decreti, norme o leggi si teme di infilarci in un ginepraio...

«Sì, bisogna conoscere bene le questioni. Questo convegno si inserisce in un percorso che è partito a ottobre 2014 e si concluderà a fine 2015. La nostra associazione ha messo a disposizione risorse economiche per il supporto alla attività di internazionalizzazione delle imprese. E' necessario conoscere le regole del gioco. Si devono concordare con

i clienti corrette condizioni di pagamento, inquadrare le responsabilità di assicurazione e trasporto dei beni, ottenere le prove dell'uscita dei beni in circuito Ue e quando vengo extra Ue. Faccio un esempio: l'Iva si applica solo in Italia. Ma l'azienda deve dimostrare al fisco che il prodotto è uscito dai confini nazionali e quindi non è soggetto a Iva. Si devono conoscere le regole in materia di origine della merce: se dimostro che il mio prodotto è veramente "made in Italy", l'azienda extra comunità europea che lo acquista paga un minor dazio, e se voglio ottenere buoni contratti con agenti e distributori esteri devo conoscere bene la materia. Non ultimo, le nostre aziende devono imparare a difendere i propri marchi e brevetti per evitare ogni tipo di contraffazione».

E l'associazione, lei in particolare, ci siete anche per questo...

«I soldi impiegati dall'associazione servono a fare una decina di seminari formativi gratuiti per le aziende associate (quello del 18 febbraio sarà il quarto) Poi, nella seconda parte del nostro progetto, ci sono gli export-check up (nove fatti a oggi, saranno 25 entro il 2015) anch'essi totalmente gratuiti forniti in partnership con il **Consorzio Mantova Export**, una risorsa importante del sistema confindustriale: insieme al direttore di Mantova Export, **Alessandro Dotti**, andiamo nelle aziende e sul campo verifichiamo i contratti in essere, le fatture, tutta la attività aziendale in materia di estero. A chi invece è già preparato su questi temi offriamo il servizio **Analisi e Sviluppo Mercati**, cioè la possibilità di ricercare nuovi clienti. Andiamo sempre nelle aziende e facciamo una bella chiacchierata, verifichiamo che il mercato scelto non sia saturo, oppure non abbia troppe barriere in entrata. Mantova Export fa quindi una ricerca clienti in lingua madre, invia il materiale dei prodotti e dell'azien-



da, fa un recall telefonico e fornisce una decina di nominativi di potenziali clienti».

Voi vi rivolgete ad aziende manifatturiere con meno di 50 dipendenti; fatto 100 il numero delle aziende, nella nostra provincia, in che percentuale si rivolgono al mercato estero? «Il 70% ha rapporti con il mercato estero, alcune perché acquistano materia prima, semilavorati o prodotti finiti, le altre invece perché vendono i propri prodotti sui mercati esteri. Dal 2008 a oggi il numero si è incrementato sensibilmente: il mercato interno è in forte difficoltà, la crisi ha accentuato questo problema e le aziende si sono dovute ripensare e cercare nuovi mercati».

Concludo : per andare all'estero la lingua non costituisce un problema? Siamo piuttosto indietro nelle classifiche mondiali di lingue conosciute e parlate...

«E' un problema. **Assindustria servizi** propone corsi di lingua business, in gran parte inglese, in misura minoritaria francese, russo, spagnolo. Proprio perché sapere le lingue è imprescindibile per fare business».