



Paolo Greco, managing partner di P&A Legal



Imprese all'estero: istruzioni per l'uso

Sfruttare le opportunità dei Paesi emergenti oppure operare nella vicina Europa. La tendenza a investire oltreoconfine è sempre maggiore per le nostre imprese. Paolo Greco, managing partner di P&A Legal, racconta la sua esperienza professionale sui mercati del Mediterraneo

di Concetta S. Gaggiano

Sbarcare oltreoconfine. Una scelta che molte aziende italiane, anche di media grandezza, si trovano a fare. Secondo i dati emersi dal rapporto Italia Multinazionale 2008, commissionato dall'Ice al Politecnico di Milano, le imprese estere partecipate da italiane sono 20.974, tra partecipazioni di controllo, paritarie e minoritarie. I dipendenti totali all'estero sono pari a oltre 1 milione 2mila unità, mentre il fatturato realizzato dalle affiliate estere nel 2006 è stato di circa 402mila milioni di euro. Sul fronte opposto, le imprese italiane partecipate dall'estero sono 7.152. Il totale dei dipendenti in Italia è di 852.741 unità, mentre il fatturato 2006 delle imprese partecipate è stato di 429mila milioni di euro. Ma un'impresa italiana che voglia "esplorare" i mercati esteri necessita di strumenti indispensabili alla sopravvivenza in realtà spesso sconosciute e che possono rivelarsi non prive di insidie, sia normative che organizzative. Quindi, è indispensabile una peculiare attenzione dal punto di vista legale. Prima di tutto va effettuato il "business scouting", ovvero l'analisi preliminare del Paese o dell'area prescelta, che include indagini a tutto campo, come analisi del rischio Paese, del quadro macro-economico e politico, della stabilità, per formarsi un'opinione attendibile. In secondo luogo, bisogna valutare il quadro giuridico e verificare se il Paese ha una normativa adeguata a protezione dei diritti di proprietà intellettuale e industriale, se aderisce alle principali convenzioni internazionali in materia di tutela dei diritti e di riconoscimento di sentenze e decisioni giudiziarie straniere, se ha con l'Italia, o con la Ue, accordi di assistenza giudiziaria e così via.

Anche le istituzioni non sono state a guardare. E, al fine di favorire l'internazionalizzazione delle imprese italiane attraverso la promozione degli investimenti e degli scambi commerciali all'estero, hanno attivato procedure per concedere finanziamenti ad hoc a condizioni agevolate. Ma quali sono i mercati con più appeal per le nostre Pmi? «Sicuramente la parte dell'Africa più vicina all'Europa – spiega Paolo Greco, managing partner di P&A legal, studio legale nato da Petrucci & Associati che conta su dieci professionisti specializzati nell'assistenza e consulenza di società italiane interessate a investire nel Maghreb e nel bacino meridionale del Mediterraneo –. La vicinanza geografica e logistica, la crescita continua, il numero della popolazione (900 milioni di abitanti) e le enormi opportunità che essa offre sono realmente a portata di mano per le imprese italiane. In questo panorama, la Libia rappresenta una delle migliori possibili porte di ingresso verso tali mercati».

Da un punto di vista legale, quali sono le fasi più delicate che un'azienda deve affrontare nel momento in cui decide di investire all'estero?

«L'investimento all'estero è, di per sé, un'operazione molto delicata. Certamente, da un punto di vista legale, è essenziale riuscire ad avere un quadro della normativa di riferimento, e procedere con le dovute cautele nei confronti di enti e autorità straniere, nonché degli eventuali partner stranieri che "giocano in casa". La fase preparatoria è quella più importante. Spesso le aziende e gli imprenditori la ritengono "accorciabile"; a mio

CRESCE LA TENDENZA A INVESTIRE FUORI DAI PROPRI TERRITORI NAZIONALI DA PARTE DEGLI OPERATORI ECONOMICI. COME SPIEGA GIROLAMO ABBATESCIANNI

In un'economia globalizzata come quella attuale, l'esigenza di dar vita a un sistema di regole internazionali ben definite nel campo del commercio si fa sempre più pressante. Appare, infatti, evidente come per regolare i traffici nei diversi Paesi stranieri ormai non sia più sufficiente fare riferimento solo alla lex mercatoria, cioè a quel sistema di convenzioni e prassi private adottate dagli operatori commerciali nel corso dei secoli. A livello europeo, ad esempio, da più parti oggi si auspica una reale e concreta integrazione giuridica al fine di garantire una tutela contrattualistica di carattere comunitario. Un'impresa che, secondo l'avvocato Girolamo Abbatescianni (**nella foto**), uno dei massimi esperti italiani in diritto

commerciale internazionale appare, però, piuttosto difficile da ottenere.

Sotto il profilo fiscale quali sono gli aspetti di maggiore complessità che gli investitori all'estero devono tenere presenti?

«Gli Stati hanno mantenuto una loro autonomia nel sottoporre l'investimento in capitale a una maggiore o minore tassazione, tuttavia in materia, specialmente in riferimento al diritto societario, si può tranquillamente affermare che non esistono particolari problemi in ambito europeo. Se invece si prendono in considerazione gli investimenti in capitale nel campo extraeuropeo, qui le maggiori problematiche sono dovute da un lato dalla scarsa possibilità di conoscere una serie di istituti in materia e dall'altro dalla presenza di diversi livelli di

protezione degli investimenti nei singoli Paesi. Per questi motivi è necessario che tutte le volte in cui un esportatore italiano va in uno di questi Paesi, si ponga la domanda se quel Paese abbia firmato un trattato con l'Italia sulla protezione degli investimenti».

Quali sono oggi i Paesi che più tutelano gli investimenti delle imprese italiane all'estero?

«Più che alle aree geografiche guarderei alla protezione che viene garantita a questi investimenti sulla base di regole internazionali, in tal senso farei riferimento a un trattato internazionale elaborato in ambito europeo per consentire investimenti nei Paesi ex socialisti e finalizzato a un migliore sfruttamento delle risorse energetiche presenti nei loro territori. Questo modello ha funzionato talmente bene che adesso si sta espandendo in Asia, mentre Cina, India e anche Sud America vi guardano con interesse. Se dovesse essere adottato anche da questi Paesi, darebbe una protezione fortissima all'investitore che ha interessi nel campo energetico, visto che tale convenzione prevede la protezione da parte di un tribunale arbitrale e un insieme di efficaci regole cui si deve attenere lo Stato che ospita l'investimento. È uno strumento che ha una forte potenzialità, perché teoricamente si può applicare in modo automatico anche laddove vi sia stata la firma senza ratifica». ■



NEL MONDO GLOBALIZZATO, CONVERGONO I MERCATI, NON I QUADRI NORMATIVI. SECONDO ANTONIO DE CAPOA, STA ALL'AVVOCATO TRACCIARE LA ROTTA

Il mercato del XXI secolo, questo è ormai chiaro, non conosce confini nazionali. Ma se questa è senza dubbio una risorsa sul piano puramente economico, sul piano giuridico comporta non poche sfide. A partire dalla necessità, per ogni impresa che si affaccia all'estero, di muoversi nella piena consapevolezza non solo dei diversi ordinamenti locali, ma anche delle complesse dinamiche culturali che, in ultima analisi, li fondano e li ispirano. Questa l'analisi dell'avvocato Antonio De Capoa (nella foto), a capo dell'omonimo studio, che da anni opera in questo scenario. Grazie a una rete di partner e sedi locali che spazia da Teheran a Tripoli, da Belgrado a Bucarest fino a Los Angeles e San Paolo.

Quali mercati appaiono al momento più attrattivi per le imprese italiane?

«Sicuramente i Paesi dell'area balcanica, l'Europa centro orientale, l'area caucasica, l'area del Mediterraneo e il Medio Oriente».

Il suo studio ha da tempo av-

viato partnership in diversi Paesi, comunitari e non solo. Quali sono le maggiori differenze che si incontrano nell'operare nei due contesti?

«Le differenze sono innumerevoli: la più significativa è rappresentata dal fatto che nei Paesi comunitari, un avvocato di nazionalità di uno degli Stati membri può operare direttamente, sia pure con una serie di limitazioni. Nei Paesi extracomunitari non è abilitato, e quindi non può operare direttamente sul territorio, dovendosi limitare a fungere da anello di congiunzione tra il proprio cliente e gli avvocati locali ovvero, sostanzialmente, con un ruolo più riduttivo».

Ci sono aspetti e questioni normative a cui occorre prestare particolare attenzione, quando si decide di investire in un Paese islamico come Iran e Libia?

«No, basta adottare le comuni cautele a cui si fa riferimento quando si esce dai confini nazionali. Limitatamente all'Iran, bisogna pre-

stare particolare attenzione alla normativa relativa al trasferimento di tecnologia a "duplice uso"».

Quali avvertenze si sentirebbe di dare, come legale, a chi voglia rivolgersi alla Libia?

«Non vi sono consigli particolari, se non quello di rivolgersi a professionisti che conoscano realmente bene il Paese».

Negli ultimi mesi, anche sull'onda della crisi e delle conseguenti critiche al sistema finanziario mondiale, si è parlato molto di finanza islamica come di un'alternativa possibile, eticamente più equilibrata, al sistema occidentale. Cosa ne pensa?

«La cosiddetta finanza islamica è estremamente complessa, e non può essere sintetizzata in poche righe. Vale quanto appena detto, ossia che essa è basata su dei rigorosi principi etici, essendo l'etica e un comportamento corretto e giusto le "stelle polari" che devono guidare le azioni di ogni buon cittadino dell'Islam».

avviso deve avere dei corretti tempi, mai però troppo lunghi o "allungati". In questo la fiducia nei consulenti, la loro conoscenza e il radicamento nel mercato, è di cruciale importanza».

Quali sono a suo parere le strategie di ampliamento societario e commerciale all'estero più efficaci per le piccole e medie imprese?

«Ritengo che le Pmi italiane abbiano due opportunità a livello di mercato: l'eccellenza di alcuni prodotti del made in Italy e la creatività e imprenditorialità degli operatori. E siccome le strategie legali sono conseguenza di quelle economiche, ritengo possano svilupparsi all'estero aprendo degli showroom di vendita, magari in modo consorziato, attraverso la tecnica dei multi brand, al fine di sviluppare le possibilità commerciali. E avviando delle esperienze societarie all'estero, in partnership con soci locali, per riprendere una capacità produttiva di più largo consumo e per operare seguendo un percorso di crescita continua, come quello che, magari, hanno avuto in Italia negli ultimi 30 o 40 anni».

Quali mercati appaiono al momento più attrattivi per le imprese italiane?

«Sicuramente la parte dell'Africa più vicina all'Europa. La vicinanza geografica e logistica, la crescita continua, il numero della popolazione e le



L'investimento all'estero è un'operazione molto delicata. Da un punto di vista legale, è essenziale avere un quadro della normativa di riferimento e procedere con le dovute cautele

enormi opportunità che essa offre sono realmente a portata di mano per le imprese italiane. In questo panorama, la Libia rappresenta una delle migliori possibili porte di ingresso verso tali mercati. La sua vicinanza logistica, le percentuali di crescita e i ben noti ottimi rapporti devono spingere l'impresa italiana ad essere realmente presente per sfruttare le opportunità. In un momento di crisi è necessario legare la nostra economia a quelle vicine che crescono in modo evidente e costante. È ciò che negli anni 80 e 90 ha fatto il Giappone prima con la Corea e poi con la Cina. Sia chiaro che in ogni Paese le opportunità devono essere coltivate e per farlo bisogna essere in loco personalmente o con personale qualificato e di fiducia».

Quanto pesa la conoscenza della cultura, non solo normativa, dei Paesi in cui si va a operare?

«La nostra esperienza ci insegna che è fondamentale per rendere un servizio completo al cliente. Al di là dei tecnicismi legali, vale molto di più una corretta comprensione della realtà, delle dinamiche che la regolano, del mercato e di come esso si evolve per rendere al cliente un servizio soddisfacente. Ciò serve anche e soprattutto a dare un'interpretazione corretta delle normative e per trovare soluzioni giuridiche compatibili con la realtà che il cliente deve quotidianamente vivere. Tutto il mondo legale si è assestato su schemi di diritto anglosassone. Ciò è avvenuto con la crescita di mercati come Cina e India. Adesso, con l'affermarsi di nuovi mercati emergenti, anche l'approccio alla consulenza legale sull'estero sta cambiando. Lingua, tradizioni, cultura e prassi sono parte integrante del diritto».

