

L'IMPRESA

N° 12
2011

RIVISTA ITALIANA DI MANAGEMENT

N°12
DICEMBRE 2011
€ 6,90 + il prezzo del quotidiano.

GRUPPO **24** ORE

www.limpresaonline.net

中意友谊

PATTI STRATEGICI

Italia-Cina, accordi da 6 miliardi di dollari

Tunisia.
Il nuovo governo non spaventa il business

Serena Sileoni.
La fiscalità d'impresa che aiuta lo sviluppo

Marketing.
Manager impreparati alla sfida social



cuni luoghi comuni sulla Cina. Non è vero, come molti credono, che una Corte cinese non darà mai ragione a un'azienda italiana o europea, i giudici cinesi colpiscono anche le aziende cinesi se queste copiano. Così come è falso che le cause in Cina costino molto: la spesa minima per una causa in primo grado è circa 40 mila euro, non molto diverso dall'Italia». Le cause in Cina sono piuttosto brevi: un anno per una causa di contraffazione di marchio, da 4 a 6 mesi per l'appello. Il processo è molto più snello rispetto all'Italia: si deposita l'atto introduttivo, si tiene poi un'udienza per discutere le prove depositate dalle parti e infine c'è la sentenza, che di solito è ben scritta e ben motivata. Occorre distinguere tra la tutela amministrativa e la tutela giudiziaria. Quando la contraffazione è semplice (casi di marchi identici o molto simili per stessi prodotti), si tende ad agire per via amministrativa.

Se invece si deve discutere della contraffazione di un brevetto, occorre agire per via giudiziaria perché quando il caso è più complesso viene trattato dai Tribunali.

Le regole per difendere il marchio

Un altro aspetto interessante, che riguarda soprattutto i titolari di marchi molto noti, è che in Cina si può ottenere ufficialmente la dichiarazione di notorietà, promuovendo una causa davanti alla Corte. Solo così si può avere una tutela più ampia per colpire contraffattori che usano marchi identici per prodotti diversi. L'esperienza di un altro importante studio legale, Hogan Lovells (il primo internazionale a ricevere l'autorizzazione per lavorare in Cina) è utile per prevenire un'altra difficoltà comune, e cioè quella della registrazione dei marchi, nella quale sono incorsi anche colossi multinazionali. Insieme al brand, è necessario registrare anche il nome della società, i domini e alcune parole chiave a esso correlate. Al momento della commercializzazione di alcuni prodotti e delle relative campagne di

OPPORTUNITÀ. Il nuovo incubatore industriale per aziende straniere

A Changzhou nasce CI-3

Dalla partnership tra due aziende di proprietà israeliana, il Gruppo Ptl ed Elan Industries, nasce a Changzhou, a 45 minuti di viaggio da Shanghai, l'incubatore industriale CI-3 destinato ad accogliere le aziende straniere. Changzhou è una delle località più interessanti per l'insediamento di attività produttive straniere, perché il governo locale è molto disponibile a favorirle. Solo quest'anno, ad esempio, ha finanziato un fondo dedicato agli investitori stranieri, con una dotazione annuale di 150 milioni di dollari.

Per chi e perché

L'obiettivo del nuovo incubatore è permettere alle aziende occidentali di sviluppare nuove iniziative produttive in Cina, in un ambiente favorevole che riduca il fattore di rischio e il capitale necessario per penetrare un mercato complesso e poco prevedibile. L'iniziativa è stata studiata per aziende di medie dimensioni, soprattutto appartenenti al settore meccanico, elettronico ed elettromagnetico, interessate alla penetrazione nel mercato cinese, ma può essere utile anche ad aziende che già esportano in Cina e che sentono

la necessità di iniziare a produrre vicino al mercato di sbocco. Secondo **Zvika Shalgo**, ceo del Gruppo Ptl e direttore della Camera di Commercio Israeliana a Shanghai: «Mentre una volta era sufficiente impegnarsi nei sistemi tradizionali di vendita e marketing, adesso le necessità stanno cambiando, anche perché lo stesso mercato cinese sta subendo dei cambiamenti. Le aziende che attualmente esportano verso la Cina incominciano a subire una crescente concorrenza da produttori locali, che anche se al momento sono ancora poco conosciuti, si stanno trasformando velocemente in competitors di qualità. Queste società a capitale interamente cinese, soprattutto quelle attive nel settore industriale, hanno già cominciato a competere con i concorrenti stranieri, sia in Cina che nei mercati internazionali». Contemporaneamente il Governo cinese incoraggia la produzione locale, il miglioramento della qualità e dei prezzi. Per questa ragione le società straniere, se vogliono mantenere il loro vantaggio competitivo, sono obbligate a investire su produzioni locali. Ma molte medie realtà sono timorose,

L'incubatore CI-3, Changzhou





perché temono di non riuscire a rientrare degli investimenti e di perdere il controllo sui know how produttivi.

I servizi che offre

Il nuovo incubatore comporta inizialmente investimenti molto contenuti, permettendo di incrementarli solo se e quando il livello delle vendite sale. Dà quindi la possibilità di aumentare l'impegno finanziario in linea con l'aumento della penetrazione nel mercato fino a quando le aziende si sentono pronte a iniziare un'attività produttiva completamente indipendente. Inoltre, CI-3 dà la possibilità di avviare una produzione indipendente in Cina senza la necessità di un partner locale, minimizzando il rischio di pirataggio industriale e di violazione della proprietà intellettuale. Nello specifico, l'incubatore fornisc

supporto in tutte le fasi della produzione industriale: l'acquisto di materie prime e semilavorati, il controllo di qualità delle merci in entrata, la gestione degli stock relativi, la produzione vera e propria (per le parti non relative al core business dei singoli clienti, che dovranno investire in questa parte), il controllo di qualità dei prodotti finiti e la logistica degli stessi. Servizi addizionali sono quelli relative alle risorse umane, inclusa la ricerca, l'assunzione e l'addestramento del personale, la gestione finanziaria, l'ottenimento di licenze e il supporto di esperti nello sviluppo di progetti industriali e di costruzione di reti commerciali in Cina. Le prime aziende che hanno aderito a questa iniziativa sono produttori di attrezzature medicali, automazione industriale e macchinari per l'industria alimentare. ■

marketing, il nome del prodotto deve essere tradotto in ideogrammi, e la pronuncia deve avere una coerente e corretta traduzione dei segni grafici e dei nomi. Un'accortezza fondamentale, anche perché in un mercato enorme come quello cinese non sempre si riescono a scovare i prodotti contraffatti nelle diverse sedi di vendita. Tutti gli avvocati di Hogan Lovells hanno la doppia abilitazione professionale, sia per la Gran Bretagna che per la Cina, un'arma che li ha resi capaci di affrontare con competenza il sistema giuridico, la cultura e il business sia all'europea che alla maniera cinese. Gli avvocati italiani che assistono società italiane in Cina hanno la possibilità di interagire con i colleghi di Hogan Lovells sul territorio, per districarsi nel complesso mondo degli affari locale e relazionarsi senza difficoltà con i players finanziari e le autorità. ■

Marco Todarello

PTL Group, Cina - La nostra esperienza, la tua **crescita**

Durante 15 anni di attività in Cina abbiamo sviluppato, attraverso la realizzazione di circa 100 progetti per più di 50 aziende straniere, una serie di soluzioni vincenti che hanno permesso ai nostri clienti di gestire al meglio le loro operazioni nel mercato Cinese.

- Abbiamo ottimizzato le loro vendite e il loro marketing utilizzando le nostre risorse.
- Abbiamo importato ed esportato i loro prodotti attraverso le nostre piattaforme logistiche.
- Abbiamo ristrutturato le loro filiali cinesi e ne abbiamo migliorato il controllo nei momenti di crisi e di cambiamento.
- Li abbiamo aiutati, attraverso il nostro incubatore industriale, a sviluppare passo passo le loro unità di produzione e di assemblaggio, riducendo rischi e costi nelle prime fasi di sviluppo.
- Abbiamo costruito le loro fabbriche e realizzato i loro progetti supervisionando sia la parte tecnica che i rapporti con i governi locali.

PTL Group - Ha vinto il premio ATTA* 2011 per le attività di turnaround management

*(Asia Transformation & Turnaround Association)



Per ulteriori informazioni contattate - Paolo Angeletti -

Tel. 02-94435221 Cell. 347-4334406 paolo@ptl-group.com

www.ptl-group.com

PTL
Group of companies