



Le aziende che esportano sono solo una piccola frazione. La grande maggioranza delle aziende manifatturiere italiane vende solo all'interno. Si perdono così possibilità di guadagno, di aumento delle produzioni che, diluendo i costi fissi dell'azienda, cioè le spese che non aumentano anche se la produzione aumenta affitti, luce, spese generali, stipendi, ecc. su una massa più grande di prodotto, permette di ridurre i prezzi di vendita anche in Italia. Si perdono così le uniche garanzie contro una caduta del mercato interno e per un atteggiamento più aperto delle banche che sempre valutano positivamente le ditte che esportano e le finanziarie anche su ordine estero. Inoltre l'azienda che non esporta perde tutti quegli stimoli e quelle esperienze che veramente ne migliorano il livello ed hanno fatto sì che piccole ditte di posti sconosciuti delle nostre province sono diventate leader in internazionali nel loro settore.

Infine nel Mercato comune non ci sono più riserve di caccia. L'esportazione è l'unica difesa contro l'attacco che puntualmente verrà della concorrenza al nostro mercato, ai nostri clienti italiani. Ma sono gli stimoli culturali la parte più importante dell'esportazione, ed in verità l'esperienza insegna che l'ostacolo maggiore per le aziende di tutto il mondo a fare l'esportazione è soprattutto di ordine culturale. Tant'è vero che aziende anche grosse che avrebbero tutti i mezzi e presupposti per farla, non la fanno perché semplicemente non l'hanno fatta mai e non saprebbero da che parte incominciare, mentre aziende anche piccole se la cavano molto bene semplicemente perché sono sorte in un contesto, come quello di Prato o di Sorrento dove in pratica nell'azienda, e precisamente nel suo centro nevralgico, che è l'imprenditore, se non c'è una esperienza dell'esportazione si temono fondamentali 2 cose: a) spendere troppi soldi per una cosa

Marketing. Vademecum per la piccola impresa

Vale la pena esportare? Sì, per tamponare la concorrenza straniera

MANLIO GASPARRINI

di cui non si conoscono gli esiti, b) prendere delle fregature.

La prima preoccupazione non è fondata non c'è bisogno di assumere un impiegato per l'esportazione: una piccola e media azienda può - anzi, deve - incominciare l'esportazione senza investire troppo danaro. La seconda preoccupazione è invece fondatissima. Le acque internazionali sono infestate da filibustieri da cui bisogna sapersi guardare. Ma anche lì ci sono sistemi sicuri per non prendere fregature. Ma che cosa veramente serve ad un'azienda per esportare? Poche cose. 1) un prodotto che sia vendibile sui mercati esteri. Ben pochi prodotti non lo sono. In teoria un imprenditore, prima di esportare dovrebbe fare una completa ricerca di mercato per selezionare e mettere a punto il suo prodotto per il mercato prescelto. Ma spesso il prodotto va bene così com'è ed i mercati dove si può esportare sono già noti. A volte è necessario fare qualche piccola modifica per adeguarlo ai regolamenti ed alle esigenze culturali locali. La cosa più semplice è andare a fare quattro chiacchiere, con un campione del prodotto ed i propositi in mano, con un funzionario dell'Ufficio Estero della Camera di Commercio della provincia o con qualcuno dell'Istituto per il Commercio Estero. Loro sapranno certamente indirizzare verso quelli

dei circa 170 paesi del mondo in cui il vostro prodotto può essere proficuamente esportato. 2) Prospetti illustrati in lingua straniera. A questo punto avete le idee chiare e saprete già su quali mercati esteri affacciarsi. Potete allora razionalmente scegliere le lingue in cui stampare i prospetti illustrativi dei vostri prodotti. Essi rappresentano non solo i vostri prodotti, ma la vostra azienda stessa e pertanto devono essere belli e ben fatti. Non importa se la vostra azienda sia grande o piccola, se lavorate in un grande stabilimento o in uno scantinato, come accadde agli inizi della Candy e a tante altre aziende che poi ebbero grande successo. Se il prospetto che manderete ai vostri potenziali clienti esteri sarà bello, con il testo in lingua impeccabile, farete una bella figura. E dare una buona immagine di voi stessi è la prima premessa anche negli affari. Pertanto nessun risparmio e nessuna approssimazione per i prospetti illustrati: belle illustrazioni, carta patinata, ma formato Uni, cioè di un normale foglio dattilografico che possa essere inserito, piegato in 3, in una busta lunga. E cheché vi dica il tipografo, non fate mai costosi cataloghi di tutta la vostra produzione, che costano un sacco di soldi e dovreste buttare via appena cambiato qualche prodotto: fate invece delle schede, fogli separati

prodotto per prodotto, eventualmente da tenere insieme in un raccoglitore a busta di cartoncino. Ogni scheda abbia una sigla di riferimento per tenere il carico e per facilità di indicazione. Il testo in lingua straniera deve essere tradotto in modo perfetto, cioè da uno che quella lingua la parli dalla nascita e possibilmente sia esperto di quel settore per non sbagliare i termini tecnici. Ma ad ogni modo l'inglese è ormai la lingua commerciale del mondo: l'80% della corrispondenza commerciale viene fatta in inglese. Una serie di cataloghi in inglese è assolutamente indispensabile. I listini prezzi, basta che siano chiari e stampati senza fronzoli su carta leggera per non aumentare le spese postali quando li inviate. Inoltre devono sempre avere la data di emissione e di scadenza di validità per evitare che tra cinque anni qualcuno vi passi un ordine ai prezzi di oggi. 3) I servizi di un interprete che potete avere da un'agenzia o contattate direttamente: un fornitore estero che vi faccia la traduzione della corrispondenza che ricevete ed inviate. Lo usate quando ne avete bisogno senza dover assumere espressamente nessuno per questo, e lo pagate «al consumo». Oggi si lavora con il fax e la traduzione di una lettera commerciale non costa molto. A differenza dei prospetti,

una lettera non deve essere assolutamente in lingua perfetta: basta che sia chiara e precisa. Pertanto frasi corte ed attenzione alle cifre. Anche se non parla una parola della lingua in cui è tradotta la lettera, chi la firma, l'imprenditore, deve leggerla accuratamente, sia in italiano che nella traduzione. Su per giù la lunghezza deve essere la stessa e le cifre dei prezzi e delle date di consegna, che sono comprensibili a chiunque in qualsiasi lingua, dovranno essere esatte. Tutto il e nel tempo, a furia di leggere sempre le stesse frasi, l'imprenditore incomincerà a parlare quella lingua.

4) I costi di trasporto e l'organizzazione delle spedizioni della merce sono forniti da uno, o meglio più spedizionieri, a cui rivolgersi non solo per i trasporti della merce venduta, ma anche per i costi per poter fare le offerte ed i prezzi ai clienti esteri. Si tratta di un servizio di assistenza e consulenza che è gratuito si pagano solo i trasporti effettuati, non le informazioni e l'assistenza. 5) Informazioni e consigli sui pagamenti e sulla documentazione valutaria: se ne deve occupare la vostra banca, ed i suoi servizi di consulenza sono la loro promozione e pertanto gratuiti. Però non chiedete alle banche informazioni sulla solvibilità dei loro clienti: la banca, soprattutto se il cliente è esposto con essa, lo coprirà per quanto può.

Per non perdere soldi con l'esportazione (ma vale anche per i clienti italiani) si assumono informazioni d'agenzia o, meglio ancora, si contrae una polizza di assicurazione sui rischi commerciali, ma anche politici, con la Società Italiana Assicurazione Crediti. Si trasforma così un rischio in un moderato costo e si può incominciare ad esportare senza dover stare con il batticuore: basta attenersi ai fideli della Siac. Insomma, per iniziare ad esportare in linea di massima non bisogna certo spendere molto, ed esportare non è una cosa così difficile. Ma ne vale certo la pena! E poi, se no, come faremmo a pagare tutto quello che importiamo e a far crescere l'azienda?

Import-Export. La nuova normativa

Gli Usa stringono la cinghia all'import dagli alimentari

MARIO CASTELVETRO

ogni porzione, espressa nelle misure casalinghe standard adottate negli Usa (tazza, mezza tazza, cucchiaino, mezzo cucchiaino ecc.) le seguenti informazioni: calorie, calorie da grassi, grassi saturi, colesterolo, carboidrati totali, carboidrati complessi, zuccheri, fibre, dietetici, proteine, sodio. Tali informazioni dovranno essere indicate in modo molto preciso riguardo al corpo tipografico, il colore di stampa ecc. Perché tale spignoleria? Per facilitare al pensiero colorato che si occupano di queste cose in Italia al massimo i consumatori nella comprensione di tali informazioni. Alla luce di queste considerazioni va fatto anche l'altro obiettivo della legge, quello cioè, di impedire che sulle etichette compariscano termini descrittivi generici quali naturale, pochi grassi, leggero, ridotto ecc. Da cosa possono nascere le maggiori difficoltà per le imprese interessate ad esportare prodotti alimentari negli Usa? Al di là delle difficoltà di far aderire perfettamente il contenuto (la natura del pro-

dotto) al contenitore (quanto indicato nell'etichetta), dal fatto che la nuova legge è estremamente complessa e densa di regolamentazioni diffusissime, tanto che essa consta di due volumi non molto ponderosi. Si potrebbe quasi pensare, e per la verità il dubbio è più che lecito, che in fondo con questa normativa si tenti anche di creare una barriera doganale invisibile per aggirare gli accordi del Gatt. Una ragione in più per prepararsi tempestivamente al dettaglio della «United States Nutrition Labeling Act» senza farsi trovare inadempienti, magari per ignoranza, al momento della sua entrata in vigore.

L'indice della produzione industriale che continua a crescere tanto che la produzione industriale ha raggiunto nel dicembre scorso un livello superiore del 21% alla media del primo trimestre dell'anno, gli investimenti che aumentano tanto da collocarsi intorno al 12% del Pil e da intormentarsi ai livelli del 1988 (prima cioè, dell'inizio dell'inflazione), rap da discesa dell'inflazione,

ripresa economico in atto

Si tratta di un atteggiamento irrealistico? Alcuni fatti sembrerebbero indicare che le autorità argentine hanno visto bene. Ricordiamo, in proposito, che recentemente il governo ha ricavato 140 milioni di dollari dalla privatizzazione di una delle aree petrolifere; un importo sostanzioso per le casse pubbliche dovrebbe ugualmente venire dal processo di privatizzazione dell'azienda statale dell'energia elettrica. D'altra parte va ricordato che il continuo afflusso di valuta introitata con il processo di privatizzazione ha permesso di superare gli stessi traguardi fissati dal Fmi per il 1991. Risultato di tale processo? Il notevole miglioramento della posizione finanziaria che da un lato ha innestato un circolo virtuoso facilitando il rientro di molti capitali precedentemente fuggiti all'estero (circa 800 milioni di dollari nell'ultimo semestre) e dall'altro ha permesso di porre basi solide alla congiuntura economica favorevole. E da tale solidità possono derivare notevoli opportunità per le esportazioni italiane. Allora Argentina come nuovo mercato interessante? Sì, tanto più che, per ovvie ragioni anche «affettive», il nostro governo ha da tempo messo a disposizione di Buenos Aires un sostanzioso pacchetto finanziario che risulta largamente sottoutilizzato.

Oggi, con la ripresa economica argentina in atto, tale utilizzo appare incomprensibile.



Il progetto è nel cassetto del prossimo Parlamento

Basteranno cento giorni per fare la legge sui fondi pensioni?

RENZO STEFANELLI

Cento giorni al nuovo Parlamento per varare una legge sui fondi pensione: è la richiesta sia dell'Associazione fra le compagnie di assicurazione che delle banche in cerca di affari per le Società d'intermediazione mobiliare. Ma si metteranno d'accordo almeno fra loro? Fino ad oggi interessi diversi si sono uniti per denunciare ostacoli posti dalle Confederazioni dei lavoratori dipendenti. Ora, sia pure con differenziazioni importanti, Cgil, Cisl e Uil vogliono sia i fondi pensione che gli accordi per l'integrazione mutualistica della spesa sanitaria. Il confronto si è spostato su altri terreni che riguardano, in particolare, la pretesa che sia la legge a favorire questo o quel gruppo di interessi.

Nella legislatura passata solo il progetto di legge firmato da Amato (Psi) e Rosini (Dc) è stato preso in considerazione. Non solo, il suo contenuto era tale da spingere l'Ania a ritirare la pregiudiziale all'ingresso degli enti di previdenza obbligatoria nella gestione delle capitalizzazioni assicurative «perché accettano le regole della concorrenza». Ciò perché il progetto Amato-Rosini era tutto spostato in direzione delle compagnie di assicurazione. Diciamo «era» perché dubitiamo che gli stessi parlamentari ripresenterebbero tale e quale il progetto nella nuova legislatura. Nel frattempo, sia pure fuori tempo massimo per l'esame parlamentare, è stata presentata la proposta di Vincenzo Visco (Pds) che segue una linea completamente differente, puntando piuttosto alla valorizzazione del ruolo dei nuovi intermediari finanziari creati per gestire una borsa valori a corto di materia prima.

Si può fare qualche confronto fra le due proposte. Il finanziamento, secondo Amato-Rosini, andrebbe cercato da due fonti: nuovi contributi ed esenzione fiscale a maglia larga estesa anche alle polizze «vita» (oggi detraibili fino a 2,5 milioni annui). Visco propone invece che si utilizzi il 7,40% oggi accantonato annualmente al fondo per il trattamento di fine rapporto (Tfr) evitando quindi nuovi aggravii nel costo del lavoro e per la spesa fiscale dello Stato. Due filosofie opposte, dunque: da un lato l'apertura o l'allargamento del fronte di contrattazione del salario dal lato della retribuzione indiretta con supporto illimitato dello Stato; dall'altra la proposta di valorizzare il rendimento di quel 7,4% della retribuzione, 28 mi-

Il confronto tra il progetto Amato-Rosini e quello di Vincenzo Visco

la miliardi all'anno, infruttiferi per i lavoratori.

E' chiaro che dal confronto di queste due opposte concezioni deve uscire una soluzione che allarghi gli spazi all'iniziativa ed all'autonomia economica dei lavoratori senza produrre un puro aggravio di costi.

Le due proposte sono divergenti anche nel modo di impostare la gestione delle capitalizzazioni. Per Amato-Rosini non ci sono problemi: il Fondo pensione viene previsto solo nominalmente perché per esistere dovrebbe avere gli stessi capitali e obblighi di una compagnia di assicurazione. Quindi, la proposta canalizza direttamente il denaro alle compagnie di assicurazione o a un intermediario di capacità equivalente.

Visco propone tre stati comitati di gestione per le imprese sopra 50 dipendenti (territoriali per le imprese minori). Società per il Fondo pensione in forma azionaria anziché mutualistica (voto in base ai capitali e non in base agli iscritti), gestione tecnica affidabile alle Sim. I lavoratori-contribuenti interverrebbero nelle scelte solo allo stadio di comitati dividendo poi la gestione fra Fondo Spa e gestore tecnico.

Su ambedue le proposte pesa la lunga incertezza e l'assenteismo delle organizzazioni sindacali. I rappresentanti dei sindacati vengono coinvolti in certi momenti di gestione, si tratti di contrattare o orientare la scelta del lavoratore,



per poi essere esclusi da quella forma di controllo politico che consiste nel partecipare alla elezione del Fondo e nell'essere eventualmente controparte del Fondo stesso qualora vi fossero deviazioni rispetto alle regole di funzionamento democratico e di informazione.

Di più: le due proposte sembrano ignorare che l'assenza di proposte istituzionali non ha impedito che andassero avanti iniziative locali o di gruppo. Un fondo come il Fiprem, creato alla Montedison al tempo di Schimberni, non rispetta certo tutte le posizioni dei sindacati ma appare loro meglio di quanto è contenuto nelle due proposte. A Bologna un accordo con i piccoli imprenditori ha dato vita ad un fondo che viene gestito tramite una associazione, con la collaborazione tecnica di una compagnia di assicurazione ma con spazi di autonomia. Il pericolo, per le Confederazioni, è ora quello di essere trascinati in una discussione che si è sviluppata fra poli di interessi esteri. Pericolo di fallimento nessuno emporio dei lavoratori sa che né le imprese né lo Stato sono in grado di finanziare una previdenza capitaliz-

Occorre che si muovano le istituzioni e le Regioni tramite gli istituti

zala che almeno per un paio di decenni sarebbe assai più costosa dell'assicurazione obbligatoria unica e generale. Ma se ritagliare una fetta di capitalizzazioni dalla previdenza crea problemi di costo altrettanto poco realistico è aggiungere contributi e spese fiscali ingenti. La politica che conviene ai sindacati, quindi, è quella dell'affermazione del diritto dei lavoratori dipendenti a creare veri «piani di risparmio», i quali possono chiamarsi «fondi pensione» (il risparmio ha una vera funzione integrativa della previdenza) ed utilizzare sia contributi d'impresa, Tfr o anche versamenti volontari ma che sempre assicurino una gestione realmente redditizia per chi sottoscrive. Il che significa: trasparente e controllabile. In alcuni settori del sindacato si è capito che questo può essere un terreno di vaste alleanze con gli imprenditori.

Partendo dall'interesse dei sottoscrittori - e non dagli intermediari finanziari - niente vieta di concepire (lo si sta facendo in alcune province) la creazione di Fondi sia territoriali che di gruppo che si propongano di investire nell'area di interessi delle imprese. Il che richiede, certo, di rafforzare le regole di garanzia dell'autonomia, della redditività, della partecipazione trasparente al mercato. Il vantaggio è però evidente: più che una intesa sindacali-intermediari e una intesa sindacali-imprenditori quella che può

rebbe determina fondi pensione.

Il caso più grosso è quello delle imprese a partecipazione che si apprestano a togliere alle imprese Tfr per metterlo in intermediari bancari dal conferirlo a fondi comuni, fra l'altro azioni lanciate sulle stesse imprese. Statale. Uno sviluppo è più facile per i miliardi di obbligati dipendenti, come chiamare i dipendenti azioni di risparmio quali acquirenti dell'intervento attivo della società.

Nel momento di l'immediato, colgono trovano di colpo peseranno sui capitali del mercato. L'idea di fare subfondi di pensione, sganciare previdenziale, per essere accettata. Ci tempi brevi. Furci a cancellare, senza sione di quegli in ziani che cercano «materia prima» il mercato stravaluto create dagli interventi pubblico da un co.

Gli intermediari oggi, ad accreditarsi, come quella ne dei loro investimenti unicamente per novità del piano di riscrittura. Fino a chi di tutto, l'unico medio-lungo termine delle scelte qualche forma di risparmio. Ciò richiama, che si muovano Cassa depositi e pzo dei capitali versamenti su progetti c peso. Vi dovrà su cosa si muove - i giorni, tramite proprio me alle altre istituzioni finanziarie locali.

Niente di quest senza l'impulso di tore del puro int l'idea di far parte dipendenti alla spartizione delle che acuire le con chiesta di «previdimento del mercato dunque il momento compiere scelte si