

Mercato Usa: istruzioni per l'uso

Secondo ANTONIO VALLA, consulente legale d'impresa con studio in California, il mercato statunitense rimarrà centrale per avere una presenza globale.

di PAOLO ANGHEBEN

Da sinistra:
Salomone, Valla,
Stenico e Delladio



L'AVVOCATO Antonio Valla è professionista abituato a muoversi di continuo in ragione degli impegni che lo portano di frequente al di là e al di qua dell'Oceano Atlantico: lo Studio professionale di cui figura come primo titolare ha sede in California, a Walnut Creek, in una delle zone più industrializzate degli Stati Uniti.

La tradizione imprenditoriale di famiglia (Valla Spa di Piacenza), a cui è legato anche dal ruolo di consigliere di amministrazione, lo riporta spesso in Italia, a stretto contatto con il tessuto industriale nazionale.

In questa sua veste di consulente legale d'impresa davvero a 360 gradi, abbiamo ritenuto interessante rivolgergli alcune domande per approfondire alcuni dei temi affrontati nel recente convegno organizzato da Trentino Export e da Confindustria Trento.

Avvocato Valla, da professionista e da consulente aziendale che opera da anni sul mercato degli Stati Uniti e del Nord America, che percezione si ha da lì della crisi economica? E per le imprese italiane come vede la situazione?

“La ripresa è già in corso negli Usa, come appena confermato anche dai dati pubblicati dalla Fed-

eral Reserve, ma sarà senz'altro lenta. A mio avviso, non si può parlare di un ritorno alla normalità almeno fino all'inizio del 2010. Le imprese italiane che io seguo, nel complesso, stanno andando discretamente, aiutate dalla qualità dei loro prodotti, dai mercati prettamente di nicchia in cui spesso si inseriscono, e dall'indebolimento dell'euro rispetto ai valori del 2008.

Passando più da vicino ai profili legali della Sua attività, quali sono sommariamente i principali problemi che le imprese italiane incontrano al momento del loro ingresso nei mercati nordamericani?

“Quelli già noti: individuare i migliori strumenti e strutture giuridiche per accompagnare l'entrata sul mercato. Scelte societarie e contrattuali, in gran parte. E poi, come sempre, trovare la persona giusta, bilingue e soprattutto biculturale con cui lavorare in America”.

Il tema della “responsabilità da prodotto” di cui abbiamo discusso nel nostro convegno richiede una specifica strategia di approccio al mercato degli Stati Uniti per essere impostato e risolto correttamente? Quale?

“Una vera strategia, e quindi studio dei processi ▶

Rischi legali del mercato nordamericano

Sono soprattutto le aziende del settore alimentare, dell'abbigliamento e del comparto meccanico che dal Trentino esportano negli Stati Uniti. A queste imprese è stato dedicato un incontro formativo, tenutosi ad aprile a Palazzo Stella, dal titolo **“La responsabilità da prodotto negli Stati Uniti e Canada”**.

L'obiettivo del convegno era quello di mettere in evidenza i rischi legali derivanti dall'attività in Nord America, dalle *class action* alle cause milionarie per risarcimento danni che possono mettere a dura prova business importanti. “Sul mercato Usa non si capita mai per caso e anche se un'impresa dovesse arrivare lì sospinta dallo *stream of commerce*, al caso non deve essere mai lasciata la presenza su quel mercato. Solo conoscendone bene le regole e accompagnati da adeguate professionalità si possono davvero cogliere quelle che ancora oggi rimangono straordinarie opportunità di business”.

In questi termini si è espresso l'avvocato Antonio Valla dello Studio Valla&Associates di Walnut Creek (San Francisco, California) relatore del seminario, che ha visto anche gli interventi, assai apprezzati dalla platea in sala (oltre una quarantina le imprese presenti), di **Paolo Salomone** (direttore ramo responsabilità civile di Ace Europe) e di **Franco Scala** (presidente Scala & Mansutti Broker).

L'incontro è stato promosso da **Trentino Export** e **Confindustria Trento**, rappresentati rispettivamente dal vicepresidente **Marco Stenico** e dal membro di Giunta con delega per l'internazionalizzazione **Lorenzo Delladio**, che nei loro interventi introduttivi hanno richiamato l'attenzione delle imprese sulla cosiddetta responsabilità da prodotto. L'obiettivo è quello di responsabilizzare i produttori in materia di sicurezza e qualità del prodotto commercializzato, dal momento che l'eventuale danneggiato sul mercato Usa può rivalersi su tutti i soggetti che compongono la catena di distribuzione arrivando fino al produttore e al progettista.

Il tutto su un mercato che, seppure in un momento di crisi, continua a rappresentare il 10% dell'export trentino 2008 e che, con i suoi oltre 300 milioni di potenziali consumatori, è in grado anche da solo di decidere dei successi di un'impresa.

Per informazioni:

Confindustria Trento, Ufficio Affari giuridici
T 0461 932500 - affarigiuridici@confindustria.tn.it

- (compreso il controllo qualità), pianificazione, attuazione e convalidazione dei medesimi, il tutto da rivedersi a tappe ben concordate almeno ogni anno. Vendere non solo non basta, ma è pericoloso per l'azienda se non inserito in un piano ben definito che comprenda anche aspetti giuridici e assicurativi”.

Qualche esempio in concreto?

“Qualche anno fa, un'azienda italiana era riuscita ad entrare con il suo prodotto presso la catena Walmart, la quale aveva ordinato diversi milioni di dollari di merce in tempo per la stagione natalizia. A consegna in corso, Walmart si accorse che parte del prodotto (parte fornita da un subfornitore cinese) non era a norma e cancellò l'ordine, risolvendosi il tutto in un richiamo della merce già in consegna e nell'uscita (penso definitiva) dell'azienda italiana da questo mercato. In una situazione di questo tipo, la carenza di quality control fu fatale”.

Secondo Lei, oggi e in un prossimo futuro, il mercato Usa rimane ancora appetibile per le nostre imprese?

“Senza dubbio. Gli Usa rimangono comunque un mercato di 300 milioni di consumatori e di decine di milioni di aziende. È ancora, e penso rimarrà tale a medio termine, il mercato di riferimento per coloro che ambiscono ad una presenza veramente globale”.



Antonio Valla