

Tre cosa da fare e tre da non fare per andare a Pechino

ENRICO TOTI*

■■■ Se la redazione non mi avesse imposto dei limiti e dato delle indicazioni ben chiare, "Tre cose da fare e tre cose da non fare quando si fa business in Cina", avrei scritto un piccolo trattato iniziando proprio dalle fonti del diritto cinese. Ma, fortunatamente per chi legge, così non è.

Iniziamo dalle tre cose da non fare: 1) avventurarsi nel mercato cinese senza aver prima realizzato un serio studio di fattibilità rispetto all'attività che si vuole intraprendere; 2) rinunciare ad una approfondita analisi sullo "status" dei soggetti cinesi con cui si intende concludere affari; 3) sottovalutare i profili legali che disciplineranno il rapporto con le varie controparti.

Mi spiego meglio. Riguardo al primo punto è indispensabile valutare se, ad esempio, un prodotto che si vuole esportare in Cina sia di gradimento per i consumatori, soprattutto in relazione alla evoluzione del gusto e delle abitudini di quel paese. Inoltre la identificazione, in un territorio così vasto, dell'area in cui operare deve necessariamente essere molto accurata, considerando ad esempio la non uniforme efficienza delle infrastrutture. Riguardo al secondo punto, solitamente trascurato dagli investitori, è indispensabile conoscere i dati essenziali del soggetto cinese con cui si entra in contatto: l'anno di costituzione della società, l'oggetto sociale, il numero di dipendenti, il fatturato, gli asset eccetera. Spesso accade che si stringano accordi con interlocutori che in realtà non hanno le caratteristiche decantate durante il banchetto. Infine, data la rapida evoluzione del sistema normativo cinese, la preparazione di documentazione e la redazione di contratti in modo attento alla terminologia, alla legge da adottare, all'inserimento di clausole che in prima battuta possano apparire superflue, eviterà l'insorgere di problemi difficilmente risolvibili poi, dinanzi alle Corti. Questi tre avvertimenti costituiscono le prime regole di un vademecum minimo che l'investitore consapevole deve seguire

per operare in Cina. Il Paese offre grandi opportunità ma l'approccio deve essere razionale. Così i rischi che assume un imprenditore possono davvero essere ridotti al minimo.

Quanto alle tre cose da fare, indicherei senza esitazione: 1) registrare il proprio marchio e tutelare il proprio know-how; 2) effettuare la scelta di uno studio legale che si avvalga di professionisti con una comprovata e certificata esperienza e conoscenza della Cina; 3) monitorare l'attività imprenditoriale intrapresa, attraverso controlli svolti in maniera continuativa.

La registrazione del marchio è in Cina precauzione minima ma indispensabile per tutelare la propria posizione commerciale. Non solo, come accade ovunque, al fine di salvaguardare anni di ricerca della propria azienda, proteggere il valore aggiunto che contraddistingue in modo particolare la nostra economia; ma altresì per la specifica disciplina cinese in materia che rischia di rendere indisponibile la titolarità del proprio marchio sul territorio cinese in caso di mancata e tempestiva registrazione.

Il secondo punto non necessita di particolare chiarimenti a differenza dell'ultimo. Non si può pensare, infatti, di gestire un rapporto potenzialmente così prezioso e allo stesso tempo delicato solo attraverso una corrispondenza a distanza.

Per approcciare l'interlocutore cinese, invero, fondamentali sono il rigore mentale, l'esattezza di pensiero e la tenacia.

*** Docente di diritto cinese all'Università di Roma Tre, componente del Chinese desk di Shanghai di Nctm Studio Legale Associato**

