

15

Focus Cina

Focus Cina

di Sara Spagnuolo, assistente Desk Cina (Shanghai) di Confindustria Macerata



FATTORI MOTIVAZIONALI

Perché la Cina

Da quando si è aperta al mercato occidentale, la Cina, il grande dragone dell' Est, ha portato un numero sempre più crescente di investitori a cercare fortuna nei suoi territori ed ha finora garantito un'espansione economica a gran parte di loro, anche se non senza difficoltà. A causa delle loro dimensioni e natura, le imprese italiane non erano all'avanguardia nel processo di internazionalizzazione in Cina, ma sono riuscite ad affermarsi sul mercato grazie a innovazione e stile e focalizzandosi sulla qualità. L'interesse per la Cina si manifesta in vari aspetti:

Penetrazione del Mercato

- Alta considerazione del Made in Italy
- Crescente sensibilità dei consumatori cinesi verso prodotti raffinati e di alta qualità
- Continua crescita del potere d'acquisto dei consumatori
- Potenziale crescita sul mercato delle città di secondo/terzo livello
- Opportunità commerciali con altre realtà straniere

Produzione

- Minor costo della forza lavoro specializzata
- Minor costo delle materie prime
- Miglioramento continuo nei metodi e nelle tecniche di fabbricazione
- Piattaforma strategica per commercio nel Sud-Est Asiatico

Vita Quotidiana

- Qualità della vita quotidiana accettabile
- Buone condizioni in termini di sicurezza personale
- Mentalità cinese maggiormente internazionalizzata

Prima di creare un'attività in Cina, gli imprenditori devono avere ben chiare tutte le informazioni riguardanti il Paese, i suoi regolamenti, il suo attuale potenziale e avere ben presente quali potrebbero essere i rischi e i costi che tale scelta comporta. Ogni singolo aspetto dovrebbe essere analizzato in anticipo, così da evitare decisioni affrettate e successivi problemi; piccole distrazioni o valutazioni sbagliate possono a volte generare problemi considerevoli.

Dove in Cina

Una volta che la decisione è stata presa, gli imprenditori dovranno affrontare una scelta calibrata su più opzioni; la prima sarà *dove* iniziare la propria attività. Questo è sicuramente legato allo scopo dell'investimento, ma la scelta sarà anche fortemente influenzata dalle caratteristiche specifiche di ogni regione.

I criteri che generalmente guidano questa scelta sono:

- Criterio Geografico
- Criterio Economico
- Criterio Logistico
- Criterio Industriale
- Criterio Commerciale
- Tasse e Criteri Fiscali
- Facile Accesso a Risorse Umane

Divisioni amministrative**LEGENDA**

Province

Regioni autonome o speciali

Municipalità sotto diretto controllo del Governo Centrale

Le differenze economiche tra le regioni sono un fattore fondamentale nelle decisioni riguardanti l'investimento all'estero

Dati i continui cambiamenti in termini di condizioni di vita e di business, è difficile soffermarsi sulle caratteristiche di ogni area geografica. Ad ogni modo, può essere fatta una distinzione tra le province del Sud-Est della Cina (Shanghai, Guangdong), che possono contare su un sano e radicato ambiente imprenditoriale, e le province del Nord-Ovest, che offrono un ambiente maggiormente sfruttabile. Se parliamo delle due aree, emergono delle differenze sostanziali:

Sud-Est

Le province del Sud-Est (Guangdong, Shanghai...) hanno un buono ambiente imprenditoriale:

- Vaste prospettive di guadagno
- Grandi risorse finanziarie
- Maggior maturità nella sensibilità al brand
- Canali distributivi maggiormente avanzati
- Facile accesso a forza lavoro qualificata
- Maggiori risorse che parlano inglese
- Posizione geografica strategica per la distribuzione
- Maggior disponibilità di aree industriali
- Stile di vita più accettabile

Nord-Est

Le province di Nord-Ovest offrono una maggior possibilità di sfruttamento delle risorse:

- Minor competitività
- Mercato non ancora saturo
- Facile accesso a zone strategiche
- Attività orientate all'industria pesante
- Disponibilità di ottimi punti vendita
- Costi più bassi (spazi, trasporti, personale, materiali...)
- Maggiori incentivi nelle regioni dell'Ovest

Investire in Cina non è una cosa facile; bisogna essere consapevoli di quali possono essere i fattori interni ed esterni che vanno ad influenzare la nostra decisione.

Fattori interni

- Mancanza d'informazioni e scarsa comprensione del mercato
- Struttura societaria sbagliata
- Partner sbagliato
- Errori di strategia
- Mancanza di consistenza nel piano strategico
- Frequenti cambiamenti nella strategia
- Capitalizzazione insufficiente
- Sottostima dei costi necessari
- Prodotto sbagliato
- Posizionamento sbagliato all'interno del mercato
- Management non competitivo
- Problemi Organizzativi

Fattori esterni

- Difficoltà/impossibilità di ottenere licenze e permessi
- Partner disonesti e inaffidabili
- Distributori incontrollabili
- Mancanza di brand-awareness
- Interpretazione fuorviante di leggi e regolamenti
- Trasporti difficili (per fornitori o distributori)
- Differenze Culturali
- Difficoltà nel comunicare
- Uso delle "guanxi" (connessioni) da parte dei concorrenti
- Violazione di Marchi o Brevetti

TUTELARSI

Prima di prendere decisioni concrete nel mercato Cinese, è bene adottare ogni misura in modo da salvaguardare i propri marchi e prodotti da eventuali violazioni.

La Cina ha uno dei più alti tassi di pirateria e di merce contraffatta al Mondo, che vanno a colpire soprattutto aziende di Software, film, beni di lusso e accessori.

Specialmente per quelle aziende che desiderano distribuire il proprio prodotto in Cina, è fortemente consigliato proteggersi attraverso misure preventive.

**Registrazione del Marchio**

Utile a prevenire che lo stesso marchio o un marchio simile possa essere usato da qualcun altro.

La registrazione del marchio può essere effettuata per tutti quei beni/ servizi commercializzati di recente in Cina e aiuta ad evitare che il proprio marchio e logo vengano usati da concorrenti non autorizzati e da fornitori sleali. Gli investitori devono sempre fare attenzione ed assicurarsi di aver esteso la registrazione del marchio anche in Cina, nel caso la registrazione sia già stata eseguita secondo il Protocollo di Madrid per la registrazione internazionale di marchi nelle altre nazioni, ma non ancora in Cina.

Protezione dei brevetti

Utile a prevenire che i prodotti vengano contraffatti.

La protezione di brevetti viene generalmente applicata a quei beni con un certo livello d'innovazione tecnologica o che hanno un design originale; le procedure consistono normalmente in un'estensione di una già esistente registrazione anche al territorio Cinese.

Accordi su Trasferimenti Tecnologici

Quando deleghiamo la produzione ad un partner Cinese, particolare attenzione andrebbe fatta nel caso di trasferimenti tecnologici. Gli accordi dovrebbero contenere specifiche clausole al riguardo e garantire severe sanzioni economiche e legali in caso di violazione.

Studio di Fattibilità

Si tratta di uno studio preliminare atto a capire se un progetto può essere messo in pratica, se ha prospettive di successo, e per stimarne i costi. Questo è particolarmente importante quando si vuole intraprendere una Joint Venture con un partner Cinese o acquisire un'azienda locale. Secondo gli attuali regolamenti di contabilità e auditing, ci sono requisiti diversi per le Foreign Invested Enterprises (FIEs) e aziende locali. Una distinzione importante è che le aziende locali non devono essere assistite da una azienda CPA (Certified Public Accountant) indipendente. Come risultato, teoricamente molti investitori hanno stipulato accordi con soci in bancarotta o con quelli che hanno tanti scheletri negli armadi.

OPZIONI

Vi sono varie opzioni per strutturarsi nella maniera più adeguata in Cina:

Strutture senza partner cinese	Strutture con partner cinese	
Ufficio di Rappresentanza su territorio cinese		
Società commerciale a Capitale Interamente Straniero – FICE (Foreign-Invested Commercial Enterprise)	Equity Joint Venture Company - FICE: EJV (società commerciale a capitale sino-straniero)	Soggetta a leggi e norme sulle FIEs (Foreign Invested Enterprise)
Società produttiva a Capitale Interamente Straniero - FIE: WOFE (Wholly Foreign-Owned Enterprise)	Equity Joint Venture - FIE: EJV (società produttiva a capitale sino-straniero)	

Strutture senza partner cinese**Ufficio di Rappresentanza (RO)**

Molte aziende scelgono di aprire un ufficio di rappresentanza al fine di accumulare esperienza e una migliore comprensione delle dimensioni e del potenziale del mercato Cinese. Si usa l'ufficio di rappresentanza per delineare i propri obiettivi a lungo termine e supervisionare le altre operazioni o Joint Ventures in Cina.

La missione dell'ufficio di rappresentanza è quella di presentarsi come punto di unione tra l'ufficio della casa madre e le organizzazioni commerciali o simili apparati in Cina. Spesso gli uffici di rappresentanza conducono ricerche di mercato e stabiliscono i primi contatti con potenziali clienti o partners. È importante ricordare che l'ufficio di rappresentanza non è un'entità legale separata, bensì un'estensione dell'azienda stessa.

Un ufficio di rappresentanza può solo operare in attività che non producano reddito. Nello specifico, l'ufficio di rappresentanza può solo svolgere le seguenti attività: condurre ricerche; fornire dati e materiale promozionale a potenziali clienti e partners; condurre ricerche e sondaggi sul mercato locale per conto della casa madre, agendo come coordinatore per le operazioni della casa madre in Cina; organizzare viaggi per i rappresentanti della casa madre e per potenziali clienti cinesi; altre attività che non generino reddito.

Su questa base, segue una lista delle operazioni che l'ufficio di rappresentanza non ha il permesso di svolgere: prendere parte direttamente in operazioni con profitto (ossia non può ricevere



compensi per i servizi offerti); firmare contratti o accordi per conto della casa madre; rappresentare qualsiasi altra azienda che non sia la casa madre; raccogliere denaro o fatturare verso organizzazioni o individui in Cina per servizi o prodotti; acquistare proprietà o acquisire attrezzature produttive.

Società commerciale a Capitale Interamente Straniero (FICE) - Trading

Una FICE (Società commerciale a Capitale Interamente Straniero) ha esclusivamente scopi commerciali (non può produrre); garantisce un controllo diretto su tutte le attività coinvolte e un contatto diretto con agenti e fornitori. Una FICE svolge principalmente le seguenti attività: Agente su commissione, vendere prodotti e fornire relativi servizi tramite agenzia di vendite; Fungere da agente, banditore, o altro venditore all'ingrosso, sulla base di relazioni contrattuali; Vendite all'ingrosso, vendere merce e fornire relativi servizi a venditori al dettaglio, utilizzatori industriali, commerciali, organizzazioni o altri grossisti; Vendite al dettaglio, vendere merce e fornire relativi servizi a individui o gruppi di consumatori attraverso spazi in immobili o via televisione, telefono, internet; Attività di franchising, dare in licenza il marchio, il nome commerciale e il format operativo attraverso un contratto con terzi al fine di ottenere ricavi e quote per concessione di licenza.

Oggetto sociale: una FICE al dettaglio può, previa approvazione, prendere parte alle seguenti attività: vendita al dettaglio; importazione di merce di proprio possesso; acquisto ed esportazione di beni domestici; altri servizi correlati. Una FICE all'ingrosso può, previa approvazione, prendere parte alle seguenti attività: vendita all'ingrosso; agire da agente su commissione; importazione ed esportazione; altri servizi correlati. Il capitale registrato prevede un minimo di RMB 300.000 per una FICE al dettaglio, e di RMB 500.000 per una FICE all'ingrosso.

Società a Capitale Interamente Straniero (WOFE)

Una Società a Capitale Interamente Straniero (WOFE) è una società a responsabilità limitata costituita in territorio cinese esclusivamente attraverso investimento straniero. Le WOFE stanno guadagnando popolarità soprattutto perché non vi sono investitori cinesi coinvolti, il che garantisce all'azienda straniera un controllo completo della nuova entità costituita.

Anche se la sicurezza del controllo totale suona allettante alle orecchie degli investitori stranieri, si dovrebbe anche tenere in considerazione il fatto che la mancanza di un partner cinese spesso rappresenta un ostacolo nel momento in cui si vogliono creare buone relazioni personali, fattore che in Cina non andrebbe mai sottovalutato.

Il minimo di capitale registrato per costituire una WOFE produttiva varia a seconda del settore industriale e dell'area in cui lo stabilimento sarà situato. Una WOFE può operare solo entro l'oggetto sociale descritto nella Licenza. Nel caso si decida di svolgere attività non

comprese nella Licenza, occorre prima ottenere il permesso dalle autorità competenti.

Strutture con partner cinese

Equity Joint Venture (FIE-EJV)

Una EJV è una joint venture costituita in territorio cinese da un'azienda cinese ed una straniera. Entrambe le aziende investono nell'EJV, e all'investitore straniero è richiesto un minimo investimento del 25% del totale del capitale investito. Si tratta di una società a responsabilità limitata (il che significa che l'investitore, o il partner, non sono personalmente responsabili per i debiti che l'azienda potrebbe contrarre in futuro), e viene considerata come persona legale cinese. Questo implica una differenza fondamentale rispetto all'ufficio di rappresentanza perché, a differenza di quest'ultimo, una EJV può acquisire terreni, assumere impiegati cinesi direttamente, costruire edifici, ecc. Non è previsto un limite minimo di investimento per il partner cinese. L'investimento può essere effettuato sotto forma di denaro contante, diritti sulla proprietà intellettuale (IPR), tecnologia, edifici, materiali o attrezzature; questi componenti normalmente vengono indicati come capitale registrato. Generalmente il tetto minimo di capitale registrato in questo caso è di RMB 1.000.000, ovvero circa Euro 100.000. La direzione della EJV fa capo al consiglio di amministrazione, che deve consistere di almeno tre membri (possibilmente più di tre, se le parti in causa concordano), e che vede entrambe le parti nominare l'una il direttore, l'altra il vice-direttore.

Equity Joint Venture Commerciale (FICE-EJV)

Una FICE può anche costituire un'entità con un partner cinese, divenendo una FICE-EJV con le stesse attività e lo stesso oggetto sociale di una società commerciale a capitale interamente straniero; questo tipo di FICE è però soggetta a leggi e norme sulle Joint Ventures.

Procedure per la costituzione

La costituzione di un ufficio di rappresentanza è un processo relativamente rapido (all'incirca 8 settimane) ed occorre svolgere le seguenti procedure:

- Ottenere il Certificato di Registrazione dallo State Administration of Industry and Commerce (SAIC)
- Registrazione presso la SAFE (State Administration of Foreign Exchange)
- Registrazione alla dogana
- Registrazione presso l'ufficio tasse
- Apertura conto bancario

La costituzione delle altre forme di FIE (società ad investimento straniero) è più lunga e laboriosa perché sono implicati più permessi e

registrazioni. Segue una lista delle procedure principali e di un tempo approssimativo del loro completamento:

- Approvazione del nome
- Approvazione del MOFCOM (Ministry of Commerce); 1 mese
- Ottenimento dell'Environmental Protection Valuation Report (se previsto)
- Emissione della Business License (Licenza) dal SAIC (State Administration of Industry and Commerce); 1 settimana
- Registrazione del codice dell'impresa; 3 giorni
- Registrazione presso la SAFE (State Administration of Foreign Exchange); 1 giorno
- Registrazione alla dogana; 10 giorni
- Registrazione presso l'ufficio tasse; 1 settimana
- Apertura conto bancario; 1 settimana

Nel caso di costituzione di una FIE, l'azienda dovrà preparare i seguenti documenti:

- Notarizzazione della Visura Camerale (approvata da autorità notarile italiana e convalidata presso il locale Consolato o Ambasciata Cinesi in Italia)
- Certificato di Credito rilasciato dalla Banca
- Passaporto e curriculum del rappresentante legale
- Passaporto e curriculum dei membri del consiglio di amministrazione
- Studio di Fattibilità, Statuto Societario e Contratto
- Se il supervisore di una EJV è nominato dal partner straniero, occorre produrre anche copia del passaporto del supervisore
- Visura Camerale con timbro della ditta in originale
- Lettera di nomina (in cui gli investitori nominano i membri del consiglio di amministrazione)

Prospettiva dei vantaggi e degli svantaggi

Un ufficio di rappresentanza è veloce, rapido e a basso costo, ma non permette controllo sulla produzione.

Caratteristiche	Vantaggi	Svantaggi
Non è un'entità legale a sé stante bensì un prolungamento della casa madre	Facile da costituire (pochi requisiti legali o di documenti)	Non può essere operativo, non può né comprare né vendere; non può firmare contratti
Agisce come intermediario tra la casa madre e i fornitori	Veloce (circa 2 mesi)	Lo scopo delle attività è limitato esclusivamente a marketing e relazioni
Il personale deve essere assunto tramite agenzie governative	Basso investimento richiesto	Non garantisce controllo sui processi produttivi
Amministrato dal Rappresentante	Può agire come intermediario tra la casa madre e i fornitori	Non offre protezione sulla proprietà della tecnologia
	Può condurre attività promozionali; per esempio pubblicare cataloghi e organizzare esibizioni	Non offre la possibilità di avere un partner cinese

Una trading company a capitale straniero può commerciare prodotti nella PRC (People's Republic of China) e svolgere operazioni di import ed export, ma non può produrre.

Caratteristiche	Vantaggi	Svantaggi
Entità legale cinese soggetta alla Company Law della PRC su FIE e FICE	Permette la partecipazione di un partner cinese sotto forma di EJV	Non può avviare attività di manifattura
Minimo capitale registrato di € 50,000 (o più in alcune zone)	Pieni diritti di commercio e distribuzione Può importare ed esportare (ma deve usare agenti per procedure doganali)	Non ha controllo diretto sul processo produttivo
La direzione sottostà al consiglio di amministrazione e al General Manager	Può ricevere pagamenti dall'estero in valuta straniera e pagamenti locali in RMB	Complessità per la negoziazione sulla JV e ottenimento permessi
I profitti possono esser fatti rientrare in patria dopo pagamento delle tasse e deposito nel fondo di riserva	Il personale può essere assunto direttamente	Una volta operativa, le decisioni vanno prese insieme al partner cinese

Una società produttiva a capitale straniero può produrre e commerciare beni nella PRC ed agevolare la affermazione del brand (marchio).

Caratteristiche	Vantaggi	Svantaggi
Entità legale cinese soggetta alla Company Law della PRC sulle FIE	Permette la partecipazione di un partner cinese sotto forma di EJV	Si comincia da zero, quindi implica ingenti investimenti e consistenti spese operative iniziali
Minimo capitale registrato di € 100,000 (o più in alcune aree o per alcuni settori industriali)	Può operare liberamente all'interno del territorio cinese	Complessità per la negoziazione sulla JV e ottenimento permessi
La direzione sottostà al consiglio di amministrazione e al General Manager	Può importare ed esportare (ma deve usare agenti per procedure doganali)	Una volta operativa, le decisioni vanno prese insieme al partner cinese
I profitti possono esser fatti rientrare in patria dopo pagamento delle tasse e deposito nel fondo di riserva	Può ricevere pagamenti dall'estero in valuta straniera e pagamenti locali in RMB	
	Il personale può essere assunto direttamente	
	C'è possibilità di rimborso IVA	
	Permette controllo diretto sulla produzione	

A parità di condizioni, si nota che una JV implica più rischi di una società a capitale interamente straniero.

	Joint Venture	Capitale interamente straniero
Costituzione	Processo complesso di negoziazione e ottenimento permessi - 6 mesi per le negoziazioni, 3-4 mesi per la costituzione	Veloce: 3 mesi per società produttiva, 4 mesi per società commerciale
Investimento	Costi condivisi con il partner	Ingenti investimenti di capitale
Profitti	Vanno condivisi con il partner - il trasferimento in patria è soggetto ad accordi	I profitti non devono essere condivisi e possono essere trasferiti in patria
Strategia Commerciale	Sono necessari compromessi; l'agenda del partner potrebbe essere differente	Libertà di perseguire i propri obiettivi
Relazioni con le autorità locali	Può trarre beneficio dalle "guanxi" (connessioni speciali) del partner	Si parte da zero, senza contatti o relazioni pre-esistenti
Amministrazione	Cambiare il modo di lavorare cinese potrebbe essere difficile	Controllo totale: libertà di operare in base a standard amministrativi europei
Protezione Proprietà Intellettuale	Maggiori rischi di contraffazione	Permette maggior protezione
Penetrazione nel mercato locale	Può usare la base commerciale che il partner cinese ha già	Isolamento: non si può sfruttare una base commerciale pre-esistente

SISTEMA DI TASSAZIONE

L'Imposta sul Valore Aggiunto

In Cina l'Imposta sul Valore aggiunto è regolata da parte dell'Ufficio Nazionale delle Imposte (State Administration of Taxation) (anche se l'IVA sulle importazioni è incassata direttamente dalle Dogane su mandato dello State Administration of Taxation). Il Governo cinese richiede che tutte le persone giuridiche e le persone fisiche che hanno un'attività di vendita di beni, che lavorano, assemblano, trasformano beni o importano beni in Cina, siano soggetti al pagamento dell'IVA.

Ci sono anche eccezioni alla legge, quali la non imposizione su prodotti agricoli prodotti e venduti da produttori agricoli, medicine e farmaci e prodotti contraccettivi, libri antichi. Inoltre l'importazione di strumenti

e macchinari utilizzati nella ricerca scientifica, sperimentazioni e nell'educazione, importazione di materiali e macchinari che provengano da Governi stranieri o da Organizzazioni internazionali quali grants nazionali o contributi di assistenza senza costo, prodotti importati da organizzazioni di disabili destinati ad uso dei disabili ed altrettanto nel caso di liquidazione di beni patrimoniali da parte dei venditori. Tolte queste eccezioni, ogni tipo di bene soggetto a trasformazione, vendita e trasferimento è soggetto all'IVA.

I servizi (da intendersi quali offerta, fornitura, resa di attività immateriali) non sono invece soggetti all'IVA.

L'aliquota di IVA è generalmente pari al 17% , per alcuni beni 13%. Per quegli operatori che trattano beni soggetti a differenti aliquote, l'IVA viene calcolata separatamente. Se invece non viene separata, allora il calcolo si baserà sull'aliquota più elevata. Il calcolo dell'IVA seguirà la tradizionale formula di detrazione IVA pagata nel periodo ad IVA incassata.

La formula in breve:

$$\text{VAT} = \text{Output VAT} - \text{Input VAT}$$

L'IVA a debito viene calcolata sul valore delle vendite ed esplicitamente: $\text{Output VAT} = A \times B$, (dove A = valore vendite e B = aliquota applicata) Un soggetto fiscale comprerà beni o servizi tassabili durante il corso della sua attività.

L'IVA che paga è chiamata IVA a credito e viene appunto utilizzata come credito contro quella a debito che è calcolata sul valore del venduto.

Imposta sul reddito delle società

Dal 1 gennaio 2008 sono effettive le nuove regolamentazioni a riguardo delle imposte sul reddito delle aziende. Esse sono un nuovo benchmark per gli investimenti in Cina in quanto non esiste più, a valere da questa data, un trattamento preferenziale nei confronti delle aziende ad investimento estero (Foreign Invested Enterprises o FIE) rispetto alle loro controparti nazionali. Alcuni incentivi esistono ancora in settori dove le autorità statali cercano di incoraggiare gli investimenti esteri. I cambiamenti sono stati voluti perché le aziende cinesi hanno per molto tempo lottato per competere con i loro rivali esteri e questo fatto veniva considerato ingiusto da parte delle autorità cinesi specialmente alla luce dell'accesso della Cina al WTO (World Trade Organization). I punti salienti della nuova legge sono che la nuova aliquota standard è pari al 25% sia per aziende cinesi che per quelle ad investimento straniero; inoltre un'aliquota preferenziale pari al 20% è offerta ad aziende che sono low profit, e del 15% per aziende considerate new technological enterprises o high technological enterprises. Queste sono le aliquote applicate alla maggior parte delle società, ma naturalmente ci sono anche alcune eccezioni per determinati settori o aziende:

- Alcuni degli incentivi fiscali in eccezione:
Settori dove gli investimenti sono destinati ad agricoltura, foreste,

settore ittico e infrastrutture relative.

- Settore industrie ambientali.
- Start-ups in High tech saranno incentivate fiscalmente se sono sostenute dallo stato o collocate nelle Special Economic Zones (SEZ) o a Pudong (Shanghai).
- Aziende impegnate nella ricerca e sviluppo di nuove tecnologie.
- In alcuni casi gli incentivi fiscali offrono, invece che riduzioni dirette, sistemi preferenziali per pagamento dei sistemi previdenziali su manodopera e fondi sociali.

Il punto focale è che c'è un cambio evidente nell'enfasi dedicata dalla nuova legislazione verso le industrie ambientali piuttosto che verso il voler attrarre investimenti generici che possano avere un impatto negativo sull'ambiente. Storicamente gli incentivi fiscali che sono stati offerti fin dall'inizio agli investimenti esteri sono stati utili ed hanno servito uno scopo. Gli investimenti esteri (FDI) hanno raggiunto livelli mai registrati in altri paesi e la crescita economica derivata dagli investimenti è cresciuta con una media a due cifre per circa 30 anni e dunque ora le autorità non ravvisano più la necessità di offrire questi incentivi per mantenere la crescita. È comunque evidente che un'aliquota pari al 25% è da considerarsi un'opzione più attraente di quanto si possa avere in Europa, Stati Uniti e anche altri paesi dell'Asia.

Imposte dirette sul reddito delle persone

Tutti i dipendenti di aziende cinesi (stranieri o cinesi) a investimento straniero e di Uffici di Rappresentanza di Società estere sono soggetti a tassazione sul reddito della persona. La tassa viene applicata sulle seguenti categorie di reddito: reddito proveniente da paghe e salari, compensi per servizi, royalties, interessi, dividendi, bonus, reddito derivante da affitti di proprietà immobiliari, reddito derivante da alienazione di proprietà immobiliari o altri beni, e altri tipi di reddito come da specifiche del Ministero delle Finanze.

Il reddito generato da paghe e salari è tassato in otto fasce progressive che applicano aliquote dal 5% al 45%. La base minima applicativa di calcolo è un ammontare mensile di RMB 4,800 (per gli stranieri) e di RMB 2,000 (per i cinesi).

Reddito mensile (RMB)	Aliquota %
1 - 500	5%
501 - 2.000	10%
2.001 - 5.000	15%
5.001 - 20.000	20%
20.001 - 40.000	25%
40.001 - 60.000	30%
60.001 - 80.000	35%
80.001 - 100.000	40%
Oltre 100.000	45%

Il reddito derivante dalla compensazione per servizi resi, royalties, interessi, dividendi, bonus, reddito derivante da affitti di proprietà immobiliari, reddito derivante da alienazione di proprietà immobiliari o altri beni e altri tipi di reddito come da specifiche del Ministero delle Finanze è soggetto ad un'aliquota progressiva pari al 20%.

La tassazione è calcolata anche sulla durata del loro soggiorno in Cina:

- personale straniero che lavora ed esegue servizi personali in Cina, la cui permanenza in Cina su base continuativa o cumulativa non superi 90 giorni di calendario dell'anno gregoriano (183 giorni per i cittadini di quegli stati che hanno sottoscritto accordi fiscali bilaterali) sarà esentato dalle imposte dirette se il loro reddito è derivante da salari o paghe pagati da datori di lavoro che non sono persone giuridiche cinesi.
- Per il personale straniero che risiede in Cina per meno di un anno, l'imposta diretta sarà calcolata ed esatta solo sul reddito generato in Cina.
- Per il personale estero che risiede in Cina per più di un anno, ma meno di cinque anni, l'imposta diretta sarà esatta sul reddito percepito all'interno del territorio cinese o sul reddito estero.
- Per personale estero risiedente in Cina per più di cinque anni, l'imposta diretta sarà esigita su tutto il reddito generato dal sesto anno.
- Il personale estero è soggetto a tassazione sul reddito complessivo percepito se ricopre la posizione di Direttore Generale in una FIE o se risiede in Cina per 5 anni consecutivi.

Aspetti regolativi dell'impiego dei dipendenti

La nuova legge sui contratti di lavoro (Labour Contract Law)

Il primo gennaio 2008 è stata promulgata una nuova legge sui contratti di lavoro. La legge si applica sia nelle aziende a capitale straniero sia in quelle nazionali.

La legge del 1995 specificava i diritti dei lavoratori per quanto riguardava aspetti quali i salari, le ore di lavoro, la sicurezza, assicurazioni mediche e previdenziali, addestramenti e disciplina.

La nuova legge del 2008 enfatizza questi diritti in modo ancora più evidente, richiedendo per esempio che i datori di lavoro informino i dipendenti di ogni modifica o cambiamento l'azienda decida a riguardo di questi temi. È permesso che un rappresentante dei lavoratori si consulti con il datore di lavoro ed eventualmente presenti lamentele e richieste specifiche.

La legge del 2008 permette espressamente ai sindacati di organizzare i lavoratori di ogni azienda. Sebbene i sindacati non siano obbligatori nelle aziende, la sindacalizzazione deve essere permessa. Se poi il sindacato è costituito allora può assistere i lavoratori nelle negoziazioni contrattuali e anche stabilire meccanismi collettivi di negoziazione con i datori di lavoro.

Alcuni aspetti importanti da considerare:

- I dipendenti possono richiedere il pagamento di salario doppio nel caso in cui abbiano lavorato senza contratto fino ad un massimo di 12 mesi.
- I dipendenti devono conservare un manuale scritto dove le regole dell'azienda e dell'impiego sono chiaramente indicate.
- La legge prevede limiti maggiori per cessazioni di contratto e termini di prova.
- Un datore di lavoro può sottoscrivere al massimo due contratti a tempo determinato e due periodi di prova.
- Se il dipendente continua nell'impiego dopo il secondo contratto a termine, il susseguente contratto è un contratto a tempo indeterminato.
- Severe restrizioni vengono a regolamentare il periodo di prova.
- Durante il periodo di prova la paga non può essere minore dell'80% della paga stabilita.
- In caso di contratto che recasse clausole di esclusività, o di non concorrenzialità, il datore di lavoro deve pagare una compensazione al dipendente.
- Il datore di lavoro deve informare il dipendente dei suoi diritti.
- Nel caso di un rescissione del contratto di lavoro senza giusta causa, l'indennità da riconoscere al lavoratore è pari al doppio del salario.
- Indennità di fine impiego è comunque pari ad una mensilità per ogni anno di servizio.

Previdenza sociale

Oltre al pagamento delle imposte dirette le società sono obbligate dalla Legge al pagamento degli oneri di contribuzione previdenziale a favore dei lavoratori, ma solo per il personale cinese. Gli oneri di contribuzione sono obbligatori e le aliquote dei fondi variano sensibilmente a seconda delle città dove il personale è residente. Di seguito un esempio del trattamento previdenziale applicabile a Shanghai (peraltro uno dei più costosi in Cina); mentre il costo e le percentuali di contributi dei singoli fondi possono variare da una città ad un'altra, le componenti del fondo previdenziale non mutano.

• A Shanghai: si aggiunge un addizionale 62% sull'ammontare base del salario (inclusivo di Imposta diretta sul reddito personale) al costo di un dipendente.

Contribuzione del datore di lavoro = 44%

Contribuzione del dipendente = 18%

• Elementi (Shanghai: porzione di competenza del datore di lavoro):

Pensione: 22%

Assicurazione di disoccupazione: 2%

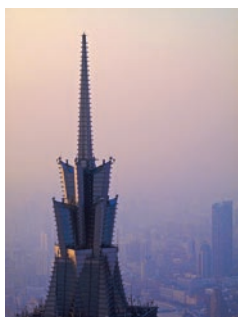
Assicurazione medica: 12%

Infortunati sul lavoro: 0.5%

Maternità: 0.5%

Fondo casa: 7%

*fino ad un Massimo pari a RMB 8,500 circa



Modalità delle assunzioni di lavoratori cinesi ed esteri

Non ci sono particolari restrizioni per l'assunzione del personale da parte di aziende a capitale straniero. Nel caso degli Uffici di Rappresentanza invece il personale non può essere assunto direttamente pertanto l'Ufficio di rappresentanza dovrà formalizzare le assunzioni attraverso agenzie governative del lavoro.

C'è un numero elevato di aziende governative che possono offrire questo servizio ma l'agenzia più comunemente utilizzata è il FESCO (Foreign Enterprise Human Resources Service).

Su specifico contratto e dunque a corresponsione del convenuto compenso, il Fesco può gestire per conto del datore di lavoro tutte le procedure collegate all'impiego del dipendente ed assicurare che l'implementazione relativa all'assunzione venga legalmente eseguita. Un contratto di servizi pertanto verrà firmato fra Fesco e datore di Lavoro e avrà come oggetto l'impiego del dipendente con il quale Fesco firma un vero e proprio contratto di assunzione per conto del datore di Lavoro ed al quale corrisponde: compenso salariale al netto o al lordo delle imposte; Contribuzione degli oneri previdenziali.

Ugualmente il Fesco si occuperà della rescissione e cancellazione del contratto di lavoro e di tutte le procedure relative in caso di licenziamento del dipendente.

DISTRIBUZIONE

Valutazione dei distributori

Ancor prima di intraprendere un investimento volto alla distribuzione in Cina, gli imprenditori stranieri dovrebbero anzitutto analizzare la propria posizione e il proprio prodotto rispetto a:

- mercato esistente
- prodotti simili
- casi di concorrenti

Quando si vuole realizzare un progetto di distribuzione è vitale inoltre eseguire un'accurata ispezione sull'agente/distributore prescelto e valutare i fattori basilari che potrebbero portare al successo o al fallimento, quali ad esempio:

- esperienze precedenti con altri marchi stranieri
- altri marchi distribuiti e coerenza con il proprio
- risultati e fatturato
- quantità, qualità, tempistiche e collocazione dei punti vendita per altri marchi (nel caso di vendita al dettaglio)
- rete commerciale e affidabilità dei sub-distributori (se ce ne sono)
- mezzi di distribuzione ed espansione nel mercato
- efficienza logistica
- impressione generale

I distributori spesso richiedono alle aziende straniere di firmare accordi di esclusività che li rendono agenti unici per il prodotto in questione. Questo potrebbe risultare controproducente, nel caso in cui il distributore non sia sufficientemente affidabile né abbastanza forte da garantire una copertura totale del territorio in modo efficiente. A meno che non sia provato che il partner prescelto è solido e ben radicato nel mercato nell'intero territorio di riferimento, è consigliabile, per lo meno all'inizio, di evitare accordi di esclusività, o di limitarne la validità a determinate aree geografiche.

Distribuzione al dettaglio

Quella che segue è una breve panoramica sulle principali caratteristiche della distribuzione al dettaglio in Cina, volta ad aiutare l'imprenditore straniero, specialmente se di piccole-medie dimensioni e senza esperienza, ad avere una certa idea di cosa aspettarsi. Una delle prime cose da tenere in considerazione è il prezzo finale di un prodotto importato, dopo una precisa applicazione della *catena del valore*.

Una volta calcolati i principali costi e tasse, per alcuni prodotti importati il prezzo finale potrebbe facilmente risultare 4-5 volte (o anche di più) più alto del suo prezzo CIF; ciò spesso ostacola considerevolmente la penetrazione di piccole e medie imprese che offrono prodotti di alta qualità ma non sono supportati da sufficienti capitali per effettuare una promozione del prodotto partendo da zero. La natura del consumatore cinese, fortemente influenzata dalla notorietà del brand fa sì che sia veramente difficile per alcuni imprenditori affermare il proprio brand; nei migliori dei casi ci vuole molto tempo ed una strategia promozionale massiccia ed efficace.

Una soluzione diversa per alleggerire i costi intermedi potrebbe essere quella di produrre in Cina e crearsi una propria rete di distribuzione, a condizione che le necessarie materie prime siano facilmente reperibili e che la possibilità effettiva di vendere in Cina sia stata preventivamente accertata.

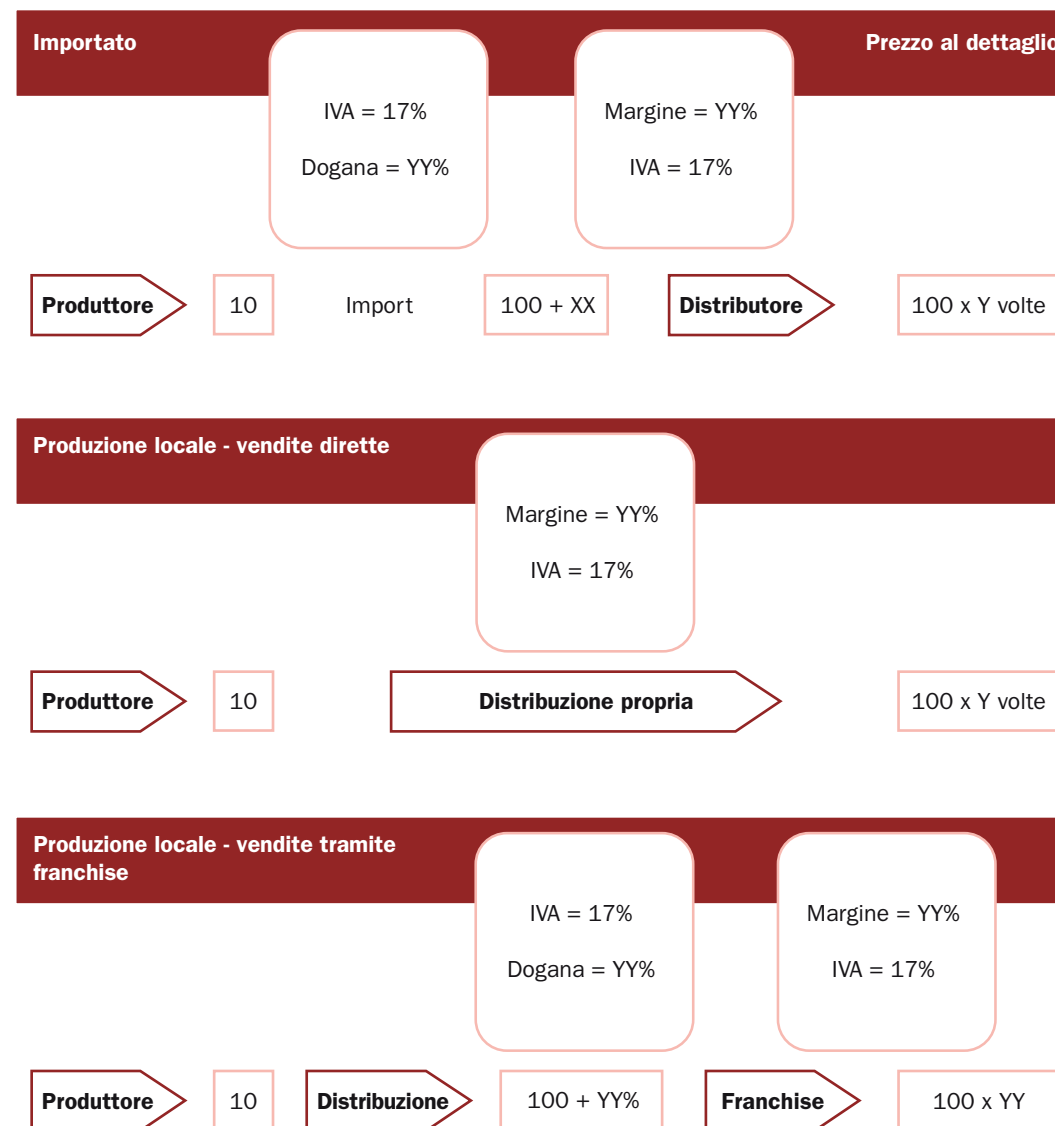
Se un'attività riesce ad avere successo e possiede i mezzi adatti per crescere ed espandersi, l'opzione di intraprendere un *franchising* potrebbe essere una soluzione naturale.

Anche in questo caso, il peso dei costi intermedi potrebbe essere meno gravoso, perché si eviterebbero i margini dei distributori. Comunque, la effettiva fattibilità di un *franchising* per distribuire un prodotto (inclusa la ristorazione) dipende molto dalla visibilità del brand, dal suo livello di popolarità presso i consumatori e dal suo appeal verso i potenziali franchisors. Se un'attività possiede già molte catene di punti vendita in altre parti del mondo, espandersi in Cina presenta ovviamente meno difficoltà, come gli innumerevoli Starbucks, Mac Donalds, ecc spuntati in tutta la Cina dimostrano.

Per le piccole e medie imprese un'attività del genere presenterà sempre considerevoli avversità, non ultima la difficoltà di garantire l'uniformità di immagine e servizio in ciascun punto vendita se non si hanno sufficienti risorse a disposizione.

Gli esempi di catena del valore illustrati qui di seguito sono solo per riferimento, dal momento che i dazi di importazione (qui quantificati come Y) dipendono dalle categorie dei vari prodotti e che anche i margini di profitto (qui quantificati come Z) applicati dai distributori sono molto variabili.

Esempio Moltiplicatore del Prezzo (100= CIF price)



Punti vendita al dettaglio

Il mercato del retail (vendita al dettaglio) è in continua evoluzione, con due figure contrapposte, quella straniera e quella locale, che si danno battaglia per conquistare più territorio possibile, ed incrementare la differenziazione. Alcuni stranieri hanno fatto un notevole passo in avanti grazie anche alla vasta disponibilità di capitale e all'incremento del numero di consumatori stranieri in Cina. Gli esempi più rilevanti sono: Carrefour (Francia), Walmart (USA), Tesco (UK), B&Q, HOLA, IKEA, Parkson (Malaysia), Pacific (Taiwan), Isetan (Giappone).

- La compagine occidentale si sta affermando rapidamente: Il ritmo è aumentato dopo l'eliminazione di alcune restrizioni nel 2005; La maggior parte di essi sono entrati nel mercato attraverso JVs con partners locali.
- Il Retailing sta diventando molto sofisticato, con una più sottile differenziazione dei consumatori target: I cinesi stanno copiando rapidamente i concetti espressi dagli stranieri Rinnovo delle vecchie zone dello shopping.

La seguente tabella dimostra le caratteristiche principali dei punti vendita retail in Cina

Tipo di Retailer	Luogo	Prezzo	Caratteristiche
Negozio Specializzato	Centro città, periferia	Minimo Lusso	<ul style="list-style-type: none"> • La forma più comune è il monobrand outlet nel centro commerciale • Singolo negozio su strada; la posizione e i negozi vicini sono molto importanti per determinare il successo nelle vendite
Negozio di prodotti per la Casa	Periferia	Minimo Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Ancora un concetto nuovo in Cina • IKEA è quello meglio posizionato, anche HOLA (Taiwan), B&Q (UK)
Department store	Centro città, periferia	Minimo Lusso	<ul style="list-style-type: none"> • Non ancora catene nazionali, tendenza a rimanere regionale • Prodotti organizzati in angoli commerciali tutti insieme in un'area specifica su uno stesso piano
Ipermercato	Periferia	Minimo Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Carrefour, Lianhua, Metro sono i più conosciuti • Selezione limitata di marchi low-cost
Mercato specializzato	Periferia	Minimo	<ul style="list-style-type: none"> • Possono essere interni o esterni, separati da 3 pareti divisorie • In comune marchi non di marca e falsi

La seguente tabella ci mostra le principali differenze tra punti vendita cinesi e quelli occidentali

Aspetti	Negozi cinesi	Negozi occidentali
Organizzazione del prodotto	<ul style="list-style-type: none"> - Principalmente per marca - Divisione in Macro categorie, es. vestiti da donna, vestiti da uomo, ecc. - La maggior parte dei marchi hanno il loro angolo con il loro personale 	Principalmente per categoria di prodotto
Struttura della distribuzione	<ul style="list-style-type: none"> - I negozi hanno le funzioni di veri e propri manager, affittano angoli per i brand o per i loro distributori. - I beni invenduti vengono rimandati al distributore 	Il negozio acquista, esibisce e vende le marche e i prodotti che vuole
Organizzazione della marca	<ul style="list-style-type: none"> - Più cara, i marchi presenti da più anni o quelli con un'ampia produzione hanno diritto a spazi con 3 pareti. - I nuovi arrivati, i marchi ad un costo inferiore o con una produzione limitata hanno scaffali o spazi ad una parete 	Organizzati attraverso scaffali o in spazi ad una parete
Commissione sulle vendite	- Requisito minimo di vendita per metro quadro con il negozio che si prende una percentuale sulle vendite	Commissione pagata al personale di vendita