



Ritorno in America Perché conviene nel libro di Miranda

■ Gli Stati Uniti d'America come soluzione alla crisi. È questa l'idea di Lucio Miranda, monzese e fondatore della società di consulenza ExportUSA. Voi direte: non potrebbe essere altrimenti visto che Miranda è consulente per le realtà che vogliono espandersi in quel Paese. Vero. Ma altrettanto certo è che i dati resi noti dalla Camera di commercio dicono chiaro che la Brianza è pigra nel guardare all'ex Nuovo Mondo, anche se di recente sembra esserci una inversione di tendenza. Il fatto di non prendere in considerazione l'ipotesi di esportare negli Usa (o di pensarci poco) potrebbe essere un limite per un territorio che dell'innovazione e della propensione al lavoro ha sempre fatto la sua fortuna.

In libreria c'è un nuovo testo - scritto di pugno da Miranda e da Muriel Nussbaumer - che gli imprenditori brianzoli (ma in generale quelli italiani) possono consultare per prendere spunto. Perché la crisi si supera con l'istinto (anche).

Queste le parole dell'imprenditore scrittore: «Rispetto a realtà come Cina, Brasile,

India e Russia, dove inserirsi sul mercato è sempre difficoltoso, gli Stati Uniti offrono un sistema politico e giuridico stabile e imparziale, regole di diritto certe, una burocrazia snella, infrastrutture e servizi sviluppati, una logistica

impeccabile e un settore pubblico efficiente - afferma Miranda - Eppure incontriamo molte aziende italiane che magari vorrebbero esportare, ma spesso non sanno come fare o magari si spaventano o pensano di non essere all'altezza».

Il libro scritto da Lucio Mirandasi intitola «Esportare e vendere negli Stati Uniti». Il testo offre una panoramica degli elementi chiave necessari per impostare

*Il consulente
di export:
«Rispetto a
Cina e Russia
qui il sistema
è efficiente»*

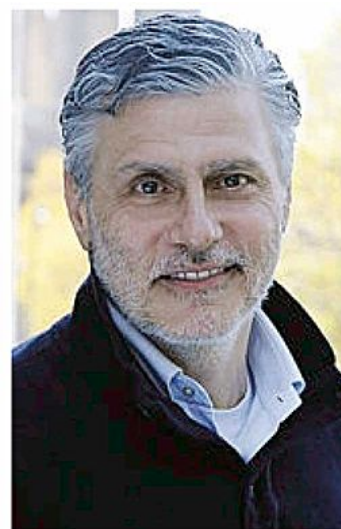
una strategia di ingresso negli Stati Uniti d'America. Vengono prese in esame alcune aree "fertili" negli Usa come la logistica, il sistema legale, l'e-commerce, la costituzione di società di diritto locale e l'apertura di esercizi commerciali. Un capitolo a parte è dedicato al vino.

In Brianza ci sono 22mila attività industriali, 9.500 delle quali appartengono al mondo manu-

fatturiero; 40mila sono invece le imprese nel settore terziario. Quasi il 20% dell'export brianzolo è rappresentato da macchinari e apparecchiature, l'11,8% da computer e prodotti elettronici, il 10,4% da prodotti della metallurgia, il 9,2% da pro-

dotti chimici e solo l'8,6% dal settore del design e del legno arredo. Il made in Brianza esporta 8.607 milioni di euro, 591 dei quali verso gli Stati Uniti, pari al 6,9%.

La crescita export della Brianza nell'ultimo anno verso gli Stati Uniti è stata del 11,2%, superiore a quella delle esportazioni verso il mondo che è stata invece - secondo l'ufficio studi dell'ente camerale - del 6,9%. ■ **Elena Sandrè**



Lucio Miranda