

Export, America chiama Italia

MORA, ALTOATESINA, 41 ANNI: Muriel Nussbaumer è il volto del made in Italy negli States, la rappresentante della Italy-America Chamber of Commerce di New York. Da quando il cambio euro-dollaro è diventato stabile, gli Stati Uniti sono tornati a sognare mobili brianzoli, olio toscano, calzature marchigiane. Una passione che offre enormi opportunità per gli Export Manager.

La Camera di Commercio newyorkese, per meglio incanalare il flusso di merci dirette negli States, ha creato un'apposita sede in Italia e la loro persona di fiducia è Muriel Nussbaumer, un passato in Telecom e una grande passione per l'America. Nel 2003 entra in ExportUsa, società che aiuta le aziende ad aprirsi agli States, e si occupa di 250 clienti. «È un business in crescita. Il sito di ExportUsa ha 12mila visualizzazioni al giorno, 700 contatti al mese», spiega la manager, che oggi è pronta a scommettere su una rivoluzione nei rapporti commerciali grazie all'e-commerce e all'internazionalizzazione delle imprese.

Esistono molte occasioni professionali per chi sogna gli Stati Uniti. «L'export non è una possibilità, ma un *sine qua non*. E più dell'Asia, che ha una minor certezza del diritto, gli Usa continuano a

essere la piazza più importante». Secondo Nussbaumer, le aziende italiane saranno sempre più propense ad aprire sedi commerciali e poli produttivi oltreoceano, così da avere maggior controllo sul brand. «Ecco perché servono consulenti che conoscano mercato e regole americane», spiega la manager, secondo cui il tallone d'Achille degli italiani, rispetto a francesi e tedeschi, è la scarsa strategia, l'incertezza del marketing e dei piani di investimento, pur potendo contare su un'eccellente qualità dei prodotti.

«Gli americani sono pragmatici, veloci nelle trattative e spesso non capiscono perché a noi servano decine di riunioni fiume per definire un accordo che loro chiuderebbero in una singola email. E restano scioccati dall'incapacità degli italiani di definire budget, business plan, protocolli definiti». Caratteristica fondamentale, invece, per gli aspiranti Export Manager. «Bisogna dotarsi degli *skill* linguistici adeguati, conoscere anche le minime sfumature dell'inglese, approfondire gli aspetti culturali e sociali diversi dai nostri, indispensabili per chiudere una trattativa», consiglia l'imprenditrice. Un ultimo consiglio ai futuri manager? «Sognate in grande e viaggiate. Solo così nascono idee geniali». **G.R.**

