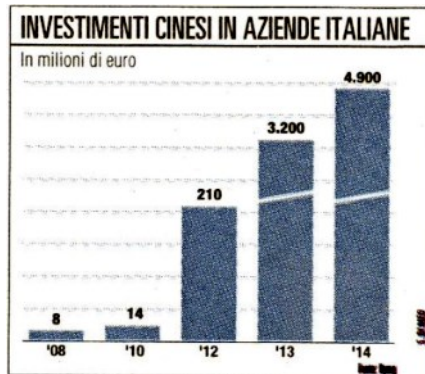


L'investitore viene da Pechino per gli avvocati c'è il business Cina



UN SETTORE NUOVO, IN ESPANSIONE. APERTI MOLTI UFFICI DI RAPPRESENTANZA IN ASIA MA ORA FUNZIONANO ANCHE IN MODO INVERSO: NON SOLO IMPRESE ITALIANE CHE VANNO IN ORIENTE MA ANCHE GRUPPI ORIENTALI CHE COMPRANO QUI. IL CASO **PEDERSOLI**

Gloria Riva

È in una grande sala riunioni al numero 15 di via Monte di Pietà, in centro Milano, che nella notte tra il 22 e il 23 marzo è stato firmato l'accordo tra Pirelli e i cinesi di ChemChina. Il padrone di casa è l'avvocato Antonio **Pedersoli** - seconda generazione dell'omonimo e famoso studio legale, lo stesso che adesso sta seguendo Exor nell'acquisizione di PartnerRe -, che nella trattativa è stato il procuratore, insieme all'avvocato Andrea Gandini, del gruppo asiatico. Quella notte ha ospitato Marco Tronchetti Provera e i russi di Igor Sechin della Rosneft, più i manager cinesi, ovviamente.

Per **Pedersoli** quella lunga notte è stata il coronamento di un nuovo business: affiancare le aziende asiatiche che intendono portare a termine acquisizioni in Italia. Un settore nuovo, in rapida espansione fra gli studi legali italiani. C'è chi da tempo si è attrezzato creando uffici di rappresentanza in Asia, a Pechino, Hong Kong o Singapore, come hanno fatto Chiomenti, Birindelli, Nctm, Pirola Pennuto Zei e Gianni Origoni Grippo, ma adesso la vera sfida è accogliere i cinesi qui in Italia, condurli alla scoperta delle possibili operazioni di M&A, compiere due diligence, negoziare i contratti e

scriverli.

«Prima erano gli italiani che andavano in Cina ad aprire società e quindi bisognava assisterli laggiù. Adesso sono i cinesi che vengono in Italia a comprare aziende e hanno bisogno di studi legali di cui potersi fidare», racconta **Pedersoli**, che sta lavorando sul mercato cinese da circa due anni e mezzo. Prima ha stretto relazioni istituzionali con la China Textile Council, la Confindustria Tessile d'Oriente: 50 associati hanno accettato il suo invito a partecipare al workshop, organizzato da Intesa San Paolo, per spiegare come fare acquisizioni nel settore della moda italiana. Poi è entrato in contatto con la China International Capital Corporation, la banca d'affari più importante, partecipata da un fondo sovrano, che lavora su deal di notevole importanza. La svolta è avvenuta con **Jihua Group**, società cinese quotata alla Borsa di Shanghai e controllata al 66,3% dall'azienda di stato Xinxing Cathay International Group. **Pedersoli** nel 2014 ha accompagnato il manager di **Jihua** alla conquista della Majocchi di Como e delle Concerie di Chienti.

«Per gli avvocati l'interesse dei cinesi per la manifattura italiana può diventare un business profittevole, anche se è necessario comprendere il loro modo di lavorare», dice **Pedersoli** che, ad esempio, racconta come i cinesi siano intenzionati a concludere solo operazioni di maggioranza.

Lo studio **Pedersoli** ha 100 professionisti, 18 soci, 12 junior partner e 2 sedi, una a Torino e l'altra a Milano, e sta puntando molto sulle potenzialità del mercato cinese: «Nei prossimi anni le grandi operazioni arriveran-

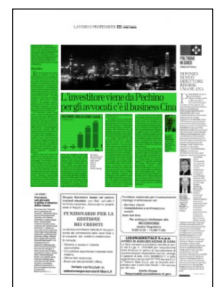
no da quell'area, per ora dalla Cina, ma in prospettiva anche Corea e Vietnam aumenteranno gli investimenti nel nostro paese. Noi ci stiamo attrezzando e altri studi legali italiani fanno altrettanto», commenta l'avvocato. Infatti la Fondazione Italia Cina da quest'anno ha avviato un percorso formativo, che si chiama China Training Program, per sviluppare uno specifico know how sulle dinamiche interculturali nei rapporti professionali, oltre a fornire informazioni per meglio conoscere il mutevole contesto economico cinese.

Ci sono molte cose da sapere. Ad esempio, firmare un contratto con il numero due di una società cinese non significa aver concluso un accordo, solo l'intesa con il capo azienda ha valore. E poi c'è il vasto tema degli arbitrati. Tutti i negoziati avvengono in inglese e poi sono tradotti in cinese: è indispensabile quindi chiarire quale sarà la fonte in caso di litigio e quale la sede arbitrale, che il più delle volte viene fissata a Hong Kong, Singapore, ma anche a Milano, Londra, Parigi o Ginevra.

Sono molti gli studi italiani che stanno rivedendo la propria strategia rispetto al business cinese, non più cercando di mettere radici in Cina con succursali a Hong Kong, ma avviando rapporti con grandi studi legali di Pechino, favorendo quindi partnership, scambi e visite. Inoltre la soluzione che più piace ai cinesi è quella *onestopshop*, cioè onnicomprensiva. «Sempre più ci sarà la necessità di assumere qui in Italia personale che conosca il cinese, scritto e parlato, per velocizzare i rapporti con clienti asiatici», conclude **Pedersoli**.



Qui sopra, **Antonio Pedersoli**. Il suo nuovo business è affiancare le aziende asiatiche in Italia



© RIPRODUZIONE RISERVATA