

EFFETTO TRUMP

Commercialisti
al lavoro
con le aziende
sui dazi Usa

Carbonaro — a pag. 13

Commercialisti già al lavoro sui dazi: le strategie suggerite per diversificare

Consulenza. Prima ancora di conoscere le scelte commerciali dell'amministrazione Trump verso l'Europa molte aziende valutano con i professionisti i possibili mercati alternativi e le regole doganali. Ma prevale l'attesa per l'annuncio ufficiale

Massimiliano Carbonaro

Senza attendere la data del 2 aprile per capire nel dettaglio le intenzioni del presidente americano Trump sui dazi da imporre all'Unione europea, a partire da quelli sulle auto, le aziende italiane si sono già rivolte ai commercialisti e ai consulenti per avere assistenza nella valutazione dei possibili impatti e nell'individuare strategie di difesa.

Il primo istinto di imprese e professionisti è stare alla finestra per vedere cosa succede, mentre si esplorano altri mercati. Ma chi ha negli Usa il principale sbocco dei propri prodotti deve comunque valutare come procedere in caso di dazi già in questa fase di incertezza e continui mutamenti di scenario.

Andersen ha attivato da subito una task force dedicata a chi opera nei mercati internazionali: «Con i nostri clienti cerchiamo di fare un'analisi della situazione con riscontri pratici - commenta il partner Davide Centurelli - ma nello stesso tempo si sta alla finestra per capire meglio cosa succederà. Intanto ci hanno chiesto, vista la nostra rete estesa in 170 paesi, di aiutarli ad individuare scenari alternativi».

Non mancano, ma sono casi molto limitati, le aziende che hanno bisogno di consulenza per valutare se installare negli Usa proprie strutture produttive. Mentre c'è maggiore attenzione sullo snellimento dei processi doganali cercando almeno di risparmiare sull'elemento logistico. Più in generale, si cerca di capire



Focus sulla gestione dell'impatto economico e fiscale delle misure protezionistiche annunciate

sul fronte della supply chain come la mappa dei dazi influenzerà l'approvvigionamento. «Molte imprese si sono già rivolte a noi per ottenere supporto nella gestione dei possibili impatti economici e fiscali derivanti da misure protezionistiche» commenta **Marco Rescigno**, partner dello **studio RC - Rescigno Carrara** di Bergamo. «C'è l'esigenza da parte degli imprenditori di comprendere il quadro normativo attuale sui dazi e sulla normativa doganale - aggiunge - per anticipare e valutare le conseguenze che potrebbero derivare dai cambiamenti regolamentari che potrebbero essere imposti dall'amministrazione Trump».

Il bisogno maggiore degli imprenditori, e in particolare delle piccole e medie imprese, è ricevere supporto per analisi finalizzate a stimare i possibili impatti sui propri budget e business plan, così da valutare sui vari prodotti o clienti come fattori esogeni quali i dazi potranno incidere sui volumi e sulle marginalità complessive.

Queste analisi saranno fondamentali per prendere decisioni consapevoli per reagire alle politiche commerciali statunitensi, valutare scenari alternativi, implementare politiche di diversificazione e pianificare investimenti in settori, prodotti e mercati meno esposti ai dazi e più promettenti in termini di ritorno economico.

Comunque, nell'incertezza molte imprese preferiscono aspettare. Come sottolinea **Francesco Matrone**, managing partner dello studio romano **SM&A Dottori Commercialisti Associati**: «Il sentimento generale che prevale è di attesa. Come se fossero tutti "frizzati". Assistiamo imprese che esportano per la grande distribuzione sia generi alimentari sia vino. Queste vogliono capire se i

dazi diventeranno una misura strutturale o se si tratta di una misura di breve termine. Mentre le imprese americane che seguono stanno facendo magazzino, paradossalmente contro gli stessi auspici di Trump, perché hanno aumentato le importazioni». Altre aziende esportatrici hanno assunto un approccio paziente, scommettendo su effetti recessivi dei dazi e sulla possibilità di una riconsiderazione da parte dell'amministrazione americana.

Lo **Studio Alcor - Commercialisti** di Padova ha tra i clienti aziende che producono macchine per l'industria e per il tempo libero, abbigliamento tecnico e moda: «Alcuni - commenta il partner Carlo Saccaro - sono alla ricerca di soluzioni veloci che impat-



tino poco. Per esempio, vorrebbero individuare qualche azienda a cui affidare le licenze per produrre negli Usa, non credendo sia necessaria una soluzione strutturale. Altre – continua – guardando alla possibilità di ridurre l'impatto, chiedono di verificare se è possibile adottare una soluzione come la *First sale rule* che farebbe cadere i dazi sulla prima transazione in una catena di fornitura». In pratica è una procedura per cui se i prodotti prima di arrivare negli Usa subiscono diverse cessioni, l'azienda esportatrice può chiedere che il dazio sia sulla prima fattura di vendita. Ma il meccanismo è complicato e richiede una difficile interlocuzione con la dogana Usa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ADOBESTOCK

La First sale rule. L'ipotesi di applicare la regola sulle tariffe del luogo di prima cessione