

CONSIGLI TOP

*Per professionisti
ed export manager*

LA GUIDA EF ENGLISHTOWN PER:

Avere successo nel mercato internazionale





- 03** / *Introduzione*
- 05** / *Questione di fluency*
- 09** / *Biglietto da visita*
- 12** / *Vendere oltre confine*
- 16** / *Keywords*
- 20** / *Facciamo due chiacchiere*
- 26** / *Il momento del lancio*
- 28** / *Veniamo al dunque*
- 31** / *Comprendere il gergo professionale*
- 39** / *Scopri EF Englishtown*

QUESTA È UNA GUIDA INTERATTIVA

 L'icona della casa nell'angolo in alto a sinistra ti consente di tornare a questa pagina da qualunque punto della guida.





INTRODUZIONE

*L'inglese,
la lingua professionale
internazionale*

Oggi l'inglese è accettato universalmente come la lingua professionale ufficiale. La maggior parte delle aziende straniere ha adottato la lingua inglese come uno degli strumenti di base più efficaci per ottenere successo nel mercato internazionale.

Per le aziende italiane è una competenza fondamentale per presentarsi al mondo e imprescindibile per supportare lo sviluppo dell'Export verso le "English Speaking Countries", ma non solo.

Anche internet gioca un ruolo enorme nella diffusione mondiale dell'inglese. L'inglese domina nel mondo online, come possiamo vedere ad esempio nei social, e infatti la maggioranza dei siti stranieri offre anche la possibilità della traduzione in inglese.





PARTE 1

QUESTIONE DI FLUENCY

*Perché la fluency è
importante?*

PERCHÉ LA FLUENCY È IMPORTANTE?

Quando si comunica in più di una lingua, la fluency è certamente desiderabile, ma non è essenziale perché la comunicazione abbia luogo. Puoi comunicare con un madrelingua anche se hai solo una conoscenza basilica dell'inglese, ma essere veramente fluente offre molti più vantaggi, in particolare nel mondo professionale.

1. In termini pratici, più parli bene l'inglese, meglio riesci a negoziare, e non solo con i madrelingua. Ad esempio, se lavori per un'azienda tedesca di trasporti, potresti aver bisogno di parlare in inglese per comunicare con un esportatore russo.
2. Questa è l'epoca di internet e del commercio online; perché non entrare nel mondo del commercio online e raggiungere così 1 miliardo di potenziali clienti che parlano inglese?
3. Più è alto il tuo livello di conoscenza dell'inglese, meglio è per il tuo datore di lavoro, perché offri un'immagine più efficiente e professionale della tua azienda quando fai affari con altri.
4. Se hai il pieno controllo della lingua, il tuo datore di lavoro potrà darti maggiore fiducia e autonomia e questo aumenterà le tue chance di fare carriera in azienda.
5. Più fluente sei in inglese, più opportunità professionali avrai, con prospettive di carriera più ampie e spesso pagate meglio.
6. Su un livello personale e professionale ti consente anche di viaggiare di più: sia per lavoro che per piacere, una comprensione solida dell'inglese ti consente di avere successo in un'ampia gamma di nazioni.

Fluency

- La parola *fluent* deriva dal latino e significa 'flusso'.
- Fluency è un termine linguistico che significa flusso rapido di suoni, sillabe, parole e frasi unite assieme perché si parla velocemente.
- La fluency linguistica è usata informalmente per indicare un livello alto di conoscenza linguistica, per cui l'uso della lingua è disinvolto e fluido, non lento e zoppicante.

I LIVELLI DI FLUENCY DEL BUSINESS ENGLISH

Quando cerchi lavoro, potresti notare negli annunci l'espressione 'business level fluency' in inglese. Vuol dire che cercano qualcuno che possa fare affari in inglese senza bisogno di essere affiancato da un madrelingua. Questo significa essere capace di conversare in inglese con il proprio staff e i clienti ed essere anche capace di leggere e scrivere email e documenti in inglese.

Sei livelli di fluency

Il Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) ha collaborato con il Consiglio d'Europa allo scopo di fornire un metodo di apprendimento, di insegnamento e di valutazione che si applicasse a tutte le lingue europee. Ne sono scaturiti sei livelli di riferimento che sono stati poi accettati come standard europeo per la valutazione della conoscenza linguistica individuale. Quindi, secondo il CEFR, il tuo livello di fluency potrebbe essere:

Basic – livello iniziale

Basic – livello elementare

Questi livelli indicano che sei in grado di interagire in modo semplice con persone che parlano inglese lentamente e in modo chiaro.

Independent – livello intermedio

Independent – livello intermedio superiore

A questi livelli di fluency, sarai in grado di comunicare bene durante i tuoi viaggi indipendentemente da dove viene parlato l'inglese e di comprendere testi, pensieri e idee più complessi.

Proficient – livello avanzato

Proficient – livello di padronanza e conoscenza ottimo

A questo livello di fluency, non solo sarai in grado di comprendere un'ampia gamma di testi più lunghi e impegnativi e tutto quello che senti in inglese, ma riuscirai anche a esprimere le tue idee in modo naturale e spontaneamente, senza doverti fermare a pensare alle parole e alle espressioni corrette da usare.



PARTE 2

**BIGLIETTO
DA VISITA**

*Come presentare la tua
società*

COME PRESENTARE LA TUA SOCIETÀ

Al momento di portare la tua impresa all'estero è importante fare una buona impressione. Ci sono tante cose che puoi fare per assicurarti di essere percepito come professionale, ben informato e consolidato.

Consigli top:

⊕ **Metti in ordine il tuo sito internet**

Se la maggior parte dei tuoi clienti si trova all'estero, il sito internet giocherà un ruolo vitale per presentare il tuo Brand. Per un'impressione professionale, assicurati che il sito sia aggiornato con le informazioni che sono importanti per i clienti attuali e potenziali delle località dove desideri vendere. Utile anche avere sul sito una lista dei Paesi in cui esporti.

⊕ **Dimostra le tue conoscenze**

La fiducia è una parte importante di qualsiasi relazione commerciale e i tuoi clienti vogliono avere la certezza che tu sia un esperto nel tuo mercato locale. Rafforza la fiducia con i tuoi clienti attuali e potenziali assicurandoti che tutti i materiali di marketing, le email e ogni altra comunicazione sia in grado di dimostrare che conosci le usanze locali. Prova a seguire siti di notizie e guide commerciali del posto per avere un'idea. Pubblica una pagina FAQ per fornire risposte ad eventuali domande iniziali da parte dei visitatori del tuo sito.

⊕ **Verifica le tue competenze linguistiche**

Se vendi in paesi dove l'inglese non è parlato comunemente, assicurati che le comunicazioni che invii siano in un inglese chiaro, basico e con meno gergo tecnico possibile. Prendi in considerazione la possibilità di tradurre alcune delle pagine principali del tuo sito nella lingua locale.

Se invece stai trattando con un mercato dove si parla inglese, allora controlla tutte le parole e l'ortografia, tenendo a mente che nel dialetto locale potrebbero essere diverse, per evitare ogni incomprensione.



COME PRESENTARE LA TUA SOCIETÀ

⊕ **Crea un dominio internet**

I clienti che comprano beni esportati vogliono avere a che fare con un Brand di cui si fidano. Per questo motivo investi in un dominio internet, in modo tale da inviare email dal tuo dominio piuttosto che da un account di posta elettronico generico. Fare in modo che la tua impresa appaia ben affermata contribuirà a rassicurare i clienti stranieri che sei un commerciante legittimo su cui possono contare.

⊕ **Investi in recapiti locali**

Ai clienti piace poterti contattare facilmente. Alcuni fornitori di telefonia VOIP consentono di scegliere il prefisso preferito quando creano una nuova linea. Informati su questo servizio, in modo tale da dare ai tuoi clienti la possibilità di contattarti a un numero con prefisso locale.

⊕ **Condividi il tuo successo**

Un'altra cosa che puoi fare per creare un'immagine professionale e affidabile è condividere i tuoi dati di mercato e le testimonianze di clienti attuali. Pensa a qualche dato che hai raggiunto che potrebbe essere particolarmente rilevante per i tuoi clienti all'estero e pubblica queste informazioni sul tuo sito. Chiedi ai clienti soddisfatti di poter pubblicare una loro citazione.



PARTE 3

VENDERE OLTRE CONFINE

*Come commercializzare
al meglio il tuo prodotto
all'estero*

COME COMMERCIALIZZARE AL MEGLIO IL TUO PRODOTTO ALL'ESTERO

Quando si tratta di vendere all'estero, la preparazione è la chiave del successo. Prima di iniziare, è importante imparare quante più cose possibili sul Paese in cui vuoi esportare, soprattutto in merito a cosa devi fare prima di cominciare la tua attività di vendita ("trading"). È un processo abbastanza lineare ma se trascuri alcuni elementi potresti incorrere in multe ("fines").

Consigli top:

⊕ Scegli un mercato appropriato

Lanciare il tuo prodotto all'estero è un passo grande, quindi è bene essere il più attenti possibile nello scegliere il luogo in cui vuoi esportare. Tra le cose da considerare, le opportunità di mercato: il prodotto è sconosciuto in quel mercato? In questo caso, è perché non c'è interesse? Se al contrario si tratta di un prodotto popolare, il mercato è saturo o il tuo prodotto ha qualcosa di unico che aiuterà le vendite? Devi anche considerare eventuali barriere all'ingresso ("barriers to entry"), come per esempio i costi di spedizione o le regole della dogana locale.

⊕ Conosci il tuo mercato

Una volta scelta la tua regione target, non dare per scontato che sia simile al tuo mercato locale. Fai alcune ricerche iniziali circa il tipo di imprese già attive nella zona, il tipo di consumatori e le loro abitudini di acquisto ("purchasing habits").

Considera attentamente se il prodotto ha una stagionalità oppure se è venduto soltanto attraverso un particolare tipo di negozio o venditori. Informazioni di questo tipo ti aiuteranno a identificare il tuo target e costruire il tuo lancio.

Fare lo sforzo di conoscere il mercato non solo renderà più facile vendere il tuo prodotto ma ti aiuterà anche a dare una buona impressione.

COME COMMERCIALIZZARE AL MEGLIO IL TUO PRODOTTO ALL'ESTERO

⊕ Preparati a differenze culturali

Culture diverse hanno abitudini diverse, quando si tratta di vendere e acquistare. Per esempio, in alcune culture dove è normale mercanteggiare, il cliente potrebbe aspettarsi di ricevere un preventivo iniziale maggiore per poi tirare sul prezzo.

In alcune culture, il cliente può farti attendere per molto tempo prima di prendere una decisione.

Pensare in anticipo a queste problematiche ti aiuterà ad evitare errori non intenzionali, per non parlare del fatto che mostrare sensibilità culturale è un ottimo modo per ottenere fiducia in te e nel tuo brand.

⊕ Consulta un legale

Prima del tuo lancio, vale la pena considerare le implicazioni legali relative alla vendita in un determinato paese. Assicurati che il prodotto sia conforme a tutte le regole locali e familiarizza con le leggi che governano le esportazioni e le transazioni bancarie.

Considera la possibilità di appoggiarti a un legale sia nel tuo Paese che in quello in cui si svolgerà il tuo business.

COME COMMERCIALIZZARE AL MEGLIO IL TUO PRODOTTO ALL'ESTERO

Vediamo ad esempio alcune informazioni specifiche per il mercato UK.

⊕ **Cerca il consiglio giusto**

UK Trade and Investment è un dipartimento governativo che fornisce consigli, informazioni ed assistenza agli imprenditori che cominciano a commercializzare nel Regno Unito. Possono darti un sacco di informazioni su come funziona il business in UK. Inoltre svolgono diversi programmi di start-up per piccole società e imprenditori stranieri.

⊕ **Registra la tua Società**

Anche se la tua società è registrata legalmente in un altro Paese, se vuoi fare business nel Regno Unito devi registrare la tua società presso la *Companies House*. La registrazione include la compilazione del modulo OS IN01 con il nome della Società, il tipo di attività, i nomi di direttore e rappresentanti legali, oltre ad altre informazioni di base e altra documentazione. Non devi completare questo processo prima di cominciare a vendere in UK ma hai tempo fino a 1 mese dopo l'apertura del tuo business, per inviare tutta la documentazione alla *Companies House*.

⊕ **Registrare la Partita Iva**

In base al volume dei tuoi affari, potresti avere l'obbligo di registrarti per il VAT (tassa a valore aggiunto). Attualmente la VAT ammonta al 20% in UK. Puoi registrarti online e, una volta completata la richiesta, riceverai un numero VAT, che dovrai utilizzare in tutte le fatture emesse verso clienti UK. La registrazione VAT è opzionale per società con entrate inferiori a £81.000 all'anno ma è un buon modo per far dare alla tua impresa un'immagine solida. Considera anche che i tuoi clienti e fornitori in UK sono società con partita IVA registrata, per cui avere a tua volta un VAT number ti dà la possibilità di chiedere il rimborso per le tasse che paghi.

⊕ **Affidati agli specialist giusti**

Prima del lancio, assicurati di avere a tua disposizione i giusti servizi professionali. Avrai bisogno di un commercialista ("accountant") con buone conoscenze della regolamentazione fiscale inglese, così come di un avvocato ("solicitor") che ti aiuterà con tutte le faccende legali.





PARTE 4

KEYWORDS

*Parole e frasi chiave
in inglese per Export
Business*

PAROLE E FRASI CHIAVE IN INGLESE PER EXPORT BUSINESS

Come ogni settore, l'industria dell'Export ha il suo vocabolario specifico. Ecco alcune delle parole e frasi principali che ti serviranno per far prendere il volo alla tua attività.

⊕ Beni

Ci sono diversi termini per riferirsi ai beni esportati ("export goods"). "Cargo" è il termine commerciale per qualsiasi bene che venga importato o esportato.

Tuttavia, quando i beni vengono trasportati, allora si chiamano "freight".

Infine, quando i beni sono arrivati a destinazione e vengono comprati o venduti, si usano più comunemente termini come "merchandise" oppure "commodities".

⊕ Spedizione

Vale la pena familiarizzare con alcune parole chiave per la spedizione ("shipping").

Per esempio, "containers" sono quelle scatole enormi nelle quali i "freight goods" sono trasportati.

Potresti incontrare anche il termine "container port", che è il posto dove i container vengono scaricati. Puoi sentire anche gli esportatori parlare di "containerising" i beni, che significa trasportarli in un container.

Il "quay" è la piattaforma artificiale utilizzata per caricare le navi ("ships"). A volte viene chiamata anche "wharf" o "quayside".

PAROLE E FRASI CHIAVE IN INGLESE PER EXPORT BUSINESS

⊕ **Figure importanti**

una persona che rappresenta o agisce per conto di una o più navi al porto (“port”).

Avrai anche a fare con la dogana ovvero con i “customs”. Questo termine si riferisce sia alle tasse e alle imposte (“duty”) applicate ai beni importati che agli agenti preposti a raccogliere queste tasse.

*Alcune frasi comuni che potresti sentire sono:
“You will need to pay customs” (devi pagare le imposte di dogana) e “the goods are still being held in customs” (i beni sono ancora trattenuti in dogana).*

Interagire con la dogana include dichiarare i beni (“declaring goods”), che significa fornire una dichiarazione (“customs declaration form” anche nota come “statement of taxable goods”).

Sentirai spesso l’espressione “goods to declare”: beni da dichiarare.

⊕ **Documenti**

Ci sono un mucchio di documenti e certificati che dovrai inviare e ricevere durante il processo di esportazione. Per esempio dovrai preparare una “packing list”, un documento inviato assieme ai beni per dimostrare che sono stati controllati, e un “certificate of origin”, che dimostra la provenienza dei beni da esportare.

Ti troverai spesso a usare frasi come “I have completed the certificate of origin”.

Quando il cargo giunge a destinazione ci sarà bisogno di una bolla contenente la lista dei beni e le istruzioni per la spedizione, nota come “bill of lading” oppure “waybill”.

Infine una “letter of credit” è una lettera della banca che autorizza a prelevare fondi da un’altra banca.

Abbreviazioni comuni

Incontrerai diverse abbreviazioni per il commercio delle esportazioni, incluse le seguenti:

- ⊕ **C&F – Cost and freight.**
Si riferisce alla spedizione di beni a un determinato porto senza assicurazione.
- ⊕ **CIF – Cost, insurance and freight.**
Quando la spedizione dei beni include l'assicurazione.
- ⊕ **FAS – Free alongside ship.**
Significa che l'accordo include la consegna ("delivery") alla banchina ("quayside") ma non il caricamento ("loading").
- ⊕ **FOB – Free on board.**
Significa che l'accordo include anche il caricamento sulla nave.



PARTE 5

FACCIAMO DUE CHIACCHIERE

*Esempi di conversazione
per Export Business*

ESEMPI DI CONVERSAZIONE PER EXPORT BUSINESS

Ci sono diverse interazioni piuttosto peculiari nell'industria dell'export. Assicurarti di avere sempre le parole e le frasi giuste a portata di mano ti aiuterà a fare andare il processo di vendita più liscio possibile.

Il Sales Pitch

Durante un “sales pitch”, la proposta di vendita, c'è la tentazione di concentrarsi su tutte le caratteristiche dell'offerta. Tuttavia in questa fase cruciale del processo di vendita, è importante concentrarti sul tuo cliente, sapere quante più cose possibili su di lui e dimostrargli che conosci i suoi bisogni.

Ascoltare è importante, ma anche saper fare domande. Fare le domande giuste ti aiuterà a confezionare la tua proposta su misura. Per esempio, se un cliente non è soddisfatto del prezzo, puoi focalizzarti sui motivi per i quali il tuo prodotto non è conveniente (“cost-effective”). Se sta cercando una qualità più alta, allora metti in evidenza le caratteristiche più forti del tuo prodotto.

Esempio

A:

Do you have an existing supplier?

B:

Yes, I have been using the same supplier for five years.

A:

I see. Are you researching other suppliers out of curiosity about what is on the market these days, or because you are dissatisfied with your existing product?

B:

I've been a little less happy with my supplier lately, so I thought I would see what other people have to offer.

ESEMPI DI CONVERSAZIONE PER EXPORT BUSINESS

A:

Really? Is it the price or the quality you are unhappy with?

B:

I've started to notice that the quality of the product is slipping and there have been issues with the deliveries. Sometimes the goods turn up late, or there is a mistake in the order.

A:

I understand that must be very frustrating. What would you like from your next supplier?

B:

Well, I'm looking for reliability, both in terms of the product quality and the delivery times. Better customer service would be good too. It can sometimes be difficult to get a hold of my existing supplier when there is a problem.

A:

Well, let me tell you a little more about what we're offering. We have very competitive prices and our aim is to be as cost-effective as possible, but as you will see from the testimonials I have here, our customers also describe our products as very high-quality. But what I'd really like to show you is our customer service statement. Here's what you can expect in terms of support from us, and this is our process for resolving any issues that arise. For example, you will always receive a document with your order to show that the goods have been checked against your order sheet, and we always follow up every order with a telephone call to make sure that you are satisfied.

ESEMPI DI CONVERSAZIONE PER EXPORT BUSINESS

La Negoziazione

La fase di negoziazione è la più difficile da padroneggiare. Ancora una volta, prepararsi e ascoltare è vitale. Sii proattivo e dimostra che hai ascoltato attentamente.

Esempio

A:

Now that you've seen the full range, would you like me to take your order?

B:

No, I'm not sure I'm ready to place an order just yet.

A:

Do you have any more questions that you'd like me to answer before you make up your mind?

B:

Yes, actually. I really like the handmade items, but do they take a lot longer to arrive? Are the delivery times reliable?

A:

Yes, they are. These items are very popular, so we are able to maintain a good stock of them in our warehouses rather than making them up to order. And if there is likely to be any delay, we will let you know when you place the order so you can decide if you want to proceed or order something else.

B:

Thank you, that's much clearer.

A:

I think, based on what you've told me so far, that you might want to start with a combination of these two products for your first order.



ESEMPI DI CONVERSAZIONE PER EXPORT BUSINESS

Fornire un preventivo

L'avvio ufficiale di ogni operazione di importazione ("import transaction") è il preventivo ("quote").

Per evitare problemi futuri, vale la pena dare seguito all'invio del preventivo, contattando il cliente per ringraziarlo del suo tempo e accertarti che sia soddisfatto delle condizioni offerte.

Esempio

A:

Hi there, I just thought I'd follow up with you to make sure you received the proforma invoice I sent over.

B:

Yes, I've received it, thank you very much.

A:

Have you had a chance to read it? It would be really helpful if you could just confirm you're happy with the order details and the costs and delivery schedule. Also, I added the extra instructions you requested, so please check you're happy with those.

ESEMPI DI CONVERSAZIONE PER EXPORT BUSINESS

Organizzarsi per la dogana

Una volta concluso l'affare, quando il tuo preventivo è stato accettato, è importante assicurarti che il processo di consegna fili liscio. Prima di inviare un ordine, dovrai preparare una "export declaration", fornendo il dettaglio di tutti i beni in esportazione e la loro destinazione.

Esempio

A:

Hello, I'd like to check how long export declarations are valid for.

B:

An export declaration lasts for 60 days.

A:

Thank you. I've got a large order of goods to send in about seven weeks' time. When do you think I should submit my declaration?

B:

Well, it takes a few days to process the declaration, so perhaps a week to ten days before you ship the goods.



PARTE 6

IL MOMENTO DEL LANCIO

*Come scrivere
una proposta eccezionale*

COME SCRIVERE UNA PROPOSTA ECCEZIONALE

Le proposte possono essere difficili da scrivere. Devi essere persuasivo e dimostrare alle persone perché la tua idea è meritevole ma allo stesso tempo non vuoi che le persone pensino che le stai forzando ad accettarla. Segui queste semplici linee guida per rendere efficaci le tue proposte senza essere troppo insistente.

Inizia con un riassunto.

Ti sembra strano? Invece quello che noi chiamiamo un “executive summary” deve essere la prima parte di una proposta. Come una frase chiave, dà un’idea di che cos’è la proposta senza, però, dare troppe informazioni dettagliate. La funzione di questa sezione è di invogliare il lettore a leggere il resto della proposta.

Identifica un problema o un’esigenza e illustrali in modo chiaro.

Una buona proposta risolve un vero problema. Se non esiste il problema o l’esigenza, perché allora stai proponendo qualcosa? Se non espliciti quale problema vuoi risolvere, il lettore non ha motivo di continuare a leggere.

E ora la parte divertente: spiega come risolverai il problema.

Quando spieghi la tua soluzione, collega tutte le parti per dimostrare come risolverai il problema. Questo ti aiuterà ad avvalorare quanto efficace è la tua soluzione. Descrivi i risultati stimati utilizzando figure chiare e spiega come sei arrivato a determinare questi risultati. Preparati anche a esporre un piano alternativo se qualcosa dovesse andare male.

Poi, **evidenzia in modo chiaro le risorse** che ti servono in termini di costi, persone e tempo. Ricollegati al problema e dimostra che il valore della tua soluzione è più alto dei costi.

Ad esempio:

“My new system will cost £10,000 to develop but it will save the company £100,000 over the next three years.”

E ora la conclusione.

Torna rapidamente ai punti principali del problema, a come li risolverai e perché la tua soluzione merita i costi. Ricordati di essere onesto. Dimostra il valore della tua proposta e le persone saranno felici di accettarla.

A photograph of two men in business suits sitting at a desk, looking at a document together. The man on the left is smiling, while the man on the right is looking intently at the paper. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the center of the image, containing text.

PARTE 7

**VENIAMO AL
DUNQUE**

*Come leggere un
contratto*

COME LEGGERE UN CONTRATTO

Al momento di portare la tua impresa all'estero è importante fare una buona impressione. Ci sono tante cose che puoi fare per assicurarti di essere percepito come professionale, ben informato e consolidato.

Avere a che fare con un documento che ti vincola legalmente, quale un contratto per l'esportazione, può essere piuttosto scoraggiante se non parli inglese. I termini e condizioni d'uso ("legal terms") spesso sono fitti e difficili da decifrare e potresti essere tentato da firmare semplicemente il documento, sperando che tutto vada bene. Non leggere il contratto in modo accurato potrebbe lasciarti nel rischio di scoprire che l'accordo è nullo o che ti sei messo in condizioni di svantaggio, firmando un contratto che non copre i tuoi interessi. Trovare il tempo di leggere il documento attentamente ti aiuterà a garantire che tutte le parti siano trattate equamente.

Uno dei vantaggi di un contratto è che i termini utilizzati devono essere definiti chiaramente all'inizio del documento. È molto importante che non ci siano ambiguità. Capita spesso di incontrare definizioni incomplete in un contratto, quindi non aver timore di chiedere spiegazioni se qualcosa non è chiaro.

Le parole tipiche che incontrerai in un contratto inglese sono tante. "This agreement" è il termine utilizzato per riferirsi al contratto stesso. Il termine "by and between" specifica quali sono le parti interessate dal contratto.

Ogni punto del contratto è identificato da un articolo numerato, quindi vedrai diverse sezioni dell'accordo fare riferimento a "article one", "article two", ecc.

Le persone fisiche o giuridiche che stipulano un contratto sono i "contractors" e ci deve essere di solito un "witness", ossia un testimone che ha assistito alla firma del contratto.

Le responsabilità di ciascun contractor si chiamano "obligations" mentre il contenuto del contratto sono, appunto, i "terms".

COME LEGGERE UN CONTRATTO

Quando si viola uno degli obblighi o dei termini del contratto, si incorre in una “breach”.

Infine, un contratto di solito include anche un “disclaimer”, una sezione del documento in cui vengono specificate le limitazioni delle responsabilità legali (“liability”) di una parte specifica.

È importante assicurarsi che l'accordo descritto nel testo sia lo stesso concordato in precedenza e che ogni nuova introduzione nel documento sia messa in evidenza. È anche importante verificare che tutti i nomi, gli indirizzi, le date e le somme menzionate nel contratto siano corrette.

Quando fai la revisione di un contratto, pensa anche ad eventuali parti mancanti. Per esempio, se il contratto ha una sezione relativa ai diritti di un cliente a cancellare un ordine (“right to cancel the order”) ma non ci sono informazioni relative ai diritti dell'esportatore di risolvere il contratto (“terminate the deal”), è bene sollevare la questione prima di firmare. Se c'è qualcosa che ti aspettavi di trovare e che non è menzionata, chiedi di inserirla.

Se hai dubbi o fai fatica a comprendere per intero il testo del contratto, chiedi a qualcuno di fiducia o magari al tuo consulente legale (“legal advisor”) di leggere il documento e tutte le clausole (“clauses”) e segnalarti eventuali irregolarità o punti di attenzione.





GLOSSARY

**COMPRENDERE
IL GERGO
PROFESSIONALE**

Una guida dalla A alla Z

UNA GUIDA DALLA A ALLA Z

Il mondo professionale adotta moltissimo il jargon, parole ed espressioni difficili da capire all'esterno del mondo lavorativo. Per i professionisti che prevedono di lavorare in un contesto in cui si parla inglese, conoscere alcune di queste espressioni gergali è vitale per riuscire a capire i propri colleghi e i propri superiori.

Vediamone alcune tra le più comuni che sicuramente ti capiterà di incontrare a lavoro. Questa lista ti aiuterà a comprendere quello che dicono i tuoi colleghi.

Backfill

Il mondo professionale non è un mondo di emozioni, soprattutto di emozioni negative: si deve apparire sempre freddi, calmi, seri e padroni di sé. Quando ci sono delle situazioni altamente emotive spesso il gergo professionale viene usato come una specie di scudo. Per esempio, quando un lavoratore o un gruppo di lavoratori viene licenziato, lascia uno spazio nell'azienda che deve essere riempito. Per riempirlo, devi "backfill" (verbo) o indirizzare il "backfill" (sostantivo).

Si usa una parola che originariamente apparteneva all'edilizia, ossia riempire un buco o un canale con terra, ghiaia o sabbia e che significa 'rimpiazzamento': "we're recruiting for Sophie's backfill". Potrebbe sembrare un mondo arido ma è così che funziona il mondo professionale.

UNA GUIDA DALLA A ALLA Z

Blue-sky thinking

Molti capi vogliono che i propri impiegati pensino in questo modo: idee originali o creative che non hanno fondamento nella realtà, che non sono limitate dal pensiero o dalle credenze correnti. Come l'altra espressione tipica del gergo professionale, "thinking outside the box", si usa per incoraggiare i lavoratori a pensare il più possibile creativamente e fuori dalle opinioni correnti. È iniziata come espressione scientifica, era usata per descrivere il tipo di ricerca scientifica che procede senza un obiettivo chiaro in mente e i lavoratori la usano nella speranza di realizzare prodotti unici e trovare soluzioni impareggiabili per risolvere i problemi.

Heads up

Questo è uno dei molti termini professionali derivanti dallo sport. Il mondo del linguaggio sportivo e del linguaggio professionale sono stati sempre molto collegati tra loro, con espressioni sportive che spesso si sono infilate negli uffici. Forse perché entrambi sono visti come mondi duri, virili, dominati dai maschi. Questa espressione si usa nel baseball e nel basket da quasi cent'anni e significa essere in guardia e fare attenzione. In ufficio viene usata per chiedere attenzione agli impiegati o per segnalare qualcosa a qualcuno: "I just wanted to give you a heads up about the meeting next Thursday".

No-brainer

Un'altra espressione derivante dallo sport: era usata per descrivere un'azione fisica in sport come il football o il tennis, per la quale devi essere ben allenato ma che non richiede un pensiero consapevole. Negli uffici di oggi significa un'idea che è ovviamente molto buona, qualcosa che non ha bisogno di essere discusso, perché tutti sono d'accordo, e quindi non viene richiesto nessun pensiero per capire se sia l'idea migliore.

UNA GUIDA DALLA A ALLA Z

Pushing the envelope

Questa espressione significa andare oltre i limiti accettati e ha un'origine sorprendente, che non ha niente a che fare con la cancelleria! È apparsa per la prima volta nel best seller del 1979 di Tom Wolfe sui programmi spaziali *The Right Stuff*, dove apparve così: "One of the phrases that kept running through the conversation was 'pushing the outside of the envelope'... [That] seemed to be the great challenge and satisfaction of flight test".

Quindi questa frase deriva dal mondo dell'aviazione. L'espressione "flight envelope" è stata usata in aeronautica dalla Seconda Guerra mondiale in poi e descrive i limiti superiori e inferiori di velocità e di potenza del motore entro i quali è sicuro che un aereo voli. Quindi quando "pushing the envelope", i piloti provavano a determinare a quanto potessero volare gli aerei. E dopo non molto tempo questa espressione è diventata un'espressione gergale da ufficio.

Run this up the flagpole

La versione completa di questa frase è "Let's run it up the flagpole and see if anyone salutes it". È emersa come espressione gergale nel mondo pubblicitario e significa testare un prodotto o un'idea nuova e vedere se piace a qualcuno. Questa frase oramai è diventata un po' un cliché, essendo in giro già dagli anni Cinquanta. Infatti è diventata così abusata nel mondo professionale che, in questi anni, sono venute fuori frasi simili e versioni ironiche che deridono quella originale. Quindi potresti sentire frasi come: "Let's throw it against the wall and see if it sticks".

UNA GUIDA DALLA A ALLA Z

Business English: sette espressioni utili per avviare una riunione

A tutti piace chiacchierare un po' prima di una riunione ma, quando è il momento di iniziare, usa queste espressioni chiave:

To get the ball rolling

Definizione: iniziare una riunione o una discussione.

Esempio: "OK, everyone. Let's **get the ball rolling**. Come and sit down and we'll start the meeting."

To open with

Definizione: iniziare a parlare di un certo argomento.

Esempio: "Let's **open with** a summary of what each of you has achieved this week."

To hand over to

Definizione: dare la parola a un altro.

Esempio: "I'd like **to hand over to** Dave to explain our plans for the next quarter."

On the agenda

Definizione: qualcosa che è in programma di essere discusso.

Esempio: "Today, the first item **on the agenda** is to decide on a new supplier."

UNA GUIDA DALLA A ALLA Z

To get down to business

Definizione: parlare di temi molto importanti, parlare di cose serie.

Esempio: “It’s time ***to get down to business***. How much will this cost and how much time will it save me?”

To kick off

Definizione: iniziare.

Esempio: “Let’s ***kick off*** by reviewing the results of our last campaign.”

To take the minutes

Definizione: fare il verbale di tutto quello che viene detto e concordato durante una riunione.

Esempio: “It’s my turn ***to take the minutes***, so please let me know if there’s anything special you want me to make a note of.”

Per aiutarti a memorizzare queste espressioni, prova a scrivere un’introduzione a una riunione usandole tutte. Immagina chi sei a un’ipotetica riunione settimanale con i tuoi colleghi. Quante di queste espressioni potresti usare?

UNA GUIDA DALLA A ALLA Z

È ora di finire: cinque espressioni inglesi per terminare una riunione di lavoro

Abbiamo già visto come iniziare una riunione di lavoro ma come fare quando dobbiamo concluderla? Le riunioni non possono andare avanti per sempre, quindi è importante conoscere anche un modo per riuscire a concluderle. Ecco qualche frase utile per aiutarti a terminare le riunioni in orario.

To wrap up

Questa è un'espressione comune per terminare una riunione e significa portare qualcosa a termine, spesso facendo una breve sintesi finale. 'Wrap up' è un'espressione informale, ma è comunque elegante da usare nelle situazioni professionali.

Esempio: "It's 1pm so let's **wrap up** this meeting and I'll see you all again next week."

To sum up

Letteralmente significa 'to summarize', ma suona più naturale nell'inglese parlato. Usa questa espressione se vuoi sintetizzare i punti principali emersi dalla riunione.

Esempio: "Let's **sum up** - we can deliver the goods you need on Thursday and you will pay in installments over the next 6 weeks."

UNA GUIDA DALLA A ALLA Z

To recap

Questa è utile se vuoi ricordare ai partecipanti alcuni punti trattati durante la riunione precedente o quella in corso.

Es. “So, to **recap**, when were those items due?”

NOTA: può essere usata anche come sostantivo.

Es. “Can you give me a **recap** of the points we covered last week?”.

Action points / next actions

Queste sono le cose che i partecipanti dovrebbero fare dopo la riunione e di solito sono scritte durante la riunione.

Solitamente si usa il verbo ‘to set’ quando si parla di action points o next actions.

Es. “Let’s set some **action points**. Sam, can you make sure the payments have come through? Sally, can you make sure the goods are ready for delivery?”.

To look forward to / to be looking forward to

Usa questa espressione per parlare delle cose del futuro che non vedi l’ora di fare. È una bella espressione per mostrare il tuo interesse nel lavorare con qualcuno. Di solito è seguita dal gerundio (+ing).

Es. “I’m **looking forward to** working with you on this project.”

Scopri EF Englishtown

In EF Englishtown, l'ala digitale di EF Education First, abbiamo reinventato il modo di imparare l'Inglese, offrendo per primi la possibilità di studiare online con insegnanti madrelingua disponibili via internet 24 ore su 24.

Grazie a 50 anni di esperienza nell'insegnamento delle lingue nel mondo, abbiamo già aiutato 20 milioni di persone a comunicare in Inglese con il nostro metodo ultra-premiato e oggi sono più di 1 milione le classi online ogni mese.



Fai crescere il tuo livello di inglese

Con EF EnglishTown impari la lingua del mondo reale, grazie a lezioni basate su argomenti e contesti attuali e raggiungi velocemente sicurezza nel parlare Inglese. Tutto secondo la tua agenda: scegli tu dove e quando connetterti.

Il corso completo online include:

- Lezioni di gruppo o individuali con insegnanti qualificati, 24 ore su 24.
- Corso di Inglese generale in 16 livelli per migliorare le tue conoscenze
- Corso di Business English per acquisire competenze specifiche
- Moduli di Inglese specialistico per 18 diversi settori professionali
- Preparazione per esami TOEFL/TOEIC
- Certificato rilasciato da Hult Business International School.



Qualsiasi siano le tue aspirazioni, scopri come possiamo aiutarti a far crescere il tuo Inglese.

Visita: www.englishtown.it

o chiama il Numero Verde 800.711.811



Copyright © 2014 EnglishTown, Inc. Tutti i diritti riservati. EF EnglishTown ed EnglishTown.com sono marchi registrati di proprietà di EnglishTown, Inc. I contenuti della presente guida sono proprietà di EnglishTown, Inc. La riproduzione, in parte o per intero, è severamente vietata.