



AE

Attività con l'Estero

Periodico trimestrale • Anno VI • N° 2 • Apr/Giu 2008

COMMERCIOESTERO®



> **Direttore responsabile**
Cinzia Fontana

> **Hanno collaborato**
Marco Tupponi
Clizia Cacciamani
Giuseppe De Marinis
Michele Lenoci

SOMMARIO

- > **Editoriale**
Il sistema bancario e l'internazionalizzazione **Pag. 1**
- > **A proposito di...**
Notizie in breve **Pag. 2**
- > **Attenzione su...**
Il sistema doganale in India **Pag. 4**
- > **Opportunità di Business dall'estero** **Pag. 6**

E D I T O R I A L E

Il sistema bancario e l'internazionalizzazione

Il sistema bancario da sempre è uno dei perni che permettono la crescita economica di un Paese.

Se il sistema delle banche non funziona adeguatamente anche l'economia non decolla e comunque fatica a consolidarsi. Da giurista non mi competono ragionamenti troppo tecnici su queste tematiche, ma voglio portare a conoscenza dei nostri lettori un'esperienza che stiamo portando avanti assieme al CUOA di Altavilla Vicentina. Oramai quasi tre anni fa siamo stati coinvolti dalla Area Finance del CUOA, il cui responsabile d'Area è il dott. Francesco Gatto, per svolgere attività di Formazione ai Dipendenti di Veneto Banca che ha partecipazioni significative in Banche Estere nell'Est Europa e Gruppo Popolare di Vicenza.

Il valore aggiunto che abbiamo dato con il progetto che è terminato a fine 2007 è stato quello di portare, nella nostra attività di formazione, l'esperienza di Professionisti che lavorano a stretto contatto con le PMI, ma che non hanno soltanto la visuale della Banca in quanto la nostra esperienza lavorativa soggettiva si è formata in modo estranea al mondo bancario. Spiego meglio questo concetto. Ciò che voglio dire è che quando abbiamo parlato delle strategie per l'internazionalizzazione, dei pagamenti internazionali, della contrattualistica e del societario internazionale non abbiamo affrontato questi argomenti da ex dipendenti di banca prestati al mondo della consulenza che, comunque, avrebbero avuto una visione sempre un po' "bancaria" degli argomenti trattati. In tal modo ci siamo confrontati con i discenti su argomenti concreti, portando

le istanze espresse dalle imprese e dai consulenti di come vorrebbero l'attività bancaria sulle tematiche legate all'estero. Tanto per fare un esempio se, quando un cliente si reca in banca per ottenere un finanziamento o per definire una lettera di credito, tra i vari documenti che il funzionario di banca controlla, ci fosse anche il contratto, che è il documento a monte di quella operazione commerciale, il bancario stesso potrebbe dargli un'occhiata, eventualmente sollecitando, se riscontrasse degli errori macroscopici, l'intervento di un legale specializzato nella materia semmai convenzionato con la Banca così da ottimizzare i costi per il cliente.

Si eviterebbero certamente delle possibili grane future per l'imprenditore. La prevenzione è meglio della cura dicono, giustamente, gli Inglesi.

In poche parole se tra banche, consulenti ed imprese si instaurasse una collaborazione stretta in modo che tutti e tre questo soggetti, al momento dell'inizio di un'attività estera, si sedessero allo stesso tavolo, si parlassero e concordassero una strategia comune, certamente all'imprenditore, come primo impatto costerebbe di più, ma certamente ridurrebbe al minimo il problema degli insoluti esteri che in Italia pesa, dati ISTAT, per circa il 40%.

Concludo auspicando che sempre più il sistema bancario italiano adotti questo metodo per così dire di "concertazione" e sempre più svolga i propri corsi di aggiornamento sulle tematiche estere appoggiandosi a Strutture che non hanno sempre e soltanto l'ottica bancaria.

Marco Tupponi

Presidente Commercioestero Network.

NOTIZIE IN BREVE

Emirati Arabi: Introduzione dell'IVA

Gli Emirati Arabi saranno il primo paese del Golfo Persico ad introdurre l'IVA, dopo che le nazioni componenti del Consiglio di Cooperazione del Golfo (Bahrein, Kuwait, Qatar, Arabia Saudita ed Emirati Arabi) avranno concluso l'unione monetaria nel 2010.

Regno Unito: Il mercato degli alimenti biologici

Secondo uno studio il 70% dei britannici ha acquistato prodotti biologici l'anno scorso, per un controvalore di 2 miliardi di Euro, ben il 70% in più rispetto al 2002. Secondo lo studio, il mercato degli alimenti biologici dovrebbe raddoppiare il suo valore nei prossimi 5 anni. Nonostante i produttori cerchino di aumentare la loro produzione per soddisfare la domanda, i problemi riguardanti le forniture stanno frenando la crescita. Uno dei settori in cui si prospetta la maggiore crescita è quello della carne biologica.

Norvegia: aumenta l'importazione di prodotti biologici

Durante il primo semestre del

2007 sono stati importati verdure fresche, prodotti in scatola e conserve biologiche per oltre 5 milioni di euro, con un aumento dell'85% rispetto all'anno precedente.

L'importazione di cereali, verdure e prodotti da forno biologici è aumentata significativamente in Norvegia nell'ultimo anno del 49% arrivando a 6,6 milioni di euro.

Il mercato asiatico del vino crescerà tra il 10% ed il 20% nei prossimi 5 anni

Secondo uno studio del Trade and Development Council di Hong Kong il mercato asiatico del vino raddoppierà e dovrebbe raggiungere i 10 miliardi di euro nel 2012, con la Cina continentale come mercato chiave. Proprio in Cina il consumo è in costante aumento e si prevede un incremento del 69% tra il 2006 ed il 2011. La Francia è il maggior esportatore in Cina, seguita da Australia, Cile Hong Kong e Spagna. Il 92% del vino che si beve in quel paese è di produzione nazionale. Inoltre in Cina si consuma il 50% delle bibite alcoliche di tutta l'Asia ed il 24% dell'alcol mondiale.

Buon momento per gli articoli in pelle in Germania

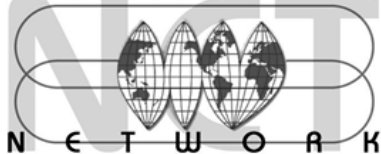
Il 2007 è stato un anno di grande crescita per il settore della pelle in Germania. Sia i produttori che i commercianti hanno sperimentato una crescita che gli ha consentito di rispondere alla grande richiesta di borse da viaggio funzionali. L'aumento è stato del 20% arrivando a una cifra di 320 milioni di euro. Gli articoli più richiesti sono stati le borse da viaggio e le borsette sia in pelle che in altri materiali. Tuttavia si prospetta un 2008 meno positivo.

Cresce il mercato dei cosmetici a Tunisi

Il mercato della cosmetica e profumeria in Tunisi non conosce soste. Nell'arco degli ultimi 3 anni il tasso di crescita è stato del 12%. Ciò è dovuto alla politica di liberalizzazione del commercio adottata dal paese dal 1994 e agli accordi di cooperazione con l'Unione Europea nel 1995.

La Francia è il primo fornitore con ben il 59% del mercato, seguita da Italia, Germania e Spagna. Circa 128 aziende si distribuiscono il mercato nazionale, di cui 30 sono a

COMMERCIOESTERO®



www.commercioestero.net

Direttore responsabile
Cinzia Fontana

Proprietario ed Editore: Commercioestero Network

Sede legale: Via Maceri, 25 - 47100 Forlì (FC)

Presidente: Marco Tupponi

Registrazione Tribunale di Forlì n. 18 del 3 giugno 2002

Direzione, redazione: Via Maceri, 25 - 47100 Forlì

Tel. e Fax 0543/27852 - Email: fontana@commercioestero.net

Commercioestero Network. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo periodico può essere riprodotta con mezzi grafici e meccanici quali la fotocopione e la registrazione. Manoscritti e fotografie, su qualsiasi supporto veicolati, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

Progetto grafico: Scirocco Multimedia - Via Leuca, 17/A - 73100 LECCE

carattere industriale. I prodotti venduti sono profumi, prodotti per l'igiene e la cura della persona, prodotti di bellezza.

Aumenta il consumo di cibi pronti del Regno Unito

Secondo uno studio della Future Foundation il 50% dei britannici mangia cibi pronti almeno 1 volta la settimana. La crescita di questo settore è spettacolare se la si confronta con il 2003 quando solo il 25% faceva lo stesso.

Altra novità è la tendenza da parte dei britannici di cucinare in casa nel fine settimana, grazie alla notorietà di alcuni chefs come Jamie Oliver o Delia Smith, molto preoccupati delle abitudini alimentari dei loro connazionali. Si prevede un aumento della qualità anziché la quantità nei prodotti alimentari in quanto la popolazione conferisce sempre maggiore importanza alle conoscenze gastronomiche.

Spagna paese leader negli USA

nel settore delle energie rinnovabili

La presenza delle imprese spagnole di energie rinnovabili nel mercato americano si è intensificato al punto tale che la Spagna è diventata il primo investitore estero in quel mercato. In particolare risaltano i casi della "Gamesa", quarto produttore di generatori eolici. "Acciona", che dispone di due parchi eolici. "Iberdrola" che ha acquistato Comunity Energy. "Abengoa" leader nei biocombustibili e che costruirà il più grande impianto fotovoltaico del mondo a Phoenix (Arizona).

Novità nella registrazione dei marchi in Cina

Recentemente la Camera di Commercio di Shanghai per l'Industria e Commercio (SHANGHAI AIC) ha predisposto un database speciale di natura regionale nel quale confluiranno tutti i marchi "notori" registrati in CINA, al fine di proteggere gli stessi contro indebite contraffazioni di terzi.

Sarà cura della stessa SHANGHAI AIC informare i titolari dei marchi inseriti nel database, qualora siano riscontrate ipotesi di contraffazione e/o concorrenza

sleale che limitino o pregiudichino i propri diritti pregressi.

Qualsiasi azienda/società estera che agisca in CINA potrà essere autorizzata a chiedere l'iscrizione a detto DATABASE purché in possesso dei seguenti requisiti:

- sia titolare di un marchio rilasciato dall'Ufficio Marchi e Brevetti Cinese,
- il proprio marchio sia considerabile come marchio "NOTORIO" nel mercato Cinese,
- il proprio marchio sia suscettibile di possibile contraffazione e/o concorrenza sleale presso l'area di SHANGHAI,
- il titolare sia disposto a collaborare con la SHANGHAI AIC per rimuovere ipotesi di contraffazione e/o concorrenza sleale.

I criteri preferenziali per l'inserimento nel database saranno valutate da un'apposita Commissione interna alla SHANGHAI AIC. La registrazione, che prevede il pagamento di una quota, può essere d'ausilio nei procedimenti di opposizione per contraffazione di marchio in CINA, quale supporto probatorio a favore del titolare del marchio notorio registrato.

Michele Lenoci

lenoci@commercioestero.net

Clizia Cacciamani

cacciamani@commercioestero.net



Il sistema doganale in India

Il processo di internazionalizzazione, la globalizzazione dei mercati, la richiesta di sempre maggiore competitività, la necessità di ridurre i costi di produzione fa sì che le imprese, piccole o grandi che siano, debbano scontrarsi con le difficoltà e con le criticità derivanti dalle operazioni doganali di import – export.

Spesso considerata marginale nella fase di individuazione del paese target del proprio business questa problematica potrebbe comportare tutta una serie di criticità derivanti dalla scorretta individuazione nonché dal mancato coordinamento, nella fase di redazione contrattuale, tra le problematiche doganali ed altre quali il trasporto internazionale, il trasferimento del rischio, la modalità di pagamento, determinando il fallimento o comunque l'entrata della operazione commerciale in una fase che potremmo definire patologica. Se questo si verifica, emergono tutte le difficoltà di fare business in un paese come l'India. Partendo da questo presupposto che reputo fondamentale per la buona riuscita del "fare business con l'estero" in generale e, con l'India in particolare, passiamo ora in rassegna alcuni aspetti delle procedure di import e degli adempimenti doganali.

Il controllo delle importazioni delle merci all'interno dell'India è demandato all'Ufficio Imposte Dirette che si avvale di un elevato numero di addetti gravati nel loro compito sia dalla dilagante corruzione che da un apparato burocratico troppo appesantito e farraginoso nonostante l'alto grado di informatizzazione del Paese. Da qui l'esigenza e l'opportunità di ricorrere all'ausilio di spedizionieri qualificati e ben introdotti nei principali punti di arrivo dei prodotti.

Le merci importate devono essere corredate dalla seguente documentazione:

1. Fattura pro forma
2. Certificato di origine delle merci
3. Altri Documenti (es. certificato di controllo qualità, certificato di analisi chimica per prodotti chimici e farmaceutici)
4. Polizza di carico (in caso di merci spedite via mare) / Polizza di carico aerea (in caso di merci spedite per via aerea).

Il sistema tariffario indiano ha recepito il sistema di designazione e codificazione delle merci denominato Sistema Armonizzato (SA). La legge sulle tariffe doganali, approvata nel 1975, è divisa in due sezioni: la prima riguarda le tariffe di importazione, la seconda quelle di esportazione.

Dalla liberalizzazione economica ad oggi, le tariffe doganali hanno subito una graduale riduzione delle aliquote anche se in alcuni settori (automotive, prodotti agricoli, vino) i dazi risultano, nonostante tali riduzioni, ancora elevati.

Le importazioni sono normalmente soggette a diversi tipologie daziarie; In particolare Il Custom Act prevede:

➤ Dazio ordinario o base: disciplinato dalla Section 12 prevede per le importazioni di beni mobili corporali, prima soggette a una tariffa di base del 20%, con eccezione dei beni importati nelle Special Economic Zone (SEZs) che godono di particolari agevolazioni. Le aliquote per attrezzature possono essere, a seconda dei progetti a cui sono destinate, inferiori o addirittura inesistenti. La maggioranza dei dazi sono ad valorem.

➤ Dazio antidumping: Il dumping si verifica nei casi in cui i prodotti esteri entrano in India a prezzi più bassi, rispetto a quelli del mercato domestico, danneggiandone la produzione industriale interna. Al fine di evitare il dumping, il Governo centrale può imporre dazi antidumping equivalente al "margine del prezzo dumping", vale a dire un dazio pari a quello interno applicato a merci simili prodotte in India, e rappresenta una compensazione per la perdita di entrate causata dall'importazione di tali beni. L'aliquota massima su base ad valorem del dazio antidumping è del 16%.

➤ Dazio speciale (Surcharge): in vigore il 1° aprile 2000, esso è inteso come addizionale; è pari al 10% del dazio doganale di base. Non è riscosso su oro, argento, greggio, petrolio e prodotti vincolati dalla OMC.

➤ Dazio speciale addizionale: è imposto sulle merci importate allo scopo di parificare l'imposizione con quella gravante sui prodotti locali (imposta sulle vendite/imposta locale).

➤ Sovraimposta per l'Istruzione: si tratta di una sovraimposta sui dazi delle merci importate pari al 2% del valore complessivo dei dazi. Tale sovraimposta non è pagabile per i dazi di salvaguardia, i dazi compensativi, i dazi antidumping.

Per meglio comprendere la modalità di calcolo del dazio facciamo l'esempio di importazione di vino avente nomenclatura combinata 22041000.

CIF Value in Rs. 6200000 (Rupie Indiane)
Assesable Value(AV) - 6262000 Rupie
Basic Duty of Customs (150%) - 9393000 Rupie
Basic Duty Pref (0%)
Additional Duty of Customs(CVD) (Including Cess, if any) (0 %)
Central Excise Education Cess (0 %)
Customs Education Cess (if any) (0 %)
Special Additional Duty of Customs(Spl.CVD) (if any) (0 %)
Total Customs Duty: 9393000 (Rupie)



Nota: E' bene notare che alcuni operatori possono, dietro apposita autorizzazione, ottenere delle "..." Sempre più spesso gli importatori indiani chiedono particolari scontistiche proprio perché dichiarano la presenza di un elevato dazio. La conoscenza del reale ammontare del dazio e/o la esistenza di eventuali agevolazioni risulta pertanto importante ai fini di una più trasparente negoziazione commerciale.

L'India partecipa al Sistema Globale di Preferenze Generalizzate (SGPG), all'Accordo di Bangkok e all'Accordo Commerciale Preferenziale della SAARC, in base ai quali il paese concede e riceve concessioni tariffarie alle importazioni ed esportazioni di prodotti.

Inoltre le merci indiane godono del sistema di preferenze generalizzate (SPG), vale a dire di un trattamento tariffario preferenziale alle importazioni nei mercati sviluppati di Unione Europea, Stati Uniti, Giappone, Nuova Zelanda, Australia, Canada, Svizzera, Norvegia, Russia, ecc. Va ricordato che il SPG è uno schema unilaterale non reciproco, pertanto l'India non è tenuta ad adottare lo stesso trattamento preferenziale alle importazioni provenienti dai paesi sviluppati.

In data 1/09/2004 è entrato poi in vigore Early Harvest Scheme (EHS), un accordo tra India e Thailandia con il quale i due paesi si sono accordati per il libero scambio di 82 beni.

Ovviamente al fine di capire l'incidenza dei dazi va tenuto conto della destinazione della merce. Infatti in India, come del resto nella maggior parte dei Paesi del mondo, esistono porti e zone franche, ad esempio le Export Processing Zones (EPZs), vale a dire spazi liberi da dazi e internazionalmente competitivi per produzioni destinate all'esportazione a basso costo, come pure le Zone Economiche Speciali (SEZ). Tali Zone sono state create dal governo Indiano per agevolare e sostenere soprattutto le esportazioni di prodotti manifatturieri, e di recente anche dei prodotti agricoli.

Il governo dell'India permette altresì l'importazione in esenzione da dazio per un periodo di 6 mesi, prima della riesportazione di materiali da esposizione, compresi materiali da costruzione ed ornamentali, destinati a mostre, fiere o eventi simili, dietro presentazione del Carnet Ata, emesso da una Camera di Commercio della città dell'esportatore.

Ai fini di una rapida e lineare procedura di esportazione di merci verso l'India, non sono richiesti particolari procedure o documentazione diversa da quella prevista per altri paesi. Quello che si rileva in India è che l'aspetto doganale è molto rilevante; non solo dal punto di vista tariffario ma anche perché l'adeguata conoscenza può rappresentare un fattore che contribuisce al successo della strategia e delle transazioni commerciali che a questa seguono.

Giuseppe De Marinis
demarinis@commercioestero.net

Opportunità di business

Paese	Spagna
Tipo di annuncio	Richiesta
Settore	Abbigliamento bambini
Oggetto	Importatore e Rappresentante di confezione per bambini (da 3 mesi a 8 anni). Desidera essere contattato da produttori italiani di confezione, accessori, calzature per bambini.
Rif.	06/2008
Paese	Canada
Tipo di annuncio	Richiesta
Settore	Calzature
Oggetto	Catena di negozi d'abbigliamento uomo-donna e bambini, ricerca nuovi fornitori di calzature di fascia di prezzo medio-alta.
Rif.	07/2008
Paese	Spagna
Tipo di annuncio	Richiesta
Settore	Confezioni donna
Oggetto	Azienda del nord della Spagna cerca produttori italiani di confezioni per donna (camicie, magliette, canottiere, vestiti completi di maglia...).
Rif.	08/2008
Paese	Germania
Tipo di annuncio	Richiesta
Settore	Calzature donna
Oggetto	Operatore tedesco interessato alla rappresentanza di calzature da donna, in pelle, livello medio-alto. Inoltre borsette da donna, in pelle.
Rif.	09/2008

Per avere ulteriori informazioni contattare:
e-mail: trading@commercioestero.net

indicando il riferimento di interesse

COMMERCIOESTERO NETWORK®

Le sfide sui mercati internazionali sono per la PMI sempre più difficili da affrontare senza il supporto di tutti i principali attori del sistema economico, pubblici e privati. I percorsi di internazionalizzazione e lo sforzo per mantenere competitività sul mercato devono essere necessariamente condivisi con chi può apportare competenze professionali altamente qualificate, adeguate alle dimensioni ed alle problematiche dell'impresa italiana.

Grazie a significative esperienze pluriennali, i professionisti di Commercioestero Network hanno maturato competenze di rilievo in tutte le tematiche inerenti il commercio estero ed i servizi per l'internazionalizzazione dell'impresa.

Legale, fiscale, marketing, logistica, finanza e finanziamenti sono i settori nei quali i consulenti di Commercioestero Network offrono assistenza, consulenza e formazione d'eccellenza con particolare sensibilità per la PMI.

Completano il panel di proposte il sito internet www.commercioestero.net ricco di contenuti e di materiali tematici e il periodico online "AE-Attività con l'estero", interessante opportunità di approfondimento e documentazione per tutti gli operatori del settore.

Commercioestero Network, associazione nata come stimolo e opportunità per gli associati di proporre progettualità e programmi di studio, ricerca e analisi, formazione, consulenza e assistenza alle imprese, sviluppo, progettazione e attuazione di iniziative imprenditoriali da e per l'estero, con particolare riferimento alle PMI del territorio.

LEGALE	FISCALE	FINANZA	LOGISTICA	MARKETING
<p>Contrattualistica nazionale ed internazionale</p> <p>Societario (Joint Venture, costituzione di società all'estero, Consorzi Export,...)</p> <p>Legal 4 E-commerce: strumenti giuridici per il commercio elettronico</p> <p>Informazioni e documentazione su normative estere e di settore</p> <p>Marchi e brevetti</p> <p>M&A (Merger & Acquisition)</p>	<p>Soluzione di problematiche di IVA intra ed extra comunitaria</p> <p>Soluzione di problematiche di doppia imposizione e pianificazione fiscale</p> <p>M&A (Merger & Acquisition)</p>	<p>Assistenza alla presentazione di pratiche di finanziamento o agevolazioni per l'internazionalizzazione (nazionali, regionali, comunitarie, internazionali, estere)</p> <p>Assistenza per crediti documentali e assicurazione del credito Forfaiting</p> <p>Assistenza per il recupero del credito all'estero</p> <p>Progettazione e business planning</p>	<p>Assistenza pratiche doganali</p> <p>Domiciliazione doganale</p> <p>Ottimizzazione costi di trasporto</p>	<p>Ricerca e Analisi di mercato e Ricerca e Selezione Partners Commerciali</p> <p>Strategie e Pianificazione di Marketing e Comunicazione (Nazionali ed Internazionali)</p> <p>Organizzazione di eventi, Fiere, Workshop, Missioni Commerciali e/o Istituzionali, Incoming</p> <p>Assistenza al Trading Internazionale</p>

Ai sensi dell'art. 7, Dlgs. 196/2003 La informiamo che ai fini dell'invio di questo Notiziario, i Suoi dati sono conservati nel nostro archivio informatico. La informiamo inoltre che ai sensi dell'art. 13 della legge, Lei ha diritto di conoscere, aggiornare, cancellare, rettificare i Suoi dati od opporsi all'utilizzo degli stessi, se trattati in violazione della legge.

Si invita a segnalare eventuali rettifiche allo 0543/27852

COMMERCIOESTERO NETWORK

ITALIA - FORLÌ - Via Maceri, 25

Contact e-mail: ghirotti@commercioestero.net

www.commercioestero.net



IL NOSTRO NETWORK GLOBALE

Forlì - Ancona - Almaty - Asti - Bari - Barcelona - Belluno - Bergamo
 Bologna - Bruxelles - Buenos Aires - Budapest - Cesena - Düsseldorf
 Firenze - Lecce - Londra - Macerata - Madras - Milano - Montevideo
 Napoli - New York - Roma - Rosario - Sao Paulo - Santiago del Chile
 Shanghai - Taranto - Tirana - Trieste - Vilnius