

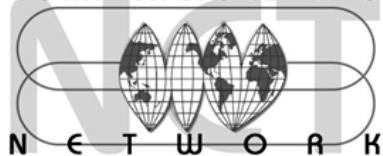


AE

Attività con l'Estero

Periodico trimestrale • Anno VIII • N° 3 Luglio/Settembre 2010

COMMERCIOESTERO®



> **Direttore responsabile**
Cinzia Fontana

> **Hanno collaborato**
Marco Tupponi
Michele Lenoci
Giuseppe De Marinis
Alessandro Russo

E D I T O R I A L E

I CORSI E-LEARNING DELL'I.C.E.: UNA MODALITA' MODERNA DI SVOLGERE LA FORMAZIONE

Lo scorso 16 aprile sono partite le nuove edizioni di "I contratti internazionali: tecniche di redazione nell'era globale" e "I finanziamenti nazionali e internazionali all'export ed agli investimenti", i corsi in modalità e-learning che l'Istituto nazionale per il Commercio Estero eroga con successo ormai da due anni alle PMI italiane interessate al commercio internazionale.

Alcuni membri di Commercioestero Network (Marco Tupponi, Giuseppe De Marinis ed Alessandro Russo) hanno partecipato, in qualità di Docenti, anche a questa terza edizione, come già avevano fatto per le due precedenti.

I percorsi, che sono terminati il 25 giugno 2010, hanno previsto 3 giornate in presenza a Roma - presso la sede centrale dell'I.C.E. - e 4 aule virtuali, della durata di 2 ore ciascuna.

Il modello didattico dei corsi on-line ICE prevede sia lezioni multimediali in audio/video che giornate di formazione in aula e incontri on-line. L'intero percorso formativo inoltre è supportato da tutor, con i quali è stato possibile comunicare facilmente attraverso e-mail, forum e chat.

Il Dipartimento Formazione e Studi prevede di realizzare nell'autunno del 2010 nuove edizioni dei corsi on line, tra quelli finora prodotti:

- "I contratti internazionali: tecniche di redazione nell'era globale"
- "I finanziamenti nazionali e internazionali all'export ed agli investimenti"
- "I nuovi mercati focus per l'internazionalizzazione del sistema Italia"

Qualora foste interessati a cogliere tale opportunità, Vi invitiamo a segnalare la vostra attenzione a l l ' i n d i r i z z o : inn.processiformalivi@ice.it

L'effettiva pubblicizzazione dell'iniziativa partirà a metà luglio 2010. La selezione finale delle imprese che costituiranno l'effettivo gruppo partecipante (max 20 partecipanti per ogni corso) sarà effettuata dall'I.C.E.

A conclusione del corso, solo ai partecipanti che avranno seguito attivamente tutte le fasi del percorso formativo, verrà consegnato un attestato di partecipazione.

Per ulteriori informazioni
I.C.E. - Dipartimento Formazione e Studi

Linea Innovazione Processi Formativi
e-mail: inn.processiformalivi@ice.it
tel. 06/5992.9498 - 6083 - 6043 /
06.697601 fax: 06.892.80.313

Avv. Marco Tupponi

Presidente Commercioestero Network
tupponi@commercioestero.net

SOMMARIO

> **Editoriale**
I corsi E-Learning
dell'I.C.E.

Pag. 1

> **A proposito di...**
Notizie in breve dal
mondo

Pag. 2

Attenzione su...

> **Le nuove norme ICC**
sulle garanzie
bancarie internazionali

Pag. 4

> **Il Sistema Italia nel**
Mondo: uno sguardo
sull'India (II° parte)

Pag. 6

> **Opportunità di**
Business dall'estero

Pag. 7

- "Marketing: entrare e radicarsi nei mercati internazionali"

IN FRANCIA IL MERCATO HALAL SUPERERA' I 5 MILIARDI DI EURO

Secondo la società Solis in Francia, paese con la maggiore comunità islamica in Europa con oltre 5 milioni di persone, il mercato dei prodotti alimentari "halal" che nel 2008 ha fatturato circa 4 miliardi di euro, nel 2010 dovrebbe superare i 5 miliardi. Si calcola che 9 musulmani francesi su 10 acquistano questa tipologia di prodotto. I giovani in particolare vogliono hot-dogs e hamburger, bibite gassate e caramelle.

IN ROMANIA OLTRE LA META' DEGLI ALIMENTI CONSUMATI SONO IMPORTATI

Nonostante il grande potenziale agricolo della Romania, oltre la metà dei prodotti alimentari consumati provengono dall'estero. Infatti secondo l'Istituto italiano per il Commercio Estero, ICE di Bucarest, anche se il paese si trova al quinto posto in Europa in termini di superficie arabile, con un totale di 9,4 milioni di ettari, la verdura, la frutta e i cereali vengono per la maggior parte importati. Nel 2009 le importazioni di prodotti agroalimentari in Romania hanno raggiunto un valore di 3,7 miliardi di Euro. In particolare si importa il 70% della carne di maiale

consumata, la metà della quantità di grano e l'80% della frutta e verdura venduta sul mercato locale. Secondo fonti specializzate in ricerche sull'industria alimentare, senza strategie volte alla ricostruzione del settore agricolo, la Romania rischia di affidarsi al 100% sulle importazioni di prodotti alimentari.

IL MERCATO DELLE GRIFFE ESTERE IN GIAPPONE DIMINUISCE DEL 15,9%

Riferisce l'Istituto italiano per il Commercio Estero, ICE di Tokyo, che una indagine sul mercato dell'abbigliamento e accessori moda di griffe estere rileva che nel 2009 il mercato interno ha registrato una contrazione annua del 15,9% fermandosi al valore di 894 miliardi di yen (ca. 6,87 miliardi di euro). La diminuzione è la più ampia del passato e il valore del mercato si è dimezzato rispetto al picco raggiunto nel 1996, scendendo al livello di venti anni fa. In particolare la diminuzione ha colpito le vendite di borse e piccoli oggetti di pelle, che rappresentano la categoria merceologica principale del settore.

CRESCITA DEL SETTORE MOBILI DA BAGNO IN FRANCIA

Secondo MSI reports il mercato

dei mobili da bagno in Francia ha avuto una crescita regolare grazie sia alle nuove costruzioni che alle ristrutturazioni di antichi edifici. Così dal 2003 al 2007 il mercato è cresciuto del 17,7% in valore e dovrebbe continuare con questa tendenza per almeno i prossimi 2 anni, sebbene il settore del bricolage e dei mobili "fai da te" ha fatto rallentare un po' il settore.

AUMENTANO LE VENDITE DI PRODOTTI DI SECONDA MANO IN GIAPPONE

La crisi finanziaria sta cambiando le abitudini di consumo dei giapponesi. Infatti se fino al 2008 i prodotti di seconda mano erano destinati a collezionisti e persone in cerca di articoli specifici, adesso con la riduzione dei redditi disponibili è venuta meno l'ossessione per i prodotti nuovi tipica dei giapponesi. Per questo motivo stanno nascendo molti negozi di articoli di seconda mano. I prodotti vanno dall'abbigliamento ai mobili passando per i piatti. In particolare Bookoff Corp. la catena di libri più grande del paese ha aumentato la sua offerta estendendola anche all'abbigliamento, con l'obiettivo diventare il più grande distributore di abbigliamento usato del Giappone. Altro esempio è Rakuten



www.commercioestero.net

Direttore responsabile
Cinzia Fontana

Proprietario ed Editore: Commercioestero Network

Sede legale: Via Maceri, 25 - 47121 Forlì (FC)

Presidente: Marco Tupponi

Registrazione Tribunale di Forlì n. 18 del 3 giugno 2002

Direzione, redazione: Via Maceri, 25 - 47121 Forlì

Telefono +39 - 0543 - 33006 - 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

che, iniziando con personal computer, macchine fotografiche, strumenti musicali e giocattoli, attualmente conta con 27 tipologie di prodotti che includono abbigliamento, equipaggiamento da golf e accessori. Per ora il giro di affari del settore è notevole e nel 2009 i principali operatori del settore hanno raddoppiato il fatturato rispetto allo scorso anno.

CRESCE IL MERCATO DELLA COSMESI IN MAROCCO

Il mercato marocchino della cosmetica cresce del 15% annuo. La sua crescita è così elevata che ha portato ad una notevole domanda parallela dei prodotti da contrabbando e di falsi. In Marocco i prodotti di bellezza non richiedono autorizzazione per essere venduti sul mercato né richiedono autorizzazione da parte del Ministero della Salute. Solo a Casablanca ci sono 200 negozi di cosmetici non autorizzati che vendono sia prodotti legali che di contrabbando, molto

spesso in condizioni inadeguate.

IL BRASILE ATTRAIE I MARCHI DEL LUSO

Il mercato del lusso ha movimentato nel 2009 circa 6 miliardi e mezzo di dollari. Neanche la crisi ha rallentato gli alti livelli raggiunti negli anni scorsi. Le prospettive per il 2010 sono ottime e si prevede che possano raggiungere anche i 9 miliardi di dollari, con una crescita del 50% secondo quanto prospetta la maggior parte delle aziende del lusso che operano nei settori moda, auto, gioielli, profumi, cosmetici, alberghi, cibi e bevande. Il mercato del lusso in Brasile è ancora emergente. Ci sono 131.000 persone con investimenti che superano il milione di dollari annui e il Brasile è il decimo paese al mondo per conti bancari milionari.

ALIMENTI BIO COME REGALI DI LUSO IN CINA

Gli alimenti bio sono attualmente i nuovi regali di lusso in Cina, guadagnando terreno su alcol e tabacchi, creando un mercato che ha raddoppiato il numero di imprese in quattro anni e che potrebbe muovere quasi 6 miliardi per il 2015. Nel 2009 le vendite di prodotti bio hanno superato il miliardo di euro, quasi il doppio del Giappone e

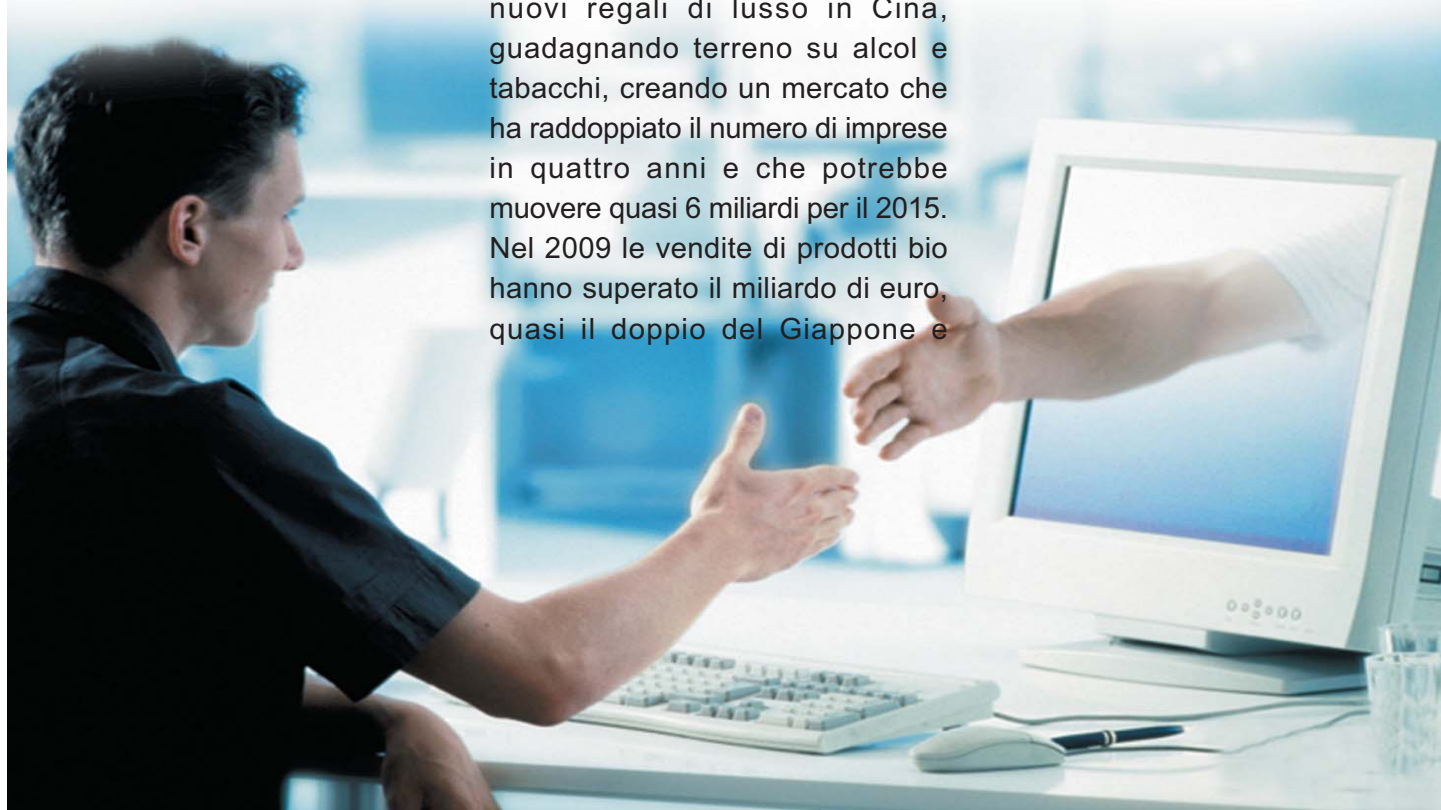
mostrando una crescita che per ora non sembra arrestarsi. I prodotti bio avendo un prezzo, rispetto ai prodotti "normali", superiore di ben 15 volte, automaticamente si trasformano in beni di lusso. Attualmente le imprese produttrici di alimenti bio sono 3.500.

IL TURISMO SALVA DUBAI

Mentre la crisi economica e finanziaria non accenna a rallentare, colpendo principalmente il settore dell'edilizia, con un crollo verticale dei costi delle costruzioni, che negli ultimi 4 mesi sono scesi del 66%, il turismo continua a crescere. Nel 2008 le visite turistiche rispetto all'anno precedente sono aumentate del 5%, superando i 7,5 milioni di turisti che hanno permesso un introito di oltre 4 miliardi di dollari.

Michele Lenoci

lenoci@commercioestero.net



LE NUOVE NORME ICC SULLE GARANZIE BANCARIE INTERNAZIONALI

Le garanzie bancarie costituiscono un utile strumento per le imprese che operano con l'estero e negli ultimi anni il loro utilizzo è aumentato notevolmente, costituendo a volte uno strumento che sostituisce il credito documentario proprio per la sua semplicità dal punto di vista operativo. Il carattere distintivo della garanzia bancaria rispetto al credito documentario è infatti costituito, nonostante l'autonomia e la definitività comuni ad entrambi gli strumenti, dall'eventualità (tipica dei contratti di garanzia) della prestazione bancaria. Si tenga presente che le garanzie bancarie internazionali, nate principalmente con lo scopo di garantire obbligazioni di "fare" tipiche dei contratti di appalto internazionale, nel tempo hanno visto estendere il campo di applicazione anche alle obbligazioni di "dare" e quindi a copertura, totale o parziale, dell'adempimento nelle operazioni di fornitura.

La pubblicazione URDG 758 della Camera di Commercio Internazionale è entrata in vigore il 1 Luglio 2010 sostituendo la precedente pubblicazione URDG 458. Il processo di revisione è durato circa 2 anni ed è frutto di un accurato studio da parte degli esperti coinvolti, al fine di rendere le garanzie bancarie internazionali uno strumento in grado di assicurare agli operatori del commercio internazionale un corpo di regole più chiare ed uniformi rispetto alla precedente pubblicazione.

La pubblicazione precedente (URDG 458), largamente utilizzata a livello internazionale (si pensi al riguardo che anche le norme FIDIC sugli appalti internazionali richiamano tali norme), non ha raggiunto il grado di diffusione che invece hanno avuto altre norme ICC, quali ad esempio le norme sui crediti documentari (UCP 600), e presentava alcuni problemi applicativi che si spera la nuova pubblicazione sia in grado di risolvere.

Non essendo in questa sede possibile procedere ad un'accurata disamina delle singole norme mi limiterò a segnalare i caratteri essenziali della nuova pubblicazione ed i principali cambiamenti rispetto alla pubblicazione precedente.

Innanzitutto è da segnalare come il numero di articoli sia aumentato di numero, passando dai 28 articoli della pubblicazione 458 ai 35 articoli della nuova pubblicazione. Così come avvenuto nel 2007 con la revisione delle norme sui crediti documentari, la nuova pubblicazione ha cercato di eliminare ogni possibile ambiguità procedendo, nei primi articoli, a fissare il

campo di applicazione delle norme (art.1), le definizioni (art.2), l'interpretazione ed il significato dei termini (art. 3).

Allo scopo di rendere chiaro il carattere dell'autonomia della garanzia rispetto all'obbligazione garantita il nuovo articolo 5 statuisce la natura indipendente ed il carattere documentario e letterale della garanzia rispetto a qualsiasi rapporto sottostante. A tal proposito si consideri che fino ad oggi uno dei problemi più frequenti nell'utilizzo delle garanzie bancarie internazionali riguarda proprio l'autonomia della garanzia, carattere non sempre riconosciuto in alcuni ordinamenti giuridici che tendono invece a qualificare l'obbligazione come accessoria di tipo fideiussorio. In tali ordinamenti, nonostante l'autonomia risulti palesemente dal testo della garanzia stessa, la giurisprudenza spesso non è univoca in proposito e, conseguentemente, in caso di contenzioso rimane un margine di incertezza sull'esito del giudizio. Applicando le nuove norme, a prescindere dal testo della garanzia e salvo specifiche deroghe alle norme URDG, sia l'autonomia che l'irrevocabilità della garanzia bancaria sono assicurate.

Un aspetto molto importante contemplato dalla pubblicazione URDG 758 è dato dalla possibilità (del resto già presente nella prassi di molti Paesi) di inserire tra le condizioni di escussione ulteriori documenti oltre alla richiesta (demand) di pagamento, consentendo quindi di condizionare l'escussione della garanzia e, di conseguenza, rendere tale strumento molto più versatile e sicuro rispetto al passato non soltanto per il beneficiario creditore, ma anche per l'ordinante/debitore.

Al fine di evitare incertezze in caso di escussione della garanzia bancaria, la pubblicazione 758 disciplina in dettaglio sia le modalità di presentazione della richiesta di pagamento (art.14), sia i criteri che la banca deve seguire nell'esaminare la richiesta di pagamento e gli eventuali documenti richiesti (art.19).

Altri importanti cambiamenti riguardano il termine temporale di 5 giorni che la banca deve osservare a seguito di richiesta di pagamento da parte del beneficiario, la disciplina delle modifiche, la disciplina della clausola "extend or pay".

È da segnalare inoltre come l'articolo 25 disciplini in maniera più dettagliata rispetto alla pubblicazione 458 le ipotesi di riduzione e scadenza della garanzia. Ad esempio il sopra citato articolo stabilisce che, in caso di mancanza della data di scadenza della



garanzia, la stessa si intende valida per tre anni. Una ulteriore innovazione riguarda la disciplina dettagliata della garanzia in presenza di cause di forza maggiore, che con la nuova pubblicazione, all'art. 26, viene regolamentata riguardo all'estensione della validità della garanzia (30 giorni), dal momento in cui l'evento si sia verificato, alla sospensione del termine per l'esame documentario, all'obbligo di pagare (in caso di presentazione conforme) non appena sia cessato l'evento causale di forza maggiore. La nuova pubblicazione contempla inoltre l'ipotesi della trasferibilità della garanzia (prendendo spunto dalla disciplina del credito documentario trasferibile), dettagliatamente regolamentata dall'art. 33.

Allo scopo di risolvere le problematiche emerse in passato, le nuove norme disciplinano non soltanto il rapporto tra garante e beneficiario, ma, laddove la garanzia sia di natura complessa e coinvolga più soggetti, anche il rapporto tra garante e controgarante. Questo è un aspetto fondamentale se si considera che le controgaranzie vengono spesso richieste in presenza di transazioni extra Ue, perché le differenze cui si accennava precedentemente in merito alle caratteristiche giuridiche delle garanzie riguarda spesso tali Paesi (si pensi ad esempio al noto problema della legge applicabile alle garanzie bancarie nei Paesi islamici i quali riconducono tale figura alla garanzia di tipo fideiussorio). In merito è utile rilevare che diversi Paesi mediorientali hanno partecipato al processo di revisione delle nuove norme, è ciò lascia ben sperare che in futuro, con l'entrata in vigore delle nuove norme, i problemi applicativi delle garanzie bancarie in tali Paesi possano trovare soluzione grazie all'applicazione delle URDG 758.

Da ultimo è da segnalare che, al fine di favorire la creazione di un modello standardizzato, la nuova pubblicazione contiene un'appendice ove è possibile rinvenire il modello da utilizzare sia per l'emissione della garanzia che per l'emissione della controgaranzia ed in aggiunta alcune clausole opzionali che possono essere inserite al fine di personalizzare la garanzia a seconda delle esigenze delle parti coinvolte.

Da quanto esposto si evince l'importanza di approfondire la conoscenza di tali nuove norme non soltanto da parte degli operatori bancari, ma anche e soprattutto da parte delle imprese, al fine di poter utilizzare in maniera ottimale le garanzie bancarie internazionali e conseguentemente affrontare i mercati internazionali al riparo da spiacevoli "incidenti di percorso" che molto spesso, nonostante l'intervento delle banche a tutela dei rischi, compromettono il buon esito delle transazioni commerciali.

Alessandro Russo

russo@commercioestero.net

SISTEMA ITALIA NEL MONDO: SGUARDO VERSO L'INDIA (II° parte)

A posteriori, molte imprese avviano processi inversi di ridimensionamento dell'alleanza. A volte tale passaggio è indolore, in altri casi invece, comporta un costo non indifferente. Pertanto, riteniamo che la formazione e la riflessione su tali aspetti, sullo strumento giuridico più adatto alle caratteristiche dei Partner coinvolti e alle loro effettive esigenze commerciali, i continui inviti a valutare nella fase iniziale e di pre-avvio del rapporto, siano e rappresentino un importante supporto per meglio implementare e riuscire nei processi di internazionalizzazione. E' proprio in tale direzione che con l'ICE abbiamo avviato varie iniziative e percorsi formativi sui temi della contrattualistica internazionale, della tecnica doganale del commercio estero e dei pagamenti internazionali.

Fatte queste importanti considerazioni sulla necessità di ben valutare i risvolti giuridici dello strumento contrattuale posto in essere con la controparte, va altresì prestata adeguata attenzione a quelle che sono le difficoltà derivanti dal fatto che, come nel caso dell'India, si opera con ordinamenti giuridici di common law e con i quali, ad apparenti affinità di concetti giuridici, corrispondono differenti interpretazioni date dalla giurisprudenza locale.

Ad essa, va aggiunta la difficoltà linguistica che nel diritto assume valenza fondamentale (il misunderstanding nei contratti internazionali è sempre in agguato).

A ciò si aggiunga che non sempre, come nel caso dell'India, esistono convenzioni bilaterali/multilaterali per il riconoscimento delle eventuali sentenze ottenute dal foro italiano. Mentre infatti il discorso precedente riguarda progetti che vedono cooperazioni più complesse (joint ventures), il problema che stiamo considerando riguarda anche la semplice attività di import-export (contratto di compravendita internazionale), nonché i contratti di distribuzione commerciale (agenzia commerciale, distribuzione ecc.) e i contratti di licenza in genere.

Un rischio da considerare è l'impossibilità o l'enorme difficoltà, soprattutto per le PMI o per progetti a basso investimento, ad esempio di recuperare un credito in India oppure chiedere un risarcimento per inadempimento contrattuale. Anche in questo ambito

registriamo nella nostra attività di consulenza percentuali rilevanti di mancato incasso e/o in generale inadempimenti delle controparti (indiane e non) alle quali non possiamo che consigliare, fatto salvo il tentativo di conciliazione o transizione, l'opportunità di non avviare nessun processo di risoluzione delle controversie, soprattutto se riscontriamo l'assenza di un'adeguata redazione contrattuale.

Lo scopo dei tanti progetti formativi messi in atto dall'ICE come anche la strategia dello studio Tupponi, De Marinis & Partner è di ridurre il rischio dei contenziosi attraverso un approccio strategico nella fase di redazione dei contratti.

Può sembrare strano ma sempre più spesso nei contratti di agenzia commerciale internazionali gli Agenti indiani accettano molto volentieri "l'imposizione" da parte del Preponente italiano della legge italiana, spesso impropriamente consigliata alle PMI. Se è vero infatti che, laddove possibile (dall'analisi degli aspetti giuridici) la legge italiana e il foro italiano sono da preferire alla legge e al foro straniero, in molti casi, come questo, la consapevolezza da parte dell'agente indiano che la normativa italiana ed europea in generale riconosce all'agente adeguate indennità e compensation fa sì che quella che apparentemente sembra una forza contrattuale dell'impresa italiana, nei fatti è totalmente a favore dell'agente indiano. Un altro esempio si può fare con il contratto di compravendita internazionale: l'aver previsto quale legge applicabile e foro competente quello italiano (perché inseriti in modelli contrattuali standard dell'impresa) fa sì che, di fronte a un mancato pagamento o altro inadempimento contrattuale da parte dell'indiano, l'avvio di un contenzioso in Italia e la sentenza eventualmente a suo favore non potrebbe essere resa esecutiva in India per la mancanza, ad oggi, di una Convenzione per il riconoscimento delle sentenze straniere. Ecco allora che da questi due esempi si evince l'importanza della conoscenza per competere nei mercati internazionali, in India in questo caso, ormai sempre più distanti dal contesto europeo.

Giuseppe De Marinis
demarinis@commercioestero.net

Opportunità di business

Paese Cina
Tipo di annuncio Richiesta
Settore Alimentare
Oggetto Azienda cinese di proprietà italiana cerca caseificio interessato a creare una joint-venture per la produzione in loco di mozzarelle e prodotti affini.
Rif. 13/2010

Paese Francia
Tipo di annuncio Richiesta
Settore Alimentare
Oggetto Agente francese cerca produttori italiani di mele e kiwi
Rif. 14/2010

Paese Russia
Tipo di annuncio Richiesta
Settore Abbigliamento
Oggetto Si cercano produttori di abiti da sposa e da cerimonia.
Rif. 15/2010

Paese Norvegia
Tipo di annuncio Richiesta
Settore Accessori moda
Oggetto Distributore con diversi punti vendite ricerca produttori di borse, accessori in pelle e calzature da donna.
Rif. 16/2010

Paese Cile
Tipo di annuncio Richiesta
Settore Meccanica
Oggetto Azienda cerca produttori di macchinari per la lavorazione del legno.
Rif. 17/2010

Paese Stati Uniti
Tipo di annuncio Richiesta
Settore Alimentare
Oggetto Importatore cerca produttori di vino, pasta, insaccati, olio d'oliva.
Rif. 18/2010

**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 è una 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 0543-33006

COMMERCIOESTERO NETWORK

ITALIA - FORLI' - 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