

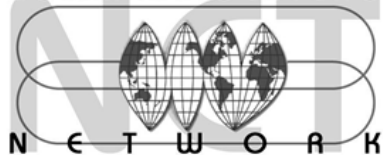


# AE

## Attività con l'Estero

Periodico trimestrale • Anno V • N° 4 • Ott/Dic 2007

COMMERCIOESTERO®



> **Direttore responsabile**  
Cinzia Fontana

> **Hanno collaborato**  
Marco Tupponi  
Clizia Cacciamani  
Paolo Giubitta  
Michele Lenoci

## SOMMARIO

- > **Editoriale**  
Creare una palestra per i nuovi imprenditori? **Pag. 1**
- > **A proposito di...**  
Marchi e brevetti: notizie in breve **Pag. 2**
- > **Attenzione su...**  
Master per imprenditori di PMI: fatto su misura **Pag. 4**
- > **Attenzione su...**  
Romania: opportunità per il settore moda **Pag. 6**
- > **Opportunità di Business dall'estero** **Pag. 7**

## E D I T O R I A L E

### Creare una palestra per i nuovi imprenditori?

**D**a alcuni anni in Italia si parla della necessità di sviluppare una nuova classe dirigente e, in particolare, di far spazio ai quarantenni.

È evidente che all'interno della nuova classe dirigente gli imprenditori occupano un ruolo di primo piano: una parte del futuro dell'Italia si gioca anche sulla loro capacità di gestire e di far crescere le imprese.

Quando si parla della nuova classe imprenditoriale ci si imbatte inevitabilmente nel tema della successione generazionale. E qui cominciano le annose discussioni sulla difficoltà di delegare, sulle inefficienze del sistema finanziario, sui vincoli delle regole societarie e così via.

Per uscire dall'impasse è opportuno spostare il focus da chi cede il testimone (gli imprenditori senior) a chi lo dovrà ricevere (la nuova classe imprenditoriale).

La Fondazione CUOA da alcuni

anni sta lavorando in questa direzione. Nel 2002 ha preso avvio un importante progetto di ricerca che ha studiato le strategie che le imprese del Nord Est di piccola e media dimensione hanno realizzato per affrontare le nuove dinamiche competitive: sono emersi risultati interessanti che aiutano a capire su quali variabili si gioca la continuità delle imprese, e quali sono le caratteristiche delle imprese capaci di vincere le sfide della modernità.

Sulla base di questi risultati è stato progettato il Master per Imprenditori di Piccole e Medie Imprese, un progetto formativo innovativo che rappresenta una vera e propria palestra nelle quale gli imprenditori delle PMI possono rafforzare i loro muscoli, per gestire al meglio le loro imprese.

**Marco Tupponi**

Presidente Commercioestero Network.

tupponi@commercioestero.net

# MARCHI E BREVETTI: NOTIZIE IN BREVE

## Adidas ha perso la sua battaglia contro il nuovo disegno a due strisce della Nike

Il 5 giugno 2006, la Corte distrettuale di Le Hague ha deciso che la Nike può continuare ad usare un motivo a due strisce nei suoi vestiti perché è stato dimostrato che solo l'1% dei consumatori ha associato la doppia striscia con il marchio Adidas. Anche se, precedentemente, una corte tedesca aveva dato parere favorevole ad Adidas, la Corte di Le Hague pensa che il logo con le tre strisce di Adidas sia così famoso che nessuno possa confondersi. La doppia striscia di Nike è da considerarsi solo come un elemento decorativo. La cosa singolare è che alcuni mesi prima, Adidas aveva vinto una causa simile contro un altro disegno a striscia doppia, realizzato da Scapa.

## Ikea perde la sua battaglia per il logo

Il 2 agosto 2006, la Corte distrettuale di Le Hague ha deciso che il logo della Muiltimate è sufficientemente diverso da quello dell'Ikea, perciò il suo utilizzo non costituisce alcuna infrazione. In effetti, i nomi Ikea e Muiltimate sono le caratteristiche predominanti in entrambi i loghi. La Corte ha stabilito che il nome Ikea è molto noto, ma che il suo marchio non lo è altrettanto, soprattutto perché compare solo nei cataloghi, e per di più in piccola dimensione.

## Il sito tomcruise.com è stato restituito all'attore

L'attore ha finalmente riottenuto l'account tomcruise.com, grazie ad una procedura arbitraria. Il precedente possessore del sito, la compagnia

canadese Alberta Hot Rods, ha affermato che si trattava solo di un sito per i fans, ma si è visto costretto a riconsegnarlo all'interessato.

## Lo snack "Nocciola delle tigri" è protetto

Duyvis, un produttore alimentare olandese, ha esercitato con successo il suo diritto di marchio su un altro produttore di cibo, il gruppo "Dutch nut". Questi vendeva noccioline troppo simili alle sue.

## Ermenegildo Zegna vs Mario Zegnoti

L'ufficio brevetti olandese ha respinto l'opposizione fatta dall'azienda italiana Ermenegildo Zegna nei confronti di Mohammed Majed Saif, che aveva registrato il marchio "Mario Zegnoti & accessori per capelli". Secondo la Corte, non è possibile confondere i due marchi.

## Protezione del marchio nel mercato cinese

Un'efficiente protezione della proprietà intellettuale di un'azienda straniera in Cina è un passo necessario per realizzare una strategia commerciale e industriale efficace e sicura. Nel 2005, sono state registrate più di 1 milione di nuove richieste commerciali per brevetti e marchi. Per proteggere i propri marchi e brevetti è perciò fondamentale non solamente reagire alle imitazioni, ma anche difendersi, attraverso i brevetti, da contestazioni che possono avere conseguenze importanti sulla produzione estera dell'azienda. L'unico sistema riconosciuto è il deposito della richiesta del marchio e la sua susseguente registrazione. Ci sono alcuni marchi molto importanti, come "Ferrari", "McDonald's" o "Disney", che non hanno bisogno di essere registrati. Esistono due alternative possibili per raggiungere una protezione efficace:

- Registrare un marchio nazionale in

Cina, con validità solo per il territorio nazionale. Occorre registrare la richiesta all'Ufficio Marchi cinese. Di solito, ci vogliono 18 mesi per la registrazione.

- Estendere la protezione internazionale del marchio anche in Cina. La Cina, infatti, ha sottoscritto il Protocollo di Madrid. Per ottenere l'estensione internazionale, bisogna solamente avere depositato una richiesta di marchio nazionale. La cosa più importante da ricordare è che bisogna essere molto attenti con la traslitterazione cinese. La cosa migliore è far riferimento a strutture specializzate. Probabilmente la soluzione migliore è scegliere un deposito che interessi solo il mercato cinese.

## Un nuovo Ufficio Brevetti e Marchi in Montenegro

Il 19 luglio 2007, dovrebbe essere inaugurato il primo Ufficio Brevetti e Marchi del Montenegro. Infatti, il Montenegro non ha mai avuto un tale Ufficio fino a che il suo governo non ha emanato un decreto, che ne stabilisce la nascita. D'ora in poi, i possessori di marchi, potranno inoltrare le pratiche per la registrazione del loro marchio in questa nazione.

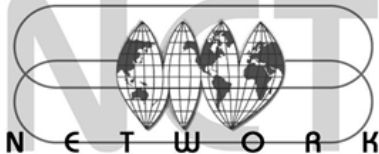
## Gucci won against Guji

L'appello di Gucci contro il rifiuto dell'Ufficio Brevetti turco di intentare una causa basata sul proprio marchio contro la richiesta di registrazione del quasi omofono Guji ha avuto successo.

## Malta fa ora parte dell'Ufficio Brevetti europeo

Il 1 marzo 2007 Malta è diventata membro dell'Ufficio Brevetti Europeo, che ora comprende 32 paesi.

COMMERCIOESTERO®



[www.commercioestero.net](http://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](mailto: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

## Una bozza di emendamento alla legge cinese sui brevetti

Nel dicembre 2006, l'Ufficio Statale per la proprietà intellettuale ha sottoposto al Consiglio Statale la Bozza di Emendamento alla legge sui brevetti della Repubblica Popolare Cinese. Ciò indica che per il lavoro sul terzo emendamento alla legge sui brevetti è cominciato il processo di Revisione del Consiglio di Stato. Lo scopo della legge sui brevetti è quello di essere una bilancia tra gli interessi dei titolari di brevetto e quelli del pubblico, prevenendo gli abusi e seguendo le leggi internazionali e altre importanti leggi in merito.

Al momento attuale, utilizzando la legge sui Brevetti, non esiste una divisione chiara delle responsabilità, dei diritti e degli interessi degli enti che intraprendono i progetti. La conseguenza è che questi enti spesso non richiedono la protezione della proprietà intellettuale. L'articolo 9 della Bozza di Emendamento afferma ora che un progetto di ricerca sovvenzionato dal Governo diventa di proprietà dell'Istituto di Ricerca che lo ha portato avanti. I ricercatori coinvolti possono dividerne i benefici. Il Governo si riserva tuttavia il "diritto di invenzione" e ha il potere di decidere chi può commercializzare l'invenzione se queste istituzioni non riescono a commercializzarla nella forma di licenza di brevetto.

Il paragrafo due della Bozza di Emendamento stabilisce che, quando un'entità o un individuo intendono depositare una richiesta per un'invenzione o per una creazione cinese in un paese straniero, essa/egli

debbano ricevere l'approvazione dal Dipartimento Amministrativo Brevetti sotto il controllo del Consiglio di Stato. Inoltre, nell'Articolo 76, si afferma che "ogni entità o individuo che fa richiesta per un brevetto straniero per una propria invenzione senza l'approvazione del Dipartimento Amministrativo Brevetti sotto il controllo del Consiglio di Stato, non può esercitare il diritto di brevetto per la suddetta invenzione in Cina". La Bozza di Emendamento ha rimosso le restrizioni territoriali per l'opera o il disegno precedente, ha accettato gli standards di assoluta novità prevalenti a livello internazionale e ha aggiunto la definizione di opera precedente o disegno precedente utilizzando questi standards. Ogni anno, la Cina è in testa alle classifiche per il numero di richieste di disegni di brevetti. Spesso le domande di richiesta di brevetto e alcuni disegni sono di scarsa creatività, e sono imitazioni di disegni esistenti. Nella Bozza all'Emendamento l'"inventiva" è fortemente richiesta.

L'Articolo 12 della Bozza di Emendamento stabilisce che nessun prodotto dal disegno brevettato debba essere messo in vendita senza l'autorizzazione. Emanare atti spacciando il brevetto di un'altra persona per il proprio e, un non-brevetto come un brevetto, sono atti di adulterazione e di inganno del pubblico.

L'obbligo della licenza ha ovviamente un significato pratico nel prevenire che i detentori di brevetto esercitino eccessivamente i loro diritti, nel salvaguardare l'interesse pubblico e nazionale, e nel promuovere il welfare sociale. Il Dipartimento Amministrativo Brevetti sotto il controllo del Consiglio di Stato può, alla richiesta di un'entità che ha le condizioni di sfruttare un brevetto, concedere la licenza obbligatoria, quando il detentore non è in grado di sfruttare, o di sfruttare appieno, il suo brevetto senza giustificazioni, dopo la scadenza di tre anni dalla data della sua concessione, o quando l'atto per esercitare il suo diritto di brevetto è stato stabilito con una procedura giudiziaria o amministrativa

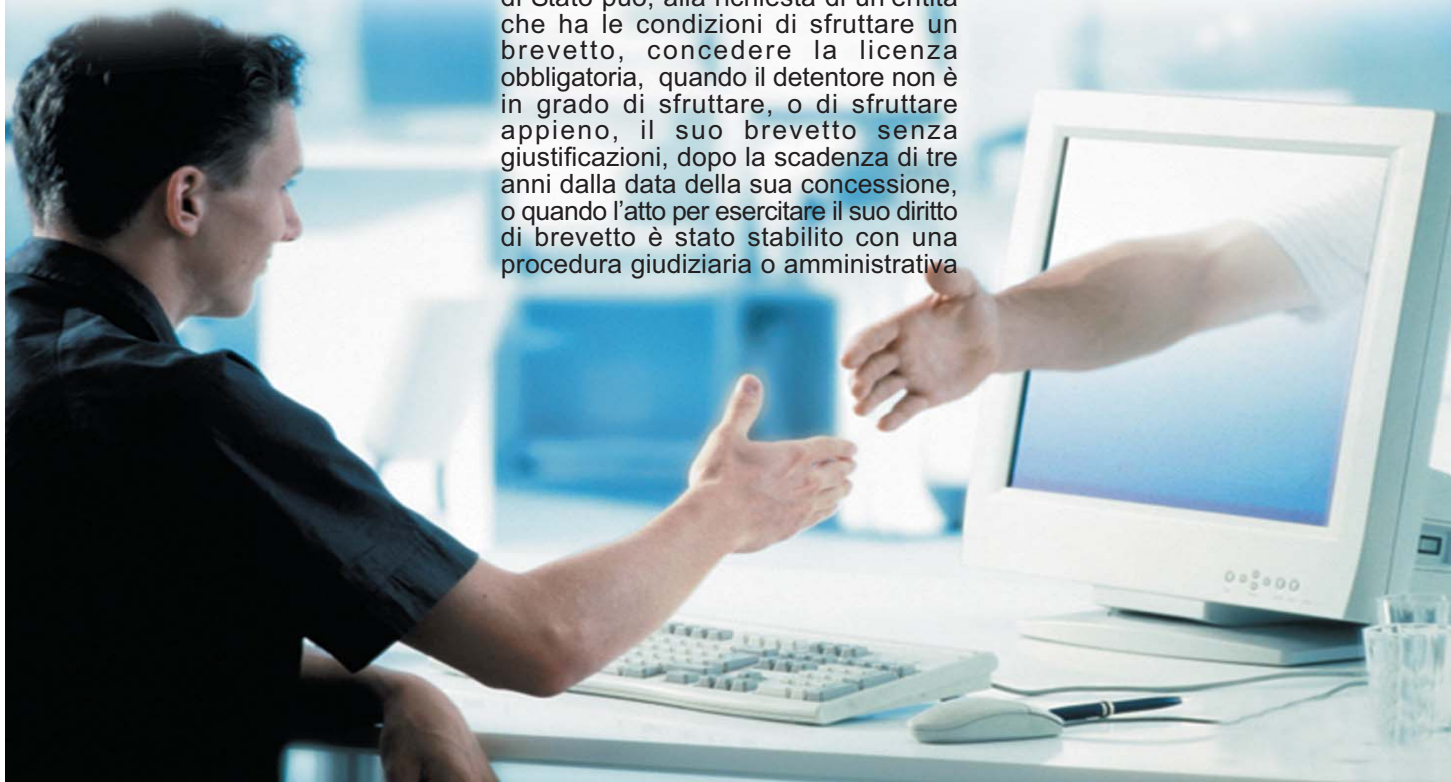
come atto per eliminare o restringere la competizione.

Al verificarsi di una emergenza nazionale o di un altro eccezionale affare di Stato, o quando l'interesse pubblico lo richiede, il Dipartimento Amministrativo Brevetti sotto il controllo del Consiglio di Stato può rilasciare la licenza obbligatoria per un'entità designata dal dipartimento per sfruttare un brevetto o un modello di utilizzo. Il Dipartimento Amministrativo Brevetti sotto il controllo del Consiglio di Stato può concedere la licenza allo scopo di prevenire, curare o controllare un'epidemia.

L'Articolo 62 della Bozza di Emendamento stabilisce che quando, durante una disputa riguardo una violazione di brevetto, il trasgressore accusato abbia le prove per dimostrare che la tecnologia o il disegno che egli ha sfruttato sono un'opera o un disegno precedente, la Corte popolare del Dipartimento Amministrativo Brevetti sotto il controllo del Consiglio di Stato può decidere che l'atto di sfruttamento non sia una violazione del diritto sul brevetto. Se un titolare di brevetto, che sa chiaramente che la sua tecnologia o disegno è un'opera o un disegno precedente, accusa un'altra persona di aver infranto i suoi diritti di detentore di brevetto, il trasgressore accusato può chiedere alla Corte popolare di ordinare al titolare di brevetto di compensare i danni causati dall'accusa.

Clizia Cacciamani

cacciamani@commercioestero.net





# Master per Imprenditori di PMI: fatto su misura

**C**on il Master per Imprenditori di Piccole e Medie Imprese, la Fondazione CUOA ha creato una palestra formativa per la comunità imprenditoriale. Affronta i temi sui quali si giocherà il futuro delle imprese piccole e medie nei prossimi anni: le priorità che hanno segnalato le centinaia di imprenditori che sono stati incontrati nel corso di alcuni anni di ricerche. Il master è part-time e quindi compatibile con gli impegni di chi governa e dirige le imprese. Le attività sono concentrate in due fine settimana alternati al mese (venerdì pomeriggio e sabato mattina). La programmazione semestrale permette agli allievi di programmare le attività e di frequentare il Master senza difficoltà. Venire al CUOA sarà come avere un impegno importante in agenda, al quale non si può mancare, perché si impara a gestire meglio la propria impresa.

Il progetto formativo si sviluppa su 20 mesi e permette di conseguire il Diploma Master.

Uno degli aspetti più innovativi del Master è che la didattica ruota attorno

alle decisioni che l'imprenditore e il team di vertice affrontano: impostare la strategia, organizzare la catena del valore, pianificare le politiche commerciali, gestire i collaboratori, misurare i rischi, consolidare il patrimonio, preparare un business plan per concretizzare nuove idee. Ogni modulo si articola in lezioni frontali, discussione di casi, simulazione di piani di azione, confronto con testimoni. La faculty proviene dal mondo accademico, dalla consulenza, dalle imprese: una straordinaria integrazione tra conoscenza scientifica e pragmatismo imprenditoriale. Alcuni esempi della palestra del master sono visibili attraverso le registrazioni raccolte nella pagina relativa al Tour virtuale nel master.

Il master si rivolge a imprenditori, amministratori, soci e familiari di imprese piccole e medie, ed è pensato per persone con almeno 4 anni di esperienza in posizioni di responsabilità strategica e direzionale, motivate ad accrescere conoscenze e competenze e propense al lavoro in team.



Alla 1<sup>a</sup> edizione, avviata a novembre 2006, stanno partecipando 27 Allievi: 8 donne e 19 uomini, età media 36 anni. Tutte persone al vertice: 14 Amministratori Delegati o Direttori Generali; 13 Responsabili di funzione o area. Tutti coinvolti nella compagine proprietaria.

Si tratta di un gruppo di persone di spessore.

Dal check up delle competenze, che viene fornito a ciascun imprenditore all'inizio del Master, è emerso un profilo medio che ha spinto Il Sole 24 Ore Nordest a dire che gli allievi della prima edizione del Master identificano il profilo della generazione dei nuovi capitani d'industria: capaci, sanno prendere decisioni difficili, affiancandosi i giusti collaboratori; pragmatici, hanno un forte orientamento al risultato e all'efficienza; intraprendenti, sanno prendere iniziativa e sopportare lo stress di decisioni difficili; consapevoli, sanno che per il successo non basta saper fare e fare, ma anche imparare a misurare.

A novembre parte la seconda edizione.

Paolo Gubitta  
Direttore scientifico Master per Imprenditori di Piccole e  
Medie Imprese

## Romania: opportunità per il settore moda

**L**a Romania è stata vista per molti anni, soprattutto dalle aziende italiane del nord-est, come terra di conquista per delocalizzare e produrre a costi bassi, anche se oggi non è più così, dato l'aumento del tenore di vita e, di conseguenza, dei costi di produzione. Finora è stata scarsamente considerata come mercato di sbocco per i nostri prodotti, visto il basso reddito pro-capite, ma oggi offre interessanti opportunità sotto questo aspetto, in particolare nel settore della moda, proprio grazie all'aumento del tenore di vita.

Il settore di alta gamma è praticamente di dominio italiano, con oltre il 75% del mercato. Sono apprezzati i prodotti moderni e di ultima moda. Il mercato rumeno penalizza gli articoli classici (tedeschi) oppure quelli troppo sofisticati e di stile "pesante" (francesi). Infatti i prodotti francesi non sono adatti per la Grande Distribuzione, mentre quelli tedeschi hanno avuto un totale fallimento nonostante i numerosi tentativi effettuati, per cui la moda italiana la fa da padrone e la richiesta di questi tipi di prodotti è in costante aumento da parte del consumatore rumeno.

Ma cosa bisogna fare per entrare in questo mercato? La maggior parte dei consumatori con un certo potere di acquisto si trova nelle grandi città, Bucarest in testa (che con i suoi 3 milioni di abitanti è la più grande città dell'est dopo Mosca). Dunque è in questa area che bisogna concentrare le attività di promozione e commercializzazione. Nelle province, almeno per il momento, non solo il reddito è ancora troppo basso, ma anche i gusti e le abitudini non si sono ancora "occidentalizzati", come invece accade nelle grandi città.

Negli ultimi anni a Bucarest c'è stata una crescita vertiginosa nella costruzione di nuovi centri commerciali di tipo occidentale, mentre altri sono in fase di realizzazione. E' in questi luoghi ai quali i rumeni fanno riferimento per la ricerca di prodotti di alta qualità e alto costo. Loro, abituati in tanti anni di regime socialista a prodotti di qualità e design inesistente, non fanno altro che cercare i prodotti più rappresentativi del "Made in Italy". Ma quale canale distributivo va individuato? E' inutile cercare il classico importatore o distributore. Lavorare con questi operatori significa aumentare i passaggi della catena

distributiva (cosa che nei paesi dell'Est è spesso molto affollata) con un conseguente aumento del prezzo finale che rende il prodotto praticamente invendibile. Bisogna entrare direttamente in questo mercato tramite un proprio marchio e una propria rete distributiva (negozi), per le seguenti ragioni:

- è l'unica forma per poter vendere prodotti di alta qualità a prezzi ragionevoli, evitando tutti gli intermediari che fanno lievitare notevolmente il prezzo.
- i margini di guadagno sono maggiori; questo anche per compensare il maggior costo relativo all'investimento effettuato (affitto locali, personale, etc.).
- avendo un controllo diretto della distribuzione, si elimina il grave problema relativo alle contraffazioni, in quanto chi vuole acquistare un determinato capo deve necessariamente rivolgersi al relativo negozio.

Utilizzando questo schema è possibile sfruttare appieno le possibilità che sta offrendo questo mercato. Ma i costi quali sono? Orientativamente possiamo dire:

- Affitto: un negozio di 50 m2 in un centro commerciale di ultima generazione può costare sui 2.000 Euro al mese. Bisogna tener presente che questi costi stanno salendo, infatti il mercato rumeno è molto interessante sotto il profilo del "Real Estate" per l'elevato aumento del prezzo degli immobili.
- Personale del negozio: una commessa ha un costo per l'azienda di 400/500 Euro al mese.
- Supervisione: in un paese dove i "furbi" e, più in generale, la corruzione la fanno da padrona, non è possibile gestire una qualunque attività senza avere una persona di totale fiducia e competenza in grado di controllare che il tutto si svolga senza problemi (regolare consegna della merce, fatturazione corretta, verifica delle vendite, etc..), né si può pensare che l'imprenditore italiano, da solo, possa fare tutto questo facendo un costante pellegrinaggio tra l'Italia e la Romania. E' pertanto indispensabile la figura di un supervisore che costa sui 1.500 Euro al mese.

Michele Lenoci  
lenoci@commercioestero.net



## Opportunità di business

**Paese** Colombia  
**Tipo di annuncio** Richiesta  
**Settore** Macchinari  
**Oggetto** Associazione di categoria cerca macchinari per la macellazione di bovini e macchinari per la lavorazione del latte. Caratteristica fondamentale è che si tratti di piccoli impianti.  
**Rif.** 011/2007

**Paese** Perù  
**Tipo di annuncio** Richiesta  
**Settore** Macchinari  
**Oggetto** Ditta interessata acquisto di macchine per agricoltura trattori agricoli e trattori forestali, a ruote, nuovi, con motore di potenza inferiore a 18 kW (escl. motocoltivatori)  
**Rif.** 012/2007

**Paese** Turchia  
**Tipo di annuncio** Richiesta  
**Settore** Macchinari  
**Oggetto** Società intende di importare macchine edili e stradali per la lavorazione dell'asfalto per autostrade  
**Rif.** 013/2007

**Paese** Norvegia  
**Tipo di annuncio** Richiesta  
**Settore** Abbigliamento  
**Oggetto** Ditta è in cerca di produttori italiani di maglieria da donna (lana, superwash). Vorrebbe entrare in contatto con produttori di private label.  
**Rif.** 014/2007

**Paese** Grecia  
**Tipo di annuncio** Richiesta  
**Settore** calzature  
**Oggetto** Azienda con 2 punti vendita è interessata ad importare calzature.  
**Rif.** 015/2007

**Per avere ulteriori informazioni contattare:  
e-mail: [trading@commercioestero.net](mailto: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.

Commercioestero Consulting, grazie alle significative esperienze pluriennali dei suoi professionisti, ha 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 Commercioestero Consulting offre alle imprese i propri servizi d'eccellenza.

Completano il panel di proposte il sito internet 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 Consulting S.r.l. fa parte del gruppo 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&amp;A (Merger &amp; 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&amp;A (Merger &amp; 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](mailto:ghirotti@commercioestero.net)

[www.commercioestero.net](http://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