



## E d i t o r i a l e

# Strategie per delocalizzare l'impresa

> **Direttore responsabile**  
Cinzia Fontana

> **Hanno collaborato**  
Marco Tupponi  
Giuseppe De Marinis  
Federico Zaniboni  
Dario Grossi  
Berardo Di Ferdinando  
Michele Lenoci

> **Segretaria di edizione**  
Sabrina Tedaldi

## S O M M A R I O

> **Editoriale**  
Strategie per delocalizzare l'impresa **Pag. 1**

> **A proposito di...**  
Tipicità ed atipicità nelle relazioni commerciali internazionali **Pag. 2**

Nuove regole per i pagamenti nelle transazioni commerciali **Pag. 4**

> **Attenzione su...**  
Il Porto e la Città: dal "porto-emporio" al "chain port" **Pag. 5**

Il contratto di assicurazione merci: clausole particolari **Pag. 6**

> **Opportunità di business...** **Pag. 7**

**A**ffacciarsi su un mercato estero per una pmi è sempre una sfida anche se l'intento è soltanto quello di commercializzare un prodotto. Ben più articolata è la scaletta metodologica se l'impresa ha deciso non solo di svolgere un'attività commerciale, ma di delocalizzare la produzione.

Per prima cosa è necessario svolgere un'indagine esplorativa dall'Italia per acquisire dati commerciali e di preparazione del personale locale per definire quale Paese è più adatto per impiantare un'unità produttiva. Ad esempio, Tunisia e Marocco hanno una tradizionale esperienza nella concia delle pelli ed in questi due Paesi è più facile trovare manodopera specializzata in questo settore e nella sua filiera.

Individuato il Paese secondo questo primo parametro, il successivo punto è composto da un insieme di variabili ed in particolare: l'aspetto logistico ed i costi relativi, l'aspetto produttivo ed i costi relativi, l'aspetto fiscale, l'aspetto legale, l'aspetto finanziario e bancario. Esaminiamo brevemente questi punti e partiamo dall'aspetto della logistica.

Creare un nuovo impianto produttivo implica, tra l'altro, la definizione dei costi per il trasporto delle materie prime da elaborare sia in entrata che in uscita. Tale spesa ovviamente influenzerà il costo del prodotto, la velocità con il quale può essere consegnato, la commercializzazione, anche nella zona di produzione dello stesso.

Un altro aspetto da analizzare è quello produttivo ed i costi che ne derivano. Ci riferiamo, in particolare, al costo della manodopera che spesso nei Paesi su cui si

punta per delocalizzare è molto bassa. Anzi spesso le pmi considerano, sbagliando, questo punto quale l'unico decisivo e determinante per la scelta di delocalizzare o meno la propria produzione.

Pure l'aspetto fiscale è strategico se si considera che in moltissimi Paesi esistono "free zone" cioè località a tasse escluse o molto agevolate. Inoltre è indispensabile sapere se il Paese che si è scelto ha stipulato un Trattato contro la doppia imposizione con l'Italia: vale a dire un trattato attraverso il quale i due Paesi contraenti hanno definito i reciproci rapporti da un punto di vista tributario in modo che le imposte, che si pagano in uno dei due Paesi, non si paghino anche nell'altro, se non nella differenza e dunque non sommandosi. Giuridicamente, conoscere le norme del Paese dove si crea la nuova unità operativa è indispensabile per evitare di incappare in divieti o comunque per adattare l'attività alle norme vigenti.

Da ultimo, ma non certo per importanza, va sottolineato l'aspetto finanziario e bancario, non solo perché esistono linee di finanziamento del nostro Stato per agevolare la delocalizzazione e la penetrazione commerciale estera, ma anche perché esistono linee di finanziamento internazionali deputate a questo scopo.

Da questo breve excursus emerge con chiarezza che decidere di svolgere una parte o l'intera produzione all'estero richiede dei passi consequenziali, che andrebbero tutti percorsi ed approfonditi al fine di ridurre al minimo i rischi di insuccesso.

**Marco Tupponi**  
tupponi@commercioestero.net

# Tipicità ed atipicità nelle relazioni commerciali internazionali

**L** processo d'internazionalizzazione, un tempo considerato di quasi esclusivo interesse per le grandi imprese, oggi è diventato sempre più un obiettivo anche, e soprattutto, delle Pmi. È prioritariamente a queste ultime che la Commercioestero Consulting Srl offre consulenza. Negli ultimi tempi, l'assistenza nella contrattualistica internazionale ci ha portato a predisporre contratti che, per certi versi, si discostano dai tipici modelli, al fine di rispondere alle più disparate esigenze delle Pmi.

In una recente consulenza, si è dovuto individuare una struttura giuridica che tenesse, allo stesso tempo, conto sia delle esigenze dell'impresa sia, e soprattutto, di elementi giuridici.

Il contratto, posto in essere in questa occasione, può essere quindi definito "atipico" e complesso: atipico, per la coesistenza in un'unica

struttura di più contratti e per l'atipicità propria del contratto di fornitura di servizi di logistica integrata, complesso, per il carattere transnazionale del contratto stesso.

La struttura giuridica è risultata innovativa nella predisposizione di una disciplina uniforme comune al contratto nel suo complesso, per aspetti quali: obbligazioni del Committente, obbligazioni dell'Operatore, definizione attività, decorrenza, durata e recesso del contratto, gestione del contratto, arbitrato e disciplina applicabile al rapporto.

Ancillarmente ad esso, sono stati predisposti dei contratti nei quali, invece, si sono disciplinate, in maniera dettagliata, le specifiche attività ed in particolare: la promozione dei prodotti del committente, la strategia di marketing e la fornitura di servizi di logistica integrata. Fermo restando la complessità

giuridica del contratto nel suo insieme, è proprio la fornitura di servizi di logistica integrata a costituire l'elemento di maggiore complessità, proprio perché, ad oggi, nonostante qualche interessamento da parte di Associazioni di categoria,<sup>1</sup> è di difficile inquadramento giuridico. Inoltre, i tentativi fatti sinora, risultano contraddittori e/o seguono interpretazioni non univoche sia in ambito nazionale sia, e soprattutto, in ambito comparato.

La nozione di "servizi di logistica integrata" ricomprende, come più volte sottolineato, prestazioni piuttosto diversificate e, di volta in volta, soggette a variazioni secondo le particolari esigenze del Committente e della natura merceologica del prodotto. In generale, possiamo annoverare, la ricezione della merce, il controllo quantità e qualità, il magazzinaggio, la custodia, il trasporto, lo

1) Vedi l'interessamento, nella fattispecie in esame, di Assologistica per l'Italia, dell'IWLA (*International Warehouse Logistic Association*) per gli Stati Uniti e dell'UKWA (*United Kingdom Warehousing Association*) per la Gran Bretagna.



[www.commerciostero.net](http://www.commerciostero.net)

**Direttore responsabile**  
Cinzia Fontana



Questo periodico è associato  
alla Unione Stampa Periodica Italiana

**Proprietario ed Editore:** Commercioestero Consulting S.r.l.

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

**Presidente:** Marco Tupponi

**Amministratore Delegato:** Alessandro Zoriaco

**Registrazione Tribunale** di Forlì n. 18 del 3 giugno 2002

**Direzione, redazione:** Via Maceri, 25 - 47100 Forlì - Tel. 0543 27852 - Fax 0543 457228.

Commerciostero Consulting S.r.l. 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.

**Pubblicità:** Trade Italy s.n.c. - Via Lago D'Arvo, 9/11/13 - 74100 TARANTO

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

**Stampa:** Grafiche MDM S.p.A. - Via Meucci, 27 - 47100 Forlì (FC)

smistamento dei prodotti e la gestione dei resi.<sup>2</sup>

La giurisprudenza, spesso, di fronte a nuovi modelli giuridici di difficile inquadramento in fattispecie tipiche, si è mossa partendo dal riconoscimento dell'atipicità della figura, finendo però nell'attuare la oramai nota "tipizzazione negativa", vale a dire la riconduzione della figura atipica e complessa, in fattispecie tipiche che, maggiormente, siano accomunabili ad essa come, ad esempio, il contratto di trasporto o di deposito, o, ancora, di spedizione.

La summenzionata tipizzazione negativa è una soluzione poco accettabile non solo per questa fattispecie, ma anche per altre, come ad esempio la joint venture contractual o altre figure atipiche. La soluzione che meglio risponde alle esigenze degli operatori del commercio internazionale è costituita dalla predisposizione di un modello contrattuale, che integri la disciplina prevista per i contratti tipici, relativamente alle obbligazioni rientranti in suddetti contratti, con il principio di autonomia contrattuale riconosciuto sia nei sistemi di civil law che di common law.

Pertanto, il contratto da noi predisposto ha proprio seguito il suindicato percorso. Questo ha comportato la costituzione di un contratto il più possibile autosufficiente e svincolato dall'applicazione delle discipline previste dagli ordinamenti coinvolti, attraverso la predisposizione di un'apposita clausola, fermo restando l'applicabilità delle norme imperative che per la loro natura non possono essere derogate dalle parti. La problematica giuridica su esposta risulta, per certi versi, approssimativa, dato che si sono

volutamente tralasciati alcuni aspetti che, per la loro complessità, andrebbero discussi in altra sede. Si è voluto, invece, mirare l'attenzione sull'importanza della predisposizione di contratti ad hoc capaci di rispondere compiutamente e nello specifico alle esigenze dei soggetti di volta in volta coinvolti in relazioni commerciali internazionali senza, però, trascurare aspetti prettamente giuridici.

**Giuseppe De Marinis**

*demarinis@commercioestero.net*



2) Per un approfondimento si consulti N. Pascale Guidotti Magnani, *I servizi di logistica integrata*, in *I servizi di logistica. Aspetti operativi e giuridici*, a c.d. A. Masutti, Atti del Convegno Bologna, 11 Febbraio 1998, Torino (Giappichelli), 1999, p. 3. ss.

EsseLibri Simone Spa  
Editore

Cinzia Fontana Isabella A. M. Lozito

**I FINANZIAMENTI EUROPEI**  
ANALISI DELLE AGEVOLAZIONI COMUNITARIE  
A SOSTEGNO DI PMI ED ENTI PUBBLICI

*Disponibile presso le migliori librerie*

EsseLibri Simone Spa  
Editore

Nicola Carrea

**I FINANZIAMENTI PER LE ATTIVITA'  
ESTERE DELLE IMPRESE**

*Disponibile presso le migliori librerie*

# Nuove regole per i pagamenti nelle transazioni commerciali

**A**pprovato finalmente il decreto legislativo 9 ottobre 2002 n. 231, l'Italia recepisce la direttiva comunitaria tesa ad armonizzare le normative nazionali in tema di ritardo nei pagamenti delle transazioni commerciali. La normativa approvata apporta alcune significative modifiche volte a ridurre i costi e i tempi di recupero delle somme dovute a titolo di transazione commerciale, purché il corrispettivo sia stato pattuito in un contratto stipulato dopo l'8 agosto 2002 e si tratti prevalentemente di una prestazione di servizi o della consegna di beni.

La nuova disciplina si applica quindi a chi esercita un'attività imprenditoriale, ai negozi di carattere privatistico in cui sia parte la Pubblica Amministrazione ed anche ai liberi professionisti individuali ovvero organizzati in forma collettiva (associazioni professionali, studi di consulenza).

Probabilmente la più significativa delle novità introdotte consiste nella nuova disciplina degli interessi moratori. Tali somme decorrono dalla data di scadenza del pagamento contrattualmente fissata, tuttavia, e qui sta la novità, in assenza di specifica statuizione, essi decorrono comunque senza che sia necessaria alcuna costituzione in mora:

- trascorsi 30 giorni dalla data di ricevimento della fattura ovvero di una richiesta di pagamento;
- trascorsi 30 giorni dalla data di ricevimento delle merci o dalla data in cui è stata eseguita la prestazione dei servizi purché non sia certa la data di ricevimento della fattura

o della richiesta di pagamento, ovvero la data in cui il debitore riceve la fattura o la richiesta è anteriore a quella del ricevimento delle merci o della prestazione dei servizi;

- trascorsi 30 giorni dalla data dell'accettazione o della verifica prevista dalla legge o dal contratto ai fini dell'accertamento della conformità delle merci o dei servizi alle clausole contrattuali, questo nel caso che il debitore riceva la fattura in un tempo non successivo a tale data.

Il tasso d'interesse moratorio, ai sensi dell'art. 5, comma 2 e in assenza di diversi accordi tra le parti, è pari al saggio d'interesse del principale strumento di finanziamento della Banca Centrale Europea applicato alla sua più recente operazione di finanziamento principale, effettuata il primo giorno di calendario del semestre in questione, maggiorato di sette punti percentuali. Il Ministero dell'Economia e delle Finanze ha comunicato in G.U. Serie Generale n. 33 del 10-2-2003 ([www.gazzettaufficiale.it](http://www.gazzettaufficiale.it)) i seguenti scaglioni:

- per il II semestre 2002 il tasso è pari al 10,35% (7% + 3,35%);
- per il I semestre 2003 il tasso è pari al 9,85% (7% + 2,85%).

Questi scaglioni si applicano anche ai contratti di subfornitura come disposto dall'art. 10 del decreto legislativo, inoltre ove il ritardo nel pagamento ecceda di trenta giorni il termine convenuto, il committente incorre in una penale pari al 5% dell'importo in relazione al quale non ha rispettato i termini. Quanto ai costi per il recupero del credito,

le nuove disposizioni stabiliscono che il creditore ha diritto al risarcimento delle spese sostenute per il recupero delle somme non tempestivamente corrispostegli, salva la prova del maggior danno, ove il debitore non dimostri che il ritardo non sia a lui imputabile. I correttivi e le emende approntate dal decreto influiscono anche sul codice di procedura civile sostanzialmente con l'obiettivo di potenziare ed ampliare gli strumenti giudiziari di recupero del credito. È infatti ora possibile accedere alla procedura monitoria (decreto ingiuntivo) anche nei confronti di debitori stranieri, con la possibilità di ottenere un provvedimento nel limitato tempo di trenta giorni dalla richiesta. Il debitore in caso di opposizione fondata meramente su vizi procedurali resta comunque obbligato al pagamento delle somme non contestate.

*Federico Zaniboni*  
[zaniboni@commercioestero.net](mailto:zaniboni@commercioestero.net)

## Il Porto e la Città: dal “porto-emporio” al “chain port”

“**L** processo di globalizzazione che ha investito l'economia mondiale negli ultimi anni ha delineato nuovi scenari nel trasporto marittimo e nel ruolo dei porti: competizione su un mercato sempre più complesso ed incerto ed esigenza di avviare nuove strategie di sviluppo, facendosi attrattori di diverse attività”.

Questo è il suggestivo *incipit* del comunicato stampa della FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, [www.ferpi.it](http://www.ferpi.it)) in presentazione del convegno “Il ruolo dei porti- dinamiche evolutive e strategie sostenibili”. L'evento, tenutosi il 23 gennaio scorso al Porto Vecchio di Genova, Palazzo S. Giorgio, è stato organizzato in collaborazione con la Fondazione ENI Enrico Mattei (FEEM, [www.feem.it](http://www.feem.it)), che ha contemporaneamente presentato l'esito editoriale del suo ultimo studio: “Porti, Città e territorio costiero”. Da quello che a noi operatori consulenziali del commercio estero, in prima battuta, può sembrare un evento esclusivamente “mondano”, nasce invece un interessante dibattito tra i maggiori esperti nazionali del trasporto marittimo sulle strategie che influenzeranno il futuro del trasporto merci via mare.

Da alcuni anni, si nota un costante incremento del traffico merci attraverso i porti italiani, indicativo di una *ritrovata centralità* delle rotte del Mediterraneo. In Italia l'aumento dei flussi mercantili coincide temporalmente con l'entrata in vigore, nel '94, della legge di riforma del settore, il cui principale effetto è stato la sostituzione degli Enti Portuali con

strutture amministrative molto più flessibili: le Autorità Portuali. Questo cambiamento ha favorito maggiore efficienza operativa e rinnovato orientamento al mercato del transito delle merci.

Siamo in presenza di vere e proprie strategie di marketing: offrire alla nave servizi sempre più mirati alle sue esigenze. Diventa, perciò, scelta comune operare verso una specializzazione del porto nelle varie tipologie del trasporto marittimo, in base alle possibilità ed alle opportunità. Eclatante l'esempio statunitense del porto di Boston che “rinuncia” al traffico intermodale per concentrare le proprie strutture nel traffico passeggeri e merci alla rinfusa. Questo indica la consapevolezza che non è più possibile pensare di essere attrattivi nella totalità dell'offerta, ma si cerca di esserlo con il raggiungimento dell'eccellenza in determinati settori.

Per una nave, l'eccellenza di un porto significa ridurre al minimo il proprio tempo di permanenza: per rendere questo possibile, la struttura portuale deve essere dotata non solo delle opportune infrastrutture, ma deve fare in modo che queste siano fruibili per le operazioni di movimentazione nel minor tempo possibile. È necessario quindi offrire una situazione di sovracapacità, a discapito dei costi per la sovrabbondanza strutturale, ma a tutto beneficio dell'efficacia commerciale. In ragione di ciò, gli impianti portuali stanno aumentando gradualmente di dimensioni, oramai sino a “scontrarsi” (sia fisicamente sia culturalmente), con la Città che li ospita.

Come poter mediare le esigenze di espansione di un porto industriale con quelle di “vivibilità” della cittadinanza? “Il porto non è più “emporio” in cui si contrattano le mercanzie appena sbarcate, diventando così fonte di benessere per tutta la cittadinanza; ora è un semplice nodo di una rete logistica (chain port) che ha i propri punti di arrivo e partenza nel lontano entroterra e che lo unisce ad altri porti (servizi di feederaggio) ed a interporti terrestri” (Dall'intervento del Prof. Musso, Univ. Genova). Si dice che la Città portuale subisca i costi (ambiente, traffico, vivibilità) mentre i benefici vengono goduti altrove.

Una via ipotizzata è quella di operare uno “scambio”: permesso di espansione in nuove aree contro la valorizzazione e restituzione alla municipalità delle aree del cosiddetto “waterfront”, tutte le strutture industriali a filo banchina dimesse in passato e ora disponibili per diventare centri polifunzionali. L'impressione è, comunque, che il dibattito tra il Porto e la Città sia ben lungi dall'essere concluso.

Dario Grossi  
[grossi@commercioestero.net](mailto:grossi@commercioestero.net)



# Il contratto di assicurazione merci: clausole particolari

**L'**assicurazione merci è il contratto col quale un soggetto (assicuratore) s'impegna, dietro pagamento di una somma (premio), ad indennizzare un altro soggetto (assicurato), per i danni che dovessero occorrere alle merci di sua proprietà in occasione di un sinistro. Presupposto necessario deve essere l'esistenza di uno stato di rischio, preesistente al trasferimento della merce. Tra gli obblighi dell'assicurato, vi è l'esatta descrizione del rischio, il pagamento del premio, calcolato in percentuale sul valore assicurato, che a sua volta può dipendere dalla qualità della merce, dal suo imballaggio, dal mezzo e dalla tipologia del trasporto adottato, dalla stagione scelta per il trasferimento, dal luogo di collocazione della merce. Obbligo dell'assicuratore è il pagamento della somma assicurata in caso di sinistro. Alcuni rischi normalmente non sono assicurabili.

Tra questi citiamo il dolo o colpa grave del contraente, dell'assicurato o di loro rappresentanti e/o dipendenti, e ancora il difetto, vizio o insufficienza dell'imballaggio, il ritardo o mancata consegna della merce a destinazione, il cattivo stivaggio, i vizi insiti nella qualità della merce come combustione spontanea, fermentazione, calo naturale, contrabbando e/o attività proibite, inadempimento delle obbligazioni pecuniarie del proprietario, armatore o gestore della nave, ritardo o perdite di mercato conseguenti ad un evento assicurato.

Tralasciando in tal sede la trattazione delle diverse tipologie di contratti di assicurazione merci, si ritiene opportuno approfondire alcune fra le principali clausole in uso nel commercio internazionale.

☑ **Clausola per "Danni indiretti consequenziali" ("Marine Conse-**

## **quential Loss" Clause)**

Normalmente il danno derivante da ritardo o mancata consegna della merce a destinazione non è assicurabile. Ciò non si verifica se sul contratto di assicurazione merci è stata apposta tale clausola, come obbligo derivante da un contratto di compravendita. Di origine anglosassone, essa mira a coprire i danni cosiddetti indiretti consequenziali ai danni oggetto della copertura base, come quelli da ritardo della consegna, da perdite commerciali (sconti o mancati guadagni), perdita di mercato, pagamento di penali e/o di interessi passivi, perdita di produzione (es. macchinario che giunge danneggiato nella località di destinazione).

È facilmente immaginabile che il premio sia più elevato rispetto al normale importo previsto per i contratti base, tuttavia l'assicurato che decide di sottoscrivere tale clausola mira a cautelarsi da danni che, seppur indiretti, gli provocherebbero perdite economiche e di immagine nel mercato di esportazione. Spetta, dunque, all'esportatore valutare caso per caso la convenienza dell'operazione.

## ☑ **Clausola "Valga o non"**

Nella comune prassi, l'entità del danno effettivo deve essere anche documentata. Tuttavia, per particolari tipologie di merci come opere d'arte, oggetti preziosi e mobili antichi, il valore è difficilmente dimostrabile dall'assicurato ed è facilmente discutibile dai periti della società assicuratrice. Per ovviare a tali inconvenienti può essere adottata tale clausola, con la quale viene aprioristicamente stabilito il valore della merce (e del premio erogabile) all'atto della stipula del contratto di assicurazione, prescindendo così da documentazioni e/o perizie.

L'assicuratore accetterà di inserire tale

clausola ove la natura dei beni lo imponga e non già per altre motivazioni, dato che la stessa clausola si presta potenzialmente a truffe e azioni illecite da parte dell'assicurato.

## ☑ **Clausola di "Disimballaggio differito" ("Deferred unpacking" Clause)**

È noto che il destinatario delle merci, all'atto del ricevimento dei colli, ha un determinato numero di giorni per elevare reclami per danni, verso il vettore, non palesi al momento della consegna.

Per danni non apparenti, i termini variano secondo i mezzi di trasporto adottati.

Per danni apparenti, invece, il reclamo va elevato al vettore all'atto della consegna della documentazione di accompagnamento.

Tuttavia, spesso l'apertura dei colli avviene in tempi più estesi di quelli previsti e i danni non apparenti diventano evidenti solo in un momento successivo, dando luogo alla perdita del diritto alla rimborsabilità del danno da parte dell'assicurato. Per ovviare a tale rischio, il termine per il disimballaggio della merce può essere prorogato, garantendo così all'assicurato la conservazione del diritto all'indennizzo nei confronti dell'assicuratore. In tal caso, la sottoscrizione di tale clausola e l'accettazione del conseguente aumento del premio da parte dell'assicurato possono essere giustificate dai rischi derivanti dalla prolissità dei tempi di consegna o dal cattivo funzionamento della burocrazia portuale nel Paese di destinazione.

*Berardo Di Ferdinando  
diferdinando@commercioestero.net*

## Opportunità di Business

<b>Paese</b> <b>Tipo di annuncio</b> <b>Settore</b> <b>Oggetto</b> <b>Rif.</b>	<b>Corea del Sud</b> Richiesta <b>Alimenti - dolci</b> Importante distributore ricerca fornitori di prodotti a base di cioccolato 006/2003
<b>Paese</b> <b>Tipo di annuncio</b> <b>Settore</b> <b>Oggetto</b> <b>Rif.</b>	<b>Cina</b> Richiesta <b>Mobili</b> Importatore coreano con show-room in Cina richiede fornitura di mobili per camere da letto. 007/2003
<b>Paese</b> <b>Tipo di annuncio</b> <b>Settore</b> <b>Oggetto</b> <b>Rif.</b>	<b>Iran</b> Richiesta <b>Ceramiche</b> Si cercano produttori di ceramiche delle seguenti dimensioni: 10 x 10 cm; 20 x 20 cm; 33 x 33 cm. 008/2003
<b>Paese</b> <b>Tipo di annuncio</b> <b>Settore</b> <b>Oggetto</b> <b>Rif.</b>	<b>India</b> Richiesta <b>Mobili per ufficio</b> Si cercano produttori di sedie per ufficio con supporto lombare gonfiabili ad aria. 009/2003
<b>Paese</b> <b>Tipo di annuncio</b> <b>Settore</b> <b>Oggetto</b> <b>Rif.</b>	<b>Stati Uniti</b> Richiesta <b>Cibi in scatola</b> Importatore cerca produttori di cibi in scatola (carne, mais, etc.) 010/2003

Per la Vostra pubblicità su

**AE** Attività con l'Estero

contattare:

tel. 0543 27852 – fax 0543 457228  
e-mail: fontana@commercioestero.net

Per ulteriori informazioni sulle Opportunità di Business contattare:

**e-mail: lenoci@commercioestero.net**

**Fax 1782/211098**

indicando il riferimento di interesse



**Consulenza - Formazione - Finanziamenti**

Via Contarini, 47 – 47023 CESENA (FC)  
Tel. 0547/646094 – Fax 0547/350126

### **CORSO IN INTERNAZIONALIZZAZIONE PER LE IMPRESSE**

Commercioestero Consulting S.r.l., in collaborazione con IKOS AgeForm, promuove un corso in Internazionalizzazione delle PMI del Mezzogiorno diretto alle imprese che vogliono formare il loro personale in questo settore. Il corso si svolgerà a Bari.

Per maggiori informazioni: **Dott. Michele Lenoci**  
Resp. area Formazione Commercioestero Consulting s.r.l.  
lenoci@commercioestero.net • Fax 1782 211098

La tendenza attuale alla globalizzazione dei mercati impone alle imprese, ed anche agli enti pubblici e privati che sostengono l'imprenditoria, uno sforzo importante al fine di mantenere una competitività sempre più serrata e una posizione sul mercato sempre più difficile da conservare.

Questa sfida ha necessità del supporto di competenze professionali altamente qualificate che siano in grado di **assistere i soggetti imprenditoriali in tutti i settori del mercato internazionale.**

**Commercioestero Consulting S.r.l.**, grazie alle significative esperienze pluriennali dei suoi professionisti, ha maturato competenze di rilievo idonee a sostenere l'impresa nel suo processo di internazionalizzazione. In particolare, la società si occupa delle **problematiche inerenti il commercio estero ed i servizi per l'internazionalizzazione dell'impresa**, offrendo assistenza, consulenza e formazione nei settori legale, fiscale, delle politiche di marketing, informatico, commerciale, della logistica, finanziario.

LEGALE	FISCALE	FINANZA	LOGISTICA	MARKETING	IT & E-BUSINESS
Diritto Commerciale	IVA intra ed extracomunitaria	Analisi dei rischi	Razionalizzazione reti logistiche distributive	Strategie di marketing nazionali ed internazionali	Web marketing
Diritto societario	Doppia imposizione	Assicurazione crediti	Ingegneria del packaging	Ricerche di mercato nazionali ed internazionali	Progettazione e realizzazione siti Internet e reti Intranet ed Extranet
Diritto telematico	Pianificazione fiscale	Forfaiting	Ottimizzazione costi di trasporto	Ricerca e valutazione partners commerciali	Promozione sui principali motori di ricerca
Diritto industriale	Tassazione dei redditi all'estero	Merger & Acquisition	Assicurazione delle merci	Organizzazione fiere e missioni commerciali	Strumenti di Comunicazione on line
Prevenzione e soluzione delle controversie	Aspetti fiscali dell'E-commerce	Crediti documentari	Individuazione e ottimizzazione TARIC	Match-making	Bollettini Commerciali
Informazione e documentazione		Agevolazioni nazionali ed internazionali	Assistenza alle pratiche doganali	Ingegneria dell'export - export check up	E-procurement
		Assistenza progettuale per la presentazione di pratiche di finanziamento	INCOTERMS 2000	Ufficio estero in outsourcing	

Accanto ad una erogazione dei servizi in forma tradizionale, **Commercioestero Consulting S.r.l.**, è in grado di **fornire assistenza e consulenza on line** anche attraverso il proprio sito internet [www.commercioestero.net](http://www.commercioestero.net), il primo portale italiano privato dedicato allo sviluppo delle relazioni commerciali internazionali delle PMI, al cui interno, tra l'altro, trovano collocazione un efficace bollettino commerciale internazionale e la versione in formato elettronico del notiziario **AE - Attività con l'estero**, interessante opportunità di supporto e documentazione per tutti gli operatori del settore. La Società annovera tra i propri soci anche l'**associazione Commercioestero Network**, nata dalla pluriennale esperienza dei suoi fondatori, si propone come stimolo e strumento di studio delle problematiche inerenti l'internazionalizzazione dell'impresa, promuovendo il permanente aggiornamento professionale, la puntuale e approfondita ricerca sulle tematiche più innovative e la formazione continua. Si propone, altresì, l'obiettivo di favorire il miglioramento della qualità delle prestazioni professionali erogate dagli associati ai propri clienti.

Nelle aree di competenza l'Associazione promuove la **formazione professionale** attraverso seminari tematici, conferenze e convegni informativi, pubblicazioni, attività corsuali.

Ai sensi dell'art. 10 della legge n. 675/1996 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)



FORLÌ - CESENA - BOLOGNA - ANCONA - BARI - BERGAMO  
FOGGIA - LECCE - NAPOLI - PADOVA - TARANTO - TERAMO  
PALERMO - AMMAN - ATENE - DÜSSELDORF