



AEE

Attività con l'Estero

Periodico trimestrale • Anno XI • N° 2 • Aprile/Giugno 2013

COMMERCIOESTERO®



Direttore responsabile
Cinzia Fontana

Hanno collaborato
Marco Tupponi
Anna Montefinese
Giuseppe De Marinis
Michele Lenoci

SOMMARIO

Editoriale

L'Algeria e l'edilizia
Pag. 1

A proposito di...

Notizie in breve dal mondo
Pag. 2-3

Attenzione su...

La Basilicata finanzia e sostiene l'internazionalizzazione delle PMI Lucane
Pag. 4-5

Fisco e Dogane Novità Marzo 2013: Prova dell'avvenuta cessione intracomunitaria
Pag. 6

Opportunità di Business dall'estero

Offerte e richieste dall'estero
Pag. 7

E D I T O R I A L E

L'ALGERIA E L'EDILIZIA

Lo studio Tupponi, De Marinis & Partners, accogliendo alcune richieste provenienti dall'Imprenditoria edile si è fatto carico di esplorare canali interessanti in questo settore.

Fra questi è stato individuato come Paese l'Algeria, nostro fornitore storico di gas.

Il nostro Studio è stato recentemente incoraggiato da una serie di clienti che hanno manifestato forte interesse per questo paese.

Considerato che:

- 1) Il Governo Algerino ha interesse a:
 - realizzare importanti interventi di Housing con finanziamenti pubblici
 - formare un tessuto imprenditoriale nel Paese
- 2) Le Imprese Italiane hanno interesse a:
 - Realizzare le opere
 - Percepire gli utili degli interventi

Da parte algerina:

- Il Governo Algerino, a fronte del finanziamento, avrà i manufatti edili e la formazione di strutture imprenditoriali con controllo (anche interno) sulla spendita del denaro.

- Le Imprese Italiane, a fronte del loro know how, avranno la governance degli interventi.

- possono stipulare patti parasociali in cui:

- le decisioni tecniche sono della parte Italiana,

- Il controllo delle entrate/uscite è congiunto (Italia / Algeria).

Considerata inoltre:

- la complessità del Paese Algeria,
- l'opportunità di proporsi come "Sistema Italia",

- la necessità delle Imprese Italiane di entrare in rapporti più o meno stabili con strutture imprenditoriali Algerine in posizione minoritaria (49% - 51%),

- la necessità di massimizzare il potere contrattuale sia in fase di trattative contrattuali, sia in fase di esecuzione delle commesse, lo Studio Tupponi, De Marinis & Partners **con propri contatti in loco**, si propone come valido interlocutore per assistere le Imprese italiane in questa interessante anche se complessa attività sul suolo Nord Africano.

Avv. Marco Tupponi
Studio Tupponi, De Marinis & Partners
Presidente Commercioestero Network
tupponi@commercioestero.net

LA PAURA PER LA CRISI FRENA I CONSUMATORI AUSTRIACI

La crisi dell'euro, la paura per la disoccupazione e le preoccupazioni per il futuro della propria economia hanno reso i consumatori austriaci più cauti nella gestione del danaro. Secondo una recente ricerca fatta dalla società Gallup i consumatori austriaci hanno "un forte desiderio di risparmiare", stimando la loro situazione economica come "media" mentre un terzo di loro pensa che volgerà al peggio. Così si risparmierà nel settore arredo, bricolage, tempo libero (ristoranti, concerti e simili) e viaggi. La mentalità risparmiatrice è maggiore tra coloro che si trovano nella fascia di reddito mensile tra i 1800 e i 2550 euro. Con un reddito mensile inferiore a 1800 euro il livello di risparmio è inferiore così come nella fascia superiore ai 3300 euro/mese. Solo il settore alimentare riduce la tendenza al risparmio, anzi coloro con redditi superiori a 2550 euro/mese prevedono di aumentare le loro spese (29%). Si ridurranno invece le spese per giocattoli e animali da casa.

PER LA PRIMA VOLTA NEL REGNO UNITO IL PREZZO MEDIO DELLA BOTTIGLIA DI VINO SUPERA I 6 EURO

Secondo gli ultimi dati Nielsen il prezzo medio nel Regno Unito di una bottiglia di vino da 0,75 lt al dettaglio è arrivato a 5,03 lire sterline (5,99 €) rispetto alle 4,74 lire sterline (5,64 €) di fine 2011.

Dal 2002 l'aumento dei prezzi è dovuto, per l'80%, all'aumento delle tasse. Con lo scopo di ridurre il consumo di alcol tra la popolazione, le bevande alcoliche sono sottoposte a tasse speciali, oltre all'IVA. Una bottiglia di vino da 0,75 lt con una gradazione tra 5,5% e 15% paga ben 1,90 lire sterline (2,26 €) di tasse speciali. Così le referenze che si vendono a un prezzo tra le 3 e le 4 lire sterline (tra 3,57 e 4,76 €) hanno

avuto un calo di vendite del 14% mentre quelle che si trovano tra le 5 e 6 lire sterline (5,95 e 7,14 €) hanno avuto un aumento del 22% nelle vendite dello scorso anno.

IL CONSUMO DI VINO PROCAPITE IN CANADA RAGGIUNGE I 15 LITRI ANNUI

Secondo uno studio fatto da "Vinexpo" il consumo di vino in Canada cresce a un ritmo tre volte superiore al resto del mondo. In questo modo si spera che nei prossimi 5 anni il paese nordamericano diventi il quinto maggiore mercato per crescita per l'industria vinicola al mondo. La maggior parte del vino consumato in Canada è importato, anche se la produzione locale sta diventando sempre più diffusa. Tra il 2007 e il 2011 il consumo di vino è aumentato del 14,55% raggiungendo i 43,21 milioni di cartoni. Si spera che tra il 2012 e il 2015 il consumo arrivi a 50 milioni di cartoni annui. L'Italia ha superato la Francia come primo fornitore, anche grazie alla diffusione della cucina italiana nel paese. Nonostante ciò i vini americani, spagnoli e cileni hanno avuto una crescita rispettivamente del 42%, 26% e 25%.

LE VENDITE DI MOBILI NEGLI USA RAGGIUNGERANNO I 76 MILIARDI DI EURO NEL 2017

Secondo "Furniture today" le vendite di mobili negli USA nel 2012 dovrebbero raggiungere i 63 miliardi di euro, un 5,1% in più rispetto al 2011, mentre le previsioni parlano di 76 miliardi di € per il 2017, senza contare il settore "contract" e quello dei mobili non residenziali. In particolare si prevede una crescita superiore alla media nello Utah, North Dakota e Nevada, con punte di anche un 25%, tutto ciò grazie alla crescita dell'economia e del settore immobiliare.

COMMERCIOESTERO®



www.commercioestero.net

Direttore responsabile

Cinzia Fontana

E-mail:

fontana@commercioestero.net

Proprietario ed editore: Studio Associato Tupponi, De Marinis & Partners

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 (FC)

Telefono: +39-0543-33006

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

Progetto grafico: Sciroccomedia

IN GIAPPONE AUMENTANO LE VENDITE DI BENI DI LUSO

Le vendite di beni di lusso nei grandi magazzini giapponesi stanno avendo una grande crescita. Tutto ciò sembra conseguenza delle "Abenomics", cioè le misure economiche prese dal Primo Ministro giapponese Shinzo Abe per il rilancio dell'economia. Per esempio nel flagship store di Sogo & Seibu nel distretto di Ikebukuro a Tokio, nel mese di gennaio, le vendite di orologi, compresi quelli di lusso, sono aumentate del 30% mentre nello scorso mese di febbraio la crescita è stata di ben il 90%. La crescita si è concentrata principalmente nella fascia di orologi tra 4.000 e 6.500 euro. Secondo un portavoce della catena del lusso Takashimaya Co. le vendite di marchi di moda nei suoi 18 negozi, nelle prime 3 settimane di febbraio, hanno avuto un incremento del 30%. Tutto ciò dimostrerebbe una ripresa della fiducia dei consumatori giapponesi in tendenziale conferma per il futuro.

IL BRASILE E' IL TERZO CONSUMATORE AL MONDO DI PRODOTTI PER LA BELLEZZA

Il Brasile occupa il terzo posto al mondo per consumi di prodotti per la bellezza dietro Stati Uniti e Giappone. Grazie alla crescita economica e all'aumento del potere di acquisto della popolazione il settore della bellezza è quello che è cresciuto di più negli ultimi anni. In sei anni le spese per parrucchieri sono aumentate del 44% mentre il numero di saloni di bellezza è passato da 300.000 a

550.000, con un incremento nel numero di professionisti da 1,2 a 2,2 milioni. In particolare Rio di Janeiro è la città che riflette maggiormente questo dinamismo, basti pensare che nel 2010 sono stati aperti 4.000 centri di bellezza e nel 2011 ben 6.000. Il fatturato del settore, che comprende prodotti per la bellezza, igiene personale e profumeria, attualmente arriva a quasi 33 miliardi di € e, se la crescita continuerà a questi ritmi, nel 2020 il Brasile potrebbe essere il primo mercato al mondo per questo settore.

IN CINA LE CATENE DI MODA SI ESPANDONO VERSO LE CITTA' MINORI

L'elevata competizione nelle grandi città come Pechino, Shanghai, Guanzhou o Shenzhen ha spinto le catene del settore moda a spostarsi verso città più piccole come Wuhan, Wuxi, Changsha, Fuzhou o Xiamen. Oltre a queste catene anche grandi marchi del lusso come Louis Vuitton o Gucci o grandi marchi del settore sportivo come Adidas e Nike, stanno iniziando ad aprire filiali in queste città, così come anche i marchi locali Youngor, Fuguiniao, Jeone o Septwolves. D'altro canto anche le imprese locali del settore tessile stanno cominciando a diversificare. Ad esempio il marchio locale Red Dragonfly, specializzato in scarpe, di recente ha lanciato la sua linea di abbigliamento mentre i marchi nazionali abbigliamento sportivo come Li Ning, Anta o 361 Degrees stanno lanciando le loro linee di abbigliamento infantile. In tutto questo anche le vendite on-line stanno avendo una forte espansione.

Michele Lenoci
lenoci@commercioestero.net



LA BASILICATA FINANZIA E SOSTIENE

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI LUCANE

Lo Studio Tupponi, De Marinis & Partners attraverso l'area finanziamenti tiene costantemente monitorata la pubblicazione di bandi e opportunità rivolte alle PMI nel settore internazionalizzazione. A tal proposito si illustra, con il presente articolo, una nuova opportunità rivolta alle imprese lucane finalizzata a promuovere i processi d'internazionalizzazione delle stesse.

La regione Basilicata per rendere possibile la realizzazione di questo obiettivo ha ritenuto opportuno attingere all'utilizzo delle risorse del PoFesr 2007-2013 destinate allo Sviluppo competitivo per accrescere il potenziale di internazionalizzazione delle PMI lucane. La finalità del bando è quella di favorire la partecipazione in forma collettiva delle PMI rappresentative dei principali comparti e settori della Basilicata nei mercati esteri, anche attraverso accordi di cooperazione commerciale e tecnologica, stimolando l'avvio di progetti finalizzati all'apertura di nuovi mercati o al consolidamento di mercati già serviti.

Nello specifico, l'avviso enuncia che possono presentare domanda di candidatura le imprese aggregate in una delle seguenti forme:

- Reti di impresa formalizzate tramite la sottoscrizione di un Contratto di rete (già sottoscritto o non ancora sottoscritto);
- R.T.I.- Raggruppamenti temporanei di Imprese (già costituiti o non ancora costituiti), i consorzi e le società consortili. L'iniziativa dispone di un finanziamento complessivo di 2,8 milioni di euro e

prevede un contributo massimo a progetto di 300 mila euro a fondo perduto. I progetti presentati dovranno avere un budget di spesa minima di 40.000 euro al netto dell'IVA.

Per quanto riguarda invece le linee di intervento finanziabili descritte nell'avviso pubblico sono principalmente raggruppate in quattro aree:

- LINEA DI INTERVENTO A: Servizi di consulenza per l'internazionalizzazione finalizzati all'apertura di nuovi mercati e/o al consolidamento di mercati già serviti nonché all'organizzazione di iniziative di cooperazione industriale, commerciale e di export.

- LINEA DI INTERVENTO B: Prima partecipazione collettiva ad una determinata manifestazione fieristica e ad eventi commerciali all'estero.

- TIPOLOGIA DI INTERVENTO C: Progettazione e realizzazione di azioni promozionali sui mercati esteri.

- LINEA DI INTERVENTO D: Promozione, comunicazione e marketing per la realizzazione temporanea, per un periodo non superiore a 12 mesi, all'estero, di showroom, centri espositivi, centri servizi per la promozione.

L'importo del contributo per le spese di ognuna delle quattro linee di intervento è pari massimo al 50% dei costi ritenuti ammissibili.

Ogni singola domanda deve prevedere almeno 2 delle tipologie di intervento A, B, C, D, integrate in un singolo progetto

Attenzione su...



di internazionalizzazione articolato coerentemente, fermo restando che il contributo massimo dell'intero progetto dovrà essere pari a 300.000 euro.

Segnaliamo che l'ordine istruttorio delle istanze candidate sarà determinato dal punteggio ottenuto in fase di compilazione della candidatura telematica, sulla base di una serie di criteri di selezione tra cui ad esempio: il numero di imprese partecipanti al progetto di internazionalizzazione/numero di imprese aderenti al consorzio, il numero prevalente delle imprese (superiore al 50%) sul totale delle imprese ammissibili partecipanti al progetto di internazionalizzazione appartenente ai Distretti Industriali, valutazione dei mercati di sbocco per le produzioni tipiche lucane e delle aree geografiche, paesi e regioni, con i quali sussistono rapporti di cooperazione consolidati in base al Rapporto pubblicato da Unioncamere nel 2012 e alla quota di cofinanziamento del raggruppamento al progetto di internazionalizzazione.

La presentazione telematica delle domande potrà essere effettuata dal 2 maggio al 17 maggio 2013.

Lo Studio Tupponi, De Marinis & Partners si candida ad assistere le imprese lucane sia nel supporto contrattuale relativo alla costituzione di reti di impresa, sia nell'assistenza relativa agli aspetti legali, fiscali, contrattuali per l'estero che nel supporto in materia di dogane e trasporto (come previsto nelle voci specifiche della linea di intervento A del bando) e nel fornire informazioni analitiche rispetto al bando sopra descritto.

Anna Montefinese
montefinese@commercioestero.net

FISCO E DOGANE NOVITA' MARZO 2013: PROVA DELL'AVVENUTA CESSIONE INTRACOMUNITARIA

L'Agenzia delle Entrate, ha da pochissimi giorni emesso la risoluzione n.19 del 25 marzo 2013 che, seppur confermando l'obbligo da parte dell'operatore nazionale, di provare l'avvenuta cessione intracomunitaria a giustificazione del mancato addebito dell'IVA in fattura, fornisce delucidazioni in merito alla relativa documentazione da conservare a supporto.

Sino ad ora, l'Agenzia delle Dogane e delle Entrate quale prova dell'avvenuta cessione ha richiesto il documento di trasporto in originale firmato a destino. Nello specifico, nei casi di vendita con resa EXW o FCA, non avendo il cedente provveduto direttamente al trasporto non è spesso nella condizione di esibire tale documento. Questa difficoltà, seppur ridotta, si manifesta anche nelle cessioni con resa del gruppo C e D degli Incoterms® dove spesso, pur governando il cedente il trasporto, i vettori rendono comunque difficile l'ottenimento della documentazione a causa della modalità di gestione informatizzata: si pensi ai nuovi sistemi di archiviazione informatizzata o/e ai nuovi sistemi di tracciabilità.

La direttiva n. 2006/112/CE e la risoluzione n. 477/2008 avevano chiarito che la prova di avvenuta esportazione poteva essere fornita con qualsiasi altro documento idoneo a dimostrare che le merci abbiano effettivamente raggiunto un altro Stato membro. In seguito la risoluzione n.123 del 2009 precisava, altresì, che la prova dell'uscita delle merci dal territorio dello Stato per l'inoltro ad un soggetto passivo d'imposta identificato in altro Paese comunitario poteva essere fornita, tra l'altro, dalla lettera di vettura indicante il luogo di partenza e lo Stato comunitario di arrivo dei beni".

La nuova risoluzione n.19/E 2013, sulla scia dei precedenti interventi, ha definitivamente precisato che costituiscono validi mezzi di prova dell'avvenuta cessione intracomunitaria sia il CMR elettronico, sia le informazioni tratte dal sistema informatico del vettore dalle quali risulti che la merce è giunta nel Paese di destinazione.

Dal punto di vista pratico-operativo le imprese, affinché tali documenti possano essere considerati idonei a fornire la prova della cessione intracomunitaria, devono conservarli congiuntamente alle fatture di vendita, alla documentazione bancaria attestante le somme riscosse in relazione alle predette cessioni, alla documentazione relativa agli impegni contrattuali assunti e agli elenchi Intrastat.

A seguito dell'eventuale richiesta di controllo dell'Amministrazione, l'operatore nazionale deve essere in grado di esibire i mezzi di prova dell'avvenuta cessione intracomunitaria, che vanno tuttavia acquisiti "senza indugio (...) appena la prassi commerciale lo renda possibile".

Quindi, fermo restando che il fornitore sia tenuto ad acquisire e conservare i relativi mezzi probatori con ordinaria diligenza, anche se la prova in questione può essere prodotta in un momento successivo all'operazione, questa risoluzione fa chiarezza su un aspetto che nell'ultimo periodo ha visto numerosi ricorsi e contrasti tra quanto richiesto dall'Amministrazione e quanto le imprese nella pratica erano in grado di fornire a supporto.

(Articolo già pubblicato su "Newsmercati" nel mese di Aprile 2013)

Giuseppe De Marinis
demarinis@commercioestero.net

Opportunità di Business dall'estero

Paese: Argentina
Tipo di annuncio: Offerta
Settore: Vino
Oggetto: Produttori argentini di vini di alta qualità cercano importatori per i loro prodotti
Riferimento: 07/2013

Paese: Canada
Tipo di annuncio: Offerta
Settore: Meccanica
Oggetto: Importatore cerca fornitori di piattaforme autocarranti articolate aeree
Riferimento: 08/2013

Paese: Francia
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Moda
Oggetto: Distributore cerca produttori italiani di cachemire e camicie
Riferimento: 09/2013

Paese: Francia
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Moda
Oggetto: Nuova società abbigliamento intimo cerca produttori italiani del settore per produzioni mirate.
Riferimento: 10/2013

Paese: USA
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Moda
Oggetto: Grossista abbigliamento cerca produttori italiani di tessuti stampati digitali per foulards
Riferimento: 11/2013

Per avere maggiori informazioni contattare
Commercioestero Network Area Trading
E-mail: trading@commercioestero.net
indicando il riferimento d'interesse

STUDIO ASSOCIATO TUPPONI, DE MARINIS & PARTNERS / 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.

Lo Studio Associato Tupponi, De Marinis & Partners / Commercioestero Network, 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 e doganale, pagamenti internazionali, marketing, logistica, finanza e finanziamenti sono i settori nei quali lo Studio Associato Tupponi, De Marinis & Partners /Commercioestero Network 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 Network è un'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,

LEGALE	FISCALE	FINANZA	DOGANE E TRASPORTI	MARKETING
<p>Contrattualistica nazionale ed internazionale</p> <p>Assistenza contenzioso sia in Italia che all'estero</p> <p>Societario (Joint Venture, costituzione di società all'estero, Consorzi Export,...)</p> <p>Insinuazione al passivo all'estero</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>Incoterms</p> <p>Diritto doganale e dei trasporti: normativa doganale per le pratiche di import export, contrattualistica e risoluzione di controversie nel trasporto merci</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> <p>E-commerce</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 - FORLÌ - Via Maceri, 25
Contact e-mail: info@tupponi-demarinis.it
www.commercioestero.net
www.attivitaconleestero.net

