



A E

Attività con l'Estero

Periodico trimestrale • Anno XXII • N° 1 • Gennaio/Marzo 2019

COMMERCIOESTERO®



Direttore responsabile
Cinzia Fontana

Hanno collaborato
Marco Tupponi
Giuseppe De Marinis
Anna Montefinese
Michele Lenoci

EDITORIALE

COMMERCIOESTERO APRE NUOVI MERCATI ESTERI ALLE IMPRESE

Dopo il successo di alcuni progetti svolti nell'arco del 2018 legati allo **sviluppo di una strategia commerciale e all'apertura di nuovi mercati** di tre imprese clienti nel settore agroalimentare (piadina, salumi e vino) comunichiamo ai nostri lettori che la Commercioestero Srl aumenterà le proprie risorse umane e di investimento per aumentare **l'impegno, per il 2019**, in questa area di attività.

Il successo di un'impresa nella crescita delle proprie esportazioni dipende da una serie di fattori per i quali è difficile stabilire una scala di priorità: si può puntare sul basso costo di produzione, sulla qualità del prodotto, sull'innovazione, su crediti a lunga scadenza, sulla strategia e la scelta dei canali commerciali, ecc...

Sarebbe riduttivo attribuire ad un singolo fattore il compito di portare al successo una strategia di esportazione per un'impresa.

La strategia di marketing abbinata ad una costante e mirata attività di scouting relativa all'apertura di nuovi canali e mercati da parte di personale specializzato rappresenta una chiave di successo.

La rete di corrispondenti dello Studio **Tupponi, De Marinis & Partners e della Commercioestero srl dopo 28 anni di**

attività è ampia e ramificata. Solo per citarne alcuni Germania, Russia, Turchia, Iran, India, USA, Canada, Brasile, Cina, Indonesia, Singapore, Kazakistan.

I fattori base delle strategie di esportazione infatti sono: la conoscenza dei mercati, il prezzo congruo con la relativa inclusa assistenza tecnica, il prodotto, la distribuzione, la promozione, i servizi post vendita, gli aspetti legali, la pianificazione doganale ed il credito.

Il Gruppo Commercioestero dopo un'attenta analisi anche dell'andamento dei mercati, delle scelte dei consumatori e dell'orientamento del mercato sempre più rivolto alla **vendita online** ha deciso di puntare, nei prossimi anni, parte delle proprie risorse su questa attività di assistenza commerciale e strategica da offrire alla propria clientela, ed in generale alle PMI italiane, alle start up con un Programma dedicato ed a tutti gli Imprenditori che vogliono crescere nei mercati esteri.

Per maggiori informazioni e per richieste di preventivo info@commercioestero.com

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

SOMMARIO

Editoriale

Commercioestero apre nuovi mercati esteri alle imprese

Pag. 1

A proposito di...

Notizie in breve dal mondo

Pag. 2-3

Attenzione su...

E-Commerce globale e pianificazione del processo di internazionalizzazione

Pag. 4-5

Finanziare

l'internazionalizzazione: le agevolazioni regionali disponibili

Pag. 6

Opportunità di Business dall'estero

Offerte e richieste dall'estero

Pag. 7

SCAMBI COMMERCIALI IN CRESCITA TRA UE E KAZAKISTAN

Secondo Azer News il valore del commercio tra la UE e Kazakistan ha raggiunto i 28 miliardi di dollari nei primi nove mesi del 2018, un 30% in più rispetto ai 22 miliardi registrati nello stesso periodo del 2017. Il forte dinamismo delle importazioni europee di carburanti spiega buona parte di questa crescita ed infatti le esportazioni kazake sono cinque volte superiori alle importazioni provenienti dalla UE. Il principale cliente del Kazakistan è l'Italia con oltre 8 miliardi di dollari di importazioni seguita dai Paesi Bassi e Francia. Sul fronte degli investimenti europei nel paese asiatico queste hanno mantenuto il trend in crescita con un +14,2% nei primi sei mesi dello scorso anno. I primi investitori sono i Paesi Bassi, seguiti da Belgio, Francia, Regno Unito e Germania.

L'ALBANIA LANCIA UN GRANDE RIFORMA FISCALE CON ELIMINAZIONE DELL'IVA PER L'IMPORTAZIONE DI MACCHINARI AGRICOLI

Il giornale Tirana Times informa di una serie di cambiamenti che intende introdurre il partito di governo in Albania con lo scopo di combattere l'evasione fiscale, ridurre la pressione fiscale sulle imprese e dinamizzare l'economia per affrontare le prossime lezioni di giugno 2019. Questo perché l'evasione fiscale si mantiene al 30% nonostante le campagne fatte dal governo per far emergere il lavoro nero. Una delle principali novità è la riduzione delle tasse sui dividendi dal 15% attuale al 8%. Altra misura sarà quella di rendere obbligatorio per gli investitori stranieri il pagamento di una imposta del 15% nel caso di vendita delle loro attività nel Paese. Tra le misure per incentivare il commercio estero troviamo il taglio dell'IVA per l'importazione di autobus elettrici e la sua soppressione per l'acquisto di materie prime per l'industria farmaceutica e per i macchinari agricoli. Inoltre verranno esentate dall'IVA le importazioni degli agricoltori individuali così come delle aziende coinvolte in queste attività. In tal modo si intende stimolare la produzione agricola con l'importazione di nuovi macchinari che verranno venduti senza IVA. Si tenga presente che la politica fiscale albanese cambia quasi ogni anno; in effetti questo fatto viene considerato una delle preoccupazioni maggiori per le imprese che agiscono nel paese, insieme con la corruzione e l'inefficienza della giustizia.

LE IMPORTAZIONI BRITANNICHE DI ALIMENTI E BEVANDE RAGGIUNGONO I 23 MILIARDI DI STERLINE NEL PRIMO SEMESTRE DEL 2018

Il Regno Unito ha importato 20 milioni di tonnellate da 191 paesi nei primi sei mesi dello scorso anno. La carne irlandese è la prima voce delle importazioni (425 milioni di sterline), seguita da vini francesi (321 milioni di sterline), la carne di maiale danese (171 milioni di sterline) e le patate dai Paesi Bassi (155 milioni di sterline) e Belgio (115 milioni di sterline). Poi troviamo le banane dal Costa Rica (50 milioni di sterline), cacao dalla Costa D'Avorio (126 milioni di sterline) e uve dal Sudafrica (115 milioni di sterline), così come il vino australiano (175 milioni di sterline) e neozelandese (123 milioni di sterline). Sul fronte della frutta e verdura, dove sono state importate oltre 5,4 miliardi di sterline, la Spagna è il primo fornitore con il 19% del totale seguita dai Paesi Bassi con l'11% e dal Sudafrica con il 5%. Come dato curioso, a dimostrazione della dipendenza del paese dalle produzioni estere, troviamo l'importazione di 8.000 sterline di erbe e spezie dall'Antartide.

IL MAROCCO INVESTIRA' 30 MILIARDI DI DOLLARI IN ENERGIE RINNOVABILI

Il Ministro dell'Energia Aziz Rebbah ha annunciato che il suo Paese investirà 40 miliardi di dollari per sviluppare il settore energetico fino al 2030. La maggior parte verrà destinata alle energie rinnovabili, ma ci saranno risorse anche per energie convenzionali con il gas naturale liquefatto. Ciò è dovuto al fatto che il paese attualmente è quasi totalmente dipendente dalle importazioni per far fronte ai crescenti fabbisogni energetici. Il consumo totale di energia primaria ha raggiunto, nel 2018, i 20,8 milioni di tonnellate, di cui il petrolio rappresenta il 56% ed il carbone il 25,5%. Secondo il Morocco World News le energie rinnovabili (eolica, idroelettrica e solare) hanno contribuito, nel 2017, al 5,6% del fabbisogno energetico nazionale. E' ancora una cifra bassa ma ben il doppio rispetto al 2002. Tornando invece alle energie tradizionali è stato varato un progetto per il gas naturale liquefatto che verrà creato a Jorf Lasfar, a 100 km a sud di Casablanca. Questo progetto da 4,5 miliardi di dollari verrà bandito nei prossimi mesi e ci sono già 80 aziende interessate a partecipare. La costruzione di questo nuovo terminale consentirà l'importazione di 7 mila miliardi di metri cubi nel 2025 e comprende un porto, un terminal e un nuovo impianto.

COMMERCIOESTERO®



www.commercioestero.net

Direttore responsabile

Cinzia Fontana

E-mail:

fontana@commercioestero.net

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

Sede Legale: Via Famiglia Bruni 1 - Forlì 47121 (FC)

Presidente: Marco Tupponi

Registrazione: Tribunale di Forlì n° 18 del 3 giugno 2002

Direzione, redazione: Via Famiglia Bruni 1 - Forlì 47121 (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 fotocopione e la registrazione. Manoscritti e fotografie, su qualsiasi supporto veicolati, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

Progetto grafico: Sciroccomedia

A proposito di...

ARGENTINA RIDURRA' I DAZI SUI COMPONENTI PER IL SETTORE AUTO

Il Ministero per l'Industria dell'Argentina ha annunciato una lista di 130 nuovi prodotti per il settore auto per i quali verranno ridotti i dazi all'importazione al 2%, sempre che la loro importazione serva per produrre auto o loro parti nel paese. Si spera che questa misura serva per ridurre dello 0,4% il costo delle automobili nel paese. La misura verrà applicata alle parti importate per la produzione di veicoli compresi bus, camion e macchinari agricoli. La misura finora esistente prevedeva un dazio che oscillava tra l'8% e il 18%. In questo momento il settore delle parti per il settore auto vive un momento delicato visto che nel 2017 si è registrato il quarto maggior deficit della storia recente, mentre nel primo trimestre del 2018 la situazione non è cambiata assestandosi ad un 32,5%, dovuto principalmente agli scambi con il Brasile. Il paese ha stabilito con il Brasile una politica comune dell'auto, vigente fino a giugno del 2020, che permette ai suoi membri una riduzione dei dazi fino al 2% per i componenti per il settore auto non prodotti in loco. La produzione di auto in Argentina nel secondo trimestre del 2018 ha avuto un calo del 13,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

LE IMPORTAZIONI DEL PERU' SONO CRESCIUTE DEL 12% NEI PRIMI OTTO MESI DEL 2018

Secondo l'Agenzia delle Dogane del Perù le importazioni del paese sudamericano tra gennaio e agosto 2018 hanno raggiunto i 28,7 miliardi di dollari, con una crescita del 12% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Questi dati dimostrano il dinamismo registrato negli ultimi due anni dopo un periodo di caduta delle importazioni. In particolare sono cresciute le importazioni dei beni intermedi, con una crescita del 19,4%, mentre i beni di consumo sono aumentati del 5,4%. Il primo fornitore è la Cina con 6,5 miliardi di dollari e una crescita del 14,5% seguita dagli USA con 6,2 miliardi di dollari e una crescita del 18,2%. Di seguito

troviamo il Brasile con 1,5 miliardi di dollari e il Messico con 1,3 miliardi di dollari. Questi quattro paesi rappresentano il 55% del totale delle importazioni.

LA COMMISSIONE EUROPEA PREVEDE UNA CRESCITA NELLA DOMANDA DI FRUTTA E VERDURA, VINO E OLIO D'OLIVA NEI PROSSIMI DIECI ANNI

La Commissione Europea ha presentato il rapporto "Prospettive agricole della UE 2018-2030" dove si prevede un leggero aumento nel consumo di prodotti freschi in tutta la UE nel periodo in oggetto e prevede cambiamenti importanti per tre tipologie di prodotti: mele, pomodori e pesche. Per le mele la produzione potrebbe stabilizzarsi sulle cifre dello scorso anno con 12,7 milioni di tonnellate come risultato della diminuzione delle superfici coltivate grazie all'aumento della resa. Per i pomodori si auspica che la produzione rimanga stabile sui 7 milioni di tonnellate così come quella delle pesche a 4 milioni di tonnellate. Altro cambiamento significativo arriverà dalla domanda di prodotti locali e bio, che avranno un impatto importante nelle vendite. In generale le superfici dedicate all'agricoltura si ridurranno ed i costi di produzione aumenteranno, ma cresceranno le opportunità di differenziare i prodotti di qualità per essere più produttivi. Il consumo di frutta e verdura aumenterà leggermente, specialmente durante il prossimo decennio, grazie agli aspetti salutistici e la crescente disponibilità di questi alimenti nella grande distribuzione. Il documento considera poi la crescente capacità di produzione e lavorazione dell'olio d'oliva della UE che rafforzerà la sua posizione di esportatore netto della regione grazie anche all'aumento dei consumi da parte dei paesi non produttori; mentre per quanto riguarda il vino, la sua produzione e consumo saranno stabili nella UE dopo un decennio in discesa. Probabilmente ci sarà una leggera diminuzione nei consumi che verranno compensati con la stabilità e solidità delle esportazioni in altri mercati, in particolare con i vini spumanti e quelli con indicazione geografica.

Michele Lenoci
lenoci@commercioestero.net



E-COMMERCE GLOBALE E PIANIFICAZIONE DEL PROCESSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

Per un'impresa, al fine di capire se aprire o meno un canale e-commerce, può essere utile partire dall'analisi dei dati reali dello sviluppo del settore, ad esempio in Italia, oppure quelli relativi a qualche altro paese per un possibile approccio all'e-commerce internazionale.

Il secondo step, qualora vi sia interesse dell'impresa all'e-commerce internazionale, è quello di concentrare l'analisi e quindi aprire il canale nei Paesi "più facilmente accessibili" e che richiedano il minor sforzo: andando a lavorare su piattaforme esterne (come ad esempio marketplace o flash sales) e nel proprio sito vendendo nei Paesi dove si utilizza l'Euro e che siano privi di dogane e dazi, implementando per questo primo step solamente i metodi di pagamento più comuni e l'inglese come unica lingua veicolare.

Una volta allargati i propri orizzonti, sarà possibile analizzare i dati raccolti per realizzare un vero e proprio piano di internazionalizzazione: i dati (vendite off line, analisi dei canali digitali con partner, analisi di dati web come visite, CR e AOV, dati di interesse sul brand, lead da social e newsletter, ecc..) saranno fondamentali per definire il potenziale dei Paesi bersaglio e sviluppare una strategia mirata che tenga in considerazione le specificità di ciascun mercato.

La pianificazione del processo di internazionalizzazione dovrà naturalmente tenere conto delle marginalità e dei servizi offerti rispetto alla concorrenza, dei metodi di pagamento più richiesti nei singoli Paesi e dei processi di localizzazione, andando a comporre una dettagliata roadmap di prodotto.

Fatta questa premessa i dati sull'e-commerce italiano ci dicono che continua la sua crescita a doppia cifra: +15%.

Nel 2018 il valore degli acquisti online ha toccato i 27 miliardi di euro con un incremento di oltre 3,6 miliardi di € rispetto al 2017.

Tra i settori in maggiore crescita:

- Giocattoli (+48%),
- Arredamento & Home Living (+44%),
- Food&Grocery (+34%).

L'incidenza degli acquisti effettuati via smartphone è pari a circa un terzo dell'intero mercato e-commerce. Continua l'ascesa degli acquisti di prodotti (+25%) rispetto ai servizi (+6%).

La penetrazione dell'e-commerce raggiunge il 6,5% del totale consumi retail.

Come evidenziano i dati su esposti, entrare in contatto con i clienti è oggi più semplice che mai, grazie all'espansione in nuovi mercati internazionali, soprattutto attraverso i canali online. Gran parte di questa solida crescita si sta verificando nei mercati internazionali emergenti.

I siti di e-commerce che mirano a ottenere una crescita nei nuovi mercati dovrebbero essere pubblicati nelle lingue locali. Quasi il 60% dei consumatori globali passa più tempo sui siti disponibili nella propria lingua che su quelli in inglese, mentre alcuni clienti boicottano del tutto i siti web in inglese.

Le imprese che stanno tenendo d'occhio le opportunità di espansione online dovrebbero però tenere presenti

molte altre problematiche cruciali. Di seguito vengono descritti alcuni aspetti da tenere in considerazione.

1. Infrastruttura tecnica

Il lancio di siti in mercati internazionali non implica sempre che tali siti debbano essere ospitati su server presenti nei relativi mercati locali. In molti casi ciò non è nemmeno possibile a causa dei limiti infrastrutturali. In alcuni casi, trovare una soluzione "chiavi in mano" o un fornitore di riferimento che fornisca risorse IT dedicate e il bilanciamento del carico a livello geografico è fondamentale.

2. Logistica / Situazione geopolitica

Internet e l'e-commerce hanno dato inizio a un'era di cambiamenti silenziosi che hanno interessato la comunicazione, la cultura e i consumi a livello internazionale. I dati evidenziano che le imprese più attente che spediscono oltreoceano possono aumentare in media il proprio guadagno del 17%.

La consegna dei prodotti acquistati online rappresenta un momento strategico e cruciale nella complessa customer experience. Il rapporto di MetaPack – 2018 STATE OF E-COMMERCE DELIVERY - offre un'istantanea dettagliata su comportamenti e aspettative di consegna dei consumatori.

La consegna è diventata il momento determinante dell'esperienza di shopping online di un consumatore. Il "momento della verità" che distingue e caratterizza l'intera transazione d'acquisto. I consumatori hanno dichiarato che giudicano il servizio e la reputazione di un commerciante online dalla trasparenza, facilità e accuratezza del loro processo di consegna delle merci. È fondamentale quindi per i commercianti online, far crescere le proprie capacità di consegna in relazione a velocità, affidabilità e flessibilità per restare efficaci e competitivi. I consumatori si aspettano di essere in grado di gestire la propria esperienza di consegna e decidere esattamente quando, dove e come ricevere i loro acquisti online, magari potendo selezionare anche il vettore di cui si ha fiducia. Il 61% dei consumatori si è dichiarato favorevole ad acquistare nuovamente dallo stesso venditore online in caso di esperienza di consegna positiva, viceversa il 38% dichiara infatti che, a seguito di un'esperienza di consegna negativa, non tornerebbe ad acquistare dallo stesso rivenditore e un incredibile 45% ha abbandonato il carrello di un sito web a causa di opzioni di consegna non soddisfacenti o non disponibili.

Ma se da una parte lo studio evidenzia quanto sia importante per la crescita delle vendite la consegna, dall'altra sorgono immediatamente le problematiche legate alla logistica, alle normative dei paesi esportatori ed importatori che di fatto possono rallentare o, in alcuni casi, impedire il flusso di tale commercio. Le imprese, quindi, devono attenersi alle "regole del gioco" dei mercati internazionali per quanto riguarda i regolamenti in materia di importazioni, tariffe doganali, tasse, restrizioni alle esportazioni/importazioni, embarghi e altro ancora (ciò comprende anche la spedizione di articoli vietati o limitati, che variano da Paese a Paese). L'impresa deve pertanto conoscere e



rispettare anche la normativa sull'esportazione e importazione, le problematiche doganali e logistiche. Senza un'accurata conoscenza (diretta o indiretta) la crescita sui mercati internazionali risulta compromessa.

Esistono alcuni modi per ridurre tali rischi.

Per prima cosa, è necessario allineare la propria linea di produzione o il proprio settore alle minacce potenziali di un'area e disporre di soluzioni ai problemi che possono insorgere. Ad esempio, alcune società di spedizioni hanno difficoltà a spedire pacchi in Paesi come il Pakistan. Per altri operatori invece non è un problema. È necessario scegliere opzioni di evasione degli ordini in grado di rispondere alle proprie esigenze di espansione internazionale. È anche possibile collaborare con fornitori che abbiano già esperienza in quei mercati e che ne conoscano le problematiche esclusive. Possono insegnare alla vostra impresa le best practice da adottare, le opzioni di evasione degli ordini e di commercializzazione possibili o, in alcuni casi, possono consigliarvi su come muovervi in altri mercati che offrano ritorni maggiori sugli investimenti, con meno rischi.

3. Assistenza clienti locale

Le imprese intenzionate a espandersi nei mercati internazionali non dovrebbero dimenticare le esigenze relative all'assistenza clienti in quei particolari mercati. Se la tua organizzazione fornisce assistenza clienti via e-mail, telefono o mediante moduli di contatto, dovrebbe implementare versioni localizzate di questi servizi anche per i nuovi clienti.

Sebbene un sito-web localizzato che comprenda anche una sezione dedicata alle FAQ rivolte all'assistenza clienti (tradotta nella lingua locale) offra una netta diminuzione delle richieste di assistenza, grazie alle funzionalità self-service, la vostra azienda dovrà comunque gestire chiamate ed e-mail. Spesso ciò significa tradurre i contenuti delle e-mail e fornire numeri di telefono di contatto con i rappresentanti del servizio clienti.

4. Aspetti legali e fiscali

Per esportare all'estero i propri prodotti e/o servizi attraverso il digitale è necessario avere una piena comprensione delle normative legali e fiscali vigenti nei Paesi di destinazione, onde evitare di incorrere in spiacevoli sorprese che potrebbero compromettere il buon esito di tutto il processo.

5. Metodi di pagamento appropriati

Senza che sia necessario rivolgersi a un partner che gestisca l'intera evasione degli ordini, la maggior parte dei fornitori di servizi di pagamento consente la semplice adozione di piattaforme CMS/CRM. È importante cercare partner che possano identificare i metodi di pagamento adeguati a ciascun mercato. I fornitori rispettabili utilizzano servizi di monitoraggio e team addetti al controllo della qualità per garantire che tali metodi funzionino sempre correttamente.

In sintesi

Il messaggio è chiaro: la vendita al dettaglio online è, e sarà, il fulcro dell'azione dei prossimi anni. Le imprese impegnate nei canali E-commerce devono studiare le problematiche dei mercati oggetto di crescita del proprio business e, con il supporto di consulenti specializzati, trovare delle soluzioni da poter poi implementare nel processo di vendita. Commercioestero Srl è a disposizione con le specifiche aree di competenza ad accompagnare le imprese nello sviluppo del proprio e-business.

Giuseppe De Marinis
demarinis@commercioestero.net

FINANZIARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE: LE AGEVOLAZIONI REGIONALI DISPONIBILI

Ancora possibilità di partecipare ai seguenti finanziamenti legati all'internazionalizzazione per le imprese con sede legale in Umbria e Piemonte. L'attività consulenziale della Commercioestero Srl prevede sia il supporto nella predisposizione della documentazione burocratica necessaria per la presentazione della domanda di finanziamento e per la partecipazione al bando che l'assistenza al caricamento online nelle apposite piattaforme.

Progetti di promozione dell'export destinati a imprese e loro forme aggregate individuate su base territoriale o settoriale - PIEMONTE

Il suddetto progetto si pone la finalità di supportare gli investimenti finalizzati a incrementare il livello di internazionalizzazione delle imprese piemontesi e creazione di nuova occupazione in Piemonte. I progetti finanziati dovranno essere realizzati entro 18 mesi dalla data di concessione del prestito agevolato. Possono accedere alla Misura le Micro, Piccole e Medie imprese (anche startup purché costituite tramite conferimento di ramo d'azienda o con almeno il 51% del capitale sociale detenuto da imprese consolidate); cooperative di produzione e lavoro e consorzi di produzione, con unità locale interessata dall'intervento attiva e operativa in Piemonte. Possono presentare domanda e ricevere l'agevolazione le imprese che hanno le caratteristiche evidenziate nel Bando, ad eccezione delle imprese che presentano progetti inerenti ad attività: 1. nel settore della pesca e dell'acquacoltura di cui al Regolamento (UE) n. 1379/2013; 2. nel settore della produzione primaria di prodotti agricoli; 3. per attività connesse all'esportazione verso paesi terzi o Stati membri e/o direttamente collegati ai quantitativi esportati, alla costituzione e gestione di una rete di distribuzione o ad altre spese correnti connesse con l'attività di esportazione.

Sono finanziabili gli investimenti superiori a 50.000 euro che permettano all'impresa di proporsi sui mercati esteri con un'offerta ed una presenza più competitive, di conferire maggior valore aggiunto ai prodotti e ai servizi, di strutturarsi ed acquisire esperienza sui mercati esteri, tramite le seguenti fasi di sviluppo: preparazione al processo di internazionalizzazione, ingresso su nuovi mercati, radicamento dell'impresa sui mercati esteri. Gli interventi ammissibili, pertanto, possono riguardare: Preparazione al processo di internazionalizzazione: - modifica, adeguamento, miglioramento dei prodotti e del processo produttivo funzionali all'introduzione dei propri prodotti su un nuovo mercato estero o al soddisfacimento dei maggiori volumi di produzione richiesti da un mercato estero già servito; - rafforzamento delle competenze aziendali attraverso l'acquisizione di tecnologia e know how esterni (ad esempio tramite l'acquisizione di brevetti e proprietà intellettuale, ecc.); - supporto consulenziale necessario per affrontare i mercati esteri (ad esempio supporto di temporary manager); - rafforzamento delle competenze aziendali, sia direttamente riferite all'attività di commercializzazione sui mercati esteri (ad esempio competenze normative, legali o commerciali), sia riferite ad aspetti tecnici di prodotto e/o di processo, funzionali alla commercializzazione sui paesi esteri (ad esempio modifiche tecniche del prodotto, compatibilità tecnica con i mercati di destinazione);

- adeguamento degli strumenti di comunicazione e promozionali dell'impresa per i mercati obiettivo (sito web, brochure, catalogo, traduzioni, promozione su portali settoriali).

Internazionalizzazione dell'impresa, ingresso su nuovi mercati: - Analisi del mercato, approfondimenti legali, normativi e fiscali, studi di settore e ricerche di mercato, consulenza su tematiche doganali, trasporti e logistica su uno o più mercati specificamente individuati;

- ricerche di importatori, distributori, clienti finali (attraverso un supporto consulenziale esterno all'azienda);

- iscrizioni a piattaforme internazionali on-line per la promozione all'estero e a portali di e-commerce anche attraverso strumenti di digital economy;

- partecipazione a gare e tender internazionali;

- studi o servizi di consulenza necessari per il lancio di nuovi prodotti oppure per il lancio di prodotti già esistenti su un nuovo

mercato, in un altro stato membro o paese terzo; - partecipazione a fiere.

Radicamento dell'impresa sui mercati esteri:

- Preparazione di investimenti diretti all'estero, anche in joint venture (studi di fattibilità, consulenze legali, ricerca location e personale, ecc.)

L'agevolazione consiste in un prestito agevolato di importo fino al 100% delle spese ritenute ammissibili e con le seguenti caratteristiche:

70% fondi pubblici, a tasso zero (con un limite massimo di € 700.000);

30% fondi bancari, alle condizioni previste da apposite convenzioni stipulate dagli istituti bancari con Finpiemonte.

UMBRIA

Publicato l'11 dicembre 2018 l'avviso pubblico rivolto alle micro, piccole e medie imprese (MPMI) inclusi i liberi professionisti dell'Umbria che intendono avvalersi di servizi consulenziali all'internazionalizzazione.

I beneficiari possono presentare la domanda di contributo fino alle ore 13.00 del giorno 1 marzo 2019 salvo esaurimento delle risorse stanziare.

Per supporto specialistico all'internazionalizzazione si intende un'attività di consulenza volta ad assicurare all'impresa un affiancamento durante le fasi del processo di internazionalizzazione a cui sono interessate, dalla crescita nel breve-medio periodo alla fase di apertura a nuovi mercati esteri, avvalendosi anche dei nuovi strumenti digitali, e/o al potenziamento di quelli esistenti. Sono ammissibili i seguenti servizi:

1) "Supporto all'internazionalizzazione" (50% fino a un max di 7.000,00 euro di contributo pubblico):

per il rafforzamento, in via temporanea, delle funzioni aziendali essenziali per il processo di internazionalizzazione, tramite la disponibilità di un Temporary Export Manager (TEM). I TEM dovranno essere individuati esclusivamente tra le società iscritte nell'apposito elenco del MISE, la nostra società Commercioestero Srl lo è con identificativo n. 214. Potrà essere attivato un contratto di assistenza massimo di 6 mesi per un importo massimo di euro 14.000,00.

2) Servizi per l'internazionalizzazione" (50% fino a un max di 3.500,00 euro di contributo pubblico):

1. Per assistenza legale inerente alla contrattualistica internazionale, la gestione delle controversie e recupero dei crediti con riferimento a mercati esteri,
2. consulenza fiscale su aspetti inerenti la fiscalità societaria e commerciale in contesti internazionali,
3. consulenza doganale su aspetti tecnici, legislativi e procedurali connessi all'import/export;
4. ideazione e realizzazione di design e brand per la penetrazione nei mercati esteri.

3) "Promozione sui mercati esteri" (50% fino a un max di 3.500,00 euro di contributo pubblico):

1. per l'adeguamento di siti web, portali e altri ambienti web-based in inglese o nella lingua del/i Paese/i target;
2. consulenze per l'attivazione e iscrizione a piattaforme di e-commerce B2C o B2B esistenti,
3. per la realizzazione di attività di web marketing rivolte ai mercati target.

4) "Servizi per l'adeguamento tecnico ai mercati internazionali" (50% fino a un max di 3.500,00 euro di contributo pubblico):

1. per ottenere certificazioni estere di prodotto,
2. la registrazione dei diritti di proprietà industriale (marchi e brevetti) all'estero,
3. per ottenere certificazioni di qualità comunque conformi alle pertinenti norme europee e che agevolano la penetrazione su determinati mercati esteri.

Anna Montefinese
montefinese@commercioestero.net

Opportunità di Business dall'estero

Paese: Kazakistan
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Meccanica
Oggetto: Si cercano produttori di macchinari per la lavorazione di pelli e calzature.
Riferimento: 01/2019

Paese: Arabia Saudita
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Meccanica - Oil&Gas
Oggetto: Si cercano produttori di di Valvole a sfera (Ball Valves)
Riferimento: 02/2019

Paese: Croazia
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Alimentare - Ortofrutta
Oggetto: Azienda interessata a importare la frutta fresca dall'Italia
Riferimento: 03/2019

Paese: Senegal
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Macchinari settore agricolo
Oggetto: Si cercano produttori di macchine agricole.
Riferimento: 04/2019

Paese: Marocco
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Macchinari settore agricolo
Oggetto: Si cercano produttori di macchine agricole
Riferimento: 05/2019

Per avere maggiori informazioni contattare
Commercioestero Network Area Trading
E-mail: trading@commercioestero.net
Fax +39-0543-21999

STUDIO ASSOCIATO TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & 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, Russo & 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, Russo & 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