



ATTIVITÀ CON L'ESTERO



EDITORIALE

“Smart Export” un progetto per supportare le PMI Italiane sui Mercati Esteri di Marco Tupponi

Smart Export è un progetto di formazione online gratuito, altamente innovativo, che nasce dalla collaborazione tra MAECI, AGENZIA ICE, CRUI e cinque prestigiose Università e Business School italiane (Università di Bologna Business School, Federica Web Learning - Università di Napoli Federico II, Luiss Business School, MIP Politecnico di Milano Graduate School of Business e SDA Bocconi School of Management)

con l'obiettivo di favorire il processo di internazionalizzazione delle micro, piccole e medie imprese italiane, fornendo le competenze tecniche, digitali e manageriali necessarie ad affrontare con successo i mercati esteri.

Lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners, nelle persone di Marco Tupponi in qualità di Coordinatore didattico e formatore/consulente del Percorso affidato ad Agenzia ICE sulle Pratiche e tecniche di internazionalizzazione in particolare sul tema della contrattualistica internazionale, Giuseppe De Marinis per il modulo relativo alle dogane ed Alessandro Russo per il modulo relativo ai pagamenti ed alle garanzie bancarie internazionali, hanno fornito la propria esperienza pratica e la loro professionalità didattica a realizzare i moduli affidati.

Smart Export si sostanzia in 6 percorsi di alta formazione in modalità e-learning fruibili on line fino al 9 marzo 2022 articolati ciascuno in 5 lezioni, con video lezioni, con materiale didattico e webinar di approfondimento con esperti e testimonial aziendali.

Ci sarà un test di autovalutazione per ciascuna lezione ed un attestato di partecipazione.

I sei percorsi formativi dell'offerta Smart Export sono arricchiti da materiali di approfondimento,

testimonianze aziendali e webinar. Sono fruibili, nell'arco di dodici mesi, attraverso una piattaforma e-learning di Federica Web Learning - Università di Napoli Federico II, che permette di partecipare alle attività formative con modalità flessibili e compatibili con le esigenze lavorative e personali. Chi sono i Partner Istituzionali di questo Progetto?

Il MAECI (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale) che è l'organo di attuazione della politica estera del Governo e, a seguito della riforma del 2019, ha la competenza sul commercio estero e sull'internazionalizzazione delle imprese.

L'Agenzia ICE (Istituto per il Commercio Estero) che è l'organismo attraverso cui il Governo favorisce il consolidamento e lo sviluppo economico-commerciale delle imprese sui mercati esteri e promuove l'attrazione degli investimenti esteri in Italia.

La CRUI (Conferenza dei Rettori Italiani) affiancata dalla sua Fondazione, che è l'associazione delle Università italiane statali e non statali.

Il programma degli incontri è sempre aggiornato sul sito

www.smartexportacademy.it

Per informazioni:

info@smartexportacademy.it

Marco Tupponi

Studio Associato Tupponi, De

Marinis, Russo & Partners

Presidente Commercioestero Network

www.commercioestero.net



1991



2021





A proposito di...

di Michele Lenoci

IL REGNO UNITO ELIMINERÀ PARTE DELLE BARRIERE BUROCRATICHE PER L'IMPORTAZIONE DI VINO

Il governo britannico eliminerà parte della burocrazia che l'Unione Europea ha per importare vino nel Regno Unito. Per questo si prevede un calo dei costi fino a 13 centesimi per bottiglia di vino. Secondo la Wine and Spirit Trade Association, attualmente, il 99% del vino consumato nel Regno Unito è importato e il 55% proviene dall'UE. Secondo The Telegraph, i ministri hanno manifestato l'intenzione di eliminare i moduli VI-1 (un obbligo burocratico che prevede test di laboratorio per verificare l'acidità del vino), il che significa un notevole risparmio per consumatori e aziende.

LE IMPORTAZIONI SVIZZERE DI OLIO D'OLIVA HANNO RAGGIUNTO LIVELLI RECORD NEL 2020

La domanda di olio d'oliva è in costante crescita in Svizzera da

decenni, con il volume delle importazioni che è più che raddoppiato negli ultimi 20 anni. Sotto questa tendenza al rialzo, nel 2020 c'è stato un rimbalzo record, con un aumento, anno su anno, del 25%. I principali fornitori sono Italia (50%), Spagna (30%) e Grecia con il 10%. Le importazioni di olio d'oliva nel paese sono aumentate da 7.847 tonnellate nel 2000 a 19.090 nel 2020, il che rappresenta un incremento di circa 2,5 volte negli ultimi 20 anni. I prezzi medi delle importazioni sono di 6,30 franchi svizzeri al chilo per quello italiano, 3,60 franchi svizzeri al chilo per quello spagnolo e 6,10 franchi svizzeri al chilo per quello Greco. L'Amministrazione federale delle dogane sottolinea che i prezzi dell'olio d'oliva in Svizzera sono rimasti relativamente stabili negli ultimi anni nonostante il boom dei consumi e la volatilità nel tasso di cambio tra euro e franco svizzero.

LE IMPORTAZIONI "RETAIL" AUMENTANO IN CILE DOPO UN AUMENTO DEI CONSUMI

Secondo il "Diario Financiero", a causa dei prelievi dai fondi pensione e degli aiuti fiscali, i consumatori cileni hanno aumentato i loro acquisti. Questo ha portato con sé un aumento delle importazioni per evitare complicazioni come quelle già subite durante la pandemia (carenze, ritardi nelle consegne, ecc.). Ciò ha interessato beni durevoli come gli elettrodomestici (che sono cresciuti del 170%) o

l'elettronica (con un aumento del 98,9%) e i beni semidurevoli come abbigliamento o calzature, che sono aumentati rispettivamente del 52,4% e 66,9%. Ciò dimostra che la crescita è diversificata e coinvolge più settori.

NELLA PRIMA METÀ DEL 2021 IL COMMERCIO IN AUSTRIA HA RECUPERATO IL LIVELLO PRE-PANDEMIA

Secondo lo studio elaborato dalla Camera di commercio austriaca nel primo semestre dell'anno le vendite sono state leggermente superiori al livello pre-crisi. Nei primi mesi del 2021 il volume delle vendite al dettaglio è cresciuto dell'11,8% in termini nominali e ha generato 114,2 miliardi di euro. Rispetto al 2019, ciò rappresenta un aumento dello 0,8%. Tuttavia, c'è anche una divergenza molto maggiore rispetto al 2020: mentre alcuni settori vedono il loro fatturato aumentare del 20%, altri lo vedono diminuire nella stessa misura. Ne hanno beneficiato il commercio al dettaglio alimentare, il settore del mobile e le grandi aree dei materiali da costruzione mentre accessori, cancelleria e articoli sportivi non hanno ancora raggiunto il livello pre-crisi. Da sottolineare l'importanza che i consumatori austriaci attribuiscono ai servizi, poiché per otto su dieci è molto importante nel commercio fisico e per sette su dieci nel commercio online. Pertanto quelle aziende che sono in grado



di creare un'esperienza cliente unica avranno un vantaggio competitivo.

LA "BRAND AWARENESS" È SEMPRE PIÙ DILUITA NEL MERCATO TEDESCO

Secondo la società di consulenza GfK sulle abitudini di acquisto nei paesi di lingua tedesca, il consumatore tedesco è sempre meno fedele ai marchi. Se trent'anni fa la fedeltà era ancora il 71%, oggi quella cifra si attesta al minimo storico del 41%, il che significa che solo quattro persone su dieci in Germania, Austria e Svizzera dichiarano di essere fedeli a un determinato marchio. Si sottolinea che è necessario attuare azioni per fidelizzare i clienti esistenti, piuttosto che cercare di sfruttare questa dinamica e acquisire nuovi clienti che cambiano facilmente marchio e che saranno più difficili da mantenere. In questo contesto, il marketing digitale è emerso come uno strumento chiave, soprattutto da quando la pandemia ha costretto le persone a trascorrere più tempo a casa producendo un conseguente aumento delle vendite online. Inoltre si vede un cambiamento nei valori del consumatore: il marchio è sempre più associato a parametri etici specifici e l'acquirente tedesco (anche austriaco e svizzero) cerca prodotti sicuri e sostenibili, rispettosi della salute, del benessere degli animali e dell'ambiente.

LE IMPORTAZIONI DI VINO DELLA COREA DEL SUD AUMENTANO DEL 110% NELLA PRIMA METÀ DEL 2021

Il consumo di vino in Corea del Sud ha registrato una forte crescita negli ultimi anni a causa della crescente adozione delle usanze occidentali da parte dei consumatori; l'aumento del consumo da parte delle donne (soprattutto giovani) e le campagne delle autorità coreane volte a ridurre il consumo eccessivo di alcol, rendono più attraenti bevande a bassa gradazione alcolica come il vino, in quanto associate a abitudini di vita salutari. Non a caso, durante la prima metà del 2021, le importazioni di vino sono più che raddoppiate rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, secondo Yonhap. Nello specifico il Paese ha importato vino per 199,6 milioni di euro in quel periodo, il 110% in più rispetto all'anno precedente. Si tratta del dato più alto registrato nella prima metà dell'anno e rappresenta l'86% delle importazioni di vino per tutto il 2020. Le importazioni di vino rosso sono state le più significative, con 152 milioni di euro. In questa categoria di vino, la Francia è stata il principale esportatore con 34,80 milioni di euro, seguita da Stati Uniti, Cile, Italia, Spagna e Australia.

LA TURCHIA MODERNIZZERÀ L'AGRICOLTURA E IL SETTORE DELL'IRRIGAZIONE

La Turchia deve modernizzare il settore agricolo e irriguo per conformarsi alla legislazione in vigore nel Paese, in un settore che rappresentava il 6,6% del PIL dell'economia nazionale. A causa degli ultimi tagli idrici e dei livelli insufficienti osservati negli ultimi anni, il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ha proposto una serie di modifiche per modernizzare il settore agricolo. La Turchia propone vari modelli di coltivazione per combattere il consumo eccessivo di acqua, come l'utilizzo di specie e piante più resistenti alle condizioni climatiche di ciascuna regione e l'uso di prodotti che richiedono un minor consumo di acqua. È necessaria anche la modernizzazione del sistema di irrigazione turco: il miglioramento delle infrastrutture di irrigazione, la transizione verso un sistema di irrigazione chiuso e l'aumento della tecnologia del settore saranno i principali pilastri del cambiamento.





Attenzione su... di Anna Montefinese

INTERNAZIONALIZZAZIONE, FIERE, E-COMMERCE E DIGITAL EXPORT: CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO A SOSTEGNO DELLE IMPRESE

1) VOUCHER TEM

Ancora disponibili i fondi per attività consulenziale, della durata di un anno, in materia di internazionalizzazione tramite il Voucher Internazionalizzazione di Invitalia. La nostra società, Commercioestero Srl, è iscritta tra le Società di TEM e rientra tra i soggetti che possono erogare tale assistenza. Il Voucher per l'internazionalizzazione - Temporary Export Manager con competenze digitali - è rivolto alle Micro, piccole e medie imprese manifatturiere (codice Ateco C) con sede legale in Italia, anche costituite in forma di rete. Si tratta di un contributo concesso in regime "de minimis": 20.000 euro alle micro e piccole imprese a fronte di un contratto di consulenza di importo non inferiore, al netto dell'Iva, a 30.000 euro. È importante evidenziare che le imprese beneficiarie potranno ottenere un acconto di 10.000 euro sul contributo concesso. Per le imprese interessate siamo a disposizione per costruire un

progetto consulenziale sulla base delle proprie specifiche esigenze.

2) CAMERA DI COMMERCIO DI CREMONA: BANDO ACCOMPAGNAMENTO ALL'EXPORT 2021

Si tratta di un sostegno per l'internazionalizzazione delle MPMI cremonesi in un percorso di pianificazione e sviluppo di una strategia per l'estero, fornendo un supporto specialistico per approcciare correttamente i mercati internazionali. Sono previste due misure di intervento a sostegno dell'acquisto di servizi per l'internazionalizzazione.

La MISURA A, riservata alle MPMI che non abbiano già avviato attività sistematiche di internazionalizzazione, prevede il supporto del TEM (Temporary Export Manager) e/o DEM (Digital Export Manager), da attuare in almeno sei incontri con l'impresa della durata minima di 6 ore ciascuno, con i seguenti obiettivi:

- individuare e definire le azioni segmentate per prodotti, mercati e canali distributivi, prevedendo partnership e accordi produttivi se del caso;
- rivedere gli strumenti di comunicazione sia tradizionali (cataloghi) sia informatici (sito web);
- assistere nell'eventuale organizzazione di iniziative promozionali, commerciali o incontri business to business all'estero;
- effettuare azioni di promozione commerciale diretta in nome e per conto dell'azienda.

Il nostro gruppo, nello specifico i consulenti Marco Tupponi, Giuseppe De Marinis, Alessandro Russo e Michele

Lenoci, sono stati selezionati per erogare tale consulenza.

La MISURA B intende offrire alle MPMI un supporto concreto e personalizzato per la pianificazione e implementazione di un piano di sviluppo, "non teorico" ma di tipo commerciale, dei mercati internazionali.

Le imprese interessate possono presentare le domande esclusivamente via PEC all'indirizzo cciaa@cr.legalmail.camcom.it. Il bando è "a sportello" per cui resterà aperto fino ad esaurimento delle risorse.

È ammessa la presentazione di una sola domanda per ciascuna Misura da parte della medesima impresa.

3) CAMERA DI COMMERCIO MODENA

Bando 2021 per l'assegnazione di contributi alle PMI modenesi per la partecipazione a fiere internazionali

La Camera di commercio di Modena ha stanziato 50.000,00 € a favore delle micro, piccole e medie imprese del territorio che intendono partecipare a fiere internazionali in Italia o all'estero, incluse quelle digitali, o a missioni all'estero con data di svolgimento compresa nel periodo 1/6/2021-31/12/2021. Il contributo copre il 50% delle spese sostenute fino ad un massimo di € 2.000 per iniziative in Italia o all'interno di paesi UE; fino ad un massimo di € 2.500 per iniziative in paesi extra UE. Le domande possono essere presentate a partire dalle ore 10,00 di lunedì 11 ottobre fino alle ore 12,00 di venerdì 22 ottobre 2021.

Bando voucher internazionalizzazione

Contributi a fondo perduto per le imprese che intendono avviare o rafforzare la loro presenza all'estero.



Domande dal 13 al 20 ottobre 2021. Il contributo a fondo perduto sarà pari al 70% dei costi sostenuti dalle imprese per un importo massimo di euro 10.000,00.

Gli ambiti di attività a sostegno del commercio internazionale ricomprese nel Bando dovranno riguardare:

- percorsi di rafforzamento della presenza all'estero,
- lo sviluppo di canali e strumenti di promozione all'estero (a partire da quelli innovativi basati su tecnologie digitali).

Sono ammissibili le spese per:

- a) servizi di consulenza e/o formazione relativi a uno o più ambiti di attività a sostegno del commercio internazionale;
 - b) acquisto o noleggio di beni e servizi strumentali funzionali allo sviluppo delle iniziative;
 - c) realizzazione di spazi espositivi (virtuali o, laddove possibili, fisici, compreso il noleggio e l'eventuale allestimento, nonché l'interpretariato e il servizio di hostess) e incontri d'affari.
- Sono ammissibili a contributo le spese sostenute a partire dal 01/01/2021.

4) SIMEST

Il 28 ottobre sarà possibile inviare sul Portale predisposto la domanda per la richiesta di contributo che è possibile pre-compilare già dal 21 ottobre.

Le imprese potranno richiedere un finanziamento a tasso agevolato con una quota di cofinanziamento a fondo perduto fino al 25%, nel limite delle agevolazioni pubbliche complessive concesse in regime di temporary framework, e senza necessità di presentare garanzie. Per le PMI del Mezzogiorno invece ci sono risorse dedicate e fondo perduto al 40% se la sede operativa si trova in Abruzzo,

Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia.

E' possibile fare richiesta per uno dei seguenti aspetti:

1. Transizione digitale ed ecologica delle PMI con vocazione internazionale. È un finanziamento agevolato, dedicato alle PMI costituite in forma di società di capitali, con un fatturato export di almeno il 10% nell'ultimo anno o del 20% nell'ultimo biennio. Le risorse ottenute dovranno essere destinate per una quota almeno pari al 50% a investimenti per la transizione digitale e per la restante quota a investimenti per la transizione ecologica e la competitività internazionale. Lo strumento ha una durata di 6 anni, con 2 di pre-ammortamento, e un importo massimo finanziabile di 300mila euro che non può comunque superare il 25% dei ricavi medi risultanti dagli ultimi due bilanci approvati e depositati;
2. Partecipazione delle PMI a fiere e mostre internazionali, anche in Italia, e missioni di sistema. È un finanziamento agevolato per la partecipazione di PMI a un singolo evento di carattere internazionale, anche virtuale, tra: fiera, mostra, missione imprenditoriale e missione di sistema, per promuovere l'attività d'impresa sui mercati esteri o in Italia. Almeno il 30% del finanziamento deve essere destinato a spese digitali connesse all'evento, a meno che l'evento stesso non sia a tema digital o ecologico. L'importo massimo del finanziamento è pari a 150mila euro e non può comunque superare il 15% dei ricavi medi risultanti dagli ultimi due bilanci approvati e depositati. Il periodo di

rimborso è di 4 anni, con 1 anno di pre-ammortamento.

3. Sviluppo del commercio elettronico delle PMI in Paesi esteri (E-commerce). È un finanziamento agevolato, dedicato alle PMI costituite in forma di società di capitali, per la creazione o il miglioramento di una piattaforma propria di e-commerce o l'accesso a una piattaforma di terzi (market place) per la commercializzazione di beni o servizi prodotti in Italia o con marchio italiano. L'importo finanziabile va da 10 mila euro fino a un massimo di 300 mila per una piattaforma propria e fino a un massimo di 200 mila per market place, senza comunque superare il 15% dei ricavi medi risultanti dagli ultimi due bilanci approvati e depositati. La durata del finanziamento è di 4 anni con 1 anno di preammortamento.

Lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners e il gruppo Commercioestero Srl, grazie all'esperienza pluriennale dei propri consulenti, da sempre attori protagonisti nella ricerca di canali di finanziamento rivolti alle MPMI nei Bandi Regionali, Nazionali ed Europei sui temi dell'Internazionalizzazione e del digitale, è a disposizione per supportare le imprese interessate a ricercare il giusto canale di finanziamento, nella presentazione della richiesta di contributo, nell'elaborazione del progetto nonché nel supporto consulenziale e formativo previsto dai suddetti bandi.





Attenzione su... di Alessandro Russo

La Nuova Pubblicazione URDTT (Uniform Rules for Digital Trade Transactions) della CCI

È stata pubblicata il 1 ottobre 2021 la nuova pubblicazione della Camera di Commercio Internazionale denominata URDTT (Uniform Rules for Digital Trade Transactions).

Lo scopo della Pubblicazione è di cercare di sviluppare un corpus di norme in grado di delineare gli standard, le metodologie e le regole per una effettiva digitalizzazione delle transazioni commerciali. Le URDTT sono inoltre compatibili con alcune recenti UNCITRAL Model Laws (Electronic Transferable Records, Electronic Signature, Electronic Commerce).

Le URDTT ambiscono a creare il giusto contesto per un'operatività completamente digitale e con lo scopo di estendere il loro campo di applicazione non soltanto agli istituti bancari ma anche nell'operatività quotidiana delle singole realtà aziendali. L'URDTT non è quindi solo un insieme di regole per le banche, ma intende estendere l'applicazione delle regole anche al mondo aziendale nonché alla crescente moltitudine di fornitori di servizi

bancari.

La nuova pubblicazione si prefigge lo scopo di regolamentare, in uno scenario di continui cambiamenti, il panorama non soltanto nella tecnologia di trasmissione dei dati/documenti, ma anche ad esempio l'uso dell'intelligenza artificiale piuttosto che gli Smart Contract o i "data analytics".

Da una prima analisi della struttura della Pubblicazione emerge che lo scopo delle regole è di fungere da quadro generale per le transazioni commerciali digitali, fornendo, in linea con lo stile delle altre pubblicazioni ICC, innanzitutto una serie di termini e definizioni, promuovendo e supportando nel contempo l'uso di documenti e dati elettronici (in fondo si riporta un elenco degli articoli delle URDTT). In particolare le norme intendono affrontare:

- il modo in cui le parti possono effettuare presentazioni elettroniche per provare un obbligo di vendita o di pagamento di beni;
- come devono corrispondere i dati elettronici relativi alle transazioni commerciali digitali;
- quali sono le conseguenze della mancata corrispondenza dei dati.

Da quanto dichiarato anche in fase di studio e durante i lavori che hanno portato alla realizzazione definitiva, le URDTT intendono per transazione commerciale digitale una transazione condotta in un ambiente completamente digitale. Laddove la digitalizzazione

completa non sia possibile, a causa di requisiti normativi o di altro tipo, le parti possono concordare come gestire separatamente tali elementi della transazione, poiché tali aspetti non sono disciplinati nella pubblicazione.

Fondamentalmente, viene fatta una distinzione tra una transazione commerciale digitale e il sottostante contratto di vendita/acquisto commerciale di beni e servizi. Mentre quest'ultimo affronta anche aspetti quali le caratteristiche del bene o la consegna delle merci, una transazione commerciale digitale, invece, è definita come un processo che facilita l'uso di presentazioni elettroniche per provare il contratto commerciale sottostante e far rispettare l'obbligo di pagamento. È importante notare che le prestazioni delle parti o le modalità di esecuzione regolate in ambito contrattuale non sono disciplinate dalle URDTT.

L'obbligo di pagamento e l'impegno di pagamento sono i due elementi delle URDTT che vale la pena evidenziare. L'obbligo di pagamento dell'acquirente si trasforma da condizionale a incondizionato al rispetto dei termini e delle condizioni della transazione commerciale digitale, praticamente al perfezionarsi della presentazione elettronica (dati e documenti) prevista. Analogamente le istituzioni bancarie/finanziarie possono aggiungere il loro impegno di pagamento che è soggetto, a sua volta, al rispetto dei termini e delle condizioni della transazione commerciale digitale.

Data la recentissima entrata in



vigore ora non resta che attendere se la pubblicazione, considerando l'accelerata che la richiesta di digitalizzazione dei processi ha subito a causa degli eventi pandemici, soddisferà i requisiti di sicurezza, affidabilità, richiesti dagli operatori finanziari e commerciali che le consentiranno di affermarsi come Standard internazionale delle Transazioni commerciali digitali.

INDICE DELLE URDTT:

ARTICLE 1: Scope of the Uniform Rules for Digital Trade Transactions (URDTT) Version 1.0

ARTICLE 2: Definitions

ARTICLE 3: Interpretations

ARTICLE 4: Principal Party

ARTICLE 5: Financial Services Provider

ARTICLE 6: Submitter and Addressee

ARTICLE 7: Electronic Records

ARTICLE 8: Non-Compliance of an Electronic Record

ARTICLE 9: Data Corruption

ARTICLE 10: Electronic Signature

ARTICLE 11: Data Processing System

ARTICLE 12: Payment Obligation

ARTICLE 13: FSP Payment Undertaking

ARTICLE 14: Amendments

ARTICLE 15: Transfer

ARTICLE 16: Force Majeure

ARTICLE 17: Applicable Law

Opportunità di business

Riferimento 16-2021

Paese: Libia

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Materiale cancelleria

Oggetto: importatore di libri e prodotti affini cerca fornitori di articoli per cartoleria e cancelleria.

Riferimento 17-2021

Paese: Francia

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Arredo

Oggetto: dettagliante di mobili e letti cerca fornitori italiani

Riferimento 18-2021

Paese: Spagna

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Metalli

Oggetto: produttore di serbatoi di stoccaggio è interessato all'acquisto di lamiere, tubi e profili di acciaio per la fabbricazione di tali prodotti

Riferimento 19-2021

Paese: Arabia Saudita

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Giostre

Oggetto: azienda Saudita è alla ricerca di aziende Italiane produttrici di di giostre, articoli per divertimenti creativi, Attrezzature e forniture per parchi divertimento, prodotti per parchi giochi, Giocattoli da Costruzione per Bambini e auto e macchine elettriche per bambini.

Riferimento 20-2021

Paese: Ecuador

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: marmo e ceramica

Oggetto: si cercano imprese italiane fabbricanti ed esportatrici di marmo, ceramica e porcellana.

Per maggiori informazioni contattare il seguente indirizzo email indicando il riferimento di interesse: trading@commercioestero.net



STUDIO ASSOCIATO TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS / COMMERCIOESTERO

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, 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 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.

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: Sciroccomultimedia

www.attivitaconlesteronet

Proprietario ed Editore:

Tupponi, De Marinis, Russo & Partners

www.tupponi-demarinis.it

Email: info@tupponi-demarinis.it

Sede legale:

Via Famiglia Bruni, 1 47121 Forlì (FC)

Registrazione Tribunale di Forlì n. 18 del
3 giugno 2002

Direzione, redazione:

Via Famiglia Bruni, 1 47121 Forlì

Tel. +39 0543 33006

Fax +39 0543 21999

Direttore Responsabile:

Cinzia Fontana

fontana@tupponi-demarinis.it



TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS
INTERNATIONAL BUSINESS LAW FIRM

Lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners / Commercioestero fornisce assistenza integrale e globale nelle seguenti aree:

LEGALE	FISCALE	BANDI E FINANZIAMENTI	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>Redazione Contratti di Rete per l'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>Analisi normativa fiscale in Paesi esteri</p> <p>Analisi disciplina del trasferimento/ distacco dei lavoratori all'estero</p>	<p>Assistenza alla presentazione di pratiche di finanziamento o agevolazioni per l'internazionalizzazione (nazionali, regionali, comunitarie, internazionali, estere)</p> <p>Assistenza alla presentazione di pratiche di finanziamento o agevolazioni per la partecipazione di fiere all'estero</p> <p>Assistenza per crediti documentali e assicurazione del credito Forfaiting</p> <p>Assistenza per il recuper del credito all'estero</p>	<p>Pianificazione e compliance doganale</p> <p>Procedure doganali domiciliate (semplificate)</p> <p>Esportatore autorizzato e supporto nell'individuazione dell'origine della merce preferenziale e non</p> <p>Certificazione AEO (Customs, Security, Full)</p> <p>Analisi e gestione dei risvolti fiscali nelle operazioni doganali di import/export</p> <p>Assistenza doganale / legale nel contenzioso con l'Agenzia delle Dogane</p> <p>Analisi e redazione pareri in tema di origine della merce, certificazioni obbligatorie, dual use e misure restrittive.</p> <p>Supporto e pareristica su corretta individuazione codici di nomenclatura combinata</p> <p>Gestione dei rapporti contrattuali con spedizionieri e vettori</p> <p>individuazione dei termini di resa Incoterms® da inserire nel contratto di vendita</p> <p>assistenza nel contenzioso nell'ambito dei trasporti nazionali ed internazionali</p>	<p>Ricerca e Analisi di mercato e Ricerca e Selezione Partners Commerciali</p> <p>Strategie e Pianificazione di Marketing e Comunicazione (Nazionali e Internazionali)</p> <p>T.E.M. (Temporary Export Management)</p> <p>Export Check-Up</p> <p>Organizzazione di eventi, Fiere, Workshop, Missioni Commerciali e/o Istituzionali, Incoming</p> <p>Assistenza al Trading Internazionale</p> <p>E-commerce</p> <p>Webmarketing per l'export</p>

