



ATTIVITÀ CON L'ESTERO



EDITORIALE

Guida pratica movimentazione del personale – Posted workers

È uscita la “Guida pratica movimentazione del personale – Posted workers” (<https://servizionline.lombardiapoint.it/guide/#/guides/41>) in collaborazione con Unioncamere Lombardia a cura dell’Avv. Eleonora Greppi Partner dello Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners che esamina le diverse modalità di invio del personale all’estero in un’ottica di pianificazione da parte dell’impresa al fine di evitare spiacevoli conseguenze di natura civilistica, previdenziale e fiscale.

La guida si propone di analizzare le modifiche introdotte dalla Direttiva 957/2018 che incidono sulla precedente 97/71 in tema

di movimentazione dei lavoratori nonché la Direttiva 2014/67 che pur non incidendo sulla materia di applicazione delle citate Direttive è funzionale al controllo di applicazione delle stesse.

Grazie alla globalizzazione ed al decentramento produttivo delle imprese è stato possibile assistere ad un nuovo modello imprenditoriale caratterizzato non più da strutture centralizzate all’interno delle quali avvengono tutti i processi produttivi con manodopera propria dell’impresa, ma piuttosto, soprattutto per le grandi realtà, ci si è indirizzati verso un’idea d’impresa più aperta nei confronti del mercato, capace di riconoscere competenze esterne altrui, fondamentali non solo alla produzione ma anche alla successiva realizzazione dei prodotti e servizi. È proprio per questo motivo che negli anni si è ritenuto necessario sviluppare metodi e norme che regolassero in maniera concreta le attività e che permettessero l’effettiva realizzazione di questi procedimenti. Per le imprese è stato quindi importante riconoscere diritti ed obblighi in capo alle parti coinvolte, non solo per garantire il pieno svolgimento delle operazioni realizzando il proprio tornaconto economico personale ed evitando sanzioni e conseguenze di carattere legale.

Nell’attuale fase di apertura dei mercati a livello internazionale, infatti, sono sempre più numerose le imprese che si avvalgono della

possibilità di spostare i propri dipendenti all’estero sia presso propri filiali o branch o presso società terze.

In questa prospettiva, la mobilità dei collaboratori sul territorio rappresenta un tassello importante e delicato, in particolare con riferimento alla sua dimensione internazionale.

Il fenomeno della mobilità extranazionale dei lavoratori, profondamente cambiato nel corso degli anni, ha sviluppato processi di integrazione tra i popoli influenzando, tra l’altro, sul bisogno di tutela e sul livello di protezione sociale.

In considerazione di ciò si sono resi necessari interventi coordinati degli organismi pubblici che favoriscano tale processo di integrazione nonché la tutela dei diritti dei lavoratori migranti.

Si è, quindi, pervenuti in campo internazionale all’adozione di strumenti normativi e giurisprudenziali idonei a coordinare ed armonizzare le singole normative nazionali, per affermare i diritti di sicurezza sociale dei lavoratori ed evitare che lo svolgere la propria attività all’estero possa pregiudicare l’esercizio dei diritti dei lavoratori.





A proposito di...

di Michele Lenoci

CRESCE L'INTERESSE MASCHILE PER I COSMETICI IN COREA DEL SUD

Il mercato della cosmetica maschile è in crescita in Corea del Sud, dove è aumentato l'interesse degli uomini per il loro aspetto e, di conseguenza, gli investimenti nella cura della persona e nei cosmetici. Secondo i dati Euromonitor si prevede che il valore del mercato dei cosmetici maschili in Corea raggiungerà 1,16 trilioni di won (856 milioni di euro) entro il 2025. Il rivenditore sudcoreano di salute e bellezza CJ Olive Young conferma che le sue vendite di cosmetici per uomo nel primo semestre del 2022 sono aumentate del 24% rispetto allo stesso periodo del 2021. Inoltre, gli acquisti di cosmetici di persona tra i clienti maschi sono aumentati del 36% quest'anno. Il marchio spiega anche che c'è stato un aumento del 130% nella categoria skincare di base (compresi creme e lozioni). Balsami e fondotinta colorati per le labbra sono stati gli articoli più venduti nella categoria dei cosmetici. Per quanto riguarda le vendite online, il rivenditore online Gmarket afferma anche che i prodotti di bellezza per uomo hanno visto un aumento. In particolare, nel 2022 sono aumentati alcuni prodotti

da uomo: le creme del 67%, le lozioni del 23% e i cosmetici colorati del 23%. Le vendite online di prodotti per la rasatura hanno registrato un aumento del 476% e altri prodotti per la cura della persona (sbiancanti per denti, forbicine e scrub) sono quasi raddoppiati.

FUTURO INCERTO PER I PRODOTTI "BIO" SUL MERCATO FRANCESE

Dopo mesi di crescita esponenziale, il mercato dei prodotti biologici in Francia sta subendo una significativa battuta d'arresto con il calo dei consumi delle famiglie nei supermercati e nei negozi specializzati. Di fronte a questo scenario La Maison de la Bio ha avviato uno studio in collaborazione con Credoc per proiettare il futuro del settore biologico del mercato francese nel 2027. Secondo lo studio due scenari più ambiziosi permetterebbero una crescita tra il 10 e il 15% all'anno grazie a una forte azione politica e pubblica. "Le risorse dovrebbero essere destinate alla ricerca e sviluppo, all'istruzione, per avere una politica agricola comune stimolante", come spiega Pierrick De Ronne, presidente de La Maison de la Bio. Inoltre, una migliore distribuzione del valore e l'efficienza operativa ridurrebbero il divario di prezzo tra biologico e convenzionale, un fattore che i consumatori sottolineano come importante. Tuttavia, d'altra parte, lo studio considera altre due possibili situazioni. Uno scenario tendenziale (+5% annuo), che sarebbe un prolungamento della congiuntura economica degli ultimi anni, moderata dal recente forte rallentamento, e che porterebbe a una crescita del mercato intorno al 5% annuo. Infine, un andamento sfavorevole che si inquadra in un contesto di decremento del potere d'acquisto, sfiducia dei

consumatori, normative sfavorevoli, con conseguente mercato organico stagnante o addirittura con un calo annuo del 5%

I TEDESCHI INNESCANO LA DOMANDA DI FORNITORI DI SISTEMI SOLARI E POMPE DI CALORE

L'aumento dei prezzi dell'energia ha stimolato la domanda di impianti energetici privati in Germania a causa della possibile mancanza di approvvigionamento di materie prime russe e dei prezzi del petrolio e del gas alle stelle. Mentre un anno fa un megawattora (MWh) di elettricità costava circa 60 euro sulla borsa dell'energia EEX, ora i prezzi oscillano tra i 480 euro di picco e i 211 euro in media per MWh. Anche il prezzo della benzina si è moltiplicato in pochi mesi, come indicato da Handelsblatt. Il fornitore di energia del Baden-Württemberg EnBW ha riferito che il numero di richieste di connessione all'impianto fotovoltaico è aumentato dell'80% dall'inizio dell'anno e solo nei primi tre mesi del 2022 è stato venduto il 30% in più di pompe di calore rispetto al precedente anno, secondo l'Associazione tedesca delle pompe di calore (BWP). Alcune aziende si lamentano addirittura di non riuscire a tenere il passo con la domanda. Il numero di sovvenzioni richieste suggerisce che la crescita continuerà a crescere in modo significativo. Anche altre società fotovoltaiche come SMA Solar, Meyer Burger e Solarwatt hanno annunciato di aver raddoppiato le proprie capacità di produzione. Un grosso problema risiede nella scarsità di materiali, dato che secondo l'Associazione tedesca delle pompe di calore, i colli di bottiglia nella fornitura, in particolare dei componenti della tecnologia di controllo (schede a circuiti stampati), stanno colpendo gravemente l'industria delle pompe di calore.



L'ARABIA SAUDITA STABILISCE NUOVE TARIFFE SU 99 PRODOTTI DEI SETTORI AGRICOLO, ZOOTECNICO E DELLA PESCA

Il Regno dell'Arabia Saudita, attraverso il Consiglio di amministrazione dell'Autorità fiscale e doganale della Zakat, ha pubblicato il 12 giugno un aumento tariffario su 99 prodotti legati ai settori agricolo, zootecnico e ittico. Tra le novità le tariffe su ovini e caprini che salgono da zero al 7%. Anche dodici tipi di pesce e gamberetti hanno subito un aumento delle tariffe, rispettivamente con un minimo del 6% e un massimo del 15%. Diverse verdure, tra cui cipolle, cetrioli, carote, melanzane e zucchine, hanno ora dazi all'importazione del 5%, anziché zero. Tuttavia, questa non è la prima volta che le tariffe vengono aumentate. L'aumento di 575 prodotti di base due anni fa ha fatto aumentare le tariffe da zero al 25% su alcuni prodotti alimentari e bevande. Dopo questo aumento, gli investimenti in stabilimenti rilevanti nel Paese sono aumentati del 2% a fine 2021, raggiungendo i 374 miliardi di dollari sauditi (99,7 miliardi di dollari).

IL MERCATO DEL MOBILE IN AUSTRIA CONTINUA A CRESCERE

Secondo Wohninsider il settore ha superato la crisi sanitaria causata dal COVID-19 ed è cresciuto, nonostante la chiusura delle attività. A causa delle restrizioni si è verificato il cosiddetto effetto "cocooning", che ha generato la crescita della domanda di attrezzature per la casa. Nello specifico, la spesa nel settore del mobile ammonta oggi a 825,1 euro per abitante, il 3,9% in più rispetto all'anno precedente. Gli austriaci hanno investito in particolare nell'arredamento della casa. La spesa per mobili da cucina e camera da letto, oltre a mobili imbottiti, è aumentata di circa il 15%. Una crescita del 10% è stata registrata anche negli articoli di arredo, tende e tappeti. Spicca l'e-commerce

di mobili, che già rappresenta il 19% di tutte le vendite realizzate nel Paese, trainato dai grandi distributori XXXLutz e IKEA, e senza perdere di vista Amazon e Uniqlo, anch'essi in crescita. Inoltre, i tre leader di mercato (XXXLutz, IKEA e Kika/Leiner) coprono ancora circa il 65,0% delle vendite al dettaglio di mobili austriaci. Infine, nonostante le prospettive positive, la situazione economica generale potrebbe cambiare rapidamente ed evolvere negativamente a causa di una situazione incerta, con aumenti dei prezzi e problemi di filiera, che potrebbero rallentare la crescita e i consumi privati.

LE AZIENDE VINICOLE AUSTRALIANE SCOMMETTONO SUL VINO ANALCOLICO

La categoria delle bevande analcoliche o analcoliche sta registrando una crescita significativa nel mercato australiano. A testimoniare questa tendenza è Endeavour Group, il principale gruppo per la distribuzione di bevande alcoliche nel Paese, proprietario di catene di negozi di liquori come BWS o Dan Murphy's. Secondo le dichiarazioni rese al Financial Review dal direttore acquisti e merchandising di Endeavour Group, Tim Carroll, le vendite della categoria analcolica sono cresciute del 150% nell'ultimo anno. Secondo Carroll, la popolarità dei marchi analcolici è in aumento tra tutte le fasce d'età a causa di un crescente interesse per la salute e il benessere, nonché i tempi di consumo in cui si preferisce una bevanda analcolica. In questo modo le aziende vinicole australiane stanno adattando la loro offerta, lanciando vini analcolici all'interno dei loro principali marchi. Un esempio è Treasury Wine Estates, la più grande azienda vinicola del Paese, che lancerà sul mercato il suo terzo vino analcolico. La versione analcolica di Squealing Pig si aggiungerà così ai vini analcolici già commercializzati dall'azienda, Wolf Blass Zero e Lindemans. Il trend delle bevande analcoliche si estende ad altri prodotti. Fondata nel 2013, Four Pillars Gin Distillery

ha anche lavorato negli ultimi due anni per perfezionare un gin senza alcol. Stanno per essere rilasciate due versioni, Bandwagon Dry e Bloody Bandwagon. Cameron Mackenzie, uno dei suoi fondatori, spiega che circa 100.000 persone visitano ogni anno la sua distilleria, dove assaggiano e consumano i loro prodotti, e molte di loro entrano "con le chiavi della macchina in mano", il che favorisce una domanda di prodotti analcolici in determinate situazioni

I FRANCESI RIDUCONO GLI ACQUISTI DI PRODOTTI FRESCHI

L'inflazione è cresciuta ancora di più a maggio, raggiungendo il 5,2% e oltre il 4% nei prodotti alimentari. LSA e Kantar hanno ideato un barometro per monitorare la percezione e le preoccupazioni delle famiglie francesi in merito all'inflazione, in particolare per quanto riguarda i prodotti alimentari. In questo contesto, le famiglie francesi hanno notevolmente ridotto le spese nel mese di aprile. Con un calo della spesa alimentare del 6,2% rispetto allo scorso anno, in particolare del 14,1% per i prodotti freschi. A seguito dell'aumento dei prezzi, i consumatori si rivolgono sempre più al marchio del distributore, soprattutto per prodotti come senape, pasta o oli. Inoltre, temendo carenze o un'esplosione dei prezzi, i consumatori hanno avuto la tendenza ad accumulare determinati prodotti, aumentando il volume di acquisto e la spesa. Ad esempio, pasta e olio sono generalmente aumentati in tutte le famiglie, ma ancor di più nelle famiglie benestanti. Altri prodotti, invece, hanno subito un forte calo. È il caso del formaggio petit suisse e della senape. Le famiglie hanno speso il 9% in meno per la senape rispetto allo scorso anno, cercando di mitigare l'impatto inflazionistico interrompendo in modo significativo l'acquisto di questo condimento. Quanto alla petit suisse, ha subito un calo del 15% e uno spostamento verso le private label.





Attenzione su... di Marco Tupponi

PROBLEMATICHE LEGALI DEL METAVERSO

Il Metaverso si propone come una nuova modalità tecnologica basata sulla realtà virtuale, la realtà aumentata e tutte le applicazioni connesse.

Potremmo dire che il Metaverso è una specie di "universo parallelo" (la fantascienza, almeno per ora solo nella sua versione virtuale, è diventata realtà) in cui esistono altri linguaggi, altri spazi, altri soggetti.

Una realtà virtuale stile Second Life (l'ambiente virtuale lanciato nel 2003 da Linden Lab).

Il termine Metaverso fa la sua prima comparsa nel romanzo di fantascienza Snow Crash dello scrittore statunitense Neal Stephenson, dove indicava una dimensione prodotta dalla convergenza tra realtà fisica e virtuale. Le persone potevano interagire in tale spazio utilizzando degli speciali visori e impersonando avatar specifici.

Quindi, di che genere di universo/mondo stiamo parlando?

Di qualcosa di sospeso nel virtuale, ma fruibile nella realtà, grazie ad un avatar, che ci permette di connetterci ed accedere a tale nuova dimensione.

Che cosa si può fare in un metaverso?

Si può lavorare, giocare, comprare e vendere ovviamente. Chissà, un giorno si potrà anche amare. Stiamo quindi parlando di un mondo virtuale parallelo e tridimensionale, con opportunità e possibilità assimilabili a quelle del mondo reale.

Il Metaverso oramai è un "dato acquisito" resta invece da vedere quale sarà il percorso che porterà buona parte degli individui ad integrare e compenetrare le proprie vite reali con le esperienze online.

Gli spazi digitali, in costante aumento, sono destinati ad ospitare non solo l'attività di socializzazione, ma anche gli incontri di

business e dunque lo shopping di nuovi beni e servizi.

Recentemente in Francia, realizzato da Entourage, è nato il primo avatar, Will, "sentatetto – homeless" presente nel Metaverso.

L'obiettivo che Entourage si è posta con questa iniziativa è di parlare di isolamento sociale e nello stesso tempo raccogliere fondi.

Il modello di Metaverso che vedrà con ogni probabilità maggior diffusione è incentrato sulla creazione di piattaforme digitali, basate sulla tecnologia blockchain, che permettano ai vari utenti di creare spazi digitali personalizzati attraverso l'acquisto e lo scambio di oggetti virtuali sia mobili che immobili (in tema di blockchain e Tech Law si veda la Guida curata da Marco Tupponi su incarico di Unioncamere Lombardia e Regione Lombardia – novembre 2021 – scaricabile gratuitamente dal sito:

file:///C:/Users/tupponi/Desktop/Downloads/GuidaDigitalizzazione%20per%20l'estero%20-%20Tech%20Law%20(1).pdf)

Però gli acquisti su blockchain fanno sorgere problemi proprio per le caratteristiche proprie della blockchain stessa.

L'immutabilità della blockchain che ne è un notevole punto di forza, soprattutto nel panorama del digitale ove qualsiasi cosa è duplicabile all'infinito, potrebbe portare all'impossibilità di porre un rimedio giudiziale innanzi ad uno smart contract viziato da uno dei vizi della volontà tipici del nostro sistema legale: errore, violenza, dolo.

Se il contratto su blockchain è immutabile per sua definizione, come farà il giudice ad annullarlo?

Ne consegue che, sotto questo aspetto, tutta la classica impostazione delle patologie del contratto andrebbe ripensata.

I così detti creators: innovatori, artisti, imprese e professionisti saranno i protagonisti e gli sviluppatori della tecnologia che contempla il Metaverso.

Affinché il Metaverso sia sempre più coinvolgente si dovranno progettare e poi costruire dispositivi sempre più avanzati, in grado di avvicinare sempre più l'esperienza virtuale a quella reale come ad esempio visori, occhiali, sensori, controlli remoti ed elementi indossabili.

Allo stato attuale i grandi Gruppi, come per esempio Facebook, ora Meta, Microsoft, Epic Games (questi ultimi due si stanno muovendo e hanno dalla loro un elemento essenziale che Facebook non ha ancora: il videogioco) stanno sviluppando linguaggi aperti per modellare i movimenti del corpo umano, la voce, gli ambienti attorno alle persone creando i presupposti per diffondere esperienze di realtà virtuale, realtà aumentata e mixed reality.

L'analista statunitense Matthew Ball ha provato a individuare gli elementi che potrebbero caratterizzare il Metaverso.

Questo nuovo spazio virtuale e relazionale dovrebbe essere:

- persistente, ossia continuare indefinitamente e senza pausa alcuna;
- in tempo reale per tutti i suoi utenti e permettere la fruizione di eventi e contenuti in simultanea a ogni singola persona connessa;
- senza alcun limite di connessione per far sì che non ci siano limitazioni al numero di utenti connessi in contemporanea;
- un'economia autonoma e indipendente dove gli utenti possano offrire o comprare beni e servizi;
- un'esperienza che unisce il mondo fisico a quello virtuale senza distinzioni di modalità di accesso o fruizione;
- un'esperienza che garantisca la totale interoperabilità in termini di dati e informazioni immesse e scambiate tra gli utenti;
- uno spazio con infinite possibilità in termini di esperienze da provare e contenuti da sfruttare.

Il Metaverso costituisce una trasposizione della realtà fisica in una dimensione virtuale.

Quali norme dovrebbero regolamentare questo flusso di dati?

Nell'UE per esempio esiste il GDPR e le Clausole contrattuali relative al trasferimento dei dati personali verso Paesi Terzi a norma del GDPR che hanno norme molto più stringenti in materia di gestione dei dati rispetto agli USA patria dei grossi players del settore.

Appare chiaro che l'attività totalmente immersiva che caratterizzerà queste esperienze, si accompagnerà con la necessità di utilizzare molti più dati delle persone.

La tutela dei dati personali e sensibili, pertanto sarà un tema sempre più attuale nell'ottica del bilanciamento degli interessi tra la necessità di riservatezza del singolo, la sua possibilità di utilizzare le nuove piattaforme e gli obiettivi delle imprese del settore che avranno tutto l'interesse a sfruttare questi dati.

Inoltre, se i dati sono utilizzati da piattaforme extra U.E., ad esempio USA, come rapportarsi con la gestione dei dati vista la differente "sensibilità" e di tutela giuridica tra U.E. ed USA?

Probabilmente si rivelerà fondamentale, oltre ad una costruzione secondo il principio della privacy by design cioè una tutela della privacy ben calibrata e pensata sul caso particolare, un'adeguata architettura della disciplina del consenso al trattamento, affinché l'utente comprenda in maniera chiara in base a quale base giuridica e come il titolare effettui i trattamenti dei suoi dati.

Inoltre, la vera "scommessa" saranno i minori, grandi fruitori di questa tecnologia.

Gli apparecchi che implicano uno IoT – Internet of the things che via via verranno introdotti sul mercato potrebbero aiutare la crescita di sofisticate tecniche di verifica dell'età degli utenti, di una sorta di



"maggiore età metaversica".

Considerando inoltre che ci saranno rapporti tra individui connessi in diverse parti del mondo e che utilizzano diversi metodi di connessione quale legge e quale foro, in caso di controversie, dovrà essere utilizzata?

La molteplicità di esperienze fruibili nel Metaverso garantirà la crescita di un'economia parallela e integrata con il mercato già esistente.

A tutt'oggi non è ancora chiaro come tali trattative commerciali e la successiva stipula di contratti saranno regolamentate.

La sfida futura sarà la capacità di realizzare il così detto "metamondo" garantendo una compatibilità senza precedenti che sia in grado di coniugare le esigenze di business con i diritti fondamentali dei cittadini.

Il mondo in rapida evoluzione del Metaverso può comportare una commistione di personaggi e diritti di proprietà intellettuale posseduti da attori separati.

I Not Fungible Token possono servire quali certificati di autenticità e di proprietà di asset digitali unici, consistenti in abiti, oggetti d'arredamento o memorabilia, che gli utenti del Metaverso possono scambiarsi in un mercato liquido o su appositi marketplace.

Il mercato degli NFT e la possibilità di pagare in cryptovaluta porteranno, inevitabilmente, ad una esigenza di garantire un adeguato processo di gestione delle procedure anticiclaggio, ma potrà di contro conferire maggiore certezza agli scambi di valore che, peraltro, dato lo strumento, la blockchain sono immutabili e quindi definitivi.

Nel Metaverso si possono acquistare lotti di terreno, si costruiscono edifici, si aprono negozi, ecc..., ma è proprio vero che, da un punto di vista giuridico non ci sono regole?

Si parla di "virtual real estate" ossia di compravendita di proprietà "immobiliari" digitali che, contrariamente al codice civile che ragiona riferendosi a beni fisici e tangibili nel Metaverso si hanno tokenizzazioni che come tali non sono beni fisici e tangibili.

In questo momento i più diffusi "mondi virtuali" sono quattro: Sandbox, Decentraland, Cryptovoxels e Somnium Space.

All'interno di questi "mondi virtuali" si sta sviluppando un mercato frenetico per acquistare lotti ed edifici virtuali nella prospettiva di un investimento auspicabilmente molto redditizio anche se con un alto grado di rischiosità finanziaria.

Alcuni investitori stanno mettendo in atto una vera e propria speculazione virtuale facendo crescere il prezzo dei lotti per poi rivenderli.

Si sta riflettendo sull'idea di un "piano regolatore virtuale" e su come gestire i "contratti di locazione virtuali" con locazioni stipulate con i grossi marchi del lusso.

Nel Metaverso gli immobili e le loro volumetrie costituiscono la

digital property per cui i "contratti di acquisto" dovrebbero essere qualificati come contratti di licenza che attribuiscono, se concordato nel contratto, i diritti di sfruttamento dell'opera dietro il pagamento di un corrispettivo sotto forma di royalties, tramite cryptovalute.

Queste "transazioni" saranno ovviamente canalizzate su una piattaforma blockchain che terrà conto di tutte le "transazioni" effettuate su quel lotto.

Nel momento in cui si è definito il lotto immateriale oggetto del contratto ed avvenuto il pagamento del dovuto tramite cryptovalute, il sistema procede all'attribuzione di un "gettone - token" digitale che costituisce un NFT - Not Fungible Token - che certifica la proprietà del bene e ne garantisce la unicità.

Da queste brevi riflessioni si comprende bene che il così detto "virtual real estate" non segue la disciplina giuridica dei beni immobili e dei diritti e dei doveri ad essi applicabili, ma dei beni incorporali e della proprietà intellettuale con la diversa disciplina a cui sono sottoposti a livello internazionale e/o dei singoli Stati.

Uno degli aspetti legali più delicati nell'ambito del Metaverso è la tutela dei marchi in quanto il monitoraggio dell'utilizzo dei marchi, la lotta alla contraffazione e al falso verosimile, sono solo alcune delle sfide da vincere.

Potrebbero sorgere problemi per la tutela della proprietà intellettuale nel momento in cui essa impatta con il commercio digitale e ciò è attualmente ancora più problematico in assenza di una specifica legislazione di riferimento per cui è fondamentale per un'impresa che voglia efficacemente sbarcare nel Metaverso attuare strategie contrattuali ben definite, ponendosi i problemi dei possibili risvolti della digitalizzazione dei propri prodotti e servizi nei contratti di licenza, partnership, collaborazione commerciale e franchising.

È fondamentale che le imprese interessate al Metaverso inizino a registrare i propri marchi anche per il loro utilizzo in un contesto interamente digitalizzato come effettuato da numerose imprese che ad esempio hanno già iniziato a registrare i propri marchi presso lo United States Patent & Trademark Office (USPTO) per estendere la protezione anche al "meta-utilizzo" del loro brand.

Appare dunque improcrastinabile reimpostare le proprie strategie di vendita nell'ottica di un approccio a tutto tondo del marchio, in cui il Metaverso rappresenterà un punto di contatto sempre più fondamentale verso il cliente.

I loghi, oltre a costituire vere e proprie insegne all'interno delle vetrine virtuali del Metaverso, saranno impressi anche sugli abiti e gli accessori degli avatar - consumatori.

Sembrirebbe che, allo stato attuale, la tendenza sia proattiva, nel senso che le imprese siano per lo più orientate a richiedere la registrazione di marchi per nuovi tipi di prodotti e servizi, in particolare marchi non

tradizionali.

In tal senso, le classi della Classificazione di Nizza per la classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi che entrano in gioco potrebbero essere la 9, ma anche la 35, la 41 e la 42 oltre, naturalmente, a quelle riferite ai beni e/o servizi offerti.

Si tenga presente che la corsa al Metaverso è già iniziata anche in senso inverso in quanto si registrano già i primi tentativi fraudolenti di registrazione di marchi famosi da parte di terzi per prodotti e servizi virtuali (Gucci e Prada in primis).

Sarà inoltre imprescindibile capire quali siano le facoltà concesse agli avatar dei consumatori.

Vi sono realtà, come il gioco Animal Crossing, nel quale i giocatori possono creare abbigliamento per i propri avatar magari con brand ben noti.

Da cui nascono i seguenti problemi giuridici:

Come vengono gestite tali creazioni?

Sono esportabili in altre piattaforme?

Ciascun soggetto potrà utilizzare liberamente i marchi all'interno del Metaverso?

Con quali limitazioni?

E cosa succede se il marchio viene utilizzato in maniera poco consona magari in un contesto violento?

Vale anche nel Metaverso il principio di esaurimento in forza del quale il titolare di un diritto di proprietà industriale che immette i suoi beni nel territorio in cui il marchio è protetto non può più opporsi ad ulteriori e successive circolazioni degli stessi?

In assenza di contratti di licenza ben scritti giuridicamente le piattaforme di Metaverso potrebbero poi rischiare di essere accusate di contraffazione a causa dell'attività degli avatar-utenti?

Le pattuizioni contrattuali sono inevitabilmente destinate a diventare ancora più dettagliate e fondamentali.

Come potrà avvenire la raccolta delle prove delle eventuali violazioni all'interno del Metaverso?

Poiché identificare e localizzare i trasgressori potrebbe essere più impegnativo di quanto non lo sia già nel mondo reale saranno necessari metodi di indagine più avanzati adattati all'identificazione dei rischi di violazione nel Metaverso.

Sarà necessario individuare nuovi metodi per la quantificazione del danno:

come viene quantificato il pregiudizio derivante dalla contraffazione all'interno del mondo virtuale?

Anche il settore food si sta relazionando con il Metaverso: oltre a Walmart, anche McDonald's ha depositato diverse domande di marchi per "prodotti alimentari e bevande virtuali" e per "gestire un ristorante virtuale online con consegna a domicilio".

Domicilio probabilmente inteso come reale: in sostanza, se mentre si è all'interno del Metaverso la fame si farà sentire, non sarà necessario



interrompere l'esperienza virtuale per ordinare un panino: lo si ordinerà direttamente all'interno del mondo virtuale e mangiarselo in quello reale.

I reati di truffa (si pensi alle già note "romantic scam" effettuate via social network, versione riveduta e corretta delle vecchie "truffe amorose"), di sostituzione di persona, revenge porn e sextortion che probabilmente verranno attivate in maniera nuova e più semplice grazie al Metaverso.

Probabilmente si arriverà ad un momento in cui tokenizzeremo la nostra identità e tramite quella agiremo nel Metaverso come avatar verificati e dunque degni di fede?

Sarebbe una buona soluzione se non si possessero i problemi sulle varie identità digitali che appartengono ad ognuno di noi.

Anche il settore food si sta relazionando con il Metaverso: oltre a Walmart, anche McDonald's ha depositato diverse domande di marchi per "prodotti alimentari e bevande virtuali" e per "gestire un ristorante virtuale online con consegna a domicilio".

Nel Metaverso potrebbe essere utile considerare alcuni aspetti relativi:

1. agli accordi di distribuzione dei contenuti;
2. al contrassegno corretto delle opere protette da diritto d'autore;
3. alle misure tecnologiche di protezione, la cui applicabilità è già prevista, in qualche modo, dalla LDA;
4. la possibilità di segnalazioni – e le modalità delle stesse, possibilmente rapide e intuitive – alle piattaforme.



Attenzione su...
di Giuseppe De Marinis

ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA PIF: LA RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA DEGLI ENTI ANCHE PER I REATI DI INFEDELE E OMESSA DICHIARAZIONE IVA NONCHÉ PER I REATI DI CONTRABBANDO IN AMBITO DOGANALE

Il provvedimento APPENA APPROVATO CORRETTIVO dlgs 75/2020 – adottato

nell'esercizio della delega contenuta negli articoli 31, comma 5, della legge 24 dicembre 2012, n. 234, e 1 e 3 della legge 4 ottobre 2019, n. 117 (legge di delegazione europea) – reca disposizioni correttive e integrative del decreto legislativo 14 luglio 2020, n. 75, di attuazione della direttiva (UE) 2017/1371, relativa alla lotta contro la frode che lede gli interessi finanziari dell'Unione mediante il diritto penale.

L'attuazione della suddetta Direttiva ha come obiettivo l'armonizzazione delle misure da parte degli Stati Ue in materia di tutela degli interessi finanziari dell'Unione Europea. Già con la legge n°300/2000, nel nostro ordinamento, è stata introdotta la responsabilità penale (più precisamente amministrativa) anche in capo alle persone giuridiche, nota come D.Lgs. 231/2001.

La direttiva PIF il cui acronimo significa (Protezione Interessi Finanziari) approvata definitivamente il 5 luglio 2017 ha armonizzato il diritto penale degli Stati membri; in particolare ha di fatto obbligato gli Stati a modificare la disciplina dei reati tributari sulla responsabilità amministrativa delle società.

La responsabilità amministrativa delle imprese si estende ai reati di:

- Peculato;
- abuso d'ufficio;
- ai reati tributari con particolare riferimento ai delitti di dichiarazione infedele, di omessa dichiarazione e di indebita compensazione IVA omessa ed
- ai reati doganali per indebita o omessa dichiarazione doganale.

Il decreto prevede sanzioni amministrative e penali per le infrazioni alle disposizioni dei decreti stessi in particolare per le ipotesi di delitto tentato; per i reati fiscali che presentano l'elemento della transnazionalità; per i delitti di frode nelle pubbliche forniture; per il reato di frode in agricoltura nonché per il reato di contrabbando. Il sistema sanzionatorio varia a seconda che il reato ecceda o meno i 100.000 euro, sino a prevedere la pena massima fino a 4 anni di reclusione.

Possiamo quindi dire che con questo provvedimento (CORRETTIVO dlgs 75/2020) il

legislatore italiano intende imprimere, in linea con quanto richiesto dalla Direttiva PIF, un deciso contrasto deall'evasione fiscale ed alle frodi in ambito tributario.

La nostra attenzione, in particolare, si concentra sui reati doganali e sulla confisca per contrabbando ed indebita percezione di Fondi Ue. Nei casi di contrabbando (siamo nell'ambito dei reati doganali), laddove non sia possibile procedere alla confisca delle cose che servirono o furono destinate a commettere il reato e delle cose che ne sono l'oggetto ovvero il prodotto o il profitto, il provvedimento ordina la confisca di somme di danaro, beni e altre utilità per un valore equivalente, di cui il condannato ha la disponibilità, anche per interposta persona. Nel caso dell'indebita percezione dei Fondi UE facciamo presente come il corretto, tempestivo e completo utilizzo delle risorse finanziarie dell'Unione Europea costituisce un impegno preciso per tutti, allo scopo di realizzare gli obiettivi di ogni strategia settennale dell'Unione Europea. Le risorse a disposizione sono estremamente rilevanti ed è opportuno, per tale motivo, monitorare adeguatamente la situazione delle frodi all'UE, che si rileva agevolmente dai Rapporti annuali della Commissione al Parlamento ed al Consiglio. E' importante ricordare a tutti i beneficiari di fondi UE che ormai è entrato a pieno regime il Registro nazionale degli aiuti di stato. Grazie al RNA ogni singolo aiuto concesso è di dominio pubblico e pertanto risulta più semplice il monitoraggio sia lato beneficiario che lato controllore.

Da quanto su esposto si evince quindi che la responsabilità amministrativa delle imprese si estende altresì, ai reati tributari ed ai reati doganali quando i diritti di confine dovuti superano 100.000 euro.

L'integrazione del D.Lgs. n. 231/2001 con l'aggiunta di nuove responsabilità per l'impresa comporta, come detto, l'esigenza, per le aziende che si sono già dotate di un modello organizzativo di gestione e controllo (MOGC), di aggiornare tale modello integrando i nuovi reati.



L'eventuale coinvolgimento dell'impresa in tali reati non solo comporterebbe a carico di quest'ultima sanzioni pecuniarie elevate e commisurate al profitto indebito (anche quando questo non è concretamente percepito), ma anche, un sostanziale danno reputazionale nonché il divieto di poter, in caso di condanna definitiva, partecipare a bandi per attingere a fondi comunitari oltre che non avere più i requisiti di rating in ambito doganale (vedasi certificazioni AEO, ottenimento di status di esportatore autorizzato, rex).

Per tali ragioni consigliamo alle imprese di prendere in debita considerazione quanto previsto dalla norma e rivalutare i rischi ed il sistema di controllo ex D.Lgs. n. 231/ per evitare di commettere tali reati.

In particolare, per le imprese che hanno costanti rapporti di import il rischio che si configuri un reato di contrabbando (ma anche per le frodi Iva internazionali) è elevato e può dipendere da errori in materia di valore in dogana, quantità, errato codice Taric, mancato pagamento di dazi antidumping e/o di salvaguardia. A tutte queste imprese suggeriamo, al fine di ottimizzare i propri modelli organizzativi 231, di porre in essere adeguati strumenti di compliance doganale, quali, ad esempio, l'AEO (Operatore economico autorizzato), che certificano una corretta impostazione della gestione delle pratiche in Dogana.

Il dipartimento Custom compliance e Finanziamenti Europei del Gruppo Commercioestero SRL/Tupponi, De Marinis, Russo&Partners è a Vostra disposizione per ogni ulteriore chiarimento ed approfondimento in merito ai temi legati alla compliance doganale in generale e sulle relative certificazioni di qualità doganale AEO, AEOC ed AEOF nonché per valutazione e fattibilità preliminare della partecipazione a Bandi di derivazione comunitaria.

Opportunità di business

Riferimento 16-2022

Paese: Francia

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Abbigliamento

Oggetto: Stiamo cercando attivamente dei produttori in Italia. Siamo particolarmente interessati a degli ateliers che producono meno di 300 pezzi, specializzati in sartoria (tailleurs, cappotto di lana, abiti).

Riferimento 17-2022

Paese: Kazakistan

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Meccanica

Oggetto: Azienda kazaka e' interessata alla ricerca di partners italiani del settore Oil and Gas (upstream and downstream products)

Riferimento 18-2022

Paese: Marocco

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Macchinari

Oggetto: si cercano macchine per la raccolta frutta

Riferimento 19-2022

Paese: Giordania

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: Macchinari

Oggetto: si cercano produttori di radiatori e boilers

Riferimento 20-2022

Paese: Francia

Tipo di annuncio: richiesta

Settore: abbigliamento

Oggetto: Importante dettagliante di abbigliamento donna alta gamma ricerca produttori italiani di maglia di cashmere (basic da declinare in vari colori)

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

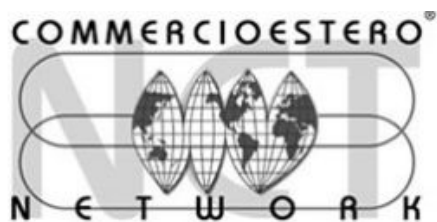
Tel. +39 0543 33006

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>TECH LAW: blockchain, smart contract, token, big data, cryptovalute</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>

