



A E

Attività con l'Estero

Periodico trimestrale • Anno XII • N° 3 • Luglio/Settembre 2014

COMMERCIOESTERO®



Direttore responsabile
Cinzia Fontana

Hanno collaborato
Marco Tupponi
Anna Montefinese
Giuseppe De Marinis
Letizia Marini
Michele Lenoci

SOMMARIO

Editoriale

Missione in Turchia settore meccanica per le imprese Toscane

Pag. 1

A proposito di...

Notizie in breve dal mondo

Pag. 2-3

Attenzione su...

Il contratto internazionale, il diritto e la pratica commerciale in Libia come opportunità di investimento per le imprese italiane

Pag. 4-5

Il programma europeo Horizon 2020 apre alle reti-contratto

Pag. 6

Opportunità di Business dall'estero

Offerte e richieste dall'estero

Pag. 7

EDITORIALE

MISSIONE IN TURCHIA SETTORE MECCANICA PER LE IMPRESE TOSCANE

Dal 26 al 29 maggio scorsi lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners ha organizzato assieme al proprio Partners Turco MEDITERRANEO Haricî Ticaret İstisâre con sede ad Istanbul, nella persona del suo fondatore e manager Daniele Imbimbo, una missione in Turchia per il settore Meccanica per imprese toscane.

La missione voluta fortemente dalla Camera di Commercio di Pisa è stata coordinata da Toscana Promozione ed ha visto partecipare 10 imprese provenienti da Pisa, Lucca, Pistoia e Livorno.

I lavori hanno previsto un'intera giornata, il 27, dedicata interamente agli incontri B2B, mentre la giornata successiva, il 28, si è incentrata sulla visita alla European Free Zone (ASB) a Çerkezköy (circa 2 ore da Istanbul) ed ad alcune imprese meccaniche turche di medie e grandi dimensioni per far toccare con mano alle imprese italiane l'organizzazione imprenditoriale turca e per stimolare eventuali rapporti di Joint Venture italo-turche.

Tale missione era stata preceduta da un incontro informativo presso

la Camera di Commercio di Pisa che ha illustrato alle Imprese le opportunità d'affari che la Turchia offre alle Imprese italiane.

A seguito di tale seminario il Presidente della Camera di Commercio dott. Pacini, il Segretario Generale dott.ssa Martelli e la Responsabile Ufficio promozione ed Internazionalizzazione della Camera di Pisa, dott.ssa Granata, hanno caldeggiato questo outcoming che si è realizzato alla fine dello scorso maggio.

Già stiamo raccogliendo i frutti di questa Missione assistendo alcune delle Imprese presenti che, avendo avuto riscontri positivi, stanno programmando operazioni di business con le imprese turche incontrate.

Lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners sta programmando, per il 2015, altre Missioni sia in Africa Subsahariana che in Kazakistan; chi fosse interessato è pregato di inviare una e mail a: info@tupponi-demarinis.it

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

LIMITI ALLA VENDITA DI ABBIGLIAMENTO INTIMO IN RUSSIA

Una nuova normativa applicabile nella zona dell'Unione Euroasiatica (blocco formato da Russia, Bielorussia e Kazakistan) vieta l'importazione, produzione e/o vendita di abbigliamento intimo prevalentemente sintetico (cioè qualunque capo che abbia meno del 6% di cotone), misura che potrebbe influenzare in maniera notevole lo sviluppo economico e commerciale del settore, secondo il portale Gazeta.ru.

Secondo questa normativa che entrerà in vigore il 1° luglio, con lo scopo originario di evitare la vendita di abbigliamento di bassa qualità che potrebbe arrecare problemi alla salute, i negozi si sono visti ridurre i magazzini del 90% giacché la maggior parte di questa categoria di indumenti viene prodotta con tessuti sintetici. Fino ad oggi le autorità doganali non hanno applicato in modo corretto la normativa sulla sicurezza chimica e biologica nell'ambito dei tessuti (approvata nel 2010), né il regolamento tecnico tessile approvato nel 2012 applicabile alla stragrande maggioranza dei capi di abbigliamento.

Attualmente il volume di vendita di intimo in Russia raggiunge i 4 miliardi di €, di cui l'80% importato. Per questo motivo numerosi fabbricanti hanno minacciato di non prolungare le loro licenze di produzione e distribuzione di questo genere di abbigliamento se la normativa entrerà in vigore. Per maggiori informazioni vedere il seguente link www.mgloale.it/Settori/Moda/Tessile/Certificazione-EurAsec-Regolamento-Tecnico-Industria-Leggera.kl

IL PERU' AUMENTERA' L'IMPORTAZIONE DI MACCHINARI PER LE COSTRUZIONI

Secondo la società di consulenza "Maximixe" durante quest'anno l'importazione di macchinari per il settore delle costruzioni dovrebbe raggiungere la cifra di 430 milioni di €. L'espansione sarebbe spinta dall'aumento negli

acquisti di scavatori (+0,3%), compattatrici (+1,8%), retro scavatori (+2,5%). Questa crescita è influenzata dalla crescita degli investimenti privati (+8,2%) che punta ai settori immobiliare, industriale, energetico e minerario. Anche gli investimenti pubblici, grazie alla politica governativa di inclusione sociale, cresceranno del 14,7% l'anno grazie ai finanziamenti per l'esecuzione di progetti di infrastrutture nei trasporti. Va ricordato che il Perù è attualmente il paese latinoamericano con la maggior crescita del PIL, infatti dal 2011 il suo tasso annuale di crescita è superiore al 6%.

LE ULTIME TENDENZE DEL CIBO IN SCATOLA NEGLI USA

Un recente studio fatto da "Datamonitor Consumer" presenta le 10 tendenze attuali nel mercato USA degli alimenti in scatola:

- 1) Le confezioni si mettono a dieta: oggi si cerca di ridurre la quantità di confezioni in plastica, o di sostituirli con altri materiali, sia per ridurre il peso che la dipendenza dai materiali derivati dal petrolio.

- 2) Bere le verdure: il 55% degli americani vuole aumentare il consumo di vegetali. L'incremento nelle vendite di spremiagrumi e delle bibite con base vegetale (succhi, bevande energetiche, etc.) dimostrano che questa tendenza continuerà a salire.

- 3) Spirito artigianale: così come già accade con la birra, nel 2014 altre tipologie di bevande alcoliche si uniranno alla moda delle piccole distillerie. I cambiamenti in materia legislativa hanno favorito questo tipo di negozi, così come i consumatori si dimostrano entusiasti e disponibili a pagare di più per questo genere di prodotto.

- 4) Alimentazione e bibite più pure: la ricerca di alimenti meno elaborati industrialmente, o che quanto meno siano percepiti come tali, è in aumento. Il 59% dei consumatori ritiene i prodotti con meno ingredienti come "attraenti o molto attraenti per il consumo".

- 5) Sale la temperatura: la voglia di cibi piccanti



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 Maceri 25 - 47121 Forlì (FC)

Presidente: Marco Tupponi

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

Direzione, redazione: Via Maceri 25 - 47121 Forlì (FC)

Telefono: +39-0543-33006

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

Progetto grafico: Sciroccomedia

A proposito di...

e speziati sta raggiungendo quote altissime, aprendosi a prodotti come i formaggi, cioccolata, gelati e le bevande isotoniche. Sebbene "piccante" viene normalmente associato con "speziato", sempre di più vengono offerte esperienze sensoriali che separano i due aspetti.

6) Salute occulta: visto che in molte occasioni i benefici per la salute vengono associati ad un sacrificio del gusto, verrà promosso quest'anno il consumo di alimenti e bibite sane che risolvano il problema. In particolare ci sono referenze che contengono le cd. "verdure o frutta occulte" per aumentare il valore nutrizionale del cibo senza influenzare il gusto.

7) Velocità: la velocità può essere una variabile decisiva al momento dell'acquisto del prodotto. I consumatori tra 15 e 24 anni sono due volte più propensi rispetto ai consumatori adulti (oltre i 65 anni) a dire che "i risultati ottenuti velocemente" influiscono nelle loro scelte.

8) Divertiti: utilizzando il concetto di convertire l'interazione con i prodotti in un gioco (gamification of products), fare il consumo divertente genera fidelizzazione.

9) Etnici: Molti produttori di alimenti etnici introdurranno nuove proposte gastronomiche.

10) Uomini: si presta sempre maggiore attenzione ai consumatori di sesso maschile, visto che loro partecipano sempre di più alla spesa, alla cucina, alle attività domestiche.

IL BRASILE RIDUCE I DAZI PER L'IMPORTAZIONE DI MACCHINARI

La Camera di Commercio per l'Estero del Brasile (CAMEX) ha approvato una riduzione temporale dei dazi che gravano

sull'importazione di macchinari ed equipaggiamenti industriali, che passa dal 14% al 2%. Tale modifica sarà vigente fino al prossimo 31 dicembre 2014. La risoluzione N° 23 del 9 aprile indica questo ribasso per un gruppo di 95 voci "senza una produzione nazionale equivalente". Nella stragrande maggioranza dei casi (84) si tratta di un rinnovo dei benefici già esistenti, infatti a fine del 2012 le autorità locali approvarono una misura simile per l'importazione di circa 330 voci che non sono prodotte nel paese. Questa misura cerca di stimolare gli investimenti produttivi e ridurre i costi nell'acquisto dei macchinari. I settori principalmente coinvolti sono l'edilizia, metallurgia, minerario, carta, ricambi auto e riciclaggio.

IL VENEZUELA CENTRALIZZERA' GLI ACQUISTI DI MACCHINARI AGRICOLI

Il Governo venezuelano lavora alla creazione di un sistema in cui la "Corporación Venezolana de Comercio Exterior" (Corpovex) effettuerà una buona parte delle importazioni che prima faceva il settore privato in maniera diretta. Tramite il "Sicad" (determinazione del tipo di cambio fatto dalla Banca Centrale del Venezuela) con un tasso di cambio di 10 bolivares per dollaro, sono già stati consegnati 185 milioni di dollari per l'importazione di materiale per l'assemblaggio di macchinari agricoli. Le imprese private non riceveranno le divise, ma sarà Corpovex che effettuerà direttamente gli acquisti all'estero per poi distribuire i prodotti. E' stata anche approvata una partita di oltre 25 milioni di dollari per 14 aziende del settore auto.

Michele Lenoci
lenoci@commercioestero.net



IL CONTRATTO INTERNAZIONALE, IL DIRITTO E LA PRATICA COMMERCIALE IN LIBIA COME OPPORTUNITA' DI INVESTIMENTO PER LE IMPRESE ITALIANE

Nella prassi commerciale internazionale, la figura contrattuale più diffusa è la compravendita internazionale, regolata, laddove trovi applicazione, dalla Convenzione di Vienna del 1980 che fornisce una disciplina dettagliata, ma non completa, della materia. Altra fattispecie contrattuale largamente in uso consiste nella distribuzione di prodotti su di un mercato estero, e nelle sue diverse tipologie – agenzia, concessione e franchising. Poi c'è il Joint venturing, di cui esistono due generi: la JV contrattuale, basata cioè su di un contratto, e quella societaria, fondata invece su una nuova società, controllata congiuntamente dalle imprese che ne posseggono percentuali di capitale. Infine, il licensing, che è inteso come cessione del diritto all'utilizzo per fini commerciali di qualunque proprietà intellettuale.

Lo strumento del contratto internazionale come base legale della cooperazione transfrontaliera funziona anche in Libia, un Paese finora restato al di fuori delle relazioni internazionali e non firmatario delle maggiori Convenzioni di diritto del commercio internazionale. Ma perché un'impresa nostrana dovrebbe stipulare accordi commerciali con partner libici? Nella pratica commerciale, infatti, ogni investimento comporta un'analisi approfondita dei rischi e dei vantaggi che ad esso conseguono. Di potenziali rischi, il paese africano è davvero ricco. Il contesto legale è instabile e precario. Nonostante le principali fonti del diritto, tra cui il Codice Commerciale del 1953, il Codice Civile ed il Codice di Procedura Civile del 1954, siano rimasti in vigore dai precedenti regimi, dalla fine della rivoluzione le nuove Autorità stanno innovando l'intero corpo di regolamenti inerenti soprattutto le attività economiche e commerciali in Libia. La dinamicità di tale processo lo rende anche estremamente complesso da monitorare. Qualunque ordine giuridico andrà delineandosi, ad ogni modo, la religione islamica sarà la principale fonte del diritto, come il Congresso ha recentemente votato. Altre fonti di rischio sono l'insicurezza nei territori periferici, ancora controllati da bande armate, e la scarsa diversificazione dell'economia libica, principalmente dipendente dai proventi del petrolio. D'altro canto, invece, la rivoluzione civile del 2011 ha lasciato alla Libia un *vacuum* economico e finanziario e un incredibile deficit di infrastrutture che hanno bisogno di essere riempiti. Solo gli investimenti esteri hanno tale potenziale. Inoltre,

le nostre imprese nel paese sono numerose e già ben radicate in molti settori dell'economia. La lingua italiana, poi, è largamente diffusa a causa del nostro passato coloniale. In ultima istanza, sono disponibili numerosi incentivi, privilegi e sgravi fiscali quinquennali per le imprese straniere nel paese. Tra questi, degna di nota è l'iniziativa Forsa, nata nell'ambito della Deauville Partnership, che da qualche anno forma le PMI libiche per fornir loro capacità manageriali e imprenditoriali per renderle più competitive.

Ad ogni modo, il diritto libico prevede una serie di restrizioni per le imprese straniere che stipulano accordi commerciali nel paese. Vediamone alcune. In Libia la vendita di beni e servizi richiede obbligatoriamente l'utilizzo di un agente, persona fisica o giuridica, di nazionalità libica. Ciò soddisfa una duplice esigenza. Da un lato incentiva l'assunzione di cittadini libici, dato che la disoccupazione nel paese è una piaga sociale. Dall'altro, la distribuzione nel paese richiede non solo la presenza fisica dell'agente e l'interazione diretta col cliente, ma anche la piena conoscenza del contesto storico, economico e culturale del mercato locale. Le imprese straniere possono anche costituire Joint ventures con partner locali, ma la percentuale massima di capitale che esse hanno il diritto di detenere è fissata al 49%, mentre invece almeno il 51% dell'intero capitale deve essere di proprietà della controparte straniera. Ulteriori requisiti obbligatori per stabilire una nuova società in Libia sono la registrazione commerciale della compagnia straniera, che tra l'altro deve vantare almeno 10 anni d'esperienza, nel paese di origine; il deposito in una banca libica di un milione di dinari libici; la registrazione della nuova compagnia presso le competenti istituzioni locali. Si tenga inoltre presente che i contratti con il governo e le autorità pubbliche sottostanno a leggi speciali, contenute nel Regolamento n. 563 del 2007. Infine, ogni compagnia straniera è obbligata ad assumere personale autoctono per almeno il 75% della propria forza lavoro e ad offrire corsi di formazione e specializzazione ai suoi dipendenti, in modo tale da avviare una progressiva nazionalizzazione dei processi produttivi.

A seguire, pertanto, alcuni suggerimenti pratici che, a seguito di un'accurata scelta del partner, è consigliabile siano alla base di ogni investimento



nel Paese africano.

1) Nella redazione del contratto, farsi assistere non solo da un buon interprete, ma anche da un esperto legale o un avvocato locale, che conosca tutte le *nuances* del diritto commerciale libico.

2) Qualora non si riesca ad imporre l'italiano come lingua ufficiale dell'accordo, nella negoziazione optare per una lingua neutra, come l'inglese, che è generalmente conosciuto da entrambe le parti senza essere la madrelingua di nessuna. La scelta di una lingua neutra evita in genere eventuali interpretazioni difformi tra le parti. Ad ogni modo, l'arabo non può essere eluso nella registrazione commerciale di una compagnia, perché tutti i documenti richiesti sono disponibili solo in lingua locale, e neppure nelle sentenze giudiziarie e nei lodi arbitrali emessi in Libia.

3) Selezionare la legge applicabile al contratto. Si tenga presente che nei contratti amministrativi ed in quelli petroliferi, l'applicazione della legge libica è obbligatoria ed automatica.

4) Definire il mezzo utilizzato nella risoluzione di potenziali future dispute. Questa scelta va fatta alla luce di valutazioni preliminari che riguardano la possibilità e facilità o meno di eseguire una sentenza piuttosto che un lodo arbitrale in Libia, che come già visto non ha firmato la Convenzione di New York. I contenziosi amministrativi e le cause di lavoro sono di norma soggetti al giudizio di una Corte nazionale. Al contrario, invece, l'arbitrato è obbligatorio nei contratti inerenti l'estrazione e la raffinazione del petrolio.

Lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners fornisce assistenza integrata e globale su tutti gli aspetti relativi alle operazioni commerciali e societarie che coinvolgono la Libia ed altri ordinamenti giuridici:

- contrattualistica nazionale ed internazionale, Diritto societario, M&A (Merger and Acquisition), Costituzione di Joint Ventures e società all'estero
- diritto della concorrenza e della regolamentazione dei mercati
- real estate
- diritto internazionale privato
- appalti internazionali
- redazione di contratti di rete
- informazioni e documentazioni su normative estere, certificazioni obbligatorie di prodotto e di settore.

Lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners, grazie ad alleanze strategiche, è in grado di prestare i propri servizi sul territorio nazionale ed internazionale.

Giuseppe De Marinis
Letizia Marini
demarinis@commercioestero.net

IL PROGRAMMA EUROPEO HORIZON 2020 APRE ALLE RETI-CONTRATTO

Horizon 2020 rappresenta la misura dedicata alle piccole e medie imprese che punta a valorizzare il loro potenziale innovativo con meccanismi per l'accesso al finanziamento più intuitivi e veloci. La Commissione europea ha recentemente confermato che le reti-contratto sono ammesse al finanziamento al pari delle PMI. In generale la procedura di supporto prevista da Horizon 2020, durante l'intero ciclo di innovazione, è distribuita in tre fasi. L'impresa riceve un primo finanziamento per predisporre un'analisi di fattibilità tecnico-scientifica del progetto. Se il progetto supera questa prima selezione dimostrando di avere potenziale tecnologico e commerciale, l'impresa riceve l'ulteriore finanziamento per svilupparlo fino alla fase di dimostrazione. Il sostegno alla fase di commercializzazione, finanziata con capitali privati, avviene indirettamente, tramite accesso agevolato agli strumenti finanziari. Durante l'attività di ricerca, Horizon2020 prevede un supporto manageriale gratuito alle imprese attraverso un servizio di Mentoring e Coaching. L'entità di finanziamento prevede per la prima fase "Studio di fattibilità" una somma forfettaria di 50.000 euro (durata 6 mesi) e 3 giorni di Coaching, per la seconda "Innovazione" un finanziamento tra 0,5 e 2,5 milioni euro (durata 12/24 mesi) e 12 giorni di Coaching, mentre per la terza "Commercializzazione" si garantiscono possibili facilitazioni indirette ed il supporto della rete Enterprise Europe Network. Il contratto di rete, modello contrattuale/associativo introdotto con il D.L. 10 febbraio 2009 n. 5 e successive modifiche, con l'obiettivo di realizzare una forma di collaborazione tra imprese, permette alle stesse, pur mantenendo la propria indipendenza, autonomia e specialità, di realizzare progetti ed obiettivi condivisi nell'ottica di incrementare la capacità innovativa e la competitività sul mercato. La rete nasce come strumento meramente contrattuale, ma se le parti contraenti vogliono creare con la rete un autonomo soggetto giuridico, diverso rispetto alle imprese contraenti, possono far acquisire soggettività giuridica alla rete, definita "rete

soggetto" per distinguerla dalla rete puramente contrattuale detta "rete contratto". Queste ultime, vale a dire le reti di impresa senza soggettività giuridica, rientrano tra i soggetti eleggibili per la partecipazione al programma europeo Horizon 2020 per la ricerca e l'innovazione. Le reti-contratto possono infatti partecipare qualora rispettino le condizioni previste dal Regolamento UE 1290/2013, predisposto per la partecipazione e la diffusione all'interno del programma quadro per la ricerca e l'innovazione del settennio 2014-2020. Le reti di impresa, inoltre, possono partecipare se le aggregazioni nel loro insieme mantengono le caratteristiche di PMI, vale a dire un numero di addetti inferiore ai 250 e un fatturato di meno o pari a 50 milioni di euro.

Le regole operative della partecipazione al programma da parte delle reti sono disciplinate nel manuale pratico di Horizon 2020, il quale stabilisce le condizioni che le reti non aventi personalità giuridica (tra cui rientrano le reti-contratto) devono rispettare per partecipare ai bandi. Nello specifico si richiede che i loro rappresentanti abbiano la capacità di assumere impegni giuridici in nome dell'entità che rappresentano e che offrano garanzie per la tutela degli interessi finanziari dell'Unione equivalenti a quelle offerte dalle persone giuridiche.

Per quanto riguarda i contratti di rete, privi di soggettività giuridica, tali condizioni si considerano soddisfatte quando:

- il contratto di rete autorizza l'organo comune ad agire e assumere obbligazioni in nome e per conto della stessa rete, intesa quale gruppo di imprese partecipanti al contratto di rete stesso e non in nome delle singole imprese;
- il contratto di rete prevede lo stanziamento del fondo patrimoniale comune a garanzia delle obbligazioni assunte dall'organo comune. Rispetto alla durata del contratto di rete si richiede che questa sia almeno equivalente alla durata del progetto stesso in modo da garantire la protezione dell'interesse economico dell'Unione Europea.

Anna Montefinese
montefinese@commercioestero.net

Opportunità di Business dall'estero

Paese: Indonesia
Tipo di annuncio: Offerta
Settore: Cosmetica
Oggetto: Azienda produttrice di cosmetici e profumi cerca distributori o aziende interessate ad avere un fornitore OEM o Private Label
Riferimento: 11/2014

Paese: Venezuela
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Macchinari
Oggetto: Si cerca macchinario semiautomatico per il soffiaggio di plastica per ottenere bottiglie in PET
Riferimento: 12/2014

Paese: Russia
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Abbigliamento e accessori
Oggetto: Si cercano fornitori di abbigliamento ed attrezzature per i cavalieri e sport equestri
Riferimento: 13/2014

Paese: Stati Uniti
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Moda
Oggetto: Importatore cerca produttori italiani di scialli, cappelli, guanti e abbigliamento donna e intimo
Riferimento: 14/2014

Paese: Messico
Tipo di annuncio: Richiesta
Settore: Meccanica
Oggetto: Agente cerca aziende italiane del settore macchine per l'industria alimentare
Riferimento: 15/2014

Per avere maggiori informazioni contattare
Commercioestero Network Area Trading
E-mail: trading@commercioestero.net
Fax +39-1782-211098

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



COMMERCIOESTERO NETWORK
ITALIA - FORLÌ - Via Maceri, 25
Contact e-mail: info@tupponi-demarinis.it
www.commercioestero.net
www.attivitaconleestero.net

