

IN EVIDENZA IN QUESTO NUMERO



L'Editoriale: "Con Trump fine della globalizzazione?"

pag. 6

**Seminario: "Logistica e reti distributive"
Giovedì, 1° Dicembre 2016 ore 8.45**

pag. 8

**Servizio Corner:parliamone con l'avvocato...
Mercoledì 21 Dicembre 2016**

pag. 9



**SPORTELLO INTRASTAT - Elenchi riepilogativi degli acquisti e delle cessioni intracomunitarie. Periodo di competenza: mensile NOVEMBRE 2016
Martedì, 13 Dicembre 2016**

pag. 17



**Etichettatura nutrizionale - Recepimento del regolamento generale sull'etichettatura n. 1169/2011 - Stato dell'arte
Disciplina attività commerciali**

pag. 23



**Missione imprenditoriale in Australia
12/16 Marzo 2017**

pag. 35



La Commissione propone modifiche alla normativa antidumping e antisovvenzioni dell'UE

pag. 44

A disposizione dei Soci Aice



E' a disposizione dei Soci la guida "Esportare con successo in Cina - Le 10 regole d'oro".

La guida, che ha l'obiettivo di aiutare gli esportatori a massimizzare le loro possibilità di successo commerciale in Cina, è un documento suddiviso in dieci principi, progettato per aiutare gli esportatori che stanno pianificando o sono impegnati in operazioni con acquirenti in Cina. I principi sono focalizzati sulle possibilità di incrementare il successo di esportazione in Cina, di evitare o essere pronti ad affrontare potenziali insidie. Per fare affari con successo e costruire forti relazioni commerciali con le controparti cinesi, è fondamentale che le aziende comprendano alcuni aspetti culturali, legali e logistici.

Le aziende che desiderano ricevere una copia gratuita della pubblicazione via e-mail possono richiederla alla Segreteria Aice (Tel. 027750320/1- Fax 027750329 - Email: aice@unione.milano.it).

Ricordiamo le ultime pubblicazioni a disposizione dei Soci richiedibili presso la Segreteria Aice:

- "Atradius Payment Practices Barometer Asia - Pacific". (Not. 19 del 10 Novembre 2016)
- "African Economic Outlook 2016". (Not. 18 del 25 Ottobre 2016)
- "Country Reports Atradius - Russia". (Not. 17 del 10 Ottobre 2016)
- "Wto Trade Policy Review: Singapore". (Not. 16 del 23 Settembre 2016)
- "Wto Trade Policy Review: Tunisia". (Not. 15 del 9 Settembre 2016)

6**QUI AICE**

L'Editoriale: "Con Trump fine della globalizzazione?"
pag. 6

Seminario: "Logistica e reti distributive"
Giovedì, 1° Dicembre 2016 ore 8.45
pag. 8

Servizio Corner:parliamone con l'avvocato...
Mercoledì 21 Dicembre 2016
pag. 9

Elezioni americane: grande successo per l'Election Night Warm Up Party presso il Circolo del Commercio
pag. 10

Servizi Aice: Assistenza e consulenza in materia di pagamenti internazionali
pag. 12

Convenzione AICE - HALAL ITALIA SRL
Certificazione Halal per prodotti alimentari, farmaceutici, cosmetici, finanziari, assicurativi
pag. 13

15**LA FINESTRA DEI SOCI AICE**

Scheda di presentazione di "CIAC Srl"
pag. 15

Scheda di presentazione di "Alitrans Srl"
pag. 16

17**UNIONE CTSP E DINTORNI**

SPORTELLO INTRASTAT - Elenchi riepilogativi degli acquisti e delle cessioni intracomunitarie. Periodo di competenza: mensile NOVEMBRE 2016
Martedì, 13 Dicembre 2016
pag. 17

Servizi Unione a disposizione dei Soci Aice
pag. 18

Servizio 730 di Centrimpresa
pag. 20

Convenzioni Unione a disposizione dei Soci Aice
pag. 21

22**PRIMO PIANO SULLA CONFCOMMERCIO**

Premio TESEO Confcommercio
Il premio di Confcommercio per i giovani imprenditori che fanno innovazione
pag. 22

Etichettatura nutrizionale – Recepimento del regolamento generale sull'etichettatura n. 1169/2011 – Stato dell'arte
Disciplina attività commerciali
pag. 23

Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci Aice
pag. 32

33**FIERE E MANIFESTAZIONI**

Fiera ALIMENTARIA MESSICO 2017
Partecipazione collettiva ICE
Guadalajara, Messico 7/9 Marzo 2017
pag. 33

AAHAR NEW DELHI 2017
Partecipazione collettiva ICE
New Delhi, India - 7/11 Marzo 2017
pag. 34

Missione imprenditoriale in Australia
12/16 Marzo 2017
pag. 35

38**EVENTI E CONVEGNI**

Seminario: "Palm Oil and Its Importance: Food, Health and Sustainability"
Roma, 29 Novembre 2016
pag. 38

Dual Use: La Riforma dei Regimi UE e USA di Controllo delle Esportazioni
Milano, 30 Novembre 2016

pag. 39

41

NOTIZIE DAL MONDO

E-commerce: la via per la Cina interna

pag. 41

43

DALL'UNIONE EUROPEA

Lettera dei Presidenti Juncker e Tusk al Presidente eletto Donald J. Trump

pag. 43

La Commissione propone modifiche alla normativa antidumping e antisovvenzioni dell'UE

pag. 44

Eurocommerce: "Appello all'UE di dettaglianti e grossisti per la sicurezza dei prodotti"

pag. 46

Ifo World Economic Climate
I risultati del sondaggio Ifo World Economic (WES) del 4° trimestre 2016
Il clima economico mondiale migliora

pag. 47

48

IL PUNTO SULLA NORMATIVA ITALIANA

Dati delle fatture emesse e ricevute - Trasmissione telematica - Definizione modalità tecniche - Provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate del 28 ottobre 2016

pag. 48

50

WORLD BUSINESS

Opportunità di business per gli associati

pag. 50

Segui Aice su www.aicebiz.com

Aice

Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

L'ASSOCIAZIONE

FARE BUSINESS

DOGANE E SCAMBI INTRA-UE

CONTRATTUALISTICA

FINANZIAMENTI E BANDI

TRASPORTI E PAGAMENTI

NEWS ED EVENTI

FORMAZIONE

CHIEDI ALL'ESPERTO

seleziona

Invia

Corsi di formazione
2016

Corsi di formazione finanziati a disposizione dei soci Aice

CONTINUA

DIVENTA SOCIO

NEWSAICE

08|02|16 AICE E CONFCOMMERCIO

PORDENONE

Nuovo sportello per l'internazionalizzazione

25|01|16 NUOVA CONVENZIONE

AICE FOR BIZ

FIND YOUR
PARTNER IN ITALY



FLASHNEWS

07|11|16 Definizione agevolata ruoli
Pubblicazione modulo

07|11|16

Agenti e rappresentanti di commercio:

CERCA NEL SITO Scrivi quello che ti serve e trova la soluzione alle tue esigenze.





“**Internazionalizzare l’impresa**” è una guida pensata per fornire uno strumento di semplice comprensione ed utilizzo e vuole “prendere per mano” gli imprenditori, accompagnandoli in un percorso strutturato per valutare come e con quali strumenti affrontare la sfida dell’internazionalizzazione.

La guida è a disposizione gratuitamente per le aziende associate su richiesta presso la Segreteria Aice (tel 027750320/1 aice@unione.milano.it).



L'editoriale

Con Trump fine della globalizzazione?

Il 2016 si sta rivelando un anno molto complicato per la politica commerciale europea. Le prese di posizione di alcuni Paesi membri e dell'opinione pubblica hanno messo a rischio l'impianto su cui si fondano le relazioni economiche con i Paesi extra UE, basato principalmente sugli accordi di libero scambio.

Era dai tempi del movimento No Global di inizio anni 2000, che non si vedevano manifestazioni contro la globalizzazione e mai si era assistito a proteste popolari, con centinaia di migliaia di persone in piazza, contro specifici accordi di libero scambio, come è avvenuto per il TTIP ed il CETA.

L'esito del referendum sulla Brexit ha confermato la grande distanza che oggi esiste tra le persone comuni e le élite delle classi dirigenti, le quali continuano ad avere come riferimento uno scenario mondiale basato sulla liberalizzazione degli scambi e dei mercati, mentre, invece, il "nuovo" viene rappresentato da chi propone soluzioni superate e antistoriche come il protezionismo; soluzioni che hanno presa sulle popolazioni perché possono rappresentare una risposta "rassicurante"



contro l'incertezza e la paura che caratterizzano questa fase della storia.

L'elezione di Donald Trump a 45° Presidente degli Stati Uniti è la conferma evidente di questa tendenza, che sancisce anche la profonda crisi delle organizzazioni sovranazionali, prima fra tutte l'Unione Europea, sempre più in difficoltà non solo nel gestire le emergenze come l'immigrazione, ma in crisi anche nel definire le politiche commerciali e le relazioni internazionali.

Siamo giunti quindi al tramonto della globalizzazione?

Secondo Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico, "si chiude una fase che si era aperta all'indomani della caduta del muro di Berlino. Il progetto dell'Occidente fondato sui

pilastri del libero scambio, della democrazia liberale, del multiculturalismo e del multilateralismo si è scontrato con la sfiducia della classe media che non crede più nel messaggio "apertura uguale progresso", percepito oggi come una favola trasformata in un incubo. I riformisti in tutto l'Occidente nuotano contro una corrente impetuosa. I valori di fondo rimangono validi ma vanno perseguiti e raccontati in modo diverso. Bisogna reagire rafforzando le istituzioni, governando con più forza i cambiamenti, investendo massicciamente per ricostruire la fiducia nel futuro. Stare fermi non è un'opzione. Gli accordi commerciali servono per riequilibrare a nostro favore la globalizzazione. Ma soprattutto dobbiamo rappresentare i fenomeni nella loro complessità

e difficoltà senza cadere nella tentazione del racconto semplicistico o peggio ottimistico".

E' indubbio che l'elezione di Trump porti ulteriore incertezza. È molto difficile dire cosa accadrà nei rapporti internazionali economici e politici. Il legame transatlantico rimane centrale, ma immaginare un esito positivo a breve per il TTIP è molto arduo. E' necessario, però, evitare che il commercio mondiale, che vive già un consistente rallentamento, regredisca. Scongiorare un ritorno al protezionismo è la priorità perché, se si bloccano i flussi di merci e servizi sarà molto più complesso mantenere equilibri pacifici tra le varie aree del mondo.

La presidenza Trump proietta un'ombra lunga sulla globalizzazione. Trump non ha mai nascosto il suo istinto protezionista e anche se, una volta insediato alla Casa

Bianca, è difficile aspettarsi grandi rivolgimenti dei trattati commerciali esistenti, è altrettanto difficile aspettarsi nuovi passi avanti nella liberalizzazione dei mercati e delle frontiere. Salta la prospettiva del trattato atlantico con l'Europa e ci si può attendere un salire di tono della retorica contro le importazioni dalla Cina.

Per Trump, infatti, le parole d'ordine sono America first e protezionismo commerciale. In campagna elettorale, il neo Presidente ha insistito molto sulla rinegoziazione dei trattati in vigore e sull'interruzione delle trattative su nuovi accordi commerciali internazionali.

Personalmente, resto convinto che il commercio internazionale continui ad essere uno dei principali veicoli di pace e di sviluppo, non solo economico, ma anche politico e sociale. Nonostante i venti di protezionismo che soffiano in più parti del mondo, nonostante le grandi difficoltà che gli

organi sovranazionali, come la stessa Unione Europea o il WTO (World Trade Organization), stanno affrontando nel cercare di governare le sfide che abbiamo di fronte, è necessario continuare ad impegnarsi per favorire la liberalizzazione degli scambi di merci, servizi e persone in un contesto di regole che sia semplice, prevedibile ed uguale per tutti.

Claudio Rotti



SOSTENIAMO IL VOSTRO FUTURO.



Seminario: “Logistica e reti distributive” Giovedì, 1° Dicembre 2016 ore 8.45

Seminario

LOGISTICA E RETI DISTRIBUTIVE

**Giovedì 1° Dicembre 2016
Ore 8.45**

**Unione Confcommercio
Sala Colucci
Corso Venezia, 47
Milano**

RELATORE:

Luca Lanini

Professore di Logistica e Supply Chain Management,
Università Cattolica e Senior Consultant

**La partecipazione all’incontro
è gratuita per le aziende associate**

Le adesioni saranno accettate
sino ad esaurimento dei posti disponibili,
e sarà data conferma tramite e-mail
3 giorni prima dell’evento

PER ISCRIZIONE ONLINE

CLICCA QUI

Per maggiori informazioni:
Segreteria Aice
D.ssa Raffaella Perino
Tel. 027750320/1

Prosegue il percorso formativo sull’introduzione ai temi della gestione logistica delle merci in un’ottica di internazionalizzazione. La giornata è dedicata al focus sul percorso delle merci lungo tutta la supply chain, dal produttore al cliente, ed al ruolo decisivo giocato dalle piattaforme logistiche nella razionalizzazione dei flussi. Verrà illustrato il funzionamento delle piattaforme di scorta e di quelle a transito e verranno motivati i criteri necessari per la scelta e l’organizzazione di una rete distributiva, nei suoi diversi livelli. Verrà altresì evidenziato il ruolo decisivo dell’outsourcing logistico per una migliore razionalizzazione del pilotaggio dei flussi. L’analisi di alcuni case studies permetterà infine di ragionare sulle scelte fatte dalle imprese in funzione delle loro caratteristiche strutturali e delle scelte di mercato.

PROGRAMMA

8.45 Registrazione partecipanti

9.00 Apertura lavori

9.15 Le piattaforme logistiche: ruolo e funzionamento

Le piattaforme logistiche puntano alla razionalizzazione dei flussi attraverso la gestione della scorta e del transito

Il Picking nella scorta e nel transito

Picking classico o ventilato per una sempre maggiore efficienza nella gestione dell’ordine

11.00 Pausa

11.15 Reti distributive

Criteri di scelta per costruire una rete distributiva a più livelli con piattaforme di scorta e di transito.

Case studies

Illustrazione di alcuni case studies e dei loro modelli distributivi, definiti in base alle rispettive caratteristiche delle aziende ed ai loro obiettivi specifici.

12.30 Domande e discussione



Servizio Corner:parliamone con l'avvocato... Mercoledì 21 Dicembre 2016

*Servizi
per i Soci*



Le relazioni commerciali internazionali presentano, spesso, diverse complessità da affrontare. Infatti, nei rapporti con partners stranieri è necessario, sin dall'inizio, impostare correttamente gli aspetti contrattuali in un'ottica di protezione dei diritti e prevenzione di eventuali contenziosi che in questa materia possono, talvolta, rivelarsi tanto lunghi quanto dispendiosi. Inoltre, in caso di insorgenza di controversie, è opportuno gestire tempestivamente le relative criticità per evitare il rischio di pregiudizi poi difficilmente rimediabili.

Nel corso degli anni la nostra Associazione ha dimostrato una particolare sensibilità riguardo alle suddette problematiche, riscontrando nei propri interlocutori una crescente attenzione in proposito. Per questa ragione AICE ha deciso di offrire alle proprie aziende associate un qualificato e gratuito **servizio di consulenza di primo orientamento** sulle tematiche sopra evidenziate.

A tal fine, una volta al mese, l'Avv. Paolo Lombardi ed i suoi colleghi dello Studio Legale ELEXI metteranno a disposizione delle aziende associate AICE la loro esperienza pluriennale nell'ambito della contrattualistica internazionale e della gestione del contenzioso transfrontaliero con incontri di carattere personale della durata di circa 45 minuti.

Il prossimo incontro è:

mercoledì 21 Dicembre 2016 dalle 9.30 alle 12.30

Per maggiori informazioni e iscrizioni gli interessati potranno rivolgersi alla Segreteria AICE, Dr.ssa Raffaella Perino – raffaella.perino@unione.milano.it tel. 02-7750320/1.

Aice

Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

www.aicebiz.com



Elezioni americane: grande successo per l'Election Night Warm Up Party presso il Circolo del Commercio

Sono oltre 600 gli ospiti intervenuti all'Election Night Warm Up Party, la grande notte americana sulle Elezioni Presidenziali 2016 organizzata da American Chamber of Commerce in Italy e Easy Milano con il patrocinio del Consolato USA.

Il **Presidente Aice, Claudio Rotti** ha aperto i lavori della serata che si è svolta presso un blindatissimo Palazzo Bovara, sede del Circolo del Commercio di corso Venezia. La serata è stata realizzata grazie al contributo di AbbVie, FedEx, Google, InRete, Pfizer, Quintile-SIMS, The Westin Palace.

Ingresso esclusivo e riservato ai soli invitati che dall'inizio della serata hanno affollato l'entrata del palazzo per seguire le fasi finali del duello elettorale

dell'anno tra la candidata democratica Hillary Clinton e quello repubblicano Donald J. Trump, con collegamenti live alle principali emittenti USA.



All'esecuzione dei due inni da parte di Gabriella Rodriguez Macfarland sono seguiti gli interventi del Consigliere Delegato di AmCham Italy, Simone Crolla e del Console Generale, Ambasciatore Philip T. Reeker, Amie Louie, Founder Easy Milano. Nella seconda parte della serata si sono susseguiti gli interventi di Franco Bruni, Vice-Presidente ISPI, Andrea Cabrini, Direttore Class CNBC, Media Partner della serata, e Giorgio Mulè, Direttore Panorama, alla presenza dei principali rappresentanti delle Istituzioni locali e non e della business community italo-americana riuniti da AmCham per condividere un momento di festa in attesa dell'inizio di un nuovo capitolo della storia delle relazioni transatlantiche tra Italia e Stati Uniti.

Un occhio ai maxi-schermi, dunque, appositamente allestiti per seguire gli ultimi sviluppi in un'atmosfera di festa accompagnata da musica dal vivo eseguita da Mandolin' Brothers, Dr. Feelgood & The Long Journey e Bayou Moonshiners e da un menù a stelle e strisce grazie alla partecipazione di Burger King, Domino's, Coca-Cola, California Bakery, Unilever affiancati da altri rinomati brand nazionali quali Saclà, Cantina Valtidone e Birra Porretti.



La serata si è chiusa con una grande Election Night cake gentilmente offerta da Bindi, degna conclusione di una serata celebrativa dei rapporti tra Italia e Stati Uniti, sempre con lo sguardo incollato ai teleschermi in attesa dei primi exit poll da oltreoceano.



Servizi Aice: assistenza e consulenza in materia di pagamenti internazionali

*Servizi
per i Soci*

La forma di pagamento è un'importante clausola contrattuale e deve essere negoziata con l'acquirente estero ed inserita come clausola finanziaria nel contratto di compravendita, specificando nel dettaglio modalità, forma tecnica e tempi del regolamento.

Le condizioni e le forme di pagamento, insieme al prezzo ed alle condizioni di fornitura, rappresentano, infatti, elementi fondamentali nelle transazioni con operatori esteri perché consentono di definire a quali condizioni, in quale momento, in quale luogo e in quale valuta deve avvenire il pagamento.



Gli elementi che caratterizzano e che, a seconda della loro combinazione, danno origine alle diverse forme di pagamento sono: il tempo, il modo, il luogo e la moneta di pagamento.

Un contratto di compravendita con l'estero deve contenere la previsione del mezzo di pagamento con una precisione tale da consentire d'individuare facilmente la corrispondente procedura bancaria e le responsabilità che derivano dalla mancata attivazione di detta procedura.

Tra le forme di pagamento ricorrenti nel commercio internazionale citiamo: i pagamenti su base fiduciaria (pagamenti anticipati, a mezzo bonifico bancario, a mezzo rimessa diretta con assegno, pagamenti posticipati), i pagamenti su base contestuale (l'incasso documentario e le lettere di credito).

Il credito documentario è una delle forme di pagamento più usata nel regolamento delle transazioni internazionali di merci; vi è infatti una equilibrata ripartizione del rischio tra il venditore ed il compratore.

Aice offre un servizio di assistenza e consulenza in materia di pagamenti internazionali.

Per maggiori informazioni in materia di contrattualistica internazionale contattare la Segreteria Aice, Dr.ssa Raffaella Perino (Tel.02/7750320-1; E.mail: raffaella.perino@unione.milano.it).



Convenzione AICE - HALAL ITALIA SRL

Certificazione Halal per prodotti alimentari, farmaceutici, cosmetici, finanziari, assicurativi



AICE ha stipulato una **convenzione a favore delle aziende associate con HALAL ITALIA SRL**, primario ente di certificazione per i prodotti Halal.

Halal Italia è un ente italiano di Certificazione volontaria per i prodotti di eccellenza del **made in Italy** conformi alle regole islamiche di liceità (halal) nei settori **agro-alimentare** (non solo quello delle carni), **cosmetico, sanitario, farmaceutico, finanziario e assicurativo**.

Si tratta di una certificazione di qualità, di filiera e di prodotto che, da un punto di vista tecnico, si inserisce nelle procedure che le Aziende già osservano nell'ambito di normative come ISO e HACCP.

Il **rispetto delle leggi** italiane ed europee in materia di igiene, sicurezza alimentare e benessere animale è imprescindibile al fine del rilascio della Certificazione halal. La società **Halal Italia** fornisce inoltre servizi di formazione, assistenza commerciale e marketing per il mercato italiano e verso l'estero per le aziende interessate a sviluppare nuovi prodotti ed **esplorare nuove opportunità**.

Halal Italia presta i suoi servizi sotto la sorveglianza dell'Autorità religiosa rappresentata dal **Comitato Etico** per la certificazione halal della **CO.RE.IS.** (Comunità Religiosa Islamica) **Italiana** (www.coreis.it) che emette i certificati ed è proprietaria del marchio registrato **Halal Italia**.

Contenuto della Convenzione

Le aziende associate potranno ricevere da Halal Italia, in ragione della presente **Convenzione, condizioni di favore** nello svolgimento delle pratiche di certificazione:

- riceveranno, a seguito del primo contatto, un **riscontro rapido** (entro 10 gg) sulla fattibilità generale dell'avvio dell'iter di certificazione;
- avranno **priorità nella calendarizzazione** delle tappe dell'iter di certificazione;
- beneficeranno di uno **sconto del 15%** sul costo del pre-audit;
- saranno prioritariamente coinvolte nelle **iniziative di formazione/informazione e promozione** (fiere e missioni commerciali) particolarmente dedicate alla certificazione islamica e al mercato halal a livello nazionale e internazionale nelle quali **Halal Italia** abbia un ruolo attivo.

Oltre a quanto espressamente riservato per i soci nell'ambito della Convenzione, i servizi offerti da Halal Italia si compongono di:

- **Attività di Certificazione** di conformità halal di prodotti e linee produttive con l'intento di migliorare gli standards qualitativi presenti nell'attuale offerta halal in Italia;

-
- **consulenza** e servizi sulla compatibilità delle esigenze dei musulmani secondo il diritto islamico nella società italiana;
 - **formazione** degli imprenditori italiani sui principi religiosi che regolano le prescrizioni della dottrina islamica in tema di alimentazione (valide anche per l'ambito farmaceutico e cosmetico);
 - traduzione di tali principi in **procedure operative** che prendano in considerazione anche il contesto culturale ed economico delle aziende italiane al fine del rilascio della certificazione *halal*;
 - **promozione** nel mondo islamico dell'eccellenza del **made in Italy**, garantita dalla massima conformità agli standard *halal* internazionali (anche attraverso il riconoscimento del marchio da parte delle Autorità islamiche) e alle normative europee e nazionali sulla qualità dei prodotti e dei processi produttivi;
 - consulenza alle aziende sulle **esigenze di mercato del mondo islamico** e sul modo corretto di apprezzare la sensibilità della clientela islamica e supporto al processo di internazionalizzazione delle imprese italiane, attraverso iniziative di promozione delle attività commerciali, partnership e assistenza nella ricerca di distributori locali.

Halal Italia collabora con numerosi Enti di certificazione islamici che operano a livello europeo e mondiale in modo da stabilire standards condivisi volti a favorire una più ampia tutela dei consumatori. Nel giugno 2010 ha inoltre firmato una Convenzione interministeriale con quattro Ministeri (**Affari Esteri, Sviluppo Economico, Salute e Politiche Agricole Alimentari e forestali**) volta a favorire l'**internazionalizzazione** del sistema produttivo italiano attraverso attività mirate a facilitare l'accesso ai mercati islamici dei prodotti italiani, contribuendo a rafforzare il collegamento tra l'Italia ed i Paesi a maggioranza musulmana e, parallelamente, si pone l'obiettivo di sviluppare anche sul territorio nazionale le potenzialità del **mercato halal** come **ponte per l'integrazione della comunità islamica in Italia**.

Per maggiori informazioni le aziende interessate possono contattare la Segreteria Aice, Dr. Pierantonio Cantoni (Tel. 027750320/1, Fax 027750329, E-mail: pierantonio.cantoni@unione.milano.it).

**Connettiti, seguici
informati**

Aice



Cercaci su [facebook.com](https://www.facebook.com/Aice) come Aice - Associazione Italiana Commercio Estero



Seguici su Twitter all'indirizzo twitter.com/AICEMilano



Trovaci su LinkedIn come <https://it.linkedin.com/in/aice-italian-foreign-trade-association>



Informati sulle nostre iniziative all'indirizzo www.aicebiz.com



La Finestra dei Soci Aice

Rubrica a disposizione dei soci per presentare la propria attività

La rubrica “**La finestra dei Soci Aice**”, è dedicata alle aziende associate che vogliono presentare la propria attività alla business community alla quale Aice si rivolge, con l’obiettivo di favorire la conoscenza reciproca fra soci e far nascere eventuali collaborazioni, alleanze e nuove opportunità di business fra aziende o con enti ed associazioni collegate. La rubrica è **gratuita** per le aziende associate.

Le aziende interessate possono inviare via email la propria scheda monografica per la pubblicazione. E' possibile inviare delle foto quali logo azienda, prodotti, eventi (in formato jpeg).

Per maggiori informazioni le aziende interessate possono contattare la Segreteria Aice, Dr.ssa Veronica Caprotti (Tel. 027750320/321, veronica.caprotti@unione.milano.it).

CIAC SRL - COMPAGNIA ITALIANA ACCESSORI CALZATURE

Attività: Distribuzione accessori per scarpe, import/export di prodotti per la cura delle calzature

CIAC SRL è in grado di soddisfare le richieste dei propri clienti nei seguenti settori:

- negozi di calzature: fornitura di articoli per la cura e la manutenzione delle calzature (lucidi, lacci, tendiscarpe, solette...)
- riparatori di calzature: fornitura di materiali di consumo, attrezzi e minuteria

Inoltre la società ha sviluppato un ottimo servizio per la realizzazione di prodotti personalizzati a marchio e logo per rispondere alle svariate esigenze dei clienti.

CIAC SRL can satisfy the enquiries of our customers in the following fields:

- shoe shops: supplying article for shoe care (shoe creams, laces, shoe trees, insoles..)
- shoe repairers: supplying materials, tools, bolts and nuts

Additionally our company developed a very good service for the own-branded article, personalized with brands and logos of our customers to match their needs.

Le aziende interessate ad entrare in contatto con CIAC SRL, possono contattare la Segreteria Aice (Tel. 027750320/1 - E-mail: aice@unione.milano.it).



ALITRANS SRL



Principali Paesi in cui opera: Italia e Europa

Logistica integrata per il settore petrolifero e chimico

Da quasi 40 anni, la filosofia operativa di ALITRANS si basa su specializzazione ed offerta di servizi studiati su misura per la logistica di prodotti confezionati del settore petrolchimico.

I principali vantaggi per i clienti ALITRANS, produttori o rivenditori, sono tutti quelli relativi alla gestione in outsourcing delle attività di logistica: contenimento e controllo dei costi di magazzino, flessibilità e precisione nella gestione dei prodotti, velocità nel rispondere alle richieste dei rivenditori, personalizzazioni dei servizi, ecc. L'approccio operativo ci colloca pertanto all'interno di un progetto di logistica in grado di relazionarsi con altre aree di business del cliente, produttore o distributore, per ottimizzare e creare valore.

Gamma di prodotti oggetto dell'attività logistica:

- . Oli lubrificanti e prodotti affini per il settore automotive e veicoli commerciali
- . Oli lubrificanti e affini per l'industria e l'agricoltura
- . Altri oli, grassi e fluidi per usi diversi
- . Prodotti chimici vari e accessori per la manutenzione settore automotive
- . Detergenti e protettivi
- . Materie prime per l'industria e basi per la cosmesi
- . Additivi
- . Altri prodotti chimici per l'industria e ADR.



Servizi offerti:

- . attività di ricezione, gestione di magazzino, picking, etichettatura, packaging e movimentazione merce, servizio di trasporto sul territorio nazionale ed internazionale
- . gestione di ordini e scorte anche con supporto di lettura codici a barre, gestione dei resi
- . emissione di documenti di accompagnamento, di documenti fiscali e di reports
- . gestione magazzini fiscali Agenzia delle Dogane, telematizzazione Accise
- . altri servizi ad elevato valore aggiunto: servizio di fatturazione, rappresentanza fiscale, gestione fiscale e contabile dei prodotti, contract warehousing, interfaccia telematico con il cliente, INTRASTAT, CO-NAI, COOU.

Sede operativa a pochi chilometri dall'uscita del casello autostradale di Lodi (A1), a 20 chilometri circa a sud di Milano. Area totale mq 15.000, di cui circa mq 6.000 coperti. La proprietà ed i magazzini sono controllati e protetti da avanzati sistemi di sicurezza combinati che garantiscono alti livelli di Security e Safety 24/24 h, 7/7 gg.

Dal 2005 sistema di gestione certificato ISO 9001:2008 QUALITA' e ISO 14001:2004 AMBIENTALE.

Le aziende interessate ad entrare in contatto con ALITRANS SRL, possono contattare la Segreteria Aice (Tel. 027750320/1 - E-mail: aice@unione.milano.it).



SPORTELLO INTRASTAT - Elenchi riepilogativi degli acquisti e delle cessioni intracomunitarie.

Periodo di competenza: mensile NOVEMBRE 2016

Martedì, 13 Dicembre 2016

Ai fini dell'elaborazione e presentazione dei modelli intrastat, lo sportello intrastat per la raccolta delle fatture di acquisto e di vendita, periodo di competenza - mese di **NOVEMBRE 2016**, sarà aperto in data **Martedì 13 DICEMBRE 2016**.

Lo sportello sarà in funzione **dalle 14.30 alle 15.30**, presso l'Unione Confcommercio Milano - Corso Venezia 47 - 20121 Milano, in SALA COMITATI.

Le aziende associate che ricorreranno al servizio, usufruiranno dei seguenti vantaggi:

- avranno un sensibile risparmio economico;
- saranno assistite in caso di controlli da parte delle autorità doganali;
- saranno sgravate da responsabilità per eventuali errori materiali commessi nella compilazione dell' Inrastat.



La Direzione Settore Commercio Estero dell'Unione Confcommercio Milano (Tel. 027750456) è a Vostra disposizione per ogni ulteriore informazione.

I nostri obiettivi

Aice



Offrire assistenza attraverso un' ampia gamma di servizi per aiutare le imprese associate a:

- ✓ **sentirsi rappresentate e tutelate** da un' associazione di categoria presso le istituzioni e le organizzazioni nazionali ed internazionali
- ✓ **migliorare il posizionamento** sui mercati internazionali ed essere sempre più competitive
- ✓ **migliorare performance e conoscenze** in materia di commercio internazionale
- ✓ **confrontarsi con altre aziende** che svolgono la stessa attività e condividono le stesse problematiche



Servizi Unione a disposizione dei Soci Aice

Unione Confcommercio Milano offre, tramite i suoi uffici e Direzioni, Associazioni, Enti e Società collegate una vasta gamma di servizi finalizzati a **supportare gli associati nello svolgimento della loro attività di impresa** e nello sviluppo della stessa.

Ecco nel dettaglio le Direzioni che promuovono attività e supporto nei confronti delle imprese e i servizi resi da ciascuna.

Direzione Sindacale e Sicurezza sul Lavoro

La Direzione è organizzata in:

Area Relazioni sindacali commercio, turismo, servizi

Fornisce consulenza e assistenza in materia di:

- Relazioni sindacali
 - Vertenze e conciliazioni individuali per dipendenti, dirigenti e agenti e rappresentanti di commercio
 - Procedimenti disciplinari
 - Procedure di mobilità (licenziamenti collettivi - outplacement)
 - Cassa integrazione straordinaria, ordinaria ed in deroga
 - Contratti di solidarietà
 - Contrattazione integrativa aziendale
 - Trasferimento di aziende
 - Cambio di appalto nei settori della Ristorazione collettiva e delle Pulizie/Multiservizi
 - Videosorveglianza e visite personali di controllo
 - Collegio arbitrale per i dirigenti
 - Assistenza e consulenza sul CCNL del Turismo
- Tutela le imprese nelle Commissioni di conciliazione presso la Direzione Territoriale del Lavoro.

Area Lavoro

Fornisce consulenza, telefonica e diretta, in materia di:

- Rapporti di lavoro subordinato [dipendenti e dirigenti]
- Rapporto di agenzia e rappresentanza (AEC agenti)
- Interpretazione di leggi, provvedimenti amministrativi e normative comunitarie
- Interpretazione di CCNL anche diversi da quello del Terziario

Tratta temi inerenti:

- Il Mercato del Lavoro (apprendistato, assunzioni agevolate, contratti a termine, lavoro a part time, lavoro a chiamata, telelavoro)
- Il collocamento obbligatorio dei disabili [convenzioni, esoneri, sospensioni]
- L'amministrazione del personale (disposizioni amministrative di INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate e Ministero del Lavoro)
- Normativa fiscale per i lavoratori dipendenti



- La gestione del personale (instaurazione del rapporto di lavoro, provvedimenti disciplinari, risoluzione del rapporto di lavoro)

Cura L'informazione alle Associazioni e alle imprese attraverso:

- La newsletter Lavoronews
- L'aggiornamento dell'Area Lavoro del sito internet dell'unione
- La sezione Lavoro del mensile online L'Informatore
- L'elaborazione di Guide e Note Informative tematiche

Partecipa ai Tavoli istituzionali presso Comune, Provincia, Regione, Prefettura, INPS.

Sicurezza sul Lavoro

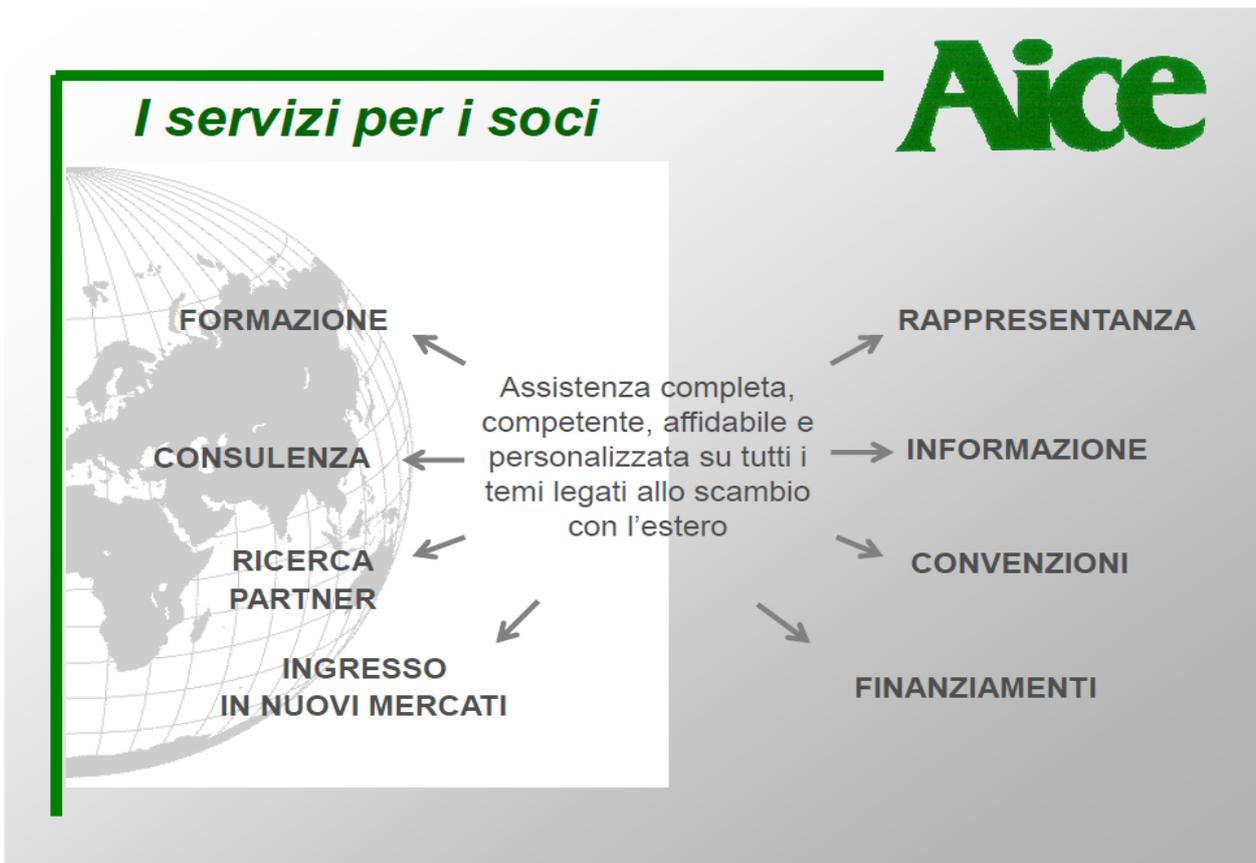
La Direzione, in collaborazione con altre Direzioni/Enti di Unione Confcommercio fornisce assistenza e consulenza in tema di sicurezza sul lavoro riferita a lavoratori dipendenti, parasubordinati e autonomi.

Si occupa di argomenti inerenti:

- Il decreto legislativo n. 81 del 9 aprile 2008
- La formazione in materia di sicurezza
- Procedure per la valutazione dei rischi
- Visite mediche preventive e periodiche
- Elezione dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza

Partecipa all'Organismo Paritetico Provinciale competente per il settore del Terziario della Distribuzione e dei Servizi.

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, (Tel. 027750320/1, E-mail: ai-ce@unione.milano.it).





Servizio 730 di Centrimpresa



Centrimpresa S.r.l.

Centrimpresa, società interamente partecipata da Confcommercio - Imprese per l'Italia Milano – Lodi – Monza e Brianza - opera da oltre trent'anni sul mercato dei servizi contabili e fiscali.

Il prodotto

Con il servizio 730 di Centrimpresa, l'Azienda dà ai propri dipendenti la possibilità di farsi predisporre la dichiarazione annuale dei redditi modello 730 da un consulente fiscale. Grazie alla propria consolidata rete di esperti, Centrimpresa è in grado di assicurare il servizio su tutto il territorio nazionale in diversa modalità: direttamente con il dipendente presso la sede aziendale, con compilazione da documenti, con compilazione autonoma via web.

Perché rivolgersi al servizio 730 Centrimpresa

- L'Azienda
 - non deve svolgere alcuna attività, perché tutte le operazioni sono effettuate da Centrimpresa con la formula "chiavi in mano"
 - non ha alcuna responsabilità, perché eventuali sanzioni per errori formali o di calcolo sono a carico di Centrimpresa
 - non deve conservare nulla, perché la conservazione di tutti i documenti è fatta da Centrimpresa
- è un servizio molto apprezzato dai dipendenti perché
 - non devono ricercare prima e recarsi poi ad un CAF sindacale o di categoria (code agli sportelli, orari di apertura e chiusura scomodi, mancanza di appuntamenti)
 - a ciascun dipendente viene fornita la traccia del 730 dell'anno precedente per agevolarlo nella ricerca dei documenti necessari. Per ogni dubbio c'è, poi, un servizio di assistenza diretta
- l'attivazione del servizio dà un importante contributo al clima di collaborazione aziendale e di relazione con i dipendenti, mantenendoli vicini all'Azienda e permettendo loro, avvalendosi della professionalità di Centrimpresa, di trovare una risposta adeguata per lo svolgimento dei propri adempimenti fiscali, senza doverla ricercare all'esterno
- il costo del servizio è molto contenuto e l'Azienda può decidere di farsene carico interamente o di dividerlo con ciascun dipendente.

alcuni dei nostri clienti



Per informazioni e dettagli: lpassoni@centrimpresa.it Tel. 027750635



Convenzioni Unione a disposizione dei Soci AICE

Continua su questo numero la panoramica delle convenzioni, valide su tutto il territorio nazionale, che l'Unione Confcommercio Imprese per l'Italia di Milano, Lodi, Monza e Brianza mette a disposizione delle aziende associate.

Convenzione con l'Architettura del Gusto...e stasera la chef sei tu!

L'Architettura del Gusto realizza 'Le Confezioni degli Chef', box per 4/6/8 persone all'interno dei quali sono presenti la ricetta, la videoricetta e tutti gli ingredienti di alta qualità per realizzare a casa propria il piatto di un grande Chef italiano. All'interno della confezione si trova anche il vino in abbinamento scelto dal sommelier del ristorante.

I nostri Box, totalmente Made in Italy, sono un'idea regalo particolarmente elegante e innovativa e, per queste ragioni, molto apprezzata da privati e aziende soprattutto nel periodo natalizio: Le Confezioni degli Chef sono un regalo gourmet premium per clienti/partner/dipendenti/amici/parenti, l'evoluzione delle consuete strenne natalizie.

L ARCHITETTURA del GUSTO

...e stasera la Chef sei tu!

Alcuni degli Chef stellati che collaborano con L'Architettura del Gusto: Enrico e Roberto Cerea – Ristorante 'Da Vittorio' (Brusaporto BG) – 3 Stelle Michelin Enrico Bartolini – Mudec Restaurant (Milano) – 2 Stelle Michelin Vincenzo Candiano – Locanda Don Serafino (Ragusa) – 2 Stelle Michelin Davide Palluda – L'Enoteca di Canale (Canale - Alba) – 1 Stella Michelin Salvatore La Ragione – Ristorante Mammà (Capri NA) – 1 Stella Michelin

Per gli associati Confcommercio Milano

Sconti dal 10% al 25%:. Inoltre nessuna spesa di spedizione oltre i 35 box acquistati* (per spedizioni in Italia). Individueremo insieme la migliore soluzione sulla base del budget a disposizione: è possibile, ad esempio, acquistare le confezioni senza il vino in abbinamento con un significativo risparmio. I box partono da un prezzo di 30 euro

per arrivare sino a 80 euro e sono personalizzabili.

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, D.ssa Veronica Caprotti (Tel. 027750320/1, E-mail: aice@unione.milano.it).



Premio TESEO Confcommercio

Il premio di Confcommercio per i giovani imprenditori che fanno innovazione



PREMIO TESEO

CONFCOMMERCIO
MILANO LODI MONZA E BRIANZA

Fino al 13 dicembre 2016 è possibile partecipare al bando della **prima edizione del Premio Teseo** (*Confcommercio Annual Award for Tertiary Entrepreneurs Self and Society Evolution Oriented*), il premio di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza dedicato all'innovazione nel terziario aperto a tutti gli imprenditori con meno di 42 anni operanti nel territorio.

Il progetto è stato ideato dal Gruppo Giovani Imprenditori con l'obiettivo di promuovere le migliori esperienze di innovazione d'impresa. L'innovazione viene qui intesa in senso ampio come realizzazione di un prodotto, servizio o processo nuovo, oppure nel miglioramento di uno esistente, nonché come introduzione nella propria impresa di un cambiamento di marketing, di comunicazione, nella logistica, nella distribuzione, di significato generale e replicabile.

Non è un premio dedicato esclusivamente alle start up, ma a tutte le imprese che facciano innovazione con un giovane titolare o socio.

Ogni territorio dei 20 rappresentati da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza sceglierà nel mese di gennaio il suo Teseo territoriale, che sfiderà gli altri finalisti per arrivare al Teseo vincitore, premiato con un pacchetto di servizi associativi del valore di circa 7mila euro.

- Regolamento del Premio: <http://bit.ly/2ezRpzr>
- Bando di Concorso: <http://bit.ly/2ei3k9A>
- Scheda partecipazione (da compilare e inviare a premioteseo@unione.milano.it): <http://bit.ly/2fvhdyI>

Tutte le info su www.confcommerciomilano.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



Etichettatura nutrizionale - Recepimento del regolamento generale sull'etichettatura n. 1169/2011 - Stato dell'arte Disciplina attività commerciali

Dal prossimo 13 dicembre entreranno in vigore anche le norme sull'etichettatura nutrizionale contenute nel regolamento 1169/2011.

Riteniamo pertanto utile evidenziare i contenuti del nuovo obbligo e, con l'occasione, fornire una panoramica sui molteplici aspetti legati al regolamento 1169/2011 ancora in corso di definizione.

Etichetta nutrizionale

Come sopra evidenziato, il prossimo **13 dicembre 2016 entrerà in vigore l'obbligo della dichiarazione nutrizionale** di cui all'articolo 9, paragrafo 1, lettera l) del regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori (regolamento "FIC").

L'indicazione della dichiarazione nutrizionale deve comparire sull'etichetta dei prodotti preimballati secondo un preciso formato ai sensi dell'articolo 34 del FIC e deve contenere (cfr. art. 30 del Reg FIC):

- .il valore energetico;
- .la quantità di grassi;
- .di acidi grassi saturi;
- .di carboidrati;
- .di zuccheri;
- .di proteine;
- .di sale.

Il valore energetico deve essere espresso per 100 grammi di prodotto (o per 100 ml) ai sensi dell'articolo 32 e deve essere calcolato come prescritto dall'articolo 31 del regolamento. E' prevista la possibilità di utilizzare altre forme di espressione del valore energetico (per porzione e/o per unità di consumo), oltre alle forme sopra riportate, che devono essere indicate immediatamente accanto alla dichiarazione nutrizionale, ai sensi dell'articolo 33 del FIC.

Possono essere aggiunte ulteriori informazioni indicate nell'art. 30 del FIC. Tali informazioni volontarie non devono indurre in errore il consumatore, non devono essere ambigue o confuse e devono essere basate su dati scientifici quando necessario; inoltre le informazioni volontarie non possono occupare lo spazio disponibile per le informazioni obbligatorie (articoli 36 e 37 del FIC).

Ai sensi dell'articolo 54 del FIC gli alimenti immessi sul mercato o etichettati prima del 13 dicembre 2016 che non soddisfano il requisito della dichiarazione nutrizionale possono essere commercializzati fino ad esaurimento scorte.

Le deroghe all'obbligo dell'etichetta nutrizionale

La dichiarazione nutrizionale non è obbligatoria per gli alimenti elencati nell'allegato V del Reg FIC (cfr. art. 16).

Il Ministero dello Sviluppo Economico e il Ministero della Salute stanno lavorando ad una circolare esplicativa della deroga di tale obbligo per il punto 19 dell'allegato V che, si ricorda, esclude dall'obbligo della dichiarazione nutrizionale *gli alimenti, anche confezionati in maniera artigianale, forniti direttamente*

dal fabbricante di piccole quantità di prodotti al consumatore finale o a strutture locali di vendita al dettaglio che forniscono direttamente al consumatore finale.

Obiettivo della circolare è chiarire l'estensione della deroga dall'obbligo della dichiarazione nutrizionale relativa al punto 19 dell'allegato V, sulla base delle Linee Guida applicative del 2010 relative al Reg. 852/2004 sull'igiene dei prodotti alimentari e del Reg. 853/2004 sull'igiene per gli alimenti di origine animale.

Anche questi regolamenti infatti hanno introdotto una deroga che fu esplicitata nelle Linee Guida del 2010 che quindi costituiscono oggi un'utile traccia per cogliere la portata della deroga della dichiarazione nutrizionale.

La bozza della circolare che abbiamo potuto visionare include nella deroga:

- . gli alimenti artigianali;
- . gli alimenti ceduti tramite fornitura diretta (cioè senza l'intervento di intermediari, da parte del fabbricante di piccole quantità di prodotti, direttamente al consumatore o alle strutture locali di vendita al dettaglio che forniscono direttamente al consumatore finale);
- . le microimprese così come definite a livello comunitario (meno di 10 dipendenti e un fatturato o bilancio annuo inferiore ai 2 milioni di euro);
- . gli alimenti oggetto di vendita diretta ai consumatori a "livello locale" (cioè il territorio della provincia in cui insiste l'azienda e quello delle province contermini) da parte degli spacci aziendali;
- . la vendita al dettaglio così come definita all'art. 4 del Decreto legislativo n. 114/1998 da integrare con la definizione di "collettività" di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettera d) del regolamento (UE) n. 1169/2011.

Le sanzioni

Si evidenzia che l'obbligo della dichiarazione nutrizionale è, ad oggi, sprovvisto di specifiche sanzioni.

Il Ministero dello sviluppo economico aveva iniziato a lavorare allo schema di decreto legislativo per ridefinire il **quadro sanzionatorio nazionale**, ai sensi dell'art. 2 della L. 96/2013, e allo schema di decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri (DPCM) per l'adeguamento della normativa nazionale, come disposto dall'art. 29 del d.lgs 109/1992.

Nel corso dell'iter di approvazione, tuttavia, i provvedimenti hanno risentito di ostacoli che hanno causato forti rallentamenti nei lavori e che sono alla base dell'attuale vuoto normativo.

Per fronteggiare tale situazione, in attesa del quadro sanzionatorio definitivo, il Ministero dello sviluppo economico ha diffuso la così detta "circolare ponte", datata 6 Marzo 2015, in cui viene illustrata l'applicazione dell'articolo 18 del d.lgs 109/1992, in materia di sanzioni, alle violazioni delle disposizioni del FIC. L'articolo 18 del d.lgs 109/92, infatti, resterà in vigore fin quando non verrà abrogato dal quadro sanzionatorio del FIC.

Nel frattempo, al fine di assicurare continuità applicativa delle sanzioni, trattando il d.lgs 109/92 e il regolamento FIC la stessa materia, la circolare del Mise *chiarisce il raccordo tra le disposizioni del regolamento dell'Unione e quelle del D.Lgs 109/1992 sulla base dell'allegata tabella di concordanza.*

Il Ministero, nella stessa circolare, fa notare che le sanzioni *devono intendersi applicabili soltanto ai precetti confermati dal regolamento.*

In molti casi, infatti, i precetti sono nuovi o modificati e, di conseguenza, perché le sanzioni in vigore siano realmente applicabili le disposizioni devono essere identiche tra loro. Secondo il principio di legalità di cui all'articolo 1 della Legge 689/1981, infatti, *nessuno può essere assoggettato a sanzioni amministrative se non in forza di una legge che sia entrata in vigore prima della commissione della violazione. Le leggi che prevedono sanzioni amministrative si applicano soltanto nei casi e per i tempi in esse considerati.*

Per un'analisi più dettagliata della tabella di concordanza si veda la nota informativa n. 7 del 10 marzo 2015.

Di fatto, quindi, la violazione di molte delle disposizioni del FIC potrà essere sanzionata solo sulla base di una disciplina predisposta ad hoc e tramite un atto normativo che abbia forza di legge, per il quale al momento non siamo in grado di dare una tempistica attendibile.

Per ciò che riguarda le materie non espressamente armonizzate dal FIC, quali il lotto o i prodotti non preconfezionati, le disposizioni dell'art. 18, d.lgs 109/92 restano applicabili alle violazioni delle disposizioni dello stesso decreto legislativo.

Il processo di "recepimento" del Regolamento 1169/2011

Evidenziamo anzitutto che, a seguito dell'approvazione dell'art. 1, comma 820 della legge 280/2015 (legge di stabilità 2016) e della pubblicazione della Legge di delegazione europea del 2015 (L. 170/2016), l'adeguamento della normativa nazionale in materia di etichettatura, compreso il quadro sanzionatorio, non sarà più attuato tramite un DPCM - su proposta dell'allora Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato di concerto con il Ministro della sanità, come previsto dall'articolo 29 del d.lgs 109/1992 - ma, verosimilmente, tramite un decreto legislativo su proposta del Presidente del Consiglio dei ministri e dei Ministri dello sviluppo economico, della salute e delle politiche agricole alimentari e forestali, come disposto dal comma 2, dell'art. 5, L. 170/2016.

Una prima novità, quindi, è lo strumento normativo che il Governo dovrà utilizzare per adeguare la normativa italiana in materia di etichettatura (un decreto legislativo), la seconda novità è il coinvolgimento del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali in materia di etichettatura.

La delega al Governo riguarda:

- . l'indicazione obbligatoria nell'etichetta della sede e dell'indirizzo dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento
- . l'adeguamento del sistema sanzionatorio nazionale per le violazioni amministrative delle disposizioni di cui al regolamento (UE) n. 1169/2011 ai relativi atti di esecuzione e alle disposizioni nazionali.

Secondo la riforma del Governo del 1999, il Mipaaf ha solo alcune competenze funzionali, che riguardano la tutela e la qualità dei prodotti agricoli mentre il Ministero dello sviluppo economico è competente in materia di etichettatura.

Di fatto, quindi, con la delega della L. 170/2016 è stato creato un nuovo assetto dei soggetti interessati come protagonisti anticipando forse la futura creazione di un ministero dell'agroalimentare annunciato ormai qualche mese addietro.

Questa situazione ha reso più complessa la collaborazione tra gli stessi attori già coinvolti nei lavori, e ha portato a riversare energie e tempo nella divisione dei compiti, ritardando l'elaborazione dei testi, senza considerare quanto già prodotto dal Ministero dello sviluppo economico, prima della legge di delegazione europea, in merito all' adeguamento del quadro sanzionatorio nazionale in materia di etichettatura.

Inoltre, senza considerare la specificità delle competenze dei due ministeri sopra illustrate, la L. 170/2016 affida la competenza per l'irrogazione delle sanzioni amministrative allo Stato al Dipartimento dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF) del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

Al di là delle questioni legate all'opportunità di separare compiti e competenze, benchè sia positivo lo sforzo per raggiungere l'uniformità delle applicazioni delle norme, rimane scarso il coordinamento tra i soggetti che devono verificare il rispetto della normativa in ambito alimentare.

Infatti, nella delega all' ICQRF quale autorità amministrativa competente, ai sensi del comma 3, art. 5, lett. b) della L. 170/2016, sono *fatte salve le competenze spettanti ai sensi della normativa vigente all'Autorità garante della concorrenza e del mercato nonché quelle degli organi preposti all'accertamento delle violazioni.*

L'indicazione della sede dello stabilimento di produzione

Per quel che riguarda l'indicazione obbligatoria nell'etichetta della sede e dell'indirizzo dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento sono in corso i lavori di stesura del testo del decreto legislativo.

Il testo del decreto legislativo in corso di elaborazione dovrebbe prevedere l'obbligo dell' indicazione della sede dello stabilimento di produzione o se diverso di confezionamento per i prodotti alimentari preimballati destinati al consumatore finale o alle collettività.

L'indicazione dovrà essere indicata sul preimballaggio o su un' etichetta ad esso apposta. Potrà comparire sul documento commerciale nel caso di alimenti preimballati commercializzati in una fase precedente alla vendita al consumatore finale quando questa non includa la vendita ad una collettività e nel caso l'alimento preimballato sia destinato a collettività per esservi preparato, trasformato, frazionato o tagliato.

L'indicazione potrà essere apposta in etichetta completando l' indicazione del nome/ragione sociale e indirizzo dell'operatore del settore alimentare, di cui alla lettera h comma 1 art.9 del FIC, in modo da non confondere le due indicazioni.

L'indicazione consiste nell'indirizzo o in un' indicazione che ne permetta l'identificazione geografica, può essere sostituita da sistemi di identificazione dei prodotti tramite codici o altri dispositivi soggetti a lettura ottica.

Dovrebbe essere prevista la possibilità di omettere questa indicazione nel caso in cui:

- . lo stabilimento sia ubicato nello stesso luogo della sede di cui alla lettera h comma 1 art.9 del FIC
- . i prodotti preimballati riportino il marchio di identificazione di cui al reg. 853/2004
- . gli alimenti preimballati siano destinati agli operatori professionali per essere ulteriormente lavorati.

Nel caso l'impresa disponesse di più stabilimenti potrà riportare in etichetta tutti gli stabilimenti purché evidenzi quello effettivo.

Le modalità di presentazione dell'indicazione della sede dello stabilimento dovranno essere quelle prescritte dall'art. 13 del FIC e relativa deroga.

La bozza di decreto legislativo prevede sanzioni di tre importi diversi a seconda della fattispecie: mancata indicazione obbligatoria, mancata evidenza dello stabilimento effettivo e errata modalità della presentazione dell'indicazione obbligatoria.

L'ICQRF è designato quale autorità competente all'applicazione delle sanzioni amministrative pecuniarie, ferme le competenze spettanti agli organi cui spetta l'accertamento delle violazioni.

Le disposizioni del decreto in via di definizione non si applicheranno ai prodotti alimentari preimballati

provenienti da un altro Stato Membro dell'UE o in Turchia né ai prodotti provenienti da uno Stato Membro dell'EFTA (Associazione europea di libero scambio), parte contraente dell' SEE (Spazio economico europeo).

Il decreto legislativo si applicherà a partire dal dodicesimo mese successivo alla pubblicazione.

Il Ministero dello sviluppo economico, nell'esprimere parere favorevole sullo schema di decreto legislativo inviato dal Mipaaf, ha rappresentato la necessità che prima di avviare l'iter di adozione del decreto in questione venga definitivamente adottato il decreto legislativo che dispone le sanzioni per le violazioni del FIC.

Allergeni

Ripercorrendo la normativa in materia di etichettatura, oltre all'obbligo della dichiarazione nutrizionale a partire dal 13 dicembre prossimo ed ai lavori per l'indicazione obbligatoria della sede dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento, evidenziamo che il 6 febbraio 2015 il Ministero della salute ha divulgato una circolare relativa alle *"indicazioni sulla presenza di allergeni negli alimenti forniti dalle collettività (Regolamento CE 1169/2011)"*, n. 0003674.

La circolare n. 0003674 è il primo atto ufficiale di un' Amministrazione in merito all'entrata in vigore degli **obblighi di cui all'art. 44 del FIC**, relativo alle disposizioni nazionali per gli alimenti non preimballati.

Secondo quanto prescritto dall'art. 44 del FIC, sull'etichetta degli alimenti offerti in vendita al consumatore finale o alle collettività senza preimballaggio oppure imballati sui luoghi di vendita su richiesta del consumatore o preimballati per la vendita diretta deve essere indicata la presenza di allergeni (ingredienti o coadiuvanti tecnologici) elencati nell'allegato II di cui all'art. 9, paragrafo 1, lett c) del FIC.

Il ministero chiarisce che tale obbligo riguarda qualsiasi operatore che fornisce cibi pronti per il consumo all'interno di una struttura (ristoranti, mense, scuole, ecc.), attraverso un servizio di catering o per mezzo di un veicolo o di un supporto fisso o mobile.

Tali informazioni possono essere riportate o in forma scritta o a voce fermo restando l'obbligo di conservare la relativa documentazione scritta nell'esercizio.

Le informazioni relative alla presenza di allergeni devono sempre risultare da idonea documentazione scritta, facilmente reperibile sia per l'autorità competente sia per il consumatore finale. Il personale deve aver preso preventivamente visione e conoscenza della documentazione con contestuale approvazione per iscritto.

La forma scritta prevede che l'indicazione possa essere riportata su menù, su appositi registri o cartelli o ancora su altro sistema equivalente, anche tecnologico, da tenere bene in vista, così da consentire al consumatore di accedervi facilmente e liberamente.

Sono ammessi anche strumenti elettronici come applicazioni per smartphone, codici a barre, codici QR o altri, a condizione che non siano gli unici strumenti predisposti per informare il consumatore.

Alternativamente, l'operatore del settore alimentare può indicare per iscritto, in maniera chiara ed in luogo ben visibile, una dicitura del tipo: *"le informazioni circa la presenza di sostanze o prodotti che provocano allergie o intolleranze sono disponibili rivolgendosi al personale in servizio"* oppure riportare per iscritto, sul menù, sul registro o su apposito cartello, una dicitura del tipo: *"per qualsiasi informazione su sostanze e allergeni è possibile consultare l'apposita documentazione che verrà fornita, a richiesta, dal personale in servizio."*

La scelta tra le varie modalità è rimessa alla discrezionalità dell'operatore che sceglierà l'opzione più idonea. Nell'adempire l'obbligo di cui all' art. 44 paragrafo 2 del FIC, l'operatore dovrà essere libero di indicare la presenza degli allergeni per singole preparazioni, secondo le modalità che riterrà più opportune. Infine la circolare fornisce, a mero titolo di esempio, la possibilità di predisporre una tabella che riporti le quattordici categorie di allergeni di cui all'allegato II del FIC e individui le preparazioni che le contengono.

L'indicazione sull'origine dell'ingrediente primario

Per quanto riguarda **l'indicazione sull'origine dell'ingrediente primario**, di cui all'art. 26, paragrafo 3 del FIC, sono in corso i lavori sulla bozza di regolamento attuativo e, ad oggi, all'esame della Commissione Europea.

L'art. 26 paragrafo 3 del FIC prevede che se il paese d'origine o il luogo di provenienza di un alimento è indicato e non è lo stesso di quello del suo ingrediente primario è indicato anche il paese d'origine o il luogo di provenienza di tale ingrediente primario oppure è indicato come diverso da quello dell'alimento.

Non vengono considerate informazione di origine dell'alimento le seguenti indicazioni: simboli geografici, immagini, termini o dichiarazioni usati per i prodotti oggetto del regolamento 1151/2012 (DOP, IGP, STG).

Nella bozza di regolamento inviato alla Commissione è previsto che venga indicata l'origine dell'ingrediente primario con la seguente dichiarazione: con (nome dell'ingrediente primario) di diversa origine/provenienza. L'indicazione può essere riportata in modalità scritta o grafica, secondo specifiche forme di carattere e localizzazione all'interno dell'etichetta fermo restando le prescrizioni dell'art. 13 comma 2 del FIC, relative alle dimensioni del carattere.

Il livello di precisione geografico dell'origine dell'ingrediente primario deve essere almeno lo stesso usato per l'origine dell'alimento (paese o paesi UE/non UE; stato membro o paese terzo; aree geografiche dello Stato Membro o del paese terzo se bene conosciute dal consumatore normalmente informato e ragionevolmente avveduto).

Specifiche disposizioni sono previste nel caso di prodotti biologici e prodotti della pesca e dell'acquacoltura.

Il regolamento dovrebbe essere applicabile da Aprile 2019 e si applica direttamente negli stati membri.

Le scorte di alimenti in commercio o etichettati prima della data di applicazione di questo regolamento possono essere smaltite fino ad esaurimento scorte.

L'obiettivo del Governo è quello di elaborare il testo definitivo entro il 2016.

L'indicazione quantitativa degli ingredienti (cd QUID)

Un altro aspetto oggetto dell'attenzione della Commissione Europea e degli Stati Membri sono le disposizioni **dell'art. 22 del FIC, relativo all'indicazione quantitativa degli ingredienti (cd QUID)**.

L'art. 22 del FIC prescrive che sia indicata la quantità di un ingrediente o categoria di ingredienti usati nella fabbricazione o preparazione di un alimento quando tale ingrediente o categoria di ingredienti:

- . figura nella denominazione dell'alimento o è generalmente associato a tale denominazione dal consumatore
- . è evidenziato nell'etichetta mediante parole immagini o rappresentazioni grafiche
- . è essenziale per caratterizzare un alimento e distinguerlo dai prodotti con i quali potrebbe essere confuso

L'allegato VIII del FIC stabilisce alcuni casi particolari esenti da tale obbligo e le norme tecniche per l'applicazione dello stesso.

La Commissione Europea sta lavorando ad un documento di Linee Guida Generale che dovrebbe uscire entro il 2016 e ad un documento di Domande e Risposte con l'obiettivo di aiutare gli operatori della catena alimentare e le autorità competenti nella comprensione e corretta applicazione dell'art. 22 del FIC, senza costituire l'interpretazione ufficiale della normativa.

Il database sull'etichettatura

In ultimo segnaliamo che la Commissione Europea sta portando avanti i lavori per la creazione di un database on-line che indichi le norme in materia di etichettatura, sia comunitaria sia nazionale, dal nome **Food Labelling Information System (o "FLIS")**.

L'obiettivo è quello di fornire un supporto agli operatori del settore alimentare, in particolare le PMI, nell'attuare correttamente le prescrizioni della legislazione in materia di etichettatura per ciascun tipo di prodotto (preimballato e non preimballato).

Verranno create delle liste di alimenti e per ciascun alimento saranno illustrati i requisiti dell'etichettatura, inoltre saranno aggiunti ulteriori alimenti particolarmente significativi per ciascuno Stato Membro.

Le liste saranno composte da alimenti scelti sulla base del volume dei loro scambi comunitari, della molteplicità o complessità dei requisiti di etichettatura previsti, o dei volumi di scambio realizzati dalle sole medie e piccole imprese.

Il lavoro dovrebbe concludersi nel 2017.

L'indicazione obbligatoria di origine per latte e prodotti lattiero-caseari

Lo scorso 14 Ottobre è terminato il periodo di tre mesi previsto dall'art. 45, comma 3 del FIC senza che la Commissione Europea abbia espresso parere negativo sul *Decreto interministeriale concernente l'indicazione dell'origine in etichetta della materia prima per il latte e i prodotti lattiero-caseari*, dandone quindi l'assenso.

A seguire, il decreto interministeriale, elaborato dal Mipaaf e dal Mise, è stato "approvato" della Conferenza Stato Regioni del 20 Ottobre scorso.

Il decreto, prima di poter essere pubblicato, dovrà essere esaminato dalla Commissione agricoltura e dalla Commissione attività produttive di Camera e Senato.

Le disposizioni del decreto interministeriale si applicano ai prodotti preimballati ai sensi dell'art. 2 del FIC ed elencati nell'allegato 1 del decreto stesso (latte, burro, formaggi, ecc).

L'indicazione d'origine del latte o del latte usato come ingrediente nei prodotti lattiero caseari deve essere indelebile, visibile e facilmente leggibile, senza che altri elementi dell'etichetta interferiscano. Tale indicazione deve essere data nella seguente forma, a seconda delle operazioni a cui si riferisce:

- "paese di mungitura": nome del paese nel quale è stato munto il latte
- "paese di condizionamento o di trasformazione": nome del paese nel quale il latte è stato condizionato o trasformato

Sarà possibile utilizzare le seguenti diciture a seconda che il latte sia stato munto, lavorato e confezionato:

. nello stesso paese:

- ◆ "origine del latte": nome del paese in cui il latte è stato munto, condizionato o confezionato

. in più paesi membri dell'Unione Europea:

- ◆ "latte di paesi UE" per la mungitura

-
- ◆ "latte condizionato o trasformato in Paesi UE" per il condizionamento o la trasformazione in più paesi situati al di fuori dell' Unione Europea;
 - ◆ "latte di paesi non UE" per la mungitura
 - ◆ "latte condizionato o trasformato in Paesi non UE" per il condizionamento o la trasformazione

Le sanzioni previste per le violazioni agli obblighi dello schema di decreto sono quelle di cui all'art. 4, comma 10, L. 4/2011 (da 1.600 euro a 9.500 euro).

Sono esclusi dalla disciplina del decreto in questione i prodotti Dop e Igp e gli stessi prodotti oggetto del decreto, ma fabbricati o commercializzati in un altro paese UE o in Turchia e i prodotti fabbricati in uno Stato Membro dell'EFTA (Associazione europea di libero scambio), parte contraente dell' SEE (Spazio economico europeo).

Le disposizioni del decreto interministeriale si applicheranno in via sperimentale fino al 31 Marzo 2019.

I prodotti oggetto del decreto precedentemente portati e a stagionatura, commercializzati o etichettati prima dell'entrata in vigore dello stesso decreto possono essere commercializzati fino ad esaurimento scorte e comunque entro e non oltre 180 giorni dalla data di entrata in vigore.

Giurisprudenza

In ultimo segnaliamo la sentenza del 22 Settembre scorso della Corte di Giustizia Europea che si è pronunciata in merito all' indicazione di origine sulle confezioni di miele in monoporzioni (C-113/15), (cfr. allegato).

Il caso riguarda l'obbligo di menzionare il paese di origine su ciascuna delle singole porzioni di miele imballate in cartoni multipli fornite alle collettività, sia nel caso in cui siano vendute singolarmente sia nel caso in cui vengano proposte in abbinamento a piatti pronti venduti ad un prezzo forfettario.

Da tenere presente che il miele è disciplinato da una direttiva apposita, la D. 2001/110, che prevede l'obbligo di riportare in etichetta l'indicazione del paese di origine in cui questo è stato raccolto al fine di garantire una corretta informazione al consumatore in merito alle caratteristiche geografiche di tale prodotto.

Nel caso all'attenzione della Corte, l'indicazione del luogo di origine era riportata solo sull'imballaggio globale e non sulle singole monoporzioni di miele, in quanto non ritenute singole unità di vendita dall'operatore.

L' orientamento dell'operatore che non ha ritenuto singole unità di vendita le monoporzioni di miele oggetto del caso si basava sulla direttiva 2000/13 ed era supportato anche dal documento di Domande e Risposte sull'applicazione del Reg. 1169/2011, predisposto dalla Commissione Europea, datato 31 gennaio 2013.

La direttiva 2000/13, abrogata dal regolamento FIC, intendeva per **prodotto alimentare in imballaggio preconfezionato: l'unità di vendita destinata ad essere presentata come tale al consumatore finale ed alle collettività, costituita da un prodotto alimentare e dall'imballaggio in cui è stato confezionato prima di essere messo in vendita, avvolta interamente o in parte da tale imballaggio, ma comunque in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che l'imballaggio sia aperto o alterato**.

Il documento di Domande e Risposte sull'applicazione del Reg. 1169/2011 non ha alcun valore giuridico ufficiale e quindi nessuna valore vincolante.

In caso di controversia l'interpretazione della normativa dell'Unione spetta, in ultima istanza, alla Corte la quale, sulla base della direttiva 2000/13 ritiene quanto segue: "costituisce un prodotto alimentare in

imballaggio confezionato ciascuna delle porzioni singole di miele che si presentano sotto forma di coppetta chiuse con un coperchio di alluminio sigillato e che sono imballate in confezioni multiple fornite alla collettività, qualora queste ultime vendano dette porzioni separatamente o le propongano al consumatore finale abbinate a pasti pronti venduti ad un prezzo forfettario" .

In merito al fatto che la direttiva del 2000/13 sia stata abrogata dal regolamento FIC la Corte ha ritenuto di non potersi pronunciare.

Il punto, quindi, è se questa interpretazione potrà essere estesa anche ad altri prodotti e come possa risultare applicabile con l'attuale disciplina sull'etichettatura.

Infatti prodotti come le bustine di zucchero o le marmellate fino ad oggi non sono considerate unità di vendita, di conseguenza sono esentate da alcune informazioni obbligatorie.

Al momento non sappiamo quale potrà essere l'interpretazione che la Commissione e gli Stati Membri intendano fornire alla sentenza.

Contattaci...

Aice

... per testare la nostra competenza e professionalità

Aice - Associazione Italiana Commercio Estero

Corso Venezia 49, 20121 Milano

Tel 027750320/1 Fax 027750329

aice@unione.milano.it

www.aicebiz.com



Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci Aice

Questa sezione offre una panoramica delle convenzioni che Confcommercio - Imprese per l'Italia mette a disposizione delle aziende associate.

Convenzione con Gruppo Aura Vodafone

Vodafone è il primo operatore nel segmento Business di telefonia mobile in Italia. La convenzione con il partner commerciale nazionale di Vodafone Gruppo Aura garantisce condizioni privilegiate per gli Associati sulle condizioni Vodafone.

Gli Associati Confcommercio hanno il diritto di usufruire delle seguenti offerte:

· **Promo 50% sull'acquisto di Tablet Samsung e Apple** -> anche per già clienti Vodafone, prendendo TABLET + SIM DATI in abbinamento

· **Promo sui servizi di RETE FISSA, ADSL, FIBRA OTTICA e CENTRALINO** -> solo per NUOVI clienti Vodafone ·

· **Promo ADSL CASA** -> solo per NUOVI clienti Vodafone CASA: solo 19,90€/mese per tutti i clienti che sottoscrivono ADSL per l'azienda

· **Promo sui servizi di RETE MOBILE** -> solo per NUOVI clienti Vodafone

· **Sconto fino al 100% sul canone del MOBILE POS** -> solo per NUOVI clienti Vodafone

· **Sconto del 25% sul canone di servizi di VIDEO SORVEGLIANZA** -> anche per già clienti Vodafone ·

Promo sull'acquisto di servizi Microsoft Office365, device manager, smart monitoring, soluzioni in cloud e centralini VoIp -> anche per già clienti Vodafone

Inoltre l'agenzia Gruppo Aura assicura consulenza e assistenza dedicate su tutto il territorio nazionale tramite una rete capillare di consulenti certificati.

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, D.ssa Veronica Caprotti (Tel. 027750320/1, E-mail: aice@unione.milano.it).



SOSTENIAMO IL VOSTRO FUTURO.



Fiera ALIMENTARIA MESSICO 2017
Partecipazione collettiva ICE
Guadalajara, Messico 7/9 Marzo 2017

L'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane organizza la **partecipazione collettiva alla Fiera ALIMENTARIA Messico** che, per la seconda volta, verrà presentata congiuntamente con EXPO ANTAD, la maggiore esposizione degli operatori messicani della distribuzione moderna. L'evento si terrà a Guadalajara **dal 7 al 9 marzo 2017**. P



La crescita economica messicana è strettamente legata all'andamento degli Stati Uniti che rappresentano di gran lunga il primo partner commerciale oltre ad essere il maggior investitore straniero. L'interesse verso i prodotti alimentari italiani è molto sentito soprattutto da parte dei consumatori messicani di fascia alta. Ciò ha favorito l'apertura di molti punti vendita gourmet, di ristoranti italiani e ha favorito l'aumento del consumo di prodotti alimentari simbolo della cultura enogastronomica italiana quali parmigiano, pasta, prosecco e vino. In occasione della scorsa edizione, e prima edizione del binomio ANTAD/Alimentaria a Guadalajara, ICE-Agenzia ha organizzato una collettiva nazionale con 10 aziende su 108 mq; l'edizione 2016 ha ospitato 44.177 visitatori, 1.456 espositori dei quali, 79% locali e 21% internazionali.

Costi di partecipazione: € 1.800,00 + IVA. L'area sarà assegnata in moduli da 9 mq o multipli

L'ICE-Agenzia ha opzionato per le aziende italiane partecipanti un'area di circa 144 mq. All'interno della Collettiva verrà allestito un Centro Servizi per fornire assistenza alle aziende.

Nella quota di partecipazione a carico dei partecipanti, stabilita per modulo, sono compresi i seguenti servizi:

- affitto area espositiva;
- allestimento e arredamento dello stand,
- centro servizio dotato di corner computer e stampante;
- inserimento al catalogo ufficiale della Fiera ;
- assistenza in fiera da parte di personale qualificato ICE e di interpreti ad uso non esclusivo;
- servizi generali (pulizia, vigilanza, ecc.);
- azioni di direct marketing per la sensibilizzazione degli operatori locali;
- nota informativa sul mercato;
- azioni di animazione ed eventi di networking

Le adesioni dovranno pervenire entro e non oltre il 12 dicembre 2016.

Per maggiori informazioni e scheda di adesione, le aziende interessate possono contattare la segreteria Aice, 027750320/1, aice@unione.milano.it.



AAHAR NEW DELHI 2017

Partecipazione collettiva ICE

New Delhi, India - 7 / 11 Marzo 2017

L'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane - organizza la partecipazione Collettiva Italiana alla **32° edizione della Fiera AAHAR** che si terrà **dal 7 all'11 marzo 2017** presso il centro fieristico Pragati Maidan di New Delhi.

Nel 2015 il valore complessivo delle esportazioni agroalimentari nazionali è stato pari a 56 Mln di euro in crescita del +9% sul 2014. Il mercato indiano si colloca in 30° posizione nell'elenco dei Paesi di destinazione del nostro export di settore.

La Fiera di AAHR di New Delhi costituisce il più rilevante evento fieristico a livello internazionale per l'agroalimentare in India. La manifestazione rappresenta una piattaforma eccellente per presentare le innovazioni nel trattamento di prodotti alimentari e nel settore alberghiero.

L'obiettivo della partecipazione collettiva alla AAHAR è quello di far entrare le aziende italiane del settore, in contatto con i rappresentanti del commercio indiano e/o di ampliare la propria presenza sul mercato locale, in particolare per i prodotti di eccellenza senza voler escludere quelli più classici.

Costi di partecipazione: € 1.800,00 + IVA. L'area sarà assegnata in moduli da 12 mq o multipli

La quota di partecipazione comprende:

- affitto dell'area;
 - allestimento e arredamento dello stand, inclusi i consumi elettrici;
 - assicurazione del campionario esposto durante lo svolgimento della Manifestazione;
 - pulizie giornaliere dello stand;
 - vigilanza notturna;
 - Centro Servizi ICE- Agenzia. Presso tale Centro opererà per tutto il periodo della manifestazione il personale ICE - Agenzia incaricato di svolgere attività organizzativa e di assistenza in favore degli espositori italiani e di accoglienza e primo orientamento nei confronti dei visitatori stranieri;
 - Iscrizione nel catalogo ufficiale della Fiera e nel catalogo della Collettiva italiana (N.B. La quota di partecipazione è comprensiva del costo dell'inserimento nel catalogo ufficiale di un solo nominativo per stand. Il costo di eventuali nominativi aggiuntivi sarà a carico dell'azienda o ente richiedente);
 - prima assistenza commerciale;
- azioni pubblicitarie e di sensibilizzazione nei confronti degli operatori locali del settore
- prestazione hostess e interpreti a disposizione dei partecipanti in via non esclusiva.

Resteranno a totale carico dei partecipanti tutte le spese e le prestazioni non espressamente sopra indicate.

Le adesioni dovranno pervenire entro e non oltre il 12 dicembre 2016.

Per maggiori informazioni e scheda di adesione, le aziende interessate possono contattare la segreteria Aice, 027750320/1, aice@unione.milano.it.



Missione imprenditoriale in Australia 12/16 Marzo 2017

L' ICE-Agenzia, sotto l'egida del Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con la Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione, organizza una **missione imprenditoriale in Australia dal 12 al 16 marzo 2017**.



L'iniziativa è dedicata ai seguenti comparti:

• **Prodotti alimentari e bevande**

Il mercato dei prodotti alimentari e delle bevande italiani in Australia è in costante crescita, spinto dall'incremento della domanda sia da parte del settore horeca sia della grande distribuzione e dal sempre maggior consumo di prodotti italiani a livello domestico.

L'iniziativa prevede l'organizzazione di una mostra autonoma con presentazione dei prodotti delle aziende partecipanti ad operatori specializzati selezionati da ICE Sydney.

Alle aziende del settore food che confermeranno la propria partecipazione verranno inviate successivamente tutte le informazioni dettagliate sulle modalità di spedizione della campionatura, nonché ulteriori istruzioni circa la documentazione da produrre.

Saranno a carico delle aziende partecipanti le spese per la spedizione del campionario espositivo e di sdoganamento.

• **Macchinari per la produzione, trasformazione e conservazione degli alimenti**

Oltre ai prodotti freschi, in Australia sta crescendo sempre di più il settore degli alimenti preparati e confezionati contribuendo ad alimentare l'ambizione australiana a diventare il principale fornitore agroalimentare dell'area Asia-Pacifico. Di conseguenza il mercato dei macchinari dedicati ai processi di produzione, trasformazione e conservazione alimentare sta attraversando una fase positiva, con previsioni di ulteriore crescita a medio/lungo termine. In tale ambito uno spazio estremamente importante è occupato dai produttori esteri dove le aziende italiane che offrono prodotti innovativi hanno ulteriori possibilità di inserimento. Per le aziende del settore, il programma dei lavori include incontri bilaterali con operatori specializzati selezionati da ICE Sydney.

• Calzature, pelletteria

Nel campo della moda il consumatore australiano sta diventando sempre più sofisticato nelle proprie scelte. Internet e i viaggi all'estero, sempre più frequenti in particolare nella fascia più giovane, hanno introdotto il consumatore medio a una vasta gamma di marchi internazionali. Il successo ottenuto da alcuni nuovi marchi europei che sono approdati sulla scena locale ha confermato il forte desiderio da parte del consumatore australiano di avere accesso a marchi nuovi.

I marchi italiani sono particolarmente ambiti sia dalla fascia sociale più alta che dalla fascia più giovane che ha liquidità economica e ama avere un prodotto made in italy soprattutto se si tratta di calzature e/o pelletteria.

L'iniziativa include incontri bilaterali con operatori del settore selezionati da ICE Sydney.

MODALITA' DI ADESIONE

La partecipazione alla missione è GRATUITA e richiede la presenza ad entrambe le tappe previste:

1.Sydney, 12-14 marzo 2017

2.Melbourne, 15-16 marzo 2017

Per formalizzare la propria richiesta di adesione le aziende interessate dovranno compilare in lingua inglese la schermata "Iscrizione all'evento" visibile al collegamento: [link](#) e registrarsi entro **VENERDÌ 2 DICEMBRE p.v.**

Al fine di mettere in grado l'Ufficio ICE di Sydney di effettuare il più appropriato matchmaking tra aziende italiane ed australiane, si informa che non saranno prese in considerazione le richieste di adesione incomplete o i cui recapiti indicati non siano precisi e corrispondenti al partecipante diretto.

REQUISITI DELLE AZIENDE PARTECIPANTI

L'iniziativa è rivolta a tutte le aziende italiane, attive nei settori focus (prodotti alimentari e bevande, macchinari per la produzione, trasformazione e conservazione degli alimenti, calzature e pelletteria). Considerata la domanda e le peculiarità del mercato australiano, sarà determinante proporre un prodotto di alto livello qualitativo e con una spiccata componente innovativa e/o creativa.

Si richiede inoltre che le aziende partecipanti abbiano già un minimo grado di internazionalizzazione e dispongano di un sito web in inglese.

Qualora il profilo dell'azienda iscritta dovesse presentare elementi di incompatibilità o di criticità, sarà cura degli organizzatori darne tempestiva comunicazione.

PROGRAMMA

Il programma della missione partirà da Sydney e prevede l'arrivo dei partecipanti italiani entro domenica 12 marzo.

Le giornate di lunedì e martedì (13 e 14 marzo) a Sydney e di mercoledì e giovedì (15 e 16 marzo) a Melbourne includono una breve sessione plenaria; seminari settoriali ed eventuali presentazioni di aziende italiane con prodotti di punta o particolarmente innovativi; per le aziende del settore food, mostra autonoma con presentazione dei prodotti ad operatori specializzati selezionati da ICE Sydney; per le aziende dei settori meccanica e pelletteria, incontri B2B.

Saranno inoltre previste visite organizzate presso punti vendita dell'alimentare e della moda e presso stabilimenti produttivi con incontri mirati per ogni comparto rappresentato.

Il trasferimento da Sydney a Melbourne avverrà nel pomeriggio di martedì 14 marzo ed il rientro in Italia, con partenza da Melbourne, a partire dal pomeriggio di giovedì 16 marzo.

La lingua di lavoro sarà l'INGLESE.

Una versione definitiva del programma verrà inviata successivamente, in quanto l'effettiva realizzazione

sarà subordinata alla composizione finale della delegazione imprenditoriale nonché alla pre-verifica dei profili aziendali in collaborazione con le controparti locali.

CATALOGO

Al fine di promuovere la partecipazione delle aziende italiane alla missione e consentire agli operatori australiani potenzialmente interessati di visualizzare il loro profilo, verrà realizzato un catalogo/brochure da inviare in formato elettronico. Per la redazione del catalogo verranno utilizzate esattamente le stesse informazioni riportate nella scheda di adesione compilata da ogni azienda.

Le aziende partecipanti dovranno inoltre inviare, contestualmente all'iscrizione sul sito, il logo (Azienda o Marchio) e immagini (max 2) dei principali prodotti offerti, in formato vettoriale o in alta definizione, all'indirizzo e-mail australia2017@ice.it.

VIAGGI E PRENOTAZIONI ALBERGHIERE

Le spese di viaggio e alloggio saranno a carico dei partecipanti. Indicazioni relative alle prenotazioni alberghiere ed aeree, che dovranno essere effettuate dai singoli partecipanti, verranno trasmesse a chiusura adesioni con una successiva comunicazione.

Si segnala fin d'ora la necessità di arrivare a Sydney entro domenica 12 marzo 2017 così da poter garantire la propria presenza fin dall'inizio dei lavori della mattina di lunedì 13 marzo.

Per ulteriori informazioni contattare:

ICE AGENZIA - ROMA

Ufficio di Coordinamento Promozione del Made in Italy

Via Liszt, 21 – 00144 Roma

australia2017@ice.it

ICE AGENZIA – UFFICIO DI SYDNEY

ITALIAN TRADE COMMISSION

LEVEL 19, 44 MARKET STREET - MAILBOX: P.O. BOX Q 1924 QVB POST OFFICE 1230 SYDNEY
2000 NEW SOUTH WALES

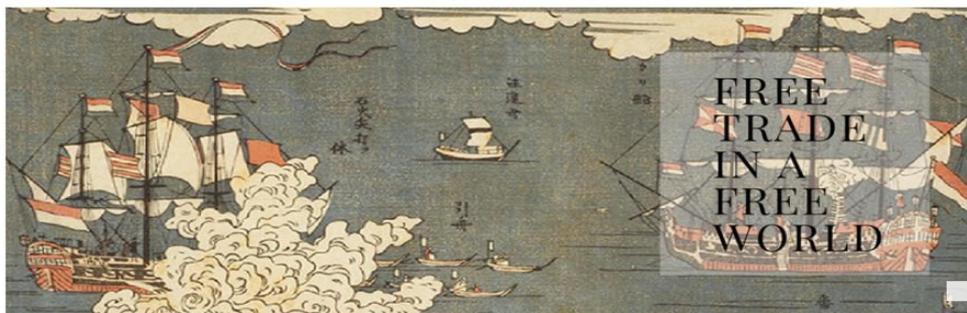
E-mail: sydney@ice.it

Direttore: Antonietta Baccanari

Segui Aice su [Facebook](#)



AICE -
Associazione
Italiana
Commercio
Estero
@AICEMilan





Seminario: “Palm Oil and Its Importance: Food, Health and Sustainability” Roma, 29 Novembre 2016

Il Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE) di Milano ha il piacere di informarVi che l'Ambasciata della Malaysia di Roma e il Malaysia Palm Oil Board di Bruxelles hanno organizzato il seminario “**Palm Oil and Its Importance: Food, Health and Sustainability**” che si terrà a Roma il giorno **29 Novembre 2016 dalle 9.00 alle 13.00 c/o Radisson Blu Hotel** (Via Filippo Turati 171) con lo scopo di illustrare e aggiornare le proprietà e l'importanza **dell'olio di palma**.

Riteniamo che possa essere il momento ideale per esaminare i vari aspetti nutrizionali, di sicurezza alimentare e dei progressi in merito alla sostenibilità ottenuti in Malaysia.

La partecipazione all'evento è gratuita previo conferma via mail o fax (milan@matrade.gov.my - 026702872).

Programma

- 09:00 Registration and Welcome Coffee
- 09:30 Welcoming Remarks
H.E. Ambassador Dato' Abdul Samad Othman
Ambassador of Malaysia to Italy
- 09:45 **Palm Oil for the Italian Food Industry**
Mr. Laurent Cremona
Global Director Ferrero Group
- 10:15 **Palm Oil : Health and Nutrition**
Dr. Fabio Virgili
National Research Institute on Food & Nutrition (INRAN)
- 10:45 **Palm Oil : Food Safety and Sustainability**
Dr. Kalanithi Nesaretnam, Minister
Mission of Malaysia to the European Union/ Regional Manager
MPOB (Europe)
- 11:15 **Activities of the Italian Alliance for Palm oil**
Ms. Francesca Ronca
Secretary General of the Italian Union for Sustainable Palm Oil
- 11:45 Discussion followed by networking lunch



Dual Use: La Riforma dei Regimi UE e USA di Controllo delle Esportazioni Milano, 30 Novembre 2016

A seguito della pubblicazione da parte della Commissione europea, in data 28 settembre 2016, della proposta di regolamento UE di riforma del regime di controllo dell'esportazioni di prodotti a duplice uso (dual use), Amber Road, in collaborazione con lo Studio Legale Padovan, da molti anni attivo sulle questioni legate all'Export Control, ha deciso di organizzare un seminario per analizzare le novità previste dalla bozza di nuovo regolamento UE ponendo attenzione, in particolar modo, alle nuove sfide poste alle aziende operanti nel settore del commercio con l'estero.

Nel corso dell'evento, saranno anche illustrate (direttamente dai funzionari statunitensi competenti, eccezionalmente a Milano), le regole USA di controllo delle esportazioni e sarà discusso il loro impatto sulle società non statunitensi, con particolare attenzione agli adempimenti sul re-export nella disciplina EAR.

La partecipazione al seminario è gratuita.

Il seminario si terrà **Mercoledì 30 novembre a Milano c/o l'Excelsior Hotel Gallia**. Ai partecipanti sarà offerto il pranzo.

- . Presentazioni di esperti in materia di normativa europea e statunitense relativa ai controlli delle esportazioni, compresi i rappresentanti delle autorità competenti
- . Tavola rotonda sulle novità principali della riforma UE
- . Intervento delle autorità statunitensi competenti per l'amministrazione della disciplina EAR
- . Consigli pratici per assicurare la compliance operativa agli adempimenti di cui al controllo UE e USA delle esportazioni
- . Illustrazione dei benefici ottenibili attraverso l'automazione delle attività di export compliance

Per iscrizioni [clicca qui](#)



| | | |
|---------------|---|--|
| 08:45 - 09:00 | Registrazione e caffè | |
| 09:00 - 09:15 | Saluti e apertura dei lavori | Marco Zinzani <i>Coordinatore Export Control Team</i> Studio Legale Padovan |
| 09:15 - 09:45 | La politica europea di controllo delle esportazioni: le prospettive della riforma | Massimo Cipolletti <i>Direttore Autorità per l'esportazione di beni a duplice uso</i> Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione Generale per la Politica Commerciale Internazionale- Divisione IV |
| 09:45 - 10:45 | Tavola rotonda sulle principali novità della riforma: dall'ammodernamento delle disposizioni vigenti in materia di controllo all'ottimizzazione dell'architettura UE per il rilascio delle licenze | Partecipanti alla tavola rotonda: <ul style="list-style-type: none"> • Massimo Cipolletti • Filippo Sevini, Centro Comune di Ricerca (JRC) della Commissione europea- Ispra (VA) • Marco Padovan, Studio Legale Padovan |
| 10:45 - 11:00 | Pausa caffè | |
| 11:00 - 12:00 | La riforma del sistema statunitense di controllo delle esportazioni: criticità per le aziende italiane. Focus sulle regole per la riesportazione ai sensi della disciplina EAR | Alexander K. Lopes (in lingua inglese) <i>Director</i> Office of Nonproliferation and Treaty Compliance- Bureau of Industry and Security- U.S. Department of Commerce Introduzione (in videoconferenza) da parte di: Kevin J. Wolf <i>Assistant Secretary of Commerce for Export Administration</i> Bureau of Industry and Security- U.S. Department of Commerce |
| 12:00 - 12:45 | La gestione della conformità alle regole del commercio globale: rischi e opportunità nella Supply Chain | Nick Boland (in lingua inglese) <i>Director Business Solutions</i> Amber Road |
| 12:45 - 13:00 | Dibattito | |
| 13:00 - 13:15 | Conclusioni | Marco Padovan <i>Fondatore</i> Studio Legale Padovan |
| 13:15 - 14:30 | Pranzo & Networking | |



E-commerce: la via per la Cina interna

Con i suoi oltre 700 milioni di utenti internet, il commercio digitale è sempre più importante per il mercato del lusso e ne sta causando una trasformazione strutturale. Settimanalmente, infatti, giungono notizie di **chiusure degli store dei grandi brand del lusso** nelle più varie città cinesi. Tuttavia, questo non è il segnale di un calo dell'attenzione dei consumatori cinesi per i prodotti di lusso, bensì della transizione dai canali di vendita fisici verso sistemi quali il commercio digitale B2C e l'ampliamento di strumenti quali l'020 (on-line to off-line). Secondo uno studio di Bain & Company la quota del mercato digitale dovrebbe raggiungere il 22% del totale del retail cinese nel 2020, per un valore totale di circa 10,000 miliardi di Rmb. In questa crescita avranno un ruolo determinante le città di terza e quarta fascia, che nel 2020 varranno circa la metà degli acquisti on-line.

Questi dati traineranno anche l'aumento della quota degli acquisti digitali nel settore del lusso. Infatti, nel 2015, in un mercato interno del lusso da 22,5 miliardi di dollari, gli acquisti on-line hanno coperto **solo il 5% degli scambi**. Tuttavia, il tasso di crescita degli acquisti online nel settore del lusso è stato del 20%, quasi tre volte superiore al tasso di crescita del settore in generale. Oltre al passaggio dagli store fisici a quelli digitali, si registra anche la transizione verso un accesso digitale attraverso dispositivi mobili, cresciuto del 44% nel 2015.



Il buon utilizzo delle piattaforme digitali è dunque un tema cruciale per coloro che intendono investire nel settore del lusso in Cina. I canali di vendita on-line sono molteplici e si dividono essenzialmente in tre categorie: piattaforme di e-commerce per conto terzi come T-Mall, Yihaodian e JD.com; siti di lusso multi-marca; e canali diretti digitali del produttore stesso. Alibaba, che controlla T-Mall è il sito che forse è più riuscito a determinare l'evoluzione del mercato digitale grazie anche ad una penetrazione del **75% del mercato digitale**. L'esempio principale è costituito dall'invenzione del cosiddetto Singles' Day, una ricorrenza analoga all'americano Black Friday e che si rifà alla quadruplica ricorrenza del numero 1 nell'indicazione dell'11 novembre, giorno in cui viene celebrato. I numeri delle vendite digitali in quella data hanno superato nel 2015 i ricavi del Black Friday e del Cyber Monday messi in insieme, per un totale di circa 14,3 miliardi di dollari ricavati dalle vendite in 24 ore sui siti di Alibaba in crescita rispetto agli oltre 9 miliardi dell'anno precedente. Per il 2016 c'è l'intenzione di rendere questo evento più globale grazie alla partecipazione di star internazionali a un evento televisivo previsto per la vigilia che lancerà la volata all'11 novembre puntando a raggiungere più di 100 milioni di telespettatori. Inoltre le promozioni verranno estese da **24 ore a 24 giorni**, con la speranza di moltiplicare i profitti degli oltre 40,000 rivenditori.

Oltre ai canali di vendita citati, hanno un ruolo fondamentale anche i social network – come We Chat e Sina Weibo - e la capacità delle aziende del lusso di promuovere i propri prodotti tramite questi canali. Secondo il **Digital IQ Index 2016** sviluppato dalla società di consulenza L2, le migliori performance digitali delle aziende di lusso che operano nel mercato del lusso cinese sono state quelle di Chow Tai Fook, Burberry e Coach, con le prime aziende italiane Gucci e Valentino rispettivamente al sesto e settimo posto. Le aziende ai vertici della classifica sono state in grado anche di promuovere nel corso dell'anno delle campagne di marketing virali che hanno aumentato esponenzialmente la loro visibilità.

Il vantaggio dell'e-commerce è la sua capacità di poter essere fruito senza dover per forza recarsi da un rivenditore fisico e tale elemento sta determinando la crescita di opportunità sia a livello delle province più arretrate sia per i rivenditori esteri. La stessa Alibaba ha messo al centro della sua strategia di vendita una maggiore capillarità in grado di raggiungere anche le aree rurali più remote. Come riporta il South China Morning Post, nel 2015 nelle città di fascia inferiore e nelle aree rurali si trovano 257 milioni di consumatori digitali, un numero superiore ai 183 milioni che risiedono nelle città di fascia superiore. Infine, esiste il fenomeno degli haitiao, ovvero consumatori che acquistano prodotti su piattaforme di e-commerce straniere e si fanno spedire la merce in Cina. Secondo una ricerca del China E-Commerce Research Center ci si attende che entro il 2018 il numero dei consumatori cinesi che fa acquisti su siti stranieri salirà a oltre 35 milioni per un valore totale delle transazioni pari a 1,000 miliardi di Rmb. Per regolare questo meccanismo il governo cinese ha alzato le **tariffe doganali** e ha ristretto a una dozzina di città pilota (più qualche eccezione) la possibilità di sdoganare merce acquistata all'estero da piattaforme digitali. Tali città sono presenti soprattutto sulla costa, ma anche in alcune province più interne. Dopo l'apertura della pioniera Hangzhou, non a caso sede di Alibaba, sono state approvate altre sedi quali Tianjin, Shanghai, Chongqing, Hefei, Zhengzhou, Guangzhou, Chengdu, Dalian, Ningbo, Qingdao, Shenzhen, Suzhou e Fuzhou alle quali potrebbero presto aggiungersi anche Quanzhou, Dongguan, Wuhan, Harbin, Hohhot e Urumqi.

[Fonte: ISPI]



Lettera dei Presidenti Juncker e Tusk al Presidente eletto Donald J. Trump

Riportiamo di seguito la lettera che il Presidente della Commissione europea Jean-Claude Juncker e il Presidente del Consiglio europeo Donald Tusk al Presidente eletto degli Stati Uniti d'America Donald J. Trump.

Bruxelles, 9 novembre 2016

Signor Presidente eletto,

Porgiamo le nostre più sincere congratulazioni per la Sua elezione a 45° Presidente degli Stati Uniti d'America.

Il partenariato strategico tra l'Unione europea e gli Stati Uniti è radicato nei nostri valori condivisi: la libertà, i diritti umani, la democrazia e la fiducia nell'economia di mercato. Nel corso degli anni, l'Unione europea e gli Stati Uniti hanno lavorato insieme per garantire la pace e la prosperità ai nostri cittadini e ai popoli di tutto il mondo.

Oggi il rafforzamento delle relazioni transatlantiche è più importante che mai. Solo collaborando strettamente l'UE e gli USA possono continuare a fare la differenza nell'affrontare sfide senza precedenti quali il Da'esh, le minacce alla sovranità e integrità territoriale dell'Ucraina, il cambiamento climatico e la migrazione.

Fortunatamente, il partenariato strategico tra UE e Stati Uniti è ampio e profondo: dai nostri sforzi comuni volti a rafforzare la sicurezza energetica e ad affrontare il cambiamento climatico, alla collaborazione tra l'UE e gli Stati Uniti nel fronteggiare le minacce per la sicurezza del vicinato orientale e meridionale dell'Europa, fino ai negoziati sul Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti - non dobbiamo risparmiare alcuno sforzo per fare sì che i legami che ci uniscono rimangano forti e duraturi.

Dobbiamo consolidare i ponti che abbiamo costruito tra le due sponde dell'Atlantico. Gli europei sono convinti che l'America, i cui ideali democratici sono sempre stati un simbolo di speranza in tutto il mondo, continuerà ad investire nei partenariati con i propri amici e alleati, contribuendo a dare più sicurezza e prosperità ai nostri cittadini e ai cittadini del mondo.

Cogliamo questa occasione per invitarLa a visitare l'Europa non appena possibile per un vertice UE — USA. Nel corso di tali colloqui potremo tracciare la rotta delle nostre relazioni per i prossimi quattro anni.

Cordiali saluti,

Per il Consiglio europeo

Per la Commissione europea

Donald TUSK

Jean-Claude JUNCKER

[Fonte: Commissione Europea]



La Commissione propone modifiche alla normativa antidumping e antisovvenzioni dell'UE

Nuovo metodo di valutazione delle distorsioni del mercato per assicurare alle importazioni nell'UE condizioni di scambio eque

La Commissione europea ha presentato oggi la proposta di un nuovo metodo di calcolo del dumping sulle importazioni da paesi nei quali esistono considerevoli distorsioni di mercato o in cui l'influenza dello Stato sull'economia è pervasiva.

L'obiettivo è assicurare che l'Europa disponga di strumenti di difesa commerciale che siano in grado di fronteggiare le realtà attuali, in particolare gli eccessi di capacità produttiva, nel contesto degli scambi internazionali: ciò nel pieno e contemporaneo rispetto degli obblighi internazionali dell'UE nel quadro giuridico dell'Organizzazione mondiale del commercio (OMC). La proposta, che introduce modifiche alla normativa antidumping e antisovvenzioni dell'UE, è stata preceduta da un'ampia consultazione pubblica ed è accompagnata da una **valutazione d'impatto**.

L'UE deve fare in modo che i suoi strumenti di difesa commerciale (TDI) restino efficaci nell'affrontare le gravi distorsioni del mercato che si registrano in alcuni paesi: distorsioni che possono determinare un eccesso di capacità industriale e che incentivano gli esportatori a praticare il dumping dei loro prodotti sul mercato dell'UE. Ciò arreca danni alle industrie europee e il pregiudizio può in ultima istanza tradursi nella perdita di posti di lavoro e nella chiusura di stabilimenti, come è avvenuto di recente nel settore siderurgico dell'Unione.

Per inquadrare la proposta odierna, si deve tener conto della sollecitazione del Consiglio europeo di ottobre che ha invitato al raggiungimento di un accordo urgente ed equilibrato in merito alla posizione del Consiglio sulla modernizzazione globale di tutti gli strumenti di difesa commerciale entro la fine del 2016. La riforma del metodo di calcolo del dumping costituirebbe un importante tassello delle riforme necessarie e andrebbe ad affiancare la modernizzazione dei TDI proposta dalla Commissione nel 2013.

Il nuovo metodo antidumping si applicherebbe ai procedimenti avviati a decorrere dall'entrata in vigore delle nuove norme. La proposta prevede anche un periodo transitorio durante il quale tutte le misure antidumping attualmente in vigore, come pure le inchieste in corso, resterebbero soggette alla normativa attuale. La Commissione ha inoltre proposto un rafforzamento della normativa antisovvenzioni dell'UE affinché in futuro eventuali nuove sovvenzioni emerse nel corso di un'inchiesta possano essere a loro volta oggetto dell'inchiesta e prese in considerazione all'atto dell'istituzione dei dazi definitivi. Spetta adesso al Parlamento europeo e al Consiglio prendere una decisione sulla proposta tramite la procedura legislativa ordinaria.

Jyrki Katainen, Vicepresidente della Commissione europea e Commissario responsabile per l'Occupazione, la crescita, gli investimenti e la competitività, ha dichiarato: *"Il commercio è la migliore leva della crescita in Europa. Ma il libero commercio deve essere equo e soltanto il commercio equo può essere libero. Oggi presentiamo una proposta per adattare i nostri strumenti di difesa commerciale alla realtà odierna caratterizzata da un eccesso di capacità produttiva e da un quadro giuridico internazionale in evoluzione.*

Più di 30 milioni di posti di lavoro, di cui 6 milioni nelle PMI, dipendono da un commercio libero ed equo, che resta al centro della strategia dell'UE per la crescita e l'occupazione."

Cecilia Malmström, Commissaria dell'UE per il Commercio, ha affermato: *"La proposta è importante perché significa che l'UE rispetta gli impegni presi in sede OMC. Questo metodo si applica senza distinzioni a qualsiasi paese e non attribuisce lo 'status di economia di mercato' a nessun paese. Una volta adottata dal Parlamento europeo e dal Consiglio, la proposta garantirà strumenti di difesa commerciale dell'UE idonei a far fronte alle nuove sfide e alle nostre realtà giuridiche ed economiche. Manterremo inoltre un livello di protezione equivalente."*

Le attuali norme prevedono che in normali condizioni di mercato il dumping sia calcolato confrontando il prezzo all'esportazione verso l'UE di un dato prodotto con i suoi prezzi o costi sul mercato interno del paese esportatore. Questo metodo sarà mantenuto e integrato da uno nuovo che varrà senza distinzioni nei confronti di qualsiasi paese. Si applicherà ugualmente a tutti i membri dell'OMC e terrà conto delle considerevoli distorsioni che si manifestano in determinati paesi e che trovano la loro origine nell'ingerenza dello Stato nell'economia. I membri dell'OMC non faranno più parte di un elenco di paesi sottoposti al cosiddetto metodo del "paese di riferimento". Quest'ultimo metodo sarà riservato ai paesi che non sono membri dell'OMC e non sono retti da un'economia di mercato.

Per determinare i casi di distorsione saranno presi in considerazione diversi criteri tra cui le politiche e l'influenza dello Stato, la presenza diffusa di imprese di proprietà dello Stato, la discriminazione a favore delle imprese nazionali e l'indipendenza del settore finanziario. La Commissione redigerà relazioni specifiche per paese o per settore nelle quali saranno individuate le distorsioni. Come accade già oggi, sarà compito dell'industria dell'UE presentare le denunce, ma essa potrà avvalersi delle relazioni della Commissione a sostegno delle proprie tesi.

La valutazione d'impatto della Commissione dimostra che il nuovo metodo si tradurrà in un livello di dazi antidumping generalmente equivalente a quello attuale.

La decisione di oggi fa seguito ai dibattiti orientativi del Collegio tenutisi a gennaio e luglio. Alla base della decisione odierna ci sono anche intensi contatti con le parti sociali e i portatori di interessi e una consultazione pubblica (che ha raccolto più di 5 300 risposte). È stata condotta una valutazione d'impatto completa per esaminare le implicazioni di una qualsiasi decisione su ciascuno Stato membro e su ciascun settore economico.

Grazie all'adozione di questo metodo l'UE sarà in grado di rispettare i suoi obblighi giuridici internazionali, di assicurare il mantenimento e l'ulteriore rafforzamento dell'efficacia dei suoi strumenti di difesa commerciale e di salvaguardare al tempo stesso gli attuali livelli generali di occupazione.

La proposta non sostituisce la proposta del 2013 relativa alla modernizzazione degli strumenti di difesa commerciale dell'UE. Quest'ultima semplificherebbe le procedure e in determinate circostanze permetterebbe all'UE di imporre dazi più elevati. Il Parlamento europeo ha adottato la sua relazione in prima lettura e la Commissione si aspetta che il Consiglio risolva rapidamente le divergenze che impediscono l'adozione dell'atto. Il Consiglio esaminerà la proposta venerdì 11 novembre.

Entrambe le proposte sono richiamate nella comunicazione "Verso una politica commerciale solida per l'UE nell'interesse della crescita e dell'occupazione" presentata dalla Commissione in vista del Consiglio europeo di ottobre.

[Fonte: Commissione Europea]



Eurocommerce: “Appello all’UE di dettaglianti e grossisti per la sicurezza dei prodotti”

In concomitanza con l’International Safety Week e la conferenza tenutasi la scorsa settimana a Bruxelles, il direttore generale di EuroCommerce, Christian Verschueren, ha esortato caldamente l’UE ad ulteriori azioni per la sicurezza dei prodotti, questione fondamentale per il settore del dettaglio e dell’ingrosso. L’UE dovrebbe occuparsi almeno delle questioni più importanti relative al pacchetto sicurezza dei prodotti:

"La fiducia dei consumatori è una priorità fondamentale per rivenditori e grossisti, ed i consumatori hanno bisogno di sapere che i prodotti che acquistano sono sicuri per loro e le loro famiglie. Con i grandi cambiamenti nel modo in cui la gente acquista e dove acquista, è importante avere un contesto operativo di sicurezza prodotto moderno e coerente, efficace, proporzionato e il più semplice possibile. "

Con la crescente tendenza per le vendite on-line di prodotti ai consumatori extraeuropei, aumentano i casi di prodotti non conformi, che possono potenzialmente causare danni sia ai consumatori che alle imprese che rispettano la legge. Dettaglianti e grossisti sostengono fortemente l'azione della Commissione per garantire che tutti i prodotti immessi sul mercato dell'UE siano sicuri. Allo stato attuale la questione sulla sicurezza dei prodotti è ancora bloccata in Consiglio. EuroCommerce accoglie quindi con favore gli sforzi della Commissione per garantire che gli aspetti positivi del pacchetto sicurezza non siano dimenticati. Ad esempio, riteniamo sia importante continuare a cercare il modo di definire chiaramente i ruoli e le responsabilità dei vari operatori economici lungo la supply chain, in particolare i produttori, gli importatori o i distributori di prodotti di consumo che non sono coperti da una legislazione specifica. Abbiamo anche bisogno di una parità di condizioni per l'applicazione, con l'obiettivo principale su come affrontare in modo efficace i commercianti disonesti, fornendo supporto e consulenza alle imprese oneste per garantire la conformità.

Dettaglianti e grossisti hanno bisogno di questo quadro, poiché l'incertezza provoca problemi sia ai commercianti che ai consumatori. Rinnoviamo pertanto il nostro appello a superare lo stallo in seno al Consiglio, che sta privando l'Europa di una normativa importante per garantire il benessere e la sicurezza dei consumatori.

[Fonte: EuroCommerce]



SOSTENIAMO IL VOSTRO FUTURO.



Ifo World Economic Climate

I risultati del sondaggio Ifo World Economic (WES) del 4 ° trimestre 2016

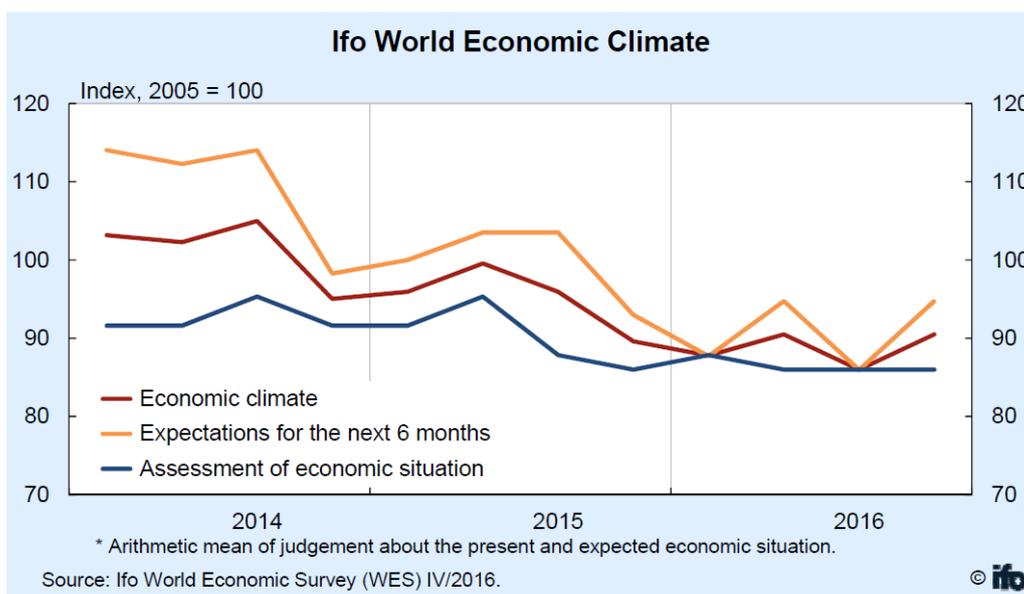
Il clima economico mondiale migliora

L'indice Ifo dell' economia mondiale è migliorato, aumentando da 4,5 punti a 90,5 punti nel quarto trimestre e tornano al livello registrato nel secondo trimestre. Nonostante questo miglioramento resta circa sei punti al di sotto della sua media di lungo periodo. La valutazione degli esperti della situazione economica attuale è rimasta sfavorevole, con nessun cambiamento dal secondo trimestre. Lieve miglioramento delle aspettative e l'economia mondiale sembra oscillare verso una moderata ripresa. Secondo le valutazioni degli esperti, l'elezione di Donald Trump come presidente degli Stati Uniti rappresenta il maggior rischio per l'economia mondiale. Al contrario l'elezione di Hillary Clinton sarebbe stata positiva. L'indagine è stata completata nel mese di ottobre.

Il clima economico è migliorato in tutte le regioni ad eccezione dell' Europa centrale e orientale e l' America latina. In Europa e in Nord America il valore del clima è di circa cinque punti indice sopra la sua media di lungo termine. Nelle economie avanzate la ripresa è leggermente più forte rispetto alle economie meno sviluppate. Nonostante un miglioramento generale, l'indicatore Ifo per l'Asia, l'America Latina, gli Stati della CSI, Medio Oriente e Africa è ancora molto al di sotto della sua media di lungo periodo. In Oceania l'indicatore ha raggiunto il suo valore medio.

Nel corso dei prossimi sei mesi, la media dei tassi di interesse brevi e a lungo termine sono destinati ad aumentare in tutto il mondo e in particolare negli USA. Nei prossimi sei mesi il dollaro americano continuerà a rafforzarsi.

[Fonte: Ifo Institute]





Dati delle fatture emesse e ricevute - Trasmissione telematica - Definizione modalità tecniche - Provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate del 28 ottobre 2016

L'Agenzia delle Entrate ha pubblicato il provvedimento del 28 ottobre 2016, recante: "Definizione delle informazioni da trasmettere, delle regole e soluzioni tecniche e dei termini per la trasmissione telematica dei dati delle fatture emesse e ricevute, per l'esercizio della relativa opzione e per la messa a disposizione delle informazioni ricevute ai sensi dell'articolo 1, commi 2 e 3, del decreto legislativo del 5 agosto 2015 n. 127".

Si ricorda che i soggetti passivi possono optare per la trasmissione telematica all'Agenzia delle entrate dei dati di tutte le fatture, emesse e ricevute, e delle relative variazioni riferite alle operazioni effettuate dal 1° gennaio 2017 (art. 1, co.3, D.lgs. n.127/2015 e ns. circ. n. 115/2015).

Gli stessi dati possono essere acquisiti dall'Agenzia delle entrate anche qualora il soggetto passivo, che ha esercitato l'opzione, trasmetta o riceva fatture elettroniche mediante il Sistema di Interscambio.

In attuazione della citata norma, con il provvedimento in esame sono state definite le informazioni da trasmettere, le regole e soluzioni tecniche nonché i termini per la trasmissione telematica dei dati delle fatture emesse e ricevute e delle relative variazioni.

Al fine di consentire la trasmissione telematica dei dati, per l'esercizio dell'opzione in esame, i contribuenti devono trasmettere, distintamente, le informazioni di tutte le fatture emesse nel corso del periodo d'imposta, le fatture ricevute e registrate, comprese le bollette doganali, nonché le relative variazioni, secondo le specifiche tecniche e le modalità di trasmissione, allegate al provvedimento in esame.

I dati devono essere trasmessi entro l'ultimo giorno del secondo mese successivo ad ogni trimestre, mentre la comunicazione relativa all'ultimo trimestre è effettuata entro l'ultimo giorno del mese di febbraio dell'anno successivo.

Per l'esercizio dell'opzione per la trasmissione telematica dei dati delle fatture, tale opzione può essere esercitata esclusivamente in modalità telematica, tramite un apposito servizio on-line presente sul portale web dell'Agenzia delle entrate, direttamente dal soggetto passivo IVA oppure da un suo delegato.

Il termine per l'esercizio dell'opzione è fissato al 31 dicembre dell'anno precedente a quello di inizio della trasmissione dei dati ed ha effetto per l'anno solare in cui ha inizio la trasmissione dei dati e per i quattro anni solari successivi ad esso.

Per i soggetti che iniziano l'attività in corso d'anno e che intendono esercitare l'opzione sin dal primo giorno di attività, viene previsto che l'opzione ha effetto dall'anno solare in cui essa è esercitata.

La revoca dell'opzione può essere esercitata esclusivamente in modalità telematica, mediante apposita funzionalità presente sul medesimo portale *web* dell'Agenzia delle entrate, entro il 31 dicembre dell'ultimo anno del quinquennio ed ha effetto a decorrere dal 1° gennaio dell'anno successivo.

Se non revocata, l'opzione si estende di quinquennio in quinquennio.

Le informazioni acquisite vengono tempestivamente messe a disposizione, in forma organizzata e sicura, dei soggetti passivi IVA che hanno esercitato l'opzione, così consentendo di instaurare un processo di confronto tra l'Agenzia e quei contribuenti per i quali, dall'analisi dei dati trasmessi, emergano potenziali incoerenze.

Tutte le modalità di trasmissione avvengono attraverso protocolli sicuri su rete internet, mentre l'autenticità dell'origine dei dati è assicurata mediante autenticazione del trasmittente.

La sicurezza in ordine alla consultazione degli archivi del sistema informativo dell'Anagrafe Tributaria, invece, è garantita da misure che prevedono un sistema di profilazione, identificazione, autenticazione ed autorizzazione dei soggetti abilitati alla consultazione, oltre che dalla tracciatura degli accessi effettuati.



**Un valido sostegno per imprese
che guardano oltre i confini**

Associazione Italiana Commercio Estero



Opportunità di business per gli associati

Con la presente rubrica proponiamo un panorama delle proposte commerciali che periodicamente giungono alla nostra sede da ogni parte del mondo. Il servizio si limita ad un lavoro di informazione: starà poi agli utilizzatori valutare la validità o meno delle varie proposte. I soci interessati a contattare le aziende citate possono richiedere gli indirizzi completi alla Segreteria Aice (Tel.027750320/1, Fax 027750329, E-mail: aice@unione.milano.it)

Offerta di prodotti

ROMANIA

Codice azienda: ROM/01

Nome azienda:
TRANSYLVANIA FOOD
COMPANY SRL

Settore: Alimentare

L'azienda è un produttore artigianale di conserve e liquori e vuole esportare i propri prodotti in Italia.

GRECIA

Codice azienda: GRE/01

Nome azienda: VERSION SA

Settore: Cosmetici

L'azienda vuole esportare cosmetici.



Richiesta di Joint Venture

ROMANIA

Codice azienda: ROM/02

Nome azienda: ORIENT
EXPRES INTERNATIONAL
SRL

Settore: Trasporti

La società si occupa di trasporti nazionali ed internazionali e vorrebbe stabilire rapporti di collaborazione, joint venture con aziende italiane mettendo a disposizione anche il proprio know-how tecnico.

Aice

Proprietario della testata



Direzione, amministrazione,
redazione
20121 Milano
Corso Venezia 47/49
Tel.: 02 77 50 320 - 321
Fax: 02 77 50 329
E-mail: aice@unione.milano.it
<http://www.aicebiz.com>

Direttore responsabile
Claudio Rotti

Stampato con mezzi propri

Anno LIII
Registrazione del Tribunale di
Milano, n° 6649 del 16 settem-
bre 1964

POSTE ITALIANE Spa - Spedizio-
ne a.p. - D.L. 353/2003 (conv.
in L. 27/02/2004 n. 46) art.1,
comma 2, DCB - Milano