

## IN EVIDENZA IN QUESTO NUMERO



**L'Editoriale: Assemblea Confcommercio**

**Calenda conferma: "Il governo non ha intenzione di aumentare l'IVA"**

**Sangalli: "Riconoscere il ruolo dei servizi di mercato nell'accelerazione del PIL"**

pag. 6

**Img Aice Academy**

**Workshop: Essere Creativi**

**Martedì, 4 Luglio 2017 ore 10.00**

pag. 7

**Workshop: Autorizzazioni dei beni dual use"**

**Martedì, 11 Luglio 2017 alle ore 9.00**

pag. 8

**Sondaggio: quanto è digitale la tua attività aziendale?**

pag. 9



**AICE firma l'accordo per l'internazionalizzazione con Regione Lombardia**

pag. 15



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

**Periodo di competenza: mensile GIUGNO e 2^ TRIMESTRE 2017**

**Martedì, 11 Luglio 2017**

pag. 23



**HONG KONG INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS FAIR**

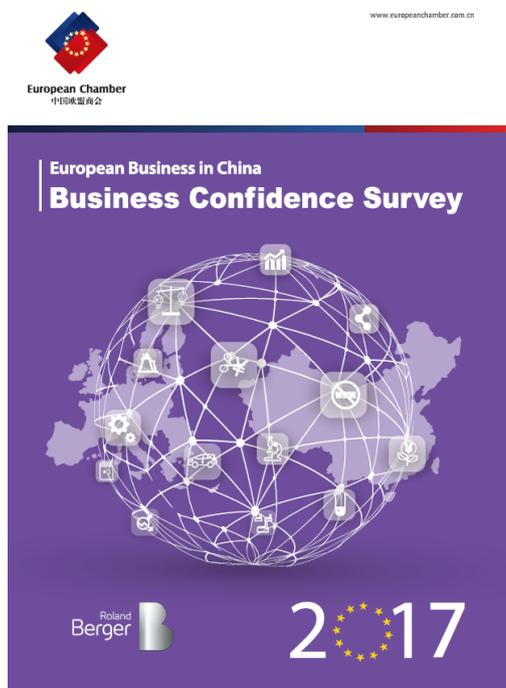
**Hong Kong, 9/11 Novembre 2017**

**Padiglione Italiano**

**Allestimento ITALY "Italian Upgrade Booth 2017"**

pag. 31

# A disposizione dei Soci Aice



## E'

a disposizione dei Soci l' "European Business in China - Business Confidence Survey" a cura di European Union Chamber of Commerce in China.

La guida è in lingua inglese.

**Argomenti trattati:** Business performance in review, a difficult environment going forward, outlook of European companies, unfulfilled reform promises, response from European business, about the European Union Chamber of Commerce in China.

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](mailto:aice@unione.milano.it)).

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

- "Nel mondo insieme all'Italia che cresce" (Not. 11 del 9 Giugno 2017)
- "Atradius Payment Practises Barometer" (Not. 10 del 25 Maggio 2017)
- "Guida Export Vino 2017" (Not. 9 del 10 Maggio 2017)
- "Market Monitor Beni Durevoli di Consumo" (Not. 8 del 26 Aprile 2017)
- "Export digitale: una sfida, tante opportunità" (Not. 7 del 10 Aprile 2017)

## 6

## QUI AICE

L'Editoriale: Assemblea Confcommercio  
Calenda conferma: "Il governo non ha  
intenzione di aumentare l'IVA"  
Sangalli: "Riconoscere il ruolo dei servizi di  
mercato nell'accelerazione del PIL"

pag. 6

Img Aice Academy  
Workshop: Essere Creativi  
Martedì, 4 Luglio 2017 ore 10.00

pag. 7

Workshop: Autorizzazioni dei beni dual use"  
Martedì, 11 Luglio 2017 alle ore 9.00

pag. 8

Sondaggio: quanto è digitale la tua attività  
aziendale?

pag. 9



AICE firma l'accordo per  
l'internazionalizzazione con Regione  
Lombardia

pag. 15

Museo Milano: storia del commercio estero a  
Milano e in Lombardia  
Parte VI - Anni di guerre

pag. 16

Servizi per i Soci  
AICE E ICHAM: una partnership per  
incrementare gli scambi tra Italia e Vietnam

pag. 18

Convenzione AICE - LANGUAGES AT  
WORK  
Servizio di traduzioni ed interpretariato

pag. 19

## 20

## LA FINESTRA DEI SOCI AICE

Presentazione di "Vossloh Kiepe srl"

pag. 20

Presentazione di "Altech Srl"

pag. 21

## 23

Presentazione di "FORTUNE International  
Transport srl"

pag. 22

## UNIONE CTSP E DINTORNI

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

Periodo di competenza: mensile GIUGNO e  
2^ TRIMESTRE 2017

Martedì, 11 Luglio 2017

pag. 23

Convenzioni Unione a disposizione dei Soci  
Aice

pag. 24

## 25

## PRIMO PIANO SULLA CONFCOMMERCIO

MIC - Misery Index Confcommercio: una  
valutazione macroeconomica del disagio  
sociale

pag. 25

Indicatore consumi Confcommercio: in ripresa  
a maggio

Resta una situazione di debolezza e incertezza

pag. 26

Convenzioni Confcommercio a disposizione  
dei Soci Aice

pag. 28

## 29

## EVENTI E CONVEGNI

Ecosistema startup: l'opportunità di fare  
impresa innovativa

7 Luglio 2017

pag. 29

## 30

## FIERE E MANIFESTAZIONI

La Dolce Vita - Food & Wine Event  
Presentazione con degustazione di prodotti  
alimentari italiani

Sofia, Bulgaria - 27 Settembre 2017

pag. 30

## 33

### NOTIZIE DAL MONDO

HONG KONG INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS FAIR  
Hong Kong, 9/11 Novembre 2017  
Padiglione Italiano  
Allestimento ITALY "Italian Upgrade Booth 2017"

pag. 31

Come costituire un'impresa straniera in Vietnam

pag. 33

Città alla ribalta: l'evoluzione dell'economia di Foshan

pag. 36

## 38

### DALL'UNIONE EUROPEA

The Dairy Market in China: Business Opportunities and Challenges

pag. 38

## 39

### IN BREVE DALL'ITALIA

Internazionalizzazione delle aziende  
Iran: panorama regolamentare sulla promozione e protezione degli investimenti

pag. 39

## 42

### WORLD BUSINESS

Opportunità di business per gli associati

pag. 42

## 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



“**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](mailto:aice@unione.milano.it)).



L'editoriale

## Assemblea Confcommercio

**Calenda conferma: "Il governo non ha intenzione di aumentare l'IVA"**

**Sangalli: "Riconoscere il ruolo dei servizi di mercato nell'accelerazione del PIL"**

In occasione dell'Assemblea Generale di Confcommercio, tenutasi lo scorso 8 giugno a Roma, il Ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, ha confermato le intenzioni dell'Esecutivo sulle clausole di salvaguardia.

"Uno straordinario discorso di passione, di contenuto, di forza, che fa capire come Confcommercio abbia una visione chiara del futuro". Così Calenda ha definito la relazione del presidente Sangalli. "Il ritmo del cambiamento attuale non è quello che dovrebbe essere. E' importante uscire dalla recessione, ma la crescita attuale è insufficiente dal punto di vista sociale, economico e finanziario".

Il Ministro ha poi parlato di incentivi e digitalizzazione, concordando con Sangalli sul fatto che Industria 4.0 dovrebbe davvero essere chiamata Impresa 4.0 perché disegnata proprio per le PMI. Si tratta di incentivi fiscali automatici che premiano chi fa gli investimenti, chi vuole davvero far crescere il Paese, si finanzia insomma ciò che veramente esiste. E' un'opportunità straordinaria.

Calenda ha affrontato la questione dell'IVA dichiarando: "non la aumentiamo, proprio stamattina ne ho parlato con Gentiloni e Padoan".

Il Presidente di Confcommercio, Carlo

Sangalli, ha affrontato nella sua relazione le tante questioni dell'economia nazionale all'ordine del giorno, sottolineando prima di tutto gli apprezzabili indizi di vitalità degli ultimi tempi, che però vanno sostenuti con l'unica strada percorribile: accelerare sulle riforme.

"E' presto per parlare di svolta", ha specificato Sangalli, ma comunque "va riconosciuto pienamente il ruolo dei servizi di mercato, cioè dei nostri settori, nell'accelerazione del PIL nella prima parte del 2017". Restano i gravi difetti strutturali che frenano il sistema produttivo del Paese, senza i quali si potrebbe sperare in un traguardo al 2% del PIL per il 2017. Si chiamano "eccesso di burocrazia, deficit di legalità, fragilità del sistema infrastrutturale e dell'accessibilità, ingiusto fardello tributario e insostenibile costo del lavoro che gravano su famiglie e imprese", ovvero "le principali questioni che frenano da oltre venti anni la crescita economica e lo sviluppo sociale del Paese". Come se ne esce? Per il presidente di Confcommercio è essenziale partire dal basso, assicurare l'effettiva partecipazione delle forze sociali alle scelte politiche.

Serve semplificazione, a partire dal buon funzionamento di quel sistema burocratico, che troppo spesso rappresenta solo un costo, e basterebbe investire in una credibile digitalizzazione che semplifichi la vita a cittadini e imprese, accrescendo

al tempo stesso la competitività. Insomma, serve innovazione, soprattutto nel terziario. Anzi, investire in innovazione nel terziario significa aiutare anche l'export dell'intero Paese. Tanto più che così come la dimensione delle imprese deve essere al plurale, allo stesso tempo al plurale deve essere l'attenzione ai settori economici. D'altronde, ha aggiunto Sangalli, "noi siamo convinti che come Associazione d'impresa più grande d'Europa non possiamo farci carico solo dei nostri interessi. Sarebbe legittimo ma miope. E a noi non basta perché non serve al Paese. Le nostre sono battaglie generali, per tutti". Come nel caso dell'Iva: "abbiamo apprezzato – ha detto Sangalli – la recente lettera del ministro Padoan che, chiedendo maggiore flessibilità sui conti pubblici, va certo nella direzione giusta. Ma non ci rassicura. L'aumento dell'Iva non è barattabile. Perché aumentare l'IVA significherebbe far crescere il già insostenibile peso fiscale su famiglie e imprese, penalizzare i redditi più bassi e, quindi, rinunciare ad ogni credibile prospettiva di sviluppo". Per il presidente di Confcommercio "il rapporto tra fisco ed imprese va ricostruito su basi diverse, a partire da una ragionevole e generalizzata riduzione delle aliquote Irpef".

Claudio Rotti



## Img Aice Academy Workshop: Essere Creativi Martedì, 4 Luglio 2017 ore 9.00

# Img Aice Academy

## Workshop

### Essere Creativi

Martedì 4 Luglio 2017  
ore 9.00



Scuola Superiore CTSP  
Viale Murillo, 17 - Milano

#### Relatore:

**Massimiliano Sossella**  
Esperto di strategia digitale  
e New Media

**La partecipazione è a pagamento  
(max 15 partecipanti)**

**PER ISCRIZIONI ONLINE**

**CLICCA QUI**

Le adesioni saranno accettate fino ad esaurimento dei posti disponibili e sarà data conferma tramite e-mail 3 giorni prima dell'evento.

Per maggiori informazioni  
Segreteria Aice  
Dr.ssa Veronica Caprotti  
Dr. Giovanni Di Nardo  
tel. 027750320/1

**Essere creativi** è il quinto dei 10 workshop pratici del programma di formazione digitale **Web Academy** organizzato da Aice, in collaborazione con Img Internet.

Giornata dedicata alla creatività e ad imparare le principali tecniche per diventare creativi nella propria comunicazione, con esempi ed esercizi.

**La partecipazione è a pagamento e sono previsti massimo 15 partecipanti.**

Il costo riservato ai soci Aice è di € 280,00 + IVA a partecipante.  
Il costo per i non soci è di € 320,00 + IVA a partecipante.

Le iscrizioni dovranno essere effettuate esclusivamente [online](#).

Il codice sconto, riservato ai soci Aice è: **IMG-AICE-2017**

### PROGRAMMA

#### Ore 9.00 Registrazione partecipanti

#### Ore 9.30 Introduzione

- Cos'è la creatività?
- Creatività, Invenzione, Innovazione, sono sinonimi?
- Breve storia del concetto di creatività
- Identificare gli ostacoli alla creatività

#### Ore 11.30 Pausa

- Il processo creativo/innovativo
- I 4 ruoli creativi
- Tecniche di creatività
- Brainstorming

#### Ore 13.00 Pausa pranzo

- Mappe mentali
- Tecnica dei 6 cappelli
- Il pensiero laterale
- Making the familiar strange and the strange familiar
- I Supereroi

#### Ore 15.30

- Esercitazioni creative

#### Ore 17.30 Chiusura lavori



## **Workshop: Autorizzazioni dei beni dual use” Martedì, 11 Luglio 2017 alle ore 9.00**

### **Workshop Autorizzazioni dei beni dual use**

**Martedì 11 Luglio 2017  
ore 9.00**

**Unione Confcommercio  
(Sala Turismo)  
Corso Venezia 47 Milano**

#### **RELATORE:**

**Oliver Simon**  
Schenker Italiana Spa

#### **PER ISCRIZIONI ONLINE**

**CLICCA QUI**

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

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

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

Il workshop ha l'obiettivo di illustrare le regole per l'esportazione di beni a duplice uso (dual use).

Sono considerati beni dual use i materiali, macchinari e software, che, pur non essendo progettati per scopi militari, possono trovare applicazione in questo ambito e sono quindi potenzialmente passibili di impieghi militari. L'Unione Europea, così come altre nazioni e l'Onu stessa, hanno disposto precisi regolamenti per il controllo di tali prodotti.

Per questo motivo la loro esportazione è soggetta a richiesta di autorizzazione il cui rilascio è di competenza del Ministero dello Sviluppo Economico.

L'incontro mira ad approfondire in modo operativo i vari tipi di autorizzazioni che si possono richiedere.

#### **PROGRAMMA**

9.00 Registrazione partecipanti

9.15 Apertura lavori

9.20 **La normativa UE e nazionale sulle esportazione dei beni dual use**

#### **Le tipologie di autorizzazioni**

11.00 Pausa

11.10 **La procedura di richiesta ed utilizzo delle autorizzazioni**

12.20 Quesiti e dibattito



## Sondaggio: quanto è digitale la tua attività aziendale?



**L'80% delle aziende intervistate dichiara di non vendere online, ma la comunicazione è orientata al digitale.**

A pochi mesi dal debutto della nuova iniziativa “Aice Web Academy”, organizzata in collaborazione con Img Internet, che consiste in un ciclo di corsi e workshop sulle tecnologie di comunicazione digitale, Aice ha deciso di avviare un’analisi per capire il livello di digitalizzazione delle aziende che operano sui mercati esteri, sottoponendo un questionario incentrato sulla comunicazione e vendita online.

**Dal sondaggio emergono risultati interessanti e in alcuni casi divergenti, che evidenziano l’attenzione e la volontà delle aziende a sviluppare le potenzialità delle proprie risorse digitali, ma che al contempo non ottengono gli effetti desiderati.**

Benché rispettivamente il 42% e il 38% delle aziende intervistate confermi di avere un sito multilingua, in inglese e altre lingue, **solo il 9% raggiunge più di 10.000 visualizzazioni mensili**, mentre quasi il 78% ottiene meno di 5.000 visualizzazioni.

Le scarse visualizzazioni sono in parte dovute alla modalità e canali di vendita utilizzati. Un’azienda che prevede operazioni commerciali online, come la vendita e-commerce dei propri prodotti, avrà con molta probabilità più occasioni di indirizzare i clienti e/o utenti sul proprio sito.

Infatti l’80% dei rispondenti dichiara di non vendere i propri prodotti online e solo il restante 20% vende per la maggior parte direttamente dal proprio sito, non avvalendosi quindi di piattaforme e-commerce come eBay, Zalando, Amazon ecc.



Di conseguenza **i ricavi dalle vendite online incidono in minima parte sul fatturato totale dell'azienda**. Per il 29% rappresentano meno del 5% delle entrate e per il 57% non incidono minimamente.

Questi risultati, che a prima vista possono apparire scoraggianti, sono influenzati dalla tipologia merceologica delle aziende intervistate. Infatti, il 74% di esse opera nel B2B, in quanto produce e commercia prodotti difficilmente vendibili online come componenti meccaniche e elettroniche, prodotti chimici e farmaceutici, servizi, macchinari industriali. Nel restante 25% sono concentrate le aziende che operano nel B2C, quindi più propense alla vendita diretta online, quali abbigliamento (13%), food&beverage (6%), mobili e oggettistica (4%), cosmetici (2%).

Rincuoranti sono invece i dati relativi all'uso dei social media, in quanto **il 50% delle aziende ha al proprio interno un team o una persona dedicata solo alla comunicazione digitale e alla gestione dei canali social**.

Il 58% delle aziende possiede un profilo Facebook e il 54% un profilo LinkedIn, che utilizzano anche come mezzo di comunicazione con i propri clienti e/o utenti, mentre solo il 24% ha un account Twitter e solo il 22% Instagram.

Gli strumenti di comunicazione maggiormente usati rimangono però le Newsletter e l'email marketing per il 51% del campione.

Per informazioni: Segreteria Aice  
Tel. 027750320  
[aice@unione.milano](mailto:aice@unione.milano)



---

## Quanto è digitale la tua attività aziendale?

### 1) La tua azienda ha un sito multilingua?

No	20,00%
Sì, solo in inglese	42,00%
Sì: inglese e altre lingue (specificare quali)	38,00%
	<ul style="list-style-type: none"><li>• francese</li><li>• francese</li><li>• francese</li><li>• tedesco, russo francese</li><li>• tedesco francese</li><li>• francese, spagnolo e a breve tedesco</li><li>• russo</li><li>• Francese, Portoghese, Spagnolo, Inglese, Greco, Turco, Olandese, Tedesco, Rumeno, Ungherese, Ceco, Polacco, Russo</li><li>• ted / fra</li><li>• Stiamo per lanciare il nuovo sito. Oltre all'inglese, sarà in francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese.</li><li>• polacco</li><li>• francese, spagnolo, tedesco, russo</li><li>• Alcune sezioni sono tradotte anche in tedesco e francese, oltre a inglese</li><li>• spagnolo, cinese, olandese, tedesco...</li><li>• francese</li><li>• francese, spagnolo</li><li>• russo, cinese</li><li>• Francese</li><li>• Spagnolo</li></ul>

### 2) Quante visualizzazioni mensili raggiunge il sito?

Meno di 5.000 visualizzazioni	77,78%
5.000 - 10.000 visualizzazioni	13,33%
Più di 10.000 visualizzazioni	8,89%

### 3) La tua azienda ha un profilo social? (scegliere una o più risposte)

Facebook	58,00%
Linkedin	54,00%

Twitter	24,00%
Instagram	22,00%
No	30,00%
Altro (Specificare)	14,00% <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pintrest</li> <li>• Google Plus, You tube</li> <li>• YouTube, SlideShare</li> <li>• Canale YouTube</li> <li>• Google+, Youtube</li> <li>• Pinterest google+</li> <li>• XING</li> </ul>

4) Quali dei seguenti strumenti utilizzi per comunicare con i tuoi clienti? (scegliere una o più risposte)

Newsletter	51,02%
Post su Facebook	38,78%
LinkedIn	26,53%
Ads su YouTube	2,04%
Twitter	14,29%
Email marketing	51,02%
Marketing diretto (incontri, telefonate, F2F)	63,27%
Altro (specificare)	6,12% <p>Risposte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• contatti diretti con gli agenti di zona</li> <li>• Fiere di settore</li> <li>• agenti</li> </ul>

5) All'interno della tua azienda è previsto un team o una persona dedicata solo alla comunicazione digitale e gestione social?

Sì	50,00%
No	50,00%

6) La tua azienda vende online?

Sì	20,00%
No	80,00%

7) Se sì, che canali predilige per la vendita online?

Diretta dal proprio sito	81,82%
Tramite piattaforme e-commerce (Amazon, ebay, Zalando ecc). Se si specificare quali:	18,18%

	<p><b>Risposte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• yoox</li> <li>• Amazon, Eprice, Monclick, + sito web</li> </ul>
--	---

**8) Quanto incide sul fatturato la vendita online?**

Per niente	<b>57,14%</b>
Meno del 5%	<b>28,57%</b>
5% - 10%	<b>3,57%</b>
10% - 30%	<b>7,14%</b>
30% -50%	<b>3,57%</b>
Più del 50%	<b>0,00%</b>

**9) Quale tipologia di prodotti vende la tua azienda?**

<b>Food &amp; beverage</b>	<b>6,38%</b>
<b>Tessile e accessori moda</b>	<b>12,77%</b>
<b>Mobili e oggettistica per la casa</b>	<b>4,26%</b>
<b>Cosmetici e prodotti per la cura della persona</b>	<b>2,13%</b>
<b>Altro (specificare)</b>	<p><b>74,47%</b></p> <p><b>Risposte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prodotti di marchi appartenenti a diverse categorie merceologiche</li> <li>• FARMACEUTICI</li> <li>• meccanica</li> <li>• Servizi di Logistica e Trasporto</li> <li>• impiantistica per la refrigerazione e il condizionamento</li> <li>• utensileria</li> <li>• servizi di spedizione internazionali</li> <li>• accessori per calzature</li> <li>• infissi e persiane</li> <li>• ingredients</li> <li>• impianti e tecnologia</li> <li>• componenti per l' industria</li> <li>• elettronica di consumo</li> <li>• componenti meccaniche</li> <li>• Componentistica per la filtrazione dell'acqua</li> <li>• strumentazione scientifica</li> <li>• utensileria</li> <li>• macchine industriali e carrelli elevatori</li> <li>• Particolari meccanici per il taglio</li> <li>• materiale per impiantistica elettrica industriale e civile</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Testing e certificazione</li> <li>• servizi</li> <li>• Servizi</li> <li>• Macchinari industriali</li> <li>• valvole, guarnizioni e prodotti per il settore oil&amp;gas</li> <li>• ventilatori industriali</li> <li>• Macchinari e impianti</li> <li>• strutture in acciaio</li> <li>• Decorazioni natalizie e giardino</li> <li>• servizi</li> <li>• Attrezzature per autofficine</li> <li>• servizi</li> <li>• Tecnologie per il controllo di reti di distribuzione (gas, acqua, fognature)</li> <li>• Ottica</li> <li>• servizi (trasporti internazionali!)</li> </ul>
--	---

**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](mailto:aice@unione.milano.it)

[www.aicebiz.com](http://www.aicebiz.com)



## AICE firma l'accordo per l'internazionalizzazione con Regione Lombardia

Lo scorso 7 Giugno Aice ha sottoscritto l'accordo partenariale per le politiche di internazionalizzazione del sistema economico ed imprenditoriale lombardo, promosso dall'Assessore e Vice Presidente di Regione Lombardia, Fabrizio Sala.



Gli obiettivi dell'accordo, sottoscritto oltre che da AICE anche da Confcommercio Lombardia e dalle principali associazioni imprenditoriali e dalle camere di commercio lombarde, è quello di favorire il processo di internazionalizzazione del sistema economico lombardo attraverso una strategia regionale unitaria, e di coordinare gli strumenti, servizi, risorse offerti dal sistema pubblico e privato legati al tema del commercio internazionale.

In particolare uno degli obiettivi principali a cui punta questo accordo, è quello di integrare i servizi e gli strumenti messi a disposizione da tutti i firmatari dell'accordo, mentre dal punto di vista di nuovi strumenti messi a disposizione da Regione Lombardia, ci saranno bandi di finanziamento per progetti di sviluppo internazionale, servizi di accompagnamento all'estero per PMI, orientamento e informazione per i mercati strategici.

Due punti che sono stati sostenuti da AICE e che verranno inclusi in questo piano per l'internazionalizzazione sono la promozione dell'import strategico, come leva competitiva per migliorare le performance delle imprese lombarde e favorire l'internazionalizzazione dei servizi.

Beneficiari di queste attività saranno le mPMI lombarde, differenziando gli strumenti a seconda del livello di esperienza internazionale di ciascuna impresa.

Le linee di azione invece si concentreranno sul **supporto istituzionale** da parte di Regione Lombardia e del Vice Presidente Sala per promuovere le imprese lombarde; **informazione**; **formazione e orientamento** per identificare i mercati obiettivo; **assistenza e accompagnamento** sui mercati esteri; **strumenti finanziari e assicurativi** a disposizione delle imprese.

Nelle prossime riunioni verranno organizzate le azioni per mettere in pratica le linee guida sottoscritte ed AICE informerà le aziende associate in merito a rilevanti novità ed opportunità messe a disposizione nel quadro di riferimento dell'accordo per l'internazionalizzazione.

Le aziende interessate possono contattare la Segreteria AICE per maggiori informazioni in merito (rif. Pierantonio Cantoni, tel 027750320, [pierantonio.cantoni@unione.milano.it](mailto:pierantonio.cantoni@unione.milano.it)).



## Museo Milano: storia del commercio estero a Milano e in Lombardia Parte VI - Anni di guerre

Museo Milano è il primo e unico museo virtuale che racconta la storia della Città di Milano in tutti i suoi aspetti. **Aice ha sponsorizzato la stanza virtuale dedicata alla storia del commercio estero a Milano.**

Continua su questo numero, seguendo il filo dell'evoluzione del commercio estero nel corso del tempo - dai primi insediamenti celtici ai giorni nostri - il quadro complessivo, articolato nel tempo, sullo sviluppo di quei settori dove Milano e il territorio lombardo si sono maggiormente distinti nell'arco di duemila anni.

**Ricerca storica e redazione scheda: Paolo La Rocca**

**LINEA DEL TEMPO: epoca 1800-1900**

### **L'industria lombarda dall'inizio del 1900 alla Seconda guerra mondiale**

Dopo la crisi del 1887, che colpì anche le esportazioni, tra il 1888 e il 1913 l'economia italiana ottiene risultati rilevanti rispetto al periodo precedente, ma ancora insufficienti: cresce il deficit alimentare e l'import di beni di consumo primari. L'industrializzazione accelera, ma siamo ancora lontani dai livelli dei Paesi più avanzati. L'industria lombarda prima della Prima guerra mondiale si presentava con Milano centro industriale, commerciale e finanziario, con i primi segni della crisi della industria serica "diffusa" e l'affermarsi del distretto comasco. I cotonifici si spostano rispetto ai tradizionali insediamenti, per le disponibilità di forza motrice. Rimangono alcuni poli tradizionali come il cartario a Salò e il metallurgico nel Lecchese. La crescita maggior riguarda il polo siderurgico-meccanico, presente nel Bresciano e, in modo più articolato, nel Milanese. Esiste poi una produzione "artigianale-industriale" di automobili e aerei.

La Prima guerra mondiale rafforza il sistema industriale in tutta la regione, e vede la nascita di nuovi produttori nella chimica, nelle fibre artificiali e nell'elettromeccanica. Cresce anche la loro dimensione. Negli anni Venti, la politica del cambio penalizza le imprese esportatrici tessili e meccaniche lombarde, mentre la liberalizzazione delle tariffe interne favorisce il comparto elettrico. Con la crisi degli anni Trenta e delle grandi imprese, ripartono le attività di nicchia — arredamento, pelletteria, abbigliamento — per un nascente ceto medio. La crisi internazionale e la politica del regime limitano la possibilità di commercio verso l'estero, mentre l'autarchia favorisce lo sviluppo del settore meccanico e chimico, sottraendolo alla concorrenza. Nel 1939, alla vigilia della Seconda guerra mondiale l'Italia figurava solo al 46mo posto nell'intercambio, con lo 0,13%, e al 12° in Europa.

MUSEO  
MILANO  
Rotary  
Distretto 2041

LA STORIA DELLA NOSTRA CITTÀ

---

## CURIOSITÀ: La ricchezza di Milano

“Ogni giorno nuove imprese si fondano, nuovi ‘finanziamenti’ hanno luogo sia per aziende locali che per altre di fuori, sia per industrie, commerci, produzioni agricole o imprese edilizie che esplicano a Milano e vicinanze la loro attività, sia di quelle che si estendono su tutta l’Italia. A quanto si può valutare la ricchezza di Milano? Nella insufficienza grande di dati precisi od anche attendibili è ardua ogni conclusione al riguardo. Si può però venire ad un cifra di una certa approssimazione basandosi sui redditi colpiti dalle tre imposte dirette principali: terreni, fabbricati e ricchezza mobile; sui depositi presso i vari Istituti di credito, sul movimento della stanza di compensazione, sul valore di alcuni titoli locali che si possono presumere in mano di cittadini, sugli interessi pagati per i fondi di Stato alla tesoreria locale, il tutto però conglobando in modo da non incorrere: da una parte in duplicati di stima e dall’altra in una eccessiva fiducia nelle cifre ufficiali; poiché si sa come certi redditi dei cosiddetti enti collettivi, i cui bilanci sono sottoposti al Fisco e che all’infuori di abilità di compilazione non possono ricorrere a troppe diminuzioni di “registrazioni” attive. Da calcoli istituiti in tal modo potrebbe desumersi che la ricchezza pubblica e privata di Milano si aggira dagli 8 ai 9 miliardi di lire di cui un miliardo e mezzo circa di ricchezza fondiaria ed il resto di ricchezza mobiliare (opifici, commerci, mutui, titoli, ecc.). E questa ricchezza mobiliare è la gran forza di Milano, è quella che la spinge a sempre nuovi investimenti produttivi nella città e nel Paese intero, tentando anche le vie dell’estero. Molti titoli esteri giacciono già nei forzieri milanesi e più ve ne entrano ogni di con fenomeno inavvertibile dai più ma noto a chi ha pratica di borsa e di banca. In molte imprese straniere il capitale milanese va partecipandovi sempre più anche con investimenti diretti non rappresentati da titoli. Milano sembra felicemente avviarsi alla potenza finanziaria. Lo spirito di iniziativa, l’amore al lavoro ed al risparmio dei suoi cittadini fanno presagire non lontano il tempo in cui, l’Italia cessata d’essere – e quasi sta per esserlo – un paese debitore per divenire un paese creditore, Milano assurgerà a mercato internazionale di capitali accrescendo vieppiù la sua importanza e riacquistando colle mutate proporzioni dei tempi moderni, la fama di città del lavoro e della finanza che godeva nella gloriosa epoca del Comune e del Ducato dei torioni dei Visconti e degli Sforza.



L'articolo, fu pubblicato nel 1906, durante l'Esposizione Internazionale di Milano, ed è tratto dall'antologia: Amministrazione Municipale di Milano, Milano nel 1906, Edizione fuori commercio, Tipografia Umberto Allegretti Milano, Milano, citata in Daniele Marconcini - Circolo storico della Stampa Lombarda - [www.lombardinelmundo.org](http://www.lombardinelmundo.org)

**Milano, La Rinascente. I grandi magazzini che erano stati fondati dai fratelli Bocconi per la vendita di abbigliamento confezionato, rilevati dal senatore Borletti nel 1917 e ribattezzati da D'Annunzio "La Rinascente", furono una di quelle attività che riuscì a sopravvivere e superare la terribile crisi economica degli anni Trenta.**



## Servizi per i Soci

# AICE E ICHAM: una partnership per incrementare gli scambi tra Italia e Vietnam

Servizi  
per i Soci



**AICE – Associazione Italiana Commercio Estero**, attiva da 70 anni per aiutare le aziende italiane a fare commercio con l'estero, e **ICHAM – Camera di Commercio Italiana in Vietnam**, con uffici ad Hanoi e Ho Chi Minh City, hanno stretto a Novembre di quest'anno un accordo di collaborazione per il quale AICE rappresenterà in Italia ICHAM.

L'accordo, con validità reciproca, ha con lo scopo di facilitare e incrementare le attività e i flussi commerciali tra Italia e Vietnam.

**AICE e ICHAM** infatti coordineranno dal 2017 una serie di attività a favore delle aziende associate fra cui

- *partecipazione ad eventi fieristici in Vietnam,*
- *accoglienza di delegazioni imprenditoriali in Italia e Vietnam,*
- *incontri d'affari con buyers in Italia*
- *formazione specifica sul mercato vietnamita.*

**AICE**, nata nel 1946, ha come obiettivo quello di facilitare e assistere le proprie aziende associate in tutte le attività di commercio con l'estero attraverso consulenze specifiche: doganali, fiscali, contrattuali... oltre ad assisterle in attività di business come fiere, missioni e incontri con buyers esteri e a svolgere un'intensa attività di formazione specifica.

**ICHAM** è la Camera Italiana per il Vietnam, riconosciuta ufficialmente dal Governo Italiano, che dal 2008 svolge un'azione fondamentale di "ponte" tra le economie dei due paesi e che sta seguendo la tumultuosa crescita del paese asiatico in modo attivo attraverso una serie di servizi fondamentali per i businessmen italiani o vietnamiti interessati a fare affari fra Italia e Vietnam.

Questo accordo di collaborazione segue l'omologo accordo già firmato da **AICE** con **ICCS – Camera di Commercio Italiana a Singapore**, e che rientra in una strategia di crescita e di presenza diretta italiana nel Sud Est asiatico, una delle aree più in evoluzione e con una maggiore crescita al mondo.

Le aziende interessate a ricevere maggiori informazioni possono contattare:

**AICE** Dr Pierantonio Cantoni [pierantonio.cantoni@unione.milano.it](mailto:pierantonio.cantoni@unione.milano.it) tel 027750320

**ICHAM** Dr Pham Hoang Hai [officer@icham.org](mailto:officer@icham.org) tel +84 4 3824 5997



## Convenzione AICE - LANGUAGES AT WORK Servizio di traduzioni ed interpretariato



Aice ha attivato una convenzione con **LANGUAGES AT WORK SRL** con l'obiettivo di mettere a disposizione delle aziende associate **servizi di traduzione ed interpretariato** a condizioni vantaggiose.

I servizi specialistici a disposizione dei Soci sono:

### TRADUZIONI

- ✓ Traduzioni in oltre 30 lingue e combinazioni linguistiche
- ✓ Traduzione di testi commerciali, legali, economico-finanziari, scientifici, tecnici, pubblicitari, redazionali Traduzione di siti e pagine web
- ✓ Revisioni traduzioni eseguite da terzi
- ✓ Traduzioni urgenti
- ✓ Asseverazioni, legalizzazioni

### INTERPRETARIATO

- ✓ Interpretariato simultaneo o consecutivo
- ✓ Chuchotage
- ✓ Interpretariato di trattativa e fieristico
- ✓ Interpretariato telefonico
- ✓ Hostess accoglienza e segreteria

Agli associati Aice sono riservate **tariffe agevolate** sul listino ufficiale.

**Si ricorda che per usufruire della convenzione è necessario comunicare di essere Soci Aice.**

Per maggiori informazioni le aziende interessate possono contattare la Segreteria Aice, D.ssa Veronica Caprotti (Tel. 027750320/1, Fax 027750329, E-mail: [veronica.caprotti@unione.milano.it](mailto:veronica.caprotti@unione.milano.it)).



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



## 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).

Inoltre è possibile pubblicare gratuitamente eventi e iniziative relative all’azienda.

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

**VOSSLOH KIEPE SRL**



**Principali Paesi in cui opera:** Germania, Italia, Austria, Spagna, Inghilterra, USA, Grecia

Vossloh Kiepe GmbH, azienda tedesca con sede a Düsseldorf e attiva sul mercato da più di 100 anni, fornisce equipaggiamenti elettrici di trazione completi per veicoli su strada e su rotaia (tram, filobus, treni regionali e veicoli ibridi). Dal 2002 Kiepe fa parte del gruppo Vossloh con sede a Werdhol (Germania). L’azienda ha fornito finora più di 2300 equipaggiamenti elettrici per veicoli su rotaia e più di 2000 per filobus.

I progetti in Italia sono gestiti da Vossloh Kiepe Srl, con sede a Cernusco sul Naviglio (MI). Vossloh Kiepe Srl si occupa della commercializzazione, vendita e assistenza tecnica dei sistemi e dei componenti prodotti dalla casa madre tedesca.

Le città italiane che hanno optato per forniture di sistemi per filobus a zero impatto ambientale e con tecnologia innovativa di Vossloh Kiepe sono, ad oggi, Milano, Verona, Genova, La Spezia, Parma, Modena, Bologna, Rimini, Pescara, Chieti, Avellino, Bari, Lecce e Cagliari.

Flessibilità, innovazione e rispetto per l’ambiente caratterizzano la filosofia dell’azienda. Grazie al coraggio di cambiare e alla motivazione di collaboratori altamente qualificati, Vossloh Kiepe è cresciuta fino alla posizione di leader mondiale.

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

## ALTECH Srl

**Principali Paesi in cui opera:** Tutta EUROPA

Sussidiarie ALTECH LA [www.altech-la.com](http://www.altech-la.com) ALTECH UK [www.altech-uk.com](http://www.altech-uk.com)

ALTECH US [www.altech-us.com](http://www.altech-us.com)



ALTECH - Advanced Labeling Technologies - è fra i maggiori produttori europei di etichettatrici industriali. In più di 25 anni ha progettato e messo a punto una vasta gamma di sistemi per l'etichettatura automatica di prodotti di qualsiasi tipo, sistemi di etichettatura in autoadesivo, per la decorazione, la codifica e l'identificazione dei prodotti e dei materiali in genere.

Costituita nel 1991 ALTECH rappresenta oggi un punto di riferimento nel panorama dei costruttori mondiali di etichettatrici. Dal suo stabilimento di Bareggio (MI) la società rilascia un migliaio di sistemi all'anno, che attraverso 80 distributori raggiungono oltre 50 paesi nel mondo, dalla Nuova Zelanda all'Argentina, dall'Islanda al Sud Africa. Una cinquantina di persone a produrre un fatturato di oltre 10 milioni di Euro, destinati per il 80% all'estero: dai piccoli ed economici applicatori automatici ALstep, alle testate ALritma altamente sofisticate e performanti; dai sistemi lineari completi ALline per l'etichettatura di flaconi piatti, ovali e cilindrici, ai sistemi ALpharma per l'etichettatura dei medicinali nel rispetto delle rigorose norme farmaceutiche. La gamma si completa con i sistemi di stampa & applicazione etichette in tempo reale ALcode, che impiegano i gruppi stampa a trasferimento termico della giapponese SATO, leader mondiale in questo settore, di cui ALTECH fra l'altro è business partner per l'Italia.

Al gruppo ALTECH fanno riferimento 3 sussidiarie in Sud America, UK e USA.

### **Sistemi di etichettatura e di identificazione dei materiali**

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



## Deposito Iva

### Vantaggi del deposito IVA e deposito FISCALE

Uno dei problemi che deve affrontare chi IMPORTA merce dall'estero è legato al dover pagare DAZIO ed IVA al momento stesso che la merce varca il confine del nostro Paese.

Poiché l'acquisto è legato ad una successiva vendita, dover pagare OGGI somme certe (DAZIO ed IVA) senza sapere se e quando la vendita andrà a buon fine (e quindi DAZIO ed IVA verranno recuperati/incassati dal consumatore finale) comporta la necessità di investire somme di denaro anche di grande consistenza. Eppure la legge italiana intende aiutare gli operatori del settore: gli strumenti ci sono, basta conoscerli ed usarli. Sapevate, ad esempio, che è possibile evitare di pagare il DAZIO nel momento in cui la merce arriva in Italia? Ma, soprattutto, **sapevate che è possibile evitare di versare l'IVA fintanto che la merce importata non viene effettivamente rivenduta al consumatore?**

Premesso dunque che l'IVA è una tassa che grava sulle spalle del consumatore finale, questa tassa viene normalmente ANTICIPATA (versandola al momento che la merce arriva in Italia) da parte della società che agisce come importatore. Ma, chiaramente, NON è l'importatore ad essere il DEBITORE nei confronti dello Stato: il DEBITORE è e rimane il consumatore finale.

Orbene, **utilizzando un magazzino (come il nostro) che permetta il "DEPOSITO FISCALE IVA", l'importatore può EVITARE di dover versare l'IVA al momento dell'importazione.**

Il versamento dell'IVA verrà fatto solo quando la merce verrà "immessa in consumo", insomma dopo che la merce verrà "estratta" dal magazzino e finalmente venduta.

Ci sono aziende che VERSANO ingenti somme di IVA al momento dell'arrivo della merce in Italia e poi ci mettono mesi, per non dire anni, per recuperare quelle stesse somme dai loro clienti (che sono e rimangono i veri debitori dell'IVA nei confronti dello Stato).

Insomma, **perché dunque PAGARE l'IVA al momento dell'arrivo della merce in Italia, quando invece la si può versare "dopo" averla effettivamente incassata, quindi dopo aver venduto la merce?**

La POSSIBILITA' di NON versare "subito" l'IVA (all'import) è prevista dalla nostra legislazione: **bisogna solo affidarsi ad operatori esperti e preparati, capaci di gestire le operazioni in maniera corretta e nel rispetto della normativa, utilizzando un magazzino "fiscale" idoneo ed abilitato.**

Bene: noi ce l'abbiamo! **Abbiamo il magazzino attrezzato per la gestione del DEPOSITO FISCALE IVA, siamo certificati A.E.O. e già offriamo, a clienti sia italiani che esteri, questi nostri specialistici servizi.**

Le aziende interessate ad entrare in contatto con FORTUNE Int. Transport srl, possono contattare la Segreteria Aice (Tel. 027750320/1 - Fax. 027750329 - E-mail: aice@unione.milano.it).



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

**Periodo di competenza: mensile GIUGNO e 2^ TRIMESTRE 2017  
Martedì, 11 Luglio 2017**

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 **GIUGNO e 2^ TRIMESTRE 2017**, sarà **aperto in data Martedì' 11 LUGLIO 2017**.

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'Intrastat.

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

## **Promozione sui mercati esteri**

# **Aice**



La **promozione** delle aziende associate sui mercati esteri prevede l'organizzazione di:

**-incontri d'affari all'estero**  
(missioni imprenditoriali)

e

**- incontri d'affari con aziende estere in Italia**  
(accoglienza delegazioni estere)



## 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 Sinergie Express Srl - Spedizioni documenti e piccoli colli

Sinergie Express offre ai suoi clienti un servizio di eccellenza e garantisce massima velocità, affidabilità e sicurezza nelle spedizioni.



Diventare cliente di Sinergie Express significa minimizzare i costi e ottenere il massimo.



### Per gli associati Confcommercio Milano

- acquisto abbonamento 10 corse a € 4,50/cad con **1 corsa in omaggio**
- acquisto abbonamento 30 corse a € 3,70/cad con **2 corse in omaggio**
- acquisto abbonamento 50 corse a € 3,50/cad con **3 corse in omaggio**
- acquisto abbonamento 100 corse a € 3,41/cad con **4 corse in omaggio**

L'abbonamento e la relativa fattura saranno recapitati **gratuitamente** ai Soci Unione Confcommercio.

SERVIZIO ESPRESSO su tutto il territorio nazionale entro 24 ore escluso Isole (+12 ore) comprensivo di compilazione lettera di vettura, ritiro immediato presso Vostri uffici, monitoraggio spedizione, conferma avvenuta consegna data/ora/nome in tempo reale (peso/volume 1 mc. = 300 Kg.).

Fino a 3 Kg. 4 tagliandi  
Fino a 10 Kg. 5 tagliandi  
Fino a 15 Kg. 6 tagliandi  
Fino a 20 Kg. 7 tagliandi

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



SEMPRE IN CIMA AI NOSTRI PENSIERI.



## MIC - Misery Index Confcommercio: una valutazione macroeconomica del disagio sociale

- Ad aprile l'indice di disagio sociale scende a 19,1 (-0,8)
- La disoccupazione estesa scende al 13,8%
- I prezzi dei beni e servizi ad alta frequenza d'acquisto aumentano del 2,2%

Il MIC [1] di aprile si è attestato su un valore stimato di 19,1 punti (-0,8 punti rispetto a marzo), consolidando la tendenza al ridimensionamento emersa nel mese precedente e ritornando sui valori di novembre dello scorso anno. All'andamento del MIC dell'ultimo mese ha contribuito sia l'ulteriore rallentamento del tasso di variazione dei prezzi dei beni e dei servizi ad alta frequenza d'acquisto, dal 2,7% di marzo al 2,2% dell'ultimo mese, sia il rientro della disoccupazione estesa, scesa di quattro decimi di punto.

Ad aprile 2017 il tasso di disoccupazione ufficiale si è attestato all'11,1% (11,5% a marzo). Il dato è sintesi di miglioramenti sia sul versante degli occupati che dei disoccupati. Il numero di persone in cerca di lavoro è diminuito di 106mila unità su base mensile e di 146mila rispetto a dodici mesi prima. Ad aprile il numero di occupati è aumentato di 94mila unità rispetto a marzo e di 277mila unità nei confronti di aprile del 2016. Segnali positivi sono emersi anche dalla CIG con una riduzione delle ore autorizzate del 58,1% su base annua. Si stima che le ore di CIG effettivamente utilizzate – destagionalizzate e ricondotte a ULA – siano diminuite di 3mila unità in termini congiunturali e di 51mila unità su base annua.

Anche sul fronte degli scoraggiati<sup>2</sup> è proseguita la tendenza al ridimensionamento: su base annua si stima una diminuzione di 141mila unità. Il combinarsi di queste dinamiche ha portato ad un ridimensionamento del tasso di disoccupazione esteso di quattro decimi di punto in termini congiunturali e di 1,3 punti nei confronti di aprile del 2016, collocandolo ai valori più bassi da inizio 2012.

Nello stesso mese i prezzi dei beni e dei servizi ad alta frequenza d'acquisto sono aumentati del 2,2% su base annua (+2,7% a marzo); al rallentamento hanno contribuito il rientro delle tensioni inflazionistiche del comparto degli alimentari freschi e, in misura più contenuta, dei carburanti.

I segnali emersi nell'ultimo mese sono indubbiamente incoraggianti. Per un concreto ridimensionamento dell'area del disagio sociale, in grado di restituire fiducia alle famiglie e migliorare le capacità reddituali, è, comunque, necessario che le tendenze, soprattutto sul versante del mercato del lavoro, si consolidino favorendo un rientro della disoccupazione ufficiale soprattutto nelle fasce di età più giovani.

1 Il Misery Index Confcommercio (MIC) misura mensilmente il disagio sociale causato dalla disoccupazione estesa (disoccupati, cassaintegrati e scoraggiati) e dalla variazione percentuale dei prezzi dei beni e servizi ad alta frequenza d'acquisto.

2 Gli scoraggiati inclusi nel calcolo della disoccupazione estesa utilizzata per la stima del MIC sono definiti come coloro che (1) si dichiarano in cerca di lavoro, (2) sono disponibili a lavorare nelle due settimane successive a quelle dell'intervista e (3) anche se non lo hanno fatto nelle ultime quattro settimane, affermano di aver compiuto una o più azioni di ricerca da 2 a 3 mesi prima dell'intervista.

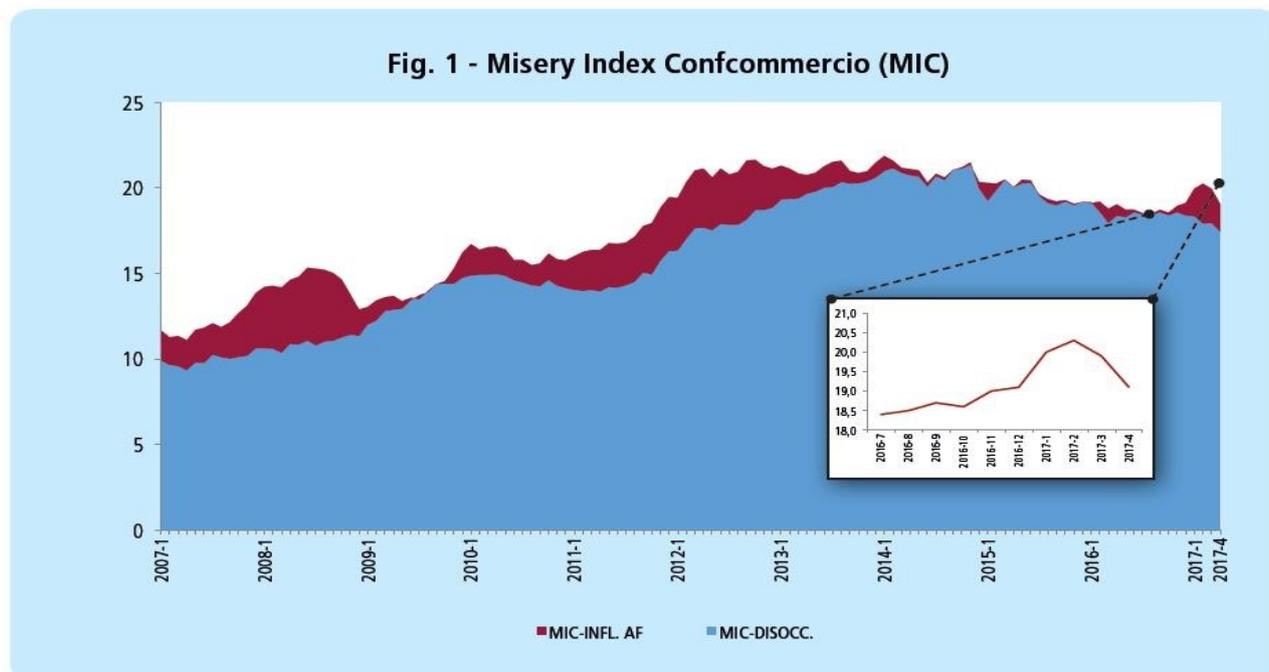


## Indicatore consumi Confcommercio: in ripresa a maggio Resta una situazione di debolezza e incertezza

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha registrato a maggio 2017<sup>[1]</sup> un aumento dello 0,4% rispetto ad aprile e dello 0,2% su base annua<sup>[2]</sup> (tabb. 1 e 2). Nonostante costituisca la migliore variazione congiunturale da febbraio 2016, la media mobile a tre mesi si stabilizza, confermando il permanere di una situazione di debolezza ed incertezza sul versante dei consumi.

La scarsa vivacità della domanda da parte delle famiglie si inserisce in un contesto in cui continuano ad alternarsi dati positivi e negativi che, seppure nel complesso tracciano una tendenza al miglioramento rispetto allo scorso anno, sono la conferma del percorso accidentato attraverso cui si dipana la ripresa dell'economia italiana.

Questa situazione si è tradotta a maggio in un deterioramento del clima di fiducia sia sul versante delle famiglie, che delle imprese.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia su dati ISTAT ed INPS.

Legenda: per le definizioni si veda la nota tecnica. I dati degli ultimi quattro mesi sono frutto di stime (cfr. la nota tecnica a pag. 3).

- 2 Gli scoraggiati inclusi nel calcolo della disoccupazione estesa utilizzata per la stima del MIC sono definiti come coloro che (1) si dichiarano in cerca di lavoro, (2) sono disponibili a lavorare nelle due settimane successive a quelle dell'intervista e (3) anche se non lo hanno fatto nelle ultime quattro settimane, affermano di aver compiuto una o più azioni di ricerca da 2 a 3 mesi prima dell'intervista.

---

## **LE DINAMICHE CONGIUNTURALI**

L'incremento in termini congiunturali registrato dall'ICC a maggio, dopo la frenata di aprile, è il risultato di un aumento sia della domanda di beni (+0,5%), che recupera parzialmente la perdita del mese precedente, sia della domanda relativa ai servizi (+0,3%).

Tra le singole funzioni di consumo l'unico incremento significativo si è registrato per la domanda di beni e di servizi per la mobilità (+2,2%), tornata a crescere dopo quattro mesi di trend negativo grazie al recupero della domanda di auto e moto da parte dei privati.

Un contenuto miglioramento ha contraddistinto la spesa per beni e i servizi per le comunicazioni (+0,3%), i beni e i servizi per la cura della persona (+0,3%) e i beni e servizi per la casa (+0,3%) in risalita rispetto ai risultati di aprile. In debole ripresa anche la domanda per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,2%) e per i beni e i servizi ricreativi (+0,1%).

Una variazione nulla si è riscontrata per la spesa di alimentari, bevande e tabacchi, mentre un ridimensionamento, seppur modesto, ha interessato la spesa per l'abbigliamento e le calzature (-0,1%).

## **LE DINAMICHE TENDENZIALI**

In termini tendenziali l'ICC di maggio ha mostrato una crescita dello +0,2. Il risultato è la sintesi dell'andamento positivo della domanda di servizi (+2,0%) e del calo della spesa per i beni (-0,6%).

Relativamente alle macro-funzioni di spesa, variazioni positive di rilievo hanno riguardato la spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni (+2,6%), per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+2,2%) e per i beni e servizi ricreativi (+1,2%). In moderato miglioramento è risultata anche la domanda di beni e servizi per la cura della persona (+0,2%).

Una riduzione dei consumi, su base annua, di un certo rilievo si è registrata per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,2) che proseguono il trend negativo dei mesi precedenti. In flessione, anche se meno accentuata rispetto al mese precedente, la domanda di beni e i servizi per la mobilità (-0,9%) e la spesa per l'abbigliamento e le calzature (-0,5%). È rimasta stabile la spesa per i beni e servizi per la casa.

## **LE TENDENZE A BREVE TERMINE DEI PREZZI AL CONSUMO**

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo<sup>[3]</sup>, per il mese di giugno 2017 si stima, rispetto a maggio, una variazione nulla. Nel confronto con giugno del 2016 l'inflazione dovrebbe attestarsi al +1,3%.

[1] I dati dell'ultimo mese devono essere considerati come stime provvisorie in quanto ottenuti attraverso l'integrazione dei dati disponibili con uno specifico modello di previsione ARIMA applicato alle singole serie mensili che compongono l'ICC.

[2] Dati destagionalizzati. A partire dal numero di aprile 2015 la destagionalizzazione è effettuata sui dati grezzi in quantità e non più sulle serie a valore, poi deflazionate.

[3] Stima mensile sull'andamento dei prezzi nel mese in corso relativa al NIC (Numero indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività). Il dato è riferito ad un insieme più ampio di beni e servizi considerati nell'ICC.



## 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 ITALO treno

**Qualità e comfort** a misura delle tue esigenze. Grazie all'ampia offerta di ambienti, differenziati nel carattere e nei servizi, sei tu a scegliere lo **stile del tuo viaggio** senza mai rinunciare a una **qualità** di alto livello.

Non classi, ma 4 ambienti principali Smart, eXtra Large, Prima e Club Executive declinati in 5 diversi modi di viaggiare, in un treno super moderno, tecnologico e attento all'ambiente:

- Per gli Associati Confcommercio **sconto del 40%** su tutte le tratte, per singoli acquisti delle offerte Flex, per l'ambiente **Prima** (non cumulabile con altre eventuali promozioni in corso). Possibilità di acquistare **Carnet Corporate** (il carnet ha validità 120 giorni dalla data di acquisto. Mono tratta e bidirezionale.



Partenza dal Lunedì al sabato. Non nominativo. Cambio data/ora gratuito) con lo sconto del **50%**.

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

## Connettiti, seguici informati



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



Seguici su Twitter all'indirizzo [twitter.com/AICEMilano](https://twitter.com/AICEMilano)



Trovaci su LinkedIn come <http://www.linkedin.com/pub/aice-associazione-italiana-commercio-estero/>

Informati sulle nostre iniziative all'indirizzo [www.aicebiz.com](http://www.aicebiz.com)



Eventi e  
convegni

## Ecosistema startup: l'opportunità di fare impresa innovativa 7 Luglio 2017



ASSINTEL  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
IMPRESE ICT



*Il nuovo progetto di Assintel dedicato alle **startup** innovative parte il **7 luglio**. Vuoi farne parte?*

### *Ecosistema startup: l'opportunità di fare impresa innovativa*

Un evento che lancia il programma speciale di Assintel per le startup, in cui conoscere il loro ecosistema ed esplorare gli strumenti concreti per farle decollare. Vieni a conoscerle!

### **A Milano il 7 luglio**

- **Sessione mattutina:** i numeri dell'ecosistema startup innovative, gli strumenti istituzionali, le competenze digitali
- **Sessione pomeridiana:** incontri one to one con gli investitori (riservata alle startup)

***La sessione mattutina è aperta anche a chi non è startup ma è interessato al progetto***

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice (Tel. 027750320/1, E-mail: [aice@unione.milano.it](mailto:aice@unione.milano.it)).



## **La Dolce Vita - Food & Wine Event** **Presentazione con degustazione di prodotti alimentari italiani** **Sofia, Bulgaria - 27 Settembre 2017**

L'Ufficio di ICE Sofia organizza, nell'ambito dell'Italian Festival Bulgaria 2017, la IX edizione del Food & Wine Event - La Dolce Vita, una presentazione con degustazione di vini e prodotti alimentari italiani, rivolta ad un pubblico professionale.

Il consumatore bulgaro da sempre mostra una notevole ricettività nei confronti delle specialità e degli ingredienti tipici della cucina italiana.

La ristorazione italiana è sempre più diffusa, ed i prodotti italiani sono sempre più presenti anche nella GDO; crescono gli acquisti da parte dei consumatori bulgari, soprattutto delle marche più conosciute.

Benchè i prodotti alimentari italiani siano ben posizionati sul mercato, esistono ancora degli spazi per nuovi prodotti e nuovi marchi. Questo riguarda soprattutto: pasta (anche in formato HORECA), riso, salse e condimenti per pasta, formaggi tipicamente italiani per due fasce di consumatori (medio-basso e medio-alto), prodotti sottolio (carciofi, pomodori secchi) olio d'oliva, piatti pronti e surgelati (soffocini, bastoncini di pesce e pesce), cioccolato, biscotti e dolci tipici.

Tra le bevande prosecco e spumante, vino bianco. La Bulgaria è un buon produttore di vino rosso, pertanto l'ingresso sul mercato di questo prodotto è più difficile.

L'iniziativa è inserita nel Programma del Festival Italiano dell'ICE, che include una serie di iniziative di promozione del Made in Italy. L'ufficio di Sofia coordinerà la partecipazione delle Aziende.

### **Il pacchetto di servizi offerti dall'ICE comprende:**

- a) un tavolo espositivo per ogni azienda allestito con: tovaglia, tovaglioli, bicchieri, caraffa per l'acqua e acqua, sputacchiera, pane/crackers, eventuale ghiaccio/frigo per i vini bianchi, piatti, postate, cavalierino con nome e logo aziendale. Per ogni tavolo non potranno essere rappresentati più di 3 marchi.
- b) Ogni azienda partecipante riceverà una lista di importatori distributori potenzialmente interessati ai suoi prodotti prima dell'evento.
- c) Azioni di comunicazione: realizzazione di un catalogo degli espositori che sarà distribuito ai visitatori, con i riferimenti aziendali, i principali prodotti ed il logo, pubblicità su siti e riviste.

**La quota per i servizi personalizzati è di 330 euro.**

Le adesioni saranno accettate **entro e non oltre il 30 giugno 2017.**

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, Dr. Pierantonio Cantoni (Tel. 027750320/1, E-mail: [aice@unione.milano.it](mailto:aice@unione.milano.it)).





## HONG KONG INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS FAIR Hong Kong, 9/11 Novembre 2017 Padiglione Italiano Allestimento ITALY “Italian Upgrade Booth 2017”

Anche per l'edizione 2017, ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane curerà la partecipazione italiana all'Hong Kong International Wine & Spirits Fair, fiera internazionale dedicata alle bevande alcoliche e non, ai servizi, investimenti, accessori ed attrezzature legati al vino, nonché all'olio ed ai prodotti alimentari di accompagnamento al vino.

La manifestazione, organizzata dall'Hong Kong Trade Development Council-HKTDC e giunta alla 10<sup>a</sup> edizione, si svolgerà ad **Hong Kong dal 9 all' 11 Novembre 2017**, presso l'Hong Kong Convention & Exhibition Centre - Wan Chai e sarà aperta anche al pubblico nella sola giornata del 11 Novembre 2017.

L'edizione **2016** ha visto la partecipazione di **1.067 espositori** provenienti da 37 paesi, occupando una superficie di **16.627 mq** ed è stata visitata da **19.418 buyer** provenienti da 68 paesi. Il **Padiglione Italiano ha registrato il maggior numero di presenze** con i suoi **163 espositori**. Tutte le informazioni sono disponibili sul sito ufficiale della fiera <http://m.hktdc.com/fair/hkwinefair-en/HKTDC-Hong-Kong-International-Wine-and-Spirits-Fair.html>

### COSTI DI PARTECIPAZIONE

L'area del **Padiglione Italiano** coordinata da ICE-Agenzia ospiterà, in forma singola o collettiva, le aziende italiane dei settori merceologici ammessi. Sono possibili varie forme di partecipazione:

- Partecipazione con allestimento HKTDC di tipo **STANDARD**. Il costo di un'unità pari a **9sqm** e' di **US\$6,485**;
- Partecipazione con allestimento HKTDC di tipo ITALY “Italian Upgrade Booth 2016” di 9 mq (3x3) al costo di **US\$6,675 (US\$6,485 + US\$190)**. Tale allestimento sarà realizzato appositamente per gli espositori italiani secondo i progetti e con gli arredi.

Hong Kong International Wine & Spirits Fair

9-11 November 2017  
Hong Kong Convention and Exhibition Centre

APPLY BOOTH REGISTER

General Information For Exhibitor For Visitor For Press Plan for Visit

SPARKLING BUSINESS  
OPPORTUNITIES FOR THE  
WINE INDUSTRY

Hong Kong International Wine & Spirits Fair

- 
- Prenotazione di **area nuda** per un minimo di 18 mq al costo di **US\$618 al mq**, con allestimento scelto dall'azienda ed a proprio carico.

Alle Associazioni, CCIAA, Consorzi, ecc. che intendono partecipare in forma collettiva è richiesta:

- una prenotazione d'area nuda complessiva di almeno 45 mq, che preveda almeno 4,5 mq per ciascun espositore al suo interno;

- in alternativa, una prenotazione di uno stand preallestito di almeno 9 mq per ogni singolo espositore.

Sono concesse le seguenti **agevolazioni**:

- **Early Bird Discount**: sarà applicato lo sconto del 5% sul costo base di partecipazione per adesioni e pagamenti effettuati **entro il 30 Giugno 2017**; lo sconto è del 10% per gli espositori presenti nell'edizione 2016;
- **Volume Discount**: e' previsto un ulteriore sconto del 5% concessoci dall'ente fiera HKTDC per l'edizione 2017 della HKIWSF;
- 
- **ulteriori sconti ed agevolazioni** sono riportati in dettaglio nel modulo di iscrizione in allegato.

Gli sconti non si applicano sulla differenza tra il costo dell'allestimento **Italian Upgrade Booth 2017** e Standard, pari a US\$190. Il totale degli sconti applicati non può superare il 20%.

#### **MODALITA' DI ADESIONE**

Per partecipare è necessario iscriversi **compilando la scheda di adesione entro e non oltre il 15 Luglio 2017**.

Le iscrizioni ed i pagamenti pervenuti entro il 30 Giugno 2017 godranno della scontistica di cui sopra.

Una copia dell'Application Form, compilata, firmata e timbrata dovrà essere inviata a **ICE-Agenzia Ufficio di Hong Kong** ( hongkong@ice.it ).

**Se nuovi espositori, insieme con il modulo di iscrizione sarà necessario fornire la Visura Camerale dell'azienda.**

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, Dr. Pierantonio Cantoni (Tel. 027750320/1, E-mail: [aice@unione.milano.it](mailto:aice@unione.milano.it)).



## Come costituire un'impresa straniera in Vietnam

Il governo vietnamita adotta un approccio proattivo nei confronti degli investimenti diretti esteri. Basti pensare, ad esempio, ai numerosi incentivi finalizzati ad attirare flussi nel Paese, oltre alla riduzione al 20% dell'aliquota dell'imposta sul reddito societario. Perciò, le imprese e gli individui interessati ad approfittare dell'ambiente favorevole agli investimenti del Paese devono essere consapevoli delle diverse strutture disponibili agli investitori stranieri per accedere al mercato.

Ci sono due principali modalità d'ingresso per gli investimenti stranieri in Vietnam: imprese a totale partecipazione straniera (WFOE, dall'inglese Wholly Foreign-Owned Enterprise) e Joint Ventures (JV).

Le WFOE possono essere costituite da uno o più investitori stranieri come Società a responsabilità limitata o Società per Azioni. Le JV possono essere costituite come Società a responsabilità limitata, Società per Azioni o come imprese collettive (partnership). Il profitto e il rischio di una JV sono distribuiti tra le parti in proporzione al rispettivo apporto di capitale. Altre opzioni per costituire una società in Vietnam includono uffici di rappresentanza e filiali, che però non rappresentano soggetti giuridici indipendenti.

In questo articolo, indichiamo i requisiti per la costituzione, i propositi comuni, così come i pro e i contro dei seguenti strumenti di investimento:

- Società a responsabilità limitata
- Società per Azioni
- Partnership
- Ufficio di rappresentanza
- Filiale
- Contratti di cooperazione commerciale
- Progetti specifici autorizzati

### **Società a responsabilità limitata**

WFOE e JV possono essere costituite come Società a responsabilità limitata. In una Società a responsabilità limitata, i membri sono responsabili per i debiti della società nella misura del loro contributo di capitale alla società.

Solitamente, non ci sono requisiti minimi di capitale per gli investitori stranieri che intendono costituire una Società a responsabilità limitata in Vietnam, sebbene le autorità si aspettino che l'investitore si impegni con una cifra che rispecchi le dimensioni e l'attività del progetto.

Una Società a responsabilità limitata può essere composta da uno o più membri, mai superando però i cinquanta membri. Gli investitori possono essere sia persone fisiche che giuridiche.

Nota: una Società a responsabilità limitata non può emettere azioni.

## Società per Azioni

WFOE e JV possono anche essere costituite come Società per Azioni. Una Società per Azioni può emettere titoli e obbligazioni: gli investitori che progettano di quotare la società in borsa in futuro sceglieranno questa forma.

Il capitale iniziale della società è composto da azioni appartenenti agli azionisti fondatori, in proporzione al capitale che hanno immesso. Agli investitori stranieri, non è richiesto un capitale iniziale minimo.

Una Società per Azioni deve avere almeno tre azionisti. Non c'è limite al numero massimo di azionisti, né alla loro natura: possono essere persone fisiche o giuridiche, vietnamiti o stranieri.

## Partnership

Un'impresa collettiva, o partnership, è un soggetto giuridico costituito da almeno due individui, che sono i membri della partnership e comproprietari dell'impresa. Questi sono i soci accomandatari e sono responsabili per gli obblighi della partnership senza alcun limite. Tali soci a responsabilità illimitata devono essere individui che possono essere responsabili per le obbligazioni della società proporzionalmente al suo patrimonio.

Nota: le partnership non possono emettere alcun tipo di titolo

## Uffici di rappresentanza

Al contrario di JV e WFOE, a un ufficio di rappresentanza è vietato l'esercizio di attività che generano direttamente profitti. Invece, agli uffici di rappresentanza è permesso svolgere ricerche di mercato, fungere da intermediario per la casa madre all'estero e/o svolgere altri ruoli di supporto, come garantire il controllo qualità, fungere da showroom per i prodotti e facilitare l'esecuzione dei contratti della casa madre. Al contrario di altri Paesi in Asia, agli uffici di rappresentanza in Vietnam è concesso assumere personale direttamente, sia vietnamita che straniero.

## Filiali

Una filiale è una controllata di una società madre e non costituisce un soggetto legale a parte secondo le norme vietnamite.

A differenza di un ufficio di rappresentanza, una filiale è autorizzata a fare affari in Vietnam, nonostante la legge le proibisca di condurre attività commerciali diverse da quelle indicate nella licenza commerciale della casa madre. Se conduce attività in un settore a cui sono applicate restrizioni, la filiale è autorizzata a operare solo secondo le condizioni indicate.

Per costituire una filiale, la casa madre deve aver esercitato la sua attività per almeno cinque anni.

Vietnam's Foreign-Invested Entity Market Entry Options			
Structure Type	Common Purposes	Pros	Cons
Limited Liability Company	<ul style="list-style-type: none"><li>• Separate legal entity</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Liability limited to capital contribution</li><li>• No restrictions on the scope of business</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cannot issue shares</li><li>• Maximum 50 members</li></ul>
Joint-stock Company	<ul style="list-style-type: none"><li>• Separate legal entity</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Liability limited to capital contribution</li><li>• No restrictions on the scope of business</li><li>• Can issue shares and go public</li><li>• No limitation on the maximum number of shareholders</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Three or more shareholders required</li><li>• Supervisory Board required for most joint stock companies, depending upon the number and type of investors</li></ul>
Partnership Company	<ul style="list-style-type: none"><li>• "Half-separate" legal entity</li><li>• Generally used for professional services offered by individuals (e.g.: architects)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• One of the partners can be excluded from unlimited liability</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Requires at least two general partners</li><li>• Individually liable for the partnership debts without limit</li></ul>
Representative Office	<ul style="list-style-type: none"><li>• Non-separate legal entity</li><li>• Market research activities</li><li>• Liaison with overseas parent company</li><li>• Supporting activities</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Easy registration procedures</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cannot conduct profit-making activities</li><li>• Parent company bears liability</li></ul>
Branch Office	<ul style="list-style-type: none"><li>• Non-separate legal entity</li><li>• Commercial activities within the parent company's scope</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Can carry out commercial activities within the parent company's scope</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Business scope limited to that of the overseas parent company</li><li>• Parent company bears liability</li></ul>

---

## Strutture alternative

### *Contratti di cooperazione commerciale*

Un contratto di cooperazione commerciale viene firmato tra diverse parti, tipicamente tra un investitore straniero e una società locale o il governo, con l'obiettivo di svolgere attività commerciali in Vietnam, sulla base di un'attribuzione comune delle responsabilità e della condivisione degli utili e delle perdite, senza creare o formare un soggetto giuridico in Vietnam. Questo tipo di attività commerciale è una forma di finanziamento privato, senza il trasferimento del controllo della gestione a un socio straniero.

### *Progetti specifici autorizzati*

I contratti di costruzione-operazione-trasferimento, costruzione-trasferimento-operazione e costruzione-trasferimento sono progetti specifici eseguiti da un investitore straniero e da un'agenzia governativa autorizzata.

Questi strumenti d'investimento aggiuntivi sono stati introdotti in Vietnam per attrarre capitale internazionale nel settore delle infrastrutture. L'ambito dell'attività può andare da traffico, elettricità, produzione e commercio o un numero di settori ristretti come disposto dal Primo Ministro.

La differenza tra questi contratti è il momento in cui il progetto viene trasferito al governo, vale a dire: dopo l'inizio del progetto; prima che l'investitore inizi le operazioni di un progetto; o immediatamente dopo la conclusione del progetto.

**Informazione**

**Aice**

Essere informati con tempestività è il modo migliore per fare scelte strategiche nei mercati internazionali

**Aice è una guida sicura per affrontare e vincere la sfida dei mercati internazionali**



## Città alla ribalta: l'evoluzione dell'economia di Foshan

Foshan è la terza città per grandezza nella provincia cinese del Guangdong e parte dell'immensa Zona Economica del delta del Fiume delle Perle.

Nel 2015, il PIL di Foshan ammontava a RMB 800 miliardi (circa USD 123 miliardi). In quell'anno, la città aveva attratto USD 2,4 miliardi di investimenti diretti esteri (IDE), con una media di USD 10 milioni per investimento, diventando così la terza destinazione di investimenti stranieri nel Guangdong.

L'economia della città si basa principalmente sull'industria manifatturiera, compresa la produzione di vari tipi di macchinari ed attrezzature. Particolarmente rilevante è l'industria di prodotti elettronici, che rappresenta il 50 per cento della produzione mondiale di condizionatori e frigoriferi.

Tuttavia, in linea con l'impegno di Pechino per modernizzare l'industria manifatturiera del Paese, l'economia di Foshan si modellerà sul programma "Made in China 2025", che porta con sé nuove opportunità in città per gli investitori stranieri.

### La Zona di Sviluppo Industriale High-tech di Foshan

Approvata nel dicembre 1992 dal Consiglio di Stato, la Zona di Sviluppo Industriale High-tech di Foshan (*Foshan High-Tech Industrial Development Zone, FHIDZ*) ricopre un'area di circa 48,6 km quadrati ed è posizionata vicino al centro della città, traendo vantaggio della vicinanza con **Guangzhou, Shenzhen, Hong Kong, e Macao**.

L'area è diventata una delle realtà più importanti dell'industria high-tech in Cina ed ha sviluppato una catena industriale completa per la produzione di attrezzature che integra R&S, progettazione tecnica, componenti chiave, macchinari di precisione, integrazione di sistemi, promozione dei brand, fiere esclusive.

Nanhai Park, in particolare, è il parco più grande della FHIDZ, ha ricche risorse naturali, è ben posizionato e dispone di infrastrutture efficienti.

Nanhai Park è anche la prima zona sperimentale completa dedicata alla finanza, scienza, tecnologia e innovazione nell'integrazione industriale nel Guangdong. Chimei, Honda e Toshiba sono soltanto alcuni tra i maggiori investitori nel Nanhai Park. Anche la HSBC ha aperto il suo centro servizi principale in quest'area, dimostrando l'interesse crescente per gli investimenti in settori come quello bancario, delle securities e assicurativo.

Altre zone importanti all'interno della FHIDZ sono il Distretto di Shunde, in cui si trovano Toyota e Nortel, e il Distretto di Chancheng, scelto come "National Torch Plan Foshan Precision Equipment Manufacturing Base" nel 2008, in cui sono presenti importanti aziende che operano nei settori elettronico, della meccanica e delle costruzioni industriali.

---

### **Politiche per gli investimenti**

Sebbene l'economia di Foshan dipenda principalmente dal settore secondario, le autorità locali stanno incoraggiando la crescita del settore terziario.

In particolare, la Zona per i Servizi Finanziari High-tech di Guangdong, situata all'interno del Nanhai Park, promuove la crescita dei servizi finanziari ed attrae investimenti esteri nell'area.

Le cifre più recenti, risalenti a giugno 2015, mostrano che la Zona per i Servizi Finanziari High-tech di Guangdong ha attratto 237 imprese per un totale di RMB 51,8 milioni (USD 7,43 milioni) di investimenti. I progetti interessano diversi settori dei servizi finanziari, come quelli bancario, delle *securities*, *venture capital* privato, finanziamenti e finanza digitale.

Il governo di Foshan vuole costruire una *Silicon Vallery* finanziaria per fornire sostegno finanziario allo sviluppo di industrie high-tech nel Guangdong e nel resto della Cina e per attrarre i migliori talenti sia dalla Cina che dall'estero.

### **Made in China 2025**

Nel 2015 Pechino ha lanciato l'iniziativa "*Made in China 2025*", con l'obiettivo di trasformare la Cina nel primo tra i Paesi industrializzati entro il 2049, ispirandosi chiaramente alla strategia industriale tedesca "*Industry 4.0*".

Come parte della strategia, il governo centrale utilizzerà strumenti finanziari e fiscali, sosterrà la creazione di centri per l'innovazione dell'industria manifatturiera, rinforzerà la protezione dei diritti sulla proprietà intellettuale (PI) e promuoverà un uso più efficace della PI nelle strategie di business.

In parte grazie a *Made in China 2025*, si prevede che il PIL di Foshan crescerà ad un tasso annuo del 7,5 per cento, raggiungendo i RMB 1,15 trilioni nel 2020. Inoltre, è previsto che il volume totale del commercio estero della città cresca ad un tasso annuo del 3 per cento, raggiungendo così USD 80 miliardi nel 2020.

Il progetto è stato ideato per cambiare strutturalmente l'economia di Foshan. Il settore terziario dovrebbe generare oltre il 40 per cento del PIL locale nel 2020; il 40 per cento del valore aggiunto delle industrie dovrebbe provenire dall'industria manifatturiera avanzata; la manifattura di prodotti high tech dovrebbe costituire il 60 per cento della produzione industriale totale; e le spese destinate a R&S dovrebbero ammontare al 3,2 per cento del PIL. Il governo locale intende inoltre sviluppare il settore culturale e del turismo, in modo che possa rappresentare il 12 per cento del PIL entro il 2020.

### **Per concludere**

Foshan è un'area che si sta sviuppando rapidamente ma che ancora dipende principalmente dall'industria manifatturiera. Tuttavia, il settore terziario è in crescita, in parte grazie a *Made in China 2025*.

Il governo locale si sta impegnando per cambiare la struttura economica della città, promuovendo il settore dei servizi e facendovi leva per attrarre investimenti, sostenendo in questo modo la modernizzazione del settore secondario. L'economia di Foshan offre dunque importanti opportunità per gli investitori stranieri.

A cura dello studio Dezan Shira & Associates ([www.dezshira.com](http://www.dezshira.com)). Per maggiori informazioni vi invitiamo a contattare il seguente indirizzo: [italiandesk@dezshira.com](mailto:italiandesk@dezshira.com).



## The Dairy Market in China: Business Opportunities and Challenges



**Pubblicazione a cura di EU SME Centre**

Ai Soci Aice è riservato uno **sconto del 10% sull'acquisto della pubblicazione.**

**Prezzo: 50 Euro**

As China's urbanisation expands and the middle class continues to grow, consumers' demand for high-quality dairy products is predicted to further increase in the next ten years. The adjustment of China's one-child policy and the abolition of the EU milk quota system also add a positive impact on the market opportunities for European dairy products in the country. 20 out of the 28 EU member states now have facilities authorised to export dairy products to China.

The EU SME Centre's report on The Dairy Market in China helps European dairy brands gain the best insights into the Chinese market, having sufficient and reliable data and information on hand to make the right business decisions when it comes to China.

This 65-page report reveals detailed market data and analysis for the major categories of dairy products within the sector, covering milk, infant milk formula, cheese, yoghurt and ice cream. For each category, you will find valuable data on the market size, import trend by value and volume, insights to market drivers and Chinese consumer behaviour and a list of international and domestic players in the market.

The Chinese market is changing fast, from sales channels to pricing, from changing regulations to new entry ways such as cross-border e-commerce. It was unthinkable two years ago that dairy products could be delivered direct from, for example, a UK supermarket chain, European online shopping platforms or a Dutch milk brand's cold chain logistics. This means a box of milk could take just three-four days to ship from the source to the Chinese consumer's home.

You will learn in this report which countries are leading the dairy products exports to China by category and the best-selling brands in the market. It is worth reading if you want to cope with the vast array of required knowledge to sell dairy products in China, to use it as sales or planning tool, keep track of information, or give better advice as a consultant to your own clients.

### Contents

#### Definition and Segments of Dairy

#### Main Policies and Regulations for Dairy Products

#### Market Overview: Market Size, Performance, Market Drivers, Consumer Behaviour, Competitive Landscape

- Milk
- Infant Milk Formula
- Cheese
- Yoghurt
- Ice Cream

#### Top Selling Products and Prices

#### Market Entry Modes

- Export to China
- Setting up a base in China
- E-commerce
- Regulations: Importing Dairy Products to China
- Customs
- Tariff and Tax

#### Opportunities and Challenges

L'EU SME Centre è l'ufficio dell'Unione Europea situato a Pechino, dedicato ad assistere le PMI europee che vogliono fare business o che già operano sul mercato cinese, fornendo loro assistenza nella creazione, sviluppo e mantenimento delle attività commerciali in Cina. Il sito ufficiale è [www.eusmecentre.org.cn](http://www.eusmecentre.org.cn)





## **Internazionalizzazione delle aziende Iran: panorama regolamentare sulla promozione e protezione degli investimenti**

La promozione e protezione degli investimenti è stata favorita dal Paese sin dal 1955 mediante l'adozione di un *corpus* regolamentare a ciò strettamente finalizzato, volto ad un riconoscimento formale del diritto, da parte dell'investitore straniero, a realizzare investimenti diretti nonché afferenti plurimi e diversificati settori di mercato. Il processo di apertura dell'Iran nei riguardi degli investitori stranieri è stato infatti avviato con la promulgazione di una normativa specifica, *Law of Attraction and Promotion of Foreign Investment*, ratificato con l'emanazione di un provvedimento di diritto interno noto come *Foreign Investment Protection and Promotion Act - FIPPA*.

Si tratta del principale strumento posto a beneficio dell'investitore straniero interessato ad uno stanziamento di risorse *in loco*, volto ad una politica di progressivo investimento, promosso ed incentivato da numerosi vantaggi a garanzia dell'investitore, *inter alias*, la possibilità di aver il medesimo trattamento accordato all'operatore iraniano, il riconoscimento di garanzie tanto in ordine al rimpatrio dei capitali unitamente ai profitti investiti e/o conseguiti; quanto di garanzie poste a tutela dai rischi di espropriazione e nazionalizzazione.

Peraltro, l'imprenditore straniero può godere della libertà di esportazione dei beni prodotti dall'impresa partecipata ed, in ogni caso, può giovare della possibilità di provvedere alla vendita dei beni sul mercato interno con relativo trasferimento del ricavato all'estero, grazie alla sussistenza di canali bancari specifici, a ciò dedicati. L'investitore straniero è tutelato anche nel caso di restrizioni e/o impedimenti legislativi varati *ex post* rispetto all'avvio dell'attività di business intrapresa, dal momento che lo stesso Governo iraniano, qualora si verificassero tali contingenze, si impegna a farsi carico, direttamente, del rimborso del capitale investito, senza ritardo alcuno.

Ulteriore garanzia offerta dal Governo iraniano in luogo di peculiari accordi di investimento, in seguito ai quali lo stesso figura quale unico partner rispetto all'investitore straniero, l'acquisto dei prodotti e dei relativi servizi generati dall'investimento medesimo, vengo rimborsati o, comunque acquisiti da parte dello Stato. Oltre a tali privilegi ammessi in favore dell'operatore straniero da parte degli accordi FIPPA, l'investitore può usufruire di una procedura autorizzativa indubbiamente agevolata, concessa da parte del Consiglio per gli Investimenti Esteri e dell'*Organization for Investment Economic and Technical Assistance - OIE-TAI* – a condizione che l'imprenditore rispetti almeno uno dei requisiti espressamente previsti e che si stanziino in investimenti aventi un oggetto predefinito - e, che in particolare riguardino macchinari, attrezzature, materiali di ricambio, sfruttamento di brevetti e *know how* tecnico – ovvero che i fondi siano convertiti in valuta locale o, se non convertiti, devono essere impiegati esclusivamente al fine di effettuare acquisti, ordini e forniture inerenti il solo investimento straniero.

La promozione degli investimenti viene altresì incentivata, nell'ambito dello speciale regime regolamentare previsto ai sensi del FIPPA, anche alla possibilità di accedere a partecipazioni in società di diritto iraniano. Sul punto la normativa di diritto sostanziale prevede dei limiti in ordine alla quota partecipativa in società di diritto iraniano cui può accedere un cittadino straniero che, non può essere eccedente al 49%; tuttavia suddette restrizioni vengono superate dal regime autorizzatorio FIPPA che, invece consente di investire in

---

quota societarie sino alla misura del 100%, concordemente al principio di reciprocità. È bene comunque precisare che, in ogni caso, la possibilità di ottenere i benefici di cui al *Foreign Investment Protection and Promotion Act*, non viene ad essere tassativamente esclusa anche per investitori che, seppur stranieri, non soggiacciono a tale disciplina. Di contro, infatti gli investimenti stranieri possono ben radicarsi anche secondo forme giuridico – contrattuali che esulano dalla normativa particolare sin ora esposta; ma che tuttavia sono suscettibili di conseguire i medesimi incentivi propri del *Foreign Investment Protection and Promotion Act*. In specie, si ravvisano taluni accordi costruiti ad hoc per determinate finalità di investimento quali il *Civil Partnership Agrrements* unitamente al *Buy Back* che, si configurano rispettivamente nei termini di un accordo di partnership teso a predeterminare gli investimenti e le percentuali di profitto pro capite e, l'altro, nei modi di una pattuizione volta alla concessione in licenza di un giacimento minerario, dietro il pagamento di un'apposita *royalty*, diretto allo sfruttamento economico dello stesso per un periodo di tempo contrattualmente determinato. Afferente la medesima categoria, ma di matrice sicuramente più articolata è invece il *Build Operate Transfer* il quale si sostanzia in una fattispecie contrattuale adoperata dal Governo iraniano al fine di commissionare ad un'impresa privata specializzata, la costruzione di un'opera infrastrutturale - di natura pubblica o privata – consegnata, al conseguimento della stessa, al *developer* ed essere poi riassorbita dal controllo statale.

All'assetto normativo e regolamentare sin qui delineato e, destinato alla promozione degli investimenti in favore di un qualunque imprenditore alieno, si affiancano una serie di accordi bilaterali intervenuti tra Italia ed Iran e, dunque, dedicati strictu sensu ai nostri connazionali.

Nel 2002 i due Paesi hanno concluso e ratificato un “*Accordo Iran e Italia sulla reciproca promozione e protezione degli investimenti*”, il quale prevede un pacchetto di agevolazioni nell'ottica di acquisire un mutuo nonché reciproco vantaggio economico. È infatti mediante normative pensate per il rimpatrio garantito di capitali, al riconoscimento di un diritto di prelazione sulla rivendita del bene espropriato, sull'ottenimento di un risarcimento per danni e/o perdite economiche derivanti da conflitti armati e stati di emergenza che si fondano le agevolazioni in discorso, avvalorate da una disciplina a tutela della nazionalizzazione, confisca, espropriazione di beni e misure ed essi equivalenti nonché dall'individuazione di forme di assicurazione rispetto ad eventuali limitazioni all'investimento imposte in nome del pubblico interesse e, per le quali viene riconosciuta una compensazione corrispondente al valore di mercato dell'investimento, attualizzato al momento immediatamente precedente all'adozione della restrizione eventuale. È innegabile ed intuitivo come la promozione degli investimenti in Iran sia accompagnata anche da un regime fiscale particolarmente vantaggioso in talune aree territoriali che, allo scopo di attirare sempre maggiormente l'investimento estero, hanno predisposto facilitazioni sia nel trattamento dei dati tributari che in riferimento alla corresponsione di imposte gravanti sull'importazione di merci, oltre a prevedere un'importante esenzione dal pagamento dei dazi doganali.

A questi fini si annovera una *Free Trade Zone* ad una *Special Economic Zone*. La prima, pensata nell'ottica di favorire il rifiorire dell'economia interna a seguito della composizione del conflitto Iracheno con l'istituzione di zone di libero scambio volte a gettare le basi per un futuro mercato delle esportazioni con i Paesi dell'Asia Centrale. All'uopo, in questo perimetro territoriale vigono esenzione dai dazi doganali per le importazioni di materie prime ed immobilizzazioni destinate alle imprese, esenzione per una durata pari ad anni venti dalla corresponsione di tasse patrimoniali e sui redditi, adempimenti societari facilitati, servizi bancari flessibili, assenza di limitazioni per le transazioni bancarie, libertà di circolazione dei capitali nonché ulteriori benefits connessi all'investimento in risorse organizzative e capitale umano. Per favorire ulteriormente l'ingresso di capitali sono state create tre numerose zone, delle quali si annoverano fra le principali le Isole di Kish, Queshm e Chambahar, dotate di infrastrutture e tecnologie di avanguardia nonché di un network digitale altamente qualificato e modernizzato. La *Special Economic Zone* invece si configura

come un'area a legislazione speciale grazie alla quale è possibile svolgere attività di commercio al dettaglio godendo di benefici equiparati a quelli concessi nella *Free Trade Zone* alle quale però accedono perlopiù imprese dirette alla produzione e commercializzazione su larga scala. Queste infatti pur non essendo delle zone extraterritoriali, da un punto di vista fiscale, offrono allo stesso modo agevolazioni e vantaggi sia in riferimento alle esenzioni da tasse e imposte, che in ordine alle facilitazioni doganali che non pongono impedimenti al transito di beni tali da confluire sui mercati di riferimento. Pertanto, anche in tale ambito territoriale di privilegio fiscale, non vigono limitazioni e/o divieti presenti nel resto del Paese. Agevolazioni fiscali e doganali ideate per zone differenziate, incentivi agli investimenti rappresentano una valida opportunità da cogliere e sfruttare da parte degli imprenditori stranieri assorbendo le utilità offerte dal Paese ed inglobando le stesse entro un'ottica di arricchimento commerciale mediante la creazione di new business a condizioni incontestabilmente competitive ed altamente concorrenziali nell'alveo dell'odierno mercato di capitali proprio del contesto imprenditoriale.

[Fonte: Studio Legale Iannantuoni- Cerruti&Associati Avv. Luciano Iannantuoni]





## 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

#### UNGHERIA

**Codice azienda:** UNG/01

**Nome azienda:**  
INNOVASTER - TRADE  
KFT

**Settore:** Imballaggio  
alimentare

La società ungherese vuole esportare una nuova tecnologia per la sterilizzazione dei prodotti ittici o in scatola (packed food).

**Codice azienda:** UNG/02

**Nome azienda:** INTEGRAL  
FOOD INDUSTRY and  
TRADE Zrt.

**Settore:** Alimentare

L'azienda ungherese attiva dal 1946, vuole esportare patè di oca e prodotti affini.



#### ROMANIA

**Codice azienda:** UNG/03

**Nome azienda:** KREA -  
WOOD

**Settore:** Legno

L'azienda produce oggettistica di design in legno e vuole esportare in Italia.

**Codice azienda:** ROM/01

**Nome azienda:** EXE GREEN  
HOLDING SRL

**Settore:** Risparmio energetico  
L'azienda si occupa di fornire soluzioni per il risparmio energetico (software, know-how).

# 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

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

Stampato con mezzi propri