IN EVIDENZA IN QUESTO NUMERO

L'Editoriale: "Le relazioni UE - Turchia: la posizione della societa' civile"
pag. 6

Seminario: "Prodotti a contatto con gli alimenti: requisiti di sicurezza necessari per l'importazione e la commercializzazione nei paesi europei"
Martedì, 21 Febbraio 2017 ore 8.45
pag. 8

Workshop: "China: Wechat strategy for small business"
Milano, 23 Febbraio 2017 ore 8.45
pag.9

Missione imprenditoriale in Argentina
Buenos Aires, 15/17 Maggio 2017
pag. 10

Confcommercio incontra a Bruxelles la vicepresidente della Commissione europea Mogherini
pag. 21

Seminario "Hong Kong centro del business in Asia: nuove opportunità per le aziende italiane"
Milano, 21 Febbraio 2017 ore 17:00
pag. 26

Seminari sugli Investimenti negli USA
28 Febbraio, 1 e 2 Marzo 2017
pag. 27

U.S. - EU Joint Report on TTIP Progress to Date
pag. 34

UE e Messico d'accordo per accelerare i negoziati commerciali
pag. 39

A disposizione dei Soci Aice

E' a disposizione dei Soci la pubblicazione "The most promising markets of 2017" a cura di Atradius.

La pubblicazione, in lingua inglese, presenta i migliori mercati più promettenti per le opportunità di business nel 2017 in base alle precedenti performance e ai miglioramenti previsti.

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:

- **"Trade Sector Review" (Not. 2 del 26 Gennaio 2017)**
- **"Guida per l'esportazione in Iran" (Not. 1 del 12 Gennaio 2017)**
- **"Report on G20 Trade Measures" (Not. 22 del 22 Dicembre 2016)**
- **"Rimpatriare gli utili dal Vietnam" (Not. 21 del 12 Dicembre 2016)**
- **"Esportare con successo in Cina" (Not. 20 del 25 Novembre 2016)**

6 **QUI AICE**

L'Editoriale: "Le relazioni UE - Turchia: la posizione della societa' civile"
pag.6

Seminario: "Prodotti a contatto con gli alimenti: requisiti di sicurezza necessari per l'importazione e la commercializzazione nei paesi europei"
Martedì, 21 Febbraio 2017 ore 8.45
pag.8

Workshop: "China: Wechat strategy for small business"
Milano, 23 Febbraio 2017 ore 8.45
pag.9

Missione imprenditoriale in Argentina
Buenos Aires, 15/17 Maggio 2017
pag.10

Corsi di formazione gratuiti per le aziende associate
Corsi Aice - Ebiter 2017 - Ultimi posti disponibili
pag.11

Museo Milano: storia del commercio estero a Milano e in Lombardia
Parte III - Dai comuni ai Visconti
pag.12

Servizi Aice: missioni imprenditoriali personalizzate: Singapore, Thailandia, Vietnam, Argentina
pag.14

Convenzione Aice - SCS Venturini Spedizioni internazionali
pag.16

17 **LA FINESTRA DEI SOCI AICE**

Scheda di presentazione di "Pogliani Srl"
pag. 17

Scheda di presentazione di "Delta Elettronica Srl"
pag. 18

News da S.G.S. - Italia S.p.A.
pag. 19

20 **UNIONE CTSP E DINTORNI**

Le retribuzioni convenzionali per il 2017 dei lavoratori italiani all'estero
pag. 20

Convenzioni Unione a disposizione dei Soci Aice
pag. 20

21 **PRIMO PIANO SULLA CONFCOMMERCIO**

Confcommercio incontra a Bruxelles la vicepresidente della Commissione europea Mogherini
pag. 21

Latte e prodotti lattiero caseari - Indicazione dell'origine in etichetta della materia prima - Decreto 9 dicembre 2016
Disciplina attività commerciali
pag. 22

Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci Aice
pag. 25

26 **EVENTI E CONVEGNI**

Seminario "Hong Kong centro del business in Asia: nuove opportunità per le aziende italiane"
Milano, 21 Febbraio 2017 ore 17:00
pag. 26

Seminari sugli Investimenti negli USA
28 Febbraio, 1 e 2 Marzo 2017
pag. 27

Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca dell'Osservatorio Export
Mercoledì, 15 Marzo, ore 9.30 - 13.00
pag. 28

29 FIERE E MANIFESTAZIONI

Mobile World Congress
Barcellona, 27 Febbraio/2 Marzo 2017
Collettiva espositori coreani PAD 7G61
pag. 29

Missione imprenditoriale in Oman
Mascate, 8/9 Marzo 2017
pag. 30

Incontri con produttori ed esportatori malaysiani in concomitanza con la 14° Malaysia International Halal Showcase (MIHAS 2017)
4 Aprile 2017
pag. 31

32 NOTIZIE DAL MONDO

Il settore delle bevande in Vietnam
pag. 32

34 DALL'UNIONE EUROPEA

U.S.- EU Joint Report on TTIP Progress to Date
pag. 34

La Commissione propone, quale incentivo alle riforme, un migliore accesso al mercato per lo Sri Lanka
pag. 37

Brexit news
pag. 38

UE e Messico d'accordo per accelerare i negoziati commerciali
pag. 39

40 IL PUNTO SULLA NORMATIVA ITALIANA

Regolamento 178/2002 - procedure per il richiamo di prodotti non conformi e avvio del sistema di pubblicazione dei dati inerenti i prodotti richiamati. Circolare ministeriale.
pag. 40

SISTRI - Decreto Milleproroghe - sospensione sanzioni fino a tutto il 2017
pag. 42

Modello IVA 2017 - Approvazione - Provvedimento Agenzia delle Entrate del 16 gennaio 2017
pag. 43

44 WORLD BUSINESS

Opportunità di business per gli associati
pag. 44

Aice Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Aice
Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

"**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

Le relazioni UE-Turchia: la posizione della societa' civile

Le relazioni con la Turchia rappresentano uno dei fronti più delicati per l'Unione Europea. Gli eventi del 2016, (l'evoluzione della guerra civile in Siria, l'emergenza migranti, i diversi attacchi terroristici che hanno colpito il Paese, il tentato golpe di luglio) hanno complicato notevolmente il quadro, con ripercussioni anche sulla complessa situazione dei negoziati per l'ingresso della Turchia nell'Unione Europea. A questo si aggiunge la proposta della Commissione Europea di rivedere ed aggiornare l'accordo doganale tra UE e Turchia, che ha importanti implicazioni di carattere commerciale per entrambe le parti.
Il Comitato Economico e Sociale Europeo, organo consultivo di Parlamento e Commissione UE, di cui faccio parte in rappresentanza del settore terziario, ha espresso la posizione della società civile (imprese, sindacati e terzo settore) attraverso una dichiarazione dell'organismo dedicato a monitorare le relazioni con la Turchia, ossia the *EU-Turkey Joint Consultative Committee (JCC)*.
Di seguito vengono riportati i tratti salienti della dichiarazione congiunta, pubblicata a seguito degli incontri che il JCC ha tenuto in Turchia lo scorso dicembre.

Il Comitato condanna fermamente il tentativo di presa del potere con mezzi militari e l'attacco contro il governo democraticamente eletto e l'ordine costituzionale avutosi in Turchia il 15 luglio 2016, esprime profondo cordoglio per le vite perse a difesa dei valori democratici e solidarietà alla società civile turca. Vi è, inoltre, profonda preoccupazione per gli attacchi condotti dai gruppi terroristici. Il Comitato esprime solidarietà per le vittime e condanna fermamente questi attacchi contro i cittadini turchi e dell'UE e contro i valori della democrazia e dell'umanità. Tuttavia, il Comitato sottolinea che il diritto a un processo equo e giusto dovrebbe essere rispettato e che tutte le misure adottate dovrebbero rafforzare ulteriormente la democrazia, i diritti civili e la coesione sociale, nel rispetto dei diritti fondamentali universali, dell'indipendenza della magistratura e dello Stato di diritto. La Turchia è membro del Consiglio d'Europa dal 1950 e ha la responsabilità di rispettarne gli obblighi ai sensi della Convenzione Europea dei diritti dell'uomo. Il Comitato si augura vivamente che lo stato di emergenza venga a cessare al più presto possibile perché colpisce il popolo turco e la società civile.

Lo stato delle relazioni UE-Turchia

Il JCC accoglie con favore l'apertura dei capitoli di negoziazione 17 (Politica economica e monetaria) e 33 (Disposizioni finanziarie e di bilancio). Inoltre, è condivisa la raccomandazione di aprire le negoziazioni anche sui capitoli 23 (giudiziario e diritti fondamentali) e 24 (Giustizia, libertà e sicurezza). In linea con i capitoli 23 e 24, i membri del JCC ancora una volta evidenziano che il dialogo UE-Turchia debba dare effettiva attuazione dei diritti e delle libertà fondamentali sulla base di:
Stato di diritto e l'indipendenza del potere giudiziario;
libertà di espressione senza timore di discriminazione;
libertà dei media;
libertà di associazione e di riunione;
diritti e parità di genere femminile;
diritti sindacali;
diritti delle minoranze, compresi i gruppi sessuali, religiosi o culturali;
diritti dei consumatori.

Situazione economica e sociale in Turchia

Il JCC ha espresso preoccupazione per il rallentamento del ritmo di crescita economica in Turchia e per la caduta degli investimenti diretti esteri, a causa dei recenti sviluppi della situazione politica. Il JCC sottolinea che le tensioni geopolitiche nell'area hanno influenzato negativamente l'economia, con un calo particolarmente drammatico nel settore del turismo. Turchia ed Unione Europea restano partner molto importanti. Deve persistere la volontà di aumentare i livelli di cooperazione, a condizione che il rispetto dei valori europei fondamentali e dei principi della democrazia, dello Stato di diritto e dei diritti umani sia garantita in ogni momento. Gli eventi dopo il fallito colpo di stato del 15 luglio hanno dato luogo ad una situazione unica e del tutto eccezionale a livello politico, economico e sociale, che si va ad inserire in un contesto già molto teso nella regione. Il deterioramento dell'ambiente economico e il rallentamento nell'attuazione delle riforme strutturali sono fonte di grande preoccupazione per i membri del Comitato.
Il JCC ritiene che debbano essere implementate misure e politiche per promuovere i diritti fondamentali del lavoro e il lavoro dignitoso al fine di facilitare la transizione dall'economia sommersa all'economia formale, aumentando così la base imponibile per i governi e la concorrenza leale tra le imprese. Il Comitato riconosce le opportunità che il commercio equo e la responsabilità sociale per le imprese possono fornire alle aziende turche ed europee.

I progressi nella ridefinizione dell'Unione Doganale tra Unione Europea e Turchia

I membri del JCC sottolineano l'impatto positivo avuto dall'Unione Doganale dal momento della sua entrata in vigore nel 1995, che ha portato il commercio bilaterale tra UE e Turchia a triplicarsi. Inoltre, l'Unione Doganale ha permesso alla Turchia di raggiungere un certo grado di allineamento legislativo con la legislazione europea e ha portato la Turchia ad adottare norme e regolamenti che l'hanno aiutata nel processo di integrazione nell'economia globale.
Tuttavia, il Comitato sostiene che l'Unione Doganale debba essere modernizzata e ampliata, includendo i settori economici al momento esclusi e inserendo un capitolo sulla sostenibilità, così da rilanciare le relazioni commerciali bilaterali.
Il JCC rileva che l'attuale Unione Doganale presenta difficoltà per la Turchia nel momento in cui l'UE sviluppa accordi di libero scambio con Paesi terzi. La Turchia, infatti, resta esclusa dalle condizioni preferenziali accordate all'Europa dai Paesi partner, mentre questi ultimi possono raggiungere il mercato turco a condizioni preferenziali, passando attraverso l'Europa. I membri del Comitato condividono la preoccupazione delle autorità e della comunità imprenditoriale in Turchia in relazione agli importanti negoziati che l'UE ha siglato o ha in corso, compresi quelli con il Canada e il Giappone.
Infine, il JCC ritiene che qualsiasi tipo di accordo commerciale tra UE e Turchia dovrà prevedere una consultazione efficace e la partecipazione delle parti sociali (datori di lavoro e dipendenti) e delle le altre organizzazioni della società civile, sia nelle fasi di negoziato che in quelle di attuazione. In questo senso, il Comitato esprime la propria disponibilità a svolgere questo ruolo consultivo nella sua qualità di organismo della società civile congiunta nelle relazioni UE-Turchia.

Claudio Rotti

qui Aice

Seminario: "Prodotti a contatto con gli alimenti: requisiti di sicurezza necessari per l'importazione e la commercializzazione nei paesi europei"
Martedì, 21 Febbraio 2017 ore 8.45

Seminario

"Prodotti a contatto con gli alimenti: requisiti di sicurezza necessari per l'importazione e la commercializzazione nei paesi europei"

Martedì, 21 Febbraio 2017
ore: 8.45

Unione Confcommercio
(Sala Colucci)
Corso Venezia 47 Milano

RELATORI:

Flavia Mabilia
Dott.ssa Elisabetta Silvestrini
Tüv Italia srl

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 seminario, organizzato in collaborazione con Tüv Italia srl, ha l'obiettivo di esporre le principali nozioni relativamente alla normativa nazionale per i materiali e gli oggetti destinati a venire a contatto con i prodotti alimentari (D.M. 21/03/1973) ed a quella europea (Reg EU 1935/04; Reg EU 2023/06; Reg 10/2011).

Saranno fornite informazioni relativamente alle Dichiarazioni di Conformità ed ai requisiti essenziali in essa contenuti.

Saranno presentati esempi pratici di prodotti conformi e non conformi e di allerte RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed) su articoli di importazione dai paesi extra UE.

PROGRAMMA

8.45 Registrazione partecipanti

9.00 Apertura lavori

9.15 Normativa food contact: principali cenni normativi cogenti europei ed italiani per i materiali destinati al contatto con alimenti

11.00 pausa

11.15 La conformità di un materiale destinato a contatto con alimenti: Dichiarazioni di conformità, RASFF, case history.

12.30 Quesiti e dibattito

Workshop: "China: Wechat strategy for small business"
Milano, 23 Febbraio 2017 ore 8.45

qui Aice

Workshop

China: Wechat strategy for small business

Giovedì, 23 Febbraio 2017
ore: 8.45

Unione Confcommercio
Sala Turismo
Corso Venezia 47 Milano

RELATORE:

Matthew Brennan
EU SMEs Centre Expert

Introduzione:
Andrea Ghizzoni
Director for Europe at Tencent-Wechat

PER ISCRIZIONI ONLINE

CLICCA QUI

La partecipazione è a pagamento

Le adesioni saranno accettate
fino ad esaurimento dei posti disponibili

Per maggiori informazioni:
Segreteria Aice
Dr. Pierantonio Cantoni
Tel. 027750320/1

L'e-commerce in Cina sta vivendo un vero e proprio boom. Il compratore cinese spende quasi € 1.500 all'anno in e-shopping e, in totale, si stima che il commercio cross-border in Cina raggiungerà gli 80/100 miliardi nel 2017. WeChat è la piattaformaonline più diffusa in Cina con oltre 700 milioni di utenti.
Al fine di favorire la comprensione e l'utilizzo da parte delle aziende italiane interessate al mercato cinese del canale WeChat, Aice, in collaborazione con l'EU SMEs Centre, organizza un incontro di formazione ed approfondimento sul tema.
Matthew Brennan*, esperto dell'EU SMEs Centre, forniràinformazioni utili su come usare WeChat per connettersi con potenziali interlocutori targettizzati e trasformarli in clienti, in modo che WeChat possa divenire un **"Export and E-commerce Tool" per l'azienda.**

Il seminario si terrà in lingua inglese.

La partecipazione è a pagamento.

Il costo riservato ai soci Aice è di €100,00 + IVA a partecipante.
Il costo per i non soci è di €200,00 + IVA a partecipante.

*Matthew has over 11 years on the ground entrepreneurial experience in China. He works primarily with international businesses helping to form and implement their WeChat platform strategy. His company China Channel organises CHat, China's largest WeChat marketing series of conferences for the international community. He is a regular keynote speaker and training host on the topic of WeChat at events throughout China.

PROGRAMMA

8.45 Registrazione dei partecipanti
9.00 Apertura Lavori
9.15 The World of WeChat
What is WeChat?
Why is it China's most important online platform?
How are businesses using WeChat?
Tips, Trends and User Behaviour
Know how We Chat can be used for promotion and e-commerce
Learn how to generate traffic on We Chat, from within and from outside China
Turn a follower into a buyer
10.45 Break
11.00 Using WeChat as an Export and E-commerce Tool
Get initial market feedback by checking the "buzz" on a product category or brand
Understand how payments work via WeChat
Think about post-sales logistics

What works, What Doesn't
Learn how to position your brand from successful case studies
Understand the best approach for your business
Q&A
12.45 Wrapping up, end of the seminar

Missione imprenditoriale in Argentina
Buenos Aires, 15/17 Maggio 2017

qui Aice

Aice, in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana a Buenos Aires, organizza una missione imprenditoriale multisettoriale **dal 15 al 17 maggio 2017 in Argentina**.

L'elezione del presidente Mauricio Macri, sembra aver riacceso la fiducia e l'interesse della comunità economica mondiale verso il Paese. Sono stati riavviati anche i rapporti con il Fondo Monetario Internazionale e prosegue l'attività con la Banca Mondiale, con cui hanno preso il via ventidue grandi progetti per un valore complessivo di 6 miliardi di dollari.
Il nuovo esecutivo sembra deciso a portare avanti un piano ambizioso di riforme strutturali per rilanciare la crescita e aprire il mercato argentino al mondo. Un piano che passa attraverso misure – quali la svalutazione del peso, la parziale eliminazione delle barriere non tariffarie, l'eliminazione della tassazione sulle esportazioni e la rimodulazione degli incentivi al credito.

L'Italia è il terzo partner commerciale europeo dell'Argentina, con oltre un miliardo di euro di esportazioni nel 2015. Un valore che potrà crescere, secondo le stime di SACE, a una media annua del 2,3% nei prossimi quattro anni, con forti opportunità.

La missione commerciale sarà organizzata in collaborazione con la Camera di Commercio di Buenos Aires concentrando gli incontri anche su più di una città (Buenos Aires, Mendoza, Rosario) in base alle specificità settoriali e alle opportunità d'affari emerse.

I settori di principale interesse per la missione sono:
- ✓ ***chimica e agrochimica***
- ✓ ***agroalimentare e ortofrutticolo***
- ✓ ***macchinari per il settore agroalimentare e agricolo***
- ✓ ***farmaceutica***
- ✓ ***energie rinnovabili***
- ✓ ***strumenti medicali***.

La missione imprenditoriale ha l'obiettivo di consentire l'incontro con **imprenditori**, **buyer e partner locali** appositamente selezionati in base alle esigenze delle aziende partecipanti e di creare collaborazioni, joint ventures e opportunità commerciali.

Sarà quindi prevista la creazione di una agenda di lavoro personalizzata che prevederà **appuntamenti d'affari con operatori locali selezionati in base alle esigenze espresse nel company profile**.

Le aziende partecipanti usufruiranno di:
- ✓ *Analisi di prodotto/mercato*
- ✓ *Ricerca e selezione di partner locali*
- ✓ *Lista delle aziende contattate*
- ✓ *Organizzazione di agende personalizzate di incontri d'affari*
- ✓ *Assistenza e supporto durante la missione.*

Per le aziende <u>associate</u> ad AICE la quota di adesione sarà di €1.200,00+Iva.

Per le aziende <u>non associate</u> ad AICE la quota di adesione sarà di €1.400,00+Iva.

In aggiunta le aziende potranno, a seconda delle proprie esigenze, richiedere servizi aggiuntivi come voli, pernottamento in hotel convenzionati, trasporto locale o interpretariato.

Missione imprenditoriale in Argentina

Buenos Aires 15/17 Maggio 2017

<u>Programma</u>

14 maggio 2017
#Arrivo in Argentina

15 maggio 2017
#Incontri di presentazione
#Incontri b2b e visite aziendali

16 maggio 2017
#Incontri b2b e visite aziendali

17 maggio 2017
#Conclusione dei lavori e degli incontri

In seguito rientro in Italia

ADESIONI

<u>Entro il 10 marzo 2017</u>

Per maggiori informazioni:
Segreteria Aice
(Dr Pierantonio Cantoni
tel. 02-7750320/1
aice@unione.milano.it)

Corsi di formazione gratuiti per le aziende associate
Corsi Aice - Ebiter 2017 - Ultimi posti disponibili

qui Aice

CONTABILITA' GENERALE - 24 ORE dalle 9.00 alle 18.00
Data: martedì 28 Marzo 2017 – martedì 4-11 Aprile 2017
Docente: Paola Costa
Obiettivi: L'esatta e completa rilevazione dei fatti di gestione aziendale è fondamentale ai fini della corretta redazione del bilancio.
Il corso si propone di fornire un supporto teorico e pratico agli addetti alla tenuta della contabilità aziendale, attraverso l'approfondimento delle conoscenze di base e una migliore comprensione delle problematiche fiscali ed amministrative concernenti gli obblighi contabili.
I contenuti teorici del corso verranno supportati dall'esame di casi pratici ed esercitazioni in aula.
NOTA: il corso può essere erogato su diversi livelli a seconda delle competenze possedute dai partecipanti.

★ Ultimi Posti Disponibili! ★

FRANCESE COMMERCIALE - 24 ORE dalle 9.00 alle 13.00
Data: martedì 9-16-23-30 Maggio 2017
Docente: Feriel Aitsaid
Obiettivi: L'esigenza da parte delle aziende di competere a livello internazionale porta alla necessità di trovare un linguaggio comune per gli affari. Il corso vuole fornire, a chi già conosce la lingua francese, la terminologia specifica per esprimersi in maniera corretta e appropriata all'interno del proprio contesto lavorativo.

Per informazioni:

AICE
Corso Venezia, 47
20121 Milano
Tel. 027750320-321
Fax 027750329
e-mail: raffaella.perino@unione.milano.it
www.aicebiz.com

Sede dei corsi
Scuola Superiore CTSP
Viale Murillo, 17
20149 Milano - MM LOTTO

qui Aice

Museo Milano: storia del commercio estero a Milano e in Lombardia
Parte III - Dai comuni ai Visconti

MUSEO MILANO LA STORIA DELLA NOSTRA CITTÀ

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 400 a.C. - 1400; 1400-1500

La Lombardia nel Medioevo
L'Italia nel Medioevo era un territorio ad alta concentrazione urbana al pari delle Fiandre. Circa un quinto della popolazione viveva in centri urbani (sopra i 5.000 abitanti) e la Lombardia era la punta di questo fenomeno. Le città costituirono, più che nel resto dell'Europa, il motore economico e politico del territorio, che seppe svilupparsi con il contributo decisivo del contado, che produceva materie prime per le industrie cittadine le quali, a loro volta, producevano merci destinate ai principali mercati e all'esportazione e realizzava manufatti di minor qualità per il mercato locale.

Le industrie
A partire dal X secolo, La Lombardia sviluppò un'industria del ferro con produzioni specializzate destinate anche all'esportazione, in anticipo rispetto a quella europea. Date le caratteristiche estrattive, lo sfruttamento della superficie e il suo continuo esaurimento e la conseguente ricerca di nuove miniere, sono diverse le zone coinvolte: prima il bresciano e Bergamo, poi, dal Duecento, la Valtellina e successivamente la Valsassina.
La lavorazione del ferro si evolverà nella produzione di armi, ferri da cavallo, chiodi, aghi: Milano si specializzerà nelle armi difensive e nella ferramenta minuta, Brescia nelle spade e nei coltelli.
Mentre la lavorazione dell'oro riprende la tradizione longobarda .
Nel XII secolo e fino al XIII secolo la produzione di tessuti non poteva competere con quella delle Fiandre, dal momento che i principali filati, la lana e il lino, erano prevalentemente di provenienza locale. Ma già alla fine del 1200, i panni realizzati a Milano e Como grazie all'importazione di lana dall'Africa, dalla Provenza e soprattutto dall'Inghilterra, di cui Milano deteneva ora il monopolio dell'import, raggiunsero una qualità elevatissima, così come le produzioni di Monza, Verona, Bergamo, Isola Comacina. Contribuì a questo primato la qualità degli impianti di rifinitura e il ruolo svolto dall'ordine degli Umiliati (movimento spirituale sorto in contrasto con i costumi del tempo), che nelle loro Case si occupavano prevalentemente della lavorazione della lana.

La Lombardia, sia per la dimensione del mercato interno, sia per gli sbocchi delle proprie esportazioni, fino al XIV secolo fu il primo produttore della Penisola. Lo sviluppo della produzione toscana e della Francia settentrionale le sottrasse parte dei mercati meridionali e del Mediterraneo occidentale, ma Milano e Como riuscirono comunque a mantenere una tradizione di altissima qualità nei panni.

al XIV secolo fu il primo produttore della Penisola. Lo sviluppo della produzione toscana e della Francia settentrionale le sottrasse parte dei mercati meridionali e del Mediterraneo occidentale, ma Milano e Como riuscirono comunque a mantenere una tradizione di altissima qualità nei panni.
Nella area pedemontana, la manifattura era specializzata nella lana, mentre nella pianura prevaleva la produzione di fustagno, un tessuto nuovo, di origine orientale, rapidamente diffusosi e prodotto con il cotone proveniente dalla Sicilia, dall'Egitto e dal mare Egeo.
Alla tradizionale produzione laniera si era aggiunta nel contempo la lavorazione della seta, che diventerà nel tempo la parte più importante della produzione tessile lombarda.

I grandi mercanti e la loro Camera

Milano, verso le fine del XIV secolo, era diventato con ogni probabilità il maggior mercato di redistribuzione e centro industriale. Genova e Venezia erano i suoi scali marittimi, oltre che Porto Pisano e Livorno; mentre il Sempione, il Luco Magno e Settimo (Settimo torinese) i principali percorsi verso il territorio francese, tedesco e fiammingo. L'espansione economica era coordinata dalla Camera dei Mercanti di Milano (I primi documenti attestanti l'esistenza della Camera risalgono al 1159), che rappresentava la corporazione dei "grossisti", banchieri e mercanti, che operavano sul mercato internazionale, cittadini milanesi o del contado.
La Camera, retta da dodici "consoli delle strade", eleggeva i sui giudici, e la loro competenza si estendeva su tutti i "negozi" tra mercanti o con mercanti, sui marosseri, i pesatori, i lanaioli e ausiliari, e sui mercanti forestieri ammessi a condizioni di reciprocità.
I mercanti trattavano vari prodotti: dai chiodi alle lane, dalle pelli alle corazze. Prevalevano le materie prime impiegate nelle industrie lombarde: cotonate, pannilana, cuoio, prodotti della metallurgia e della siderurgia. La distinzione tra grandi mercanti e banchieri dipendeva più dagli affari prevalenti: i mercanti, infatti, oltre alla negoziazione tipica, effettuavano attività bancarie, mentre i banchieri partecipavano a singole speculazioni o effettuavano vasti finanziamenti che, di fatto, li legavano alle sorti del commercio.
Per agevolare i commerci occorreva garantire trasporti sicuri attraverso delle convenzioni, e la presenza di "recapiti" lungo le principali vie (citiamo per L'oltremonte, l'oste Cuntzmann Sintze a Basilea), mantenendo inoltre aperti percorsi alternativi. Una parte considerevole degli statuti delle Camere era perciò dedicata alla sicurezza e all'organizzazione delle strade: sono detti "Mercanti di strada" e "Consoli di strada".

Vuolvino, Altare d'oro della Basilica di Sant'Ambrogio

qui Aice

Servizi Aice: missioni imprenditoriali personalizzate: Singapore, Thailandia, Vietnam, Argentina

Servizi per i Soci

Aice, in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana di Cina, Singapore, Thailandia, Vietnam e Argentina, offre agli associati un servizio dedicato per approfondire la conoscenza di questi mercati e per creare **opportunità d'affari** concrete attraverso la **ricerca personalizzata di potenziali partner** (produttori, fornitori importatori, distributori, agenti, clienti finali, contoterzisti ecc.), **incontri b2b e visite aziendali**.

Il servizio consiste nell'organizzazione di missioni imprenditoriali personalizzate, con l'obiettivo di creare **contatti d'affari con controparti commerciali e industriali, e di sviluppare collaborazioni con aziende di uno dei Paesi scelti**.

Attività previste dal servizio:

a. Ricerca di potenziali partner esteri sulla base delle indicazioni fornite dall'azienda italiana, con redazione di un report contenente i profili aziendali dettagliati delle imprese estere interessate al contatto con l'azienda italiana, i nominativi delle aziende estere contattate, eventuali risposte negative ricevute da parte estere, informazioni sul settore merceologico e sulla struttura del mercato (concorrenti, presenza straniera ecc.), nonché qualsiasi altro tipo di informazione raccolta durante lo svolgimento della ricerca che possa essere ritenuta di utilità per l'azienda italiana;
b. Predisposizione dell'itinerario della missione sul territorio estero in base all'agenda di incontri e alle esigenze aziendali;
c. Organizzazione dell'agenda di appuntamenti;
d. Organizzazione logistica (prenotazioni hotel e trasferimenti interni);
e. Accompagnamento dell'azienda italiana e assistenza durante gli incontri;
f. Interpretariato;
g. Assistenza nella fase di **follow up post-missione**.

Il servizio è a disposizione di tutte le aziende associate, siano esse interessate ad esportare, importare o a investire a Singapore, Thailandia, Vietnam o Argentina.

Modalità di erogazione del servizio

Le aziende interessate sono pregate di compilare il profilo aziendale da richiedere alla Segreteria Aice.

Nel più breve tempo possibile, l'azienda riceverà da Aice:

- il preventivo di costo per lo svolgimento delle attività previste dal servizio (esclusi i costi vivi legati a viaggio e soggiorno che potranno essere indicati in seguito anche sulla base dei risultati della ricerca partner). Grazie all'accordo di collaborazione in essere tra Aice e le Camera di Commercio Italiane, alle aziende associate sarà applicato **uno sconto fino al 30% del prezzo di listino**;
- la tempistica prevista per l'erogazione delle varie attività incluse nel servizio;
- le modalità di pagamento.

Per ulteriori informazioni contattare la Segreteria Aice (Dr. Pierantonio Cantoni, e-mail: aice@unione.milano.it; Dr Giovanni Di Nardo giovanni.dinardo@unione.milano.it Tel. 027750320/1).

qui Aice

Convenzione Aice - SCS Venturini
Spedizioni internazionali

Aice ha attivato una nuova convenzione con SCS Venturini, azienda specializzata nel settore **spedizioni internazionali** e partner affidabile per l'internazionalizzazione in grado di offrire una vasta gamma di servizi operativi a tariffe agevolate:

- ✓ Spedizioni internazionali via mare, aerea, terra e treno;
- ✓ Spedizioni corriere espresso nazionale ed internazionale
- ✓ Triangolazioni internazionali;
- ✓ Operazioni doganali import/export c/o luogo approvato;
- ✓ Logistica.

I servizi a valore aggiunto che SCS Venturini offre, **a titolo gratuito**, ai soci Aice sono:

- ✓ Check-up doganale per definire le reali esigenze dei clienti ed offrire servizi ad-hoc che apportino benefici sia dal punto di vista operativo che economico;
- ✓ Tracking on-line per il tracciamento delle spedizioni;
- ✓ Servizio on-line per il download dei documenti doganali e contabili;
- ✓ Soluzioni a problematiche sulla corretta classifica doganale, corretta imposizione daziaria e sull'origine delle merci;
- ✓ Newsletter informativa sulle tematiche del commercio internazionale.

I **punti di forza** di SCS Venturini sono:

- ✓ Reparto consulenza doganale interno;
- ✓ Sistema informatico in alta affidabilità per evitare qualsiasi tipo di disservizio;
- ✓ *Customer care* puntuale e competente;
- ✓ Tariffe competitive;
- ✓ Sistema *cloud* per l'integrazione del software del cliente con quello di SCS al fine di automatizzare l'espletamento delle operazioni doganali ed abbattere tempi e costi di sdoganamento.

SCS Venturini è presente anche in **Cina** per supportare ed assistere tutte le aziende che hanno già o intendano iniziare rapporti commerciali con il mercato Cinese, con i seguenti servizi:

- ✓ Ricerca di partner commerciali per l'acquisto o la vendita di prodotti/materie prime;
- ✓ Assistenza per le fiere in Cina nelle fasi di preparazione, presenza ed assistenza contatti post-fiera. Con personale madrelingua cinese ed italiano;
- ✓ Controlli di qualità delle merci in *pre-shipment*
- ✓ Consulenza doganale in base alla normativa Cinese cogente;
- ✓ Sviluppo e gestione delle piattaforme e-commerce in Cina.

Collegandosi al sito https://scsinternational.it/ è possibile inviare una richiesta di preventivo per tutti i servizi offerti.

Per tutti i soci AICE è previsto uno **sconto del 10%** sulle tariffe applicate.

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

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).

POGLIANI SRL

Attività - RAW MATERIALS FOR BROOMS AND BRUSHES

Principali Paesi in cui opera – THAILANDIA – TAIWAN – CINA - INDIA – COREA – MESSICO – CENTRO E SUD AMERICA - ISRAELE – EGITTO – TURCHIA - ALGERIA – TUNISIA – MAROCCO – UNIONE EUROPEA – EUROPA IN GENERE

POGLIANI SRL - BRUSH MATERIAL AND WIRE: dal 1900 la qualità che sfida il tempo.

POGLIANI SRL importa ed esporta materie prime per la produzione di scope, spazzole e pennelli e principalmente:

- filamenti in PVC PET e Polipropilene
- filamenti in Nylon e PBT per spazzolini da denti
- filamenti in PBT appuntito per spazzolini da denti, pennelli industriali e per cosmesi
- filamenti con cariche abrasive
- filo di acciaio inox sia cotto che trafilato duro
- cordicella in acciaio inox
- filo di ferro
- filo di ottone liscio e ondulato
- filo di acciaio tondo e piatto
- fibre vegetali (cocco, tampico, trebbia, palmyra, union).
-crine, setole e miscele di monofili sintetici con altri monofili sintetici e/o setole naturali

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

DELTA ELETTRONICA SRL

Principali Paesi in cui opera: internazionali , in particolare Asia, Usa e Europa.

Delta è nata nel 1978 con la missione di distribuire e di supportare componenti e prodotti dell'elettronica e dell'informatica.
Ad oggi, Delta è ai primi posti fra le realtà distribuitive regionali lombarde del mondo elettronico e annovera fra i propri clienti aziende nei più svariati settori merceologici, ai quali offre un catalogo completo - semiconduttori, passivi, elettromeccanici www.delta-elettronica.it . A differenza dei competitor Delta www.deltacomp.it ha scelto di suddividere il catalogo in tre grandi famiglie con tre distinte politiche distributive, e organizzative, per garantire continuità di approvvigionamento anche nei periodi di shortage:

Prodotti Commodity
Più di 30 anni di esperienza hanno consentito a Delta di instaurare ottime relazioni con i principali distributori mondiali, anche non presenti in Europa. Quindi, oltre allo stock disponibile, Delta può oggi garantire ai propri clienti approvvigionamento alle migliori condizioni di mercato su tutti i prodotti più comunemente utilizzati dall'industria.

Prodotti verticali o di nicchia
L'avere trattato un'estesa tipologia di prodotti ha permesso a Delta di selezionare produttori leader con i quali ha stretto accordi di distribuzione. Ad oggi Delta può garantire su un grande numero di segmenti verticali una eccellente copertura.

Reperimento di prodotti
Il fermo di produzione o la ripresa di produzione con distinte base comprendenti prodotti obsoleti o di difficile reperimento sono un tipico problema. Uno dei fiori all'occhiello di Delta è rappresentato dalla capacità di risolvere tale problema, anche con tempi ristretti.
Una politica distribuita e di prezzi convincente e un team esperto hanno permesso a Delta di stabilire e conservare una posizione credibile e competitiva nel mercato. L'attenzione costante alle novità del settore e alle esigenze dei clienti, inoltre, significa per Delta ampliare il proprio raggio d'azione e seguire con attenzione l'evoluzione tecnologica, attenzione che si traduce nel pronto inserimento di ogni nuovo componente all'interno del proprio catalogo.
L'insieme di tali fattori e la continua ricerca della qualità - la Società è certificata UNI EN ISO 9001:2008 - si traducono in un vantaggio competitivo per quanti scelgono i prodotti distribuiti Delta.

Principali prodotti trattati : Componentistica elettronica Attiva – Passiva- Elettromeccanica – Visiva – Accessori e Computer industriali

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

CERTIFICATO DI CONFORMITÀ OBBLIGATORIO PER ESPORTARE IN CAMEROUN

Dal **31 Agosto 2016** l' **Agence des Normes et de la Qualitè (ANOR)** del Camerun ha implementato il **Programme d'Evalutation de la Conformitè Avant Embarquement des merchandises importées en République du Cameroun (PECAE)**.

Attualmente tale programma è unicamente circoscritto a determinate categorie merceologiche, la cui lista dettagliata è disponibile presso **SGS Italia S.p.A.**
Precisiamo che tale elenco di codici doganali verrà col tempo ampliato quindi, a necessità, l'esportatore dovrà verificare se il codice doganale del prodotto in spedizione sarà soggetto al Programma Camerun.

Per ottenere il Certificato denominato **AC - Attestation de Conformité** (Attestation of Conformity) sono state predisposte dall'ANOR procedure differenti per spedizioni occasionale e per spedizioni frequenti. L' "**Attestation de Conformité**" (AC) è necessaria all'importatore camerunense per richiedere il rilascio del "Certificate of Conformity" (CoC) all'arrivo della merce a destino.

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

WHEN YOU NEED TO BE SURE

SGS

Le retribuzioni convenzionali per il 2017 dei lavoratori italiani all'estero

Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 15 del 19 gennaio 2017, il Decreto 22 dicembre 2016, con il quale sono state fissate le **retribuzioni convenzionali** per gli **italiani che lavorano abitualmente all'estero** valide **per l'anno 2017**. Le retribuzioni sono da prendere quale parametro di riferimento per il pagamento dei contributi previdenziali ed assistenziali e per le imposte.

[Fonte: LavoroNews]

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 ITALO

Modernità, tecnologia, competenza, innovazione, efficienza, comfort e nuovo stile dell'accoglienza, sono i paradigmi sui quali poggia il servizio ITALO, sviluppato da Ntv. Il tutto si traduce in un treno super moderno, che sfrutta le tecnologie più innovative del momento, comodo in tutti gli ambienti, attento all'ecologia e in una società che ha fatto della formazione al personale (giovanissimo) il suo fiore all'occhiello.

Ampia e articolata l'offerta di ambienti di viaggio:

CLUB EXECUTIVE - Un ambiente esclusivo, ideale per viaggi di lavoro assistiti da un servizio di alta qualità. Sono anche disponibili **due Salotti** per una scelta improntata al massimo della privacy, che si concilia con riunioni di lavoro in viaggio. Un viaggio ideale anche per la famiglia, un ambiente confortevole e caldo per viaggiare con la massima privacy tutti insieme.

PRIMA - Elevato comfort con un qualificato servizio di benvenuto al posto (bevande e snack) e tante piccole comodità: dagli spazi particolarmente generosi, al quotidiano gratuito (la mattina).

COMFORT - scegliere il sedile più largo e gli stessi spazi di una carrozza di Prima ma senza il servizio di benvenuto.

SMART - Per un servizio più essenziale, senza rinunciare al comfort, alla convenienza e alla gradevolezza di viaggiare con Italo. Verifica le Destinazioni e Orari

PER GLI ASSOCIATI CONFCOMMERCIO MILANO

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).

Primo piano sulla Confcommercio

Confcommercio incontra a Bruxelles la vicepresidente della Commissione europea Mogherini

Al centro del colloquio, che si è svolto nella sede della Delegazione di Confcommercio presso l'Ue, i temi delle liberalizzazioni e della sharing economy. Sangalli: "Economia e politica tornino a camminare e a crescere insieme".

Si è svolto a Bruxelles, nella sede della Delegazione di Confcommercio presso l'UE, un incontro tra l'Alto rappresentante dell'Unione per gli Affari esteri e la politica di sicurezza e Vicepresidente della Commissione europea, **Federica Mogherini**, e l'Ufficio di Presidenza di Confcommercio, guidato dal **Presidente Carlo Sangalli**. Due i temi principali al centro del colloquio: le liberalizzazioni e la sharing economy.

Confcommercio ritiene che il sistema di pianificazione urbanistico-commerciale in Italia costituisca il punto di equilibrio tra gli interessi dei vari operatori commerciali per garantire la pluralità dei canali distributivi. E, quindi, la Confederazione ribadisce la necessità di difendere la piena autonomia degli Stati Membri nell'applicazione dei principi della direttiva servizi, soprattutto in materia di nuovi insediamenti commerciali. Chiede, pertanto, al Governo italiano di opporsi alla proposta che introduce l'obbligo di notifica preventiva che appare incompatibile con l'attuale quadro giuridico comunitario. Sulla sharing economy Confcommercio ritiene fondamentale la creazione di un contesto normativo che preveda parità di condizioni tra tutti gli attori che operano sullo stesso mercato, sia attraverso piattaforme tecnologiche che con approcci più tradizionali. A margine dell'incontro il Presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha dichiarato: "Di fronte a un'opinione pubblica fortemente disorientata, economia e politica in Europa devono tornare a camminare assieme perché, quando divergono troppo a lungo e troppo profondamente, il diffuso disagio sociale può portare a scelte dalle conseguenze imprevedibili: solo così ci sarà un ruolo e un futuro per il Vecchio Continente dentro il nuovo scenario internazionale. Economia e politica, dunque, tornino a camminare e a crescere insieme. Oggi c'è bisogno di più dialogo, più collaborazione, più coesione nella politica europea. C'è bisogno, in poche parole, di un nuovo consenso attorno a nuove azioni per la crescita economica e per l'inclusione sociale. I cittadini europei chiedono, infatti, risposte a esigenze non dissimili da quelle delle imprese". Riguardo alla richiesta Ue di correzioni sui conti pubblici italiani il Presidente Sangalli ha sottolineato che "se la scelta è tra austerity e crescita non c'è dubbio che il Governo farà di tutto per evitare una manovra correttiva che famiglie e imprese, dopo una crisi così lunga, non sarebbero in grado di sopportare e che azzererebbe i timidi segnali di ripresa della nostra economia. Gli argomenti per rispondere a Bruxelles sulla flessibilità richiesta non mancano, e io sono fiducioso che questa ipotesi sarà scongiurata". In serata, alla Bibliothèque Solvay, si è tenuto il "Walking Dinner" di Confcommercio, un incontro con la comunità politica, economica e istituzionale italiana e europea a Bruxelles, a cui ha partecipato, tra gli altri, il Presidente del Parlamento europeo, Antonio Tajani.

Primo piano sulla Confcommercio

Latte e prodotti lattiero caseari - Indicazione dell'origine in etichetta della materia prima - Decreto 9 dicembre 2016
Disciplina attività commerciali

Sulla Gazzetta Ufficiale n. 15 del 19 gennaio 2017 è stato pubblicato il decreto interministeriale concernente l'indicazione dell'origine in etichetta della materia prima per il latte e i prodotti lattieri caseari, in attuazione del regolamento (UE) n. 1169/2011.

Il 13 luglio u.s. il provvedimento è stato formalmente notificato ai sensi dell'art. 45, comma 3, del regolamento comunitario n. 1169/2011 alla Commissione europea, che decorso il termine di tre mesi dalla notifica, non ha espresso parere negativo. Successivamente il provvedimento ha acquisito l'Intesa della Conferenza Permanente Stato regioni e il parere delle Commissioni parlamentari della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica.

Il decreto interministeriale trova applicazione sia con riferimento al latte (vaccino, bufalino, ovo-caprino, d'asina "e di altra origine animale", fresco e a lunga conservazione) che ai prodotti lattiero-caseari elencati nell'allegato 1 del provvedimento.

Vengono, tuttavia, esclusi dal campo di applicazione del decreto gli alimenti registrati, i prodotti a denominazione di origine protetta (DOP) ed a indicazione geografica protetta (IGP), i prodotti biologici ed il latte fresco, per i quali continuano ad applicarsi le relative specifiche disposizioni.

L'Allegato 1 del decreto interministeriale specifica che per latte si intende sia quello vaccino che quello bufalino, ovi-caprino, d'asina e di altra origine animale.
Le tipologie di latte indicate sono:

- ✓ latte e crema di latte, non concentrati né addizionati con zuccheri o altri edulcoranti;
- ✓ latte e crema di latte, concentrati o con aggiunta di zuccheri o di altri edulcoranti;
- ✓ latticello, latte e crema coagulata, yogurt, kefir ed altri tipi di latte e creme fermentate o acidificate, sia concentrate che addizionate di zucchero o di altri edulcoranti aromatizzate o con l'aggiunta di frutta o di cacao;
- ✓ siero di latte, anche concentrato o addizionato di zucchero o di altri edulcoranti; prodotti costituiti di componenti naturali del latte, anche addizionati di zucchero o di altri edulcoranti, non nominati né compresi altrove;
- ✓ burro ed altre materie grasse provenienti dal latte; creme lattiere spalmabili;
- ✓ formaggi, latticini e cagliate;
- ✓ latte sterilizzato a lunga conservazione;
- ✓ latte UHT a lunga conservazione.

Le disposizioni del decreto hanno valenza solo sul territorio nazionale ed hanno un'applicazione sperimentale prevista sino al 31 marzo del 2019. (articolo 7)

Il provvedimento prevede che per l'indicazione in etichetta dell'origine del latte o del latte usato come ingrediente nei prodotti lattiero-caseari si debba fare riferimento alle seguenti diciture: «*Paese di mungitura*», intendendosi con ciò il nome del Paese dove è stato munto il latte; «*Paese di condizionamento*», intendendosi con ciò il nome del Paese nel quale il latte è stato condizionato o trasformato.

Qualora il latte sia stato munto, condizionato o trasformato nello stesso Paese è possibile utilizzare la dicitura «*origine del latte*» ivi indicando il nome del Paese. (articolo 2)

Il decreto disciplina l'etichettatura nel caso in cui le operazioni di mungitura e di condizionamento siano realizzate nel territorio di più Paesi membri dell'Unione europea o di più Paesi situati al di fuori dell'Unione europea.

Nel primo caso si potrà utilizzare, per le operazioni di mungitura, "*latte di Paesi UE*" e, per le operazioni di trasformazione o condizionamento, "*latte condizionato o trasformato in Paesi UE*".
Nel secondo caso, sono invece previste le seguenti diciture: per le operazioni di mungitura "*latte di Paesi non UE*"e, per le operazioni di condizionamento o di trasformazione, "*latte condizionato o trasformato in Paesi non UE*." (articolo 3).

Il Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali può, tuttavia, avviare apposite campagne di promozione dei sistemi di etichettatura previsti dal decreto in esame. Le indicazioni relative all'origine del latte devono, poi, essere "*indelebili e riportate in etichetta in modo da essere visibili e facilmente leggibili. Esse non devono essere in nessun modo nascoste, oscurate, limitate o separate da altre indicazioni scritte o grafiche o da altri elementi suscettibili di interferire*." (articolo 4)

Il decreto prevede, inoltre, che per le violazioni degli obblighi ivi statuiti si applichino le sanzioni previste dall'articolo 4, comma 10, della legge 3 febbraio 2011, n. 4, recante disposizioni in materia di etichettatura e qualità dei prodotti alimentari. (articolo 5)

Nel provvedimento viene anche richiamata la clausola di mutuo riconoscimento, in virtù della quale le disposizioni previste dal decreto non si applicano al latte e ai prodotti lattiero-caseari fabbricati legalmente o commercializzati in un altro Stato membro dell'Unione europea o in un Paese terzo. Pertanto le disposizioni relative all'indicazione dell'origine del latte avranno, efficacia per i soli produttori nazionali. (art. 6)

Nelle disposizioni finali e transitorie si precisa che il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali ed il Ministero dello sviluppo economico devono trasmettere, entro il 31 dicembre 2018, un rapporto sull'applicazione delle disposizioni in esame alla Commissione europea e che il decreto perde efficacia nel caso in cui la Commissione europea adotti atti esecutivi sul latte e sui prodotti lattiero caseari prima del 31 marzo 2019.

Il decreto interministeriale in esame entrerà in vigore decorsi 90 giorni dalla sua pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale cioè il 19 aprile.

I prodotti "*portati a stagionatura, immessi sul mercato o etichettati*" prima di tale data potranno essere commercializzati fino a esaurimento scorte e, comunque, entro il termine ultimo dei 180 giorni successivi all'entrata in vigore del decreto.

Relativamente alla **compatibilità comunitaria** del decreto interministeriale in oggetto occorre ricordare che la Commissione, come previsto dal regolamento comunitario, il 20 maggio del 2015 ha pubblicato le due relazioni sull'indicazione obbligatoria del Paese d'origine del latte.

Ad esito delle due relazioni, di cui all'articolo 26, comma 5 del regolamento comunitario, la Commissione, nonostante sia stata invitata anche dal Parlamento europeo a dare applicazione, non ha ancora disposto l'indicazione obbligatoria del paese di origine o del luogo di provenienza per il latte e per il latte utilizzato come ingrediente nei prodotti lattiero caseari.

In Italia l'esigenza di conoscere l'origine dei prodotti risale alla legge n. 4 del 2011 che aveva disciplinato le modalità di indicazione obbligatoria dell'origine in etichetta. In virtù di ciò ed in attesa dell'emanazione di provvedimenti a livello comunitario, è stato adottato il decreto in esame la cui applicazione, come sopra evidenziato, ha una funzione sperimentale.

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 Real Protection

Confcommercio e Real Protection rinnovano la partnership per la messa in sicurezza degli esercizi commerciali e la diffusione di sistemi integrati per la sicurezza, con un trattamento economico che garantisce alle imprese associate un rapporto qualità/prezzo di grande favore.

I prodotti e i servizi in convenzione sono relativi a Real Protection, il sistema di videocontrollo antirapina

collegato direttamente con le centrali operative dei Carabinieri e della Polizia di Stato. In ottemperanza a quanto prescritto dal Protocollo di Intesa 2013 siglato da Ministero dell'Interno e Confederazioni del Commercio in materia di videoallarmi antirapina, Real Protection è un sistema di video allarme costituito da un insieme di telecamere ad alta risoluzione e da un dispositivo di videoregistrazione in grado di conservare le immagini per 24h x 7gg e, in caso di allarme, di rendere disponibile l'invio del flusso video presso le Sale Operative di Questura e Comando Provinciale Carabinieri. In caso di furto (in opzione) i segnali audio video saranno indirizzati all'Istituto di vigilanza.

Agli Associati Confcommercio è riconosciuto uno **sconto pari al 10%** per l'acquisto dei prodotti e servizi Real Protection. Lo sconto sale al **12%** per gli Associati che effettuano il pagamento con Confcommercio Card.

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

Cercaci su facebook.com come Aice - Associazione Italiana Commercio Estero

Eventi e convegni

Seminario "Hong Kong centro del business in Asia: nuove opportunità per le aziende italiane"
Martedì 21 Febbraio 2017 ore 17.00

Hong Kong, centro del business in Asia: nuove opportunità per le aziende italiane.

21 febbraio 2017

Data: 21 Febbraio 2017 (martedì)

Ora: 17.00 - 20.30
Seminario e cocktail

Luogo: Hotel Principe di Savoia
Piazza della Repubblica 17, Milano

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

Organizzato da: HKTDC

In collaborazione con: ITA, Associazione Italia Hong Kong, Aice, ASSOLOMBARDA

Seminari sugli Investimenti negli USA
28 Febbraio, 1 e 2 Marzo 2017

Nel quadro delle attività promozionali del quarto Summit di SelectUSA, (Washington, 18-20 giugno 2017, http://www.selectusasummit.us) ho il piacere di invitarla ai seminari informativi sugli **Investimenti negli Stati Uniti** che si svolgeranno (in parte in lingua inglese) a **Milano, Vicenza e Roma**, rispettivamente **il 28 febbraio, il 1 marzo e il 2 marzo 2017**.

SelectUSA, http://selectusa.commerce.gov/, è l'iniziativa del Governo federale americano che promuove gli USA come destinazione primaria degli investimenti a livello globale: supporta sia le aziende già presenti che quelle che desiderano espandersi a livello commerciale o produttivo negli Stati Uniti. Con un mercato strategico di oltre 325 milioni di consumatori ad alto reddito, accordi di libero scambio con molte nazioni, bassi costi energetici ed alta produttività del lavoro, un sistema legale trasparente e noto per la protezione della proprietà intellettuale, una grande attenzione alla ricerca e sviluppo, gli Stati Uniti sono la destinazione piu' interessante per gli investimenti a livello mondiale.

I seminari di Milano, Vicenza e Roma si svolgono in collaborazione con varie organizzazioni ben note agli imprenditori per i loro sforzi a supporto dell'internazionalizzazione delle aziende Italiane: il nostro partner istituzionale Agenzia ICE, con il quale collaboriamo da anni a supporto delle aziende Italiane che desiderano radicarsi sul mercato americano, ed i nostri partner confindustriali: le Confindustrie del 'Sistema Aperto' (Padova, Treviso e Vicenza), Assolombarda (Milano, Monza e Brianza) e Unindustria (Roma, Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo). La partecipazione ai seminari è consigliata sia alle aziende che hanno già investito negli Stati Uniti (e che pensano ad un'ulteriore espansione) sia a quelle che desiderano informazioni sulle opportunità di investimento che il mercato USA offre.

- ✓ Il seminario di Milano si svolgerà tra le 10:30 e le 18:00, quelli di Vicenza e Roma fra le 11.00 e le 18.00. Registrazione a partire dalle 10:00 a Milano (dalle 10.30 a Roma e Vicenza).
- ✓
- ✓ Il programma inizierà con i saluti istituzionali ed un quadro del mercato americano da parte dei nostri partners italiani (Agenzia ICE e Confindustrie), una descrizione del programma SelectUSA e del Summit di SelectUSA.
- ✓
- ✓ Gli interventi di presentazione sulle opportunità di investimento offerte dagli Stati americani presenti si alterneranno alle **testimonianze di imprenditori italiani** sulla loro esperienza di investimento.
- ✓
- ✓ Durante i numerosi momenti di networking che caratterizzeranno gli eventi e alla conclusione di ciascun seminario sarà possibile incontrare gli Stati americani presenti, previa indicazione sul modulo di registrazione, con incontri di 10/15 minuti: Alabama (a Milano e Vicenza); Arkansas; Florida; Georgia; Illinois; Indiana; Iowa; Kentucky; Louisiana; Michigan; North Carolina (a Milano); Ohio; Pennsylvania; South Carolina; Tennessee; Virginia; West Virginia; Wisconsin; oltre all'organizzazione CASE (Council of American States in Europe).

REGISTRAZIONE

Le persone interessate a partecipare ai seminari sono pregate di registrarsi, **entro il 21 febbraio 2017** evidenziando l'eventuale specifico interesse ad un incontro individuale con gli Stati presenti

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

Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca dell'Osservatorio Export
Mercoledì, 15 Marzo, ore 9.30 - 13.00

In uno scenario internazionale altamente competitivo, con consumatori sempre più inclini all'uso delle tecnologie digitali, l'adozione dell'eCommerce come canale di vendita all'estero può risultare una scelta vincente, utile a sostenere la crescita dell'Export italiano. Sfruttare le opportunità fornite dall'Export digitale, tuttavia, non è semplice: occorrono preparazione, competenze, propensione al cambiamento e adeguati investimenti. In Italia, l'online non è ancora del tutto affermato come strumento di vendita oltreconfine, ma il trend crescente nel suo utilizzo indica una progressiva apertura delle nostre aziende all'inclusione dei canali digitali nella propria strategia di internazionalizzazione.

L'**Osservatorio Export**, alla sua seconda edizione, si propone proprio di supportare le imprese italiane nella messa a punto di modelli di Export (ossia l'insieme di canali commerciali, canali logistici, canali di marketing e comunicazione, sistemi di pagamento, e interventi per la conformità normativo-legale-doganale) basati sulle tecnologie digitali, con l'obiettivo ultimo di incrementare le esportazioni.

Focus su 5 domande:

- ✓ Qual è lo scenario macroeconomico dell'Export italiano?
- ✓ Quanto vale l'Export digitale di beni di consumo?
- ✓ Quali sono le alternative per esportare online in Cina? Quali sono i ritorni dall'investimento in progetti di Export digitale in Cina?
- ✓ Quali sono i possibili percorsi di internazionalizzazione per vendere online negli USA?
- ✓ Quali altri Paesi sono interessanti per lo sviluppo di una strategia di Export online?
- ✓ I risultati della Ricerca saranno discussi con alcune tra le principali aziende italiane del Food e del Fashion, operatori logistici, fornitori di servizi IT, banche e istituti di credito.
- ✓ La partecipazione al Convegno è gratuita.

L'edizione 2016-2017 dell'Osservatorio Export è realizzata con il supporto di GEODIS Freight Forwarding, Intesa Sanpaolo, STEF; Cribis D&B, Paypal e in collaborazione con ADICI, **AICE**, ALSEA, Confimprese, Studio legale Lexjus Sinacta.

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

Fiere e manifestazioni

Mobile World Congress
Barcellona, 27 Febbraio/2 Marzo 2017
Collettiva espositori coreani PAD 7G61

Venti aziende coreane selezionate tra i migliori produttori del settore parteciperanno al **Mobile World Congress**, l'evento più importante al mondo nel settore delle tecnologie mobili, che si terrà a Barcellona dal 27 febbraio al 2 marzo 2017.

KOTRA Milano, ufficio estero per la promozione degli scambi commerciali tra Corea del sud ed Italia, sarà lieta di facilitare i contatti fra le aziende coreane che desiderano vendere i loro prodotti e servizi in Europa e grandi utenti italiani o società italiane interessate a rappresentarle per commercializzare la loro offerta in Italia.

Se state organizzando la vostra partecipazione al Mobile World Congress come visitatore/espositore vi invitiamo a visionare l'elenco dei partecipanti coreani e prenotare il vostro incontro.

Per incentivare la presenza italiana KOTRA mette a disposizione i biglietti ingresso omaggio per le aziende che aderiranno alla nostra iniziativa.

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, Tel 027750320/1, Email: aice@unione.milano.it

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

Fiere e manifestazioni

Missione imprenditoriale in Oman
Mascate, 8/9 Marzo 2017

ICE-Agenzia, in collaborazione con Confindustria, l'Ambasciata d'Italia a Mascate, e con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico organizza una missione imprenditoriale in Oman dall' 8 al 9 marzo prossimo.

La Missione, che sarà guidata dal Sottosegretario di Stato al Ministero dello Sviluppo Economico, On. Ivan Scalfarotto, rappresenterà un'importante occasione per approfondire le relazioni economiche e le opportunità commerciali e di investimento per le imprese italiane nel Paese.

La missione sarà dedicata ai settori dell'oil & gas, delle infrastrutture, dell'energia rinnovabile e delle *clean technologies*, ritenuti i più interessanti per il paese.

La partecipazione alla Missione è gratuita, sono a carico di ciascun partecipante le spese di viaggio e alloggio.

Le aziende interessate a partecipare possono dare conferma della loro adesione **entro e non oltre il 20 febbraio 2017**.

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, Dr. Pierantonio Cantoni Tel 027750320/1, Email: aice@unione.milano.it.

Connettiti, seguici informati

Cercaci su facebook.com come Aice - Associazione Italiana Commercio Estero

Seguici su Twitter all' indirizzo 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

Fiere e manifestazioni

Incontri con produttori ed esportatori malaysiani in concomitanza della 14°Malaysia International Halal Showcase (MIHAS 2017)
4 Aprile 2017

Il Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE), l'agenzia per la promozione del commercio estero del Governo della Malaysia, è in procinto di organizzare la 14° edizione del Malaysia International Halal Showcase (MIHAS 2017) al Kuala Lumpur Convention Centre (KLCC) dal 5 all' 8 Aprile 2017. La 14° edizione del MIHAS è stata universalmente riconosciuta come la principale esposizione di prodotti halal nel mondo. L'evento rappresenta la piattaforma ideale per arricchire la vostra esperienza e per ricercare tra la vasta gamma di di prodotti e servizi Malaysiani di alta qualità e prezzi competitivi.

2. In concomitanza con il MIHAS 2017, il MATRADE avrebbe il piacere di invitare la vs. Società ad incontrare i produttori ed esportatori Malaysiani organizzando una **serie di incontri commerciali individuali presso la sede del MATRADE Kuala Lumpur, il giorno 4 Aprile 2017 (Martedì)**.

3. MIHAS 2017 esporrà i nostri ben sviluppati settori halal che offrono prodotti e servizi di alta qualità pronti per l'esportazione come segue:
a) Alimentari Halal (Prodotti Agricoli, Prodotti finiti e prodotti pronti all'uso, Prodotti inscatolati, Cioccolato e prodotti di latteria, Pasticceria, Pollame e prodotti ittici, Bevande, Chimica Alimentare, Emulsionanti e Ingredienti, Additivi, Prodotti farmaceutici e di erboristeria);
b) Prodotti non alimentari (Profumeria, articoli da toeletta. Cosmetici e prodotti per la cura del corpo);
c) Locali e servizi certificati Halal (Macelli, Hotels e Ristoranti, Servizi di Catering, Confezionamento Alimentari e macchinari, Logistica, Stoccaggio e depositi);
d) Investimenti Islamici, Servizi Bancari e Takaful (Istituzioni Finanziarie e Consulenza Islamica, Banche Islamiche, Fiduciarie Islamiche, Mercati di Capitali Islamici, Takaful (Assicurazioni) and Hibah (Testamenti).
4. I compratori stranieri selezionati per partecipare a questo programma avranno diritto ad un **trattamento alberghiero gratuito (fino a 4 giorni e 3 notti, dal 3 al 6 aprile 2017) e al trasporto gratuito da/per aeroporto, agli incontri individuali e alla visita della manifestazione fieristica**.
5. Per beneficiare dell'intero programma, i compratori sono consigliati di arrivare a il **3 Aprile 2017** e ripartire da Kuala Lumpur il **6 Aprile 2017**. I compratori possono anche allungare la propria permanenza a Kuala Lumpur a proprie spese. Il nostro consiglio è di sfrutture l'occasione per dare seguito agli incontri con le società Malaysiane e di visitare i loro impianti produttivi.
6. I compratori interessati sono pregati di contattare il ns. Ufficio e inviare il Modulo di Registrazione con una chiara descrizione dei prodotti e/o servizi ricercati e la Lettera di Impegno entro il 24 Febbraio 2017.

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, Dr. Pierantonio Cantoni Tel 027750320/1, Email: aice@unione.milano.it.

notizie dal mondo

Il settore delle bevande in Vietnam

Con una classe media in rapida espansione e forti riduzioni tariffarie previste per i prossimi anni a seguito degli accordi di libero scambio stipulati, per il mercato delle bevande vietnamita è prevista una crescita esponenziale. Entro il 2020, in Vietnam il consumo di birra ammonterà a 4.5 miliardi di litri, il consumo di alcool e liquori a 350 milioni e il consumo delle altre bevande a 8.8 miliardi di litri per anno. La crescita del settore delle bevande è sostenuta dall'aumento dello standard di vita delle famiglie vietnamite e, in generale, il mercato delle bevande vietnamita è estremamente giovane se paragonato agli altri paesi del Sud Est Asiatico. Tuttavia, se ci basiamo sul consumo pro capite, la spesa per alimenti confezionati e bevande in Vietnam è ancora bassa quando paragonata agli altri mercati emergenti suoi concorrenti, dimostrando allo stesso tempo le enormi potenzialità di crescita del settore. Secondo Euromonitor, fornitore indipendente di ricerche di mercato strategiche, la spesa pro capite per cibo e bevande non alcoliche ammonta a USD 276 nel 2016. Un'ulteriore crescita futura è prevista a fronte del continuo cambiamento dello stile di vita del consumatore urbano, il quale dà sempre più importanza alla salute, alla sicurezza ed a uno stile di vita comodo e sano. Inoltre, l'aumento nel consumo di beni "di marca" diretti al largo consumo ("*fast-moving consumer goods", FMCG*) nelle zone rurali del Vietnam fornirà un ulteriore stimolo di crescita poiché i consumator stanno gradualmente accedendo ad un numero maggiore di prodotti grazie ad un reddito sempre più elevato.

L'ascesa della classe media vietnamita

Al fine di comprendere in che modo gli investitori beneficeranno delle riduzioni tariffarie contenute nei *Foreign Trade Agreements*, FTAs, è essenziale considerare la classe media vietnamita in forte espansione.

Storicamente il Vietnam si è basato sul settore primario ma successivamente, e con l'implementazione della riforma socio-economica "Doi Moi" nel 1986 e l'ingresso nel *World Trade Organization* nel 2006, il Paese si è mosso verso un'economia basata sull'industria manifatturiera. Tali liberalizzazioni hanno contribuito a rendere il Vietnam una delle economie a più rapida crescita nella regione, vantando un tasso di crescita annuo del 7.8 percento tra il 2005 e il 2012. La popolazione vietnamita ha beneficiato di questa forte crescita economica e si prevede che, entro il 2020, il salario mensile pro capite raggiungerà i VND 15 milioni (pari a USD 714). Secondo alcuni studi condotti dalle agenzie di consulenza come la *Boston Consulting Group*, l'ascesa della classe media vietnamita non si tradurrà solo in un aumento della spesa dei consumatori ma anche in un cambiamento nel comportamento e nelle preferenze degli individui, fra cui una maggiore interesse per i beni di marca venduti al dettaglio e per i prodotti stranieri.

Scambi Internazionali

Attualmente, i principali mercati di approvvigionamento del Vietnam per l'importazione di bevande sono diversi. Fra i primi dieci partner, tre fanno parte dell'ASEAN (Thailandia al primo posto, Malesia al quarto e Cambogia al decimo), mentre i restanti provengono dall'Asia orientale e dall'Europa occidentale.

Si prevede che, grazie agli accordi di libero scambio stipulati tra il Vietnam e l'UE, gli USA e gli altri paesi della regione ASEAN insieme ad altre riduzioni tariffarie già in vigore, il mercato delle bevande vietnamita sperimenterà una crescita esponenziale nei prossimi anni. Il governo vietnamita ha stipulato diversi accordi di libero scambio per promuovere sia una maggiore integrazione economica regionale sia per stabilire rap-

porti più solidi con i Paesi occidentali intensificando gli scambi economici, commerciali e gli investimenti. Attraverso questi accordi, il governo intende migliorare lo standard di vita, promuovere la crescita e la stabilità economica, creare nuove opportunità di lavoro e aumentare la competitività delle imprese con norme giuridiche più adeguate.

L'accordo di libero scambio fra UE-Vietnam (EVFTA)
Entro i prossimi otto anni tutte le tariffe sulle bevande importate contenute all'interno del EVFTA tra UE e Vietnam verranno eliminate. Tutte le bevande importate ed esportate dal Vietnam saranno quindi esenti da tasse sia per gli investitori che per i consumatori. Allo stato attuale, si registrano dinamici scambi commerciali tra Vietnam e Francia (risalenti all'esperienza coloniale), mentre gli scambi con gli altri membri europei nel settore delle bevande sono ancora piuttosto limitati.

Area di libero scambio nell'ASEAN (AFTA)
L'AFTA è una delle aree di libero scambio più promettenti all'interno dell'ASEAN vista la sua forte capacità di attirare investimenti diretti esteri e il suo orientamento alla creazione di un mercato unico all'interno della regione. L'AFTA mira a dare all'ASEAN un vantaggio competitivo grazie alla riduzione di tutte le tariffe all'interno della regione fra lo zero e il cinque percento.

Opportunità
Vi sono diversi settori all'interno del mercato delle bevande in Vietnam che rappresentano opportunità allettanti per gli investitori stranieri che cercano di capitalizzare sui vari FTAs. In particolare, il mercato delle bevande analcoliche e dei succhi di frutta si è distinto per la forte crescita registrata negli ultimi anni. Tra il 2009 e il 2013, l'industria delle bevande analcoliche in bottiglia è cresciuta ad un tasso del 19.4 percento e si prevede una crescita costante del 14.2 percento dal 2014 al 2018. Nonostante la rapida crescita, vi sono ancora ulteriori opportunità di espansione. I vietnamiti consumano in media solamente tre litri di bevande analcoliche in bottiglia all'anno, paragonati ai cinquanta litri all'anno consumati dai filippini. Oltre alle bevande leggere, i the in bottiglia, le bevande sportive e il latte rappresentano settori dell'industria delle bevande con forti potenzialità, specialmente alla luce di una popolazione sempre più attenta alla salute. Nel 2015, infatti, i vietnamiti hanno classificato la salute come principale preoccupazione, seguita dal posto di lavoro. Complessivamente, il mercato delle bevande analcoliche vietnamita è aumentato del 9 percento nel 2014 raggiungendo USD 3.64 milioni.

Vi sono inoltre interessanti opportunità per il settore delle bevande alcoliche. Sebbene il mercato della birra sia stato tradizionalmente dominato dalle imprese statali, il settore sta sperimentando numerose liberalizzazioni negli ultimi anni e marchi stranieri come Carlsberg, Heineken e Sapporo stanno aggressivamente cercando di penetrare il mercato. La competizione nel mercato della birra vietnamita è feroce, con le marche nazionali che dominano le fasce medio-basse e la restante parte lasciata ai concorrenti stranieri. Per quanto riguarda altri tipi di bevande alcoliche, è il vino in particolare a costituire un settore con ottime potenzialità di crescita. Fra i giovani vietamiti e la crescente classe media, liquori e vini stranieri sono preferiti a quelli domestici, sia per una qualità maggiore ma soprattutto per lo status sociale che rappresentano.

A fronte dell'implementazione di numerose riduzioni tariffarie previste dagli accordi EVFTA e AFTA già ratificati, notevoli opportunità esistono per il mercato delle bevande del Paese. Con una classe media in rapida espansione, il Vietnam è un'opzione di investimento sempre più interessante non solo per un vantaggio produttivo, ma anche per accedere al mercato di consumo locale. Tuttavia, gli investitori esteri che intendono stabilirsi nel mercato vietnamita devono affrontare una rigida concorrenza interna e un potere di spesa dei consumatori ancora limitato.

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

U.S. - EU Joint Report on TTIP Progress to Date

The EU and the United States have made considerable progress in negotiating a Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) agreement since the negotiations were launched in July 2013. During that period, the economic and strategic rationale for an agreement between the world's two largest advanced industrial economies has only grown stronger. TTIP would increase the exports and investment flows that fuel our economies and support high-quality jobs on both sides of the Atlantic. It would also enable the EU and the United States, drawing on our common values and interests, to develop and promote together common high standards in the global economy, levelling the playing field for our producers, exporters, and workers. Finally, as EU and U.S. leaders have repeatedly emphasized, TTIP offers an opportunity to strengthen further the broader transatlantic partnership, based on our shared embrace of democracy, human rights, and the rule of law, which has been an indispensable pillar of global security and prosperity since the end of the Second World War.

Our negotiators have made significant strides since 2013, identifying landing zones for certain issues, finding common ground on other important issues, and clarifying the remaining differences. For example, we have:

 Exchanged offers to eliminate duties on 97% of our tariff lines, a large majority of which would be phased out immediately upon entry into force of the agreement or phased out quickly.

 Identified steps to reduce unnecessarily burdensome requirements and delays at our borders.

 Agreed that TTIP must include strong obligations to protect the environment and fundamental labour rights and should encourage cooperation to support strong labour and environmental standards in our trade partners.

 Negotiated a dedicated chapter in TTIP focused on small and medium-sized enterprises, which, among other things, would help SMEs better navigate the transatlantic marketplace through the provision of enhanced on-line information and new mechanisms for U.S.-EU cooperation.

 Agreed on the importance of transparency and due process in trade remedy procedures and competition policy.

Across all areas of the TTIP negotiations, we have been guided by certain shared core principles, chief among them that there must be no diminution of the high levels of consumer, worker, health, safety, and environmental protection in the EU or the United States. In the key regulatory areas of the TTIP negotiations, our ambition has been to reduce differences that make transatlantic commerce more burdensome, while preserving or enhancing our strong protections. Regulators from both sides were full members of

our negotiating teams and took the lead in identifying opportunities where greater compatibility and cooperation could lead to cost savings for businesses and consumers, but also maintain or strengthen existing protections– for example, by allowing them to deploy resources more efficiently and where they are most needed, including on enforcement activities. By promoting transparency, stakeholder input, and accountability in regulatory development, TTIP can reinforce understanding and support for our regulatory actions and preserve the ability of governments to regulate in the public interest, as well as help prevent and reduce unnecessary barriers to trade and costs associated with regulatory differences. Cooperation under TTIP must be implemented consistent with U.S. and EU domestic procedures. To this end, we have:

 Found common ground on a number of important good regulatory practices.

 Made good progress in developing approaches for facilitating forward-looking regulatory cooperation in areas of common interest.

 Identified possible mechanisms for reducing unnecessary burdens in transatlantic trade arising from redundant or duplicative product testing and certification requirements.

 Negotiated provisions that would facilitate trade subject to sanitary and phytosanitary import checks.

 Explored in detail ways to enable stakeholders to participate more fully in the development of product standards across the Atlantic, and how to take into account those standards.

In addition to these cross-cutting efforts to help reduce unnecessary regulatory differences in all sectors, we have made good progress in enhancing compatibility in several economically significant product sectors. We identified common objectives in several of these. In the pharmaceutical sector, for example, we made substantial progress towards updating our mutual recognition agreement on good manufacturing practices (GMP) inspections, which would reduce duplicative requirements on manufacturers of pharmaceutical products and allow regulators to allocate resources more efficiently and where they are most needed, benefitting public health. Our regulators had detailed discussions on specific approaches to achieve more compatible automotive safety regulations and enhance both bilateral co-operation and in the framework of the UNECE 1998 Agreement, and explored concrete cooperation activities to achieve greater compatibility in the medical device sector. We explored increased cooperation on textile fibre names and labelling, safety requirements, and conformity assessment procedures in the textiles sector. We also discussed possible approaches to help reduce unnecessary regulatory differences in other sectors including cosmetics, pesticides, chemicals, information and communications technology, and engineering.

In these areas and in many others, TTIP would produce important benefits for small and medium-sized enterprises (SMEs), which are the main engines of job creation and innovation on both sides of the Atlantic. Regulatory divergences and duplicative red tape are especially burdensome for SMEs. SMEs can find it particularly difficult to absorb the cost of building a product to different EU and U.S. standards or undergoing multiple inspections of a manufacturing facility. The costs can be an insurmountable barrier for SMEs wishing to engage in international trade. Only a small fraction of the nearly 50 million SMEs in the United States and the EU trade across the Atlantic, so there is much untapped potential here.

We also discussed the potential positive impact of TTIP on developing countries, through increased global demand and greater transatlantic regulatory compatibility, which will help them manufacture products that meet U.S. and EU standards and requirements.

We still have significant work to do to resolve our differences in several important areas of the negotiations, inter alia, how to treat the most sensitive tariff lines on both sides; how to expand and lock in market access in key services sectors; how to reconcile differences on sanitary and phytosanitary measures; how to encourage the recognition of qualifications to facilitate licensing of experienced professionals; how to improve access to each other's government procurement markets; how to address standards and conformity assessment procedures in ways that yield greater openness, transparency, and convergence, reduce redundant and burdensome conformity assessment procedures, and enhance cooperation; how best to achieve our shared objective of providing strong investor protection while preserving the right of governments to regulate, including with respect to dispute resolution mechanisms; how to reflect our shared commitment to including strong and effective disciplines on labour and environmental protection; how to structure commitments on data flows that will reinforce the essential electronic commerce and digital infrastructure of our economic relationship while respecting legitimate concerns about protecting privacy; how best to promote transparent, open, and secure energy markets; and how to reconcile differences in our approaches to trademarks, generic names, and geographical indications. On these and other challenging issues, our work over the past three years brought greater clarity to our differences and enabled us to explore avenues for reconciling them.

TTIP has the potential to turn the already immensely successful U.S. and EU economic relationship into an even stronger driver of mutual prosperity for decades to come. The progress we have achieved so far gives us confidence that, with continued engagement by both sides, and with the political will to prioritize long-term gains for our economies and our broader relationship, the United States and the EU could achieve what we set out to do in 2013: conclude an ambitious, balanced, comprehensive, and high-standard agreement that strengthens the transatlantic partnership and builds upon our economic relationship in ways that raise living standards and increase competitiveness on both sides of the Atlantic.

Background on the Negotiating Process

Between July 2013 and October 2016, 15 Negotiating Rounds were held. Details of EU negotiating positions are available here. Details of U.S. negotiating positions are available here.

The EU and United States have both undertaken extensive outreach to civil society before and during the TTIP negotiations. Negotiating rounds included a half-day outreach event bringing together all interested stakeholders, each of which was given time to present their views to EU and U.S. lead negotiators. At these events, the EU and U.S. chief negotiators also briefed stakeholders in detail on the status of the negotiations and exchanged views with them. With regard to EU procedures and mechanisms for consultations with civil society, details are available here. With regard to U.S. procedures and mechanisms for consultations with civil society, details are available here.

[Fonte: Commissione Europea]

dall'Unione Europea

La Commissione propone, quale incentivo alle riforme, un migliore accesso al mercato per lo Sri Lanka

La soppressione dei dazi doganali andrebbe di pari passo con un controllo rigoroso e sarebbe subordinata ad un impegno costante in termini di sviluppo sostenibile, diritti umani e buona governance.

Lo scorso 11 gennaio, la Commissione ha proposto che l'Unione europea sopprima una parte sostanziale dei dazi all'importazione che ancora gravano sui prodotti dello Sri Lanka in cambio dell'impegno, da parte di tale paese, di ratificare e attuare in modo efficace 27 convenzioni internazionali relative a diritti umani, condizioni di lavoro, tutela dell'ambiente e buona governance. Tale regime preferenziale unidirezionale consisterebbe nella totale eliminazione dei dazi sul 66% delle linee tariffarie in cui rientra un'ampia gamma di prodotti, tra cui i prodotti tessili e della pesca.

Tali preferenze configurerebbero un regime speciale del sistema di preferenze generalizzate dell'UE, noto come GSP+. Si tratta di un regime concepito per sostenere i paesi in via di sviluppo, favorendo il loro sviluppo economico grazie all'aumento degli scambi commerciali con l'Europa e offrendo incentivi ad adottare misure concrete a favore dello sviluppo sostenibile. Il Parlamento europeo e il Consiglio dispongono ora di quattro mesi per sollevare eventuali obiezioni prima che le misure prendano effetto.

Cecilia Malmström, Commissaria europea per il Commercio, ha dichiarato: "Le preferenze SPG+ possono contribuire in modo significativo allo sviluppo economico dello Sri Lanka, incrementando le esportazioni verso il mercato UE, ma rispecchiano anche il modo in cui desideriamo aiutare lo Sri Lanka ad attuare riforme all'insegna del rispetto dei diritti umani, dello Stato di diritto e della buona governance. Sono certa che in tempi brevi si registreranno ulteriori sostanziali progressi in tali ambiti e che il dialogo SPG+ e il monitoraggio che lo accompagna coadiuveranno il processo di riforma, nel quale la legislazione antiterrorismo dello Sri Lanka dovrebbe essere resa pienamente compatibile con le convenzioni internazionali sui diritti umani."

L'accesso al sistema di preferenze SPG+ non significa che la situazione del paese beneficiario sia pienamente soddisfacente per quanto attiene alle 27 convenzioni internazionali, bensì offre l'incentivo di incrementare l'accesso al commercio in cambio di ulteriori progressi verso la piena attuazione di tali convenzioni e costituisce una piattaforma di collaborazione con i beneficiari su tutti gli ambiti problematici. Così come avviene per tutti i paesi beneficiari dell'SPG+, la rimozione dei dazi doganali per lo Sri Lanka andrebbe di pari passo con un controllo rigoroso dei progressi conseguiti dal paese in materia di sviluppo sostenibile, diritti umani e buona governance.

Lo Sri Lanka ha già beneficiato del regime SPG+ in passato. Nel 2010 l'UE aveva tuttavia deciso di interrompere il trattamento preferenziale nei confronti delle importazioni dello Sri Lanka, in quanto il paese non aveva affrontato la questione delle violazioni dei diritti umani ivi perpetrate. Nel 2015 il nuovo governo dello Sri Lanka ha avviato una serie di importanti riforme, volte a promuovere un clima di riconciliazione nazionale, il rispetto dei diritti umani, i principi dello Stato di diritto e della buona governance nonché uno sviluppo economico sostenibile. Nel luglio 2016 il governo dello Sri Lanka ha presentato la domanda per ottenere l'SPG+ e la Commissione ha ritenuto che il paese soddisfacesse i criteri di accesso all'SPG+ stabiliti nella normativa dell'UE.

Contesto
Lo Sri Lanka ha compiuto passi importanti al fine di migliorare il rispetto dei diritti umani e di perseguire la buona governance. Uno sviluppo significativo è costituito dalla diciannovesima modifica costituzionale, che ripristina l'indipendenza delle istituzioni principali, come la commissione nazionale per i diritti umani. Lo Sri Lanka ha anche intrapreso azioni concrete, finalizzate tra l'altro a: garantire che vengano esaminati i casi relativi alle persone scomparse, offrire una migliore protezione alle vittime e ai testimoni di crimini, rilasciare le persone detenute in virtù di norme antiterrorismo controverse, contrastare lo sfruttamento del lavoro minorile. Lo Sri Lanka ha inoltre ripreso le relazioni con il sistema delle Nazioni Unite, in particolare con il Consiglio delle Nazioni Unite per i diritti umani, impegnandosi a promuovere la riconciliazione, la trasparenza e i diritti umani e ha altresì conseguito la maggior parte dei propri obiettivi di sviluppo del millennio, in particolare nell'ambito della salute, dell'istruzione e della parità di genere.
Nel contempo occorre fare di più per ottenere miglioramenti in determinati ambiti problematici. Lo Sri Lanka è tenuto a garantire che la sua legislazione in materia di lotta contro il terrorismo sia in linea con le convenzioni internazionali sui diritti umani e, in via prioritaria, deve porre fine al ricorso alla tortura da parte delle forze dell'ordine e alla relativa impunità. Il governo deve inoltre impegnarsi a migliorare, mediante processi politici e legislativi, i diritti di donne e bambini, ad esempio per quanto riguarda la discriminazione, le violenze domestiche, l'età minima per contrarre matrimonio, lo sfruttamento sessuale e le vessazioni nei confronti dei sindacati. Tutti questi punti saranno oggetto di controllo nell'ambito del regime SPG+, al fine di garantire che si registrino continui progressi in tal senso.

L'UE rappresenta per lo Sri Lanka il più grande mercato di esportazione, che accoglie circa un terzo delle sue esportazioni complessive. Nel 2015 il volume complessivo degli scambi bilaterali corrispondeva a 4,7 miliardi di EUR. Le importazioni UE dallo Sri Lanka, costituite principalmente da prodotti tessili, prodotti in gomma e macchinari, erano pari a 2,6 miliardi di EUR.

Attualmente i paesi beneficiari dell'SPG+ sono otto: Armenia, Bolivia, Capo Verde, Filippine, Kirghizistan, Mongolia, Pakistan e Paraguay.

[Fonte: Comissione Europea]

Brexit news

Nel corso del Vertice europeo del 9 e 10 marzo, il Regno-Unito dovrebbe notificare l'articolo 50 del Trattato. Un primo passo è stato fatto il 1° febbraio con il voto a larga maggioranza, da parte della Camera dei Comuni, del progetto di legge che autorizza il Governo a procedere per il Brexit.

La proposta deve ancora essere discussa e votata dalla Camera dei Lord.

Si ricorda che lo scorso 24 gennaio, la Corte suprema del Regno-Unito ha deciso che il Parlamento doveva essere consultato per avviare l'uscita dell'Ue, il Governo ha pertanto presentato il 26 gennaio un progetto normativo da sottoporre al Parlamento.

[Fonte: Europa News]

UE e Messico d'accordo per accelerare i negoziati commerciali

I prossimi due cicli dei negoziati commerciali tra l'UE e il Messico si terranno nei mesi di aprile e giugno 2017. L'Unione europea e il Messico terranno due cicli supplementari di negoziati prima dell'estate nel quadro di un calendario negoziale accelerato per riformare l'accordo di libero scambio.

Le date dei prossimi cicli (3-7 aprile e 26-29 giugno) sono state concordate dalla Commissaria per il Commercio Cecilia Malmström e dal ministro dell'Economia del Messico Ildefonso Guajardo. Nell'ambito di questo nuovo programma, fissato durante una conversazione telefonica, i due hanno inoltre deciso di incontrarsi a Città del Messico fra queste due serie di colloqui per fare il punto della situazione e incoraggiare i negoziatori a compiere ulteriori progressi.

In una dichiarazione congiunta a seguito della telefonata, la Commissaria Malmström e il ministro dell'Economia Guajardo hanno dichiarato:

"Intendiamo portare compiutamente le nostre relazioni commerciali nel XXI secolo. Potremo così stimolare la crescita, rendere le nostre imprese più competitive e ampliare la scelta per i consumatori, creando al contempo posti di lavoro. Stiamo assistendo insieme al preoccupante aumento del protezionismo in tutto il mondo. È giunto il momento, in qualità di partner che condividono gli stessi principi, di difendere fianco a fianco l'idea di una cooperazione mondiale aperta. I nostri sforzi congiunti per rafforzare l'apertura al commercio da entrambe le parti sono già a buon punto; ora intendiamo accelerare il ritmo di questi colloqui così da coglierne i benefici ancora più velocemente."

L'anno scorso l'UE e il Messico hanno avviato negoziati per aggiornare l'attuale accordo di libero scambio in vigore dal 2000. Nei sedici anni dalla firma dell'accordo attuale i flussi commerciali globali sono profondamente cambiati, evidenziando la necessità di un nuovo accordo di libero scambio, più ampio e profondo. L'obiettivo di questo processo di modernizzazione è rispecchiare meglio le altre ambiziose intese commerciali che l'UE e il Messico hanno negoziato di recente.

Tra il 2005 e il 2015 il flusso commerciale annuale di merci tra i due partner è più che raddoppiato nel contesto dell'attuale accordo di libero scambio, passando da 26 a 53 miliardi di euro.

In linea con l'impegno della Commissione europea per una politica commerciale e di investimento più trasparente, le proposte di negoziato che l'UE porta avanti in questi colloqui sono disponibili online. Le sei proposte, che rappresentano la posizione negoziale iniziale dell'Unione, sono intese a modernizzare diversi elementi dell'attuale accordo UE-Messico.

[Fonte: Commissione Europea]

MUSEO MILANO LA STORIA DELLA NOSTRA CITTÀ
Rotary Distretto 2041

Regolamento 178/2002 - procedure per il richiamo di prodotti non conformi e avvio del sistema di pubblicazione dei dati inerenti i prodotti richiamati. Circolare ministeriale.

Si informa che la Direzione Generale per l'Igiene e la Sicurezza degli Alimenti e la Nutrizione, del Ministero della Salute, con la Circolare del 15 dicembre 2016 n. 47556, ha richiamato le procedure di richiamo per i prodotti non conformi alle norme stabilite dal regolamento 178/2002 e dato avvio al sistema di pubblicazione dei dati inerenti i prodotti richiamati dal mercato.

Il Regolamento 178/2002, che ha istituito un sistema di allerta rapido per la notifica di un rischio diretto o indiretto per la salute umana, prevede specifiche procedure svolte alla rintracciabilità ed al ritiro dell'alimento non considerato sicuro, nonché al richiamo dello stesso (recall).

La normativa europea in materia di sicurezza alimentare individua l'operatore del settore alimentare (OSA) quale responsabile della sicurezza dei prodotti immessi sul mercato e precisa che ciascuno Stato membro deve comunicare alla Commissione, attraverso il sistema rapido di allerta, ogni misura che sia stata adottata al fine di limitare i rischi per il consumatore.

La circolare precisa che qualora il prodotto sia già nella disponibilità del consumatore, l'operatore deve comunicare il motivo del ritiro e facilitare l'individuazione del prodotto; l'OSA deve, pertanto, predisporre una comunicazione di richiamo rivolta ai consumatori, contenente tutte le informazioni minime sotto riportate.

- denominazione di vendita;
- marchio del prodotto;
- nome o ragione sociale dell'OSA a nome del quale il prodotto è commercializzato;
- lotto di produzione;
- marchio di identificazione dello stabilimento, ove applicabile;
- nome del produttore e sede dello stabilimento;
- data di scadenza o termine minimo di conservazione;
- descrizione peso/volume unità di vendita;
- motivo del richiamo: descrizione precisa del pericolo che ha determinato il richiamo del prodotto; non è sufficiente un'indicazione generica, ad es. "prodotto non conforme";
- le istruzioni al consumatore per la gestione del prodotto acquistato, nonché ulteriori eventuali avvertenze, incluse le modalità per contattare l'assistenza clienti (numero verde, indirizzo e-mail, ecc.);
- fotografia del prodotto, così come si presenta al consumatore all'atto dell'acquisto.

La circolare ministeriale in esame è corredata da un documento in cui vengono descritte le procedure da seguire a seconda che sia stata appurata la sussistenza di un grave rischio per la salute umana, o sia, invece, necessaria una valutazione del rischio per decidere se adottare, o meno, misure rapide a tutela della salute.

Nello schema di cui al citato allegato 1, i casi in cui si identifica un grave rischio per la salute umana, sono stati suddivisi sulla base degli effetti acuti o cronici secondo il seguente schema:

- effetti immediati che si verificano nel caso in cui la comparsa di gravi effetti nocivi per la salute umana si manifestano immediatamente o dopo un breve periodo di tempo;
- effetti a lungo termine, che determinano effetti tossici cumulativi sulla salute solo a lungo termine.

Inoltre, la circolare in oggetto precisa che i distributori ed i dettaglianti devono divulgare la comunicazione di richiamo mediante cartellonistica, collocata nei punti vendita interessati.

Il Ministero precisa che, nel caso di **rischio di tossicità acuta**, l'OSA deve altresì, utilizzare la forma di comunicazione che preveda la pubblicazione del richiamo a mezzo stampa, ANSA, radio, TV, tenendo conto del livello di distribuzione raggiunto (locale, regionale, nazionale), ed almeno una delle seguenti modalità di comunicazione:

- Pubblicazione del richiamo sul proprio sito;
- Pubblicazione del richiamo su social network.

Nel caso, invece, di rischio di tossicità cronica l'OSA, oltre al messaggio di richiamo mediante apposizione di cartellonistica presso i punti vendita interessati, deve utilizzare almeno una delle seguenti modalità di comunicazione:

- Pubblicazione del richiamo sul proprio sito;
- Pubblicazione del richiamo su social network.

Qualora non fosse possibile procedere alla pubblicazione dei dati attraverso il sito internet, o la pagina social network sarà sufficiente diffondere il comunicato di richiamo tramite l'apposita pagina del portale del Ministero della salute, per mezzo delle procedure e dei modelli messi a disposizione sul portale stesso.

Inoltre, per garantire un più ampio e tempestivo accesso alle informazioni, gli OSA devono compilare e trasmettere alle ASL un modulo (all.2) che le Aziende Sanitarie, a loro volta, inviano alla Regione competente, così da inserire la segnalazione nel Nuovo Sistema Informativo Sanitario (NSIS), appositamente creato.

La circolare, infine, precisa che l'Autorità sanitaria è comunque tenuta a verificare che ciascun operatore abbia condotto efficacemente le procedure di richiamo, degli alimenti e, nel caso in cui l'OSA non adempia all'obbligo di richiamo o non vi provveda entro 24 ore, le Aziende Sanitarie procedono ad effettuare il richiamo d'ufficio, addebitandone le spese all'operatore interessato.

Il Ministero, nella circolare, segnala che tutte **le Regioni hanno individuato i nominativi dei referenti designati e che, pertanto, il sistema di pubblicazione dei richiami è operativo dal 1°gennaio 2017.**

SISTRI - Decreto Milleproroghe - sospensione sanzioni fino a tutto il 2017

Un **nuovo rinvio delle sanzioni SISTRI** è stato disposto dal cd. Milleproroghe, Decreto Legge 30 dicembre 2016, n. 244, recante "Proroga e definizione di termini" (G.U. n. 304 del 30/12/2016). Fino alla data del subentro nella gestione del Servizio da parte del nuovo concessionario (individuato da Consip), e comunque non oltre il 31 dicembre 2017, resterà infatti in vigore il regime del doppio binario: schede SISTRI più adempimenti "cartacei", con applicazione delle sole sanzioni relative a questi ultimi, previste per la violazione degli obblighi relativi alla tenuta di FIR, Registri di carico e scarico, MUD (continuano ad applicarsi gli artt. 189, 190 e 193 del D.Lgs. 152/2006, nel testo previgente alle modifiche apportate dal D.Lgs. 205/2010).

Slitta, pertanto, **al 1° gennaio 2018**, l'applicazione del pesante quadro sanzionatorio per il mancato rispetto degli obblighi operativi di tracciamento informatico dei rifiuti.
Si ricorda che sono e restano in vigore le sanzioni SISTRI per mancata iscrizione e mancato pagamento del canone annuale.

[Fonte: Ambiente News]

Modello IVA 2017 - Approvazione - Provvedimento Agenzia delle Entrate del 16 gennaio 2017

L'Agenzia delle Entrate ha pubblicato il provvedimento del 16 gennaio 2017, recante: "Approvazione dei modelli di dichiarazione IVA/2017 concernenti l'anno 2016, con le relative istruzioni, da presentare nell'anno 2017 ai fini dell'imposta sul valore aggiunto".

Con il provvedimento in esame l'Agenzia delle Entrate ha approvato il modello di dichiarazione **IVA/2017**, con le relative istruzioni, concernente la dichiarazione relativa all'anno 2016 da presentare nel 2017, ai fini dell'imposta sul valore aggiunto.

Il nuovo modello è composto da:
- ✓ il frontespizio, contenente anche l'informativa relativa al trattamento dei dati personali;
- ✓ i quadri VA, VB, VC, VD, VE, VF, VJ, VI, VH, VK, VN, VL, VT, VX, VO, VG, VS, VV, VW, VY e VZ.

E' stato approvato anche il Modello **IVA BASE/2017** che può essere utilizzato in alternativa al Modello IVA/2017, riservato ai contribuenti che nel corso dell'anno hanno determinato l'imposta secondo le regole generali previste dalla disciplina IVA.

Il modello base è composto da:
- ✓ il frontespizio, contenente anche l'informativa relativa al trattamento dei dati personali;
- ✓ i quadri VA, VB, VE, VF, VJ, VI, VH, VL, VX e VT.

Gli importi da indicare nei modelli devono essere espressi con arrotondamento all'unità di euro, con arrotondamento per eccesso se la frazione decimale è pari o superiore a 50 centesimi di euro ovvero per difetto se inferiore a detto limite.

I nuovi modelli sono disponibili gratuitamente sul portale web dell'Agenzia delle Entrate www.agenziaentrate.gov.it e su quello del Ministero dell'Economia e delle Finanze www.finanze.gov.it.

I soggetti che presentano la dichiarazione per via telematica, direttamente o attraverso gli intermediari abilitati, devono trasmettere i dati contenuti nei modelli sopra indicati secondo le specifiche tecniche che saranno approvate con successivo provvedimento.

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

ARGENTINA

Codice azienda: ARG/01
Nome azienda: ACEROS CORONA
Settore: Acciaio
L'azienda argentina vuole esportare in Italia prodotti in acciaio per uso medicale, aeronautico, cantieri navali, automobilistico, edilizia, minerario, petrolifero, petrolchimico.

Codice azienda: ARG/02
Nome azienda: ARPLAT
Settore: /
L'azienda argentina vuole esportare in Italia prodotti di argenteria e prodotti per la pulizia.

Codice azienda: ARG/03
Nome azienda: CESTARI SRL
Settore: Metallurgico
L'azienda argentina vuole esportare in Italia prodotti per l'industria agricola.

ROMANIA

Codice azienda: ROM/01
Nome azienda: IDEZIO SRL
Settore: Arredamento
La società IDEZIO è un produttore di arredamento con oltre 12 anni di esperienza e vuole esportare in Italia.

Aice

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

Proprietario della testata

Unione CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Stampato con mezzi propri

Anno LIII
Registrazione del Tribunale di Milano, n° 6649 del 16 settembre 1964

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