

IN EVIDENZA IN QUESTO NUMERO



L'Editoriale: "Al Forum Confcommercio di Cernobbio si è discusso di Europa nel nuovo scenario internazionale"

pag. 6

Seminario "Il pricing nelle vendite internazionali"
Mercoledì, 19 Aprile 2017 ore 13.45

pag. 8

Web Academy - Workshop "Twitter e LinkedIn"
Giovedì, 20 Aprile 2017 ore 9.00

pag. 9

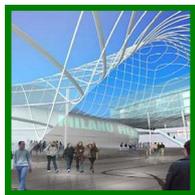
Seminario: "Le implicazioni della Brexit nel commercio internazionale"
Giovedì, 4 Maggio 2017 ore 8.45

pag.10



Crazy Web Shopping: evento di shopping virtuale
22/23 Giugno 2017

pag. 27



Italian Wine & Food Day 2017
23 Maggio 2017 Bucarest (Romania)
25 Maggio 2017 Budapest (Ungheria)

pag. 28



Commissione Europea
Una politica commerciale progressiva in un'età protezionistica

pag. 36

How to Succeed in China's Dairy Product Market
Sector report & Guideline

pag. 39

A disposizione dei Soci Aice



E'

a disposizione dei Soci lo studio "Export digitale: una sfida, tante opportunità" a cura dello Osservatorio Export.

In uno scenario internazionale altamente competitivo e 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.

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:

- "Transatlantic Economy 2017" (Not. 6 del 24 Marzo 2017)
- "Previsioni sulle insolvenze Atradius - Febbraio 2017" (Not. 5 del 10 Marzo 2017)
- "Uk White Paper on Brexit" (Not. 4 del 24 Febbraio 2017)
- "The most promising markets of 2017" (Not. 3 del 10 Febbraio 2017)
- "Trade Sector Review" (Not. 2 del 26 Gennaio 2017)

6**QUI AICE**

L'Editoriale: "Al Forum Confcommercio di Cernobbio si è discusso di Europa nel nuovo scenario internazionale"

pag.6

Seminario "Il pricing nelle vendite internazionali"
Mercoledì, 19 Aprile 2017 ore 13.45

pag.8

Web Academy - Workshop "Twitter e LinkedIn"

Giovedì, 20 Aprile 2017 ore 9.00

pag.9

Seminario: "Le implicazioni della Brexit nel commercio internazionale"

Giovedì, 4 Maggio 2017 ore 8.45

pag.10

Web Academy - Going Digital 2017
Condivisione e visibilità

pag.11

Museo Milano: storia del commercio estero a Milano e in Lombardia
Parte IV - Spagnoli, austriaci e francesi

pag.13

Convenzione AICE – BUREAU VERITAS
ITALIA S.p.A.

Government Services & International Trade

pag.16

17**LA FINESTRA DEI SOCI AICE**

Scheda di presentazione di "JOWA Srl"

pag. 17

Scheda di presentazione di "Arnetta Srl"

pag. 18

Maimex Srl

pag. 19

20**UNIONE CTSP E DINTORNI**

EBCM: questo è l'unico codice corretto per il versamento del contributo per gli Enti bilaterali del Terziario

pag. 20

Ripartizione territoriale quote per l'ingresso di lavoratori non comunitari

pag. 21

Convenzioni Unione a disposizione dei Soci Aice

pag. 22

23**PRIMO PIANO SULLA CONFCOMMERCIO**

Modalità di presentazione della dichiarazione d'intento per utilizzo in estrazione da deposito IVA - Chiarimenti operativi - Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n. 35/E del 20 marzo 2017

pag. 23

Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci Aice

pag. 25

26**EVENTI E CONVEGNI**

Driving Change: la Business Community e lo Sport
19 Aprile 2017

pag. 26

Crazy Web Shopping: evento di shopping virtuale
22/23 Giugno 2017

pag. 27

28**FIERE E MANIFESTAZIONI**

Italian Wine & Food Day 2017
23 Maggio 2017 Bucarest (Romania)
25 Maggio 2017 Budapest (Ungheria)

pag. 28

Partecipazione aziende italiane a Korea
Service Market 2017
Seoul, 15/16 Giugno 2017
pag. 29

Depositi Iva: affidabilità attestata con il modello
disponibile in Rete
pag. 40

31 NOTIZIE DAL MONDO

Proteggere la proprietà intellettuale nel Sud-est
asiatico durante il trasferimento di tecnologia
pag. 31

35 DALL'UNIONE EUROPEA

BREXIT: i negoziati per l'uscita
pag. 35

Commissione Europea
Una politica commerciale progressiva in un'età
protezionistica
pag. 36

How to Succeed in China's Dairy Product
Market
Sector report & Guideline
pag. 39

40 IN BREVE DALL'ITALIA

41 IL PUNTO SULLA NORMATIVA ITALIANA

Estrazione di beni introdotti in deposito IVA –
Decreto del Ministero dell'Economia e delle
Finanze del 23 febbraio 2017
pag. 41

Estrazione da deposito IVA - Utilizzo –
Dichiarazione d'intento - Modalità di
presentazione - Chiarimenti operativi -
Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n. 35 del
20 marzo 2017
pag. 43

AMBIENTE - MUD - prorogato al 2 maggio il
termine ultimo per la presentazione
pag. 45

46 WORLD BUSINESS

Opportunità di business per gli associati

pag. 46



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



“**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

Al Forum Confcommercio di Cernobbio si è discusso di Europa nel nuovo scenario internazionale

Il 31 marzo ed il primo aprile scorsi, si è tenuta, nella consueta cornice di Villa D'Este a Cernobbio, la diciottesima edizione del Forum Confcommercio "I protagonisti del mercato e gli scenari degli anni 2000".

Particolarmente interessante si è rivelato il panel dedicato al futuro dell'Europa nel nuovo scenario internazionale, introdotto dal discorso di apertura del Presidente di Confcommercio, **Carlo**

Sangalli, e moderato dal giornalista Bruno Vespa.

Il primo intervento è stato quello di **Antonio Tajani**, Presidente del Parlamento Europeo, il quale ha sottolineato come serva una politica economica che punti sull'industria, sulle PMI, sul turismo, sul mondo delle professioni, insomma sull'economia reale.

"Dobbiamo affrontare il tema della nostra politica commerciale – ha proseguito Tajani -. Abbiamo un problema con la Cina, che non è un' economia di mercato ma per l'Europa il mercato cinese è di

straordinaria importanza. Dovranno essere prese misure dumping e antidumping. Ora abbiamo anche un fronte aperto con gli Stati Uniti, che hanno deciso di reagire contro l'Europa fin dall'inizio della proibizione di importare carne con ormoni che ricorreva dal 1992."

"Non credo - ha detto Tajani - che scelte protezionistiche portino vantaggio a nessuno. Gli Stati Uniti d'America restano sempre il nostro partner commerciale preferito e quindi servirà un chiarimento tra noi e loro".



Tajani ha parlato anche della Brexit sostenendo che con i britannici l'Europa debba essere molto chiara: prima stabilire le regole del divorzio e poi cominciare a trattare sul futuro dei rapporti commerciali.

Il panel è proseguito con l'intervento di **Lucio Caracciolo**, Direttore di *Limes*, il quale ha sottolineato come per l'amministrazione americana l'obiettivo sia quello di fare la "guerra" alla Germania e in seconda battuta all'Europa. Tutto si concentra sul rapporto con la Germania e dal punto di vista americano il paese tedesco è visto come un rivale a livello commerciale. E l'Italia, che ha un rapporto relativamente subordinato con la Germania, rischia di subire le conseguenze di questo scontro senza aver troppe armi a disposizione.

Anche **Enico Letta**, *Paris School of International Affairs*, ha confermato le impressioni di Caracciolo: "gli Stati Uniti parlano con la Germania e non vogliono parlare con le istituzioni dell'Unione Europea perché non le riconoscono come autorità significative. Anche Obama andò a Bruxelles solo nel secondo mandato". Letta ha poi osservato che quello che sta cambiando radicalmente è che l'accelerazione della globalizzazione avvenuta nell'ultimo decennio ha modificato in tempi rapidissimi situazioni alle quali le imprese e i cittadini non riescono a rispondere in modo tempestivo.

Particolarmente interessante è stato il contributo dell'economista britannico, **Gerard Lyons**, che ha presentato il suo *paper* intitolato *Clean Brexit*, dove spiega in maniera convincente il suo favore per la Brexit e sostiene che la scelta migliore per il Regno Unito sia quella di uscire non solo dal mercato unico, ma anche nell'Unione Doganale Europea.

In questo modo la Gran Bretagna potrà negoziare accordi di libero scambio con tutti i Paesi e, se l'Europa non accetterà, per il Regno Unito sarà sufficiente applicare le norme doganali del WTO nelle relazioni commerciali con il Continente. L'Unione Europea, infatti, per la Gran Bretagna è un mercato di sbocco sempre meno importante in termini percentuali, soprattutto se paragonati a Stati Uniti e Cina.

I lavori del Forum si sono chiusi sabato primo aprile con l'intervento del Presidente del Consiglio, **Paolo Gentiloni**, il quale ha dichiarato di voler proseguire sulla strada della riduzione fiscale e che il Governo troverà una soluzione regolatoria per il lavoro saltuario ed occasionale, in sostituzione dei voucher. Gentiloni ha così avuto modo di rispondere parzialmente a ciò che in apertura di Forum il Presidente di Confcommercio Sangalli aveva chiesto al Governo, cioè di agire su tre

fronti (stabilità politica, riforme economiche, fiducia) riducendo il livello di pressione fiscale e non esponendosi sulla questione IVA.

Claudio Rotti



Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade



Seminario “Il pricing nelle vendite internazionali” Mercoledì, 19 Aprile 2017 ore 13.45

Seminario

Il pricing nelle vendite internazionali

**Mercoledì, 19 Aprile 2017
Ore 13.45**

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

RELATORE:

Prof. Fabio Musso
Università di Urbino

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 ha l'obiettivo di illustrare i vari approcci per la determinazione del prezzo di vendita nei mercati internazionali.

Le scelte di prezzo sono da considerare sia dal punto di vista del marketing (posizionamento del prodotto) che dal lato economico (margini per l'azienda).

Per determinare i prezzi si considerano i fattori interni all'azienda (costi, capacità produttiva ecc.) e quelli esterni (dazi, cambio valuta, canali di distribuzione ecc.).

Durante il seminario saranno illustrati esempi pratici di calcolo del prezzo di vendita e case study.

PROGRAMMA

13.45 Registrazione partecipanti

14.00 Apertura lavori

14.10 Prima parte. Il ruolo del prezzo nelle politiche di marketing e i criteri da utilizzare per i mercati esteri

- Caratteristiche del pricing internazionale
- I riferimenti per la fissazione dei prezzi
- Le strategie da adottare nei mercati esteri
- Le criticità e le competenze necessarie

15.30 Pausa

15.40 Seconda parte. Prezzi, redditività e azioni di marketing

- L'esigenza di controllo economico nelle scelte di marketing
- La relazione fra prezzi, marketing mix, vendite e profitti Il budget paese

17.00 Quesiti e dibattito



Web Academy - Workshop "Twitter e LinkedIn"

Giovedì, 20 Aprile 2017 ore 9.00



Twitter e LinkedIn è il secondo dei 10 workshop pratici del programma di formazione digitale **Web Academy** organizzato da Aice, in collaborazione con Img Internet.

Si tratta di due social network tra i più utili per chi fa business e vuole lavorare nelle digital PR. Grazie a questo corso, sarà possibile comprendere il funzionamento di questi canali e il loro utilizzo in ambito aziendale.

Twitter e LinkedIn

Web Academy Workshop



Giovedì, 20 Aprile 2017
ore 9.00

Scuola Superiore CTSP
Viale Murillo, 17- Milano

Relatore:

Doris Zaccaria
Esperta media digitali

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

CLICCA QUI

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

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

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

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

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

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

PROGRAMMA

Ore 9.00 Registrazione partecipanti

Ore 9.15 Apertura lavori

Ore 9.30 Il panorama degli utenti social in Italia, in Europa e nel mondo

- L'account personale su LinkedIn: quali informazioni evidenziare, come costruire la propria rete di relazioni, come lavorare sulla propria reputazione digitale.
- Come utilizzare i gruppi, essere presenti sulla piattaforma di publishing di LinkedIn e sfruttare SlideShare.

Ore 11.30 Pausa

- La pagina aziendale su LinkedIn: come costruirla, in che modo renderla qualcosa di più di un biglietto da visita.
- Come monitorare la performance della pagina e come migliorarla sfruttando i dati analitici, gli update e le pagine vetrina.

Ore 13.00 Pausa pranzo

Ore 14.00

Ads su LinkedIn: chi la utilizza e perché
Esercitazione pratica su LinkedIn

Ore 15.30 Twitter

- L'account aziendale su Twitter: come aprirlo e configurarlo.
- Il glossario del social, l'utilizzo delle liste e i nuovi formati.
- I diversi utilizzi di Twitter: customer care, relazione con la stampa e non solo.
- Il nuovo formato Moments e la content curation su Twitter
- L'adv su Twitter: come funziona e quando usarla.

Esercitazione pratica su Twitter

Ore 17.30 Chiusura lavori



Seminario: "Le implicazioni della Brexit nel commercio internazionale" Giovedì , 4 Maggio 2017 ore 8.45

Seminario

Le implicazioni della Brexit nel commercio internazionale

**Giovedì, 4 Maggio 2017
Ore 8.45**

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

RELATORI:

Danielle Allen
HM Deputy Consul-General
British Consulate General Milano

Pierpaolo Coda
Deputy General Manager
Monte dei Paschi di Siena Londra

Nicole Hirst
Solicitor e Partner, Pini Franco LLP, Londra

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 Perino
Tel. 027750320/1

Il cammino verso la Brexit è partito.

Nell'anno in cui si celebra il 60° anniversario dei Trattati di Roma, l'Unione Europea si trova per la prima volta ad affrontare il rischio concreto di disintegrazione.

A quasi un anno dal risultato referendario, in base alle informazioni disponibili, durante il seminario sarà presentato il percorso di uscita del Regno Unito dall'Unione Europea.

Saranno, inoltre, analizzati i primi eventuali effetti della Brexit nelle relazioni commerciali tra Italia e Regno Unito, sugli investimenti e nella circolazione di persone e servizi.

PROGRAMMA

8.45 Registrazione partecipanti

9.00 Apertura lavori

9.15 Panoramica economica e politica del processo Brexit e aggiornamento sulla posizione odierna.

Come sono cambiate le relazioni commerciali tra l'Italia e il Regno Unito.

Brexit e i servizi finanziari: possibili impatti e scenari

- Andamento dell'economia inglese dopo il voto fino ad oggi
- La CITY nel contesto economico inglese ed europeo
- L'importanza dei diritti di 'passporting'
- Possibili alternative al regime del 'passporting'
- L'impatto sulle strategie delle banche.

10.45 Pausa

11.00 Introduzione sugli aspetti giuridici di Brexit:
- sintesi dell'iter giuridico post il referendum del 23 Giugno 2016 ad oggi;
- panoramica dei vari aspetti legali che potrebbero essere intaccati o influenzati post Brexit;

· I contratti commerciali:
le 'clausole Brexit' da considerare nel riesaminare contratti esistenti e nella negoziazione di nuovi contratti;

· L'esecuzione delle sentenze UK in (altri) paesi della CE.

12.30 Domande, discussione e chiusura dei lavori



Web Academy - Going Digital 2017 Condivisione e visibilità

Nel primo appuntamento del programma di **Going Digital 2017**, **Paolo Spada e Andrea Boscaro** hanno raccontato una realtà che ha subito un'accelerazione straordinaria e che, in meno di vent'anni, ha stravolto abitudini e comportamenti consolidati da oltre mezzo secolo.

Google, che sembra faccia parte della nostra vita da sempre, è apparso solo nel 1998 e oggi sta delineando un futuro che non potevamo neppure immaginare. Questo nuovo mondo ha messo di fronte gli individui a potenzialità diverse, ne ha moltiplicato drasticamente i rapporti interpersonali, ha sepolto modelli di business e di acquisizione della conoscenza a vantaggio di **condivisione e capitalizzazione interconnessa**: chi compra un cd oggi? O un'enciclopedia? Addirittura è più facile andare su google earth per conoscere un luogo anziché visitarlo. Di fronte a questo terremoto mediatico e relazionale proviamo a capire come si sta comportando il nostro tessuto economico.

Il passaggio al **digitale** rappresenta **un'enorme forma di condivisione** che, se usata in modo equilibrato, porta a molti benefici. Sono svariati, infatti, gli strumenti del web che hanno come fulcro del loro operato la condivisione: di contenuti, esperienze, intenti, idee. Condividere, oggi, significa dare la possibilità di interagire e relazionarsi ad un numero elevato di persone e lo strumento per farlo è il digitale. Si parla, infatti, di rivoluzione digitale che ha investito tutti i settori, anche quelli apparentemente più lontani dalla tecnologia, come il turismo o l'artigianato. Diventa fondamentale, in ogni campo, **imparare a sfruttare il concetto di community** che, attraverso l'identificazione dei suoi partecipanti, veicola il messaggio o il prodotto che si vuole trasmettere. Questo cambia la prospettiva. Perché la diffusione diventa esponenziale con il risultato diretto di **alta visibilità** e senso di appartenenza ai contenuti che il messaggio o il prodotto stesso comunicano. I quali diventano un'esperienza da condividere.

Anche in ambito commerciale è tutto cambiato. **Le persone cercano**, infatti, **esperienze non prodotti**. L'obiettivo, oggi, è instaurare una sorta di empatia tra l'azienda e il cliente che faccia aumentare il **coinvolgimento del consumatore** e la sua differenziazione percepita durante il processo di acquisto e di consumo. Il marketing esperienziale porta a cercare un vantaggio competitivo, basato sul coinvolgimento emotivo e sulla **creazione di esperienze**. Occorre riconfigurare l'offerta, quindi, intesa come l'insieme delle attività legate alla **relazione** che si instaura **tra azienda e cliente**. La quale deve entrare in stretta interazione con l'individuo al quale si rivolge per conoscerlo in modo approfondito cogliendo le caratteristiche dell'esperienza di consumo che questi vuole vivere.

Si parla molto di robotica e di tecnologia che sottraggono posti di lavoro. Ci sono però approcci tecnologici in grado di rendere più efficienti sia le squadre sia le competenze dei singoli. "Il digitale è un concetto molto, ma molto più ampio della Rete" spiega Andrea Boscaro "Occorre individuare i processi che possono essere ottimizzati grazie alla loro digitalizzazione e liberare, grazie a questo, risorse per innovare. L'e-commerce è spesso visto in chiave b2c, ma la **sostituzione di processi routinieri con transazioni online permettere risparmio dei costi, maggior intelligence sui bisogni dei clienti, più tempo per "fare la differenza" sul piano personale e commerciale.**"

Oggi un venditore deve cambiare tecniche. A livello commerciale, per esempio, si può usare **LinkedIn** anche come **sistema di gestione dei contatti**. Non dimenticando Facebook e Twitter. “Twitter funziona sul piano dell'informazione professionale”, commenta Borsaro, “mentre Facebook è indicato, soprattutto, per gruppi segreti dedicati a team ed a categorie specifiche di stakeholder aziendali. LinkedIn è però il luogo principe dove le aziende possono, soprattutto per il tramite dei propri collaboratori, veicolare contenuti e consentire una ricca ed proficua presenza dei loro profili online: a quel punto il terreno sarà pronto anche per un'attività commerciale più puntuale.”

E poi c'è l'argomento delle vendite online, dove Amazon e altre piattaforme sono orientate al b2c. Vediamo, invece, quali strumenti ci sono per il b2b. “**In alcuni Paesi vi sono portali b2b paralleli ad Amazon come ad esempio Amazon stessa che negli USA ha aree dedicate ai suppliers.**” continua Boscaro “In generale, vi sono molti siti e-commerce dedicati alle imprese sia pure player (es. Eurooffice) sia con logiche di collaborazione omnicanale con i punti vendita (es. Buffetti). **Vi sono infine vere e proprie strategie e-commerce b2b2c che attori come i distributori e i grossisti adottano per generare valore per i propri clienti.**”

In questo nuovo mercato gli strumenti indispensabili sono quelli rivolti all'ascolto e all'analisi e un'azienda deve sempre essere presente e attenta alle esigenze dei propri consumatori. Infatti, conclude Boscaro “Tra i tanti tool non ho menzionato, se non incidentalmente, Google Analytics. In realtà la più efficace attività di ascolto è proprio quella legata all'interpretazione dei dati di comportamento di chi visita un sito o una app.”

Per IMG Internet fare formazione significa rapportarsi costantemente con le figure che governano o governeranno i processi digitali e le attività di comunicazione secondo i paradigmi che si sono affermati in questi ultimi anni. Abbiamo chiesto ad Andrea la sua percezione rispetto alla preparazione delle aziende che partecipano ai nostri corsi. “Vi sono settori”, racconta Boscaro, “per esempio l'automotive, che hanno fatto passi da gigante in quanto a digital transformation degli attori coinvolti e preparazione al digitale dei loro team. Credo che l'ascesa dei marketplace aprirà anche il mondo b2b e le PMI ad incamminarsi su sentieri di trasformazione digitale più di quanto non l'abbia fatto la diffusione di Facebook perché, in quanto tale, la presenza aziendale sul social network non richiede un vero pensiero strategico e quindi una vera preparazione digital. Diverso è ovviamente estrarre valore dalla presenza sui social media e comprenderne opportunità e criticità.”

Per maggiori informazioni <http://blog.imginternet.com/Marketing/Condivisione-E-Visibilita-Le-Possibilita-Da-Sfruttare-Nel-Mondo-Digitale.kl>

[Fonte: IMG Internet]



Museo Milano: storia del commercio estero a Milano e in Lombardia Parte IV - Spagnoli, austriaci e francesi

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 1600-1700, 1700-1800, 1800-1900

La dominazione spagnola

Ancora alla fine del Cinquecento, la Lombardia e in particolare lo Stato di Milano, nonostante la perdita di territorio appariva ai numerosi visitatori e viaggiatori stranieri come una terra ricca, una delle più ricche zone d'Europa. Il territorio lombardo è divisibile in quattro fasce. È la bassa pianura la zona che colpisce la maggioranza dei viaggiatori.

L'industria serica

Dopo il primo mezzo secolo di sviluppo conseguente anche alla Pax Hispanica, inizia il lungo declino. Sono anni di guerra e della peste (1630) che si stima ridusse la popolazione milanese da circa 250.000 a circa 75.000 abitanti, anche se il recupero fu rapido e alla metà del secolo era tornata ai livelli precedenti.

Malauguratamente, è innegabile la crisi e il declino della manifattura cittadina nel periodo spagnolo: a partire dal 1610, infatti, alcune produzioni, come quella dei panni nel Comasco, di fatto scomparvero. A Milano, nel 1698 esistevano ormai soltanto 25 mulini per la seta, contro i 398 del Contado. Le cause della decadenza non sono semplicemente imputabili all'amministrazione spagnola.

All'inizio del XVII secolo, la domanda sul mercato europeo dei prodotti di alta qualità realizzati a Milano e in Lombardia non era più così alta a causa della concorrenza dei produttori d'Oltralpe, dei toscani per lana e la seta, dei tedeschi per le armi. Restarono nicchie di alta gamma, in particolare per le sete (lo si deduce da un divieto emesso nel 1670 in Francia, che proibisce l'importazione di drappi a fronte di una forte concorrenza), le maioliche, con uno spostamento complessivo verso i semilavorati serici e i prodotti agroalimentari. In contrasto con la crisi della città si verifica una crescita dell'industria nel Contado, forse perché

MUSEO
MILANO
Rotary
Distretto 2041

LA STORIA DELLA NOSTRA CITTÀ

Stima della produzione di seta nello stato di Milano (introduzione di seme-bachi nelle città nel 1580)	Seta (libre)	Valore unitario (soldi/libra*) (* Il valore si riferisce al prezzo della seta cruda nelle stesse città: il primo costo nel segmento della filiera che conduce alla seta greggia.)	Valore complessivo (lire)
Milano	238.500	206,0	2.456.550
Lodi	96.733½	220,0	1.064.066½
Pavia	28.041½	228½	320.492½
Cremona	3.125	223½	34.921½
Como	1.916½	201½	19.326½
Stato di Milano	368.316½	211½	3.895.357½

Stima della produzione della seta nello Stato di Milano nel 1580

libera da alcuni vincoli imposti dalle corporazioni urbane. La rigidità e il costo del lavoro nelle città sono spesso indicati come una delle principali cause della crisi economica nelle città, insieme con il peso del fisco spagnolo. Molto probabilmente, l'accresciuto spazio economico del Contado non compensò la crisi urbana, ma sicuramente mantenne in vita il tessuto economico della manifattura, in grado di rifiorire successivamente. In alcuni casi vi fu un rinnovamento, come per la produzione di cappelli di feltro a Monza e a Caravaggio, o di nastri a Vigevano.

Il periodo austriaco

Nel 1706, la Lombardia era stata abbandonata dagli spagnoli, e sia a Milano, sia nelle province si era ridotta la popolazione e il numero delle manifatture, soprattutto del settore laniero. L'agricoltura era gravata dalle conseguenze derivate dal sistema della manomorta, mentre il commercio risentiva della scarsa produzione, dei dazi interni e della difficoltà nelle comunicazioni. Il governo austriaco si trovava, perciò, nella condizione di dover provvedere urgentemente e radicalmente ai problemi presenti. Per prima cosa, si propose di unificare il territorio mediante riforme sostanziali, con l'obiettivo di inglobare le varie aree in un unico corpo amministrativo ed economico, al fine di attuare una politica amministrativa consona ai bisogni fiscali del governo centralizzato.

Il ruolo delle comunicazioni

Nel 1759, con l'editto generale del censo, furono abolite le antiche consuetudini in materia di viabilità. Le strade vennero suddivise in tre classi: regie (o provinciali), comunali, private: le prime erano a carico della provincia, con le spese ripartite a seconda del loro estimo totale, le seconde erano a carico dei comuni, e le terze dei co-utenti. Alla fine del Settecento, la Lombardia era dotata di una rete stradale di buon livello anche rispetto ai Paesi europei, cresciuta in modo organico. Furono inoltre aperti canali navigabili con servizi di trasporto regolari (come il canale di Paderno).

Le politiche doganali

Le politiche doganali, che dipendevano dalla politica generale di Vienna più che da interessi locali, determinarono una graduale riforma della struttura dei dazi e delle tariffe esterne. L'impostazione mercantilistica comportava un'imposta sull'importazione di beni e manufatti di lusso e la liberalizzazione delle esportazione (abolizione del tariffa sulla seta). L'intervento fu graduale, e solo nel 1781 si abolirono i dazi interni per le manifatture fabbricate nello Stato.

Il commercio estero in Lombardia nella seconda metà del Settecento e nel primo Ottocento

Si ritiene che, nella seconda metà del Settecento, la bilancia commerciale fosse in deficit, e poco valsero gli sforzi per aumentare la produzione interna in sostituzione dei prodotti importati. Il peso delle importazioni sembra tuttavia legato a una crescita dell'economia lombarda: gli squilibri esistenti venivano coperti dalle importazioni. Una "fotografia" del commercio a metà Settecento ci arriva dalle relazioni di Verri.

Il periodo francese

La politica francese può essere divisa in due fasi: fino al 1803 vede (anche grazie al ruolo di Francesco Melzi) il mantenimento della politica precedente, e le tariffe del 1803 sono in un certo senso l'atto finale della riforme intraprese dall'Austria. La guerra con l'Inghilterra, e la decisione di dare supporto alle manifatture francesi, cambiano questo atteggiamento, ma la depressione dell'economia lombarda del periodo dipende più da fattori interni.

Dal punto di vista delle esportazioni non vi sono differenze sostanziali rispetto al primo periodo austriaco: formaggio, grano, seta grezza e filata, cascami di seta e manufatti di seta, lino, canapa, merci di lana, ferro battuto, prodotti metallici e opere a stampa. E nemmeno per le importazioni ci sono cambiamenti radicali: prodotti coloniali, vino, olio d'oliva, bestiame, frutta, pesce, riso, cotone, lana, canapa, lino, coloranti, legno, seta grezza.

La Restaurazione vedrà il ritorno delle politiche doganali precedenti in modo più articolato, anche con elementi di protezionismo per difendere la nascente industria locale. Mentre queste furono influenzate da considerazioni politiche, le iniziative relative ai trasporti e alle infrastrutture furono maggiormente orientate alle esigenze dello sviluppo. Le esportazioni sono guidate dalla seta greggia e dai latticini: circa il 60% della produzione di seta e il 50% di quella di formaggio vengono esportate. Il peso prevalente delle importazioni è costituito da beni pregiati: pannilana e tabacco, ma anche cotone in fiocco con un ritmo di crescita molto elevato (dai 3.000 ql. nel 1815, ai 56.000 ql. del 1855, con un peso crescente del cotone americano).

Ma problemi presenti per la seta alla metà del Settecento si ritroveranno nell'Ottocento, con una produzione estremamente decentrata e finanziariamente molto debole che si confronta a un numero ristretto di mercanti in grado collocare il prodotto, e a un forte potere sulla determinazione del prezzo finale da parte dei compratori esteri (inglesi e poi tedeschi, svizzeri, francesi). La floridezza del mercato e le stesse caratteristiche della filiera produttiva impedirono in questi anni qualsiasi cambiamento

Per maggiori informazioni www.museomilano.it



Convenzione AICE – BUREAU VERITAS ITALIA S.p.A. Government Services & International Trade

AICE ha stipulato una convenzione con **Bureau Veritas Italia S.p.A. (GSIT - Government services & International Trade)** al fine di supportare le aziende associate, nel conformare le proprie merci alle normative che disciplinano il commercio internazionale, che sono numerose e in continua evoluzione. Sono normative di livello europeo, internazionale o locale, imposte dai Paesi, dai Governi o da Organismi terzi.



Bureau Veritas è leader a livello mondiale nella verifica, valutazione ed analisi dei rischi in ambito Qualità, Ambiente, Salute e Sicurezza e Responsabilità Sociale (QHSE-SA).

Il Gruppo fornisce servizi di ispezione e controllo, verifica di conformità e certificazione a supporto delle Organizzazioni di ogni dimensione, appartenenti a tutti i settori, sia pubblici che privati, dall'industria ai servizi.

Le nostre attività di verifica possono avere come oggetto Sistemi e Processi, Prodotti e Servizi, Beni, Impianti e Progetti ed hanno come riferimento Standard riconosciuti a livello mondiale, norme cogenti e volontarie di livello nazionale ed internazionale, Disciplinari propri o del Cliente.

Nato nel 1828, il Gruppo conta oltre 1.000 uffici in 140 Paesi e si avvale di un network di 52.000 dipendenti.

Servizi per la verifica di conformità:

attestazione della conformità delle merci per conto dei Governi dei Paesi di importazione, attraverso l'esecuzione di controlli obbligatori pre e post-imbarco.

Sono numerosi i Governi che hanno reso obbligatorio questo genere di controllo sulle importazioni, a garanzia della sicurezza delle merci e della corretta riscossione dei diritti doganali.

BUREAU VERITAS OPERA PER CONTO DEI GOVERNI DI:

Algeria, Angola, Bangladesh, Benin, Botswana, Central African Republic, Chad, DR of Congo, Côte d'Ivoire, Ecuador, Egypt, Ethiopia, Ghana, Guinea, Indonesia, Iraq / Kurdistan, Kenya, Kuwait, Lebanon, Liberia, Mali, Russia, Saudi Arabia, Somalia, Syria, Tanzania, The Philippines, Uganda, Uzbekistan, Zambia.

Servizi di ispezione PSI (pre-shipment inspection) volontario:

Per l'esportazione come per l'importazione, ma anche per i movimenti di merce a livello nazionale, gli importatori ed esportatori hanno bisogno di garanzie che li tutelino durante il trasferimento delle loro proprietà.

Bureau Veritas opera nel settore del commercio internazionale, supportando gli operatori coinvolti (importatori ed esportatori, agenzie, banche, assicurazioni, governi, organizzazioni internazionali) nella riduzione dei rischi cui sono soggetti.

La Divisione GSIT si rivolge, quindi, al **settore privato** (produttori, fabbricanti, traders ed istituzioni finanziarie nazionali e sovranazionali,...) proponendo servizi di ispezione pre-imbarco, valutazione, analisi dei rischi, audits sia sui prodotti che sulla loro movimentazione.

A tutti gli associati AICE che si avvalgono di tale convenzione, Bureau Veritas riserva uno sconto del 20% sulle ispezioni PSI (pre-shipment inspection) volontarie e l'accesso gratuito per un anno al portale VERIGATES.

<https://verigates.bureauveritas.com>

Verigates è una piattaforma web dedicata ai programmi di ispezione pre-imbarco gestiti da Bureau Veritas, i servizi pubblici e divisione del commercio internazionale.

Verigates è un portale interattivo sicuro che copre tutti i processi tra gli uffici operativi Bureau Veritas e la comunità del commercio internazionale.

Si tratta di un "front office" 24/7 che dà all'operatore, accesso rapido alle informazioni.

L'applicazione consente di inserire le richieste di apertura file, ordinarle per certificato e consultare lo stato delle pratiche in tempo reale.

Approfondimenti: www.bureauveritas.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).

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

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

JOWA S.R.L.

Principali Paesi in cui opera: Italia - Spagna - Korea - Bahrain



Siamo produttori di intimo – pigiamaeria – calzetteria e abbigliamento mare con il ns. marchio “Timonier” rivolto solo ed esclusivamente all’uomo. Siamo posizionati su una fascia medio-alta e ci teniamo a mantenere vivo il “made in Italy” producendo solo ed esclusivamente in Italia.

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



ARNETTA SRL

Principali Paesi in cui opera: UE, Russia, Medio Oriente

Arnetta: vestiamo i vostri bambini.....dalla testa ai piedi

In cinquanta anni di attività, Arnetta ha raggiunto una solida posizione di leadership nella produzione e commercializzazione di abbigliamento e calzature per bambini e ragazzi, con un volume di 5 milioni di pezzi all'anno. L'azienda gode, inoltre, di una ottima reputazione per il design ed il rapporto qualità/prezzo dei suoi prodotti, come pure per la serietà e la competenza su cui basa i rapporti con la propria clientela.

Esperienza, elevato standard di servizio e affidabilità fanno di Arnetta il partner ideale per tutti gli operatori del settore bambino.

Licenziataria ufficiale Disney dal 2001 (e premiato quale miglior licenziatario Disney nel 2009), nel corso degli anni ha progressivamente aggiunto al proprio portfolio marchi internazionali (Hello Kitty, Peppa Pig, Winx, Superman, Batman, e altri) diventando azienda di riferimento del settore per la sua capacità di anticipare l'evoluzione del mercato, sia dal punto di vista del prodotto che sotto il profilo organizzativo/distributivo.

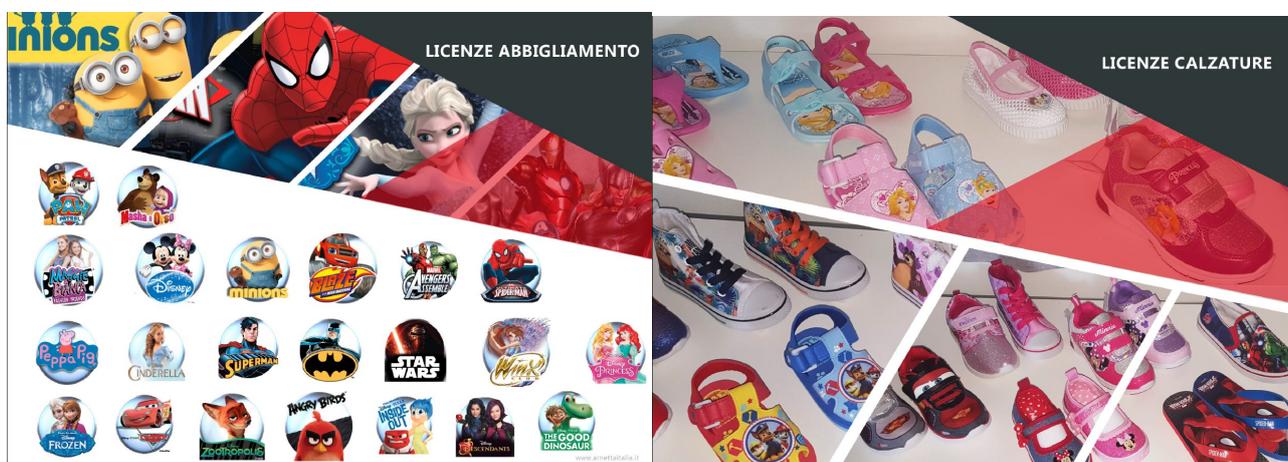
CANGURO: il design italiano

In quasi mezzo secolo di storia, Canguro è diventato sinonimo di stile italiano, un valore universalmente riconosciuto, dove tradizione e innovazione trovano una magistrale sintesi creativa. Un valore che, nonostante la competizione globale, non conosce crisi e che rappresenta il vero punto di forza rispetto alla concorrenza.

CANGURO: le collezioni

Le collezioni Canguro si distinguono per lo stile inconfondibile: grafiche originali e accattivanti, sempre in linea con le ultime tendenze del mercato, e un design adatto alle diverse fasce di età di riferimento. La particolare attenzione ai gusti dei bambini unita alla cura dei dettagli e ad un rapporto qualità/prezzo vincente, fanno di Canguro la scelta ideale. Il tutto senza perdere di vista la sicurezza: tutti i materiali sono "tested no toxic" e rispettano la rigida normativa UE. Per la sicurezza delle mamme e la gioia dei bambini.

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





MAIMEX
INT'L FREIGHT FORWARDER

LA NOSTRA PUNTUALITÀ NON PASSERÀ MAI DI MODA

TRASPORTI INTERNAZIONALI E DOGANALISTA DA 40 ANNI

Via Pola 24/26 20096 - Pioltello (MI) - Tel 02 9291811 - www.maimex.it



EBCM: questo è l'unico codice corretto per il versamento del contributo per gli Enti bilaterali del Terziario

Su alcuni siti internet è riportata la notizia relativa all'istituzione di una causale per il versamento, tramite modello F24, dei contributi da destinare al finanziamento di un ente bilaterale che riporta nella propria denominazione il termine "TERZIARIO".

Riteniamo opportuno ricordare che la contribuzione in favore di EBITER Milano, così come previsto dall'articolo 21 del CCNL per i dipendenti da aziende del terziario della distribuzione e dei servizi sottoscritto da CONFCOMMERCIO e Filcams – CGIL, Fisascat – CISL e Uiltucs – UIL, deve essere evidenziata nel modello F24 attraverso il consueto codice EBCM.

[Fonte: LavoroNews]

Vuoi orientarti in un nuovo mercato?

- Individuazione del mercato obiettivo
- Definizione del canale di vendita

Aice
Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

Cresci all'estero con Aice
Associazione Italiana Commercio Estero
L'unica Associazione che affianca l'impresa con una gamma personalizzata di servizi di formazione e di consulenza dedicati all'internazionalizzazione

Sei alla ricerca di controparti all'estero?

- Elenchi personalizzati
- Incontri d'affari
- Partecipazioni fieristiche
- Eventi promozionali

Vuoi concludere con successo una transazione internazionale?

- Contrattualistica internazionale
- Dogane e scambi intracomunitari
- Fiscalità internazionale
- Forme di pagamento internazionali
- Trasporti e Incoterms

Per informazioni
Aice
Associazione Italiana Commercio Estero
info@aicebiz.com
www.aicebiz.com
Seguici su



Ripartizione territoriale quote per l'ingresso di lavoratori non comunitari

Il Ministero del Lavoro, con circolare n. 6 del 22 marzo c.a., comunica l'attribuzione territoriale delle quote dei flussi di ingresso dei lavoratori non comunitari per lavoro nel territorio dello Stato per l'anno 2017, previste dal D.P.C.M. 13 febbraio 2017.

La quota di ingressi in Italia, per motivi di lavoro subordinato non stagionale e di lavoro autonomo, è pari a **13.850** unità. La quota complessiva è così ripartita:

- **500** lavoratori stranieri, non comunitari residenti all'estero, che abbiano completato programmi di formazione e istruzione nei Paesi d'origine ai sensi dell'art. 23 del decreto legislativo 25 luglio 1998, n. 286;
- **100** lavoratori stranieri per motivi di lavoro subordinato non stagionale e di lavoro autonomo di origine italiana per parte di almeno uno dei genitori fino al terzo grado di linea diretta di ascendenza, residenti in Argentina, Uruguay, Venezuela e Brasile;
- **2.400** lavoratori autonomi.

Le restanti 10.850 quote vengono riservate a coloro che intendano convertire in lavoro subordinato il permesso di soggiorno già posseduto ad altro titolo.

Le domande saranno trasmesse, esclusivamente con modalità telematiche, **dalle ore 9.00 del 20 marzo 2017 fino al 31 dicembre 2017**.

[Fonte: LavoroNews]



SOSTENIAMO IL VOSTRO FUTURO.





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 Pellegrini - Buoni pasto

La divisione buoni pasto Pellegrini Card nata nel 1985 è tra i primi 3 operatori del mercato privato per fatturato.

Grazie all'accordo fra Pellegrini Card e Confcommercio Milano, tutte le imprese e i liberi professionisti associati, possono usufruire di condizioni economiche interessanti per

l'acquisto di Buoni Pasto Pellegrini Card ed accedere ad un prodotto innovativo, che appaga i Clienti e gratifica gli Esercenti, creando una comunità di persone che interagiscono in piena soddisfazione.

Offriamo:

- Pagamenti personalizzati anche con carta di credito
- Polizze assicurative studiate per i Vostri dipendenti a copertura dei rischi "in itinere"
- Varie modalità per effettuare gli ordini: il portale web per ordini online
- Porta Buoni Personalizzati Servizi aggiuntivi gratuiti:
- LogoXte: personalizzazione fronte buoni con il vostro logo aziendale
- SpazioXte: personalizzazione retro buoni con informazioni e/o immagini, mirate ai Vostri dipendenti

· EasyBack: l'innovativo servizio che consente la restituzione per remissione dei buoni pasto scaduti

· Opportunità di studiare soluzioni con il primo Buono Pasto Elettronico che funziona sui POS bancari già installati presso gli esercizi commerciali

Sconto a partire dall'8% sul valore nominale dei Buoni Pasto Pellegrini Card (Iva 4% esclusa)

· Inoltre, **20 buoni pasto da € 5,00 in OMAGGIO**, se l'ordine raggiunge il totale di € 5.000,00

· Spese di spedizione **GRATUITE**

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

Connettiti, seguici informati



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



Seguici su Twitter all'indirizzo twitter.com/AICEMilano



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

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



Modalità di presentazione della dichiarazione d'intento per utilizzo in estrazione da deposito IVA - Chiarimenti operativi - Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n. 35/E del 20 marzo 2017

Con la Risoluzione n. 35/E del 20 marzo 2017, l'Agenzia delle Entrate ha fornito importanti chiarimenti operativi in ordine alle modalità di presentazione della dichiarazione d'intento per l'utilizzo in estrazione da deposito IVA, anche alla luce del Provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate del 2 dicembre 2016, con il quale è stato approvato un nuovo modello di dichiarazione d'intento, utilizzabile per le operazioni di acquisto da effettuare a partire dal 1° marzo 2017.



In particolare, con il documento di prassi in esame viene ricordato che, a decorrere dal 1° aprile 2017, l'estrazione di beni da deposito IVA è effettuata senza pagamento dell'imposta, quando viene eseguita da esportatori abituali che si avvalgono della facoltà di cui alla lettera c) del primo comma e al secondo comma dell'art. 8 del D.P.R. n. 633 del 1972, secondo cui, costituiscono cessioni all'esportazione non imponibili, la cessioni di beni diversi dai fabbricati e dalle aree edificabili e le prestazioni di servizi rese a soggetti che, avendo effettuato cessioni all'esportazione od operazioni intracomunitarie, si avvalgono della facoltà di acquistare, anche tramite commissionari, o importare beni e servizi senza pagamento dell'imposta.

In tali casi, la dichiarazione d'intento deve essere comunque trasmessa all'Agenzia delle entrate, che rilascia apposita ricevuta telematica.

Ciò premesso, per quanto riguarda la compilazione del modello di dichiarazione d'intento, l'Agenzia delle Entrate chiarisce che, nel caso in cui l'esportatore abituale intenda avvalersi della facoltà prevista dall'art. 50-bis, comma 6, sesto periodo, del D.L. n. 331 del 1993 [ai sensi del quale, è effettuata senza pagamento dell'imposta l'estrazione da parte di soggetti che si avvalgono della sopra citata facoltà di cui alla lettera c) del primo comma e al secondo comma dell'art. 8 del D.P.R. n. 633 del 1972], deve compilare una dichiarazione d'intento per ogni singola estrazione, indicando come destinatario della stessa il gestore del deposito.

Di conseguenza, nella Sezione "*Destinatario della dichiarazione*" del modello vanno indicati il codice fiscale, la partita IVA e la denominazione del gestore del deposito IVA.

L'importo dell'estrazione deve essere inserito nel modello nella Sezione "*Dichiarazione*" - campo 1 "una sola operazione per un importo fino a euro".

In ordine, invece, alle modalità di presentazione e verifica della trasmissione, l'Agenzia delle Entrate evidenzia che l'esportatore abituale, che procede all'estrazione senza pagamento dell'imposta, deve trasmettere telematicamente la dichiarazione d'intento all'Agenzia delle Entrate ed acquisire la relativa ricevuta telematica.

La dichiarazione, unitamente alla ricevuta di presentazione rilasciata dall'Agenzia delle Entrate, deve essere consegnata al gestore del deposito, che procede a riscontrare telematicamente l'avvenuta presentazione all'Agenzia delle entrate.

Viene evidenziato che restano ferme le modalità procedurali previste dal penultimo periodo del citato comma 6 dell'art. 50-bis del D.L. n. 331 del 1993, ai sensi del quale, per lo svincolo della garanzia prevista per le operazioni di immissione in libera pratica di beni non comunitari destinati ad essere introdotti in un deposito IVA, fino all'integrazione delle pertinenti informazioni residenti nelle banche dati delle Agenzie fiscali, il soggetto che procede all'estrazione dei beni introdotti in un deposito IVA comunica al gestore del deposito IVA i dati relativi alla liquidazione dell'imposta.

Al riguardo, l'Amministrazione finanziaria rinvia alle istruzioni e precisazioni fornite dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli con nota prot. n. 84920/RU del 7 settembre 2011, e nota prot. n.113881/RU del 5 ottobre 2011, reperibili sul sito internet www.agenziadoganemonopoli.gov.it.

In particolare, con la citata nota prot. n.113881/RU, viene precisato che il soggetto che procede all'estrazione deve produrre:

- copia dell'autofattura ovvero, in caso di esportazione o di cessione intracomunitaria, copia della fattura, integrata con gli estremi della registrazione nei libri contabili ovvero, in alternativa a tale integrazione, corredata da copia del registro di cui agli articoli 23, 24 e 25 del D.P.R. 633 del 1972, da cui risulti l'avvenuta registrazione delle suddette fatture;
- una dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà, con allegata la copia di un documento di identità, attestante l'effettiva registrazione nei libri contabili dell'autofattura o della fattura.

Per quanto riguarda, infine, l'utilizzo del Plafond, l'Amministrazione finanziaria precisa che l'utilizzo della dichiarazione d'intento per l'estrazione di beni da deposito Iva comporta, ovviamente, l'utilizzo da parte dell'esportatore abituale del suo *plafond* disponibile.

In particolare, per ogni singola estrazione l'importo del *plafond* va ridotto dell'ammontare indicato nella Sezione "*Dichiarazione*"- campo 1 "*una sola operazione per un importo fino a euro*" del modello.



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.

NEW **Convenzione con Leasys**
Nuova offerta di noleggio a lungo termine Leasys di durata mensile, completa e fortemente competitiva sul mercato.

LEASYS
CARE, THEN CARS

TU GUIDA, AL RESTO
PENSA LEASYS

Il noleggio a lungo termine si presenta, tanto per l'uso imprenditoriale quanto per quello privato, come una soluzione di mobilità alternativa che consente, a fronte di un canone fisso mensile, di liberarsi degli oneri legati alla gestione e all'amministrazione dei veicoli, usufruendo di una vasta gamma di servizi a propria disposizione.



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

Basta scegliere la vettura che si desidera utilizzare: il nostro partner Leasys acquisterà il veicolo, dotato di tutti i servizi necessari a garantire il livello di confort e di usabilità atteso. All'utilizzatore non serve altro che corrispondere il canone mensile, tutto incluso: massima trasparenza, migliore servizio e al miglior prezzo, proprio perché specificatamente **dedicato alle imprese associate a Confcommercio-Imprese per l'Italia.**

Canone all inclusive, che prevede:

- RCA con massimale di 25 milioni e penale 150€ I-Care;
- Riparazione Danni Veicolo con penale 500€ I-Care;
- Copertura Incendio e Furto con penale 10% I-Care;
- Manutenzione ordinaria e straordinaria;
- Traino in caso di fermo H24;
- Copertura Infortuni Conducente con Massimale di 40.000€ con Penale 3%;
- Rimborso Spese Mediche 2.500€
- Tassa di Possesso;
- Consegna c/o L.Point auto;
- Rinotifica Multe;
- Franchigia chilometrica di

5.000 oltre il kilometraggio scelto;

- Leasys I-Care Smart, ovvero l'innovativo sistema di servizi pensato per migliorare la sicurezza dei driver e l'efficienza dei veicoli. Attraverso l'installazione di dispositivi di telediagnosi e info mobilità sui veicoli, Leasys I-Care permette di monitorare in remoto lo stato del mezzo, con l'obiettivo di prevenire furti, guasti, malfunzionamenti e intervenire in caso d'imprevisti.

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



Driving Change: la Business Community e lo Sport 19 Aprile 2017

Cfmt in collaborazione con Confcommercio e Manageritalia, presenta un nuovo progetto, dove il pensiero manageriale e quello imprenditoriale si incontrano, sul campo da golf, per sperimentare insieme nuovi spunti per guidare il cambiamento.

Driving Change, gioco di parole a metà tra il linguaggio golfistico e quello d'impresa, sarà il campo pratica nel quale queste due logiche di azione si arricchiranno.

Driving Change, è dialogo con i protagonisti dello sport per esplorare alcune prospettive più avanzate del pensiero manageriale ed imprenditoriale (in mattinata) e gioco sul campo da golf (il pomeriggio). Coordina: Carlo Romanelli, partner Cfmt.

Il pensiero imprenditoriale e il pensiero manageriale a confronto nello sviluppo del business

Incontro con **Pasquale Gravina**
Campione di volley plurititolato,
ora dirigente d'azienda
Orario: 10-12

Gara di golf a squadre (**shot gun**)
e **gioco a squadre** per i neofiti,
con la presenza di maestri di golf
e un team di formatori
Orario: 13.30-18.00

19.04.17 - Golf Club Monticello
Cassina Rizzardi (CO)

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





Crazy Web Shopping: evento di shopping virtuale 22/23 Giugno 2017

Netcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, promuove la **Crazy Web Shopping**, la nuova iniziativa dedicata all'e-commerce e che conferma l'impegno di Netcomm nel favorire la crescita di questo settore

Sulla scia del grande successo di appuntamenti internazionali come il Black Friday, il Cyber Monday e il Single Day, in Italia si dà vita alla notte bianca dello shopping online.

Dopo il successo delle edizioni precedenti, l'evento diventa un appuntamento semestrale dedicato ai consumatori italiani.

La prossima edizione dell'evento virtuale di shopping si terrà sul sito il 22 e 23 Giugno 2017. Durante le 30 ore dell'evento, i consumatori avranno accesso a opportunità di acquisto a prezzi imperdibili da parte di centinaia di aziende qualificate.

Navigando all'interno delle schede dei negozi che aderiscono all'iniziativa potrai incontrare diverse tipologie di Sigilli di qualità: il Sigillo Netcomm, il Sigillo Gold e l'Ecommerce Europe Trustmark, sono tre diversi Sigilli ma con un unico obiettivo: offrirti un'esperienza di shopping di qualità.

Hai un ecommerce e vorresti partecipare all'evento come aderente?

[Contattaci](#)

Visita il sito dedicato aderenti: aderenti.crazywebshopping.it

Netcomm non è responsabile delle offerte pubblicate dai merchant aderenti

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



netcomm
IL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

La notte bianca dello shopping online ritorna dalle 12:00 del 22 giugno alle 18:00 del 23 giugno 2017

Sconti e offerte imperdibili

- SCONTI DAL 40%
- NUOVI ARRIVI
- EDIZIONI LIMITATE
- TUTTI I PRODOTTI



Italian Wine & Food Day 2017
23 Maggio 2017 Bucarest (Romania)
25 Maggio 2017 Budapest (Ungheria)

Nell'ambito dell'edizione 2017 del Festival Italiano, gli uffici di Bucarest e Budapest dell'Agenzia ICE organizzano l'evento "**Italian Wine & Food Day**" (degustazione di vini e altri prodotti alimentari, con incontri B2B) dedicato alla promozione delle eccellenze enogastronomiche italiane.

In tale occasione le aziende italiane interessate alla partecipazione potranno incontrare importatori/distributori di prodotti alimentari e/o vini, ristoratori, F&B Managers, buyers della GDO, gestori di enoteche, giornalisti.

Il carattere itinerante dei due eventi permetterà alle aziende partecipanti di "entrare in contatto" con i due mercati in un unico viaggio, come segue:

23 maggio 2017, Bucarest (Romania) - Quota per i servizi personalizzati 450 euro
25 maggio 2017, Budapest (Ungheria) - Quota di partecipazione 450 euro

Mercati vicini, con un numero complessivo di circa 30 milioni di consumatori e PIL in crescita, Romania e Ungheria offrono interessanti prospettive per l'export agroalimentare italiano.

Le aziende che decidono di aderire ad entrambe le manifestazioni usufruiranno di una tariffa agevolata per i servizi offerti

Si ricorda che la scadenza per inviare l'adesione è fissata al **27 aprile 2017**.

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

Italian Wine and Food Day





Partecipazione aziende italiane a Korea Service Market 2017 Seoul, 15/16 Giugno 2017

KOTRA, ente governativo coreano per la promozione degli scambi commerciali ed investimenti tra Italia e Corea del sud, in collaborazione con Ministry of Trade, Industry and Energy e SMBA (Small Medium Business Administration) vi invita a partecipare all'evento



Korea Service Market 2017
15/16 Giugno 2017 - Seoul COEX B2 Hall
200 B2B buyers, 600 aziende coreane

La Corea del Sud è uno dei Paesi di punta dell'area Nord Est Asiatico destinata a fornire un contributo determinante alla crescita del Pil mondiale e per la sua posizione geografica e le caratteristiche del suo sistema produttivo costituisce un hub logistico e tecnologico di rilevante importanza strategica.

Il **Korea Service Market 2017**, che ha un carattere plurisettoriale con focus specifico su **beni di consumo (alimentari, cosmesi), medicale, logistica, turismo, cartoni animazione e giochi, e-learning, finanza, software e diritti di proprietà intellettuale** rappresenta un'utile occasione per definire un'azione strategica di intervento concertato tra i principali attori istituzionali coreani unitamente ad una attiva partecipazione delle aziende nazionali, per stimolare non solo la crescita dell'interscambio ma anche il livello degli investimenti reciproci, che presentano ancora ampi margini di sviluppo in entrambe le direzioni.

Per incentivare la presenza di buyer KOTRA Milano ha il piacere di offrire alle aziende italiane **i seguenti incentivi**:

- **3 notti presso un hotel 5 stelle convenzionato (1 camera per partecipante/azienda)**
- **Contributo delle spese di volo (biglietto aereo a/r in classe economica per un massimo di 900US\$)**
- **Servizio di interpretariato**

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

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

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

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

COSTI DI PARTECIPAZIONE

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

- Partecipazione con allestimento HKTDC di tipo **STANDARD**. Il costo di un'unità pari a 9sqm e' di US\$6,485;
- Partecipazione con allestimento HKTDC di tipo **ITALY "Italian Upgrade Booth 2016"** di 9 mq (3x3) al costo di US\$6,675 (US\$6,485 + US\$190). Tale allestimento sarà realizzato appositamente per gli espositori italiani secondo i progetti e con gli arredi descritti in dettaglio.
- Prenotazione di **area nuda** per un minimo di 18 mq al costo di US\$618 al mq, con allestimento scelto dall'azienda ed a proprio carico.

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

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



SOSTENIAMO IL VOSTRO FUTURO.



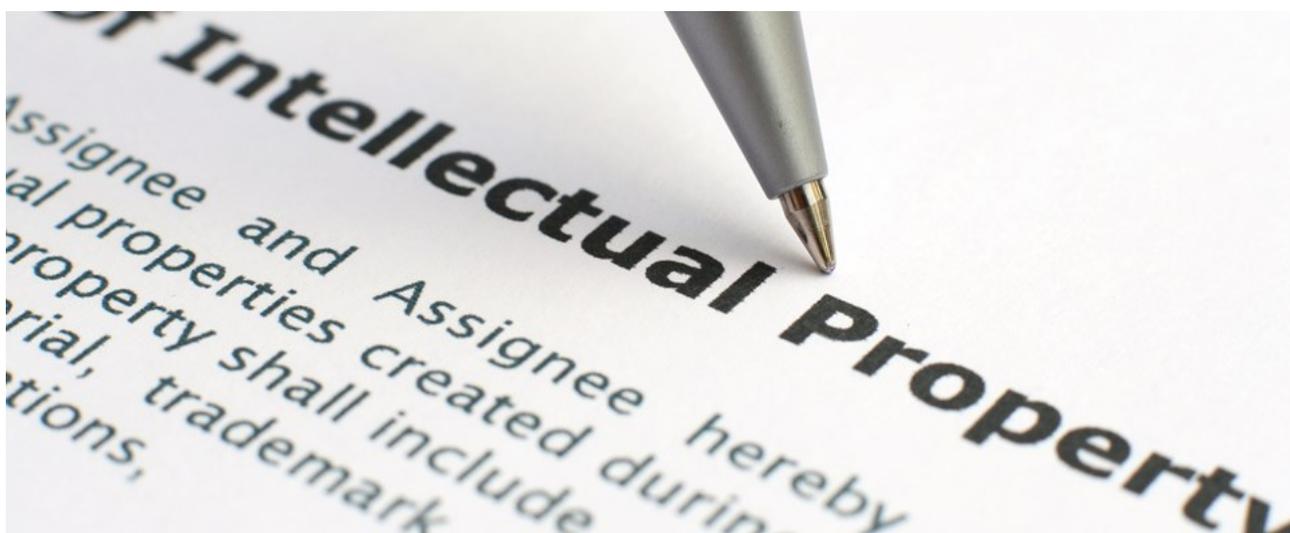


Proteggere la proprietà intellettuale nel Sud-est asiatico durante il trasferimento di tecnologia

Negli ultimi anni, le piccole e medie imprese (PMI) europee hanno iniziato a considerare l'Associazione delle Nazioni del Sud-est asiatico (ASEAN – Association of South-East Asian Nations) un attore chiave negli investimenti e nello sviluppo di diversi tipi di tecnologie in molti settori. Il costo del lavoro relativamente basso, le competenze di alto livello e la possibilità di applicare diverse tecnologie grazie a una diversificazione nello sviluppo fanno della regione una destinazione attraente per le PMI europee.

Le PMI europee spesso sono disponibili a trasferire parte delle loro tecnologie e dei loro progetti a filiali locali delle società europee, soci della joint venture, o produttori locali e società di servizi. Una delle sfide che le società europee affrontano quando s'inseriscono nel Sud-est asiatico è dover elaborare soluzioni creative per minimizzare il rischio legato alla Proprietà Intellettuale (IP, dall'inglese Intellectual Property) associata al trasferimento di tecnologia. Il trasferimento tecnologico può avvenire in molti modi diversi. Le società europee spesso trasferiscono le loro tecnologie concedendo licenze sui loro brevetti, progetti, software, segreti commerciali e know-how. È erroneamente diffusa l'idea che il trasferimento tecnologico sia limitato alle tecnologie avanzate. Tuttavia, per molte società europee che usano una produzione su contratto per prodotti a basso contenuto tecnologico, di consumo o industriali, come quelli basati sulla progettazione, il rischio legato alla proprietà intellettuale è lo stesso della tecnologia avanzata.

Nei Paesi del Sud-est asiatico, può capitare che alcune società prive di scrupoli, che mirano ad acquisire tecnologia straniera, riescano a entrarne in possesso grazie alla dispersione involontaria della IP, o la violazione degli accordi o della legge. Pertanto, le PMI europee che hanno intenzione di trasferire tecnologie nel Sud-est asiatico devono avere delle solide strategie per la proprietà intellettuale, al fine di proteggere la propria attività.



Primo passo – tutelare la proprietà intellettuale tramite registrazione

Oltre al copyright, l'IP è amministrata a livello territoriale e quindi deve essere registrata. In assenza di un sistema centrale, come in Europa, attraverso il quale le PMI possono proteggere la proprietà intellettuale a livello regionale nell'ASEAN, è necessario registrare brevetti, progetti e marchi registrati in ciascun Paese in cui la PMI condurrà un'attività. Le PMI dovrebbero anche tenere a mente che i beni circolano con una certa libertà attraverso le frontiere nel Sud-est asiatico. Questo significa che una PMI europea potrebbe scoprire che si è verificata una violazione della sua IP in Laos, per esempio, quando in realtà la società vende prodotti solamente in Thailandia, o ha base produttiva in Malesia. Considerando ciò, se il budget lo consente, le PMI dovrebbero registrare brevetti, marchi e progetti nel maggior numero possibile di Paesi. Per un'ulteriore protezione, è anche possibile registrare copyright nella maggior parte dei Paesi del Sud-est asiatico, fatta eccezione per Singapore, Myanmar e Brunei.

La maggior parte dei Paesi del Sud-est asiatico opera secondo il principio della 'prima registrazione', nel senso che la prima persona che registra un brevetto, marchio o progetto ne deterrà l'IP, indipendentemente dal primo utilizzo. Perciò, le PMI europee dovrebbero registrare la proprietà intellettuale non appena possibile. Disporre della documentazione (anche solo la richiesta) prima dell'inizio della discussione con un socio rafforza la posizione della PMI e riduce il rischio che un fallimento nelle trattative con un potenziale partner risulti in un furto di IP.

Trovare un socio – l'importanza degli accordi e contratti di non divulgazione

Le PMI potrebbero non avere dimestichezza con gli accordi di non divulgazione (in inglese NDA, Non-Disclosure Agreements), ma vale la pena considerare il loro uso prima avviare le trattative con un socio, in particolare se una determinata IP o informazione confidenziale viene divulgata nel corso della discussione. Tali accordi sono concisi, chiari e generalmente in un formato standard facile da redigere. Inoltre, i soci in affari nel Sud-est asiatico stanno prendendo familiarità con i NDA. Nella regione, poiché ciascun Paese ha un diverso sistema legale e norme, le PMI dovrebbero mirare a ottenere NDA distinti per ogni Paese. Un NDA è tutt'altro che perfetto, ma sicuramente aiuta nella tutela dei beni intangibili, in particolare quelli che non possono essere registrati o protetti facilmente sotto la legislazione sulla proprietà intellettuale locale (per es. segreti commerciali come alcune tecnologie, formule, metodi produttivi, ecc.).

Un contratto scritto è altamente preferibile a un accordo senza impegno o orale. Si raccomanda una consulenza legale locale per assicurare la messa in atto di una solida rete di accordi. È inoltre importante assicurarsi che la traduzione del contratto nella lingua della competenza giurisdizionale sia corretta, poiché, nell'esaminare gli elementi di prova, molte corti preferiranno utilizzare questa piuttosto che un contratto in inglese o in un'altra lingua europea.

Dopo aver trovato un socio adeguato, il secondo passo importante è assicurarsi che l'accordo sia applicabile nel Paese in cui il contratto viene eseguito. Una clausola presente in tutte le licenze dovrebbe essere quella che conferisce la possibilità di ottenere un'esenzione diretta (inclusi provvedimenti ingiuntivi preliminari) in una corte locale. Questa può essere accompagnata da una clausola compromissoria ma, in caso di furto di segreti commerciali da parte di un dipendente o di un terzo, sarebbe preferibile avvalersi direttamente di una corte locale per ottenere un'ingiunzione d'emergenza, o per eseguire provvedimenti di perquisizione e sequestro o di congelamento dei beni.

Strategia interna e considerazioni pratiche

Le PMI, in quanto titolari di IP, saranno senza dubbio attente a come i loro soci nel Sud-est asiatico faranno uso della loro proprietà intellettuale. Pertanto, è importante elaborare una propria strategia di gestione dell'IP interna.

Di seguito, riportiamo esempi di alcune delle migliori pratiche da prendere in considerazione:

- Le PMI devono assicurarsi che i loro soci si impegnino a rispettare gli accordi/clausole di riservatezza nei loro contratti con terzi e con i loro dipendenti. Sarebbe opportuno prendere in considerazione anche clausole di non sollecitazione e di non concorrenza nei contratti di lavoro. A proposito dei dipendenti, è importante assicurarsi che il copyright creato da un dipendente sia assegnato al datore di lavoro, poiché la maggior parte dei Paesi del Sud-est asiatico ha norme che prevedono il possesso da parte dei dipendenti del copyright del loro lavoro.
- Per diversificare il rischio, una PMI può considerare di far produrre/assemblare determinate componenti del proprio prodotto in diversi Paesi o da terzi, per ridurre il rischio dell'appropriazione indebita della IP.
- Le PMI dovrebbero proteggere la loro documentazione ufficiale per la formazione tramite NDA o accordi di riservatezza e, dove applicabile, assicurarsi che il socio utilizzi NDA e accordi di riservatezza.

Nell'ambito di concessioni di licenze, stabilire la proprietà intellettuale può essere complicato. Le PMI dovrebbero prendere in considerazione clausole per il minimo pagamento delle royalties per evitare la sottovalutazione della propria IP.

I titolari di IP dovrebbero inoltre assicurarsi di avere il diritto di visitare fisicamente gli uffici del socio, assistere alla sua attività ed effettuare un controllo qualità. Questo aiuterà le PMI nel loro controllo dell'IP e a migliorare.

Si consiglia alle PMI di intraprendere azioni legali contro infrangimenti e inadempienze contrattuali. Questo assicurerà che le PMI massimizzino il controllo dell'IP e aumenti il valore della sua licenza.

Guida passo passo per un'iniziativa imprenditoriale di successo nel Sud-est asiatico

- Registrare la propria IP;
- Condurre attività di due diligence sul proprio socio;
- Assicurarsi che gli accordi di produzione/licenza/distribuzione/franchising rispettino le norme del Paese in cui si sta operando; includere i termini che garantiscono un uso adeguato dell'IP, del processo di monitoraggio e controllo qualità; includere i termini che garantiscono che l'IP sia registrata e detenuta dal titolare dei diritti e non da terzi (o dai dipendenti); includere termini per recedere in modo sicuro e accertarsi che l'IP non sia usata oltre i termini del contratto (il che accade spesso con l'OEM – produttore di apparecchiature originali, dall'inglese Original Equipment Manufacturer); e includere termini per garantire la continuazione dell'attività anche dopo il termine dell'accordo. Da notare che in alcuni Paesi gli accordi di licenza, per essere validi, devono essere registrati presso l'ufficio per la proprietà intellettuale locale;
- Verifica del socio (da parte della società o di un rappresentante autorizzato) per assicurarsi che non vi sia alcun uso non autorizzato;
- Fare attenzione alle violazioni di terzi e avere un quadro in accordo con la cooperazione e l'assistenza del licenziatario;
- Assicurarsi che il contratto permetta alle autorità locali di fermare la fonte della violazione dell'IP, anziché rivolgersi alle normative UE o all'arbitrato. Inoltre, notare che Singapore è un grande centro

-
- di trasbordo (carico e scarico) per tutta l'Asia, ed è possibile che i container vengano fermati;
 - Considerare l'arbitrato (per es. Singapore) come un modo alternativo per risolvere dispute. L'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (WIPO, dall'inglese World Intellectual Property Organization) ha un ufficio a Singapore per la risoluzione delle controversie che può gestire tali dispute.

Per concludere

La rapida evoluzione del contesto economico nel Sud-est asiatico, caratterizzata da diversi livelli e ritmi di sviluppo, rende necessario avere strategie specifiche in materia di trasferimento tecnologico. Se da un lato la regione è sempre più vista come un'area commerciale singola, dall'altro sarebbe opportuno tenere a mente che ciascun Paese ha le sue peculiarità in termini di procedure e norme, e che ciascun Paese ha rischi e sfide propri. Per essere preparate al meglio, le PMI dovrebbero prima attuare una revisione del proprio portfolio IP. In seguito, si consiglia di ottenere consulenza legale sul posto, ad esempio per una completa due diligence, negoziazioni di un contratto a livello regionale, o semplicemente per revisionare gli accordi esistenti e garantire conformità alla normativa locale. Infine, è importante non trascurare la registrazione/deposito della proprietà intellettuale. Se una PMI non ha un contratto scritto o se usa diversi soci in una stessa giurisdizione, le riserve e i principi di fondo su cui assicurare il rispetto dell'IP saranno l'insieme delle registrazioni dell'IP della PMI. Senza tali precauzioni, il valore della proprietà intellettuale della PMI europea potrebbe ridursi notevolmente.

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



Aice

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

Associazione Italiana Commercio Estero



BREXIT: i negoziati per l'uscita

Mercoledì 29 marzo l'Ambasciatore Tim Barrow ha consegnato nelle mani del Presidente del Consiglio europeo Donald Tusk la lettera firmata da Theresa May per l'attivazione dell'articolo 50. L'obiettivo del Regno Unito è quello di raggiungere un forte partenariato con l'Ue sia in campo economico che in quello della sicurezza. La volontà è anche quella di avere contemporaneamente sia i negoziati per l'uscita che quelli riguardanti la relazione futura. Secondo la May, i principi secondo cui i negoziati dovrebbero svolgersi sono: - cooperazione; - importanza dei diritti dei cittadini; - un accordo di uscita esauriente; - importanza della certezza del diritto per i cittadini e le imprese nei 27 Stati membri; - inizio rapido delle discussioni a livello tecnico.

Il **29 aprile**, i Capi di Stato e di Governo dei 27 paesi si riuniranno in Consiglio al fine di approvare gli orientamenti del futuro negoziato e fissare i limiti. **A metà maggio**, il Consiglio Affari generali, che riunisce i Ministri degli Affari europei, inizierà le discussioni tecniche in collaborazione con Michel Barnier, incaricato dalla Commissione europea per i negoziati sul Brexit. **Le modalità di uscita:** I 27 si concentreranno sulle modalità di uscita del RU (futuro dei funzionari britannici, partecipazione al bilancio Ue e trattative sulle spese impegnate, ecc.). Sulle spese, la Commissione europea ha stimato che il RU dovrà restituire circa 60 miliardi € all'Ue, ipotesi respinta dai Britannici. Dall'autunno 2017 all'inverno 2018, i 27 dovrebbero poi negoziare il tipo di relazione/accordo che ci sarà dopo la ratifica dell'accordo sulla fine dei negoziati previsto per il 29 marzo 2019. Questo sarebbe il percorso di successo dei negoziati. **Se invece non c'è accordo dopo i due anni** perché i tempi sono stati troppo brevi, il Consiglio può decidere di prolungare tale periodo. Se invece non c'è intesa e quindi un vero e proprio blocco dei negoziati, in questo caso l'incertezza giuridica è totale.

[Fonte: Europa News]





Commissione Europea **Una politica commerciale progressiva in un'età protezionistica**

Bruxelles, 29 mar 2017 - Commissione Europea - Speech
Cecilia Malmström, Commissario UE per il commercio
Sessione plenaria del Comitato Economico e Sociale Europeo – CESE

Signore e signori,

E' un piacere rivolgermi di nuovo a voi. Molti di noi si incontrano in diverse occasioni, per esempio in gruppi di lavoro, ma è passato un po' di tempo da quando ci siamo incontrati in questa assemblea. L'ultima volta in cui ci siamo incontrati in una plenaria, ho presentato i vantaggi del Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti, TTIP.

Ho descritto il nostro ambizioso programma di accordi commerciali con il resto del mondo. E ho specificato come avrei voluto che questa politica commerciale supportasse i nostri valori e priorità; come lo sviluppo sostenibile, e i diritti umani.

Dal momento della nostra discussione, la Commissione ha definito la propria strategia "Commercio per Tutti" per una politica commerciale responsabile. Un approccio efficace, trasparente e basato su valori. Un approccio che tenga conto di uno sviluppo sostenibile, diritti umani, diritti sociali e diritti ambientali. Un approccio che so è ben accolto da questo Comitato, e vi ringrazio per questo.

Più recentemente, ovviamente, abbiamo avuto le elezioni americane. E vediamo un aumento del protezionismo in tutto il mondo. Per il TTIP, questo significa che i nostri negoziati sono fermi, finché non avremo le priorità della nuova amministrazione, e l'amministrazione pienamente in atto.

Eppure non c'è mai stato un momento più importante per difendere l'apertura. Per plasmare la globalizzazione. Per garantire un commercio che non è solo libero, ma equo. Per entrare in contatto con il mondo e proiettare i nostri valori. Su questo si concentrerà la Commissione Europea nei prossimi anni.

E un ottimo esempio di come farlo è nell'accordo che abbiamo recentemente negoziato con il Canada, il CETA. Con il taglio del 99% delle tariffe, il CETA farà risparmiare agli esportatori europei oltre 500 milioni di euro all'anno. Aprirà nuovi mercati come i servizi e gli appalti pubblici, a tutti i livelli dell'amministrazione canadese. Ridurrà formalità burocratiche, come le doppie ispezioni, o ritardi nei depositi doganali. Questa è una cosa molto costosa, soprattutto per le piccole e medie imprese.

Ma il CETA non è solo ambizioso. È anche graduale. Perché fa tutto questo senza compromettere i nostri standard o valori. Non c'è richiesta da parte nostra di ridurre protezioni in settori come la salute o la sicurezza alimentare. Quando si tratta di questioni come gli ormoni nella carne bovina, le normative europee continuano ad essere fatte dai legislatori dell'UE con le norme e le procedure dell'UE in vigore.

E non c'è nessuna richiesta dal governo di privatizzare i servizi pubblici, o di impedirne una ristatalizzazione se lo volessero. Si tratta di una decisione nazionale, niente a che fare con gli accordi commerciali.

Il CETA non solo protegge i nostri standard: li promuove. Esso comprende impegni giuridicamente vincolanti e applicabili ... garantire il commercio non è a scapito di uno sviluppo sostenibile.

Esso comprende impegni per ratificare e applicare accordi multilaterali sull'ambiente, come l'accordo di Parigi sui cambiamenti climatici. E per le convenzioni fondamentali dell'Organizzazione internazionale del lavoro v'è anche riferimento a settori quali il lavoro minorile a parità di retribuzione.

Inoltre, con il Canada, abbiamo concordato ...

... di promuovere iniziative come la responsabilità sociale delle imprese e il commercio equo ...

... di promuovere pesca e silvicoltura sostenibile...

... di cooperare e collaborare su questioni come il benessere degli animali.

E il CETA include un nuovo sistema giudiziario degli investimenti: procedimenti trasparenti, giudici qualificati. Rispondendo alle molte preoccupazioni espresse dai cittadini. Sostituiremo e miglioreremo la risoluzione delle controversie tra investitore e Stato, che è stata la norma dal 1950. Creando un nuovo, più *court-like* sistema giudiziario. E anche lavorando sulla scena mondiale, per vedere se siamo in grado di sostituire i 3400 accordi già esistenti.

L'accordo UE-Canada è ratificato a livello europeo. Potrà entrare in applicazione provvisoria una volta che il lato canadese lo avrà ratificato. E' ora in terza lettura al Senato, e dovrebbe concludersi molto presto. Si potrà applicare pienamente solo quando tutti gli Stati membri dell'UE lo avranno fatto. Vi ringrazio per il vostro supporto sul CETA.

Stiamo negoziando con le economie più grandi e in più rapida crescita al mondo. Con il Giappone, proprio la settimana scorsa il primo ministro Abe ha incontrato i presidenti Tusk e Juncker. Essi hanno riconfermato il loro impegno per un accordo di libero scambio. Si sta avvicinando la conclusione. E sia io che il mio team saremo pronti a impegnarci nel maggior numero di contatti possibili con gli stakeholders europei per spiegare e discutere su ciò che il futuro accordo dovrà contenere.

Altrove nel mondo, ho concordato con la mia controparte messicana di accelerare i colloqui. Anche con il blocco del Mercosur dei paesi del Sud America; la scorsa settimana a Buenos Aires si è svolto un incontro proficuo. E con i paesi ASEAN del Sud-est asiatico, dove stiamo esplorando i negoziati regione per regione. E stiamo per incontrare Australia, Nuova Zelanda e Cile.

Con questi accordi continueremo a garantire una politica commerciale ambiziosa, responsabile e progressiva ...

... trasparente e basata su dei valori.

E esplorare nuove aree in cui il commercio può essere basato su valori. Mi interessa come il commercio possa far avanzare il potere delle donne; e si svolgerà a tal proposito un Forum internazionale sul tema nel mese di giugno.

Vorrei aggiungere solo alcuni commenti.

In primo luogo: firmare accordi commerciali è una cosa. Possono essere perfetti sulla carta. Metterli in pratica è un'altra cosa. Questo è il motivo per cui istituivamo gruppi consultivi nazionali ...

... dove la società civile può dare consigli sull'attuazione.

Vorrei davvero ringraziare questo Comitato per tutto il supporto nell'organizzazione del gruppo consultivo nazionale e del Forum dell'accordo di libero scambio UE-Corea del Sud. Ma ci sarà un riesame sull'applicazione in materia di sviluppo sostenibile nell'accordo UE-Canada. Ciò richiederà un dibattito ampio e intenso.

L'accordo UE-Corea del Sud è un successo economico. In cinque anni è entrato in vigore, le nostre esportazioni verso la Corea del Sud sono aumentate di circa il 50% ...

... e il nostro deficit commerciale è diventato un surplus

... creando piu' opportunità e più posti di lavoro in Europa. ■

Ma l'accordo deve essere attuato in pieno. So che siete preoccupati per gli impegni sulla libertà di associazione e la contrattazione collettiva. Ne discuteremo a breve. Ho visto la vostra risoluzione. Condivido queste preoccupazioni e le ho fatte presenti al ministro prima di Natale. E continueremo a far presente i vostri dubbi, tra cui il comitato per il commercio e lo sviluppo sostenibile che ha avuto luogo proprio la settimana scorsa.

Come sapete, nella Corea del Sud a breve ci saranno le elezioni. Una volta che il nuovo governo si stabilizzerà, questo sarà uno dei primi punti che farò risorgere al nuovo ministro. E ho intenzione di andare a Seoul subito dopo l'estate. La nostra priorità deve essere quella di garantire un cambiamento sostanziale, utilizzando l'approccio più efficace.

Gli accordi commerciali sono buoni, ma non dobbiamo essere ingenui. Il libero commercio dovrebbe anche essere piu' equo possibile. Sussidi e interventi statali provocano concorrenza sleale. Distorsioni, discriminazione, il dumping che paralizza i costi dell'industria europea.

Alcune delle disposizioni del protocollo di adesione all'Organizzazione mondiale del commercio da parte della Cina sono scaduti. Ciò non significa che la Cina è un'economia di mercato. Lo scorso novembre abbiamo fatto una proposta, per rafforzare le regole anti-sovvenzioni e antidumping ...

... cioè proteggere le industrie e i posti di lavoro europei da ulteriori rischi e incertezza legale ...

... senza escludere la Cina, o in qualsiasi paese. Un approccio non discriminatorio.

Permettetemi di rassicurare questo comitato, non ci sarà alcun aumento dell'onere della prova per la nostra industria. Le industrie che vorranno presentare un caso dovranno presentare praticamente le stesse informazioni di adesso.

Nel frattempo, l'uso della metodologia sarà basato su una completa panoramica di tutti i tipi di distorsioni nel calcolo del dumping. Compreso nel mercato del lavoro. La proposta garantisce una difesa commerciale efficace per la nostra industria. Si rispetterà un quadro multilaterale e regolamentato che protegge e sostiene il commercio libero ed equo in tutto il mondo. Accolgo con favore il parere favorevole e l'approccio costruttivo di questo Comitato e spero che il Parlamento europeo e il Consiglio possano adottarlo rapidamente.

Signore e signori,

Abbatte le restrizioni al commercio globale è oggi un obiettivo importante come lo era 60 anni fa ...

... quando abbiamo celebrato il Trattato di Roma.

Tuttavia oggi, vediamo il protezionismo che costituisce una minaccia. Per le società aperte d'Europa - molti delle quali hanno visto il danno e la divisione quando si sono costruiti muri. E anche per le nostre economie aperte

... in cui 31 milioni di posti di lavoro dipendono dalle esportazioni. E molti, molti di più dipendono dalle importazioni.

Non c'è mai stato un momento più importante per difendere il sistema globale. Questo è ciò che vogliamo raggiungere attraverso il nostro programma per un commercio graduale.

Grazie.

Spero di poter contare sulla vostra collaborazione. Il vostro contributo fino ad ora è stato utile e non vedo l'ora del nostro dibattito.

[Fonte: Commissione Europea]



How to Succeed in China's Dairy Product Market Sector report & Guideline



Pubblicazione a cura di EU SME Centre

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

Part 1 - Get to Know the Market

The Dairy Market in China: Business Opportunities and Challenges

50 EUR | Sector Report

This 65-page report reveals detailed market data and analysis for the major categories of dairy products within the sector, covering **milk, infant milk formula, cheese, yoghurt and ice cream**:

- Main Policies and Regulations for Dairy Products
- Market Overview: Market Size, Performance, Market Drivers, Consumer Behaviour, Competitive Landscape
- Top Selling Products and Prices
- Market Entry Modes
- Opportunities and Challenges

Part 2 - Be Ready to Sell

Exporting Dairy Products to China

100 EUR - Guideline

A 41-page guide clarifying the market access rules for European dairy exporters:

- Key Market Access Barriers
 - New Regulatory Environment: Amended New Food Safety Law (FSL)
 - Step-by-Step Guide to the Import-Export Procedure
1. Step 1. **Check if you can export to China from your country**
 2. Step 2. **Register as a manufacturer and exporter with AQSIQ and CNCA**
 3. Step 3. **Label your product following Chinese regulations**
 4. Step 4. **Preparing documents necessary for the export-import process**
 5. Step 5. **Chinese customs inspection**
 6. Step 6. **Tariffs and taxes**
 7. Step 7. **Distribution**
 8. Special Case: Ice Cream

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



Depositi Iva: affidabilità attestata con il modello disponibile in Rete

Arriva a seguito delle indicazioni operative contenute nel Dm dello scorso 23 febbraio. La dichiarazione, resa al momento della prima estrazione, è valida per un intero anno solare

È in rete il [modello](#) predisposto dall’Agenzia delle Entrate per la dichiarazione sostitutiva dell’atto di notorietà attestante la sussistenza dei requisiti di affidabilità, che gli operatori devono consegnare ai gestori dei depositi Iva per l’estrazione delle merci senza obbligo di prestare garanzia. Entrerà in servizio dal prossimo 1°

aprile. La versione definitiva, insieme alle relative istruzioni, è stata approvata con il [provvedimento del 24 marzo 2017](#). L’adozione del documento era stata prevista dal decreto Mef del 23 febbraio 2017, che ha dettato le prime regole operative dopo il riordino della materia (vedi articolo “[Nuova disciplina dei depositi Iva: arrivano le prime regole operative](#)”).

Il modello è composto da: un frontespizio, con l’informativa sul trattamento dei dati personali; due sezioni riservate, rispettivamente, alle informazioni utili a identificare contribuente e dichiarante; una terza sezione, contenente la vera e propria attestazione del possesso dei requisiti. Chiudono data e firma del dichiarante.

L’attestazione, valida per un intero anno solare, deve essere consegnata al gestore del deposito, da chi preleva le merci, al momento della prima estrazione.

Il gestore, a sua volta, rilascia all’operatore una ricevuta di ricezione e, entro 30 giorni dalla consegna, trasmette copia del modello, per posta elettronica certificata, alla direzione regionale o a quella provinciale di Trento o Bolzano dell’Agenzia delle Entrate, territorialmente competente in base al proprio domicilio fiscale.



[Fonte: Fisco Oggi]

Aice

Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade



Estrazione di beni introdotti in deposito IVA – Decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze del 23 febbraio 2017

Sulla Gazzetta Ufficiale n. 64 del 17 marzo 2017 è stato pubblicato il decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze del 23 febbraio 2017, recante: "Estrazione di beni introdotti in deposito IVA ai sensi dell'articolo 50-bis, comma 6, del decreto- legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito dalla legge 29 ottobre 1993, n. 427, come modificato dall'articolo 4, comma 7, del decreto-legge 22 ottobre 2016, n. 193".

Con il decreto in esame sono stati definiti i requisiti di garanzia necessari per l'applicabilità dell'IVA in capo ai soggetti che procedono con l'estrazione dei beni dal deposito IVA.

I requisiti di garanzia

I requisiti stabiliti dal Ministero dell'Economia e delle Finanze per l'applicabilità dell'imposta sono:

- presentazione della dichiarazione IVA da parte del contribuente, se obbligato, nei tre periodi d'imposta che precedono l'operazione di estrazione;
- esecuzione da parte del contribuente dei versamenti relativi all'IVA dovuta sulla base delle ultime tre dichiarazioni annuali presentate alla data dell'operazione di estrazione;
- assenza di avviso di rettifica o di accertamento definitivo per il quale non è stato eseguito il pagamento delle somme dovute, per violazioni relative all'emissione o all'utilizzo di fatture per operazioni inesistenti, notificati nel periodo d'imposta in corso ovvero nei tre antecedenti l'operazione di estrazione;
- assenza della formale conoscenza in ordine all'avvio di procedimenti penali ovvero di condanne o di applicazione della pena su richiesta delle parti a carico del legale rappresentante/titolare della ditta individuale, per uno dei delitti previsti dagli articoli 2, 3, 5, 8, 10, 10-ter, 10-quater e 11, D.Lgs. n. 74/2000 e dall'art. 216, R.D. n. 267/1942.

Per i soggetti di nuova costituzione i requisiti di carattere temporale devono sussistere in relazione ai periodi, anche inferiori al triennio, intercorsi dopo la data di costituzione.

Qualora non siano soddisfatti tutti i requisiti sopra descritti, l'IVA è dovuta previa prestazione della garanzia:

- secondo le modalità stabilite dall'art. 38-bis, comma 5, del decreto IVA;
- per un importo pari all'IVA dovuta per la durata di sei mesi dalla data di estrazione.

Attestazione della garanzia

Il soggetto, che procede con l'estrazione dei beni dal deposito IVA, deve attestare la sussistenza dei requisiti di garanzia sopra descritti.

L'attestazione va fatta tramite una dichiarazione sostitutiva di atto notorio, conforme al modello approvato

con apposito e successivo provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate.

La suddetta dichiarazione va consegnata al gestore del deposito al momento dell'effettuazione della prima estrazione ed è valida per tutta la durata dell'anno solare di presentazione.

Le modalità ed i termini di trasmissione, anche in via telematica, della suddetta dichiarazione verranno stabilite con apposito e successivo provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate.

Casi di esclusione

I requisiti di garanzia sopra elencati ricorrono anche nel caso in cui sia soddisfatta una delle condizioni di seguito elencate:

- colui che estrae i beni dal deposito IVA coincide con il soggetto che si è occupato dell'immissione in libera pratica con introduzione dei beni all'interno del deposito IVA;
- il soggetto che estrae i beni dal deposito è autorizzato ai sensi dell'art. 38 e seguenti del regolamento (UE) n. 952/2013 ovvero è esonerato ex art. 90, D.P.R. n. 43/1973.

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



Estrazione da deposito IVA - Utilizzo - Dichiarazione d'intento - Modalità di presentazione - Chiarimenti operativi - Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n. 35 del 20 marzo 2017

L'Agenzia delle entrate ha pubblicato la risoluzione n.35 del 20 marzo 2017, recante: "Art. 50-bis del decreto legge 30 agosto 1993, n. 193 - Modalità di presentazione della dichiarazione d'intento per utilizzo in estrazione da deposito IVA – Chiarimenti operativi".

Con la risoluzione in esame l'Agenzia delle Entrate ha fornito chiarimenti operativi in ordine alle modalità di presentazione della dichiarazione d'intento per l'utilizzo in estrazione da deposito IVA, anche alla luce del provvedimento dell'Agenzia delle Entrate del 2 dicembre 2016, con il quale è stato approvato un nuovo modello di dichiarazione d'intento, utilizzabile per le operazioni di acquisto da effettuare a partire dal 1° marzo 2017.

Si ricorda che, a decorrere dal 1° aprile 2017, l'estrazione di beni da deposito IVA è effettuata senza pagamento dell'imposta, quando viene eseguita da esportatori abituali che si avvalgono della facoltà dell'art. 8, co. 1, lett.c) e co. 2, D.P.R. n. 633/1972, secondo cui, costituiscono cessioni all'esportazione non imponibili, la cessioni di beni diversi dai fabbricati e dalle aree edificabili e le prestazioni di servizi rese a soggetti che, avendo effettuato cessioni all'esportazione od operazioni intracomunitarie, si avvalgono della facoltà di acquistare, anche tramite commissionari, o importare beni e servizi senza pagamento dell'imposta.

In tali casi, la dichiarazione d'intento deve essere comunque trasmessa all'Agenzia delle entrate, che rilascia apposita ricevuta telematica.

Per la compilazione del modello di dichiarazione d'intento, nel caso in cui l'esportatore abituale intenda avvalersi della facoltà prevista dall'art. 50-bis, comma 6, sesto periodo, D.L. n. 331/1993 [ai sensi del quale, è effettuata senza pagamento dell'imposta l'estrazione da parte di soggetti che si avvalgono della sopra citata facoltà dell'art. 8, co. 1, lett.c) e co. 2, D.P.R. n. 633/1972], deve compilare una dichiarazione d'intento per ogni singola estrazione, indicando come destinatario della stessa il gestore del deposito.

Di conseguenza, nella Sezione "*Destinatario della dichiarazione*" del modello vanno indicati il codice fiscale, la partita IVA e la denominazione del gestore del deposito IVA.

L'importo dell'estrazione deve essere inserito nel modello nella Sezione "*Dichiarazione*" - *campo 1 una sola operazione per un importo fino a euro*".

Per le modalità di presentazione e verifica della trasmissione, l'esportatore abituale, che procede all'estrazione senza pagamento dell'imposta, deve trasmettere telematicamente la dichiarazione d'intento all'Agenzia delle Entrate ed acquisire la relativa ricevuta telematica.

La dichiarazione, unitamente alla ricevuta di presentazione rilasciata dall'Agenzia delle Entrate, deve essere consegnata al gestore del deposito, che procede a riscontrare telematicamente l'avvenuta presentazione all'Agenzia delle entrate.

Restano ferme le modalità procedurali previste dal penultimo periodo del citato art. 50-bis, co. 6, D.L. n. 331/1993, ai sensi del quale, per lo svincolo della garanzia prevista per le operazioni di immissione in libera pratica di beni non comunitari destinati ad essere introdotti in un deposito IVA, fino all'integrazione delle pertinenti informazioni residenti nelle banche dati delle Agenzie fiscali, il soggetto che procede all'estrazione dei beni introdotti in un deposito IVA comunica al gestore del deposito IVA i dati relativi alla liquidazione dell'imposta.

Al riguardo, l'Amministrazione finanziaria rinvia alle istruzioni e precisazioni fornite dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli con nota prot. n. 84920/RU del 7 settembre 2011, e nota prot. n.113881/RU del 5 ottobre 2011, reperibili sul sito internet www.agenziadoganemonopoli.gov.it.

In particolare, con la citata nota prot. n.113881/RU, viene precisato che il soggetto che procede all'estrazione deve produrre:

- copia dell'autofattura ovvero, in caso di esportazione o di cessione intracomunitaria, copia della fattura, integrata con gli estremi della registrazione nei libri contabili ovvero, in alternativa a tale integrazione, corredata da copia del registro di cui agli articoli 23, 24 e 25, D.P.R. 633/1972, da cui risulti l'avvenuta registrazione delle suddette fatture;
- una dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà, con allegata la copia di un documento di identità, attestante l'effettiva registrazione nei libri contabili dell'autofattura o della fattura.

Per l'utilizzo del *Plafond*, l'utilizzo della dichiarazione d'intento per l'estrazione di beni da deposito Iva comporta l'utilizzo da parte dell'esportatore abituale del suo *plafond* disponibile.

In particolare, per ogni singola estrazione l'importo del *plafond* va ridotto dell'ammontare indicato nella Sezione "*Dichiarazione*" - *campo 1 Una sola operazione per un importo fino a euro*" del modello.



Aice

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

Associazione Italiana Commercio Estero



AMBIENTE - MUD - prorogato al 2 maggio il termine ultimo per la presentazione

E' prorogata al 2 maggio 2017 la presentazione del MUD (Modello Unico di Dichiarazione ambientale), essendo sia il 30 aprile, sia il 1° maggio successivo entrambi festivi.

La Dichiarazione riguarda, come noto, i rifiuti prodotti o gestiti nel corso dell'anno precedente.

Modulistica e istruzioni da utilizzare, non essendo intervenute modifiche entro il termine del 1° marzo u.s., sono sempre quelle contenute nel Dpcm 17/12/2014, come confermati dal successivo Dpcm 21/12/2015.

Ricordiamo che l'obbligo di presentazione riguarda principalmente i gestori di rifiuti e i produttori di rifiuti pericolosi (nonché i produttori di rifiuti non pericolosi con più di 10 dipendenti, quando i rifiuti derivino da lavorazioni industriali, artigianali, attività di recupero e smaltimento, fanghi prodotti da potabilizzazione, trattamenti e depurazione di acque reflue).

Come previsto, restano esclusi i seguenti soggetti:

- le imprese con più di dieci dipendenti, ma che producono rifiuti non pericolosi derivanti da attività del commercio e dei servizi;
- i soggetti non organizzati in Enti/imprese (singoli professionisti, studi associati);
- i soggetti esercenti le attività di: parrucchiere, barbiere, tatuatore e piercing e le attività degli istituti di bellezza, che producono rifiuti pericolosi compresi quelli a rischio infettivo (aghi, siringhe, oggetti taglienti),
- i distributori di apparecchiature elettriche ed elettroniche -AEE- che effettuano il raggruppamento RAEE in ragione del ritiro "uno contro uno" dell'AEE venduta; i trasportatori di RAEE incaricati dai distributori; gli installatori e gestori dei centri di assistenza tecnica che raggruppano RAEE.



Opportunità di business per gli associati

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

Offerta di prodotti

ROMANIA

Codice azienda: ROM/01
Nome azienda: VALEPUTNA
Settore: Alimentare
L'azienda romena produce e vuole vendere in Italia i suoi diversi prodotti a base di trota.

SRI LANKA

Codice azienda: SRI/01
Nome azienda: UNION COMMODITIES LTD
Settore: Alimentare
L'azienda vuole esportare tè.



Codice azienda: SRI/02
Nome azienda: MACKSONS PAINT INDUSTRIES (PVT)
Settore: Vernici
L'azienda vuole esportare vernici.

MALESIA

Codice azienda: MAL/01
Nome azienda: PONEY
Settore: Abbigliamento
La società malaysiana produttrice di abbigliamento per bambini è interessata a creare una rete di franchising 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>

Proprietario della testata



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

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

Direttore responsabile
Claudio Rotti

Stampato con mezzi propri