

IN EVIDENZA IN QUESTO NUMERO



Editoriale

Aice in prima linea con la Commissione Europea nella lotta alla contraffazione—Firmato l'accordo sulla pubblicità e i diritti di proprietà intellettuale online

pag. 5

Incoterms in pillole: un nuovo corso di formazione

pag. 7

Aice, per il terzo anno consecutivo, ha organizzato il Padiglione Italiano alla Fiera del Food di Taipei

pag. 8

**Webinar Img Aice Web Academy
“Instagram for Business”
Venerdì, 13 Luglio 2018**

pag. 9

Corsi di formazione: opportunità per i dipendenti delle aziende associate

pag. 10



**The Colours of Italian Beauty
Milano, 20 Luglio 2018**

pag. 23

**Japan Export Pass—missione imprenditoriale in Giappone per le MPMI del settore agroalimentare e vini
Tokyo, 13—15 Novembre 2018**

pag. 27

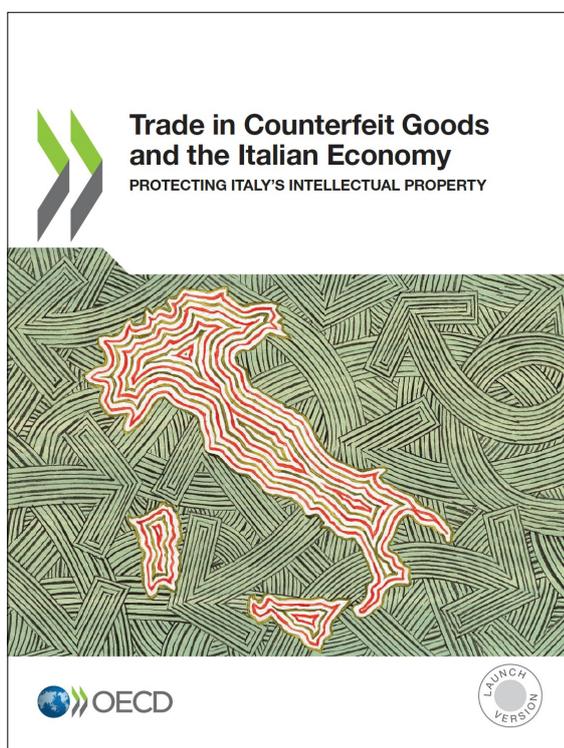


**Etichettatura alimenti—Indicazione Paese d'Origine o Luogo Provenienza dell'Ingrediente Primario.
Reg. UE n.775 del 28 Maggio 2018— D.M. 7 Maggio 2018—
Circolare ICQRF 421/2018**

pag. 41

A disposizione dei Soci Aice

È a disposizione dei Soci la Guida “Trade in Counterfeit Goods and the Italian Economy. Protecting Italy’s Intellectual Property”



Contents: Gauging the scale and effects of counterfeiting and piracy; Counterfeiting in Italy; Made in Italy? Infringement of Italian IPRs world wide; What is the impact on Italy overall?

La Guida è in lingua inglese.

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

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

- Atradius Country Report—Main Western European Markets—May 2018 (Not. 12 del 25 Giugno 2018)
- “Made in China 2025: Market Opportunities for EU SMEs” (Not. 11 del 11 Giugno 2018)
- “The Belt and Road Initiatives: Opportunities and Challenges for EU SMEs” (Not. 10 del 25 Maggio 2018)
- “Atradius Country Report—South America—Aprile 2018 “ (Not. 9 del 10 Maggio 2018)
- “Rapporto Annuale 2017—Banca Centrale Europea” (Not. 8 del 26 Aprile 2018)

5 QUI AICE

Editoriale
Aice in prima linea con la Commissione Europea nella lotta alla contraffazione— Firmato l'accordo sulla pubblicità e i diritti di proprietà intellettuale online

pag. 5

Incoterms in pillole: un nuovo corso di formazione

pag. 7

Aice, per il terzo anno consecutivo, ha organizzato il Padiglione Italiano alla Fiera del Food di Taipei

pag. 8

Webinar Img Aice Web Academy "Instagram for Business" Venerdì, 13 Luglio 2018

pag.9

Corsi di formazione: opportunità per i dipendenti delle aziende associate

pag.10

Servizi Aice
Assistenza e consulenza in materia di scambi internazionali

pag. 12

Convenzione Aice - Box Up

pag. 14

15 UNIONE CTSP E DINTORNI

Il decreto attuativo del credito d'imposta per la formazione 4.0

pag. 15

Confcommercio Lombardia: Sangalli rieletto presidente

pag. 18

Convenzioni Unione a disposizione dei Soci

pag. 19

20 PRIMO PIANO SULLA CONFCOMMERCIO

Confcommercio su DL Dignità: su contratti a termine grave passo indietro

pag. 20

Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci

pag. 21

23 FIERE ED EVENTI

The Colours of Italian Beauty
Milano, 20 Luglio 2018

pag. 23

La Dolce Vita Food&Wine Event 2018
Skopje, 25 Settembre 2018

pag. 24

La Dolce Vita Food&Wine Event 2018
Sofia, 26 Settembre 2018

pag.25

Borsa Vini Vietnam 2018

pag.26

Japan Export Pass—missione imprenditoriale in Giappone per le MPMI del settore agroalimentare e vini
Tokyo, 13—15 Novembre 2018

pag.27

29 NOTIZIE DAL MONDO

(segue) MALESIA:
STRUMENTI PER LA PENETRAZIONE DEL MERCATO
a cura dello Studio Legale Iannantuoni-Cerruti&Associati

pag. 29

37 DALL'UNIONE EUROPEA

EU trade defence: stronger and more effective rules entered into force pag. 37

Screening of investments: Council agrees its negotiating stance pag. 38

EU and Vietnam finalise trade and investment discussions pag. 39

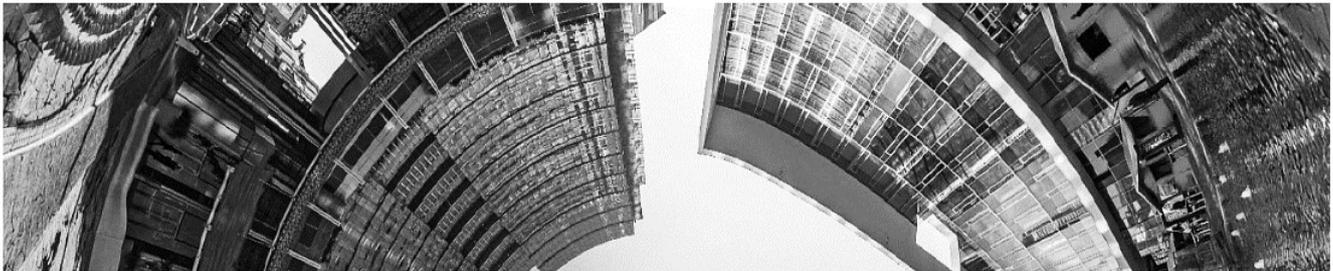
40 IL PUNTO SULLA NORMATIVA ITALIANA

Decreto Dignità—Misure urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese pag. 40

Etichettatura alimenti—Indicazione Paese d'Origine o Luogo Provenienza dell'Ingrediente Primario.
Reg. UE n.775 del 28 Maggio 2018— D.M. 7 Maggio 2018—Circolare ICQRF 421/2018 pag. 41

44 WORLD BUSINESS

Opportunità di business per gli associati pag. 44



Aice

Associazione Italiana Commercio Estero

Italian Association of Foreign Trade





L'editoriale

Aice in prima linea con la Commissione Europea nella lotta alla contraffazione—Firmato l'accordo sulla pubblicità e i diritti di proprietà intellettuale online

Lo scorso 25 Giugno a Bruxelles, Aice con altre 27 organizzazioni (aziende e associazioni imprenditoriali) ha firmato un Memorandum d'intesa (MoU) sulla pubblicità e sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale (IPR) online.

Questa iniziativa, voluta e sviluppata dalla Commissione Europea, riunisce inserzionisti, intermediari pubblicitari e associazioni di imprese.

Lo scopo dell'accordo è di ridurre e limitare il collocamento di pubblicità su siti Web e applicazioni mobili che violano il copyright o diffondono merci contraffatte.

In questo modo, si contribuirà concretamente a ridurre le entrate finanziarie di siti Web e applicazioni mobili che utilizzano pratiche non corrette e contribuiscono alla diffusione della contraffazione.

I firmatari dell'accordo si impegnano a collaborare con la Commissione per monitorare l'impatto e l'efficacia del protocollo d'intesa sul mercato della pubblicità online. Il protocollo d'intesa, che integra iniziative nazionali analoghe, sarà valutato dopo un anno, durante il quale i firmatari si riuniranno ogni tre mesi per analizzare i progressi,



l'attuazione e il funzionamento.

Il Memorandum è stato firmato durante il *Blockathon 2018* a Bruxelles, il primo *hackathon* dedicato allo sviluppo di soluzioni basate su *blockchain* per combattere la contraffazione e la pirateria.

Come annunciato nel pacchetto di misure sulla protezione dei diritti di proprietà intellettuale adottato nel novembre 2017 e sulla base delle esperienze positive del protocollo d'intesa sulla vendita di merci contraffatte via Internet (anch'esso vede Aice tra i firmatari), **la Commissione Europea continua a sostenere iniziative guidate dalle imprese per combattere le violazioni dei diritti di**

proprietà intellettuale.

La pubblicità online è, infatti, una delle principali fonti di reddito per i siti web che violano i diritti di proprietà intellettuale. Il collocamento di annunci pubblicitari di prodotti contraffatti è un fenomeno di dimensioni importanti, con i marchi stessi che spesso sono inconsapevoli di dove finiscano le loro inserzioni. La presenza di annunci per marchi domestici e noti servizi di pagamento su siti che violano i diritti di proprietà intellettuale spesso porta i consumatori a credere che il sito che stanno visitando sia legale quando, invece, non lo è.

Nella sua strategia per il mercato unico digitale intrapresa nel maggio 2015, la Commissione aveva anticipato la presentazione

di alcune proposte legislative a partire dal 2016 per modernizzare la corretta applicazione dei diritti di proprietà intellettuale, concentrandosi su violazioni di carattere commerciale (il cosiddetto approccio "Follow the Money").

La Commissione ha anche mantenuto fede all'impegno di coinvolgere tutte gli *stakeholders* interessati, sulla base di un approccio volontario di autoregolamentazione e con

la possibilità che i codici di condotta siano supportati, se necessario, da una legislazione a livello comunitario, al fine di garantirne la piena efficacia.

Claudio Rotti

Guida «Internazionalizzare l'impresa»

La guida è a disposizione gratuitamente per le aziende associate su richiesta presso la Segreteria Aice 027750320/1

"Internazionalizzare l'impresa", è una guida pensata per fornire uno strumento di semplice comprensione ed utilizzo e vuole "prendere per mano" gli imprenditori, soprattutto quelli medio-piccoli, accompagnandoli in un percorso strutturato per valutare come e con quali strumenti affrontare la sfida dell'internazionalizzazione.



I temi trattati sono molti: dall'analisi dei singoli paesi in cui affacciarsi, al corretto posizionamento di mercato, al "pricing" e ai canali di accesso, all'organizzazione e le risorse umane necessarie per espandersi all'estero, senza tralasciare argomenti più tecnici come contratti internazionali, forme di pagamento, logistica ed aspetti doganali.





Incoterms in pillole: un nuovo corso di formazione



Per rispondere alla continua richiesta di formazione in materia di INCOTERMS, Aice mette a disposizione delle aziende associate un nuovo corso on line.

Perché un corso on line in materia di Incoterms?

Negli scambi internazionali le parti contraenti hanno l'esigenza di regolare una serie di aspetti legati al trasferimento fisico delle merci.

Ciò avviene abitualmente grazie all'utilizzo dei termini di resa.

Obiettivo

Analizzare la disciplina della resa delle merci e guidare gli operatori ad una scelta consapevole della clausola più appropriata in relazione al contratto di vendita.

Contenuto

Il corso è strutturato in 12 video suddivisi per aree tematiche:

- **introduzione e rese del gruppo E-F**
- **le rese con trasporto a cura del venditore**

Docente

Fabrizio Ceriello

Quando/Dove

Dove vuoi e quando vuoi semplicemente inserendo le tue credenziali.

GUARDA INCOTERMS IN PILLOLE

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



Aice, per il terzo anno consecutivo, ha organizzato il Padiglione Italiano alla Fiera del Food di Taipei

Con un padiglione doppio rispetto all'anno scorso, AICE ha organizzato nuovamente una presenza italiana all'importante Fiera del Food and Beverage di Taipei. Quest'anno hanno partecipato diverse aziende di olio facenti parte di tre consorzi italiani di produttori.

L'olio è uno dei prodotti italiani più ricercati sul mercato taiwanese, ma ci sono anche interessanti opportunità d'affari per altri settori, come è stato dimostrato dai risultati ottenuti negli scorsi anni dalle aziende che hanno deciso di prendere parte con noi alla fiera.



L'interesse di AICE per il paese del sud est asiatico continuerà anche nel 2019, dove saranno previsti, oltre alla ormai consueta presenza al TAIPEI FOOD SHOW, altri eventi per promuovere le aziende italiane.

Per maggiori informazioni potete contattare il Dr. Pierantonio Cantoni
Tel 02 7750513, pierantonio.cantoni@unione.milano.it



**Webinar Img Aice Web Academy
“Instagram for Business”
Venerdì, 13 Luglio 2018**

Img Aice Academy



L'applicazione di Visual Storytelling si sta affermando con i suoi 800 milioni di utenti attivi come uno dei social network specializzati più interessanti per il marketing digitale. La piattaforma sta evolvendo in continuazione mettendo in condizione le aziende di delineare strategie di comunicazione sempre più efficaci in un ecosistema che supera i 2 milioni di inserzionisti al mese.

Venerdì 13 Luglio 2018 - dalle 13:00 alle 14:45

PER ADESIONI

CLICCA QUI

AGENDA

- I social media multimediali: Instagram vs. Snapchat. Caratteristiche, tendenze e importanza delle immagini nella comunicazione digitale.
- Le caratteristiche essenziali di Instagram: post, storie, tecniche di valorizzazione e cura dei contenuti multimediali.
- Aumentare la portata dei post su Instagram: l'hashtag marketing. Strumenti native ed indipendenti per valutare i ritorni della presenza su Instagram. Analisi di profili Instagram di dealer locali ed internazionali.
- La pubblicità su Instagram: modalità di pianificazione a partire dal collegamento del profilo con la Pagina Facebook e opportunità di comunicazione.

Il corso fornirà una maggiore conoscenza dello strumento e della sue potenzialità strutturali: come scegliere e utilizzare immagini e le funzionalità tecniche per costruire un piano editoriale che valorizzi i contenuti e i prodotti dell'azienda rispetto a obiettivi e target specifici.



Corsi di formazione: opportunità per i dipendenti delle aziende associate

Ente bilaterale per lo sviluppo dell'occupazione delle professionalità e della tutela sociale nel settore Terziario della Provincia di Milano

EBiTer Milano

Aice, attraverso la Scuola Superiore CTSP, organizza una serie di corsi di formazione, riservati ai dipendenti delle aziende associate con sede operativa nella Provincia di Milano e Monza Brianza, finanziati dal fondo EBiTER Milano - Ente bilaterale per lo sviluppo dell'occupazione delle professionalità e della tutela sociale nel settore Terziario della Provincia di Milano.

Ancora pochi posti disponibili nei seguenti corsi:

SCAMBIO DATI ACCESS E EXCEL

Data: martedì 16/23 Ottobre 2018

Orario: 16 ore dalle 9.00 alle 18.00

Docente: Stefano Carelli

Obiettivi: Illustrare le caratteristiche e le potenzialità di Excel e di Access, fornendo le nozioni per poter gestire nei dettagli i database in Excel e lo scambio dei dati con Access, nella creazione e gestione di archivi di base. Approfondire le tecniche per impostare, modificare e cancellare dati, creare semplici query e report.

Pre-requisito: buona conoscenza di Excel.

LA MEDIAZIONE CIVILE E COMMERCIALE

AL SERVIZIO DELLE AZIENDE

Data: martedì 2/9 Ottobre 2018

Orario: 8 ore dalle 9.00 alle 13.00

Docente: Paola Corbetta

Obiettivi: Approfondire il ricorso alle ADR (Alternative Dispute Resolution) ovvero della “giustizia alternativa”. Il corso, verterà, in particolare sulla mediazione civile e commerciale delle controversie nelle materie: locazione e affitto di ramo d'azienda, contratti bancari e finanziari, contratti assicurativi, energia e telecomunicazioni.

Le caratteristiche dei corsi sono le seguenti:

- La partecipazione ai corsi è gratuita. Poichè il progetto è finanziato dal Fondo Ebiter Milano, le aziende devono essere in regola con i versamenti dovuti all'Ente Bilaterale.
- La formazione verrà erogata nel normale orario di lavoro.
- I corsi saranno attivati solo al raggiungimento del numero minimo di partecipanti previsto.
- La sede dei corsi è la Scuola Superiore CTSP , Viale Murillo, 17 – 20149 Milano.

PER SCARICARE IL MODULO DI ADESIONE

CLICCA QUI

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



Servizi Aice Assistenza e consulenza in materia di scambi internazionali

Aice offre un servizio di assistenza e **consulenza in materia doganale e di fiscalità intra ed extra-comunitaria**, nonché supporto in fase di avvio di nuova attività all'interno di un Paese comunitario o extracomunitario.



Per quanto riguarda l'attività di **consulenza in materia doganale** le varie problematiche affrontate e risolte sono tra le più diverse; di seguito un elenco di quelle trattate più frequentemente:

- i modelli Intrastat, loro compilazione e determinazione del valore statistico;
- nomenclatura combinata e dazi doganali;
- compilazione DAU/DAE;
- modulo EUR.1, Form A, ATR, carnet ATA, carnet TIR,...;
- spedizione di merce per fiere o dimostrazioni in Paese extracomunitario;
- contraffazione;
- operatore economico autorizzato (AEO);
- certificazione di origine delle merci, preferenziale e non preferenziale;
- prodotti dual use;
- importazione ed esportazione di prodotti; regimi particolari per determinate categorie di prodotti (fitosanitari, alimentari, giocattoli, software, legno, presidi medico-chirurgici, vino, olio, pellicceria, siderurgici, unità da diporto, cosmetici, oggetti d'arte,..)
- Incoterms;
- merce giacente in dogana;
- Cites;
- visti, certificati e documentazione in generale richiesti per l'esportazione;
- certificati di origine;
- prova dell'avvenuta esportazione;
- temporanea importazione per lavorazione;

- esportazione temporanea ed esportazione definitiva
- transito comunitario
- deposito doganale e deposito IVA;
- antidumping.

Nello specifico, per quanto riguarda i quesiti in ambito di **fiscalità intra ed extracomunitaria** sottoposti dalle aziende nostre associate, alcuni esempi riguardano le operazioni non imponibili, le operazioni triangolari e quadrangolari, le cessioni e gli acquisti intracomunitari nonché la loro fatturazione, i rimborsi a soggetti non residenti, la territorialità dell'imposta, le cessioni all'esportazione, la determinazione della base imponibile e l'indicazione dell'origine in fattura.

Vengono inoltre affrontate tematiche di vario tipo che spaziano dal Made In, dal regolamento Reach per i prodotti chimici, alla normativa comunitaria RoHS che impone restrizioni all'uso di determinate sostanze pericolose nella costruzione di vari tipi di apparecchiature elettriche ed elettroniche, alla normativa RAEE per la gestione e lo smaltimento dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche, alla marcatura CE così come l'etichettatura e l'imballaggio di determinati prodotti. Offriamo assistenza e consulenza per l'apertura di attività in Paesi comunitari ed extraeuropei grazie anche alla rete di rapporti di collaborazione in atto con i nostri corrispondenti all'estero, tra i quali le camere di commercio, le ambasciate, i consolati e gli uffici ICE, presenti con proprie strutture in tutto il mondo. Procediamo inoltre alla redazione di report contenenti tutte le specifiche sia sul Paese in cui si intende esportare sia sul prodotto che si prevede di commercializzare all'estero.

In ultimo, svolgiamo attività di informazione e continuo aggiornamento su novità in campo normativo su temi riguardanti il commercio internazionale.

Le aziende interessate a ricevere maggiori informazioni in merito al servizio consulenza in materia di scambi internazionali, possono contattare la Segreteria Aice, Dott.ssa Raffaella Seveso
Tel. 027750320/1, Fax 02-7750329, e-mail raffaella.seveso@unione.milano.it



Convenzione Aice - Box Up

CONVENZIONE AICE - BOX UP DEPOSITO PER AZIENDE E PRIVATI



Box Up è la soluzione per problemi di spazio a casa e in ufficio.
E' il luogo **conveniente, ideale e sicuro e con accesso tutti i giorni dell'anno.**

SICUREZZA

Lo spazio in cui sono custoditi oggetti e documenti è individualmente allarmato e chiuso con un lucchetto. Tutta la struttura Box Up è protetta da impianto televisivo a circuito chiuso.

RISPARMIO

I **contratti** sono **flessibili** e si adattano alle diverse esigenze, a partire da un mese fino a lunghi periodi. Il prezzo varia in funzione della dimensione e della durata.

Si paga solo lo spazio di cui si ha realmente bisogno.

TRASPORTO

Ci prendiamo carico anche del trasporto. Non dovete preoccuparvi di come portare le cose presso di noi. I **preventivi** sono **gratuiti** ed eseguiti da persone in grado di consigliarvi sulla dimensione giusta dello spazio che vi occorre.

Caratteristiche del servizio:

- Parcheggio interno con ampia area di carico e scarico
- Struttura moderna con corridoi ben illuminati
- Accesso 365 giorni all'anno anche 24h su 24
- Servizio gratuito di carrelli e muletti per la movimentazione
- Sorveglianza 24h con televisione a circuito chiuso
- Box allarmati individualmente con codice personale
- Reception ed assistenza
- Materiale per l'imballaggio
- Organizzazione di traslochi e trasporti
- Assistenza al noleggio di furgoni con tariffe agevolate

PER GLI ASSOCIATI CONFCOMMERCIO MILANO

1 mese gratis per contratti di minimo 3 mesi

Ulteriore 10% di sconto cumulabile sulle promozioni in corso.

Per maggiori informazioni le aziende interessate possono contattare la Segreteria Aice,
Dr.ssa Valentina Corrà Tel. 027750320/1 Email: valentina.corra@unione.milano.it

Pubblicato il decreto attuativo del credito d'imposta per la formazione 4.0

È stato pubblicato il Decreto Interministeriale riguardante le disposizioni applicative dell'incentivo fiscale per talune spese di formazione del personale dipendente nel settore delle tecnologie, previste dal «Piano Nazionale Industria 4.0».

Il beneficio fiscale introdotto dalla Legge di Bilancio per il 2018, art. 1, c. 46-56, è utilizzabile nella forma di credito d'imposta esclusivamente in compensazione, per le spese sostenute nel periodo d'imposta successivo a quello in corso al 31 dicembre 2017.



Soggetti beneficiari ed esclusioni (Art. 2)

Possono accedere al credito d'imposta tutte le imprese residenti nel territorio dello Stato, ivi incluse le stabili organizzazioni di soggetti non residenti, indipendentemente dall'attività economica esercitata, dalla natura giuridica, dalle dimensioni, dal regime contabile e dalle modalità di determinazione del reddito ai fini fiscali.

Attività ammissibili (Art. 3)

L'art. 3 stabilisce quali sono le attività ammissibili al beneficio fiscale. Nello specifico, possono usufruire dell'agevolazione le attività di formazione finalizzate all'acquisizione o al consolidamento, da parte del personale dipendente dell'impresa, delle competenze nelle tecnologie rilevanti per la realizzazione del processo di trasformazione tecnologica e digitale delle imprese, previsto dal «Piano nazionale Impresa 4.0».

In particolare, sono ammissibili al credito d'imposta le attività di formazione concernenti le seguenti tecnologie:

- big data e analisi dei dati;
- cloud e fog computing;
- cyber security;
- simulazione e sistemi cyber-fisici;
- prototipazione rapida;
- sistemi di visualizzazione, realtà virtuale (RV) e realtà aumentata (RA);
- robotica avanzata e collaborativa;
- interfaccia uomo macchina;
- manifattura additiva (o stampa tridimensionale);
- internet delle cose e delle macchine;
- integrazione digitale dei processi aziendali.

Le attività di formazione nelle tecnologie sopra elencate sono ammissibili **a condizione che il loro svolgimento sia espressamente disciplinato in contratti collettivi aziendali o territoriali**, depositati presso l'Ispettorato territoriale del lavoro competente, e che, con apposita dichiarazione resa dal legale rappresentante dell'impresa, sia rilasciata a ciascun dipendente l'attestazione dell'effettiva partecipazione alle attività formative agevolabili, con indicazione dell'ambito o degli ambiti aziendali di applicazione delle conoscenze e delle competenze acquisite o consolidate dal dipendente all'esito delle medesime attività formative.

Ai fini dell'agevolazione, per personale dipendente, deve intendersi il personale titolare di un rapporto di lavoro subordinato, anche a tempo determinato, mentre l'eventuale partecipazione alle attività di formazione anche di altri collaboratori non legati all'impresa da contratti di lavoro subordinato o di apprendistato non pregiudica l'applicazione del credito d'imposta.

Nel caso in cui le attività di formazione siano erogate da soggetti esterni all'impresa, si considerano ammissibili solo le attività commissionate a soggetti accreditati per lo svolgimento di attività di formazione finanziata presso la regione o provincia autonoma in cui l'impresa ha la sede legale o la sede operativa, a università, pubbliche o private, a soggetti accreditati presso i fondi interprofessionali e a soggetti in possesso della certificazione di qualità.

Spese ammissibili (Art. 4)

Secondo quanto stabilito dall'art. 3, si considerano ammissibili al credito d'imposta le sole spese relative al personale dipendente impegnato come discente nelle attività di formazione ammissibili, limitatamente al costo aziendale riferito rispettivamente alle ore o alle giornate di formazione.

Come costo aziendale deve intendersi la retribuzione al lordo di ritenute e contributi previdenziali e assistenziali, comprensiva dei ratei del TFR, delle mensilità aggiuntive, delle ferie e dei permessi, maturati in relazione alle ore o alle giornate di formazione svolte nel corso del periodo d'imposta agevolabile, nonché delle eventuali indennità di trasferta erogate al lavoratore in caso di attività formative svolte fuori sede.

Si considerano ammissibili al credito d'imposta anche le spese relative al personale dipendente, ordinariamente occupato in uno degli ambiti aziendali, che partecipi in veste di docente o tutor alle attività di formazione ammissibili, anche se, in questo caso, le spese ammissibili non possono eccedere il 30 per cento della retribuzione complessiva annua spettante al dipendente.

Misura del credito d'imposta e modalità di fruizione (Art. 5)

Il Decreto in esame, all'art. 5, stabilisce che il credito d'imposta spetta **in misura pari al 40 per cento delle spese ammissibili**, sostenute nel periodo d'imposta agevolabile, **e nel limite massimo di 300.000 euro per ciascun beneficiario**.

Per le sole imprese non soggette a revisione legale dei conti, per le spese sostenute per adempiere all'obbligo di certificazione della documentazione contabile è riconosciuto un aumento del credito d'imposta, per un importo non superiore al minore tra quello effettivamente sostenuto e 5.000 euro, fermo restando, comunque, il limite massimo di 300.000 euro.

Obblighi documentali e dichiarativi (Art. 6)

Ai sensi dell'art. 6, ai fini del riconoscimento del credito d'imposta, l'effettivo sostenimento delle spese ammissibili e la corrispondenza delle stesse alla documentazione contabile predisposta dall'impresa devono risultare da apposita certificazione rilasciata dal soggetto incaricato della revisione legale dei conti.

Controlli (Art. 7)

L'art. 7 stabilisce che, nell'ambito delle ordinarie attività di accertamento, l'Agenzia delle entrate effettua i controlli finalizzati alla verifica della sussistenza delle condizioni soggettive di accesso al beneficio, al rispetto dei vincoli comunitari, alla conformità delle attività di formazione svolte rispetto a quelle considerate ammissibili dalla disciplina, all'effettività delle spese sostenute, alla loro congruità e ogni altro elemento rilevante ai fini della corretta applicazione del beneficio.

Nel caso in cui si accerti l'indebita fruizione del credito d'imposta per il mancato rispetto delle condizioni richieste o a causa dell'inammissibilità delle spese sulla base delle quali è stato determinato l'importo fruito, l'Agenzia delle entrate provvede al recupero del relativo importo, maggiorato di interessi e sanzioni, fatte salve le eventuali responsabilità di ordine civile, penale e amministrativo a carico dell'impresa beneficiaria.

Fonte: Lavoro News





Confcommercio Lombardia: Sangalli rieletto Presidente

Carlo Sangalli è stato rieletto per acclamazione Presidente della Confcommercio regionale dal nuovo Consiglio Generale. "Il terziario lombardo è il punto di forza della nostra Regione e dev'essere il 'player' di ogni azione strategica".

.....

Carlo Sangalli è stato rieletto per acclamazione Presidente di Confcommercio Lombardia dal nuovo Consiglio Generale: 48 consiglieri in rappresentanza delle 10 Associazioni territoriali Confcommercio lombarde. "I segnali complessivi per l'economia lombarda - dichiara Sangalli - sono positivi: crescono le imprese, gli addetti e il Pil generato dal terziario di mercato. E la collaborazione fra le istituzioni del nostro territorio, pur nella diversità politica come tra il Comune di Milano e la Regione, costituisce un esempio per il Paese". In Lombardia sono più di 558mila le imprese attive nel terziario di mercato (erano 537mila cinque anni fa) che producono un Pil di 263 miliardi di euro, il 71 per cento del Pil lombardo complessivo. E sono oltre 2 milioni 942mila gli occupati nel terziario, il 66% del totale, più di 176mila rispetto a cinque anni fa. "Il terziario lombardo - rileva Sangalli - è il punto di forza della nostra Regione e dev'essere il 'player' di ogni azione strategica: dall'innovazione alle trasformazioni urbane e delle aree dismesse, dal turismo ai grandi investimenti". Sulle periferie "abbiamo proposto - spiega Sangalli - di mettere le città al centro dell'agenda politica regionale, soprattutto le periferie. Guardiamo, perciò, con grande interesse e attenzione all'idea del presidente della Regione, Attilio Fontana, di lanciare un grande piano di rigenerazione urbana. È una sfida da vincere insieme. Strategie di rigenerazione urbana, innovazione sociale, dialogo con le comunità locali sono alcuni dei caratteri identitari delle nostre imprese". Sull'autonomia, "Il governatore Fontana - ricorda Sangalli - ha rilanciato la sfida di una "Legislatura costituente", in cui l'autonomia rappresenta un filo rosso che richiama tutti i protagonisti della società lombarda ad uno sforzo di responsabilità comune per ridisegnare la Lombardia del futuro. Abbiamo bisogno di semplificare la burocrazia, ridurre la pressione fiscale e realizzare le infrastrutture strategiche. L'autonomia è un obiettivo centrale ed è l'occasione per moltiplicare opportunità per imprese e cittadini con riflessi positivi per tutto il Paese". "Nel settore del commercio un intervento importante - ha concluso Sangalli - è già stato fatto da questa nuova Amministrazione regionale con il bando Storevolution, che destina 9 milioni e mezzo di euro per l'innovazione di tutti i negozi. Il bando aprirà il 10 settembre e chiuderà l'8 ottobre. Una dimostrazione di saper credere all'innovazione come noi la intendiamo: collegata al servizio e al valore di chi svolge l'attività commerciale".

Fonte: Confcommercio imprese per l'Italia



Convenzioni Unione Confcommercio 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 BUSINESS CENTRE AB SERVICE

AB Service dispone di 1350 postazioni lavoro nelle 7 sedi di Milano ed in quella di Lugano.

La scelta è quindi vasta ed il nostro Cliente può ritagliare lo spazio maggiormente rispondente alle Sue esigenze.

Uffici operativi o uffici direzionali da 1, 2 o più posti lavoro in sedi prestigiose nel centro di Milano o in moderni edifici dotati di parcheggi interni, sono immediatamente

te a disposizione dei nostri Clienti.

Servizi offerti:

- Uffici arredati
- Servizi di segreteria
- Servizi di recapito commerciale, Virtual Office
- Sale riunioni attrezzate
- Sale conferenze fino a 100 posti
- Studi di produzione
- Aule formazione

Le nostre sedi:

- Via Dogana, 3 – 20123 Milano
- Via Finocchiaro Aprile, 14 – 20124 Milano
- Via Valla, 16 – 20141 Milano
- Via Colico, 36 – 20158 Milano
- Via Sammartini, 33 – 20125 Milano
- P.zza Della Repubblica, 32 – 20124 Milano
- Viale Brianza, 181 –

20192 Cinisello Balsamo

- Via Lavizzari, 4 – 6900 Lugano

PER GLI ASSOCIATI CONFCOMMERCIO MILANO
Una mensilità gratis per un contratto minimo di 6 mesi.

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



**BUSINESS CENTRE
AB SERVICE**

Dai al tuo business il suo spazio!



Confcommercio su DL Dignità: su contratti a termine grave passo indietro

In attesa dell'annunciata riduzione del costo del lavoro, tutta da verificare, il Governo decide di fare una grave marcia indietro sui contratti a termine introducendo, di fatto, forme di inutile e dannosa rigidità. Se l'obiettivo era quello di favorire la creazione di nuova occupazione, si va invece nella direzione opposta con l'aggravante di creare un periodo di incertezza e un ritorno del contenzioso. Le imprese del terziario e del turismo, le uniche che hanno creato nuova occupazione, anche durante le crisi, avranno dunque un freno allo sviluppo e agli investimenti: questo il commento di Confcommercio-Imprese per l'Italia alle norme sui contratti a termine contenute nel DL Dignità approvato dal Consiglio dei Ministri.

Fonte: Confcommercio imprese per l'Italia

I nostri servizi

Offriamo assistenza completa, competente, affidabile e personalizzata su tutti i temi legati agli scambi internazionali

Aice
Associazione Italiana
Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade





Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci Aice

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

Convenzione con Vittoria Assicurazioni

La collaborazione Confcommercio e **Vittoria Assicurazioni** arricchisce la propria offerta, proponendo agli Associati e ai loro familiari e dipendenti, coperture assicurative a condizioni economiche vantaggiose, con **sconti dal 10% al 40% e prodotti realizzati in esclusiva per il sistema Confcommercio.**

L'offerta di prodotti Vittoria Assicurazioni si fa sempre più interessante: in considerazione della centralità che assume oggi la previdenza complementare, **per fronteggiare la riduzione del reddito** in età pensionabile, Vittoria Assicurazioni aggiunge alle polizze in convenzione il nuovo prodotto **Piano Individuale Pensionistico Vittoria.**

Vittoria Assicurazioni ha realizzato quattro **nuovi prodotti riservati in esclusiva** agli Associati Confcommercio:

- **Multirischi Esercizi Commerciali.** Il prodotto è dedicato agli associati Confcommercio che svolgono un'attività commerciale e desiderano salvaguardare il patrimonio in essa investito da eventi che potrebbero danneggiarlo irrimediabilmente. Le garanzie prestate sono in grado di soddisfare le esigenze di un'ampia gamma di esercizi e di settori merceologici, dalle attività economiche organizzate per la vendita al dettaglio (es. il fruttivendolo, il panettiere, l'emporio) alla grande distribuzione e ai depositi merci e magazzini (es. supermercati).
- **Multirischi Alberghi.** E' la copertura assicurativa, flessibile e modulabile in base alle esigenze, appositamente pensata per soddisfare tutte le necessità di protezione delle strutture ricettive di tipo turistico quali alberghi, hotel, residence, pensioni e strutture similari.
- **Infortuni Globale.** Polizza dalla struttura estremamente flessibile e con un'ampia gamma di garanzie che risulta essere lo strumento indicato per tutti i beneficiari della convenzione che intendono sottoscrivere una polizza per la copertura del rischio infortuni sia in forma "individuale" che "cumulativa".
- **Indennità giornaliera per ricovero.** Polizza che garantisce un supporto a chi manifesta l'intenzione di avvalersi di uno strumento assicurativo in grado di sopperire, in caso di ricovero per malattia o infortunio, ad un eventuale mancato guadagno e di ammortizzare i costi relativi alle cure.
- **Rimborso spese sanitarie Elite.** Prodotto più completo a fornire una risposta assicurativa alle esigenze di prevenzione e tutela della salute. Garantisce un servizio di medicina preventiva per la diagnosi di potenziali patologie e il rimborso delle spese sostenute per cure sanitarie in una clinica

od ospedale specializzato. E' rivolto:

- ⇒ A chi ricerca un servizio in grado di sopperire alle carenze del sistema pubblico.
- ⇒ A chi intende avvalersi di strutture sanitarie e medici altamente qualificati senza preoccuparsi dei costi.
- **Vittoria a modo mio.** È una polizza vita con cui il Contraente programma in piena libertà il risparmio periodico di somme di denaro, anche di importo limitato, per costituire un capitale che si consolida e si rivaluta annualmente in base al rendimento finanziario di una gestione separata assicurativa denominata "Fondo Vittoria Rendimento Mensile".



Vittoria

Assicurazioni

Oltre alle polizze in esclusiva, la convenzione prevede la possibilità di sottoscrivere un'ampia gamma di prodotti di catalogo con uno sconto garantito ed agevolazioni personalizzate:

- ✓ *Linea imprese e professioni*
- ✓ *Linea salute e benessere*
- ✓ *Linea infortuni*
- ✓ *Linea vita, risparmio e investimento*
- ✓ *Linea strada*
- ✓ *Linea casa e famiglia*

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



The Colours of Italian Beauty Milano, 20 Luglio 2018

Venerdì 20 Luglio 2018 il gruppo Alibaba organizzerà un evento a Milano per discutere le opportunità per la cosmetica in Cina.

Partecipando all'evento si avrà l'opportunità di:

- Conoscere Tmall Global e il mercato della cosmetica in Cina
- Incontrare i top manager del gruppo e discutere con loro riguardo l'e-commerce, il marketing e la strategia "New Retail" di Alibaba
- Scoprire i colori del make-up italiano visitando gli stand di:
 - Kiko, del Gruppo Percassi
 - Deborah Milano del Gruppo Deborah
 - Diego Dalla Palma e RVB LAB del Gruppo Diego Dalla Palma
- Usare il Magic Mirror: La soluzione tecnologica di Alibaba che rivoluzionerà i negozi di cosmetica

Alibaba Group 阿里巴巴集团 **Tmall DISCOVERY** **天猫国际** Tmall GLOBAL

意起玩色

天猫理想生活·意大利先锋彩妆
天猫国际战略合作签署仪式
TMALL DISCOVERY · ITALIAN COSMETICS MAKE-UP CHINA
TMALL GLOBAL STRATEGIC PARTNERSHIP SIGNING CEREMONY

SAVE THE DATE

Friday, July 20th 2018
10h - 14h
Teatro Vetra
Piazza Vetra, 7
Milan, ITALY

AGENDA

Translation service in Italian,
Chinese and English will be provided

签到和参观品牌展
Registration & Brands Exhibition

开幕致辞
Welcome Speech
Rodrigo Cipriani Foresio - Managing Director
Southern Europe, Alibaba Group

品牌走秀
Brands Catwalk

意大利美妆协会
Conference Opening
Roberto Liscia - President, Netcomm
Renato Ancorotti - President, Cosmetica Italia

天猫国际分享彩妆消费趋势 (奥文)
Make-up Consumption Trends in China
Ao Wen - Tmall Senior Director, Alibaba Group

天猫分享品牌营销策略 (家洛)
Brand Marketing Strategy
Jia Luo - Tmall Marketing & Operating
Department President, Alibaba Group

品牌战略合作仪式
Brands Partnership Ceremony

RVB LAB **KIKO MILANO** **DEBORAH MILANO**
Diego dalla Palma MILANO

参观品牌展和午餐
Light lunch will mark the closing of the event

RSVP | cosmetics@list.alibaba-inc.com

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



La Dolce Vita Food&Wine Event 2018 Skopje, 25 Settembre 2018

L'Ufficio ICE di Skopje organizza, nell'ambito dell'Italian Festival Macedonia 2018, la V edizione del Food & Wine Event, presentazione con degustazione di vini e prodotti alimentari italiani allo scopo di promuovere il "Made in Italy" e favorire l'introduzione di nuovi marchi italiani sul mercato. L'evento è rivolto ad un pubblico professionale.

PERCHÉ PARTECIPARE

I prodotti alimentari italiani hanno da sempre un posto di rilievo nella cultura gastronomica della Macedonia, godono di un'immagine di lusso e di qualità, cambiando le abitudini alimentari e introducendo nuovi standard qualitativi nella ristorazione. Il continuo incremento del tenore di vita del consumatore macedone ha contribuito all'aumento della domanda ed alla sempre più importante presenza di prodotti alimentari italiani sul mercato macedone.

Esiste, tuttavia, spazio per l'introduzione di nuovi prodotti e marchi italiani sul mercato. Questo riguarda soprattutto: pasta (anche in formato HO.RE.CA), gnocchi e pasta fresca ripiena confezionata, riso, salse e condimenti per pasta, preparati sottolio e sottaceto, tonno in scatola, olio d'oliva, aceto balsamico, piatti pronti surgelati, pizze surgelate, cioccolato e biscotti, formaggi a lunga conservazione. Tra le bevande, oltre al vino bianco e rosso, anche prosecco, spumante e bevande analcoliche.

Programma:

La mattinata del 25 giugno (ore 09:30-11:30) sarà dedicata alla presentazione del sistema della GDO macedone e delle possibilità per introdurre nuovi marchi di prodotti alimentari e vini italiani: normativa all'importazione, posizionamento dei prodotti e vini italiani rispetto ai concorrenti, politica dei prezzi, preferenze dei consumatori.

Il pomeriggio (ore 12.00-14.00) sarà riservato alla visita della principale catena di supermercati TINEX e agli incontri B2B tra le aziende italiane partecipanti e gli importatori interessati (ore 15.30—18.00). L'ingresso è riservato al pubblico professionale: importatori e distributori di prodotti alimentari, maggiori catene GDO, alberghi, ristoranti, bar, giornalisti e opinion leaders del settore. Ore 20:00 conclusione dell'evento.

Il pacchetto di servizi offerti dall'ICE comprende:

- Presentazione marketing sulle opportunità d'inserimento sul mercato macedone;
- Visita guidata alla TINEX, principale catena GDO;
- Un tavolo espositivo per ogni azienda allestito con: tovaglia, tovaglioli, bicchieri, caraffa per l'acqua e acqua, sputacchiera, pane/crackers, eventuale ghiaccio/frigo per vini bianchi, piatti, posate, cavalierino con nome e logo aziendale. Per ogni tavolo non potranno essere rappresentati più di 3 marchi;
- Organizzazione incontri - ogni azienda partecipante riceverà una lista di importatori e distributori interessati al suo prodotto, prima dell'evento;
- Azioni di comunicazione: realizzazione di un catalogo degli espositori distribuito ai visitatori, con i riferimenti aziendali, i principali prodotti e il logo.



La Dolce Vita Food&Wine Event 2018 Sofia, 26 Settembre 2018

L'ufficio di ICE Sofia organizza, nell'ambito dell'Italian Festival Bulgaria 2018, la X edizione del Food&Wine Event - La Dolce Vita, una presentazione con degustazione di vini e prodotti alimentari italiani, rivolta ad un pubblico professionale.

PERCHE' PARTECIPARE

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

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

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

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

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

Il pacchetto di servizi offerti dall'ICE comprende:

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

L'evento, professionale, e' rivolto a importatori e distributori di prodotti alimentari e bevande, GDO, enoteche, ristoranti, alberghi e società di catering, media e stampa specializzata.

Scadenza Adesioni: 18 luglio 2018

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





Fiere ed
Eventi

Borsa Vini Vietnam 2018



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Tra le iniziative promozionali dedicate dall'Agenzia ICE alla promozione del vino italiano nell'area del Sud-Est Asiatico è prevista, su forte richiesta delle aziende italiane, un'edizione speciale della Borsa Vini in Vietnam. L'evento sarà organizzato in due tappe: **26 novembre Ho Chi Minh City, 28-29 novembre Hanoi** ed è integrato nel quadro strategico promozionale ICE previsto in Asia e Pacifico nel novembre 2018, che prevede le seguenti iniziative.

8-10 novembre - Hong Kong: **HONG KONG INT. WINE FAIR**

12-13 novembre - Kyoto - Tokyo: **BORSA VINI IN GIAPPONE**

22 novembre - Singapore: **BORSA VINI A SINGAPORE**

Le **Borse Vini** rappresentano un efficace e dinamico strumento di promozione che consente ai partecipanti di acquisire nuovi contatti commerciali e/o di consolidare quelli già in essere, ottimizzando tempi e costi.

Il **Vietnam** è un mercato dinamico contraddistinto da una domanda di vino italiano in costante espansione da anni, con tassi di crescita in valore che testimoniano un gradevole interesse: 2014 +33,9%, 2015 +60,5%, 2016 +54,7%.

Le domande saranno accolte in ordine cronologico di arrivo secondo le modalità descritte nella **circolare informativa** scaricabile [QUI](#).

Scadenza adesioni: 31 luglio 2018

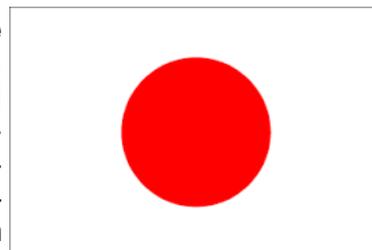


Per maggiori informazioni contattare la Segreteria Aice, Dr. Pierantonio Cantoni
Tel. 027750320/1, E-mail: aice@unione.milano.it



Japan Export Pass—missione imprenditoriale in Giappone per le MPMI del settore agroalimentare e vini Tokyo, 13–15 Novembre 2018

L'Agencia ICE, con il supporto e il partenariato delle associazioni partecipanti al **Gruppo di Lavoro a favore delle Micro Piccole Medie Imprese (MPMI)** di cui fanno parte, oltre all'ICE-Agenzia, il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, e le associazioni ABI, Alleanza delle Cooperative Italiane, Confagricoltura, CONFAPI, Confindustria Piccola Industria, Rete Imprese Italia - CNA, Confartigianato, Confcommercio, promuove il **Progetto Japan Export Pass** con l'obiettivo di incrementare la penetrazione commerciale delle MPMI italiane nel mercato giapponese.



PERCHE' PARTECIPARE

Il Giappone è l'undicesimo Paese in termini di destinazione dell'export dell'eno-agroalimentare italiano e terzo Paese extra europeo, dopo USA e Canada.

Nel 2017 il Paese ha importato prodotti Made in Italy per un valore di 820 mln di euro, con una variazione positiva dell'8,3% rispetto all'anno precedente.

L'alto potenziale della produzione italiana per gli importatori giapponesi risiede nelle sue caratteristiche specifiche, quali l'alta qualità, la novità e l'innovazione, la tradizione.

PROGRAMMA

Il progetto, rivolto alle aziende dei settori agroalimentare e vini, per un massimo di 30 imprese, prevede un programma di B2B e incontri commerciali con gli operatori locali, selezionati e invitati dall'Ufficio ICE di Tokyo.

Le tappe in Giappone saranno precedute da una sessione formativa sul mercato giapponese, propedeutica all'iniziativa, che si terrà a Roma, nelle giornate del 26 e 27 settembre.

Il programma in Giappone si svolgerà in due tappe, una delle quali facoltativa:

- **12 novembre, Kyoto: (partecipazione facoltativa, limitata SOLO al settore vini) Workshop "Walk around tasting" - B2B** tra le aziende italiane e gli operatori locali (importatori, ristoratori, dettaglianti, GDO), durante il quale sarà possibile esporre e far provare i propri prodotti. L'evento sarà concomitante ad ACCI GUSTO 2018, mostra dedicata al food&wine italiano alla presenza di circa 50 importatori giapponesi. Gli incontri si svolgeranno liberamente, senza un'agenda di appuntamenti prefissati.
- **13 novembre, Tokyo: Workshop "Walk around tasting" - B2B** tra le aziende italiane e gli operatori locali (importatori, ristoratori, dettaglianti, GDO), durante il quale sarà possibile esporre e far provare i propri prodotti. Obiettivo: la creazione, il consolidamento e l'ampliamento dei rapporti commerciali con gli operatori giapponesi. L'iniziativa è di forte interesse sia per i produttori non ancora presenti nel mercato locale, che per i produttori già attivi. Gli incontri si svolgeranno liberamente, senza un'agenda di appuntamenti prefissati.

Prodotti consentiti: i prodotti che possono essere degustati semplicemente; prodotti non surgelati; vini e altre bevande alcoliche e non; olio di oliva e altri condimenti; prodotti conservati; salumi (muniti di certificazione per l'importazione in Giappone); formaggi; prodotti da forno; antipasti ecc.

Prodotti sconsigliati: prodotti che hanno necessità di attrezzature speciali per la degustazione (freezer, microonde, forno, fornello ecc.); prodotti surgelati; salumi (e in generale altri prodotti) che non sono muniti di certificazione per l'importazione in Giappone.

N.B: al Workshop non è prevista la presenza delle attrezzature di cui sopra, per l'eventuale preparazione di pasti.

- 14 novembre, Tokyo: Degustazione Educational di piatti realizzati con i prodotti forniti dalle aziende (indicati per ogni preparazione), presso una location di alto livello. Saranno presenti le aziende italiane e gli operatori locali. Obiettivo: la creazione di un momento di contatto "informale", durante il quale le imprese avranno modo di presentare i propri prodotti agli operatori locali. Prodotti sconsigliati: gli stessi evidenziati in precedenza.
- 15 novembre, Tokyo: Store Market Check presso i punti vendita di Tokyo. Allo scopo di completare la formazione sul mercato giapponese, con particolare riferimento alla grande distribuzione di fascia alta, durante la giornata saranno realizzati "store check" nei punti vendita, con focus su: price point, presentazione prodotto, packaging, posizionamento, gamma referenze di mercato. Gli "store check saranno seguiti da specialisti e analisti di mercato, insieme ai rappresentanti delle catene retail coinvolte.

SCADENZA PER L'ADESIONE

Saranno prese in considerazione solo le richieste pervenute entro le ore 12:00 del giorno 11 luglio 2018.



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - AGENZIA

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



**(segue) MALESIA:
STRUMENTI PER LA PENETRAZIONE DEL MERCATO
a cura dello Studio Legale Iannantuoni-Cerruti&Associati**

La prima parte dell'articolo è disponibile sul numero 12 del Notiziario Aice

Il sistema societario e commerciale malese si distingue in due principali modelli societari:

- BRH – Locally Incorporated Company;
- Company limited by guarantee;

BRH – *Locally Incorporated Company*. L'alter-ego malese della Società a responsabilità limitata italiana sono le Berhad – BRH - le quali possono essere sia pubbliche che private. La società privata è una società principalmente con capitale azionario, il che viene ad essere previsto ex atto e consacrato tanto nell'atto costitutivo che all'interno dello Statuto ove vengono stabiliti dei vincoli rispetto al trasferimento delle azioni, restrizioni in capo al numero di soci che non possono essere più di 5 membri nonché divieti di offerte pubbliche di sottoscrizione e/o vendita di azioni così come divieti ad effettuare inviti al pubblico per depositi presso la società. Di contro, suddetti limiti vengono ad essere temperati nell'ambito delle società pubbliche ove invece viene ad essere consentita l'offerta di azioni al pubblico, previo deposito di un foglio informativo presso il Registro delle Società. Affinchè tale prospetto sia validamente depositato è necessaria la previa approvazione da parte della Commissione Titoli ai fini dell'approvazione della proposta di emissione e/o offerta di azioni.

Per quanto attiene la regolare costituzione di un ente societario, vi sono talune formalità da rispettare, fra cui spicca l'inoltro di un'apposita domanda al Registro delle Società ove viene verificato che la costituzione della neo-società non sia contraria alla legge e a norme imperative nonché la disponibilità in ordine alla denominazione scelta dell'imprenditore. Entro un termine perentorio con decorrenza a partire dalla proposizione della domanda nei termini sopra specificati, l'imprenditore dovrà provvedere al relativo deposito documentale, in particolare dell'atto costitutivo, dello statuto e della dichiarazione di conformità. La società assumerà la personalità giuridica solo al momento dell'emissione del certificato attestante l'avvenuta registrazione ed in quella sede potrà detenere proprietà e/o citare e/o essere validamente citata in giudizio. I soci sono responsabili delle obbligazioni contratte solo in sede di liquidazione e, presupposto inscindibile è la sussistenza di una sede legale centrale in Malesia ove saranno detenuti i libri contabili e la documentazione societaria. Peraltro, parimenti essenziale è che il segretario di una società deve essere tassativamente una persona fisica con domicilio principale ed esclusivo in Malesia; mentre gli amministratori della società devono essere almeno due con residenza principale in loco.

Ai sensi del Companies Act 1965 nella società dovranno figurare almeno due azionisti, almeno due direttori residenti in Malesia, almeno un segretario residente sul territorio malese e, vi è obbligo di indire un'assemblea annuale e di tenuta di taluni determinati registri fra cui il registro dei membri, dei direttori, dei manager delle obbligazioni ed oneri.

Company limited by guarantee. Questa tipologia societaria è in realtà assai peculiare e non rispecchia un modello societario tipico, confrontabile con quello del nostro ordinamento anche se si riconoscono dei tratti propri delle associazioni e/o fondazioni ma, evidentemente, con finalità propriamente differenti. Si tratta infatti di un modello societario in voga ai fini della costituzione di associazioni di categoria, clubs ed enti di beneficenza, ove il socio si configura quale responsabile limitatamente al solo capitale sociale versato al momento della costituzione e, che il medesimo, parimenti si impegna a versare in caso di scioglimento anticipato e/o cessazione dell'entità societaria. In tale modello societario si individuano peraltro dei tratti tipici delle nostrane società – di

capitali – laddove sussista la necessità di istituire un Consiglio di Amministrazione – CdA – ove devono figurare almeno due soggetti cui è stata accordata la residenza malese, anche al fine di ampliamento e sviluppo del business straniero con finalità proprie dell'ente associativo.

Fra le maggiori forme di cooperazione si annoverano le *Joint Venture*. La disciplina generale in materia societaria e commerciale stabilisce che la JV possa essere di due tipi: contrattuale o *corporate*. La prima sorge attraverso la stipulazione di uno o più contratti collegati, che regolano ruoli, compiti e responsabilità di ciascuno; la seconda è un nuovo soggetto giuridico costituito ad hoc per realizzare una collaborazione e disciplinata da una serie di contratti. La *joint venture* contrattuale nasce con lo scopo di realizzare un progetto comune e, una volta portato a termine, le società che la costituiscono si separano, mentre sorte diversa tocca alla *joint venture* societaria che può anche durare a tempo indeterminato.

In alternativa alla costituzione di soggetti giuridici con personalità giuridica propria, la società investitrice può optare per la costituzione di enti "minori", quali l'ufficio di rappresentanza o la filiale (*branch*).

Ufficio di rappresentanza. L'insediamento di uffici di rappresentanza sul territorio rappresenta un utile ed irrinunciabile strumento di penetrazione per svolgere le più svariate attività a contatto diretto con gli operatori commerciali, fra cui:

- Pianificare e coordinare le attività commerciali;
- Raccogliere ed analizzare informazioni, predisporre studi di fattibilità in materia di investimento e di analisi delle attività di business da intraprendere in Malesia;
- Svolgere attività di ricerca e sviluppo dei prodotti e servizi proposti;
- Fungere quale centro di coordinamento e gestione delle altre società di un gruppo o di una holding presente sul territorio malese;
- Individuare, reperire ed esaminare materie prime, componenti e prodotti industriali;

Tuttavia, occorre precisare che vi sono specifiche attività, individuate ex ante, tassativamente precluse agli uffici di rappresentanza che, appunto, non hanno possibilità di curare direttamente, come ad esempio:

- Eseguire e curare transazioni commerciali ;
- Svolgere attività commerciale ivi incluse importazioni ed esportazioni;
- Eseguire attività di deposito e/o spedizione di merci, attività precipuamente demandata ad un agente di zona o direttamente al distributore dei beni e prodotti;
- Sottoscrivere contratti in nome e per conto della società estera;
- Partecipare attivamente nell'attività di gestione ordinaria delle società del gruppo nel cui interesse vengono espletati i diversi servizi consentiti.

Il vantaggio di istituire uffici di rappresentanza ai fini dell'espletamento di attività di contorno e/o potenziamento del business intrapreso, risiede peraltro nella totale assenza di oneri di registrazione se non per la documentazione inerente i lavoratori presso precisi organismi, fra cui si annovera Inland Revenue Board, Employess Provident Fund Board e il Labour Department.. Inoltre, non sussiste un obbligo circa la presentazione periodica della relativa dichiarazione dei redditi, né vi è necessità di apposite certificazioni rilasciate da una società di revisione dei conti.

Filiale (branch). Oltre alla presenza sul territorio di uffici di rappresentanza – che non implicano la costituzione di un vero e proprio organismo societario pur potendo espletare talune attività dirette all'imprenditoria – un ulteriore e forse ancor più efficace strumento di penetrazione commerciale è costituito dalla collocazione e radicamento di filiali – entità sussidiarie e distaccate dal centro sociale principale – facenti capo alla società straniera ivi operante. La stabile costituzione di una filiale è subordinata a determinati oneri di registrazione, che si consacrano per il tramite della presentazione di una domanda formulata presso la CCM. A seguito dell'approvazione della domanda ritualmente presentata, l'imprenditore richiedente deve esibire una pluralità di documenta-

zione fra cui il certificato di costituzione della società, lo statuto, l'indicazione degli amministratori e, se presenti amministratori locali, un apposito memorandum con l'indicazione dei relativi ruoli e poteri esercitati nell'assetto sociale di riferimento nonché evidenza – mediante procura – del potere di rappresentanza e del conferimento del medesimo per agire in nome e per conto della società capofila in Malesia. La CCM, rilasciato il certificato di registrazione della filiale, accorda l'esistenza dell'ente sociale che dura da tre a sei settimane. La filiale, una volta riconosciuta formalmente, è abilitata allo svolgimento di attività proprie del settore commerciale, fra cui:

- Raccogliere informazioni pertinenti in materia di investimenti in Malesia;
- Sviluppare relazioni commerciali bilaterali;
- Promuovere l'esportazione di merci e prodotti della Malesia,
- Svolgere attività di ricerca e sviluppo imprenditoriale.

Qualora l'opzione dell'investimento diretto non sia il più indicato – o comunque la società stessa non intenda investire in una gestione diretta dell'ufficio delocalizzato – l'azienda ha la possibilità di optare per gli strumenti di investimento "indiretto", ossia mediante i contratti di agenzia o *franchising*.

Contratto di agenzia. Il contratto di agenzia si configura nei termini di un'attività professionale nel cui ambito l'agente di commercio vende o acquista in nome proprio merci per il preponente o esegue prestazioni di servizi – proprie del preponente – verso soggetti terzi, dietro la pattuizione di un determinato compenso. La connessa attività posta in essere da parte dell'agente di commercio è regolamentata dal "Contracts Act", con prevalente applicazione di consuetudini radicate in talune zone del Paese, lasciando in ogni caso alla libera discrezionalità delle parti la scelta della normativa di riferimento che intendono applicare. Vi sono delle peculiarità e diversità rilevanti rispetto alla normativa civilistica italiana dal momento che, il contratto deve essere stipulato tra due soggetti che assumono la qualificazione giuridica di fornitore e/o produttore ed agente e/o importatore, ove quest'ultimo deve esplicitamente accettare il relativo conferimento dell'incarico. Il contratto, generalmente, deve includere fra le clausole articolate nell'accordo interveniente fra i due contraenti i termini e le modalità di pagamento – appare opportuno ivi accennare che in riferimento al suddetto tema è particolarmente frequente e diffusa l'apertura di una lettera di credito confermata ed irrevocabile – nonché i termini e le modalità di pagamento delle relative commissioni. La normativa malese accorda poi, la possibilità – praticabile da ambo le parti – di annullare la pattuizione contrattuale onde ricorra tra le medesime un preavviso scritto di circa due o tre mesi, interveniente prima della rottura del rapporto contrattuale. Le peculiarità maggiormente salienti in ordine a tale fattispecie contrattuale si rintracciano nella tipicità del contratto di agenzia che, oltre alla normativa summenzionata, prevede una regolamentazione specifica per ogni differente tipologia merceologica e/o settoriale in cui le parti operano per il tramite del contratto di agenzia. Peraltro, la figura dell'agente riveste particolare rilievo per la possibilità, per l'imprenditore, di accedere e partecipare a gare laddove la precipua nomina di un agente si identifica quale requisito indispensabile. Di contro, è ravvisabile un regime di responsabilità dell'agente, il quale risponde direttamente in merito ad informazioni fallaci, false e/o imprecise inerenti le dichiarazioni su prezzi, qualità e standard merceologici dei prodotti importati.

Contratto di franchising. A differenza del contratto di agenzia, il *franchisee* ed il concessionario agiscono non soltanto per nome proprio ma anche per proprio conto. Inoltre il *franchisee* è vincolato ad un particolare modello di punto vendita, sviluppato dal preponente, al quale deve peraltro corrispondere un prezzo a titolo di trasmissione di *know-how*. Appare importante notare la valenza di tale tipologia contrattuale in riferimento alle potenzialità di mercato che la specifica pattuizione contrattuale consente di perseguire. Da un punto di vista più strettamente economico, tale forma contrattuale ben si adatta ad un'economia emergente come quella del Paese asiatico. A ciò

aggiungasi l'attenzione governativa apprestata a suddetta tipologia contrattuale, circostanza che incentiva le aziende locali ad instaurare partnership e collaborazioni con brand stranieri ed internazionali, *inter alias*, quelli di matrice nostrana stante la spiccata inclinazione malese per il *made in Italy* e la possibilità di goderne mediante un business di questo tipo in ragione dell'esiguità di imprese italiane sul territorio e degli elevati costi per un simil investimento che, il *franchising* permette di contenere. In aderenza ad una politica di crescita e sviluppo del Paese il Governo malese, al fine di promuovere i contratti di franchising fra gli imprenditori appartenenti ad una pluralità di etnie presenti nel Paese, ha varato nel 1998 una Legislazione ad hoc – denominato *Franchising Act* – il quale ha reso obbligatoria la registrazione sia per il franchisor per il franchisee la registrazione presso il Ministero per lo Sviluppo Imprenditoriale con l'obiettivo di controllare la crescita dell'industria del franchising nel Paese. Sono peraltro applicabili il Trade Marks Act 1976 che tutela i segni distintivi, prodotti e servizi del franchisor e il Copyright Act 1987 secondo cui il materiale pubblicitario, promozionale e le procedure operative standardizzate sono assimilati ai lavori intellettuali. Applicata normativa di Common Law a tutela delle informazioni confidenziali, diligenza e confusione con attività *franchisor*.

Sempre nel contesto delle collaborazioni reciproche, si richiamano gli accordi di trasferimento di tecnologia. Si tratta di accordi precipui che riguardano il trasferimento di diritti di licenza su processi specifici, formule o tecnologia industriale, know how e cognizioni tecnico specialistiche indispensabili per l'installazione di impianti, forniture e servizi di supporto. Suddetti accordi di trasferimento, frequenti soprattutto in riferimento a progetti manifatturieri, sono regolamentati dalla Legge sul Coordinamento Industriale del 1975 e, affinché la finalizzazione dell'accordo sia definitiva e, il medesimo, operativo nonché atto a coinvolgere la pluralità di partner stranieri a cui si rivolgono, è necessario ottenere la preventiva autorizzazione da parte del Ministero del Commercio Internazionale e dell'Industria. Ad ogni modo, le principali e maggiormente frequenti tipologie di siffatti accordi diretti all'implementazione ed al relativo trasferimento di tecnologia si individuano in:

- ⇒ Accordi di licenza – laddove si intenda un accordo fra due o più parti ove chi fornisce la licenza si riserva il diritto di utilizzo del proprio brevetto e/o di altre proprietà industriali ed intellettuali ai fini della fabbricazione di determinati prodotti, dietro il pagamento di emolumenti e/o royalty.
- ⇒ Contratto chiavi in mano - tipologia peculiare di accordo tra due o più parti con affidamento complessivo dell'esecuzione di tutte le fasi di un progetto ivi compresi servizi di consulenza, gestione e direzione dei lavori, sino alla completa realizzazione e funzionalità del medesimo.
- ⇒ Accordo di gestione - accordo tra due o più parti con affidamento di meri servizi di gestione delle attività e dei servizi, a fronte del previo pagamento dei medesimi.

Infine, nell'alveo delle considerazioni relative alla penetrazione del mercato malesiano, è necessario richiamare alcuni accenni in merito alla normativa laburista. In tema di diritto del lavoro la regolamentazione giuridica si articola in poche normative, tese essenzialmente a focalizzarsi sugli aspetti maggiormente pregnanti delle principali peculiarità proprie di suddetta disciplina, segnatamente articolata in Employment Act, Employees Provident Fund Act, Employees Social Security Act, Industrial Relation Act.

Employment Act 1955 - che si configura quale normativa principe atta a regolamentare il diritto del lavoro malese, dettando le condizioni minime che imperano all'interno di un rapporto di lavoro, i cui destinatari sono tutti i prestatori d'opera che non guadagnano più di 395US al mese. In specie, laddove ricorrano queste condizioni, il contratto di lavoro, stipulato tassativamente in forma scritta, deve contenere la regolamentazione inerente l'eventuale cessazione del rapporto lavorati-

vo in discorso, con relativa indicazione dei periodi di preavviso che deve essere doverosamente comunicato da ambo le parti. Sono previste specifiche previsioni concernenti la durata della prestazione lavorativa, da eseguirsi per un periodo non eccedente le otto ore al giorno e le 48 ore settimanali, pur accordando la possibilità di concordare prestazioni di lavoro straordinarie rispetto al regolare iter lavorativo. Tuttavia, occorre evidenziare che laddove siano previsti straordinari, gli stessi vengono riconosciuti economicamente per il tramite della corresponsione di una retribuzione ben superiore di quella regolare e, segnatamente, nella misura di una volta e mezza della paga oraria giornalmente corrisposta; mentre l'ammontare sortisce un considerevole aumento – nella misura del doppio – durante le prestazioni eseguite nei giorni di riposo e, pari al triplo della paga oraria giornaliera qualora la prestazione dell'attività lavorativa in regime straordinario sia svolta nel corso dei giorni festivi. E, a proposito delle festività, occorre segnalare che le medesime sono riconosciute nella misura di dieci festività annuali, con relativa retribuzione. Un regime assai vantaggioso è peraltro previsto anche per le ferie con un riconoscimento di otto giorni di ferie retribuite per i lavoratori con meno di due anni di anzianità, dodici giorni da riconoscersi a chi ha maturato un'anzianità superiore a due anni ma non inferiore a cinque e, ben sedici giorni di ferie retribuite per coloro i quali hanno accumulato, nel corso della propria vita lavorativa, un'anzianità maggiore a cinque anni di attività regolarmente prestata. I permessi per malattia, invece, sono articolati concordemente alla gravità della condizione di salute del lavoratore nonché al periodo di degenza ospedaliera riconosciuto, raggiungendo un periodo complessivo di circa sessanta giorni di malattia annualmente riconosciuti. L'Employment Act prevede, inter alia, una disciplina di assoluto ed incontestabile favore per le lavoratrici che sono totalmente esulate dal prestare attività lavorativa nel corso di turni notturni – dalle 10 alle 5 del mattino – a meno che non si ottenga un permesso, di natura precipuamente speciale e straordinaria, da parte del Direttore Generale del Lavoro. A ciò aggiungasi il riconoscimento un congedo minimo di sessanta giorni per maternità e, durante tale periodo la corresponsione del proprio stipendio in misura integrale oltre che un'apposita indennità aggiuntiva per maternità.

Employees Provident Fund Act 1991 - è la legge sul fondo di previdenza e sulla sicurezza sociale che regola e determina i contributi da riconoscere a beneficio e vantaggio dei lavoratori. La normativa in discorso prevede una contribuzione obbligatoria tale per cui i datori di lavoro, esclusi gli stranieri, devono contribuire al Fondo di Previdenza Lavoratori in misura pari al 12% e 9% del salario mensile del lavoratore dipendente. Sono previsti taluni oneri di registrazione in capo al datore di lavoro che infatti deve provvedere a comunicare l'intervenuta assunzione della pluralità dei lavoratori dipendenti regolarmente assunti. Una particolarità risiede nella totale esenzione dal contributo in discorso per quanto concerne il personale domestico che espleta la propria attività all'interno di una residenza privata. Di contro, per quanto concerne i lavoratori stranieri e/o espatriati ed i relativi datori di lavoro sono esenti dalla contribuzione obbligatoria, a cui in ogni caso è accordata la facoltà di riconoscere un contributo minimo per dipendente con un versamento pari a 5,00 RM nonché 11% del salario del soggetto impiegato.

Employees Social Security Act 1969 – è una legge specifica che definisce invece i piani previdenziali di invalidità e di assicurazione contro gli infortuni sul lavoro che sono regolati dall'Organizzazione per la Sicurezza Sociale. Difatti, le imprese e le aziende il cui salario riconosciuto ad ogni lavoratore non supera i 526US sono obbligate ad assicurare i propri lavoratori per il tramite di un piano di assicurazione contro gli infortuni, diretto a tutelare il lavoratore in caso di incidenti sul lavoro tali da comportare l'invalidità persistente e/o la morte nonché un piano di invalidità, differenziato, in quanto teso a riconoscere un'invalidità – non necessariamente causata da contingenze di natura infortunistico-lavorativa – a soggetti che non hanno ancora compiuto il cinquantesimo anno di età, tutelando una fascia di lavoratori con relative potenzialità professionali, relativamente giovane.

Industrial Relation Act 1967 - è una normativa sulle relazioni industriali tesa a regolamentare i rapporti tra le parti, in maniera tale da proteggere ed appianare eventuale controversie intervenienti fra le parti in costanza di rapporto. Tale regolamentazione prevede procedure di riconoscimento ai fini dell'adesione alla contrattazione collettiva che, in ispecie, in Malesia non sono particolarmente praticate; basti pensare che solo il 10% dei lavoratori sono rappresentati da una coalizione sindacale, nonostante la forte presenza sul territorio pari a circa 544 rappresentanze. Sussiste poi l'esclusione dalla contrattazione collettiva e il contestuale divieto di sciopero in ordine a determinate materie attinenti procedure di promozione, trasferimento, licenziamenti e reintegrazione nelle funzioni e nelle assegnazioni dei compiti, assunzioni e tagli a spese ed esborsi sostenuti in un'ottica di spending review. Parimenti a quanto previsto in Italia, vi è un'opinione di favore rispetto alla possibilità di dirimere le controversie nascenti da relazioni e rapporti lavorativi per il tramite di una composizione bonaria delle reciproche vertenze e, all'uopo instaurando negoziazioni ad hoc all'interno delle quali è prevista la presenza e partecipazione del datore di lavoro, dei lavoratori nonché con le relative rappresentanze sindacali a tutela della categoria dei prestatori d'opera, considerata più debole. Qualora, non sia possibile addivenire ad una conciliazione, in via transattiva e negoziale, della disputa è in ogni caso prevista la possibilità di intervento – in ogni stato e grado – da parte del Ministero delle Risorse Umane che, qualora lo ritenesse, potrebbe considerare l'opportunità di coinvolgere la Corte di Arbitrato Internazionale, con contestuale proibizione, in caso di deferimento all'Organismo, di scioperi e serrate di sorta. In ordine poi alle aziende che assumono lo Status di Imprese Pioniere, con riconoscimento di notevoli e penetranti vantaggi ed incentivi ai fini della realizzazione di investimenti specifici, è accordato un meccanismo di protezione, con decorrenza riferibile ai primi anni di costituzione e svolgimenti dell'attività caratteristica, rispetto alle richieste da parte delle rappresentanze sindacali che, in ogni caso non possono chiedere che i datori di lavoro accordino ai dipendenti condizioni più favorevoli rispetto a quelle sancite nell'Employment Act del 1955.

Ulteriore aspetto favorevole da considerarsi qualora si intenda avviare un progetto di delocalizzazione in territorio malesiano è quello concernente le Zone Franche. Sicuramente è strategica la scelta di sfruttare tale ulteriore "strumento" messo a disposizione dalla politica governativa malesiana, incentivando le aziende che producono principalmente prodotti e beni destinati all'esportazione: l'istituzione di zone franche è volta a snellire ed agevolare i controlli e le formalità doganali sia sull'importazione di materie prime, componenti, macchinari ed attrezzature sia in riferimento all'esportazione di beni finali diretti ad essere immessi immediatamente sul mercato. L'area delle zone franche viene ad essere assoggettata ad una regolamentazione specifica consacrata nel Free Zone Act del 1990, nonché nella Free Zones Regulations del 1991. Le zone franche, oltre ad essere ivi regolamentate, sono stabilite dal Ministero delle Finanze con relativa notificazione in Gazzetta Ufficiale e, è previsto che un'azienda destinata ad accedervi istituendo il proprio centro commerciale nevralgico in siffatta zona, deve previamente domandarne autorizzazione ad un organismo autonomo, la Free Zone Authority competente. È possibile individuare zone franche commerciali rispetto a quelle più spiccatamente industriali.

Le zone franche commerciali presenti allo stato in Malesia sono tredici e consentono di espletare una pluralità di attività connesse al mercato tra cui si annoverano il commercio all'ingrosso, procedura di imballaggio, l'apertura di containers, la ri-etichettatura ed il transito di merci. Non sono presenti in queste zone restrizioni doganali in ordine alla tipologia specifica di bene utilizzato per l'espletamento dell'attività commerciale, con la conseguente esenzione rispetto al pagamento di dazi doganali, imposte dirette e sulla vendita, beneficio che incentiva considerevolmente gli investimenti esteri nello svolgimento di business in loco.

Di contro, le zone franche industriali presenti in Malesia sono diciotto, maggiori quindi rispetto alle zone franche commerciali, e riguardano determinate tipologie di beni più vincolanti rispetto alle prime. In ispecie, possono accedere alla zona franca industriale solo ed esclusivamente merci destinate alla produzione di ulteriori prodotti (componenti e/o semilavorati) o, quandanche prodotte nell'area doganale principale, devono essere tassativamente destinate all'esportazione. Al ricorrere di tali condizioni e presupposti merceologici, è prevista una esenzione totale rispetto al pagamento di dazi doganali, imposte dirette e sulle vendite, al pari di quanto previsto nella zona franca commerciale. Peraltro, affinché una società possa stabilirsi in maniera quasi permanente all'interno di una zona franca industriale è necessario che la produzione totale di beni e servizi prodotti sia superiore, in misura dell'80%, rispetto ai beni destinati all'esportazione e, è altresì necessario che la pluralità delle materie prime e/o dei componenti utilizzati per la fabbricazione dei prodotti principali siano importati.

Infine, la promozione degli investimenti avviene anche per il tramite di una normativa tesa a promuovere l'export italiano verso la Malesia in un'ottica di sviluppo del Made in Italy, nonché mediante la predisposizione di strumenti peculiari finalizzati ad incentivare il business attraverso piani di assicurazione ed agevolazione dei crediti promossi da enti assicurativi. Possono beneficiare di suddetti strumenti le imprese esportatrici dei settori dell'industria, commercio e servizi di qualsiasi dimensione.

Sono assicurabili i rischi connessi all'esportazione con particolare riferimento a:

- Le esportazioni di merci
- Le prestazioni di servizi, studi e progettazioni
- L'esecuzione di lavori all'estero e opere provvisorie ad essi inerenti
- I depositi all'estero per la vendita di prodotti nazionali
- La partecipazione a fiere e mostre all'estero
- I programmi di penetrazione commerciale

La domanda di copertura deve essere presentata entro 45 giorni dalla conclusione del contratto per l'esportazione.

Generalmente, la percentuale massima assicurabile è pari al 90% per i crediti fornitori e del 95% per i crediti finanziari e le operazioni triangolari.

- ⇒ Crediti fornitori: derivano da dilazioni di pagamento concessi dall'operatore italiano a quello estero
- ⇒ Crediti finanziari (o Crediti acquirente): sono concessi, a medio o lungo termine, da Istituti italiani a Stati o Banche centrali estere o ad altri enti pubblici e/o privati destinati al finanziamento di esportazioni italiane;
- ⇒ Operazioni triangolari: crediti concessi da istituti o banche estere a beneficiari di Paesi terzi e destinati al pagamento di esportatori italiani. Si chiamano triangolari perché coinvolgono soggetti di tre diversi stati: l'esportatore italiano, l'importatore estero, il finanziatore estero.

Peraltro è possibile assicurare i rischi connessi all'esportazione mediante appositi strumenti tesi a proteggere il fatturato dell'azienda dal rischio di mancato pagamento; ed in ispecie, predisponendo dilazioni di pagamento da 1 a 24 mesi per i clienti; è previsto un meccanismo di conferma da parte della banca delle lettere di pagamento emesse per le esportazioni così da assicurarsi rispetto al rischio di insolvenza della banca estera emittente, ed infine, viene offerta la facoltà, dietro accurata selezione dei clienti, di assicurare il fatturato dell'azienda.

L'Italia infatti promuove gli investimenti all'estero, attraverso fondi europei, tramite di una serie di misure ed in particolare:

- agevolando i finanziamenti fino ad un massimo dell'85% dell'investimento;
- predisponendo piani di rientro in sei anni;

- per i primi due anni garantendo un preammortamento (solo interessi);
- fissando un interesse attuale inferiore all' 0,10% annuo.

In conclusione, queste sono le ragioni per cui scegliere di attuare investimenti nel territorio malese:

- Interesse governativi ad incentivare gli investimenti;
- Sviluppo esponenziale di infrastrutture ed interscambio globale;
- Codice commerciale moderno e flessibile, simile a quello italiano;
- Norme a sostegno di investimenti stranieri, a tutela capitali esteri e proprietà intellettuale;
- Investimenti in settori strategici tra cui tecnologia ed energia rinnovabile;
- Incentivi all'investimento con vantaggi governativi;
- Legislazione integrata con accordi bilaterali contro la doppia imposizione;
- Normativa societaria fortemente agevolata e convenzioni internazionali in materia contrattualistica;
- Centro di collegamento euroasiatico e mondiale;
- Ampia e favorevole tutela della proprietà intellettuale.

*Studio Legale
Iannantuoni- Cerruti&Associati
Avv. Prof. Luciano Iannantuoni*



EU trade defence: stronger and more effective rules entered into force

The new trade defence rules became effective last 8 June. All new investigations initiated on or after this date will be subject to the modernised anti-dumping and anti-subsidy rules.

The changes came into force on 8 June, aimed at modernising the EU's trade defence toolbox, enable the EU to impose higher duties in some cases by changing the 'lesser duty rule'; shorten the investigation period to accelerate the procedure; increase transparency and predictability of the system for EU firms; and reflect the high environmental and social standards applied in the EU. They conclude a major overhaul of the EU's trade defence instruments, including also a new anti-dumping methodology put in place in December of last year.

President of the European Commission Jean-Claude **Juncker** said: "*The EU believes in open and fair trade but we are not naïve free traders. We have shown our teeth when we had to by adopting anti-dumping and anti-subsidy measures. And now we have new and improved trade defence rules in our arsenal to face down some of today's challenges in global trade. Make no mistake – we will do whatever it takes to defend European producers and workers when others distort the market or don't play by the rules.*"

Trade Commissioner Cecilia **Malmström** said: "*Finally, this long-awaited reform can be rolled out and put into action. European companies have been looking for a modern set of rules. I am very confident that this provides us with the necessary tools to efficiently defend our industries from unfair trade practices. We believe in open, rules-based trade. Now, we are better equipped to stand up for our companies if other countries don't stick to the rules.*"

The new rules will shorten the current 9 month investigation period to 7 months for the imposition of provisional measures and make the system more transparent. Companies will benefit from an early warning system telling them if provisional duties will be imposed, which will help them adapt to the new situation. The Commission will support smaller and medium-sized companies (SMEs) via its specific "*SME helpdesk*" to make it easier for them to participate in trade defence proceedings.

Also, as a result of changes to the so-called '*lesser duty rule*', in some cases, the EU may be able to impose higher duties. This will apply to all anti-subsidy cases, as well as antidumping cases concerning imports produced using raw materials and energy provided at an artificially low price.

As part of its investigations, the Commission will also take into account the costs of compliance with EU social and environmental legislation when calculating the levels of duties it can impose based on economic damage caused to companies. Furthermore, it will also not accept price undertakings, in general, from countries that have a bad record on implementing core International Labour Organisation standards and environmental agreements. For the first time, trade unions will also be able to participate in trade defence investigations.

Background

Together with the new anti-dumping methodology, already in force, this is the first major overhaul of the EU's anti-dumping and anti-subsidy instruments in 15 years. It is the result of almost five years of work, including broad consultations with multiple stakeholders and negotiations with the European Parliament and the Council.

The Commission first proposed a reform of the EU's trade defence instruments in 2013. The Council reached a compromise in December of 2016. After a political agreement was found between the EU institutions in December of 2017, the Council endorsed the compromise in April of 2018. Following the final endorsement of the new rules by the European Parliament, the new legislation entered into force on 8 June.



Screening of investments: Council agrees its negotiating stance

On 13 June 2018, EU ambassadors agreed on the Council's stance on the proposed regulation on screening of investments. They asked the presidency to start negotiations with the European Parliament as soon as possible.

The proposed regulation establishes a framework at EU level for analysing investments from third countries in strategic sectors and creates a cooperation mechanism among member states and also with the Commission with regard to investments likely to affect security and public order.

Currently, fewer than half of EU member states have legislation in place that allows them to review FDIs. The proposal put forward by the Commission in September 2017 aims at enhancing cooperation, by defining a set of information to be exchanged and introducing certain time limits. Having an EU-wide framework for screening by the member states will increase legal certainty and transparency and will address more effectively the potential cross-border impact of investment inflows on security and public order.

The EU is the number one destination for FDIs and is a very open market. However, in recent years there has been a surge in investments relating to critical EU assets which are not the result of normal market forces. For example, opaque state-owned enterprises or private firms with close government links are buying EU firms using cutting-edge or dual use technologies (such as artificial intelligence, robotics or nanotechnologies) or strategic infrastructure assets which could have a potential impact on the EU's security or public order.

The investment screening proposal has been identified as a legislative priority by all three institutions. The European Council of March 2018 also called on the Council and the European Parliament to make progress on this file.

On the basis of the text endorsed by EU ambassadors, the Presidency will start negotiations with the Parliament with a view to reaching an agreement within the current legislature.

Fonte: Commissione Europea



EU and Vietnam finalise trade and investment discussions

Commissioner Malmström and Vietnamese Minister for Trade and Industry Trần Tuấn Anh agreed on a final text for the EU-Vietnam trade agreement, formally concluding the legal review of the document. In a meeting held in Brussels on 25 June, they also concluded discussions on an Investment Protection Agreement (IPA).

.....

The Commission will now translate the trade agreement text into the other 22 EU official languages and launch the legal review of the IPA text, paving the way towards the signature and conclusion of these two agreements.

Commissioner for Trade Cecilia **Malmström** said: "*The agreement is a great opportunity for European exporters. Vietnam is one of the fastest growing countries in South East Asia, a market with significant potential for the EU's agricultural, industrial and services exports. Having concluded the legal review, we now hope to conclude the trade agreements swiftly to allow EU firms, workers, farmers and consumers to reap the benefits as soon as possible. Vietnam is a good example of a developing country seizing the opportunities of open global trade, hand in hand with clear commitments to respect human rights and to comply with International Labour Organisation conventions.*"

Vietnam has become the EU's second biggest trading partner in the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) after Singapore and ahead of Malaysia, with trade worth € 47.6 billion in 2017.

The trade agreement will eliminate nearly all tariffs (over 99%). Vietnam will liberalise 65% of import duties on EU exports to Vietnam at entry into force, with the remainder of duties being gradually eliminated over a 10-year period. The agreement will also contain specific provisions to address non-tariff barriers in the automotive sector, and will provide protection for traditional European food and drink products, like Rioja or Roquefort, in Vietnam. Through the agreement EU firms will also be allowed to bid for public contracts with Vietnamese authorities and state owned enterprises. Alongside the recently agreed deal with Singapore, this agreement will make further strides towards setting high standards and rules in the ASEAN region, helping to pave the way for a future region-to-region trade and investment agreement.

As well as offering significant economic opportunities, the trade agreement also includes a comprehensive chapter on trade and sustainable development; setting the highest standards of labour, safety, environmental and consumer protection; as well as strengthening joint actions on sustainable development and climate change and fully safeguarding public services. Both agreements reaffirm obligations to respect universal human rights principles.

Next steps

Once translated, the Commission will make a proposal to the Council for signature and conclusion of the agreements. After signature the Council will send the agreements to the European Parliament

In the meantime, the Commission is continuing the necessary preparatory work to ensure the effective and timely implementation of the trade agreement, including on animal and plant health (sanitary and phytosanitary issues) and labour issues.



Decreto Dignità—Misure urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese

Il Consiglio dei Ministri, in data 2 luglio c.a., ha approvato il testo del Decreto Legge “Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese” (c.d. Decreto Dignità).

In sintesi, le principali novità sono le seguenti:

Contratto a tempo determinato

- viene reintrodotta l'obbligo di indicare la causale per i contratti di durata superiore ai 12 mesi;
- il numero di proroghe ammissibili scendono a 4;
- la durata massima non potrà essere superiore a 24 mesi;

Somministrazione a termine

- si applicano le regole dei tempi determinati;

Licenziamenti ingiustificati

- le indennità passano da un minimo di 4 a 6 mensilità e ad un massimo di 36 mensilità invece delle attuali 24.

Le novità introdotte saranno operative solo dopo la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del decreto.



Etichettatura alimenti—Indicazione Paese d’Origine o Luogo Provenienza dell’Ingrediente Primario.

**Reg. UE n.775 del 28 Maggio 2018— D.M. 7 Maggio 2018—
Circolare ICQRF 421/2018**

SINTESI

È stato pubblicato sulla Gazzetta dell’U.E. il regolamento europeo che stabilisce le modalità di applicazione dell’obbligo di indicazione del paese d’origine o del luogo di provenienza dell’ingrediente primario quando questa sia diversa da quella indicata per l’alimento. Sempre in tale contesto i Ministeri competenti hanno emanato delle disposizioni sull’applicazione dei precedenti decreti nazionali relativi all’indicazione in etichetta dell’origine di alcuni alimenti.

.....

Si informa che è stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell’Unione europea n. L 131/8 del 29 maggio 2018 il regolamento di esecuzione UE n. 775 della Commissione (all. 1) recante “modalità di applicazione dell’articolo 26, paragrafo 3, del Regolamento UE n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, per quanto riguarda le norme sull’indicazione del paese d’origine o del luogo di provenienza dell’ingrediente primario di un alimento”.

A tal riguardo, si ricorda che l’art. 26, paragrafo 3, del Reg. 1169/2011 stabilisce che, quando il paese d’origine o il luogo di provenienza di un alimento è indicato ma non è lo stesso di quello del suo ingrediente primario:

- a) è indicato anche il paese d’origine o il luogo di provenienza di tale ingrediente primario; oppure
- b) il paese d’origine o il luogo di provenienza dell’ingrediente primario è indicato come diverso da quello dell’alimento.

In esecuzione di quanto sopra, il regolamento disciplina le modalità di indicazione (volontaria o obbligatoria ai sensi dell’art. 26 par. 2 lett. a) Reg. U.E. n. 1169/2011) dell’origine o del luogo di provenienza dell’ingrediente primario quando questa sia diversa da quella indicata per l’alimento attraverso qualunque mezzo, come diciture, illustrazioni, simboli o termini che si riferiscono a luoghi o zone geografiche, ad eccezione dei termini geografici figuranti in denominazioni usuali e generiche, quando tali termini indicano letteralmente l’origine, ma la cui interpretazione comune non è un’indicazione del paese d’origine o del luogo di provenienza.

Viene previsto, tuttavia, che il regolamento non si applica alle indicazioni geografiche protette, o protette in virtù di accordi internazionali, né ai marchi d’impresa, registrati, laddove questi ultimi costituiscono un’indicazione dell’origine, in attesa dell’adozione di norme specifiche riguardanti l’applicazione dell’art. 26, paragrafo 3, a tali indicazioni.

In base al Regolamento in esame, pertanto, l’indicazione del paese d’origine o del luogo di provenienza di un ingrediente primario, che non è lo stesso paese o luogo indicato per l’alimento, viene fornita:

- a) con riferimento a una delle seguenti zone geografiche:
 - i) «UE», «non UE» o «UE e non UE»; o
 - ii) una regione o qualsiasi altra zona geografica all’interno di diversi Stati membri o di paesi terzi, se definita tale in forza del diritto internazionale pubblico o ben chiara per il consumatore medio normalmente informato; o

iii) la zona di pesca FAO, o il mare o il corpo idrico di acqua dolce se definiti tali in forza del diritto internazionale o ben chiari per il consumatore medio normalmente informato; o
iv) uno o più Stati membri o paesi terzi; o
v) una regione o qualsiasi altra zona geografica all'interno di uno Stato membro o di un paese terzo, ben chiara per il consumatore medio normalmente informato; o
vi) il paese d'origine o il luogo di provenienza, conformemente alle specifiche disposizioni dell'Unione applicabili agli ingredienti primari in quanto tali;
b) oppure attraverso una dicitura del seguente tenore:
«(nome dell'ingrediente primario) non proviene/non provengono da (paese d'origine o luogo di provenienza dell'alimento)» o una formulazione che possa avere lo stesso significato per il consumatore.

L'art. 3 del provvedimento in commento, inoltre, disciplina le modalità di presentazione delle informazioni sopra descritte.

Il regolamento è entrato in vigore il terzo giorno successivo alla sua pubblicazione, **ma si applica a decorrere dal 1° aprile 2020**. Viene, tuttavia, precisato che gli alimenti immessi sul mercato o etichettati prima della suddetta data di applicazione possono essere commercializzati sino ad esaurimento delle scorte.

E' opportuno, inoltre, evidenziare che l'emanazione del Regolamento n. 775/2018 è destinata ad incidere anche sulle normative nazionali. L'Italia, infatti, ha introdotto, per alcuni prodotti, specifiche indicazioni obbligatorie di origine destinate ad essere superate da quelle disciplinate nel Regolamento.

In proposito si rende noto, infatti, che il Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e il Ministero dello sviluppo economico – prima della pubblicazione del regolamento di esecuzione in esame – hanno emanato il Decreto 7 maggio 2018 (all. 2), pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 132 del 9 giugno scorso, contenente una modifica alla clausola di cedevolezza prevista nei seguenti decreti interministeriali:

- D.M. 9 dicembre 2016 recante "Indicazione dell'origine in etichetta della materia prima per il latte e i prodotti lattieri caseari" (esaminato con la circolare n. 12/2017 della scrivente Direzione),
- D.M. 26 luglio 2017, recante "Indicazione dell'origine in etichetta del grano duro per paste di semola di grano duro" (esaminato con la circolare n. 49/2017 della scrivente Direzione),
- D.M. 26 luglio 2017, recante "Indicazione dell'origine in etichetta del riso" (esaminato con la circolare n. 50/2017 della scrivente Direzione),
- D.M. 16 novembre 2017, recante "Indicazione dell'origine in etichetta del pomodoro" (esaminato con la circolare n. 15/2018 della scrivente Direzione).

In particolare, prima delle modifiche apportate alle clausole di cedevolezza i Decreti suddetti prevedevano una formula volta a stabilire che gli stessi provvedimenti nazionali sull'origine perdevano efficacia dal giorno della data di entrata in vigore degli atti esecutivi adottati da parte della Commissione europea.

Col decreto del 7 maggio viene, invece, specificato nelle clausole di cedevolezza, attraverso un apposita integrazione ai relativi testi normativi, che se la data di entrata in vigore degli atti esecutivi della Commissione europea è diversa da quella della loro applicazione i suddetti Decreti interministeriali perdono efficacia da quest'ultima data.

Tale intervento è motivato, nelle premesse del Decreto, con la considerazione *“che la clausola di cedevolezza, prevista in tutti i richiamati decreti interministeriali fa riferimento al momento di entrata in vigore degli atti esecutivi ai sensi dell'art. 26, paragrafi 5 e 8, del regolamento (UE) n. 1169/2011, ai fini della prevista perdita di efficacia dei provvedimenti nazionali con l'intento di evitare vuoti normativi e che, pertanto, le parole «entrata in vigore» si riferiscano ad un momento equivalente alla effettiva applicazione negli ordinamenti degli Stati membri della disciplina armonizzata approvata in sede europea e non, invece, ad una fase transitoria come quella intercorrente tra la pubblicazione degli atti di esecuzione dell'art. 26, paragrafo 3, del citato regolamento (UE) n. 1169/2011 nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea e la data fissata per l'effettiva applicazione.”*.

Sempre a tal riguardo, il Dipartimento dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agro-alimentari (ICQRF) del Mipaaf ha emanato in data 16 maggio 2018 la circolare n. 421 (all. 3) che evidenzia che, secondo le indicazioni ricevute dal Gabinetto del Ministro:

- l'ICQRF dovrà dare applicazione fino al 31 marzo 2020 ai relativi D.M. interministeriali che disciplinano l'indicazione dell'origine in etichetta, in quanto fonti suppletive/applicative dell'art. 26, paragrafo 3, del Reg. 1169/2011;
- le violazioni sono sanzionabili in forza dell'art. 13 del D.Lgs. n. 231/2017;
- quanto alla competenza per l'irrogazione delle sanzioni, anche in ordine al decreto sull'origine del latte e dei suoi derivati, deve ritenersi prevalente il disposto dell'art. 26 del D.Lgs. n. 231/2017, che la assegna all'ICQRF.

Fonte: Direzione Servizi Legali e Legislativi Unione Confcommercio Milano



**World
Business**

Opportunità di business per gli associati

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

Offerta di prodotti

UNGHERIA

Codice azienda: UNG/01

Nome azienda:

KÁZSMÉR VINEYARDS
AND CELLARS

Settore: Vinicolo

L'azienda sta cercando un acquirente per vendere una cantina per produzione di vini al Balaton.

Capacità produttiva: 5 milioni di bottiglie (4000 hl di vino).

Prezzo iniziale: 8,2 mEuro

RUSSIA

Codice azienda: RUS/01

Nome azienda: Trade



Chain Solution

Settore: Commercio

La società "Trade Chain Solution" è specializzata nell'organizzazione delle forniture dei prodotti di vario tipo nelle reti commerciali di Kazakhstan.

La società si offre come

mediatore e promotore alle aziende italiane che vogliono avviare le esportazioni della propria produzione e non soltanto sul mercato del Kazakhstan.

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

Direttore responsabile
Claudio Rotti

Aice

Proprietario della testata



Stampato con mezzi propri

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

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