

IN EVIDENZA IN QUESTO NUMERO



Editoriale
Aice alla seconda edizione della
China International Import Expo pag. 5

Convocazione Assemblea Ordinaria Elettiva
Martedì, 26 Novembre 2019 pag. 7

Seminario
Origine delle merci e facilitazioni all'esportazione:
status esportatore autorizzato
Giovedì, 21 Novembre 2019 pag. 10

Seminario
I documenti nei trasporti internazionali: la normativa di
riferimento e i formulari utilizzati
Giovedì, 28 Novembre 2019 pag. 11

Corso gratuito AEO -
Operatore Economico Autorizzato pag. 12



Help Desk Smart Working:
incontri personalizzati con le imprese
Giovedì 28 Novembre dalle 9 alle 12 pag. 20



Incontri b2b con delegazione CCPIT Hebei
Milano, 19 Novembre 2019 pag. 25

SIRHA BUDAPEST 2020
Budapest, 4–6 Febbraio 2020 pag. 26



Emendata la Legge sui marchi della RPC pag. 31

A disposizione dei Soci Aice

È a disposizione dei Soci la Guida “Country Report Bhutan”



Contenuti: Macro-Economic Indicators; Political Stability; Trade Statistics (Imports & Exports); Foreign Direct Investments; Business Opportunities; Main Bodies & Trade Associations; Major Annual Trade Fairs in Bhutan.

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:

- “Nota Paese India” (Notiz. 18 del 25 Ottobre 2019)
- “How to establish a Foreign Invested Enterprise (FIE) in China (2019 Update)” (Notiz. 17 del 10 Ottobre 2019)
- “Country Report Nepal” (Notiz. 16 del 25 Settembre 2019)
- “Italian Business in China” (Notiz. 15 del 10 Settembre 2019)
- “Union Budget 2019-20—Delivering growth. Forging ahead” (Notiz. 14 del 25 Luglio 2019)

5	QUI AICE	22	PRIMO PIANO CONFCOMMERCIO	SULLA
	Editoriale Aice alla seconda edizione della China International Import Expo pag. 5		Misery Index—Novembre 2019 pag. 22	
	Convocazione Assemblea Ordinaria Elettiva Martedì, 26 Novembre 2019 pag. 7		Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci Aice pag. 24	
	Seminario Origine delle merci e facilitazioni all'esportazione: status esportatore autorizzato Giovedì, 21 Novembre 2019 pag. 10	25	FIERE ED EVENTI	
	Seminario I documenti nei trasporti internazionali: la normativa di riferimento e i formulari utilizzati Giovedì, 28 Novembre 2019 Pag. 11		Incontri b2b con delegazione_CCPIT Hebei Milano, 19 Novembre 2019 pag. 25	
	Corso gratuito AEO - Operatore Economico Autorizzato Pag. 12		SIRHA BUDAPEST 2020 Budapest, 4—6 Febbraio 2020 pag. 26	
	Digit Export, la prima piattaforma in Italia che pone il digitale al centro dell'Export tradizionale Pag. 14		Taipei Cycle 2020 Taipei, 4—7 Marzo 2020 pag. 27	
	Convenzioni Aice a disposizione dei soci Pag. 15		TaiSPO 2020 Taipei, 5—7 Marzo 2020 pag. 28	
19	UNIONE CTSP E DINTORNI	29	NOTIZIE DAL MONDO	
	Convegno Energia e Sostenibilità: un binomio fondato su efficienza, risparmio, qualità dell'aria Milano, 26 novembre 2019 pag. 19		Rassegna dell'importazione di caffè in grani sul mercato russo pag. 29	
	Help Desk Smart Working: incontri personalizzati con le imprese Giovedì 28 Novembre dalle 9 alle 12 pag. 20		Emendata la Legge sui marchi della RPC pag. 32	
	Convenzioni Unione Confcommercio a disposizione dei Soci Aice pag. 21	36	DALL'UNIONE EUROPEA	
			Nuova Commissione europea: entrata in funzione ritardata pag. 36	
			Guida EUSME Centre The Imported Fruit Market in China pag. 37	

39 IL PUNTO SULLA NORMATIVA ITALIANA

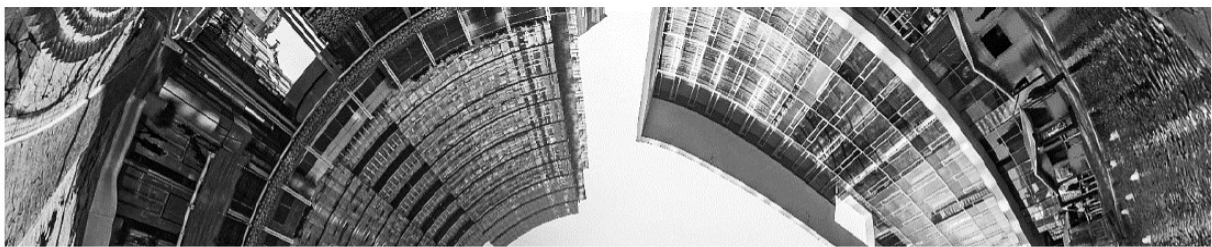
Consultazione fatture elettroniche – Proroga

pag. 39

40 WORLD BUSINESS

Opportunità di business per gli associati

pag. 40



Aice

Associazione Italiana Commercio Estero

Italian Association of Foreign Trade





L'editoriale

Aice alla seconda edizione della China International Import Expo

Si è appena conclusa (5-10 novembre 2019) la seconda edizione della CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO (CIIE), la manifestazione fieristica voluta fortemente dal Governo cinese per favorire l'importazione di prodotti esteri di qualità nel mercato cinese.

I numeri impressionanti della prima edizione sono stati superati quest'anno.

Oltre 140 paesi rappresentati, un milione di visitatori professionali presenti, 8 padiglioni per 250.000 metri quadri di superficie espositiva, con spazi già prenotati largamente in anticipo rispetto alla data di chiusura delle adesioni.

L'evento tenutosi a Shanghai presso il National Exhibition and Convention Center ha letteralmente paralizzato per diversi giorni la città più dinamica della Cina,

visto anche l'enorme numero di Capi di Stato e Ministri che hanno partecipato (per l'Italia era presente il Ministro degli Affari Esteri, Luigi Di Maio).

L'evento è stato voluto fortemente dal Presidente Xi Jinping e ha attratto in modo massiccio aziende da tutto il mondo, dai principali brand alle piccole e medie imprese, e tutti gli espositori hanno avuto modo di entrare in contatto con controparti commerciali cinesi.

Seppur in maniera più lieve anche quest'anno si sono riscontrate difficoltà organizzative e burocratiche (controlli massicci in fiera e in tutte le zone della città), ma questo non sembra aver influito sui risultati ottenuti dagli espositori.

Aice, in collaborazione con Fondazione Italia Cina e Camera di Commercio Italo Cinese,

ha curato per il secondo anno consecutivo la presenza commerciale del Sistema Italia, registrando la partecipazione di circa 90 aziende espositrici, un numero quattro volte più grande rispetto ai 22 espositori accompagnati nel 2018.

Anche quest'anno la presenza degli espositori italiani si è concentrata nei padiglioni del *food* e del *quality life*, oltre a registrare presenze anche nei settori *tech* e dei servizi. Inoltre anche in questa edizione è stata curata la partecipazione della Regione Puglia, con una quarantina di aziende rappresentate.

La grande novità di questa edizione è stata l'organizzazione di due spazi collettivi nei settori *food* e *quality life*. In questo caso, le aziende espositrici hanno avuto la possibilità di esporre in uno stand a forte connotazione Made in

Italy e con spazi comuni per incontri b2b e accoglienza delegazioni.

Un altro aspetto molto importante da evidenziare è il fatto che anche le autorità italiane (Ministero dello Sviluppo Economico, ICE Agenzia, Consolato Generale d'Italia a Shanghai) abbiano pienamente riconosciuto il ruolo di Aice, Fondazione Italia Cina e Camera di Commercio Italo-Cinese quali riferimento esclusivo per la presenza commerciale di aziende italiane. Contrariamente a quanto accaduto lo scorso anno, quando la presenza istituzionale italiana si era palesata in un ibrido tra presentazione del Paese e dei prodotti simbolo del *Made in Italy*, scontentando parecchio le aziende coinvolte.

Quest'anno, invece ICE Agenzia ha curato solo l'organizzazione del Padiglione Paese e, seguendo quanto suggerito dal MISE, ha

riconosciuto nella nostra Associazione il riferimento per la parte commerciale.

Si tratta di un riconoscimento di fatto molto importante, non solo per le relazioni con le istituzioni italiane, ma soprattutto per la credibilità conquistata verso le istituzioni cinesi. Il Ministero del Commercio cinese, infatti, ha voluto che Aice, Fondazione Italia Cina e Camera di Commercio Italo-Cinese siglassero il *Memorandum of Understanding* che disciplinerà la presenza delle imprese italiane nell'edizione 2020.

Per quanto concerne l'aspetto più commerciale, attenderemo di raccogliere i dati e le impressioni delle aziende espositrici, ma dai primi commenti raccolti in fiera, anche quest'anno la manifestazione si è rivelata un successo, con gli espositori italiani che

hanno chiuso contratti e ordini già durante i giorni dell'esposizione.

Claudio Rotti



Convocazione Assemblea Ordinaria Elettiva Martedì, 26 Novembre 2019



Milano, 21 ottobre 2019

ALLE AZIENDE ASSOCIATE
LORO SEDI

OGGETTO: CONVOCAZIONE ASSEMBLEA ORDINARIA ELETTIVA
Martedì 26 novembre 2019 - Ore 11.00
Sede c/o Unione Confcommercio Milano
Corso Venezia, 47 - Milano - Sala Colucci
Rinnovo Cariche Elettive - Quinquennio 2020-2024

Ai sensi degli Artt. 22, 23 e 24 dello Statuto, che ne fissano le competenze e gli adempimenti per la convocazione e lo svolgimento, l'Assemblea Ordinaria Elettiva della nostra Associazione è convocata per il giorno:

Martedì 26 NOVEMBRE 2019
presso Unione Confcommercio Milano
C.so Venezia 47 - Milano - Sala Colucci

alle ore 7.00 in prima convocazione e

alle ore 11.00 in seconda convocazione

con il seguente Ordine del Giorno:

1. Relazione sull'attività associativa
2. Elezione Cariche sociali: Presidente, Consiglio Direttivo, Collegio dei Probiviri per il quinquennio 2020-2024
3. Varie ed eventuali

All'inizio dell'Assemblea verrà effettuata la verifica poteri.

Le Schede di votazione verranno consegnate ai Soci direttamente il giorno 26 novembre p.v. all'inizio della riunione, all'ingresso della Sala in cui si terrà l'Assemblea.

**Associazione Italiana
Commercio Estero**
Corso Venezia 47/49
20121 Milano - Italy
Phone: +39 02 7750320-1
Fax: +39 02 7750329
E-mail: aice@unione.milano.it
Web: www.aicebiz.com



Al termine dell'incontro verrà offerto un buffet.

Ogni azienda associata, in regola con i contributi associativi, dispone in Assemblea di un solo voto (per l'elezione dei componenti il Consiglio Direttivo ogni votante potrà esprimere sino ad un massimo di 15 preferenze).

In caso di impossibilità a partecipare all'Assemblea, l'azienda associata può farsi rappresentare, mediante la delega (All.1) dal rappresentante di altra impresa associata, avente diritto di voto. Nessun componente dell'Assemblea può essere portatore di più di **due** deleghe di altre imprese associate (Art. 20 dello Statuto).

Preghiamo i Sigg.ri Soci di voler confermare la loro presenza alla Segreteria Aice (tel. 02 7750320-1 - E-mail aice@unione.milano.it) entro mercoledì 20 novembre p.v..

Cordiali saluti.

IL PRESIDENTE
(Dr. Claudio Roti)



All.ti : Delega
Profili dei Candidati alle Cariche associative

Al. 1

DELEGA

**ASSEMBLEA ORDINARIA ELETTIVA Aice
Milano, 26 novembre 2019**

Il sottoscritto _____

rappresentante dell'Azienda

impossibilitato a partecipare all'Assemblea Ordinaria Elettiva Aice

delega il Sig. _____

dell'Azienda aderente

a rappresentarlo all'Assemblea Ordinaria Elettiva Aice, convocata per il giorno 26 novembre 2019 - alle ore 11.00 – conferendogli tutti i poteri necessari per deliberare sull'Ordine del Giorno ed approvando pienamente il suo operato.

In fede.-

(Timbro e Firma)



Seminario Origine delle merci e facilitazioni all'esportazione: status esportatore autorizzato Giovedì, 21 Novembre 2019

Origine delle merci e facilitazioni all'esportazione: status esportatore autorizzato

Giovedì 21 Novembre 2019
ore 8.45

Unione Confcommercio
Sala Orlando
Corso Venezia, 47
Milano

RELATORI:

Dr.ssa Marzia Mariotti
Direttore Ufficio delle dogane
di Malpensa
Agenzia delle Dogane
e dei Monopoli
Direzione Regionale
per la Lombardia

Dr. Luca Pignanelli
Direttore Ufficio delle dogane
di Como
Agenzia delle Dogane e
dei Monopoli
Direzione Regionale
per la Lombardia

La partecipazione al corso
è gratuita
per le aziende associate
Le adesioni saranno accettate
sino ad esaurimento
dei posti disponibili,
e sarà data conferma tramite
e-mail 3 giorni prima
dell'evento

Per maggiori informazioni:
Segreteria Aice
(Dr. Raffaella Seveso
tel. 027750320/1)

Per adesioni online

CLICCA QUI

Aice in collaborazione con la Direzione Regionale per la Lombardia dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, organizza un incontro con gli operatori per illustrare l'importanza dell'acquisizione dello **status di esportatore autorizzato** negli accordi di libero scambio. Con tale certificazione l'esportatore può rilasciare la dichiarazione di origine preferenziale su fattura a prescindere dal valore della merce esportata **in sostituzione del certificato di origine Eur1**. L'Agenzia, evidenzia, come il sistema di certificazione delle prove dell'origine nell'ambito UE si stia orientando sempre più su **autodichiarazioni** rese dall'esportatore come avvenuto nei più recenti accordi commerciali conclusi con paesi terzi. Inoltre, dal 26 gennaio 2020 non sarà più prevista la pre vidimazione degli stampati EUR 1, EUR MED, ATR. Qualora non venga utilizzato il sistema dell'autodichiarazione, **la programmazione delle esportazioni dovrà tenere conto dei tempi necessari al rilascio delle certificazioni secondo la procedura ordinaria.**

La concessione dello status di esportatore autorizzato è condizionata alla presentazione di una domanda scritta dell'esportatore. Per questo motivo, al fine di agevolare i partecipanti, le aziende interessate potranno ritirare agli sportelli (suddivisi per sede amministrativa) adiacenti alla sala riunione, l'istanza per richiedere lo "status". In tale occasione, i funzionari dell'Agenzia delle Dogane potranno fornire tutte le informazioni sulla loro compilazione e fissare, in accordo con l'operatore, l'appuntamento in Dogana per la presentazione dell'istanza debitamente firmata dall'Amministratore della società.

Le aziende partecipanti, sono invitate a compilare e ad inviarci la scheda di partecipazione e la scheda di "manifestazione di interesse", con la precisazione dei quesiti di maggiore interesse, **entro mercoledì 13 novembre.**

PROGRAMMA

- 8.45 Registrazione partecipanti
- 9.30 Apertura lavori
David Doninotti – Segretario Generale AICE
Maria Preiti – Direttore della Direzione Regionale per la Lombardia - Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
- 9.45 Origine delle merci
Luca Pignanelli – Direttore Dogane di Como
- 10.15 Facilitazioni all'esportazione
Marzia Mariotti - Direttore Dogane di Malpensa
- 10.45 Coffee break
- 11.00 Ritiro modulistica per richiedere lo status di esportatore autorizzato presso gli sportelli



Seminario

I documenti nei trasporti internazionali: la normativa di riferimento e i formulari utilizzati

Giovedì, 28 Novembre 2019

Seminario I documenti nei trasporti internazionali: la normativa di riferimento e i formulari utilizzati

**Giovedì 28 Novembre 2019
ore 8.45**

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

RELATORE:

Avv. Germano Margiotta
Margiotta & Partners
Studio legale

La partecipazione al corso
è gratuita
per le aziende associate

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

Per maggiori informazioni:
Segreteria Aice
(Dr. Raffaella Perino
tel. 027750320/1)

Per adesioni online

CLICCA QUI

Il trasporto è una componente fondamentale nelle transazioni commerciali internazionali e vede coinvolti una pluralità di attori con esigenze spesso tra di loro contrastanti.

Obiettivo del seminario è di effettuare l'analisi dei principali documenti in uso nei trasporti internazionali per quanto attiene caratteristiche, funzioni, dati contenuti, corrette modalità di redazione e sottoscrizione.

Saranno quindi esaminati i principali generi di documento in uso nonché i più diffusi formulari utilizzati dai vettori per individuare sia le responsabilità connesse alla esecuzione del trasporto, secondo quanto previsto dalle norme convenzionali, sia il ruolo svolto dagli stessi nelle operazioni documentarie.

PROGRAMMA

8.45 Registrazione partecipanti

9.00 Apertura lavori

9.15 L'importanza dei documenti di viaggio e della relativa compilazione nell'ambito del trasporto internazionale delle merci

Le principali finalità dei documenti di trasporto e i soggetti emittenti

I documenti nel trasporto internazionale su gomma

I documenti nel trasporto internazionale ferroviario

11.00 Pausa

11.15 I documenti nel trasporto multimodale

I documenti nel trasporto marittimo

I documenti nel trasporto aereo

Conseguenze derivanti da non corretta compilazione

Esempi e casi pratici

12.30 Quesiti e dibattito



Corso gratuito AEO - Operatore Economico Autorizzato

Aice, in collaborazione con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e con la **Scuola Superiore CTSP**, grazie al finanziamento del fondo interprofessionale For.Te., organizza un corso per il conseguimento della *qualifica professionale* ai fini AEO.

La durata complessiva del corso, compresa la fase di accertamento delle competenze, è di **80 ore**.

For.Te. è il Fondo paritetico per la formazione continua dei dipendenti delle aziende aderenti al Fondo, che operano nel settore terziario: commercio, turismo, servizi, logistica, spedizioni e trasporto. Al Fondo aderiscono e possono aderire aziende di altri settori economici.

Requisiti:

- La **partecipazione ai corsi è gratuita**.
- Poichè il progetto è finanziato dal Fondo For.Te., le aziende devono essere aderenti al Fondo stesso. La partecipazione è riservata alle aziende lombarde del comparto commercio Turismo e Servizi che non posseggono un CIA (Conto Individuale Aziendale)
- L'adesione a For.Te. è gratuita e semplice, scopri come (clicca qui www.fondoforte.it/aderire-a-for-te)
- 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.

Materie trattate:

- ⇒ Normativa doganale generale e relativo impatto sui soggetti che intervengono nelle operazioni doganali
- ⇒ Origine, classifica e valore delle merci. Regimi e procedure doganali
- ⇒ Accertamento doganale e contenzioso
- ⇒ IVA negli scambi internazionali
- ⇒ Gestione e analisi dei rischi in materia doganale. Sistemi informatici doganali

A conclusione del corso, sarà effettuato un esame **per il conseguimento della “qualifica professionale” ai fini AEO e rilasciato l’attestato**.

CALENDARIO

ORARIO: 9.00-12.30 / 13.00-17.30

Venerdì 20-27 Marzo 2020

Venerdì 3-17-24 Aprile 2020

Venerdì 8-15-22-29 Maggio 2020

Venerdì 5 Giugno 2020 esame finale

Gli interessati sono invitati a rispedire la scheda **entro e non oltre il 22/11/2019**

a: aice@unione.milano.it ; fax: 027750329.

Per maggiori informazioni contattare la D.ssa Raffaella Seveso,
Mail: raffaella.seveso@unione.milano.it, Tel: 027750320.



**CORSO AEO - OPERATORE ECONOMICO AUTORIZZATO – PER IL CONSEGUIMENTO DELLA
“QUALIFICA PROFESSIONALE” AI FINI AEO**

SCHEDA ISCRIZIONE

(da restituire entro il 22/11/2019 a: aice@unione.milano.it; fax: 027750329)

RAGIONE SOCIALE _____

CODICE FISCALE IMPRESA _____

PARTITA IVA _____

MATRICOLA INPS _____

CODICE ATECO _____

PROVINCIA _____

COMUNE _____

VIA _____

CAP _____

TEL _____

MAIL _____





Digit Export, la prima piattaforma in Italia che pone il digitale al centro dell'Export tradizionale



Digit Export è la prima piattaforma in Italia che pone il digitale al centro dell'Export tradizionale

Trovi:

- contenuti e approfondimenti su strategie e strumenti digitali
- seminari informativi, incontri con gli esperti e servizi di assistenza di primo livello
- formazione specialistica in collaborazione con i principali attori istituzionali
- servizi di supporto per avviare processi di export digitale.

Digit Export è in costante sviluppo per fornire contenuti sempre aggiornati e strumenti per accrescere il valore delle imprese italiane all'estero

Il punto di forza è la mappatura dei principali Marketplace esteri B2C e B2B, ricercabili per settore e Paese, con schede informative per guidarti nell'approccio digitale sui singoli mercati.

Grazie all'accordo con AICE saranno offerti corsi di formazione specialistica dedicati ai temi più importanti del marketing Digitale orientato alle attività di commercio internazionale.



Convenzioni Aice a disposizione dei soci



CONVENZIONE AICE – ICMQ CERTIFICATION INDIA



Via Italiana al Responsible Sourcing e Labelling

Aice ha siglato una convenzione con ICMQ Certification India per fornire alle aziende associate il servizio **Get It Fair** (www.getit-fair.com) ossia una **valutazione di terza parte indipendente sui rischi relativi ai diversi aspetti di social responsibility lungo le filiere di fornitura** e disporre di informazioni non finanziarie credibili e affidabili da utilizzare nell'ambito di attività di marketing rivolte al consumatore finale e di informazione rivolta a investitori e banche in conformità con i requisiti della Direttiva 2014/95.

Get It Fair aiuta i buyers ad avere un insieme di informazioni verificate da una terza parte indipendente relative ai rischi su tutti gli aspetti di social responsibility (diritti umani e condizioni di lavoro, salute e sicurezza, ambiente e corrette pratiche commerciali) che possono generare costi inattesi (ritardi su forniture, danni di immagine e reputazione) per l'azienda o il marchio compratore.

Perchè Get It Fair (a cosa serve)

Le filiere di fornitura si allungano su scala globale, i luoghi della produzione di allontanano da quelli del consumo e cresce la domanda di affidabilità e credibilità di informazioni extra-finanziarie sui rischi legati ad aspetti di responsabilità sociale nell'ambito del commercio internazionale.

Get It Fair è uno strumento utile a chi acquista sui mercati internazionali per:

Valutare i rischi lungo le supply chain. avere una valutazione di terza parte indipendente su un'ampia gamma di rischi relativi ad eventi che possono accadere lungo le filiere di fornitura e possono avere un impatto negativo sui costi e reputazione.

Conformità alla normativa. La Direttiva 2014/95 (D.Lgs.245/2016) ha introdotto, per talune società, l'obbligo di allegare al bilancio un prospetto con informazioni di natura extra-finanziaria per tutelare gli investitori sui rischi cosiddetti ESG (Environment, Social and Safety, Governance) lungo le filiere di fornitura. Il CNDCEC (Consiglio Nazionale Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili) richiede informazioni sui rischi asseverate da una terza parte indipendente.

Soddisfare le nuove esigenze del mondo finanziario. Banca d'Italia e Banche privilegiano mettere a disposizione capitale in equity o di credito ad aziende che presentano un prospetto di informazione non finanziaria robusto, credibile e affidabile verificato da una terza parte indipendente.

Integrare le tecnologie emergenti. Le piattaforme blockchain richiedono una validazione iniziale delle informazioni relative ai fornitori verificate da terze parti indipendenti.

Migliorare il marketing per i consumatori. Le giovani generazioni chiedono informazioni credibili sulla sostenibilità dei prodotti e sulla responsabilità sociale dei fabbricanti. Get It Fair consente di trasformare le informazioni sui fornitori in strumenti di marketing sull'etichetta per tutelare il commercio e il consumatore da frodi (soprattutto in merito all'origine delle merci).

ICMQ Certification India è un organismo di certificazione, ispezione e formazione Italiano che ha come base l'India ed è riconosciuto per la sua competenza e integrità dei servizi di ispezione, verifica dei fornitori e di certificazione erogati in nome e per conto di aziende Italiane in India e in altri paesi dell'Asia in alcuni settori chiave: costruzioni (infrastrutture e materiali), tessile (abbigliamento, calzatura e accessori), beni di consumo.





Get It Fair in breve

Caratteristica	"Get It Fair"
Tipo	Volontario
Oggetto	Singola unità operative (Fabbrica, deposito, magazzino, etc.)
Scopo	Valutazione dei rischi relativi alla Responsabilità Sociale
Modello	Get It Fair Framework
Riferimenti	ISO 26000, Linee Guida OCSE, ILO, GRI
Conformità alla legge	Non inclusa nello schema ma possibile su richiesta.
Aspetti di responsabilità sociale	Social (Diritti Umani e Condizioni di Lavoro), Sicurezza (Salute e sicurezza), Ambiente, Corrette Pratiche di business
Approccio alla valutazione	Quantitativo e orientato allo score (punteggio)
Processo di Due Diligence	Aperto, trasparente e senza discriminazioni o conflitti di interesse
Sorveglianza	Si, con frequenza definita dopo l'Assessment iniziale

Cos'è Get It Fair

Get It Fair (www.getit-fair.com) è un uno schema di Due Diligence che aiuta aziende e buyers nella implementazione di strategie di Responsible Sourcing.

Qual'è lo scopo di Get It Fair

L'obiettivo di Get It Fair è fornire ai buyers ed altri Stakeholders un insieme di informazioni non finanziarie sul livello di rischio lungo le filiere di fornitura che possa compromettere la reputazione e l'immagine del marchio o generare costi inaspettati.

Get It Fair attesta che un fornitore (in particolare una specifica fabbrica) ha ricevuto un assessment per verificare il livello di rischio sugli aspetti di responsabilità sociale (diritti umani e condizioni di lavoro, salute e sicurezza, ambiente e pratiche commerciali).

Get It Fair è obbligatorio?

No. Get It Fair è **volontario**.

Tuttavia, in Francia è già stata adottata una legge che introduce controlli obbligatori sui fornitori extra UE su tutti gli aspetti di social responsibility e l'Unione Europea sta predisponendo una direttiva comunitaria che introduce tali obblighi.

Chi ha sviluppato il modello di riferimento?

Il modello è stato sviluppato da un team di esperti coordinato da ICMQ Certification India con il supporto di un Comitato Multi Stakeholders che ha coinvolto un ampio numero di parti interessate: Associazioni, Università, Accademie, Consulenti, Laboratori di prova, Media, NGO, etc.).

Get It Fair è promosso nel mondo dalla rete Camere di Commercio Italiane nel mondo che svolgono il ruolo di Ambassador (Brasile, Bulgaria, Cina, India, Filippine, Malaysia, Thailandia, Vietnam).





Come è il modello di riferimento?

Il Get It Framework prende in considerazione 5 Aspetti fondamentali:



- 1 Aspetto è focalizzato su insieme di aree utili per verificare l'esistenza e l'implementazione di un Sistema manageriale per la responsabilità sociale in accordo con i principi e i requisiti della norma ISO 26.000 Guida per la Responsabilità Sociale.
- 4 criteri sono focalizzati su specifici aspetti e consentono di determinare il livello di esposizione al rischio per ciascun aspetto della responsabilità sociale.

Ogni Aspetto è organizzato in aree che comprendono un insieme omogeneo di elementi di valutazione.

Ci sono differenze tra gli elementi di valutazione?

SI, considerando lo scopo dello schema Get It Fair distingue tra:

- **Elementi Core:** rischi di eventi che possono risultare in costi rilevanti per l'unità valutata e che possono avere un forte impatto sui loro clienti (perdite di spedizione, danno reputazionale, etc).
- **Elementi non core:** rischi/eventi che possono avere un impatto avverso sull'unità considerata ma non hanno un impatto significativo e diretto sui propri clienti (Buyers).

La Aree Core sono quelle indicate dalle linee guida OCSE.

Quali sono i documenti di riferimento del GIF Framework?

DOCUMENTO	SCOPE
OECD Guidelines	I due documenti di riferimento fondamentali sono: 1) OECD Guidance for Responsible Business Conducts 2) OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains in the Garment and Footwear Sector I documenti definiscono una base comune per lo svolgimento di Due Diligence sui fornitori e sono applicabili a imprese di qualsiasi settore e dimensione.
ILO	ILO is a tripartite U.N. agency which brings together governments, employers and workers of 187 member States, to set labour standards, develop policies and devise programmes promoting decent work for all women and men.
ISO 26.000	La norma ISO 26000 è una guida ISO su come le organizzazioni possono operare in un modo socialmente responsabile ossia agire in modo etico e trasparente che contribuisce alla salute e al benessere della società
GRI (Global reporting initiative)	Global Reporting Initiative è uno standard internazionale indipendente che aiuta le imprese, i governi e altre organizzazioni a comprendere e comunicare il loro impatto su aspetti come il climate change, I diritti umani o la corruzione.

Il Get It Fair Framework prende in considerazione gli elementi di valutazione inclusi in questi documenti e ha applicato un sistema di valutazione basato sulle metodologie di Risk Management.

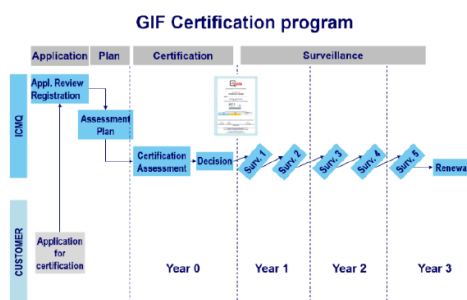




Quali sono I requisiti per richiedere Get It Fair?

Lo schema Get it Fair si applica ad organizzazioni di qualsiasi dimensione, settore e livello di maturità.

Qual è il programma di Due Diligence “Get It Fair” ?



Come avviene l'Assessment Iniziale?

L'Assessment iniziale prende in considerazione tutti i 5 criteri del Get It Fair Framework.

Come si calcola lo score?

Un punteggio da 0 a 100 è assegnato a ciascun elemento di valutazione “core” e “non core”.

Lo score per ciascun aspetto è calcolato secondo la media dei punteggi assegnati a ciascuna area di valutazione. Il punteggio finale è calcolato secondo la media dei punteggi assegnati per ciascun aspetto.

quali sono i criteri minimi per l'approvazione?

APPROVATO	<ul style="list-style-type: none">➤ Assessment condotto su tutti i 5 aspetti del GIF Framework➤ Score di 40 punti raggiunto in tutte le aree Core➤ Punteggio complessivo superiore a 40 punti
NON APPROVATO	<ul style="list-style-type: none">➤ Assessment condotto su tutti i 5 aspetti del GIF Framework➤ Score di 40 punti non è stato raggiunto in tutte le aree Core

Quali sono i vantaggi per l'organizzazione?

In caso di positivo esito dell'Assessment iniziale ICMQ India consegna i seguenti output:

- 1) **Rapporto di Valutazione per uso interno** (confidenziale) contenente tutte le evidenze rilevate durante l'assessment.
- 2) **Rapporto Rischi ESG** conforme ai requisiti della direttiva 2014/95 relativa alle informazioni di natura non-finanziaria da divulgare in allegato al bilancio.
- 3) **Certificato Get IT Fair** di positiva conclusione del processo di Due Diligence con un allegato contenente la sintesi del profilo di rischio dell'unità valutata
- 4) **Diritto d'uso del logo Get It Fair (Responsible Labelling)** sull'etichetta o sull'imballo dei prodotti
- 5) **Pubblicazione dell'azienda sul sito Get It Fair** per un periodo pari a quello di validità della Due Diligence





Convegno Energia e Sostenibilità: un binomio fondato su efficienza, risparmio, qualità dell'aria

Milano, 26 novembre 2019



Energia e Sostenibilità:

un binomio fondato su efficienza, risparmio, qualità dell'aria

Milano 26 Novembre 2019 - Ore 14:00 - 17:00

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - Corso Venezia, 47 - Milano

I temi dell'efficienza energetica affrontati mediante case-history sulla riqualificazione dell'immobile in un'ottica di sostenibilità ambientale, con evidenziazione di: risparmio sui consumi, ritorno dell'investimento, vantaggi legati alla cessione del credito d'imposta. Aprirà i lavori il Segretario Generale Confcommercio Milano, cui si affiancheranno interventi di AMAT e Regione Lombardia. In chiusura, dopo le relazioni tecniche, è prevista la possibilità di un breve incontro per contatti/chiarimenti con il singolo Relatore, e per le opportunità di Credito con Fidicommet-Rete Asconfidi Lombardia.

L'incontro potrà eventualmente essere prenotato (tel.: 02 7750.414), senza impegno, con indicazione del/i Relatore/i con cui si intende avere il confronto.

PROGRAMMA

Registrazione partecipanti: ore 13:30 - Inizio: ore 14.00

Saluti e interventi istituzionali

Marco Barbieri - Segretario Generale Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Gloria Zavatta - Amministratore Unico - AMAT - Milano

Valentina Sachero - Direzione Generale Ambiente e Clima - Regione Lombardia

Relatori

Ezio Geloni - Funzionario Area Ambiente Energia Sicurezza - Direzione Affari legali - Confcommercio Milano

- Bilancio energetico e Business Case: strumenti decisionali per un efficientamento sostenibile

Matteo Verdoni - Vice Presidente REbuilding Network-

- Riqualificare Hotel: più comfort, maggiore efficienza e redesign per innovare il modello di business

Gabriele Bertholet - A.D. Axopower S.p.A.

- Cogenerazione e stazioni di ricarica per auto elettriche: case history





Help Desk Smart Working: incontri personalizzati con le imprese Giovedì 28 Novembre dalle 9 alle 12

Il **lavoro agile** o **smart working** è una particolare modalità di esecuzione della prestazione lavorativa svolta in parte in azienda e in parte all'esterno senza una postazione fissa, entro i soli limiti di durata massima dell'orario di lavoro.

Lo smart working, che è stato recentemente regolamentato dalla legge 81/2017, ha la finalità di incrementare la competitività delle imprese e di agevolare la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro.



Per supportare le imprese che intendono conoscere, approfondire o sperimentare l'introduzione in azienda dello smart working, Confcommercio Milano, Lodi, Monza Brianza ha istituito un **Help Desk Smart Working**, dove è possibile analizzare le varie tematiche inerenti gli aspetti:

- normativi
- contrattuali
- formativi
- di sicurezza sul lavoro
- assicurativi INAIL
- all'utilizzo degli strumenti di lavoro
- al diritto alla disconnessione
- di controllo a distanza dei lavoratori
- di comunicazioni obbligatorie – COB

Inoltre, attraverso Ebiter Milano, le imprese interessate potranno accedere gratuitamente ai percorsi formativi proposti dalla Scuola Superiore CTSP, quali l'introduzione del lavoro agile, la sicurezza sul lavoro, la gestione del tempo dei lavoratori agili.

Il prossimo **Help Desk** è previsto in data **giovedì 28 novembre dalle 9 alle 12**.

La prenotazione dei singoli appuntamenti avviene attraverso un apposito form presente sul sito internet di Confcommercio Milano, a cui seguirà una comunicazione di conferma con l'indicazione del giorno e l'ora dell'incontro.

[Prenota il tuo appuntamento](#)



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 TAMOIL



PER GLI ASSOCIATI CONFCOMMERCIO MILANO

Agli Associati titolari di "mycard Tamoil Corporate", in possesso di almeno 3 autovetture o di 1 mezzo commerciale, è riservata una riduzione pari a 0,023 €/l (circa 45 £/l) rispetto al prezzo praticato dal gestore (al netto di eventuali sconti già inclusi nel prezzo alla pompa), non cumulabile con altre iniziative promozionali presenti sull'impianto.

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

- **A settembre l'indice di disagio sociale sale a 17,9 (17,6 ad agosto)**
- **La disoccupazione estesa sale a 13,9% (13,5% ad agosto)**
- **I prezzi dei beni e servizi ad alta frequenza d'acquisto aumentano dello 0,4% (+0,7% il mese precedente)**
- **In prospettiva l'area del disagio sociale si potrebbe espandere**

Il MIC di settembre 2019 si è attestato su un valore stimato di 17,9, in aumento rispetto al dato di agosto (17,6). Il peggioramento dell'indicatore è stato determinato dalla componente relativa alla disoccupazione che ha più che compensato la dinamica meno sostenuta dei prezzi dei beni e dei servizi ad alta frequenza d'acquisto. Il peggioramento che si comincia ad intravedere nel mercato del lavoro, dopo un biennio di sostanziale stagnazione produttiva, rappresenta un preoccupante segnale. In assenza di una svolta significativa nei prossimi mesi potremmo, infatti, assistere ad un incremento.

A settembre il tasso di disoccupazione ufficiale si è attestato al 9,9%, in aumento di tre decimi di punto rispetto ad agosto. Includendo una parte dei sottoccupati tra i disoccupati, fermo restando il complesso delle persone presenti sul mercato del lavoro, la situazione appare meno favorevole, con un tasso di disoccupazione pari all'11,4%. All'interno dei disoccupati la componente relativa ai sottoccupati segnala una stabilità in termini congiunturali ed un aumento di 18mila unità nel confronto annuo.

Tab. 1: Prezzi, disoccupazione e Misery Index Confcommercio (MIC) in Italia

anno	disoccup. ufficiale (%)	disoccup. estesa (%) *	Δ% prezzi-alta frequenza di acquisto	MIC*
2007	6,1	8,7	2,9	13,2
2013	12,1	17,2	1,6	22,9
2017	11,3	15,5	1,7	20,9
2018	10,6	14,6	1,8	19,8
2019-II trim	9,9	13,9	0,9	18,2
2019-III trim	9,8	13,8	0,6	17,9
2018-Dicembre	10,4	14,4	1,2	19,1
2019-Gennaio	10,4	14,4	0,8	18,8
2019-Febbraio	10,4	14,4	1,5	19,3
2019-Marzo	10,1	14,0	1,5	18,8
2019-Aprile	10,1	14,1	1,1	18,6
2019-Maggio	9,9	13,9	1,0	18,3
2019-Giugno	9,8	13,8	0,5	17,8
2019-Luglio	9,9	13,9	0,7	18,1
2019-Agosto	9,6	13,5	0,7	17,6
2019-Settembre	9,9	13,9	0,4	17,9

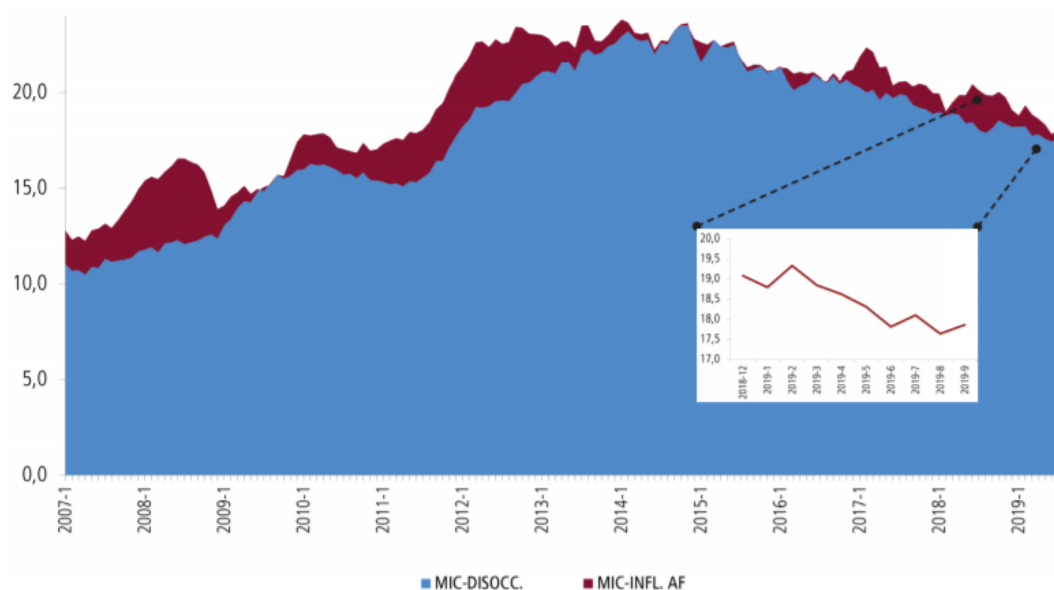
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia su dati ISTAT ed INPS.

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

A settembre 2019, dopo il ridimensionamento di agosto, le ore autorizzate di CIG sono tornate a registrare, nel confronto annuo, un aumento (+51,9%). Nei primi nove mesi dell'anno si rileva un incremento del 16,3% rispetto allo stesso periodo del 2018. In termini di ore di CIG effettivamente utilizzate destagionalizzate e ricondotte a ULA si riscontra sia in termini congiunturali sia su base annua, un aumento. Dal lato degli scoraggiati a fronte di un'invarianza in termini congiunturali, nel confronto con lo stesso mese del 2018 si evidenzia una diminuzione. Il combinarsi di queste dinamiche ha portato ad un aumento del tasso di disoccupazione esteso di quattro decimi di punto su

base mensile (tab. 1), e a una diminuzione di analoga entità nel confronto annuo. Nello stesso mese i prezzi dei beni e dei servizi ad alta frequenza d'acquisto sono aumentati dello 0,4% su base annua, in rallentamento rispetto a quanto rilevato nel bimestre precedente (+0,7%). La figura 1 mostra le due componenti del MIC (in rosso l'inflazione dei beni e servizi ad alta frequenza d'acquisto ed in blu la disoccupazione estesa), mentre l'ingrandimento riporta l'andamento complessivo del disagio sociale negli ultimi dieci mesi.

Fig. 1 - Misery Index Confcommercio (MIC)



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

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

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio



Convenzioni Confcommercio a disposizione dei Soci Aice

Continua su questo numero la panoramica delle convenzioni, valide su tutto il territorio nazionale, che Confcommercio Imprese per l'Italia mette a disposizione delle aziende associate.

Convenzione con INFOCERT



Confcommercio ha stretto con **InfoCert**, gestore accreditato di Posta Elettronica Certificata, iscritto nell'Elenco Pubblico dei Gestori, un accordo per la diffusione del **Servizio Legalmail** fra gli Associati Confcommercio (società e ditte individuali – si ricorda che il Decreto sviluppo 2012 bis prevede all'art 5 l'obbligo anche per le Ditte individuali di dotarsi di una casella PEC a partire dal 21 Ottobre 2012).

Le caselle verranno attivate in un sottodominio del [dominio@legalmail](#), scelto da Confcommercio. Es: [@confcommercio.legalmail.it](#)

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



Incontri b2b con delegazione_CCPIT Hebei Milano, 19 Novembre 2019

Abbiamo il piacere di segnalarvi che la Camera di Commercio Italiana in Cina organizza per il **19 Novembre** **pv** degli **incontri b2b con una delegazione di aziende cinesi provenienti dalla provincia dello Hebei**.

Scopo degli incontri è promuovere la cooperazione fra le PMI della provincia dello Hebei e quelle italiane in diversi campi fra cui la tecnologia, le scienze, il commercio e l'IT.

I dettagli dell'evento sono i seguenti:

Location: Novotel Milano Nord Ca' Granda Viale Suzzani 13, Bicocca - Zara, 20162 Milan, Italy
Conference Room: Cà Granda + Garibaldi + Isola (On the 1st Floor)

Agenda: Date: 2019/11/19
8:30 - 9:00 Sign In
9:00-10:00 Opening Speech
10:00-12:00 B2B Meeting

In allegato trovate i profili delle aziende partecipanti e l'elenco dei delegati.

Per adesioni potete scrivere a bj.rsvp@cameraitacina.com indicando

- Nome dell'azienda, sito web
- Aziende cinesi di interesse.

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



SIRHA BUDAPEST 2020 Budapest, 4–6 Febbraio 2020



Siamo lieti di comunicare che **dal 4 al 6 Febbraio 2020**, presso l'HUNGEXPO Fair Center, avrà luogo la prossima edizione della fiera **SIRHA Budapest**.

La fiera SIRHA è la più importante manifestazione ungherese dedicata al **settore Agroalimentare**, inclusi l'**industria dolciaria**, l'**industria della panificazione** e il **settore HoReCa**.

L'ICE Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane invita le aziende interessate ad inviare la propria domanda di partecipazione.

Per maggiori informazioni [clicca qui](#)

Per richieste di partecipazione contattare l'Ufficio di Budapest:

Email: budapest@ice.it
Tel.: +36 1 266 7555

Fonte: ICE—Agenzia



Fiere ed
Eventi

Taipei Cycle 2020 Taipei, 4–7 Marzo 2020

米蘭台灣貿易中心
TAIWAN TRADE CENTER MILANO S.R.L

Branch Office of Taiwan External Trade Development Council
Via Stradivari 4, 20131 Milano
Tel. +39 02 20241008 | Fax +39 02 20422986
www.taitra.org.tw – milan@taitra.org.tw



FIERA ORGANIZZATA DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI TAIWAN
CON INCENTIVI PER I BUYER ITALIANI

TAIPEI CYCLE 2020 Taipei, 4 – 7 marzo

TAIPEI CYCLE, Fiera Internazionale dedicata al settore ciclo giunta alla sua 33a Edizione, è la seconda fiera professionale B2B più importante al mondo e la prima in Asia.

Con una superficie espositiva di 90.000 mq e la partecipazione di più di 1250 espositori provenienti da 35 paesi, Taipei Cycle rappresenta una vetrina omnicomprensiva che propone tutti i prodotti dell'intera filiera produttiva nonché tutte le novità legate all'integrazione del settore ICT nel comparto bici.

A Taipei Cycle sarà quindi possibile trovare i brand più importanti di biciclette, parti ed accessori, biciclette elettriche ed a pedalata assistita, abbigliamento, servizi, prodotti ed applicazioni smart cycling.

La Fiera si svolge in contemporanea con la manifestazione TaiSPO dedicata agli articoli sportivi.

Incentivi disponibili (non cumulabili)	<ul style="list-style-type: none">- Soggiorno fino a 4 notti consecutive in un Hotel convenzionato di Taipei (budget massimo NTD 12.000) oppure <ul style="list-style-type: none">- Contributo sulle spese di viaggio pari ad un importo di NTD 12.000 (al tasso di cambio in Euro)
---	---

Requisiti richiesti	Nessun incentivo TAITRA ottenuto nel corso dell'anno corrente
----------------------------	---

Gli incentivi sono fruibili da una sola persona per azienda. L'approvazione della richiesta è subordinata al possesso dei requisiti previsti e alla disponibilità residua di fondi.

A causa del numero limitato di posti disponibili, tutti gli operatori interessati sono pregati di contattare quanto prima gli uffici TAITRA di Milano:

 Taiwan Trade Center Milano
☎ 02 20241008
✉ milan@taitra.org.tw



Fiere ed
Eventi

TaiSPO 2020 Taipei, 5–7 Marzo 2020

米蘭台灣貿易中心

TAIWAN TRADE CENTER MILANO S.R.L

Branch Office of Taiwan External Trade Development Council

Via Stradivari 4, 20131 Milano

Tel. +39 02 20241008 | Fax +39 02 20422986

www.taitra.org.tw – milan@taitra.org.tw



MARCH 5 - 7
2020
TWTC EXHIBITION HALL 1

**FIT THE
FUTURE**

FIERA ORGANIZZATA DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI TAIWAN
CON INCENTIVI PER I BUYER ITALIANI

TaiSPO 2020 Taipei, 5 – 7 marzo

TaiSPO, giunta alla 46a Edizione, è la Fiera Internazionale di Taiwan dedicata al Fitness ed agli Articoli Sportivi che vede presenti aziende produttrici locali rinomate a livello mondiale come Johnson, Dyaco, Tong Geng, Joong Cheen, Strength Master, Intenza, Health Stream, Sports Art e TONIC FITNESS.

L'Edizione 2019 ha visto l'apertura di una nuova area dedicata alle tecnologie "smart" applicate al settore tessile ed ai sistemi software per la gestione ed il monitoraggio delle attività in ambito sportivo. In quest'area sono state ospitate aziende produttrici di tessuti intelligenti quali Everest Textile, Makalot, Asiatic Fiber e Tex-Ray Industrial che producono per i principali brand internazionali.

TaiSPO si svolgerà in contemporanea alla manifestazione TAIPEI CYCLE dedicata al settore ciclo.

Incentivi disponibili (non cumulabili)

- Soggiorno fino a 4 notti consecutive in un Hotel convenzionato di Taipei (budget massimo NTD 12.000)
- oppure
- Biglietto aereo A/R Italia Taiwan con volo diretto ed in classe economica.

Requisiti richiesti

Selezione in base al giro d'affari più alto negli ultimi tre anni
Nessun incentivo TAITRA ottenuto nel corso dell'anno corrente

Gli incentivi sono fruibili da una sola persona per azienda. L'approvazione della richiesta è subordinata al possesso dei requisiti previsti e alla disponibilità residua di fondi.

A causa del numero limitato di posti disponibili, tutti gli operatori interessati sono pregati di contattare quanto prima gli uffici TAITRA di Milano:



TAITRA

Taiwan Trade Center Milano

☎ 02 20241008

✉ milan@taitra.org.tw



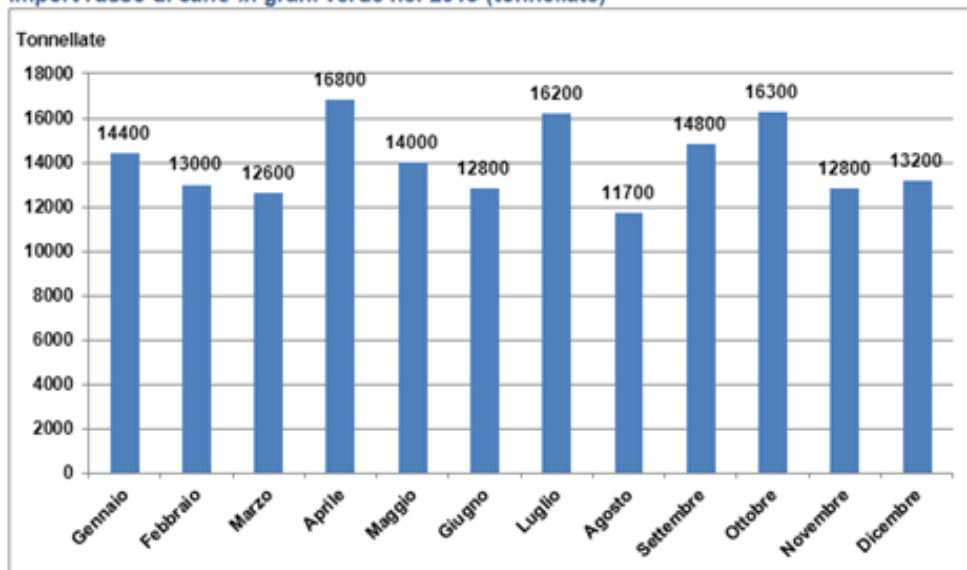
Notizie
dal
Mondo

Rassegna dell'importazione di caffè in grani sul mercato russo

In Russia, il Paese tradizionalmente "devoto" al tè, si diffonde la cultura del caffè e i consumi aumentano di anno in anno – Il mercato russo di caffè in grani è controllato per oltre un terzo dai produttori vietnamiti – Molto importante il ruolo dell'Italia: in Russia sono presenti molti marchi italiani, ma il caffè firmato Lavazza rappresenta il 5,3% del volume totale di caffè importato in Russia nel 2018.

Nel 2018, gli importatori russi hanno acquistato 185.200 tonnellate di caffè in grani di tutti i tipi (verde e torrefatto) per un totale di 500,9 milioni di dollari. L'anno scorso la Russia ha importato caffè da 63 paesi del mondo. Al primo posto tra i fornitori c'è il Vietnam, che controlla il 35% delle forniture di caffè alla Russia. Tra le regioni russe, quella di Leningrado (il territorio intorno a San Pietroburgo ha conservato il nome sovietico a differenza del capoluogo, N.d.R.) è stata leader in termini di importazioni. Ciò è dovuto al fatto che la maggior parte delle consegne di caffè viene effettuata attraverso il porto marittimo di San Pietroburgo (il golfo Finskij del Mare Baltico).

Import russo di caffè in grani verde nel 2018 (tonnellate)

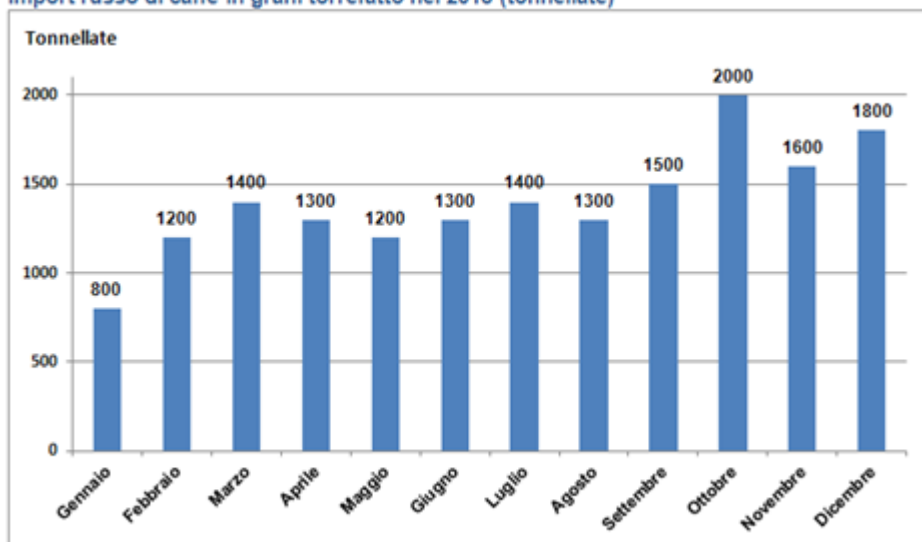


Fonte: elaborazione di Russia24 su dati delle Dogane russe, Rosstat, agenzia VVS

La struttura delle importazioni di caffè nel 2018 è stata la seguente: il caffè torrefatto in grani ha rappresentato il 23% del totale delle importazioni mentre il caffè verde il restante 77%. Per quanto riguarda l'andamento dei prezzi delle forniture di caffè verde in Russia, nel 2018 il prezzo medio più basso per un chilogrammo di caffè (2,1 dollari) è stato registrato nel bimestre settembre-ottobre, mentre il picco dei prezzi è stato registrato nel periodo gennaio-marzo, quando il prezzo medio per chilogrammo ha raggiunto quota 2,51 dollari. La situazione dei prezzi del caffè torrefatto è più o meno simile, ma con un ritardo di un mese. Infatti, il prezzo medio per chilogrammo ha raggiunto il picco nel periodo febbraio-aprile eguagliando 7,45 dollari. Le offerte più favorevoli sul mercato del caffè sono state registrate nel mese di novembre, quando il prezzo medio per chilogrammo di chicchi di caffè torrefatto era pari a 6,42

dollari. Per quanto riguarda gli esportatori, il gruppo vietnamita Intimex, che nel 2018 ha fornito il 5% dei suoi chicchi di caffè alla Russia, è al primo posto su 1.305 società estere. Inoltre, la metà delle prime 10 società in termini di fornitura di caffè in Russia provengono dal Vietnam, tra cui Tin Nghia Corporation (Timexcorp), Mascopex e altri. Oltre il 99% delle forniture dal Vietnam è rappresentata dal caffè verde.

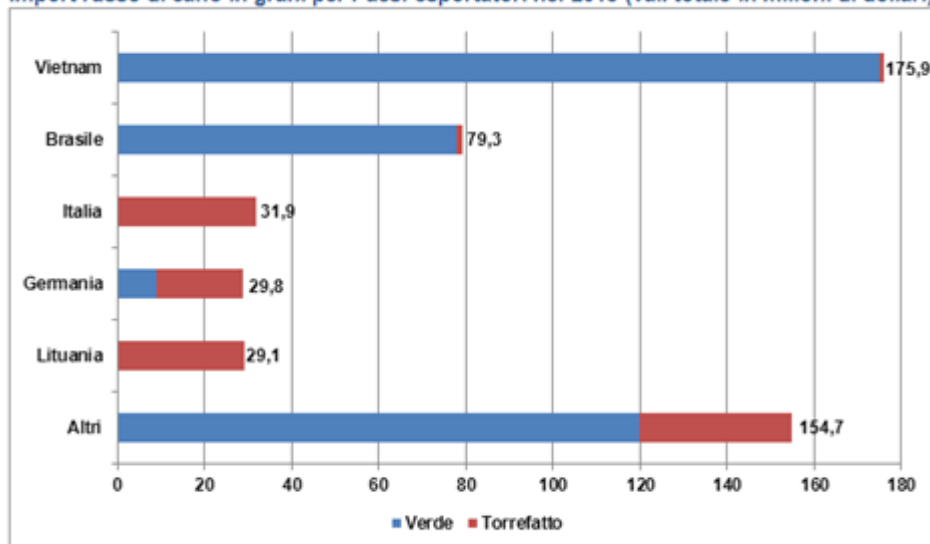
Import russo di caffè in grani torrefatto nel 2018 (tonnellate)



Fonte: elaborazione di Russia24 su dati delle Dogane russe, Rosstat, agenzia VVS

Il Brasile si trova al secondo posto in termini di esportazioni in Russia. La quota del Brasile sul mercato russo è molto inferiore a quella del Vietnam e ammonta al 16%. Tuttavia, il maggiore fornitore brasiliano, Olam Agricola Ltda, controlla una quota del 4,6% delle importazioni di caffè in grani in Russia. Terra Forte Exportacao & Importacao De Cafe Ltda, secondo maggiore esportatore brasiliano di caffè verso la Russia (in termini monetari), ha venduto il proprio caffè per 13 milioni di dollari, pari al 2,6% delle importazioni totali in Russia. La struttura delle importazioni di caffè brasiliano è simile, per tipo, alle forniture provenienti dal Vietnam. Il terzo posto, nell'importazione russa, è diviso fra tre paesi: Italia, Germania e Lituania, ciascuno dei quali ha conquistato il 6% del mercato. È da notare che il maggior produttore che fornisce caffè alla Russia dall'estero si trova in Italia. Si tratta di Luigi Lavazza S.p.A. Il caffè di questo celebre produttore italiano ha rappresentato il 5,3% del volume totale di caffè importato in Russia nel 2018

Import russo di caffè in grani per Paesi-esportatori nel 2018 (val. totale in milioni di dollari)



Fonte: elaborazione di Russia24 su dati delle Dogane russe, Rosstat, agenzia VVS

L'azienda produce infatti caffè torrefatto, particolarmente apprezzato dai consumatori russi. Il caffè macinato Lavazza si trova in quasi tutti i negozi di alimentari e i supermercati in Russia. Oltre a Lavazza, tra i principali fornitori italiani che esportano principalmente caffè torrefatto in Russia possono essere individuati Vendomat Spa, Ekaf – Industria Nazionale Del Caffè S.p.a. ed altri. La Germania è rappresentata sul mercato russo da piccoli fornitori, tra cui Benecke Coffee GmbH & Co KG., J. Mueller Weser GmbH & Co KG., Melrise International Ltd., Melrise International Ltd., J. Mueller Weser GmbH & Co KG. Dalla Germania provengono sia caffè verde sia caffè torrefatto. Il caffè verde arriva in Germania da altri paesi ed è rivenduto in Russia da aziende tedesche, mentre il caffè torrefatto è prodotto principalmente in Germania. La Lituania riesporta caffè in Russia. Da questo paese si importa principalmente caffè torrefatto, la cui quota è stata del 94,3%. Le principali aziende che forniscono caffè dalla Lituania alla Russia sono UAB Terminal LT, UAB Tranzito Paslaugu Centras, Custodio s.r.o. ed altre. Tra i fornitori di caffè alla Lituania si trovano perlopiù aziende italiane, tra cui Luigi Lavazza S.p.a. Tra le regioni russe, si registrano tre leader assoluti: la regione di Leningrado (155,6 milioni di dollari), Mosca (153,8 milioni di dollari) e il Territorio di Krasnodar (115,1 milioni di dollari). Queste regioni nel 2018 hanno controllato l'84,8% delle importazioni totali di caffè in Russia. Seguono la regione di Tver (26,7 milioni di dollari), la città di San Pietroburgo (24,3 milioni di dollari) e la regione di Vladimir (12,8 milioni di dollari), che controllano il 12,7% delle importazioni. Ciò è dovuto al fatto che le importazioni in Russia di caffè in grani sono rappresentate principalmente da caffè verde, e gli impianti di torrefazione e confezionamento sono situati principalmente nelle regioni di Leningrado e Mosca, oltre che nella regione di Krasnodar. Il caffè torrefatto viene poi spedito nelle altre regioni del paese. Nel 2018, più di 450 aziende russe hanno importato caffè in grani. Nestlé Kuban è il leader (23% delle importazioni di chicchi di caffè in Russia). Seguono Jacobs Douwe Egberts Rus, che importa il 19% dei chicchi di caffè, Orimi Trade, Paulig Rus, Rusimport e KLD Coffee Importers.

Fonte: Russia 24



Notizie
dal
Mondo

Emendata la Legge sui marchi della RPC



CINALEX

Emendata la Legge sui marchi della RPC

L. Formichella | E. Toti

Tempo di lettura: 4 minuti

La più recente normativa cinese in materia di marchi mira a garantire una maggiore tutela rispetto ad ipotesi di registrazioni effettuate in mala fede, mitigando gli effetti dell'applicazione del principio del "first to file".

Gli emendamenti sono volti anche a controllare le attività delle agenzie che registrino in mala fede marchi e ad incrementare gli importi dovuti a titolo di risarcimento del danno a favore di chi ha subito la violazione del proprio legittimo diritto.

L'attuale normativa, pertanto, fornisce importanti indicazioni per valutare la possibilità di procedere con ulteriori azioni amministrative e giudiziarie a tutela del proprio marchio.

Il 1° novembre entrano in vigore gli emendamenti alla Legge sui marchi (Trademark law, 商标法) che risale, nella sua prima stesura, al 23 agosto 1982 e già più volte emendata (22 febbraio 1993, 27 ottobre 2001, 30 agosto 2013). Gli emendamenti, che incidono sugli artt. 4, 19, 33, 44, 63 e 68 della Legge sono consistenti e significativi in quanto mirano a garantire una maggiore tutela rispetto ad ipotesi di registrazione di marchi effettuate in mala fede, mitigando gli effetti dell'applicazione del principio del "first to file".

La finalità della Legge rimane chiara: «[...] rafforzare la gestione dei marchi, tutelarne il diritto di uso esclusivo, promuovere la garanzia della qualità dei prodotti e dei servizi da parte dei produttori e degli operatori economici, salvaguardare la reputazione dei marchi, tutelare gli interessi dei consumatori, dei produttori e degli operatori economici, promuovere lo sviluppo dell'economia socialista di mercato», art. 1.

Riguardo la possibilità di deposito in mala fede della domanda di registrazione del

marchio da parte di terzi, l'art. 4 viene integrato prevedendo che: «[...] La domanda di registrazione in mala fede di un marchio che non è destinato ad essere utilizzato deve (应当) essere respinta». La formulazione emendata dell'art. 4 lascia aperta, comunque, la possibilità che una domanda di registrazione in mala fede di un marchio da parte di terzi possa essere approvata qualora il richiedente provi che il marchio sia stato depositato con l'intenzione di utilizzarlo. Attraverso la dimostrazione dell'utilizzo effettivo del marchio il richiedente, pertanto, può anche potenzialmente difendersi da un'opposizione o da una richiesta di invalidazione. Un aiuto a chiarire tale ambiguità può essere rintracciato nelle Linee guida per i processi relativi ai casi amministrativi sull'autorizzazione e la verifica del diritto sul marchio (*Beijing High People's Court Guidelines for the Trial of Trademark Right Granting and Verification Cases*, 北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南), pubblicate dalla Corte Superiore del Popolo di Pechino il 24 aprile 2019 e in vigore da tale data, il cui articolo 7, comma 1, stabilisce che il richiedente la registrazione di un marchio deve avere l'intenzione di utilizzarlo in buona fede (真实使用意图) e che tale intenzione deve essere supportata da "elementi dimostrabili".

Affinché la tutela sia effettiva, anche l'attività delle agenzie che gestiscono la registrazione dei marchi viene interessata dai recenti emendamenti, laddove l'art. 19, comma 3 della Legge prevede, a seguito della recente modifica, che: «Se l'agenzia marchi è a conoscenza, o dovrebbe esserlo, del fatto che il marchio

oggetto di registrazione o la relativa domanda integri le circostanze specificate negli articoli 4, 15 o 32 di questa legge, non deve accettare il mandato».

Riguardo l'incremento del risarcimento del danno, l'articolo 63 della Legge sui marchi fornisce indicazioni ai Tribunali Popolari per la valutazione del danno nei casi di violazione, innalzando fino a cinque volte la quantificazione del danno in presenza di mala fede o circostanze gravi. Sono emendati il comma 1, il comma 3 ed aggiunti i commi 4 e 5 dell'art. 63. A seguito di tale intervento del legislatore: «L'importo del risarcimento per la violazione del diritto di uso esclusivo del marchio è determinato in base alle effettive perdite subite dal titolare del diritto a seguito della violazione; qualora sia difficile determinare le perdite effettive, l'importo del risarcimento può essere determinato in base ai profitti ottenuti dall'autore della violazione a seguito della violazione; qualora sia difficile determinare le perdite da parte del titolare del diritto o i profitti derivati dalla violazione, l'importo del risarcimento deve essere determinato ragionevolmente in un multiplo delle *royalties* che si sarebbero ottenute sul diritto di licenza del marchio in questione. In caso di violazione in mala fede del diritto esclusivo di utilizzo del marchio l'importo del risarcimento, nei casi gravi, sarà fissato da una a cinque volte l'importo determinato in base ai metodi precedentemente menzionati. L'importo del risarcimento deve comprendere le spese ragionevoli sostenute dal titolare del diritto per far cessare la violazione.

La registrazione del marchio in Cina è la prima nell'avvicinare il mercato della RPC.

La registrazione può essere effettuata sia in via diretta presso le autorità amministrative cinesi sia attraverso l'estensione nella RPC della registrazione precedentemente effettuata in altro ordinamento.

È consigliabile, inoltre, procedere alla registrazione del marchio anche nella versione in ideogrammi; le due registrazioni, difatti, in caratteri latini ed in ideogrammi cinesi sono distinte ed autonome.

Per la registrazione sono richieste: i) nome e indirizzo della società o persona fisica che presenterà la domanda di registrazione; ii) documento identificativo del soggetto che presenterà la domanda di registrazione (generalmente

certificato o visura camerale per le persone giuridiche, passaporto per le persone fisiche); iii) copia del marchio in questione (in formato jpeg); iv) classi e sottoclassi dove effettuare la registrazione.

Riguardo la durata del procedimento di registrazione questa richiede almeno 12 mesi.

Riguardo la piena tutela legale del marchio questa sarà conseguita all'ottenimento del relativo certificato di registrazione, tuttavia, la domanda di registrazione del marchio determina un effetto "prenotativo" e prevale su domande di registrazione del marchio successive o di marchi simili, presentate da terzi.

Qualora il titolare del diritto abbia fornito, con la massima diligenza, elementi di prova mentre i libri contabili, nonché il materiale relativo alla violazione siano in possesso dell'autore della violazione, il Tribunale Popolare, ai fini della determinazione dell'importo del risarcimento, può ordinare all'autore della violazione di fornire i libri contabili ed il materiale relativo alla violazione; qualora l'autore della violazione non li fornisca o li falsifichi, il Tribunale Popolare può determinare l'importo del risarcimento con riferimento alle affermazioni del titolare del diritto violato e alle prove fornite.

Qualora sia difficile determinare le perdite effettive subite dal titolare del diritto a causa

della violazione, i profitti che l'autore della violazione ne abbia tratto o le royalties ottenute dal diritto di licenza del marchio registrato, il Tribunale Popolare potrà determinare il risarcimento in un importo non superiore a 5 milioni di RMB, in base all'entità della violazione.

Il Tribunale Popolare investito di una controversia in materia di marchi, su richiesta del titolare del diritto, ordina la distruzione dei prodotti recanti un marchio registrato contraffatto, salvo circostanze particolari; per i materiali e gli strumenti principalmente utilizzati per la fabbricazione dei prodotti recanti un marchio registrato contraffatto, il

Tribunale Popolare ordina la distruzione, senza alcun indennizzo o, in casi particolari, il Tribunale Popolare vieta, senza alcun indennizzo, che tali materiali e strumenti facciano ingresso nei canali commerciali.

Le merci su cui sia stato apposto un marchio registrato contraffatto non possono entrare nei canali commerciali anche quando il suddetto marchio sia stato semplicemente rimosso».

Dal punto di vista sanzionatorio, l'emendamento alla Legge aggiunge un ulteriore comma in chiusura dell'art. 68 prevedendo che, se la domanda di registrazione di un marchio sia depositata in malafede, sarà applicata una sanzione amministrativa, quale ad esempio un avvertimento o una multa, a seconda delle circostanze; qualora una causa in materia di marchio sia avviata in malafede, il Tribunale Popolare imporrà una sanzione a norma di legge. Il posizionamento di questo comma all'interno dell'art. 68 lascia, tuttavia, permanere il dubbio che esso si applichi alle sole agenzie e non sia esteso al singolo agente o persona fisica.

È evidente come il legislatore sia intervenuto in una materia di grande interesse per gli investitori stranieri, a dimostrazione anche di una maggiore maturità e sensibilità a tutela di asset di importanza fondamentale per ogni azienda.

Il testo di Legge rimane, tuttavia, un testo quadro che dovrà successivamente essere integrato da regolamenti attuativi ed integrativi. Certo è che tale normativa, contestualmente ad altre previsioni regolamentari, mira a garantire una tutela del legittimo titolare,

incluso il profilo risarcitorio, più adeguata rispetto al passato. Quanto sopra si aggiunge alla istituzione nell'ultimo anno di nuovi Tribunali popolari competenti in ambito di tutela della proprietà intellettuale: in particolare nelle città di Nanchino, Suzhou, Wuhan, Chengdu e Hefei.

L'attenzione costante al tema aveva già trovato un anno fa, 31 ottobre 2018, ulteriore prova nella costituzione da parte della Suprema Corte del Popolo di un Tribunale, di carattere permanente, con sede a Pechino, per la gestione di casi di impugnazione, in materia di proprietà intellettuale, dall'elevato carattere tecnico. In particolare, a tale corte è affidata la gestione delle domande di appello relative a controversie di carattere civile ed amministrativo che coinvolgono ad esempio marchi, brevetti, segreti commerciali, concorrenza sleale.

Si tratta di casi che in precedenza venivano normalmente gestiti da tribunali di livello intermedio a livello provinciale. Tale Tribunale opera, invece, tramite personale specializzato e attraverso procedure centralizzate e standardizzate.

Per ulteriori informazioni su Cinalex, scrivere a info@cinalex.it o chiamare il numero +39 3515882323.

Autori

Enrico Toti, avvocato e docente di diritto cinese presso l'Università di Roma Tre.

Laura Formichella, avvocato e docente di diritto cinese presso l'Università di Roma Tor Vergata.



Nuova Commissione europea: entrata in funzione ritardata

L'entrata in funzione della nuova Commissione europea non sarà al 1° novembre come era previsto dal calendario originale, è stata rinviata al 1° dicembre 2019. Tutto è rimandato alla Sessione plenaria di novembre, dopo che i governi di Francia, Romania e Ungheria avranno indicato i nuovi candidati commissari che sostituiranno quelli che sono stati esclusi dopo la seconda audizione in Parlamento. Le audizioni dovrebbero essere previste il 12 e il 13 novembre e andare poi in plenaria il 26 o il 27 novembre.

Fonte: Europa News



Guida EUSME Centre The Imported Fruit Market in China

Pubblicazione a cura di EUSME Centre

Report: € 50

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



Fruit market in China can be divided into three different submarkets: fresh fruit, dried fruit and frozen fruit markets. However, this report will focus on the fresh fruit market due to three main reasons:

- Quantities for frozen and dried fruits imported into China from the EU are very low or even non-existent.
- The consumption of dried or frozen fruits in China is low and the market is not growing. On the other hand, fresh fruit consumption in China is growing steadily, especially for premium and imported fruits.
- Distribution channels work different for each market. E-commerce platforms, convenience stores and fruits shops are the main channels for fresh fruit, while frozen fruit is mainly sold in supermarkets and hypermarkets and dried fruits in convenience stores to be consumed as a snack.

Production of fresh fruit in China follows the same seasonality as EU producers, making local fruit production the main competitor for EU fruit exporters and leaving a narrow market niche for EU fruits, mainly in the premium segment.

In addition, there are also technical barriers from Chinese authorities to export fruit to China. Firstly, China needs to sign a bilateral agreement (export protocol) with the exporting country, which specifies the fruit species and other export requirements.

After this agreement is signed, companies need to be approved and registered annually and follow the requirements on the protocol and by Chinese Customs to export to China.

Once the fruit arrives into China, it needs to be distributed to reach the final consumer. The vast majority of the imported fruit goes through wholesale markets to local distributors and then to retail, although some large platforms or hypermarkets take care of their own imports and fruits go directly from the port to their shelves. Fruit stores, E-commerce platforms and convenience stores are the fastest growing sales channels for fruit, E-commerce having the largest offer of imported fruit.

Main drivers for fruit consumption in China are appearance, flavour and price although country of origin and packaging affect consumers purchasing decision too.

This 66-page market report covers the following aspects:

- Market Size
- EU Fruits Performance in China
- Drivers of Fruit Consumption in China
- Distribution Channels of Imported Fruits in China
- Differences Between Fruit Retail in China and the EU
- Case Studies
- Import Duties
- Recommendations for EU SMEs
- Tradeshows
- List of Frozen and Dried EU Fruit Protocols

Fonte: EUSME Centre



Consultazione fatture elettroniche - Proroga

In merito alla funzionalità di adesione al servizio di consultazione e acquisizione delle fatture elettroniche o dei loro duplicati informatici nell'area riservata del sito dell'Agenzia delle entrate, slitta dal 1° luglio al 20 dicembre la data dalla quale sarà disponibile la suddetta funzionalità.

Il suddetto servizio risponde alle esigenze di tutela della privacy dei contribuenti e, pertanto, è accessibile previa adesione, da effettuarsi entro il 20 dicembre 2019 e non più entro il 30 ottobre 2019.

L'Amministrazione dovrà procedere, infatti, alla rimozione dei file entro 60 giorni dal termine stabilito per effettuare l'adesione (20 dicembre 2019).

L'Amministrazione finanziaria ha recepito le prescrizioni del decreto legge collegato fiscale alla Legge di bilancio 2020, che ha consentito la memorizzazione dei file delle fatture elettroniche fino al 31 dicembre dell'ottavo anno successivo a quello di presentazione della dichiarazione di riferimento ovvero fino alla definizione di eventuali giudizi e ha previsto un ampliamento dell'utilizzo delle informazioni contenute nelle fatture elettroniche da parte della Guardia di finanza e dell'Agenzia delle entrate, sentito il Garante per la protezione dati personali. (art. 14, D.L. n. 124/2019 e Provvedimento dell'Agenzia delle entrate del 30 ottobre 2019).

Fonte: Fisco News 65



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).

Richiesta di Prodotti

RUSSIA

Codice azienda: RUS/01

Nome azienda:
Promzapchast

Settore: Cuscinetti industriali

La società "Promzapchast" di Mosca cerca fornitori di cuscinetti (sfera, rulli, altri) ad uso industriale (metalmecanica, costruzione di automobili, aerospaziale, ecc.)

Codice azienda: RUS/02

Nome azienda:
Kondiderka

Settore: Alimentari—dolci

La società "Kondiderka" della regione di Mosca acquista partite di prodotti dolciari (caramelle, cioccolatini, ecc.) La società russa intende chiedere ai

fornitori (produttori, distributori) la possibilità di pagamento posticipato.



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



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Stampato con mezzi propri

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

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