UNIONCAMERE
CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

Assocamerestero
Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero

Numero 7 - Gennaio 2014

CAMERE CON VISTA

Lo sguardo delle Camere di Commercio Italiane all'Estero sui mercati internazionali

Modifica alla Legge per la Tutela dei Consumatori nella Repubblica Popolare Cinese

A Marzo 2014 entreranno in vigore le modifiche alla Legge per la Tutela dei Consumatori recentemente approvate dall' Assemblea Nazionale del Popolo. Questa legge, con i relativi emendamenti, mira a rafforzare i diritti dei consumatori imponendo obblighi più rigorosi ai rivenditori per la raccolta e l'utilizzo delle informazioni personali dei consumatori.
La nuova legislazione regolamenta inoltre il settore dello shopping on-line, prevedendo maggiori obblighi e sanzioni più severe per i rivenditori che violino la legge.

Fonte: Italian Chamber of Commerce in Hong Kong and Macao

La partita IVA temporanea francese per le fiere

Per partecipare ad una manifestazione, per le aziende italiane che operano temporaneamente in Francia, è obbligatoria l'immatricolazione gratuita al Centro delle Imposte per le Imprese Straniere di Parigi (Centre des impôts recette des entreprises étrangères).
Gli espositori che partecipano a manifestazioni fieristiche dovranno tenere un registro delle vendite di qualsiasi tipo. Questo permetterà, poi, di sapere rispetto alle vendite fatte qual è la percentuale di IVA incassata da versare al fisco francese. L'emissione dello scontrino non è obbligatoria.

Dopo circa 30/60 giorni, le aziende con IVA francese temporanea riceveranno, all'indirizzo indicato nella scheda, un modulo denominato CA3 nel quale dovranno indicare l'ammontare dell'IVA dovuta ed anche quella già pagata (per es. accessori o materiali acquistati in Francia ed in generale le spese sostenute durante la manifestazione in cui ha effettuato la vendita).

Fonte: Camera di Commercio Italiana Nice, Sophia-Antipolis, Cote d´Azur

Indagine sul mercato messicano

La Camera di Commercio Italiana in Messico, in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia, ha realizzato un'inchiesta tra gli imprenditori italiani che svolgono attività produttive e commerciali nel Paese, con l'obiettivo di tracciare un panorama di quelli che sono i punti di forza e di debolezza del mondo economico messicano.
Il livello di soddisfazione generale tra gli operatori italiani in Messico è abbastanza elevato, soprattutto in relazione al potenziale del mercato nazionale in rapida espansione. Le numerose opportunità di business, la facilità di ingresso nel mercato, il buon margine nella realizzazione di guadagni e i tempi brevi di rientro, uniti alla posizione geografica strategia vicino a importanti mercati internazionali, fanno del Messico un paese estremamente attrattivo per gli investitori esteri.
Al tempo stesso però, permangono aree di criticità che diventano ostacoli seri per chi decide di investire nel Paese. Tra queste si segnalano:

- Instabilità e imprevedibilità dei fattori monetari e della crescita economica
- Cambiamenti repentini nell'amministrazione tributaria
- Difficoltà nell'accesso al credito
- Tasse e commissioni per operazioni bancarie elevate
- Forza lavoro poco qualificata
- Costi elevati per l'energia e per investimenti nella sicurezza

Positivamente, infine, sono giudicate le istituzioni messicane e italiane presenti sul territorio.
Il Messico resta una meta interessante per gli operatori italiani, che offre buone opportunità grazie ad un'economia in costante crescita e ad un'attenzione particolare che il mercato messicano riserva ai prodotti Made in Italy.

Fonte: Cámara de Comercio Italiana en Mexico, A.C

Nuova legislazione per l'etichettatura degli alimenti in Slovacchia

Il 6 novembre il Governo ha approvato la revisione della Legge n. 152/1995 Coll. sugli Alimenti. La revisione definisce in maniera più dettagliata le regole sull'etichettatura degli alimenti che dovrà contenere informazioni sul contenuto e l'origine. La revisione perfeziona anche le modalità con cui i negozianti dovranno mostrare le informazioni sulla condivisione di cibo Made in Slovacchia nelle loro vendite globali. La modifica va ad aumentare leggermente anche le sanzioni in caso di violazioni alimentari. I trasgressori recidivi saranno multati fino al doppio della sanzione regolare. Dopo un'ulteriore violazione la multa aumenterà a € 1-5m. Il Governo ha proposto quale data effettiva di entrata in vigore il 1 marzo 2014.

Fonte: Camera di Commercio Italo-Slovacca

Italia – Russia: l'anno del turismo

Italia e Russia hanno dichiarato il 2013-2014 l'Anno del Turismo italo-russo, con l'obiettivo di aumentare i flussi turistici nelle due direzioni. L'Italia è il secondo Paese, dopo la Cina, e il primo Paese europeo con il quale la Russia promuove un Anno del Turismo. Per l'Italia l'Anno con la Russia è invece il primo Anno del Turismo italiano all'estero, a testimonianza dell'importanza del mercato russo per la nostra industria turistica.

L'Anno del Turismo con la Russia offre all'Italia una grande opportunità per realizzare il suo potenziale turistico e per promuovere il suo straordinario patrimonio storico e artistico, che costituisce un vantaggio competitivo forte e durevole.

Obiettivo dell'Anno del Turismo è far scoprire ai turisti russi l'"Italia sconosciuta", meta ideale del turismo destagionalizzato, costituita dalle Regioni e dalle destinazioni meno note, dai siti Unesco e dai Borghi, dalle città d'arte minori che raccontano, non meno di Roma, Venezia e Firenze, secoli di storia, di cultura e di arte italiana e mondiale. L'Italia è inoltre in grado di proporre un'offerta turistica multisettoriale capace di rispondere ai diversi interessi del turista russo.

I russi amano già l'Italia: dal 2008 al 2012, il flusso di turisti russi ha registrato un aumento medio annuo del 25%, passando dai 438.000 visitatori del 2008, ai 793.000 del 2011, fino ad arrivare al record del milione di presenze nel 2012. L'aumento medio annuo è il doppio rispetto a quello del turismo cinese e brasiliano (rispettivamente 13% e 12%), collocando la Russia al primo posto nel mondo per incremento dei flussi turistici verso l'Italia. In termini assoluti il numero di turisti russi in Italia è tuttora ridotto rispetto a quello, ormai stabile, di viaggiatori provenienti dagli Stati Uniti d'America o dall'Europa Occidentale, ma il trend è in fortissimo aumento, considerata anche la crescita costante del turismo outbound russo.

Fonte: Camera di Commercio Italo-Russa

La sfida olimpica

La notizia dell'assegnazione dei Giochi Olimpici del 2020 alla città di Tokyo ha dato un nuovo slancio all'economia giapponese (già in fase di espansione) garantendo perfomance positive per almeno altri 7 anni.

Oltre alle facili previsioni di crescita del comparto dell'edilizia, le cui aziende hanno da subito beneficiato di un balzo in avanti dei loro corsi azionari, è chiaro che le Olimpiadi servono a dare concretezza e ragion d'essere ad una politica economica e monetaria espansiva che, dopo il grande "effetto annuncio" avuto nella prima parte dell'anno, poco ha prodotto in termini di benessere reale.

Di fatto il consumatore medio fino ad ora è stato solo spettatore di sensibili aumenti dei prezzi dei beni importati e senza la prospettiva dei Giochi Olimpici probabilmente la decisione da parte del Premier Abe attesa per ottobre sull'aumento della tassa sul consumo (l'IVA giapponese) dal 5% all'8% a partire dal primo Aprile 2014 non sarebbe stata così scontata.

In luglio la bilancia dei pagamenti giapponese ha fatto registrare il più grande balzo in avanti delle esportazioni anno-su-anno dal 2010 con un +12.2% (dopo il +7.4% registrato a giugno) ma a fronte di un parallelo aumento delle importazioni di valore del 19.6% nello stesso mese il deficit commerciale ha raggiunto 1.02 trilioni di yen, il terzo valore mai raggiunto dal 1979.

Questi dati mostrano si una vitalità dell'economia giapponese ma la debolezza della domanda mondiale non basta ancora a far ripartire il volano delle esportazioni che deve, di fatto, far sì che la svalutazione dello yen abbia un effetto positivo e non crei solo "inflazione" importata.

Dal lato delle negoziazioni commerciali, mentre quella tra il Giappone e l'Unione Europea sulla FTA sembra aver perso un po` del suo momento iniziale, dal lato della TransPacific Partnership (TPP) gli Stati Uniti stanno facendo forti pressioni affinché vengano eliminate le barriere all'entrata in particolare nei settori automobilistico e delle assicurazioni. Le previsioni sui prossimi 5-7 anni giocheranno anche qui un ruolo decisivo nel dare forma agli orientamenti che il Giappone prenderà nei confronti delle trattative con i suoi grandi partners economici.

Fonte: Camera di Commercio Italiana in Giappone

Opportunità nel Queensland

Lo Stato australiano del Queensland offre ottime opportunità d'investimento in diversi settori economici grazie ad un'economia stabile, a politiche governative a sostegno della produttività e dello sviluppo, e a buone previsioni di crescita per il futuro. Il tasso di crescita degli ultimi dieci anni è stato del 4.2%, e per i prossimi 4-5 anni il Queensland Treasury and Trade prevede un incremento superiore al 4%.
Tra i settori più interessanti si segnala, in particolare, il comparto agroalimentare.
Il Queensland è rinomato, a livello mondiale, per l'alta qualità e la sicurezza delle sue produzioni agroalimentari che mantengono prezzi competitivi sui mercati internazionali. Numerose aziende del settore, australiane e internazionali, hanno stabilito impianti nella zona in virtù dell'ampia varietà di prodotti disponibili e della vicinanza con i mercati dell'area dell'Asia e del Pacifico.
Per quanto riguarda il tessuto infrastrutturale, nel Queensland sono presenti 5 aeroporti internazionali ed una rete stradale e ferroviaria molto efficiente e funzionale. La varietà di condizioni climatiche e geografiche permette la produzione di una vasta gamma di alimenti.
Nel Paese sono inoltre presenti alcune tra le Università più prestigiose che offrono corsi di studio specifici relativi al settore alimentare e agro alimentare.

Fonte: Italian Chamber of Commerce and Industry in Australia (Queensland) Inc.

Il mercato del vino in Thailandia

Negli ultimi anni in Thailandia si assiste ad un crescente sviluppo del mercato del vino. I consumatori thailandesi acquisiscono rapidamente familiarità con questo prodotto e gli operatori del settore dimostrano un interesse sempre maggiore verso il mercato locale, non solo attraverso l'importazione ma anche con investimenti diretti nel paese.

Il clima della regione rende possibile la raccolta dell'uva anche due volte in un anno: la vendemmia è possibile nel periodo estivo (luglio e agosto) e in inverno (febbraio e marzo).
Il consumo di vino diventa sempre più diffuso e le vendite crescono a ritmi elevati nonostante il vino rappresenti solo il 3% del volume totale di bevande alcoliche consumate nel Paese.
Di pari passo con la crescita della classe media, incrementa l'interesse verso questo prodotto e di conseguenza il futuro del suo mercato è visto come estremamente promettente.
Il vino è considerato dalla popolazione locale una bevanda molto salutare e il suo consumo è legata all'immagine trendy dei numerosi locali alla moda che si stanno diffondendo nelle grandi città.
La vendita di vino non è più limitata agli hotel e ai ristoranti, ma adesso questo prodotto è reperibile in molti negozi e supermercati. Il vino rosso resta il preferito tra i consumatori thailandesi e rappresenta circa il 70% del mercato. Per quanto riguarda le importazioni la Francia è al primo posto in classifica, seguita da Australia e Italia.

Fonte: Thai-Italian Chamber of Commerce

L'Ontario rinuncia al Carbone

È di pochi giorni fa la legge – dal significativo nome "Ending Coal for Cleaner Air Act" – con la quale la Provincia canadese dell'Ontario rinuncia a produrre elettricità attraverso l'utilizzo del carbone (è la prima misura del genere nel territorio nordamericano). La decisione, secondo la governatrice della regione Kathleen Wynne, è una misura importante presa per combattere i mutamenti climatici. Questa legge è una tappa di un percorso che parte da lontano. Per capire l'importanza della decisione è sufficiente pensare che solo 10 anni fa il 25% del fabbisogno energetico dell'Ontario proveniva da questa fonte fossile. Nel 2005, sono stati ben 53 i giorni nei quali i livelli di smog sono andati oltre i limiti consentiti, nel 2013 solamente 2. Secondo studi indipendenti la nuova normativa porterebbe a risparmiare circa 4,2 milioni di dollari in costi correlati all'utilizzo del carbone: danni all'ambiente, alla salute e finanziari. Un altro momento tangibile del cambiamento in atto è rappresentato dallo smantellamento, previsto per l'inizio del 2014, del gigantesco Nanticoke Generation Station, un momento non solo simbolico. Questo impianto – con i suoi 4 GW di elettricità – è stato da sempre uno dei grandi responsabili delle emissioni di gas serra in Canada. I dati del 2005 parlano di 18 milioni di tonnellate di CO_2, l'equivalente di quasi 4milioni di automobili in circolazione sulle strade. Al contempo, negli ultimi quattro anni, sono stati installati o previsti più di 7.100 megawatt in nuovi progetti di energia rinnovabile. Tali politiche che hanno portato alla creazione di oltre 31.000 posti di lavoro. Sono poi più di 25.000 le case, le aziende agricole, le scuole e le imprese che hanno accettato di installare sui propri tetti pannelli solari collegati alla rete.

Fonte: Camera di Commercio Italiana dell'Ontario

* *La newsletter è frutto di un'attività congiunta Assocamerestero-Unioncamere di monitoraggio delle opportunità per le imprese italiane offerte dai mercati esteri, segnalate dalle Camere di Commercio Italiane all'Estero.*
La redazione è a cura di Assocamerestero.
Coordinamento: Pina Costa, Responsabile Area Promozione, Comunicazione e Sviluppo
Redazione e contatto per eventuali approfondimenti: Camilla Sala, Stefano Ferraro, Area Promozione, Comunicazione e Sviluppo