UNIONCAMERE
CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

Assocamerestero
Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero

Numero 17 - Dicembre 2014

CAMERE CON VISTA

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

S.r.l. con il capitale sociale di 1 Euro anche in Slovacchia.

Dal 1 gennaio 2015 dovrebbe entrare in vigore la modifica del Codice Commerciale slovacco, grazie alla quale sarà possibile costituire una s.r.l.(s.r.o.) con il capitale sociale minimo capitale sociale di 1 Euro. A differenza della legislazione ceca, che consente di costituire una s.r.l. con il capitale sociale di 1 Euro senza specifici doveri e limitazioni, la proposta legislativa slovacca è un pò più conservativa. L´introduzione della possibilità di costituire una s.r.l. con il capitale sociale di 1 Euro dovrebbe essere accompagnata soprattutto dalle seguenti modifiche.

Innanzitutto, la nuova normativa prevede che esisteranno due tipi di società a responsabilità limitata: (i) s.r.l. con il capitale sociale minore di 25.000 Euro (da adesso in poi in questo testo solo "s.r.l. piccole") e, (ii) s.r.l. con il capitale sociale di 25.000 Euro oppure superiore (da adesso in poi in questo testo solo "s.r.l. grandi"). Secondo la nuova normativa, le s.r.l. piccole saranno obbligate a indicare l´ammontare del loro capitale sociale (con l´informazione su quanto del capitale sociale e già stato versato) in tutti i documenti commerciali, nella comunicazione con le autorità pubbliche, nonché sul loro sito web. Questo obbligo poi non riguarderà solo le nuove s.r.l. piccole, ma tutte le società a responsabilità limitata con il capitale sociale minore di 25.000 Euro, anche quelle già esistenti. Altra modifica direttamente connessa con l´introduzione della possibilità di costituire una s.r.l. con il capitale sociale di 1 Euro è il dovere di versare tutto l´ammontare del capitale sociale di una s.r.l. piccola e almeno 12 500 Euro del capitale sociale di una s.r.l. grande già durante la costituzione della società. Per paragonare, adesso basta che i fondatori di una s.r.l. versino almeno 2.500 Euro per la costituzione della società, con unica eccezione di un solo fondatore che deve versare tutto l´ammontare del capitale sociale. Altra importante modifica è la limitazione del numero massimo dei soci di una s.r.l. piccola da 50 soci a soli 5 soci. Questa limitazione però non dovrebbe essere applicabile alle società a responsabilità limitata costituite prima del 1 gennaio 2015. Per quanto riguarda la costituzione delle s.r.l. piccole con il capitale sociale minore di 5 000 Euro bisogna avvertire, che secondo la nuova norma, tali società potranno distribuire solo i tre quarti del profitto netto a favore dei loro soci. Inoltre la distribuzione di altri fondi capitali a favore dei soci non sarà ammissibile.

Fonte: Camera di Commercio Italo-Slovacca

La ceramica italiana negli USA

Nel periodo gennaio-agosto 2014, gli USA hanno importato piastrelle dall'Italia per un valore di 349 milioni di dollari. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente le importazioni sono aumentate del 5,6% in valore e sono calate dello 0,7% in quantità.

La ceramica per la tavola e cucina è, dopo quella delle piastrelle, la seconda categoria di prodotti di ceramica maggiormente esportata dall'Italia negli Stati Uniti. Secondo i dati del U.S. Department of Commerce, nei primi otto mesi del 2014 il valore dell'export è stato di circa 16,5 milioni di dollari. Nel primi otto mesi del 2014 gli Stati Uniti hanno importato dall'Italia 41,7 milioni di dollari di articoli in ceramica e/o porcellana, circa 330 container pari a circa 2.140 tonnellate. Si tratta per la maggior parte di tazze, scodelle, brocche, vassoi e altri articoli importanti soprattutto da caffetterie, negozi di casalinghi e distributori di vari prodotti made in Italy. Le principali regioni italiane di provenienza sono l'Umbria, la Toscana e l'Emilia-Romagna. Gli Stati Uniti, dunque, restano una destinazione estremamente importante per l'artigianato italiano di qualità.

Fonte: Italy-America Chamber of Commerce

Il settore metalmeccanico in Ecuador

Negli ultimi anni, l'industria metalmeccanica in Ecuador ha registrato un importante incremento in termini di produzione e sviluppo, che si traduce in un aumento esponenziale del numero di posti di lavoro disponibili nel settore. Secondo le statistiche del Ministero dell'Industria e della Produttività, questo comparto produttivo genera, a livello nazionale, 90.000 posti di lavoro in maniera diretta e indirettamente circa 270.000. Dal 2007 il settore è cresciuto annualmente del 7%, rappresentando il 14% del PIL del Paese secondo i dati dell'Istituto Nazionale di Statistica.

I principali prodotti realizzati sono tubature in acciaio inossidabile, barre per costruzioni, profili laminati, coperture metalliche, tubature per le reti fognarie, per il settore petrolifero, agroindustriale ecc. Possibilità di crescita e sviluppo esistono anche per quello che riguarda l'assemblaggio di veicoli e per i ricambi, poiché la vendita di veicoli, assemblati localmente, è cresciuta del 31% in 4 anni. La performance positiva del settore è visibile non solo a livello nazionale, ma è riconosciuta anche internazionalmente. L'Ecuador si presenta al mondo come un Paese produttore ed esportatore di prodotti di qualità tra i quali prodotti di fonderia, acciaio e ferro; prodotti di alluminio, rame e piombo, caldaie e coperture tra gli altri.

Tra i principali paesi di destinazione per i prodotti ecuadoriani del settore metalmeccanico troviamo Venezuela, Colombia, Perù, Stati Uniti e Cina. Nel Paese esiste, inoltre, un buon margine per investire poiché la produzione nazionale non basta a garantire la domanda esistente.

Fonte: Camara de Comercio Italiana del Ecuador

Serbia : il settore alberghiero in forte espansione

Dopo anni di stagnazione del settore, in Serbia, e in particolare a Belgrado, si assiste ad un cambiamento radicale dell'industria del turismo. Si vedono un po' ovunque nuovi alberghi e pubblicità di grandi catene pronte ad investire nella "nuova" destinazione. Le vecchie strutture, principalmente risalenti al periodo in cui la Serbia era ancora parte della Jugoslavia, si stanno adeguando agli standard europei e questa tendenza è stata particolarmente evidente nel corso degli ultimi due anni. Belgrado è stata da sempre una mete del turismo d'affari, mentre nel resto del paese non mancavano strutture dedicate più al benessere e al relax. La capitale punta ancora sul turismo d'affari e si sta attrezzando sempre più per ospitare incontri di business e meeting aziendali, curando tutti quei servizi funzionali collegati alla mera ospitalità e i trend attuali sembrano premiare gli investimenti fatti nel settore. Nei primi 9 mesi dell'anno circa 490.000 persone hanno soggiornato a Belgrado facendo segnare un incremento del 5% rispetto al 2013.

Fonte: Camera di Commercio Italo-Serba

Il Portogallo punta all'ottavo posto nel ranking dei maggiori esportatori di vino.

Conquistare un gradino nella classifica dei maggiori paesi esportatori di vino del mondo è l'ambizione della ViniPortugal per i prossimi cinque anni. L'associazione interprofessionale per la promozione dei vini portoghesi spinge per il consolidamento del nono posto all'interno del ranking dei maggiori esportatori mondiali ed ambisce all'ottavo posto. Per raggiungere questo obiettivo, la ViniPortugal continuerà a promuovere l'immagine del paese come "produttore di vini per eccellenza" valorizzando il brand "Wines of Portugal", lo si legge nel Piano Strategico del Marchio "Vinhos de Portugal" i cui obbiettivi saranno in questi giorni divulgati durante il Forum Annuale dei Vini Portoghesi.

L'associazione guidata da Jorge Monteiro, il cui bilancio 2015 sarà di 8,2 milioni di euro, ha stabilito come mercati strategici per i prossimi tre anni il Brasile e gli Stati Uniti. In una prospettiva di consolidamento troviamo Germania, Angola, Canada, Norvegia, Regno Unito e Svezia. La Cina, Hong Kong/Macao, Giappone e Singapore sono invece luoghi di possibili investimenti.

Fonte: Camera di Commercio Italiana per il Portogallo

Investire in Myanmar

Se da una parte il Myanmar presenta grandi punti di forza grazie ad un contesto in fase di trasformazione e ricco di opportunità, dall'altra fare business nel paese rappresenta sicuramente una sfida difficile se si considera l'ambiente ancora sfavorevole. Il paese è, infatti, ricco di risorse naturali inesplorate, situato in una zona geografica strategica (confina con Cina e Thailandia) e vi è una grande disponibilità di forza lavoro. Inoltre, all'impegno del governo per ridurre le barriere al commercio, si unisce l'intenzione di realizzare riforme volte a favorire gli investimenti esteri. Nonostante le potenzialità del Paese, permangono alcune criticità che potrebbero rappresentare ostacoli allo sviluppo di attività in loco. La maggioranza della manodopera disponibile risulta ancora scarsamente qualificata, la produttività (misurata come ricavo lordo per lavoratore) risulta generalmente bassa, la situazione politica e sociale non è ancora completamente stabile, la burocrazia risulta essere, in alcuni casi, lenta e la carenza di infrastrutture e risorse rappresenta un limite importante per lo svolgimento delle attività imprenditoriali.

Settori dove investire:

Energia e Minerali: Il Paese è ricco di gas, petrolio e minerali preziosi (produce il 90% della giada a livello mondiale). Molte risorse risultano ancora inesplorate.

Industria Manifatturiera: Grazie a un basso costo del lavoro risultano essere convenienti gli investimenti nei settori manifatturieri labour-intensive come ad esempio quello tessile, dell'arredamento, della pelle dell'abbigliamento e dei giocattoli.

Telecomunicazioni: Lo stato attuale del settore caratterizzato da numeri molto limitati, comparato con l'esperienza dei paesi limitrofi, suggerisce che il settore vivrà nei prossimi anni una forte espansione grazie anche alla recente liberalizzazione del comparto per gli investitori stranieri.

Infrastrutture: La maggior parte degli investimenti sono previsti in strutture residenziali e commerciali, ma si prevede una forte richiesta di centrali elettriche e per il trattamento delle acque oltre a reti stradali e ferroviarie.

Servizi finanziari: Nonostante la presenza di 4 grande banche statali e 20 banche private e semi-statali, il settore bancario appare ancora poco sviluppato. È, tuttavia, previsto un ampio sviluppo del settore finanziario in futuro: 33 banche estere hanno avviato un ufficio di rappresentanza nel paese, i tassi d'interesse sui depositi sono in diminuzione e a luglio dello scorso anno è stata approvata la Central Bank of Myanmar Law che ha dato maggior indipendenza alla banca centrale dal Ministero delle Finanze incoraggiando investimenti e transazioni.

Turismo: La ricchezza culturale del Paese e le attrazioni naturali rappresentano una grande risorsa per il turismo. Con l'apertura del Paese, il numero di turisti è cresciuto moltissimo negli ultimi anni, raddoppiando nello scorso il numero di turisti e toccando quota 2 milioni.

Fonte: Thai-Italian Chamber of Commerce

Italian Quality Experience e rete delle Camere di Commercio Italiane all'estero insieme per promuovere l'Italia nel mondo

Italian Quality Experience è un progetto promosso da Unioncamere con l'obiettivo di valorizzare le eccellenze della filiera italiana del food, in vista dell'importante appuntamento di Expo 2015, realizzato grazie alla sinergia tra le 105 Camere di commercio in Italia e 80 Camere di commercio italiane all'estero, con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo e del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare.

Nell'ambito del progetto è stata attivata una piattaforma web per le imprese del settore agroalimentare Made in Italy: ad oggi sono 2.000 quelle registrate. Ulteriore strumento di promozione per i prodotti e territori italiani sui mercati esteri sono inoltre le iniziative portate avanti dal network delle CCIE attraverso la rete dei ristoranti italiani nel mondo certificati con il marchio "Ospitalità Italiana", marchio che garantisce la qualità dei ristoranti che da sempre sono in prima linea nella promozione dei prodotti autentici e delle ricette della tradizione italiana. Numerose le iniziative portate avanti dalle CCIE, nel corso dei quali sono state assegnate le certificazioni ai ristoranti rispondenti ai requisiti di qualità necessari. Il primo appuntamento è stato il 23 ottobre a Tirana in Albania, seguito dall'evento di Sofia (5 novembre), e da quello di Johannesburg (6 novembre). Il 7 novembre è stata la volta di Stoccolma e qualche giorno dopo (10 novembre) anche a Sydney sono stati premiati i ristoranti italiani ambasciatori di qualità. Anche in Asia e in particolare in Cina (12 novembre), Thailandia (14 novembre) e Singapore (14-16 novembre), nel corso di eventi dedicati al cibo Made in Italy, nuovi ristoranti italiani hanno ottenuto la certificazione "Ospitalità italiana". Infine, lo scorso 13 novembre, anche a Toronto, in Canada, nell'ambito dell'evento "Pentola d'ora", cinque nuovi ristoranti della città hanno ricevuto il prestigioso riconoscimento.

* *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