

Commercioestero
Network



Catalogo Seminari



IL NOSTRO NETWORK GLOBALE

- Forlì
- Ancona
- Almaty
- Asti
- Bari
- Barcelona
- Belluno
- Bergamo
- Bologna
- Bruxelles
- Buenos Aires
- Budapest
- Cesena
- Düsseldorf
- Firenze
- Lecce
- Londra
- Macerata
- Madras
- Milano
- Montevideo
- Mosca
- Napoli
- New York
- Roma
- Rosario
- Santiago del Cile
- Sao Paulo
- Shangai
- Tallin
- Taranto
- Tirana
- Trieste
- Vilnius



Presentazione

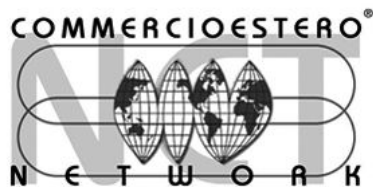
La funzione dell'export si trasforma: non c'è più distinzione fra attività nazionale ed internazionale perché ogni mercato ha una sua dimensione rapportata al peso commerciale. Questo annulla vecchi schemi concorrenziali e ormai superate strategie di marketing suddivise per aree geografiche: sia la grande che la piccola impresa possono concorrere su una stessa area.

Quello dell'internazionalizzazione delle realtà produttive è un concetto a cui è opportuno che professionisti e aziende prestino una maggiore attenzione. La globalizzazione, in quanto continuo processo di crescita verso nuovi orizzonti di mercati, internazionali e della new economy, si presenta infatti come ricchezza di opportunità strategiche, e come sfida per professionisti e imprenditori verso un continuo aggiornamento e una capacità di lettura critica dei fenomeni e dei cambiamenti. Inoltre, l'apertura degli scenari mette in campo risorse, capacità e competenze nuove e in trasformazione, rappresentando una nuova prospettiva formativa e occupazionale.

Internazionalizzazione non è sinonimo di esportazione di prodotti o servizi, né si esaurisce in questa sua parte. Internazionalizzazione significa studio analitico di uno specifico mercato geografico; progettazione e sviluppo di prodotti mirati ad esso e loro collocazione al prezzo di mercato segmentato; pianificazione della presentazione o esposizione di quel prodotto specifico in quello stesso mercato, cogliendo tutte le opportunità legali, fiscali, amministrative e bancarie del contesto.

Questa sfida necessita del supporto di competenze professionali altamente qualificate che siano in grado di assistere i soggetti imprenditoriali in tutti i settori del mercato internazionale. La Commercioestero Network mette a disposizione di coloro che si vogliono affacciare al mondo dell'Internazionalizzazione d'Impresa le competenze sviluppate nel corso degli anni dai suoi professionisti corsi diretti a trasmettere le esperienze acquisite in modo da facilitare le loro attività nei mercati esteri.

Prof. Marco Tupponi
Presidente Commercioestero
Network



Le attività formative svolte

I PROFESSIONISTI APPARTENENTI A COMMERCIOESTERO NETWORK HANNO SVOLTO ATTIVITA' DI FORMAZIONE PER I SEGUENTI ENTI ITALIANI

I.C.E. - Istituto per il Commercio Estero - Roma - Firenze - Ancona - Bari; SDA BOCCONI - Milano; FEDEREXPORT - Roma; INFORMEST - Gorizia; I.F.O.A. - Reggio Emilia - Varese - Pesaro - Ancona - Bari - Lecce - Taranto - Bologna; MIB - Trieste; PROMOS - Milano. Inoltre per: APIS - Forlì, C.F.P. - Forlì/ Cesena/ Faenza/ Lugo; CAMERA di Commercio I.A.A. di Mantova, Piacenza, Cremona, Reggio Emilia, Matera; CENTRO CONSORZI - Belluno; CENTRO ESTERO DELLE CAMERE DI COMMERCIO EMILIANE ROMAGNOLE - Bologna; CENTRO ESTERO DELLE CAMERE DI COMMERCIO LOMBARDE - Milano; CENTRO ESTERO DELLE CAMERE DI COMMERCIO PIEMONTESE - Torino; CENTRO STUDI COMUNICARE L'IMPRESA - Bari; CERCAL - San Mauro Pascoli (FC); COFIMP - Bologna; CESCOT - Ravenna; CISITA - Parma; CNA - Padova; CNIPA - Ancona; CONFARTIGIANATO Benevento in collaborazione con l'Università del Sannio; CONFARTIGIANFORM - Napoli; CONSORZIO SALERNO TRADING - Salerno; CTC - Consorzio per la Formazione Camera di Commercio, Industria, Agricoltura, Artigianato di Bologna; CUOA - Vicenza; E.C.A.P. - Forlì/Ravenna/ Imola; E.F.E.S.O. - Bologna - Ravenna, ECIPAR - Forlì/ Rimini/ Ravenna/ Parma; ENFAP - Ravenna; ERFEA - Marche; FOREMA - Padova; FORMAPER - Milano; FORMART - Forlì/ Cesena; HKE - Milano; I.R.F.A. - Rimini; IAL - Emilia Romagna - Veneto - Friuli Venezia Giulia; ISCOM - Ravenna; ISVE - Napoli; MCM - Bari; OSFIN - Rimini; PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO - Salerno; PARSEC - Bologna; PERFORMA - Ravenna; S.A.P.I.M. - Forlì; SINIM - Reggio Emilia; SPEGEA - Bari; STOÁ - Ercolano (NA); TEOREMA - Forlì; Università degli Studi di Bologna - Sede di Forlì - SERINAR; UPAL - Unione provinciale artigiani di Lecco; EX.IT. - Macerata.

I PROFESSIONISTI APPARTENENTI A COMMERCIOESTERO NETWORK HANNO SVOLTO ATTIVITA' DI FORMAZIONE PER I SEGUENTI ENTI ESTERI

MESSICO - Istituto Tecnologico di Monterrey, Campus Leon, Guadalajara, D.F., Merida, per la formazione a studenti universitari; MESSICO - Confindustria: partecipazione a vari programmi formativi per la Pmi; VENEZUELA - I.E.S.A.: collaborazione per progetti formativi sull'export; BRASILE - SECEX - Segreteria de Comercio Exterior - Formatore di formatori per progetti formativi sull'export; BRASILE - Università di Joinville - Master in Commercio Internazionale; COLOMBIA - Camera di Commercio di Medellín.

SEMINARI

Area Commerciale / Marketing Internazionale

Introduzione all'Internazionalizzazione	Pag. 5
Export: Istruzioni per l'uso	Pag. 6
Ingegneria dell'Export	Pag. 7
L'Ufficio Export	Pag. 8
I Consorzi Export	Pag. 9
Le Fiere	Pag. 10
Indagini di Mercato	Pag. 11
Focus Paese Generale	Pag. 12
Focus Paese per settore merceologico	Pag. 13

Area Legale

Nozioni di Contrattualistica Internazionale	Pag. 14
Il recupero crediti all'estero	Pag. 15
I contratti di distribuzione commerciale	Pag. 16
Il contratto di vendita internazionale	Pag. 17
Le Joint Ventures	Pag. 18

Area Dogane

Gli adempimenti doganali con l'estero	Pag. 19
Trasporti e assicurazioni	Pag. 20

Area Fiscalità Internazionale

La Fiscalità Internazionale	Pag. 21
-----------------------------------	---------

Area Pagamenti

L'assicurazione crediti export	Pag. 22
I sistemi di pagamento per l'export	Pag. 23

Area Finanziamenti

I Finanziamenti per l'Export	Pag. 24
------------------------------------	---------

INTRODUZIONE ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

OBIETTIVI

Fornire le nozioni base per orientare le imprese che non hanno esperienza nei mercati esteri.

CONTENUTI

- L'impresa, l'internazionalizzazione dei mercati ed effetti sull'impresa
- Condizioni necessarie per operare con l'estero
- Globalizzazione, individuazione ed analisi dei mercati
- Le problematiche socio-culturali nelle negoziazioni internazionali
- Informazioni: quali, dove, come, quanto costano
- L'importanza delle ricerche di mercato
- Come contattare un cliente estero e come gestire il rapporto.
- Fiere, workshops e missioni commerciali

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

EXPORT: ISTRUZIONI PER L'USO

OBIETTIVI

Approfondire e migliorare le conoscenze che consentono di migliorare le prestazioni nei mercati internazionali.

CONTENUTI

- L'export check-up
- Gli errori più comuni quando si esporta
- Criteri di selezione di un mercato estero
- Strategie di prezzo
- Strategie di prodotto
- Il distributore estero: la ricerca, la scelta, la valutazione e la gestione
- La gestione integrata della comunicazione (destinatari, obiettivi, strumenti).
- Principali linee guida sulle modalità di scelta, reperimento ed elaborazione delle informazioni necessarie, in funzione di specifici obiettivi conoscitivi
- L'importanza di fare i contratti
- L'importanza di conoscere i sistemi di pagamento
- L'importanza della logistica
- L'importanza della fiscalità

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

INGEGNERIA DELL'EXPORT

OBIETTIVI

Migliorare la competitività dell'export. Trasmettere esperienze. Fornire strumenti pratici per la gestione dell'export, fonti di informazione e una metodologia di lavoro.

CONTENUTI

- Gli obiettivi da porsi per le fiere
- Criteri di selezione delle manifestazioni
- Analisi della concorrenza
- Identificazione partners commerciali
- Gestione delle informazioni e banche dati specialistiche
- Organizzazione dell'ospitalità
- La comunicazione: pubbliche relazioni e comunicati stampa
- Progetto marketing post-fiera
- Le missioni commerciali
- I Workshop

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

L'UFFICIO EXPORT

OBIETTIVI

Fornire gli elementi necessari per impostare correttamente un Ufficio Estero con particolare attenzione alle competenze che deve avere un Export Manager ed i suoi collaboratori.

CONTENUTI

- L'ufficio export. Predisposizione dell'azienda a operare all'estero
- Esempi di organigrammi
- Il profilo dell'export manager
- Ricerche di mercato
- Marketing internazionale e strategie competitive
- Tecniche di vendita: come negoziare, come organizzare una rete di vendita all'estero
- Come contattare un cliente estero e come gestire il rapporto.
- Preparazione di un listino prezzi e di una offerta commerciale

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

I CONSORZI EXPORT

OBIETTIVI

Lo scopo è quello di organizzare la struttura e le attività per il raggiungimento degli obiettivi prefissati dal Consorzio

CONTENUTI

- Il perché dei consorzi: le esigenze delle PMI
- Le principali difficoltà per la realizzazione di un Consorzio
- L'esperienza italiana: Federexport
- Una panoramica dei consorzi italiani
- Caratteristiche de consorzi italiani: settori, dimensioni, servizi richiesti
- Tipi di consorzi: promozionali, vendita, mono e plurisettoriali
- I vantaggi dell'appartenenza ad un consorzio
- Come incentivare la formazione dei consorzi
- Le tappe principali per la creazione di un consorzio
- Esempi di statuto interno
- Progetti di impostazione di consorzi: esperienze pratiche

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

LE FIERE

OBIETTIVI

Le fiere sono il mezzo promozionale più antico a disposizione di produzione e commercio per ampliare il proprio mercato. È importante renderle efficaci, per non vanificare investimenti economici e strategie commerciale per conquistare nuovi clienti.

CONTENUTI

- Gli obiettivi da porsi per le fiere
- Criteri di selezione delle manifestazioni
- Marketing mix per il pre-fiera
- Gestione delle informazioni e banche dati specialistiche
- Organizzazione dell'ospitalità
- La comunicazione finalizzata: pubbliche relazioni e comunicati stampa
- I documenti necessari per andare in fiera
- Progetto marketing post-fiera

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

INDAGINI DI MERCATO

OBIETTIVI

Capire l'importanza operativa ed il risparmio che ha l'impresa con la realizzazione di una indagine di mercato prima di affrontare i mercati internazionali

CONTENUTI

- A cosa serve una indagine di mercato
- Panoramica sulle fonti di informazione sull'estero: fonti secondarie e primarie
- Principali linee guida sulle modalità di scelta, reperimento ed elaborazione delle informazioni necessarie, in funzione di specifici obiettivi conoscitivi
- Modalità raccolta dati
- Dove reperire le informazioni

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

FOCUS PAESE GENERALE

OBIETTIVI

Permettere alle PMI di avere una idea chiara, precisa e aggiornata della situazione complessiva in una determinata nazione, con le sue potenzialità e rischi. I paesi che possono essere analizzati sono:

- U.E. 25
- Russia
- India
- Cina
- Nord e Sud America (in particolare paesi NAFTA e Mercosur)
- Paesi bacino mediterraneo
- Paesi Medio Oriente

CONTENUTI

- Scenario politico, culturale ed economico della nazione
- Analisi del contesto geoeconomico e delle opportunità per le PMI Italiane.
- Come vendere con successo: strategie commerciali e scelte dei canali distributivi
- Problematiche operative commerciali
- Consigli pratici
- La ricerca delle informazioni
- Opportunità di Business

DURATA PER PAESE

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

F O C U S P A E S E P E R S E T T O R E M E R C E O L O G I C O

OBIETTIVI

Analisi dettagliato per paese di determinati settori merceologici a cui le imprese sono maggiormente interessate.

CONTENUTI

- Russia: le opportunità per il settore vino
- Russia: le opportunità per il settore moda
- Russia: le opportunità per il settore arredo e casa
- U.S.A.: le opportunità per il settore I.C.T.
- U.S.A.: le opportunità per il settore agroalimentare
- U.S.A.: le opportunità per il settore moda
- Canada: le opportunità per il settore agroalimentare
- India: le opportunità per il settore agroalimentare
- Cina: le opportunità per il settore agroalimentare
- Brasile: le opportunità per il settore agroalimentare
- Messico: le opportunità per il settore agroalimentare
- Germania: le opportunità per il settore agroalimentare
- Spagna: le opportunità per il settore agroalimentare
- Regno Unito: le opportunità per il settore agroalimentare
- Paesi Bassi: le opportunità per il settore agroalimentare
- Romania: le opportunità per il settore edile

DURATA PER PAESE

4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

NOZIONI DI CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

OBIETTIVI

Individuare ed analizzare, attraverso un'adeguata conoscenza degli elementi di impostazione tecnica e giuridica, le caratteristiche fondamentali della contrattualistica internazionale al fine di perseguire una ottimale gestione dei rapporti commerciali con l'estero.

CONTENUTI

- Nozioni generali di contrattualistica internazionale
- Negoziazione, contrattazione e vendita di prodotti a clienti di diversi mercati ed aree geoeconomiche
- Trattative e responsabilità precontrattuale
- Forma del contratto, conclusione del contratto
- Le condizioni generali, le clausole del contratto, la legge applicabile

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

RECUPERO CREDITI ALL'ESTERO

OBIETTIVI

Capire gli strumenti per prevenire e risolvere la problematica del recupero dei crediti in un paese estero.

CONTENUTI

- L'importanza della contrattualizzazione del rapporto d'affari: le caratteristiche del contratto internazionale.
- Le clausole di cautela e di garanzia nei contratti: legge applicabile, foro competente, incoterms; clausole di cautela e di garanzia dei crediti (star del credere, riserva di proprietà) la normativa nazionale sui ritardi di pagamento (d.lgs 9 ottobre 2002 n. 231)
- Tutela del credito: il recupero del credito nazionale e internazionale
- Le fasi di recupero del credito: stragiudiziale e giudiziale
- Le procedure concorsuali (cenni) la scelta fra azioni giudiziarie nazionali ed extranazionali presupposto: verifica della condizione di eseguibilità del provvedimento nazionale nel paese estero (convenzione bilaterale o appartenenza UE);
- Presupposto: verifica della condizione di eseguibilità del provvedimento arbitrale internazionale (convenzione di New York);

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

I CONTRATTI DI DISTRIBUZIONE COMMERCIALE

OBIETTIVI

Esame approfondito dei diversi tipi di contratti di distribuzione internazionale così da fornire ai partecipanti gli elementi di base teorici per selezionare e comprendere al meglio le clausole più utili da inserire.

CONTENUTI

- I contratti di distribuzione commerciale: agenzia, concessione di vendita, franchising
- Tipologie di clausole ricorrenti
- Patologie del contratto e soluzione delle controversie

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

IL CONTRATTO INTERNAZIONALE DI VENDITA

OBIETTIVI

Esame di uno schema di contratto internazionale di vendita, in particolare della Convenzione di Vienna del 1980 sulla vendita internazionale di beni mobili.

CONTENUTI

- La U.E.: la libera circolazione delle merci, persone, capitali. Il divieto di concorrenza sleale.
- Problematiche contrattualistiche nella negoziazione di un affare con l'estero: la legge applicabile ed il loro foro competente. L'arbitrato internazionale
- Come preparare un buon contratto e le regole generali per cautelarsi
- Forma del contratto, conclusione del contratto;
- Le condizioni generali, le clausole del contratto, la legge applicabile;
- Altre tipologie contrattuali: franchising, know-how, joint venture, ecc...

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

LE JOINT VENTURES

OBIETTIVI

Esame delle Joint Ventures Contractual e Corporation. Esegui di uno schema di Joint Ventures Contractual così da fornire ai partecipanti gli elementi di base per selezionare e comprendere al meglio le clausole più utili da inserire in un contratto di JV.

CONTENUTI

- Nozione di Joint Venture: quando, come e perchè
- Schemi contrattuali
- Normativa di riferimento

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

GLI ADEMPIMENTI DOGANALI CON L'ESTERO

OBIETTIVI

Capire le principali problematiche che si affrontano quando vengono inviate le merci all'estero.

CONTENUTI

- La disciplina doganale vigente in Italia
- La tariffa doganale e il codice di nomenclatura combinata
- Gli scambi intracomunitari ed extracomunitari
- Temporanee importazioni ed esportazioni per agevolare il traffico internazionale
- Fatturazione ed Iva nelle operazioni di commercio estero
- Territorialità dell'imposta ed esenzione Iva all'esportazione

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

TRASPORTI E ASSICURAZIONI

OBIETTIVI

Migliorare le competenze e la conoscenza su aspetti relativi ai trasporti e alle assicurazioni export

CONTENUTI

- I trasporti internazionali: documentazione e limiti alla responsabilità del vettore
- Trasporto marittimo
- Trasporto aereo
- Trasporto su strada e ferrovia
- Trasporto fluviale
- Trasporto intermodale
- Le fasi della spedizione internazionale: caratteristiche e problematiche
- I metodi per ridurre al minimo attese e formalità burocratiche; rispetto dei tempi di sdoganamento predefiniti
- Le diverse forme di assicurazione export

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

LA FISCALITÀ INTERNAZIONALE

OBIETTIVI

Conoscere le problematiche fiscali inerenti il commercio internazionale

CONTENUTI

- Acquisti in esenzione di imposta, plafond, formazione e adempimenti
- Normativa IVA in ambito comunitario: il modello INTRA
- Fiscalità internazionale, doppia imposizione, off-shore.
- Territorialità: cessione dei beni e prestazioni di servizio
- Le esportazioni - Le operazioni triangolari - L'intervento dei commissari. Le esportazioni dirette
- Obblighi formali per usufruire per la non imponibilità degli acquisti
- Le operazioni assimilate all'esportazione: gli acquisti agevolati, le importazioni, le importazioni non soggette a IVA.

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

L'ASSICURAZIONE CREDITI EXPORT

OBIETTIVI

Definire il sistema dei pagamenti, controllarne la riscossione, il recupero del credito e conoscere la relativa documentazione bancaria.

CONTENUTI

- L'assicurazione dei crediti all'esportazione: la Sace.
- L'evoluzione di Sace e la creazione di Sace Bt per sostenere le PMI
- Esame di alcune polizze ad hoc
- Le compagnie private di assicurazione
- Sace e i prodotti per le banche

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

I SISTEMI DI PAGAMENTO PER L'EXPORT

OBIETTIVI

Capire l'importanza di conoscere le diverse modalità di pagamento nelle operazioni internazionali al fine di ridurre il rischio.

CONTENUTI

- I diversi sistemi di pagamento nel commercio internazionale
- Il credito documentario
- Le garanzie bancarie internazionali

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti

I FINANZIAMENTI PER L'EXPORT

OBIETTIVI

Rendere i partecipanti coscienti di quali e quanti strumenti agevolati hanno a disposizione per operare nei mercati internazionali. Far comprendere modalità di funzionamento ed opportunità di utilizzo di ogni strumento.

CONTENUTI

- La Legge 394/81
- Il finanziamento degli studi di fattibilità
- La Legge 100/90
- Gli strumenti bilaterali
- I finanziamenti locali
- Il ruolo di Simest nel sostegno alle PMI
- Analisi delle zone geografiche più appetibili per interventi di sostegno
- I principali bandi aperti

DURATA

Versione completa: 8 ore

Versione seminariale: 4 ore di aula + 4 ore di consulenza diretta ai partecipanti