



ESIGENZE INFORMATIVE SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE: LE PRINCIPALI RICHIESTE DELLE AZIENDE E DEGLI OPERATORI DELL'AGROALIMENTARE ITALIANO

Marzo 2018

**Documento realizzato dall'ISMEA
nell'ambito del Programma Rete Rurale
Nazionale
Piano 2017-18 - Scheda Progetto Ismea 10.1
Internazionalizzazione**

Autorità di gestione: Ministero delle
politiche agricole alimentari e forestali
Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Responsabile scientifico: Fabio Del Bravo

Coordinamento operativo: Antonella Finizia

Autori: Linda Fioriti, Cosimo Montanaro,
Antonietta Valente (SI. Camera)

Grafica e Impaginazione:
Roberta Ruberto

Data: marzo 2018

INDICE

1. PREMESSA.....	3
2. RISULTATI DELL'ANALISI DEI QUESITI: SERVIZIO ESPERTO ON-LINE	5
2.1 Cosa chiedono le imprese all'esperto on-line?	5
2.2 Quali i prodotti da internazionalizzare?	7
2.3 Verso quali mercati si dirige la ricerca di nuove opportunità?	7

1. PREMESSA

Questo rapporto ricade nell'ambito delle attività dell'Ismea nel Programma 2014-2020 della Rete Rurale Nazionale, con particolare riferimento all'“internazionalizzazione” delle aziende agricole e agroalimentari.

Le attività previste, che hanno la finalità di mettere a disposizione degli operatori istituzionali e delle imprese strumenti d'informazione sulla capacità competitiva del settore agroalimentare italiano e delle singole Regioni e sugli sbocchi commerciali nell'ambito del mercato internazionale, si basano su diverse articolazioni operative: analisi delle opportunità agevolative per l'internazionalizzazione, predisposizione e aggiornamento di una banca dati sulle importazioni e esportazioni nazionali e regionali, reportistica con l'analisi dei dati del commercio estero e di approfondimento sulle esigenze informative espresse dalle aziende e operatori del settore. Per sviluppare le attività, si è scelto di operare secondo la filosofia e le finalità proprie della Rete Rurale Nazionale, attivando sinergie con esperti e istituzioni che già operano a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese.

Con riferimento a quest'ultimo aspetto, l'Ismea ha instaurato una *partnership* con Si.Camera per realizzare in collaborazione alcune attività; tra queste, è stata realizzata un'analisi dei quesiti formulati dalle aziende agricole e agroalimentari del servizio “Esperto Online” di *Worldpass*, il portale della rete camerale che fornisce informazioni di primo orientamento all'internazionalizzazione delle imprese italiane¹. Le richieste effettuate dagli utenti di *Worldpass* forniscono infatti indicazioni sulle problematiche che affrontano le imprese agricole ed agroalimentari quando decidono di affacciarsi sul mercato internazionale, ad integrazione di altre informazioni raccolte dall'Ismea su questo tema.

In precedenza, è stata realizzata un'indagine di tipo qualitativo in occasione di un *Workshop*² a cui hanno preso parte imprese ed esperti, allo scopo di individuare ed approfondire le problematiche che essi incontrano nel momento in cui decidono di varcare i confini nazionali. Ciò che è emerso principalmente è la mancanza dei requisiti organizzativi e finanziari per poter impostare un efficace processo di internazionalizzazione, data la piccola dimensione della maggior parte delle imprese agricole e agroalimentari. È stata segnalata anche la necessità di ottenere informazioni chiare, ben organizzate e veicolate sui vari aspetti dell'internazionalizzazione delle produzioni nazionali.

La struttura del tessuto imprenditoriale agricolo e agroalimentare, infatti, risulta molto frammentata e improntata a un'agricoltura di tipo familiare, dove si impiega prevalentemente il lavoro dello stesso imprenditore e dei suoi familiari. In particolare i dati Istat (Censimento 2010) rivelano che il 65% delle 1,6 milioni di aziende agricole censite in Italia ha una dimensione economica – misurata dal valore della Produzione Standard³ aziendale – molto piccola, cioè inferiore a 10 mila euro annui, mentre solo lo 0,7% di

² Workshop formativo "Giovani, agricoltura, impresa: strumenti online e offline per il marketing e l'internazionalizzazione", bando *Mipaaf*, settembre 2016.

³ Valore monetario della produzione, che include le vendite, i reimpieghi, l'autoconsumo e i cambiamenti nello stock dei prodotti, al prezzo franco azienda (a questa regola generale di considerare i prezzi senza i costi di trasporto e commercializzazione, fanno eccezione solo i prodotti per i quali è impossibile la vendita senza il confezionamento: in

aziende ha una Produzione standard superiore a 500 mila euro. Anche nell'industria agroalimentare, dove operano circa 53,2 mila imprese, la distribuzione del numero di imprese e del fatturato per classe di addetti rivela che nel 2014 (ultimo dato di fonte Eurostat disponibile) la grande maggioranza, l'87,5%, ha meno di 10 dipendenti, ma in termini di fatturato rappresenta soltanto l'11,7%. Da questi brevi cenni, appare evidente che per molte imprese del settore agroalimentare le possibilità di vendere sui mercati esteri dipendono dalla possibilità di attivare collaborazioni con altre imprese e/o soggetti intermedi (associazioni, consorzi, reti d'impresa) e di disporre di servizi comuni di supporto e informazione.

Ritornando al *workshop* prima citato, le problematiche e le esigenze emerse nel corso degli incontri con imprese ed esperti sono riconducibili essenzialmente alla difficoltà di investire in formazione del personale, alla impossibilità di organizzare un ufficio export aziendale, alla gestione aziendale delle piccole imprese a carattere molto spesso familiare dove non vige una chiara distinzione dei ruoli, lasciando ampi spazi all'improvvisazione, e anche alla necessità di conoscenza dei mercati esteri e alla scelta dei Paesi target.

A seguito di questo confronto con gli operatori, si è deciso di approfondire la tematica dell'"esigenza informativa" manifestata dalle imprese agricole ed agroalimentari chiedendo a Si.Camera di condividere la loro esperienza in questo ambito. Da questa collaborazione nasce il presente lavoro, che ha come obiettivo principale quello di individuare i fabbisogni informativi delle imprese agroalimentari riportando una fotografia delle richieste effettuate da coloro che hanno consultato il portale *Worldpass*.

Inoltre, l'analisi è da ritenersi propedeutica alla progettazione e realizzazione delle Schede "prodotto/paese" previste tra le attività Ismea per la Rete Rurale Nazionale nell'ambito dell'azione 221 del Programma relativamente ai "servizi per migliorare la redditività e competitività delle aziende sui mercati esteri". Le Schede in questione infatti, oltre ad analizzare i dati delle esportazioni italiane e dei principali concorrenti per determinati prodotti in definiti paesi, individuati come mercati di sbocco interessanti per il prodotto, si pongono l'obiettivo di dare alcuni elementi di risposta ai quesiti raccolti dal servizio "Esperto Online", fornendo informazioni relative agli accordi commerciali, ai documenti doganali, di trasporto, etichettatura, imballaggio, dazi e tariffe.

questo caso il prezzo è considerato quello del prodotto confezionato). Lo Produzione standard non include i pagamenti diretti, l'imposta sul valore aggiunto e le tasse sui prodotti.

2. RISULTATI DELL'ANALISI DEI QUESITI: SERVIZIO ESPERTO ON-LINE

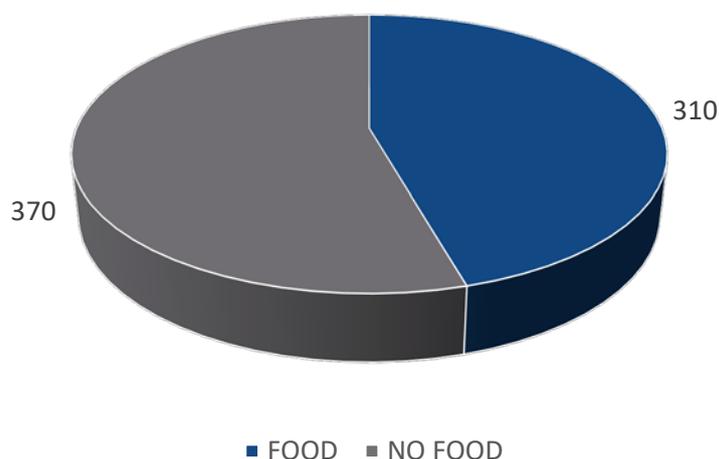
Il portale *Worldpass*, finanziato da Unioncamere, nasce dall'esigenza di fornire un primo orientamento informativo alle imprese che intendono commercializzare i loro prodotti all'estero, e risponde alla volontà di diverse istituzioni di raccordare in un unico spazio di riferimento tutte le informazioni richieste dagli utenti. Sono iscritte al portale circa 10.000 imprese dei principali settori produttivi.

Per la consultazione delle informazioni più approfondite e per le richieste all'"Esperto Online", la piattaforma *Worldpass* richiede una registrazione: ad oggi, le imprese registrate sono oltre 11.000 appartenenti a tutti i settori merceologici. Nel *form* di registrazione non è prevista la specifica del settore merceologico, quindi non è possibile estrapolare le imprese agricole e agroalimentari; tuttavia, dai quesiti posti è possibile risalire alla tipologia di prodotto/categoria merceologica.

Attraverso i punti sportello *Worldpass* sul territorio nazionale (ad eccezione della Lombardia che risponde a quesiti con una propria piattaforma), le imprese hanno fruito di un servizio personalizzato di risposta a domande puntuali, quali quelle riguardanti uno specifico abbinamento prodotto/paese. La Banca dati dei quesiti di *Worldpass* contiene ad oggi circa 1.300 quesiti, provenienti da tutte le città italiane con una maggiore concentrazione nelle Regioni Emilia Romagna, Piemonte, Veneto e Liguria.

L'analisi dei quesiti più significativi ha riguardato il triennio 2015-17, su un campione di 680 richieste, di cui 310 (45,6%) riguardano il settore agroalimentare, suddiviso in diverse categorie di prodotto/paese.

Figura 1 - Ripartizione dei quesiti di *Worldpass* (anni 2015-17, valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera

2.1 Cosa chiedono le imprese all'esperto on-line?

Le risposte alle domande più frequenti riguardano la materia doganale e le accise, con particolare riferimento alla documentazione accompagnatoria della merce. Questa tendenza conferma che le nostre aziende sono principalmente esportatrici e soltanto in via secondaria le richieste riguardano anche la documentazione, la prassi e la normativa per l'immissione in commercio del prodotto sul mercato a destino. L'esigenza

informativa in questo secondo caso non si limita solo allo sdoganamento della merce, ma anche alla sua commercializzazione. In queste circostanze, le aziende richiedono anche informazioni sulle certificazioni specifiche per alcuni tipologie di prodotto (per es. certificato sanitario per le carni e derivati, certificato fitosanitario per i prodotti vegetali, ecc.). Come si evince dalla figura 4, la voce “documenti e formalità doganali” è al primo posto delle richieste (96 richieste sulle 310 esaminate), “certificazioni import/export” al terzo posto (36 richieste su 310), mentre le formalità per “immissione in commercio” del prodotto si collocano all’ottavo posto (13 richieste sulle 310).

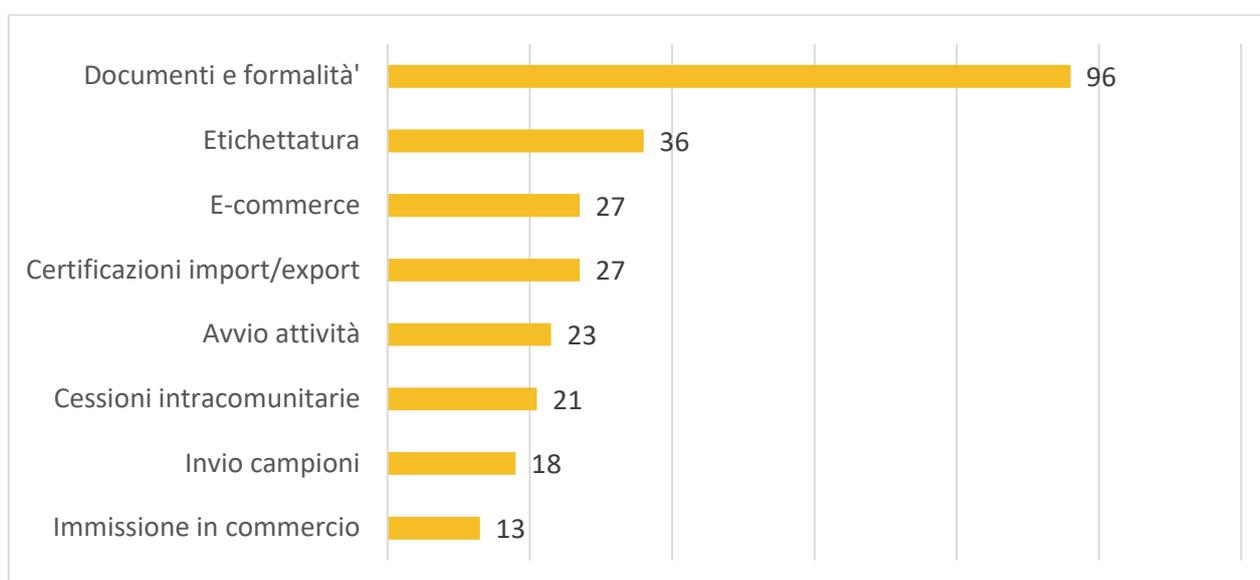
Altro tema rilevante riguarda l’etichettatura dei prodotti alimentari che come sappiamo è sottoposta ad un regime abbastanza rigido nel mercato interno europeo, ma anche nel resto del mondo, dove si possono riscontrare diversità normative, in merito alle indicazioni obbligatorie, ingredienti, peso e lingua da utilizzare in etichetta. Inoltre, l’etichetta varia a seconda della tipologia di prodotto.

Importante è anche sottolineare che le imprese che hanno contattato il portale intendono avere informazioni specifiche per avvio impresa all’estero ai fini della commercializzazione diretta sul mercato obiettivo (nuova azienda o acquisizione di queste di società locali), o avvio di attività di somministrazione di alimenti e bevande (bar, ristorante, rosticceria, ecc.).

L’indagine sul campione fa emergere un altro dato interessante, ossia l’utilizzo dell’*e-commerce* per la vendita diretta al consumo di prodotti alimentari che consente di raggiungere un maggior numero di clienti con un minor costo di gestione dell’attività.

Al fine di commercializzare direttamente le eccellenze locali e nazionali (per es. conserve, sott’olio e sottaceto, marmellate, piatti pronti, ecc.) le imprese hanno richiesto informazioni sulle normative per la vendita *on-line*, con particolare riferimento agli aspetti doganali e fiscali e procedure di invio della merce. Questa tendenza si inserisce pienamente nelle nuove forme di commercializzazione.

Figura 2 - Ripartizione dei quesiti di *Worldpass* per “TIPOLOGIA DI QUESITO” (anni 2015-17, valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera

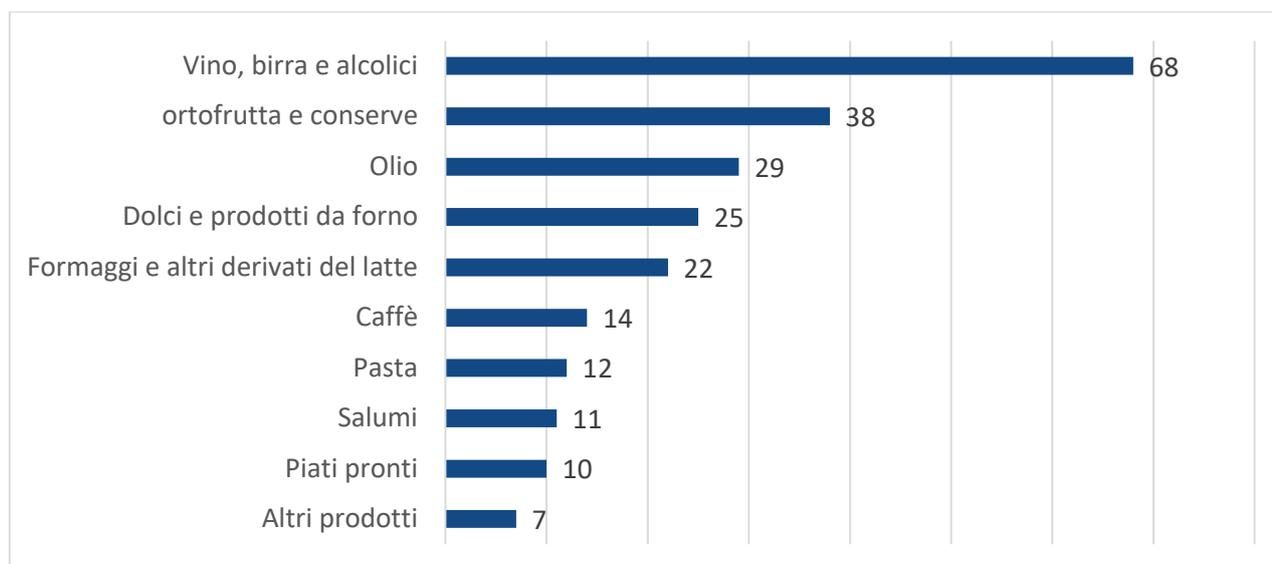
2.2 Quali i prodotti da internazionalizzare?

Le imprese che hanno consultato l'“Esperto Online” di *Worldpass* hanno richiesto prevalentemente informazioni per i prodotti enogastronomici tipici del *Made in Italy*. Infatti, tra i primi 10 prodotti nella graduatoria dei quesiti estrapolati dalla Banca Dati, il vino risulta al primo posto confermando di essere il prodotto trainante del nostro export, seguito da ortofrutta e conserve, olio di oliva, formaggi e latticini, dolci e prodotti da forno, ecc.

Accanto alle tipicità enogastronomiche più note, l'analisi dei quesiti ha rilevato la necessità per le imprese di internazionalizzare anche prodotti di nicchia, quali: “pistilli di zafferano”, “suino nero” ecc. Infatti, alcune richieste sono pervenute da imprenditori agricoli siciliani che hanno investito in idee creative come la coltivazione di lumache per ricavarne “caviale di lumaca”.

In ogni caso, appare evidente che gli utenti del portale sono interessati ad individuare nuove destinazioni per le produzioni tradizionali e/o creare prospettive internazionale per colture e altri prodotti meno diffusi e convenzionali.

Figura 3 - Ripartizione dei quesiti di *Worldpass* per “PRODOTTO” (Anni 2015-17, valori assoluti)



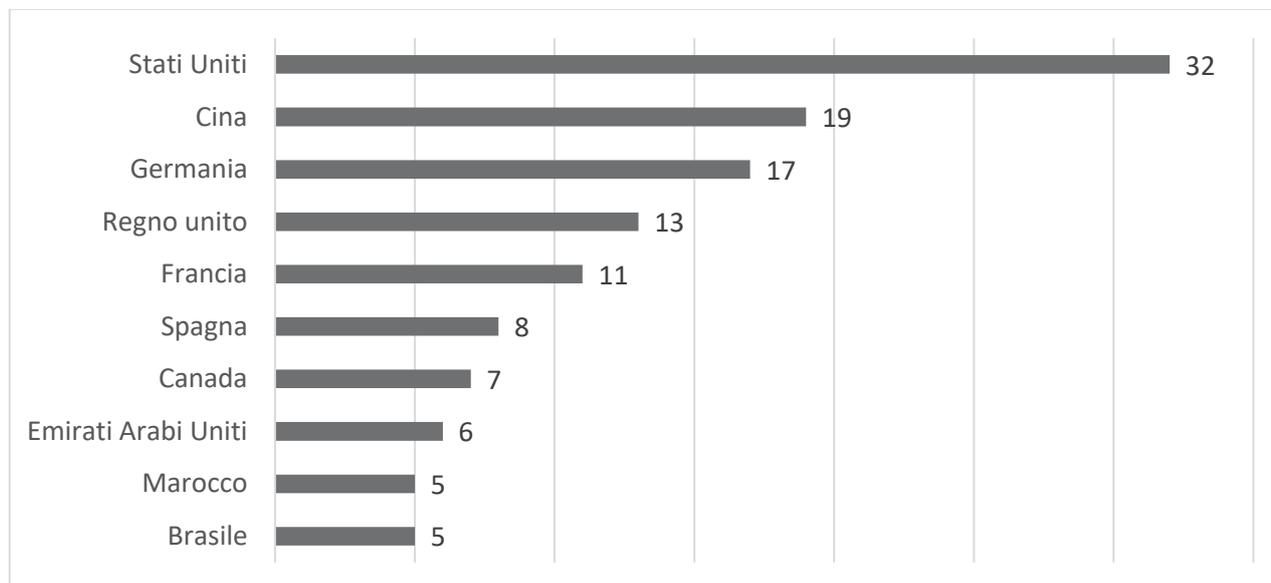
Fonte: elaborazioni Si.Camera

2.3 Verso quali mercati si dirige la ricerca di nuove opportunità?

Per quanto concerne i paesi obiettivo delle richieste inoltrate alla piattaforma *Worldpass*, il risultato, nel triennio in esame, conferma che il principale mercato di sbocco extracomunitario sono gli Stati Uniti e a seguire la Cina, due mercati ormai consolidati per i prodotti agroalimentari *Made in Italy*. Osservando il mercato interno (UE), che origina i 2/3 del fatturato agroalimentare all'estero, i paesi più richiesti sono soprattutto Germania, Regno Unito e Francia.

Soltanto sporadiche richieste riguardano “nuovi” mercati, preferibilmente africani (per esempio Etiopia, Benin, Ghana) spostando così l'interesse dai paesi del Mediterraneo del sud e del Medio-oriente, per le note vicende legate alla sicurezza e all'instabilità politica, e che in passato hanno rappresentato i principali mercati di sbocco delle PMI italiane (quali ad esempio Tunisia, Turchia e Libia).

Figura 4 - Ripartizione dei quesiti di *Worldpass* per “PAESE OBIETTIVO” (anni 2015-17, valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera

In generale, nell'ultimo triennio le imprese italiane hanno consolidato sempre di più le attività di import/export da e verso gli altri paesi UE, probabilmente per contenere i costi e non doversi sobbarcare ulteriori spese necessarie per esportare i propri prodotti nei mercati extra-UE (per esempio, i costi per l'adeguamento alle norme dell'etichettatura, per le certificazioni, per il trasporto verso mete più distanti, per le spese documentali, e per la ricerca di partner).

Tuttavia da un recente studio⁴ dell'Ismea sulla competitività delle imprese italiane all'estero, emerge che i mercati di maggiore interesse e con maggiore potenziale per le esportazioni *Made in Italy* sono proprio quelli extra-UE, oggettivamente più difficili da affrontare, sia per la distanza che per la carenza di informazioni sulle regole da seguire e la documentazione da produrre per esportare e commercializzare i prodotti agroalimentari di interesse.

A tal proposito, le Schede prodotto/paese che verranno elaborate dall'Ismea con la collaborazione di Si.Camera, sono state progettate proprio per rispondere all'esigenza di maggiori informazioni puntuali su mercati meno "frequentati" e molto spesso con maggior potenziale. In queste schede verrà infatti proposta l'analisi sintetica delle caratteristiche economiche, normative e documentali del paese extra-UE selezionato come potenziale mercato di destinazione, declinando le informazioni di carattere tecnico per la specifica produzione presa in esame.

Appare evidente che alle imprese che vogliono trovare spazio in nuovi ambiti mondiali viene richiesto uno sforzo che si traduce non solo in maggiori costi da sostenere, ma anche in una evoluzione della capacità imprenditoriale che porti a valutare queste spese come un investimento per il miglioramento della propria posizione competitiva rispetto ai concorrenti.

Nella tabella che segue vengono riportati, esattamente come posti a *Worldpass*, i bisogni informativi espressi dalle imprese, con particolare riferimento a richieste per avvio d'impresa, certificazioni, cessioni

⁴ Ismea –RRN "Le esportazioni del settore agroalimentare italiano: competitività e mercati potenziali", 2018.

intracomunitarie, formalità doganali, e-commerce, etichettatura e packaging, fiscalità, immissione in commercio, invio campionatura, normativa e trasporti.

Tabella 1 - Cosa chiedono le imprese: i bisogni

AVVIO IMPRESA
acquisizione quote società colombiana autorizzata all'importazione di vini
agevolazioni registrazione marchio: provolone Valpadano
avvio attività di apicoltura
avvio attività di export di prodotti alimentari
avvio attività di ristorazione e somministrazione di alimenti e bevande: documenti e formalità
avvio attività import di birra artigianale
avvio bar: documenti e formalità
avvio caseificio: documenti e formalità
avvio chiosco ambulante per commercio alimenti e bevande: documenti e formalità
avvio focacceria: documenti e formalità
avvio frantoio: finanziamenti e formalità
avvio friggitoria: documenti e formalità
avvio gelateria: normativa, documenti e formalità
avvio impresa import/export birra
avvio impresa import/export prodotti alimentari: normativa, documenti e formalità
avvio impresa import/export ortofrutta
avvio "Italian Coffee House": documenti e formalità
avvio pasticceria/rosticceria
avvio pub con degustazione di prodotti enogastronomici
avvio ristorante/pizzeria: documenti e formalità
avvio società import-export prodotti alimentari
avvio società in Malaysia import vino dall'Italia
avvio società unipersonale: bar-caffetteria con piccola ristorazione
apertura di punti vendita olio d'oliva negli USA: iter procedurale di apertura
apertura punti vendita riso negli USA: iter procedurale di apertura

CERTIFICAZIONI
certificato di origine: export prodotti alimentari già confezionati come rivenditore
certificato d'origine e certificato d'analisi: export caffè
certificato fitosanitario: export fiori recisi
certificato origine della merce: import pistilli di zafferano lavorato in Italia
certificato origine non preferenziale: preparati in polvere per dolci
certificato sanitario: export formaggi
certificato veterinario: export pasta fresca a base di carne
certificazione di qualità BRC (<i>British Retail Consortium</i>) e IFS (<i>International Food Standard</i>) : norme ambientali e igieniche
certificazione Gost U (<i>Gosudarstvennyĭ Standart, GOST</i>): export birra
certificazione organica, etichettatura: import quinoa
certificazione sanitaria: export vino
certificazione: emissione "free sale certificate" in Italia: frutta secca, morbida, bio e vegana
certificazione: legalizzazione certificati export per frutta fresca (mele)
certificazione: prodotti tipici siciliani (biscotti, condimenti in vasetti, pasta, farine, olio, formaggi):
certificazioni alimentari e documenti di spedizione: arancini siciliani congelati
certificazioni e formalità immissione in commercio preparati alimentari
certificazioni e formalità doganali: export salumi
certificazioni, autorizzazione per immissione in commercio conserve sul mercato russo
certificazioni: spedizioni caffè tostato
MERCATO INTERNO PAESI UE
cessione intracomunitaria prodotti amidacei
cessione intracomunitaria conserve
cessione intracomunitaria di formaggi: operazione esente IVA?
cessione intracomunitaria di olio di girasole e di palma, acquistati sfusi da fornitori tedeschi, distribuzione nel mercato italiano.
cessione intracomunitaria di suino nero propria produzione: documenti e formalità
cessione intracomunitaria pizze precotte surgelate
cessione intracomunitaria birra
cessioni intracomunitaria prodotti sott'olio
cessioni intracomunitaria aceto, salse e sughi
cessioni intracomunitaria marmellate e confetture
vendita vino a privati consumatori nella UE
cessioni intracomunitaria e immissione in commercio vino cotto
cessioni intracomunitaria e immissione in commercio vino
cessioni intracomunitaria: formalità immissione in commercio prodotti alimentari
cessioni intracomunitaria: tentata vendita, piatti pronti
cessioni intracomunitarie di prodotti a base di alcool: formalità fiscali, doganali e di trasporto
cessioni intracomunitarie di prodotti tipici siciliani (marmellate, conserve, pesti ecc.): documentazione (fiscale, doganale, e di trasporto)
contrattualistica internazionale: export vino
distribuzione commerciale alimenti

FORMALITA' DOGANALI PAESI TERZI
export prodotti alimentari: documenti e formalità doganali standard
export formaggi per apertura di punti vendita negli USA
export gallette Riso/Mais al Cioccolato e Caramello/Cocco
export torte salate surgelate: lettera su carta intestata x vendita
export olio d'oliva: nuova normativa fatturazione
export vino: spedizione e trasporto
export vino: documenti e formalità doganali
export vino: registrazione prodotto FDA
export vino: documenti e formalità doganali - Ispezione KFDA (<i>Korean Food and Drug Administration</i>)
export pasta: documenti e formalità doganali
export formaggio: documenti e formalità doganali
export biscotti secchi : documenti e formalità doganali
export aceto: documenti e formalità doganali
export porcini secchi : documenti e formalità doganali - etichettatura
export miele: documenti e formalità doganali - etichettatura
export banane: documenti e formalità doganali - certificazioni specifiche
export prodotti tipici italiani: documenti e formalità doganali - trasporto
export pasticcini secchi: documenti e formalità doganali – fiscalità - trasporto
export salse e sughi: documenti e formalità doganali - certificazioni
export ragù con carne suina: documenti e formalità doganali
export agrumi: documenti e formalità doganali
export amaretti: documenti e formalità doganali
export birra: documenti e formalità doganali
export caffè (torrefatto, in capsule, caffeina): documenti e formalità doganali
export cioccolato: documenti e formalità doganali
export conserve documenti e formalità doganali
export farine, miscele di farine e semi: documenti e formalità doganali
export formaggi: documenti e formalità doganali
export grano e grano duro: documenti e formalità doganali
export legumi secchi (ceci): documenti e formalità doganali
export mangime per cani: documenti e formalità doganali
export olio, olio extravergine d'oliva: documenti e formalità doganali e confezionamento (bottiglie da 1 lt.; in lattine da lt. 5, ecc.)
export olio d'oliva: registrazione - "Preventive Controls Qualified Individual" FDA (<i>Food and Drug Administration-USA</i>)
export pane surgelato: documenti e formalità doganali
export panettone: documenti e formalità doganali:
export panna UHT: documenti e formalità doganali (anche per gelaterie)
export pasta secca e fresca: documenti e formalità doganali
export pasticceria secca: documenti e formalità doganali
export pasta fresca: registrazione prodotto
export primi piatti disidratati in polvere per il baby food: documenti e formalità doganali
export prodotti disidratati in genere: documenti e formalità doganali

export cipolla, aglio, origano, basilico disidratati: documenti e formalità doganali
export prodotti lattiero-caseari surgelati: documenti e formalità doganali
export prodotti tipici: documenti e formalità doganali
FORMALITA' DOGANALI PAESI TERZI
export risotti: documenti e formalità doganali - iscrizione alla "FDA Food Canning Establishment (FCE)" (che identifica lo stabilimento produttivo)
export torta tiramisù con un contenuto alcolico al 3% sul peso finito: documenti e formalità doganali
export integratori alimentari confezionati in polvere: documenti e formalità doganali
export provolone: registrazione e deposito marchio
import prodotti alimentari: documenti e formalità doganali generali
import birra: documenti e formalità doganali - etichettatura
import spezie: documenti e formalità doganali - etichettatura
import vodka (40% alcool): documenti e formalità doganali
import polipi surgelati: documenti e formalità doganali
import quinoa: documenti e formalità doganali
import ortaggi e verdura biologici: documenti, formalità e tasse doganali
lista paesi con embargo alle importazioni di prodotti alimentari di origine vegetale
E-COMMERCE
e-commerce b2c : dazi, sdoganamento, certificati e imposte, forme di pagamento e conferma avvenuta ricezione merce
e-commerce confetti: certificato di origine
e-commerce di prodotti tipici (conservate, pasta artigianale secca, miele ecc.)
e-commerce prodotti alimentari (<i>Business to Consumer</i>): normativa
e-commerce: etichettatura di prodotti alimentari
e-commerce: formalità doganali per invio prodotti alimentari
e-commerce: normativa vendita caffè
e-commerce: normativa vendita cioccolato
e-commerce: normativa vendita the
e-commerce: vendita olio d'oliva
e-commerce: vendita vino

ETICHETTATURA E PACKAGING
etichettatura prodotti alimentari: normativa paesi terzi
etichettatura e packaging: mercato interno UE
etichettatura funghi: marchio Made in Italy
etichettatura nutrizionale formaggi: il valore del grasso sul secco
etichettatura formaggi: indicazione sulla crosta "non edibile in plastica"
etichettatura olio d'oliva extravergine: dicitura e formato nei paesi UE
etichettatura prodotti alimentari biologici
etichettatura fiori recisi
etichettatura prodotti alimentari: uso della lingua
etichettatura saba di mosto
etichettatura tartufo non lavorato e sfuso
etichettatura prodotti tipici (marmellate, conserve, sughi, caviale di lumaca): obbligo della lingua
etichettatura acqua minerale
etichettatura "Vegan ok" e "gluten free" sulle confezioni
etichettatura "100% prodotto italiano" o "100% made in Italy" per i prodotti alimentari
etichettatura castagne essiccate
etichettatura cereali
etichettatura: indicazioni sull'esportatore, normativa <i>Food and Drug Administration-USA</i>
etichettatura aceto: normativa
etichettatura latte e derivati: normativa yogurt biologico
etichettatura pasta secca: grammi corrispondenti porzione Australiana (<i>Serving size</i> : indicazione quantità/peso in etichetta)
etichettatura pasta secca (tagliatelle): valori nutrizionali
etichettatura vino: normativa in generale
etichettatura (traduzione in lingua) ed imballaggio vino
etichettatura vino: indicazioni obbligatorie in etichetta
etichettatura vino: retro etichetta
etichettatura vino: in etichetta "100% prodotto italiano" o "100% made in Italy"
etichette e marchi vino: registrazione export
etichettatura olio d'oliva: tabella nutrizionale
etichettatura ortofrutta: tabelle nutrizionali per i funghi
etichettatura: export caffè
packaging mais da popcorn in vari formati
FISCALITA'
fiscalità: export prodotti alimentari <i>paesi terzi</i>
fiscalità: partita Iva nelle cessioni intracomunitarie prodotti alimentari
fiscalità e dazi doganali: export salumi
fiscalità e dazi doganali: export olio d'oliva
fiscalità e dazi doganali: export formaggi
fiscalità e dazi doganali: export caffè
fiscalità e dazi doganali: export aceto
fiscalità/accise e formalità doganali: vendita vino, spumante, alcolici a società privata importatrice
fiscalità/accise: vendita vino a privati consumatori nei paesi UE
fiscalità: accise e dazi doganali: export vino
fiscalità: accise superalcolici (limoncello)

fiscalità: triangolazione commerciale extra-UE-ortofrutta
IMMISSIONE IN COMMERCIO
agenti commerciali: export vino
commercio all'ingrosso alimenti (senza deposito) in Cina: autorizzazione e certificazioni necessarie
grande distribuzione organizzata (GDO): documenti e formalità doganali prodotti alimentari
vendita privati: export prodotti alimentari non deperibili (b2c)
commercio alimentari: Made in Italy, etichettatura, indicazioni del codice a barre
commercio mangimi: restrizioni/dazi
commercio prodotti a base di carne
commercio salse e sughi: Grande distribuzione (GDO)
commercio vino: certificazioni e formalità
commercio olio d'oliva: certificazioni e formalità
commercio sott'olio: grande distribuzione organizzata (GDO)
commercio formaggi: tentata vendita
commercio alcolici: normativa paese obiettivo
informazioni commerciali sul paese obiettivo: export dolci
commercio ambulante alimentari: documentazione e riconoscimento licenza di vendita
commercio e lavorazione latte e derivati
licenza di vendita di bevande alcoliche
iscrizione elenco importatori prodotti biologici c/o Min. Politiche Agricole-forestali: sistema SIB
INVIO CAMPIONATURA
invio campione di prodotti dolciari (250 g): procedure e formalità
invio campione omaggio (vini e spumanti): formalità e documentazione doganale
invio campione partecipazione a fiera agroalimentare: mangimi per animali
invio campioni commerciali conserve: documenti e formalità doganali
Invio campioni commerciali salse e sughi: documenti e formalità doganali
invio campioni omaggio: caffè macinato e in grani
invio campioni per degustazioni in fiera e successiva vendita salumi: formalità e documentazione
invio campioni per degustazioni in fiera e successiva vendita: formalità e documentazione
invio campione partecipazione a fiere: parmigiano
invio merce (vino) in conto visione per una fiera
invio merce (olio di oliva) in conto visione per una fiera
NORMATIVA
normativa del biologico e del naturale
normativa: licenze per banqueting e catering
normativa: limiti legislativi legati all'impiego di glucosio, fruttosio e alla miscela degli stessi zuccheri (pasticceria industriale)
TRASPORTI
trasporti e fattura proforma: invio mozzarella di bufala
trasporti gallette di riso: consegna Ex-Works - EXW (<i>Franco stabilimento in ... luogo definito INCOTERMS</i>).
trasporto: vendita vasetti di confettura extra di ciliegie



RETE RURALE NAZIONALE

Autorità di gestione
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Via XX Settembre, 20 Roma

www.reterurale.it
reterurale@politicheagricole.it
@reterurale
www.facebook.com/reterurale