

# International Trade

Case studies, problem solving and tools



Camera di Commercio  
Ravenna

Azienda Speciale  
**europa sportello**  
Camera di Commercio Ravenna



## Contrattualistica Internazionale

pg.02

LE TIPOLOGIE DI MARCHIO  
COMMERCIALE  
di Giacomo Gori



## Dogana e Fiscalità Internazionale

pg.04

INTRASTAT 2008  
di Franca Delle Chiaie



## Scheda Applicativa Paese

pg.07

SCHEDA NORMATIVA PER IL  
COMMERCIO IN KUWAIT  
di Enzo Bacciardi



## Info Utili

pg.08

Il Certificato GOST sul sito:  
([www.en.gost24.com](http://www.en.gost24.com))  
a cura della Redazione



## Scheda Rischio Paese

pg.09

SENEGAL  
a cura di Fortis



## Lo Speciale

pg.11

LA NUOVA REGOLAMENTAZIONE  
SULL'ASSEGNO BANCARIO NEGLI  
STATI UNITI: CHECK 21 ACT  
di Antonio Di Meo



## LE TIPOLOGIE DI MARCHIO COMMERCIALE

di Giacomo Gori



### Classificazione del marchio commerciale

I marchi commerciali possono essere classificati sotto diversi punti di vista. Una prima distinzione generale attiene ai soggetti che li utilizzano. Avremo così:

- i **marchi individuali** che appartengono al singolo imprenditore per distinguere la propria impresa o i propri prodotti o servizi da quelli degli altri imprenditori;
- i **marchi plurisoggettivi** ovvero utilizzati da più soggetti, e quindi detenuti in comunione, tra cui i marchi collettivi e di gruppo. Solitamente il marchio collettivo svolge la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi. Legittimati a registrarlo saranno quindi quei soggetti che, più che produrre o commercializzare, svolgono la funzione di garantire l'osservanza di standard qualitativi ben determinati attraverso relativi controlli. Uno dei principali scopi di questi marchi è tutelare particolarmente i consumatori i quali possono in qualche modo contare, nelle loro scelte, in una sorta di verifica a priori sulla qualità del bene offertogli. Sulla scorta di questa esigenza la legge (art. 11 C.p.i.) prevede espressamente che chi presenti una domanda per depositare un marchio collettivo debba depositare in allegato i regolamenti che disciplinano l'uso e la concessione del marchio stesso e curare che vengano effettuati i relativi controlli a pena di declaratoria di decadenza per decettività sopravvenuta.

### Struttura del marchio commerciale

Dal punto di vista della struttura del segno si distingue tra marchio semplice e marchio complesso.

- Il **marchio semplice** è costituito solamente da una o più parole o disegni o cifre o suoni ecc. o da altro segno registrabile e non si compone con un altro di tipo diverso (ad esempio una parola ed un disegno). A seconda poi del tipo di segno i marchi potranno essere catalogati come denominativi, se costituiti da nomi comuni e di fantasia, nelle più diverse combinazioni di parole; nominativi, se consistono nel nome del produttore; figurativi o emblematici, se costituiti da figure, lettere o numeri, riproduzioni di oggetti del mondo reale o disegni astratti.
- Il **marchio complesso**, viceversa, è formato dalla combinazione di segni di tipo diverso, ognuno dei quali potenzialmente idoneo a essere valido come marchio e costituisce la maggior parte dei marchi utilizzati, soprattutto quelli nominativi - figurativi. Sul punto è interessante rilevare che gli stessi vengono tutelati sia nel loro insieme che nei singoli elementi che li compongono.

Diversi dai marchi complessi sono invece i **marchi d'insieme** in cui i singoli elementi, di per sé banali, acquistano capacità distintiva grazie alla loro combinazione.

Sempre con riferimento alla struttura del segno, non si possono tralasciare i c.d. **marchi di forma**. Con questa dizione ci si riferisce a tutti quei segni che sono costituiti dalla forma o dalla confezione del prodotto. Uno dei problemi maggiori che si incontra in questo caso riguarda la compatibilità tra questi segni ed il principio in base al quale il marchio deve essere *estraneo* al prodotto che intende identificare altrimenti sarebbe invalido in quanto descrittivo. La legge esclude che possano essere registrati come marchi le forme c.d. *necessarie* intendendosi, con detta espressione, quelle che sono imposte dalla natura stessa del prodotto. Parimenti non possono costituire validi marchi neppure le forme c.d. *funzionali* (ovverosia imposte per ottenere un risultato tecnico) né, tanto meno, quelle c.d. *ornamentali* (che conferiscono un valore al prodotto). Quanto alle prime (*le forme necessarie*), si vuole garantire la libera utilizzabilità della forma a chiunque vi abbia interesse, senza le limitazioni che un'eventuale diritto di esclusiva in capo al titolare del marchio comporterebbe. Riguardo invece alle altre due forme (quelle *funzionali* e quelle *ornamentali*), si vuole evitare la duplicazione di tutela essendo le stesse proteggibili attraverso il deposito di un brevetto per invenzioni o la registrazione di un modello industriale. In buona sostanza, come ha avuto modo di chiarire la giurisprudenza, le uniche forme registrabili come marchi potranno essere quelle "arbitrarie, gratuite o capricciose", come può essere ad esempio una particolare bottiglia di un profumo.





## LE TIPOLOGIE DI MARCHIO COMMERCIALE

di Giacomo Gori



### Capacità distintiva del marchio commerciale

Per ciò che concerne, invece, il grado di capacità distintiva di un marchio è possibile distinguere tra **marchi forti** e **marchi deboli**. Come accennato il marchio non dovrebbe essere costituito da una denominazione generica che si riferisca al prodotto o al servizio, altrimenti sarebbe nullo per assenza di capacità distintiva. Tuttavia esistono marchi che si avvicinano molto alla denominazione generica senza coincidere con essa. In altre parole la relativa originalità del segno viene data da lievi modifiche della parola in modo da differenziarla dalla semplice descrizione. Si tratta dei c.d. marchi deboli la cui protezione è limitata ad impedire che soggetti terzi, rispetto al titolare, possano imitare le piccole varianti apportate alla denominazione generica del prodotto o servizio in questione.

Contrapposti ai precedenti sono i marchi forti che non hanno nulla a che vedere con il prodotto o servizio offerto e pertanto di solito sono nomi di pura fantasia oppure parole che hanno un significato in sé, ma completamente estraneo al bene che individuano. In questo caso la tutela accordata è particolarmente intensa in quanto si estende al nucleo ideologico ed al concetto che il marchio esprime.

A tal proposito si segnalano anche i c.d. **marchi difensivi** che vengono registrati dal titolare del marchio principale allo scopo di difendersi da possibili attacchi di terzi che tentino di imitare il marchio originario registrando e/o utilizzando (si pensi al caso del marchio di fatto) segni con lievi modifiche.

### Marchi generali e marchi speciali

Spostando invece l'attenzione sul prodotto che si intende distinguere si avranno:

- i **marchi generali**, idonei a contraddistinguere una pluralità di prodotti, anche eterogenei tra loro, della produzione dell'impresa (si pensi ad esempio al marchio di una qualsiasi casa automobilistica);
- i **marchi speciali**, utilizzati dall'impresa per contraddistinguere particolari tipologie di prodotti aventi determinate caratteristiche (nell'esempio i singoli modelli di automobili).

Il marchio generale rappresenta il segno distintivo principale di una impresa in quanto privilegiato nell'individuazione della relativa provenienza di un prodotto. Da questo tipo di marchio si è sviluppato poi il concetto di **marchio di gruppo** idoneo ad identificare il raggruppamento di più imprese e, pertanto, di marchi generali.

### Marchi di fabbrica, di commercio e di servizio

Considerando invece la natura dell'attività dell'impresa svolta dal titolare del marchio potremo distinguere tra:

- i **marchi di fabbrica o di produzione** che contrassegnano i prodotti realizzati da un determinato imprenditore;
- i **marchi di commercio** che vengono apposti dal rivenditore sui prodotti fabbricati;
- con la L. 24.12.1959, n. 1178, art. 3, inoltre, sono stati introdotti nel nostro Paese i **marchi di servizio** destinati a contraddistinguere l'attività di imprese di trasporti e comunicazioni, pubblicità, costruzioni, assicurazioni e credito, spettacolo, radio e televisione, trattamento di materiali e simili.

Un esempio può essere utile per chiarire la differenza tra il marchio di servizio ed il marchio di commercio qualora il titolare sia un medesimo soggetto. Se si considera infatti il caso di un'impresa che opera nella grande distribuzione, l'eventuale registrazione del proprio marchio potrà essere riferito alla sola attività che ha per oggetto il servizio di distribuzione del prodotto (ed avremo un marchio di servizio) oppure ai singoli beni che si trovano sugli scaffali (per tutelare i quali dovrà essere richiesto anche un marchio di commercio e dunque di prodotto).

**Gori Giacomo**, Avvocato specializzato in materia di diritto industriale, marchi e brevetti, con studio a Milano.





## **INTRASTAT 2008 di Franca Delle Chiaie**



### **Normativa Intrastat**

La normativa relativa all'adempimento Intrastat che si applica agli scambi intracomunitari di beni ha subito dalla sua entrata in vigore, avvenuta nel 1993, ad oggi, numerosi aggiornamenti. Si sono succedute norme sia comunitarie che nazionali e fra queste l'ultima norma è il decreto 20 dicembre 2006 di cui si richiamano qui appresso i punti salienti. Inoltre nel presente articolo vengono evidenziate alcune novità riguardanti gli operatori che effettuano scambi intracomunitari.

### **Partita Iva degli operatori comunitari**

Per porre in essere un'operazione intracomunitaria è necessario che i soggetti che la realizzano siano soggetti passivi d'imposta. Tuttavia anche quando questo requisito fondamentale esiste è necessario verificare periodicamente e, comunque, almeno all'inizio di ogni anno la correttezza della partita IVA comunicata dai partners comunitari. Ciò al fine di evitare spiacevoli conseguenze a causa di partite IVA che risultano essere errate o inesistenti.

La verifica delle partite IVA comunitarie può essere effettuata attraverso i seguenti siti internet:

[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/vies/lang.do?fromWhichPage=vieshome&selectedLanguage=IT](http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies/lang.do?fromWhichPage=vieshome&selectedLanguage=IT)

oppure <http://www1.agenziaentrate.it/servizi/vies/vies.htm>

### **Variatione partita Iva in Belgio**

Dal 1° gennaio 2008 varia il numero dei caratteri che compongono la partita IVA del Belgio da 9 a 10, con l'aggiunta di uno "zero" davanti alle attuali nove cifre.

### **Nuovi Paesi nell'Unione Economica Monetaria (UEM)**

Il 1° gennaio 2008 anche Cipro e Malta sono entrati a far parte del sistema "EURO". Questi due Paesi vanno ad aggiungersi agli altri tredici Stati in cui l'euro era già in corso che sono: Austria, Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Olanda, Portogallo, Slovenia e Spagna. Per questi due Paesi, come per tutti quelli che hanno adottato l'euro, non va compilata la colonna 5 dell'Intra-2 bis relativa all'importo in valuta.

### **Periodicità di presentazione**

Rimangono in vigore anche per il 2008 le regole contenute nel Decreto 20.12.2006. La periodicità di presentazione dei riepiloghi Intrastat per l'anno in corso va calcolata in base alle operazioni effettuate nell'anno precedente (**Tabelle A e B**).

**Va inoltre effettuato il cambio di periodicità in corso d'anno in caso di superamento del valore delle soglie.**

Se la scadenza del termine cade in giorno festivo la presentazione è prorogata al primo giorno lavorativo successivo. Il sabato è considerato giorno lavorativo.

Il Decreto 20 dicembre 2006 prevede uno slittamento di cinque giorni per coloro che presentano i riepiloghi per via telematica.

### **Cambio di periodicità in corso d'anno per le cessioni intracomunitarie**

#### **• Periodicità trimestrale accertata all'inizio dell'anno**

Il soggetto obbligato che ha accertato all'inizio dell'anno una periodicità trimestrale, in caso di superamento della soglia di € 250.000,00 nel corso dello stesso anno, è tenuto a presentare gli elenchi con cadenza mensile a decorrere dal mese successivo al trimestre nel corso del quale la soglia è stata superata.

#### **• Periodicità annuale accertata all'inizio dell'anno**

- Il soggetto obbligato che ha accertato all'inizio dell'anno una periodicità annuale, qualora nel corso dello stesso anno superi la soglia di € 40.000,00 è tenuto a presentare gli elenchi con cadenza trimestrale a decorrere dal periodo successivo al trimestre nel corso del quale la soglia è stata superata.

- Il soggetto obbligato che ha accertato all'inizio dell'anno una periodicità annuale, qualora nel corso dell'anno superi la soglia di € 250.000,00, è tenuto a presentare gli elenchi con cadenza mensile a decorrere dal periodo successivo al trimestre nel corso del quale la soglia è stata superata.





## INTRASTAT 2008 di Franca Delle Chiaie



In questi due casi il soggetto obbligato è tenuto, contestualmente al primo elenco presentato con la nuova cadenza, alla presentazione di un elenco contenente le cessioni effettuate nei mesi precedenti.

### Tabella A

Scaglioni di importi per cessioni intracomunitarie realizzate nell'anno precedente	Scadenza	Periodicità presentazione modelli riepilogativi
Da 0 a 40.000,00 euro	ANNUALE	Unico elenco entro il 31 gennaio successivo all'anno di riferimento (5 febbraio se presentato telematicamente)
Da 40.000,00 a 250.000,00 euro	TRIMESTRALE	Ogni trimestre entro il mese successivo al trimestre di riferimento (+ 5 giorni se presentato telematicamente)
Oltre 250.000,00 euro	MENSILE	Ogni mese entro il giorno 20 (25 se presentato telematicamente) del mese successivo a quello di riferimento

### Cambio periodicità in corso d'anno per gli acquisti comunitari

#### • Periodicità annuale accertata all'inizio dell'anno

In caso di superamento della soglia di € 180.000,00 nel corso dell'anno, il soggetto obbligato è tenuto a presentare gli elenchi con cadenza mensile a decorrere dal mese successivo al trimestre nel corso del quale la soglia è stata superata.

In questa evenienza il soggetto obbligato è tenuto, contestualmente al primo elenco presentato con la nuova cadenza, alla presentazione di un elenco contenente gli acquisti effettuati nei mesi precedenti.

Rimane il vigore la disposizione contenuta nel Decreto 12.12.2002 relativamente all'abolizione dell'obbligo di presentazione trimestrale del riepilogo degli acquisti intracomunitari. Tuttavia l'operatore può, in via facoltativa, ove non superi la soglia di € 180.000,00, presentarlo trimestralmente.

### Tabella B

Scaglioni di importi per acquisti intracomunitari realizzati nell'anno precedente	Scadenza	Periodicità presentazione modelli riepilogativi
Da 0 a 180.000,00 euro	ANNUALE	Unico elenco entro il 31 gennaio successivo all'anno di riferimento (5 febbraio se presentato telematicamente)
Oltre 180.000,00 euro	MENSILE	Ogni mese entro il giorno 20 (25 se presentato telematicamente) del mese successivo a quello di riferimento





## INTRASTAT 2008 di Franca Delle Chiaie



### Inizio dell'attività degli scambi intracomunitari

I soggetti che non hanno mai effettuato scambi intracomunitari ed effettuano per la prima volta nell'anno in corso tali operazioni, devono determinare la periodicità di presentazione degli elenchi riepilogativi in base alle operazioni che presumono di realizzare nell'anno in corso (circolare Minfinanze n° 13/1994 punto B.15); devono inoltre tenere conto delle nuove norme che obbligano a variare la periodicità in caso di superamento delle soglie.

### Esonero dalla compilazione del valore statistico, condizioni di consegna e del modo di trasporto: nuove soglie

Il Decreto prevede l'elevazione delle soglie a euro 20.000.000,00 che esonerano l'operatore dall'obbligo di indicare il valore statistico, le condizioni di consegna e il modo di trasporto nel riepilogo Intrastat mensile.

Le soglie riportate nella **tabella C** sostituiscono le vecchie soglie di euro 10.000.000,00 di spedizioni e, separatamente, di arrivi in vigore fino a dicembre 2006.

### Tabella C

Soglie valide dal 2007	
INTRA-1 bis (cessioni)	INTRA-2 bis (acquisti)
Gli operatori con obbligo di presentazione mensile del riepilogo Intra-1 bis che hanno realizzato nell'anno precedente o, in caso di inizio dell'attività di scambi intracomunitari, presumono di realizzare nell'anno in corso, un valore annuo delle spedizioni inferiore a <b>euro 20.000.000,00</b> non devono compilare le colonne relative al valore statistico, alle condizioni di consegna e al modo di trasporto.	Gli operatori con obbligo di presentazione mensile del riepilogo Intra-2 bis, che hanno realizzato nell'anno precedente o, in caso di inizio dell'attività di scambi intracomunitari, presumono di realizzare nell'anno in corso, un valore annuo degli arrivi inferiore a <b>euro 20.000.000,00</b> non devono compilare le colonne relative al valore statistico, alle condizioni di consegna e al modo di trasporto.

### Nomenclatura Combinata 2008

Sulla GUCE L286 del 31 ottobre 2007 è stato pubblicato il Regolamento CE n° 1214 del 20 settembre 2007 relativo alla versione aggiornata della nomenclatura tariffaria e statistica ed alla tariffa doganale comune. La nuova versione è disponibile nel sito:

<http://eur-lex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:L:2007:286:SOM:IT:HTML>

oppure in quello dell'Agenzia delle Dogane: <http://www.agenziadogane.gov.it/wps/wcm/connect/ed>.

**Delle Chiaie Franca**, Consulente in scambi intracomunitari e normativa doganale, Confindustria Bergamo.





# Scheda Applicativa Paese



## SCHEDA NORMATIVA PER IL COMMERCIO IN KUWAIT

di Enzo Bacciardi



### Norme relative alla compravendita

#### Importazione di prodotti

L'importazione in Kuwait di determinate tipologie di prodotti è soggetta a particolari requisiti di etichettature ed imballaggio.

#### Normativa applicabile alle compravendite

Il Kuwait non ha aderito alla Convenzione di Vienna del 1980 sulle norme uniformi relative alla vendita internazionale di beni mobili. Pertanto, le vendite di prodotti e servizi in Kuwait da parte di imprese italiane saranno necessariamente disciplinate dal diritto interno del Kuwait oltreché dalle norme generali di diritto internazionale.

#### Legge applicabile

È possibile regolare i contratti di compravendita con un legge diversa da quella nazionale del Kuwait. Non è comunque possibile derogare alle norme imperative del Kuwait.

#### Soluzione delle controversie

Con riferimento alla scelta del foro competente per la risoluzione delle controversie, la scelta di un foro diverso dal Kuwait non è vincolante per i giudici kuwaitinani. Pertanto, è sconsigliabile prevedere in un contratto una clausola di deroga al foro del Kuwait.

#### Clausola arbitrale

Il Kuwait ha aderito alla Convenzione di New York del 1958 relativa al riconoscimento ed all'esecuzione dei lodi arbitrali stranieri. È pertanto possibile inserire in un contratto di compravendita una clausola arbitrale per la risoluzione delle controversie.

### Norme relative alla distribuzione

#### Agenzia

L'attività di agenzia è riservata ai soli cittadini del Kuwait o società il cui capitale è interamente detenuto da cittadini del Kuwait.

I contratti di agenzia devono essere stipulati in forma scritta e registrati presso il Ministero del Commercio del Kuwait. Il contratto di agenzia è disciplinato dal Codice di Commercio del Kuwait, il quale prevede una serie di disposizioni inderogabili in merito alla durata minima del contratto ed al diritto dell'agente alla indennità di risoluzione del rapporto.

#### Concessione di vendita

L'attività di concessionario o importatore esclusivo è riservata ai soli cittadini del Kuwait o a società la cui maggioranza del capitale è detenuta da cittadini del Kuwait. L'esercizio dell'attività di concessione di vendita e di importatore è subordinato al rilascio di una specifica autorizzazione da parte del Ministero del Commercio e Industria del Kuwait.

### Pagamenti internazionali utilizzabili

La forma di pagamento che consente una maggiore sicurezza è rappresentata dalla Lettera di credito, irrevocabile e, possibilmente, confermata da una banca europea, utilizzabile a presentazione dei documenti di spedizione. Sono altresì accettabili gli assegni circolari o *certified cheques*.

**Bacciardi Enzo**, Avvocato specializzato in diritto commerciale e contrattualistica internazionale. Studio Legale Bacciardi & Partners di Pesaro.



## Il Certificato GOST sul sito: ([www.en.gost24.com](http://www.en.gost24.com)) a cura della Redazione



In questo numero di International Trade presentiamo il sito [www.en.gost24.com](http://www.en.gost24.com), sito specializzato, che fornisce tutte le indicazioni per le Certificazioni necessarie per commerciare con la Russia: Certificazione GOST, Certificato igienico sanitario, normative e standard in Russia, Certificazione obbligatoria e libera, Certificato prevenzione incendi.

**GOST24.com**  
PROVIDING BEST BUSINESS SOLUTIONS

About Us | Certification in Russia | GOST - is it necessary for my product ? | FAQ certification in Russia | CONTACT

Certification Center GOST LTD - Authorized representative of Russian GOSSTANDART. We cooperate with Russian GOSSANEPIDNADZOR, Russian GOSSTROJ, Russian GOSGORTECHNADZOR and Russian Ministry of Health what gives us the rights to certificate products and services according to GOST norms in range of:

- GOST Certification of serial production.
- Certification of commodities portion in GOST system.
- Health and hygiene certificate - GosSanEpidNadzor.
- Certificate of Russian Gosstroj - building constructions.
- Certificate of fire safety.
- Certificate GosGorTehNadzor - Industrial safety.

**Questions and answers**

What is GOST certification?  
What do you need GOST certification for?  
Is this Certificate valid in other CIS countries?  
I have no ISO 9000 or any other

**Our services**

**GOST CERTIFICATION**

We are one of the best certifying companies in Europe. We have experience gathered during years of certifying, inspecting and verifying activity to share with our clients in all spheres of economy. We give certificates in GOST system:

- Cliccando **Cerification in Russia**, compare sulla destra, l'elenco di tutte le certificazioni richieste all'interno della Federazione Russa, il primo è **Gost Cerification**, cliccando **more>>** troviamo le indicazioni base riguardo questo certificato.
- Tornando all'**homepage** è possibile avere tutte le informazioni sul certificato in esame nella sezione **Questions and answers** (a sinistra): cos'è, autorizzazioni per ottenere il certificato, quando è necessario, in quali stati del CIS è valido, quali sono i prodotti interessati, quali documenti servono per ottenerlo, rapporto con il certificato ISO 9000 (l'ISO 9000 non è sufficiente per la Russia).
- Per quanto riguarda questo ultimo punto è possibile richiedere se il certificato Gost è necessario per il proprio prodotto specifico, cliccando **GOST – is it necessary for my product?**, sezione situata nell'**homepage**, e compilando l'Application Form che verrà inviata ai responsabili del servizio per poter essere analizzata. Il cliente riceverà risposta entro al massimo 24 ore.

Il sito sopra descritto non è in lingua italiana (solo inglese e tedesco), per poter avere informazioni in italiano segnaliamo il sito [www.it.gost-r.info](http://www.it.gost-r.info), gestito dallo stesso operatore ma meno ricco dal punto di vista delle informazioni. Per avere informazioni circa i costi e i termini per il Certificato Gost, [www.it.gost-r.info](http://www.it.gost-r.info), **Certificazione GOST-R FAQ**, **Termini e prezzi**.



# Scheda Rischio Paese: Senegal



a cura di

**FORTIS** 



Fortis Bank parte del gruppo Fortis, uno dei maggiori gruppi europei di bancassicurazione, è presente in Italia a Milano, Padova, Bologna, Torino e Firenze. Fortis Bank è l'unica banca internazionale con una rete mondiale e soluzioni innovative a disposizione delle piccole e medie imprese Italiane che operano sui mercati esteri.

Per saperne di più, [www.fortisbusiness.com](http://www.fortisbusiness.com). Global Trade Finance, Alfredo Bresciani  
Tel +39 02 57 532 363, [alfredo.bresciani@fortis.com](mailto:alfredo.bresciani@fortis.com) - [tradefinance.italy@fortis.com](mailto:tradefinance.italy@fortis.com)

**Rating sovrano: 8/20**

**Rating politico: 8/20**

**Categoria SACE: 6/7**

N.B.: Il rating Fortis va da 1 (migliore) a 20 (peggiore).  
Dal 18 è già default

Valutazione Rischio Paese, 16 novembre 2007

## Valutazione:

Tradizionalmente uno dei paesi con i migliori risultati nella regione, il Senegal continua ad essere un paese molto stabile sia politicamente che economicamente. Nel febbraio 2007 Adboulaye Wade è stato rieletto come presidente, anche se il risultato è stato influenzato da un boicottaggio e da una bassa affluenza alle urne.

È stata così mantenuta la continuità e il programma di riforma economica del governo può essere continuato. La situazione di sicurezza nel remoto sud, nella regione di Casamance rimane un punto d'attenzione.

La crescita economica ha ripreso nuovamente, ma rimane al di sotto del 7% tasso di crescita necessario per soddisfare gli obiettivi di riduzione della povertà.

Con un'economia diversificata, tutti gli elementi presenti per la crescita, come l'ulteriore sviluppo del settore dei servizi, la moderata inflazione e la continuazione di una politica di bilancio rigorosa, oltre alla riduzione del debito, sembrano essere mantenuti allo stesso livello.

Dakar si è sviluppata come centro servizi regionali, con un certo successo. Tuttavia, la lentezza del processo di riforma in alcuni settori strategici (energia, industria di produzione di fosfato) non si è riflettuto anche sulle capacità di gestione del governo.

Inoltre, il paese rimane pesantemente dipendente da aiuti esteri. L'export senegalese resta vulnerabile agli shock esterni (cambiamenti nella domanda di fosfati, esportazione di pesce). Nel complesso il Senegal rimane uno dei più importanti centri economici e motore di crescita nella regione.

## STATISTICHE

### MEMORANDUM DATA

Popolazione (tasso di crescita): 12.07 mln (2.5%)

Tasso di disoccupazione - %

PIL: 10.800 mln USD (2006)

PIL pro capite: 896 USD (2006)

### PIL PER SETTORE PRODUTTIVO

Agricoltura: 16.6%

Industria: 19.2%

Servizi: 64.1%



# Scheda Rischio Paese: Senegal



## INDICATORI ECONOMICI PRINCIPALI

(s) stimato, (p) previsto	2003	2004	2005	2006(s)	2007(p)	2008(p)
<b>Economia nazionale</b>						
Tasso di crescita economica (%)	6,5	6,2	5,1	2,0	4,6	4,8
Tasso di inflazione (%)	0,0	0,5	1,7	2,1	5,4	2,5
Bilancio pubblico / PIL (%)	-1,7	-2,5	-2,8	-5,8	-4,7	-4,5
<b>Bilancia estera</b>						
Bilancia commerciale / PIL (%)	-12,6	-10,5	-12,6	-13,9	-12,9	-12,7
Partite correnti / PIL (%)	-6,8	-5,5	-6,8	-8,0	-8,0	-8,3
Fabbisogno finanziario <sup>1</sup> (mln USD)	-6,03	-789	-844	-977	-1,133	-1,329
Investimenti esteri netti diretti (mln USD)	50	64	37	63	73	72
Riserve valutarie estera (mln USD)	1,111	1,386	1,191	1,334	1,350	1,400
<b>Debito estero</b>						
Debito estero totale (mln USD)	4,367	3,825	3,793	1,439	1,604	1,805
Debito a breve termine (mln USD)	156	36	36	38	41	47
Debito scaduto (capitale & interessi) (mln USD)	12,0	13,0	10,0	10,0	10,0	9,0
Riserve valutarie estere/debito estero totale (%)	25,4	36,2	21,4	92,7	84,2	77,6
Riserve valutarie estere/debito a breve termine (%)	712,2	3850,0	3308,3	3510,5	3292,7	2978,7
Debito estero / PIL (%)	68,1	40,8	40,4	13,3	14,9	16,7
Debt service ratio <sup>2</sup> (%)	12,8	15,5	8,9	7,0	5,7	5,6

1. Partite correnti – ripagamenti per quota capitale del debito estero

2. Totale ripagamenti per quote capitale e interessi del debito estero / valore esportazioni

## FLUSSI COMMERCIALI

### Destinazione delle esportazioni (2006):

Esportazioni in India (Fob)	18,5 %
Esportazioni in Mali (Fob)	14,3 %
Esportazioni in Francia (Fob)	6,9 %
Esportazioni in Italia (Fob)	5,1 %

### Origine delle importazioni (2006):

Importazioni dalla Francia (Cif)	21,3 %
Importazioni dalla Nigeria (Cif)	10,6 %
Importazioni dalla Germania (Cif)	8,9 %
Importazioni dall'Italia (Cif)	4,9 %

### Principali esportazioni (2006):

Pesci e crustacei (Fob)	9,9 %
Prodotti e fosfati (Fob)	5,8 %
Arachidi e olio (Fob)	3,8 %
Prodotti petroliferi (Fob)	24,5 %

### Principali importazioni (2006):

Combustibili (Cif)	21,8 %
Prodotti alimentari (Cif)	23,0 %
Beni capitali (Cif)	15,4 %





## LA NUOVA REGOLAMENTAZIONE SULL'ASSEGNO BANCARIO NEGLI STATI UNITI: CHECK 21 ACT

di Antonio Di Meo



### Caratteristiche dell'assegno bancario negli Stati Uniti

Nel numero 09/15 maggio 2005 di International Trade abbiamo trattato “L'Assegno Bancario negli Stati Uniti: quali le insidie”, sottolineando quanto sia importante per gli operatori economici, che effettuino transazioni commerciali pagabili con tale mezzo di pagamento, aver presente il “sistema normativo” statunitense che disciplina la materia sia a livello federale, con il Codice Commerciale (*Uniform Commercial Code – UCC*), che a livello dei singoli Stati, con norme che hanno emendato la norma federale.

Abbiamo, illustrato, inoltre, le caratteristiche di questo strumento di pagamento che, contrariamente a quanto accade in Italia, non viene considerato un titolo di credito, ma un semplice strumento di negoziazione (*negotiable instrument*), con la conseguenza che non presenta le caratteristiche giuridiche tipiche dell'assegno italiano e di quello dei Paesi che, come l'Italia, hanno sottoscritto le Convenzioni di Ginevrine<sup>1</sup> degli anni trenta, disciplinando, poi, la materia in conformità a quanto stabilito dalle Convenzioni stesse.

Le differenze dell'assegno bancario statunitense, rispetto all'assegno italiano, si sostanziano proprio per il fatto che, essendo il “*check*” americano vincolato alla causa che lo ha generato, (mancanza del principio di astrattezza e di autonomia), senza idonea contropresentazione l'assegno non si considera emesso. La mancata o insufficiente contropresentazione può, pertanto, costituire una valida eccezione per il debitore/traente l'assegno per rifiutare o revocare l'ordine di pagamento dello stesso se non, addirittura, richiederne la revoca anche a pagamento già avvenuto.

A distanza di quattro anni ritorniamo sull'argomento per presentare la nuova regolamentazione USA in materia di assegni bancari, denominata “*CHECK 21 ACT*”, abbreviazione di *Chek clearing for the 21st century act* entrata in vigore, a livello federale, il 28 ottobre 2004.

Tale legge viene applicata da tutti gli States in quanto trattasi di legge federale.

### Check 21 Act

La nuova normativa USA permette, anche se non è obbligatorio, l'eliminazione dell'assegno cartaceo (troncatura) dal processo di incasso, convertendolo in file-immagine (*conversion check*). Questo vuol dire che un assegno bancario tratto sull'American Express e presentato per l'incasso dal beneficiario del medesimo su di una banca diversa da quella trattaria, (cioè diversa dall'American Express), potrà essere convertito in file-immagine, rendendo così più agevole, l'incasso attraverso, il trasferimento elettronico delle immagini da una banca all'altra.

SARÀ, PERTANTO, GENERATO ELETTRONICAMENTE  
UN “SOSTITUTO DI ASSEGNO” GIURIDICAMENTE RILEVANTE

La normativa federale permette, così, di velocizzare la lavorazione dell'assegno, con l'effetto che l'importo viene prelevato dal conto corrente del traente in tempi più ridotti.

Nel caso non ci siano fondi sul conto corrente del traente, con il *Check 21 Act*, il beneficiario potrà venire a conoscenza dell'impagato in modo più tempestivo rispetto al tempo che richiede la restituzione dell'assegno cartaceo che, solitamente, include:

- il tempo a disposizione della banca trattaria per pagare l'assegno in base a quanto previsto dalle UCC sopra richiamate e alle eventuali varianti presenti nei singoli States;
- il tempo necessario per la spedizione dell'assegno alla banca del beneficiario che ha inviato l'assegno per il pagamento.

<sup>1</sup> Convenzioni di Ginevra del 7 giugno 1930 sui conflitti di legge in materia di cambiali e del 19 marzo 1931 in materia di Assegno bancari.





## LA NUOVA REGOLAMENTAZIONE SULL'ASSEGNO BANCARIO NEGLI STATI UNITI: CHECK 21 ACT

di Antonio Di Meo



Se con il *Check 21 Act* si accelerano i tempi di conoscenza circa l'esito dell'assegno, nel caso di impagato, il beneficiario si vedrà stornato l'accredito in tempi più brevi.

### Conversioni Check

- È una riproduzione elettronica dell'assegno originale emesso in forma cartacea contenente un'immagine del verso e del recto dell'assegno originale, recante una *code line* che contiene le stesse informazioni dell'assegno originale. Mostrerà, inoltre, il codice della banca negoziatrice che ha eliminato l'assegno cartaceo dal processo di incasso (che ha, cioè, provveduto alla cosiddetta "troncatura") ed il codice della banca che ha generato il sostituto.
- Il sostituto dell'assegno è l'equivalente legale dell'originale a tutti gli effetti ai sensi della legge dello Stato e di quella Federale.
- Il sostituto dell'assegno è perfettamente valida per ogni iniziativa investigativa e vale come prova ai fini dell'attività di repressione dei reati e delle frodi.
- Tutte le parti coinvolte nel processo sono obbligate ad accettare un "Sostituto di assegno".
- Quando nel processo di incasso una banca "tronca" un assegno emesso da un correntista, il sostituto di assegno sarà considerato una forma di materializzazione e nessuno potrà richiedere l'originale cartaceo dal quale è stato generato. Il cartaceo viene distrutto.

### Conseguenze del Check 21 Act

- Con il *Check 21 Act* nessuna banca statunitense può rifiutare la negoziazione di un assegno troncato.
- Non è richiesto, inoltre, alcun mandato specifico alla troncatura.
- Il correntista statunitense ha, comunque, la facoltà di autorizzare la banca trassata a:
  - trattare solo l'originale cartaceo;
  - accettare solo il file-immagine.
- In mancanza di autorizzazione le banche statunitensi provvederanno a generare il "*Conversion check*".
- Il beneficiario che necessitasse ottenere una copia cartacea del file-immagine, dovrà farne espressa richiesta e sopportare i costi per l'ottenimento.

### Obiettivi del Check 21 Act e conclusioni

La nuova regolamentazione USA nasce dalla constatazione che molte truffe avvengono tramite assegni, che il volume degli assegni emessi è rilevante e che, nell'anno 2000, il numero di assegni circolanti negli Stati Uniti raggiunge il numero di 50 miliardi.

Questi numeri evidenziano i costi che il processo di incasso degli assegni cartacei genera per trasportarli fisicamente per il pagamento da una banca all'altra con l'utilizzo di aerei, camion e altri mezzi idonei.

In considerazione di quanto sopra, la nuova regolamentazione si è posta l'obiettivo di aumentare l'efficienza del sistema di gestione bancaria, eliminando la spedizione materiale dell'assegno, aumentando i meccanismi di controllo e riducendo i costi relativi del processo di incasso.

Il *Check 21* è stato un primo passo per cercare di ammodernare un sistema di trattamento del pagamento a mezzo assegno che, se da una parte ha permesso di ridurre i costi e di velocizzare i tempi di lavorazione, con l'effetto di ridurre i giorni di pagamento dell'assegno, dall'altra non è stato esente da critiche motivate dal fatto che tutto ciò rafforza tale forma di pagamento in uso e riduce con la smaterializzazione, la possibilità di rilevare azioni o atti fraudolenti sugli assegni (variazioni nella qualità della carta, nelle firme originali, ecc.) che, se in forma cartacea, potrebbero meglio essere rilevati.

**Di Meo Antonio**, Consulente specializzato in pagamenti internazionali e crediti documentari, giornalista pubblicitista e Professore a contratto presso l'Università di Macerata. Studio DI MEO Padova.





## INFORMAZIONI SULLA RIVISTA ED INDIRIZZI UTILI

- **Direttore:** Giovanni Casadei Monti
- **Direttore responsabile:** Paola Morigi
- **Referente scientifico:** Antonio Di Meo
- **Redazione:** Antonio Di Meo, Cinzia Bolognesi
- **Progetto grafico - impaginazione:** Feroli srl – Forlì
- **Segreteria – amministrazione:** Azienda Speciale S.I.D.I. Eurosportello (EIC IT 369) Viale Farini 14 - 48100 Ravenna Tel 0544 481443 - Fax 0544 218731
- **Hanno collaborato a questo numero:** Enzo Bacciardi, Delle Chiaie Franca, Antonio Di Meo, Fortis, Giacomo Gori.

CONTATTATE LA NOSTRA REDAZIONE, mandateci i vostri suggerimenti, segnalateci gli argomenti che volete approfondire:

**Redazione di Ravenna:** Dr.ssa Cinzia Bolognesi, Tel 0544 481415 – Fax 0544 218731, e-mail: [internationaltrade@ra.camcom.it](mailto:internationaltrade@ra.camcom.it)

**Redazione di Padova:** Dott. Antonio Di Meo, Tel 049 7806447 – Fax 049 8073284, e-mail: [antonio.dimeo@studiodimeo.com](mailto:antonio.dimeo@studiodimeo.com)

### **Costo abbonamento: 96,00 euro + iva**

Rivista elettronica quindicinale (24 numeri di cui 22 invii, gennaio e agosto due numeri in uno), spedizione per posta elettronica. L'abbonamento è ad anno solare. Qualora venga sottoscritto dopo il 15 gennaio dell'anno in corso, i numeri arretrati vengono inviati in abbonamento insieme al primo numero utile. Gli abbonati riceveranno una user id e una password e potranno scaricare i numeri della rivista dal sito <http://www.ra.camcom.it/internationaltrade>

I testi e l'elaborazione dei testi, anche se curati con la massima attenzione, non possono comportare specifiche responsabilità a carico dei redattori per involontari errori o inesattezze. Quanto alle soluzioni proposte, pur se elaborate con la massima cura possibile, non impegnano in alcun modo la Redazione di International Trade e i suoi collaboratori.

È vietata ogni riproduzione totale o parziale dei testi, articoli o quant'altro pubblicato nella rivista. Ogni riproduzione non espressamente autorizzata viola la L. 633/41 e pertanto è perseguibile penalmente.

International Trade. Case Studies, problem solving and tools - periodico telematico registrato presso il Tribunale di Ravenna n.1248 del 29-12-2004.