



A periodic publication from the *Italy-America Chamber of Commerce Southeast, Inc.*



Italian Trade
Volume 9 Issue 1

Numero Speciale

GUIDA PER IMPRESE ED INVESTITORI ITALIANI SUL MERCATO DELLA FLORIDA





ARHMF

Avila Rodriguez Hernandez
Mena & Ferri LLP

Your Business, Our Practice.

ARHMF is an internationally recognized business boutique law firm located in Coral Gables, Florida. ARHMF is committed to providing superior client services with innovative and practical solutions to complex business issues. The firm focuses on international and domestic litigation and business and financial transactions, including a financial services regulatory practice that is among the strongest and most experienced in Florida.

ARHMF offers the strength, depth and sophistication normally found only in larger, national firms. This is not surprising since most of their lawyers come from a "large firm" background and are among the most experienced and respected in their fields. The firm's founding partners include the former heads of the financial services, immigration and international arbitration practices in one of the largest firms in the United States.

Practice Areas

Banking and Financial Services

Corporate, Mergers and Acquisitions

Litigation, Arbitration and Dispute Resolution

Immigration, Nationality and Consular Law

Real Estate

Taxation

Estate Planning and Probate

Marco Ferri, Esq
2525 Ponce de Leon Blvd
Suite 1225
Coral Gables, Florida 33134

P: 305-779-3579
F: 305-779-3561
mferri@arhmf.com
www.arhmf.com

The hiring of a lawyer is an important decision that should not be based solely upon advertisements. Before you decide, ask us to send you free written information about our qualifications and experience.

INDICE

- 2 Credits - Ringraziamenti
- 3 Messaggio del Console Generale d'Italia a Miami
- 5 Editoriale
- 6 Presentazione della Italy-America Chamber of Commerce SouthEast
- 8 Quadro Macroeconomico della Florida
- 10 La costituzione di un'entità giuridica: Come nasce una società in Florida
- 14 Aprire un'attività commerciale in Florida: permessi e licenze
- 17 Normativa fiscale a livello federale e statale
- 20 Aprire un conto corrente bancario negli USA
- 22 Pianificazione dell'Investimento
- 25 Convenzione tra Italia e Stati Uniti in Materia di Imposte sul Reddito
- 28 Incentivi e programmi finalizzati allo sviluppo economico dello Stato della Florida
- 31 L'accesso al credito negli USA
- 36 Incentivi e finanziamenti dall'Italia alle imprese per l'apertura di filiali negli USA
- 37 Procedure per Affitto ed Acquisto di Immobili ad uso commerciale
- 40 Evoluzione del mercato immobiliare a Miami
- 43 Visti per attività di investimento
- 46 Visti per lavoratori dipendenti
- 48 Procedure per l'assunzione di personale
- 51 Registrazione di marchi e brevetti
- 54 Formalità doganali per l'importazione di prodotti negli USA
- 57 La stesura di un contratto di distribuzione sul mercato USA
- 59 Indirizzi e Riferimenti Utili
- 61 I Soci della IACC, un Network d'affari per te



Credits

IL PRESENTE NUMERO SPECIALE DELLA RIVISTA .IT ITALIAN TRADE È STATO PUBBLICATO NEL MESE DI NOVEMBRE 2013 DA ITALY AMERICA CHAMBER OF COMMERCE SOUTHEAST, INC.

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE

Presidente Onorario Adolfo Barattolo, Console Generale d'Italia a Miami

Presidente Gianluca Fontani (Man ADV USA, Inc.)

Vice Presidente Esecutivo Tommaso Cardana (Tomson Hospitality)

Vice Presidente Giancarlo Pelosi (Pelosi Law Firm)

Segretario Umberto C. Bonavita (Robert Allen Law)

Tesoriere Danilo Nanni (Danilo Nanni, PE)

Direttori Costantino Cicchelli (Barba Skin Clinic), Roberto Degl'Innocenti (Generali Group Latin America), Oliver de Mori (GRR Global Resources Registry LLC), Giampiero di Persia (Poltrona Frau Group Miami), Joseph L. Raia (Gunster), Francesco Secchiaroli (Capsec LLC)

STAFF

Executive Director/Segretario Generale Nevio Boccanera

Economic Development Director Francesca Tanti

Trade Officer: Valerio Guidi

Junior Trade Officer Orlando Florio

Special Projects Contractor Francesca Lodi

REDAZIONE E CONTRIBUTI

Coordinatore Editoriale Nevio Boccanera

Rapporti con gli inserzionisti Orlando Florio

Ricerca documentazione Giulia Carreras, Valerio Guidi, Orlando Florio, Marco Raffael

Si ringraziano per i contributi editoriali Avila Rodriguez Hernandez Mena & Ferri LLP; Feldman Gale, P.A.; Finley & Bologna International; Monique Troncone CPA PA; Robert Allen Law; Roca | Gonzalez, PA; ONE | Sotheby's International Realty; Property Desk; Pelosi Law Firm; Seahorse Loans Corp; Studio Internazionale Tosolini, Lamura, Rasile & Toniutti LLP.

La presente guida e' disponibile in formato digitale sul sito della Camera di Commercio Italiana a Miami www.iacc-miami.com

Messaggio del Console d'Italia a Miami

La Florida, di cui Miami ne rappresenta il punto di riferimento, è la porta economica, commerciale, finanziaria, della **nautica da diporto** e della **crocieristica internazionale**, del **design**, dell'**arredamento** e dell'enogastronomia di tutta l'America Latina. È infatti più agevole, ed economico in termini logistici, per le Aziende monitorare da Miami le varie attività di import/export sull'Emisfero centro-sud americano, che delocalizzare punti vendita/promozionali nei vari mercati latino-americani e dell'area caraibica.

La Florida è quarta negli Stati Uniti per popolazione residente: circa 20 mln. (preceduta da California, Texas e New York), con un reddito pro-capite nel 2012 di \$.46.071, a fronte di una media Usa di \$.51.017 (-PIL Florida: \$.819 mld. -PIL Usa: \$.15.684 mld. pari al 25% dell'economia mondiale). La consistenza numerica, ed anche dal punto di vista economico, di gran lunga più importante dei **nostri connazionali** residenti nella Circostrizione del Consolato Generale d'Italia di Miami (Mississippi, Alabama, Georgia, South Carolina, Florida, Porto Rico, Bahamas, British and US Virgin Islands, Cayman Island, Turks and Caicos, St. Maarten, St. Eustatius, Saba Island) si registra in Florida, ed in modo particolare nella fascia sud/est del Sunshine State, e nella Greater Miami Area.

Nella Florida Meridionale si concentra, infatti, non solo la nostra collettività stabilmente o temporaneamente domiciliata, ma anche la maggior parte delle **Aziende italiane attive nel Sud Est degli Stati Uniti**. Di medio alto livello socio-economico, la comunità italiana è attiva in particolare nel terziario/servizi (uffici legali, intermediazione immobiliare, ristorazione), nell'import alimentare e vinicolo, nel design ed arredamento, nel settore marittimo e crocieristico, nelle rappresentanze per l'America Latina, nel manifatturiero (elettronica, piastrellistica, mosaici, collanti industriali) e nelle infrastrutture stradali e ferroviarie.

Dopo la prolungata stagnazione economica internazionale, iniziata nel 2008, che ha pesantemente interessato anche la Florida, con particolare riferimento al suo importante comparto del residenziale, si registra nel corso del 2013 una forte ripresa dell'economia globale della Greater Miami Area, stimolata dalla sensibile ripresa dell'edilizia (turistica e commerciale), ma anche dal moltiplicarsi di iniziative imprenditoriali, degli **investimenti diretti** provenienti dall'America Latina, nonchè dal rilancio delle attività negli importanti segmenti del **turismo** (oltre 20 mln. di visitatori/anno in Florida), delle infrastrutture viarie e portuali, e del mercato internazionale della nautica da diporto.



In tale molto favorevole scenario economico, si assiste al moltiplicarsi di manifestazioni di interesse da parte di investitori esteri, non solo latino-americani, ma anche ed in crescente misura europei, ed italiani in specie. Occorre, dunque, cogliere tali significative opportunità, erogando assistenza, consulenza e supporto alle numerose Aziende italiane e nostri operatori, che si stanno affacciando su questo promettente mercato.

La Camera di Commercio italiana di Miami-IACCSE svolge, in tale contesto, un ruolo centrale nel coadiuvare la nostra Imprenditoria, e nell'individuare propizie occasioni d'investimento e di stabilimento nella Florida Meridionale delle nostre piccole e medie Imprese. Ruolo riconosciute dai numerosi aderenti all'Istituzione camerale di Miami, e che si esplica grazie alla sua capillare presenza sul mercato locale, ed alla capacità di interagire con gli ambienti economici e culturali del Sunshine State.

Il Consolato Generale d'Italia in Miami, consapevole dell'aggregante ruolo promozionale (ed organizzativo/logistico) rivestito dalla nostra Camera, riafferma la piena disponibilità a sviluppare i già proficui mutui rapporti di collaborazione, nell'ottica di stimolare ulteriormente la qualificata presenza italiana in questa realtà. Per conseguire tale obiettivo, occorre che la nostra Imprenditoria disponga di chiare indicazioni sulle specificità del mercato locale, acquisendo -preventivamente a qualsiasi investimento, o lancio d'attività- le necessarie conoscenze della legislazione vigente, delle molte facilitazioni localmente offerte agli Investitori, nonchè le tipicità e normative di settore statunitensi, e della Florida in specie. Adeguate conoscenze che, una articolata Guida agli Investimenti nel Sunshine State, potrà utilmente fornire.

Il Console Generale Adolfo Barattolo



BEACON

South Beach



THE HOTTEST DESTINATION SOUTH BEACH, MIAMI

Indulge in the height of Miami Beach luxury when you stay at Beacon Hotel on South Beach. The Beacon Hotel on Ocean Drive is one of the most popular boutique hotels in South Beach. Here, you have direct access to seven miles of sand and surf, unrivaled nightlife, premier shopping, and exquisite cuisine. Guests can enjoy beautiful décor, complimentary breakfast, free Wi-Fi, complimentary beach chairs and beach towels and fabulous guest service. For a posh vacation, decadent romantic escape or glitzy weekend with the girls, Beacon South Beach tops the list of where to see and be seen in SoBe. This historical oceanfront Art Deco hotel is the ultimate beach destination.

-  DIRECT BEACH ACCESS
-  VIP NIGHTCLUB PASSES
-  FREE HIGH-SPEED WI-FI
-  COMPLIMENTARY BREAKFAST
-  CONCIERGE SERVICES
-  CALL 305-674-8200
-  BEACONSOUTHBEACH.COM



La globalizzazione, la crisi economica, la voglia di rimettersi in gioco. Qualsiasi sia la ragione, sono **tanti gli imprenditori italiani che negli ultimi anni hanno deciso di espandere la propria attività in Florida.**

D'altronde il Sunshine State si conferma essere un mercato attento al "Made in Italy". La crescita delle importazioni dal nostro paese, nel biennio 2010-2012, è stata del 11,9%. I settori che hanno avuto le performance più interessanti sono quelli tipici dell'eccellenza italiana, dalla nautica da diporto all'arredamento, dall'abbigliamento all'agroalimentare. La qualità dei prodotti italiani è molto apprezzata e trova in questo territorio un mercato naturale caratterizzato da un alto potere acquisitivo.

Senza dimenticare poi il ruolo strategico che la Florida ha come piattaforma logistica e commerciale per l'America Latina. Non a caso tra i cinque principali partners economici dello stato figurano ben quattro paesi latino-americani, con il Brasile a far la parte del leone.

L'Italy-America Chamber of Commerce Southeast, associazione no profit nata dalle imprese per le imprese, è stata e continua ad essere per questi imprenditori un punto di riferimento affidabile, una fonte di informazioni verificate ed imparziali, un sostegno imprescindibile per chi muove i primi passi sul mercato USA.

È proprio per adempiere al meglio alla propria missione istituzionale che la nostra Camera di Commercio pubblica questa guida. In essa vengono trattati **i principali temi che un'azienda italiana si trova ad affrontare all'estero:** Quale forma giuridica assumere nel nuovo paese? Dove richiedere finanziamenti od incentivi fiscali? A cosa far attenzione quando si stipula un contratto con un partner locale? Dove meglio ubicare il proprio ufficio o magazzino? e così via.

Gran parte degli articoli contenuti nella nostra guida sono stati redatti da professionisti di grande esperienza sul mercato statunitense, ma il carattere delle informazioni rimane meramente introduttivo ed orientativo. Per ovvie ragioni, quindi, la nostra guida non può fornire un quadro esaustivo e sostituirsi ad un'attività di consulenza personalizzata.

Un doveroso **ringraziamento va ai soci della Camera ed in particolare agli inserzionisti** che attraverso il proprio sostegno hanno reso possibile che questa pubblicazione sia disponibile in forma totalmente gratuita sia su supporto cartaceo che digitale.

Buona lettura!

Gianluca Fontani
Presidente



Italy-America Chamber of Commerce Southeast

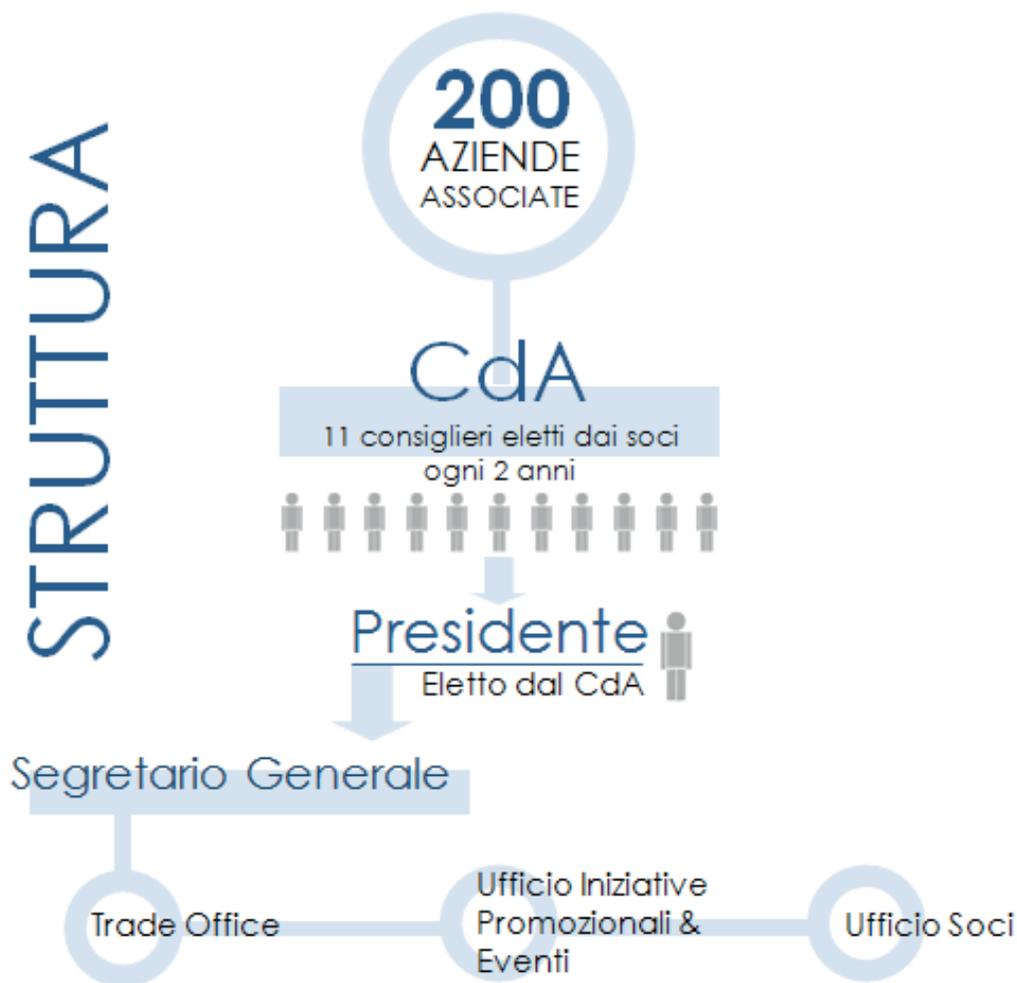
Presentazione della Italy - America Chamber of Commerce Southeast

L'Italy-America Chamber of Commerce Southeast (IACC) con sede a Miami e' una delle 76 Camere ufficialmente riconosciute dal Governo Italiano all'estero. **Fondata nel 1991**, e' una organizzazione no-profit di diritto statunitense, dedicata alla promozione degli scambi commerciali tra l'Italia e gli Stati Uniti. La IACC fa parte di **Assocamerestero**, l'associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero.

Nel corso degli anni la IACC si e' imposta come punto di riferimento per strutture camerali, organizzazioni fieristiche ed

imprese italiane. Si e' specializzata nell'organizzazione di eventi promozionali e missioni commerciali negli Stati Uniti così come nell'organizzazione di delegazioni di buyers americani in Italia.

La nostra Camera di Commercio annovera una base associativa di circa **200 imprese**, di origini sia italiane sia americane. Alcuni dei marchi più rappresentativi del **"Made in Italy"** negli USA sono nostri associati. I settori in cui operano i nostri soci sono i più disparati, dall'arredo-casa alla ristorazione, dai servizi immobiliari alla logistica.



Presentazione della Italy - America Chamber of Commerce Southeast

La sede della IACC è strategicamente ubicata a Miami, centro economico e commerciale delle Americhe, importantissimo polo d'attrazione per gli investitori interessati non solo al mercato statunitense ma anche a quello dell'America Latina e dei Caraibi, quindi piattaforma ideale per le sedi regionali di multinazionali impegnate in scambi commerciali e di affari con Nord, Sud e Centro America.

La IACC ha inoltre una sezione distaccata a Charleston, in South Carolina, ed un ufficio di rappresentanza a Milano.

La Camera rappresenta un punto di prima assistenza ed orientamento per imprenditori interessati ad espandere la propria attività nel Sudest degli USA. Sono oltre un centinaio le richieste di informazioni e di assistenza di singole imprese che giungono annualmente ai nostri sportelli.



One Biscayne Tower
2 South Biscayne Blvd., Ste. 1880
Miami, FL 33131
Tel. 305 577 9868
Fax 305 577 3956
www.iacc-miami.com
info@iacc-miami.com

Sezione di Charleston (South Carolina): charleston@iaccse.com
Ufficio di rappresentanza a Milano: milano@iaccse.com

Merrill Lynch salutes the Italy- America Chamber of Commerce.

INFINSE Group - Frank Di Rocco, CPM®

Senior Vice President-Wealth Management
Senior Financial Advisor
Senior Portfolio Manager, PIA Program
(305) 530-3612

Merrill Lynch
701 Brikell Ave. 11th Floor
Miami, FL 33131

THE POWER OF THE RIGHT ADVISOR.™



Bank of America Corporation

The Bull Symbol, *Merrill Lynch Personal Investment Advisory*, *Merrill Lynch Wealth Management* and *The Power of the Right Advisor* are trademarks or registered trademarks of Bank of America Corporation. *CPM* is a registered service mark of the Academy of Certified Portfolio Managers.

Merrill Lynch Wealth Management makes available products and services offered by Merrill Lynch, Pierce, Fenner & Smith Incorporated, a registered broker-dealer and member SIPC, and other subsidiaries of Bank of America Corporation.

© 2013 Bank of America Corporation. All rights reserved.

Quadro Macroeconomico della Florida

Dati generali

Fuso Orario: (Rispetto all'Italia) - 6

Superficie: 139,663 km²

Popolazione: 19.317.568

PIL 2012: \$754.26 miliardi

PIL pro-capite 2012: \$40.334

Disoccupazione: 8.6%

Import: \$90.36 miliardi

Export: \$71.83 miliardi

Capitale: Tallahassee

Lingua: Inglese (74.54%), Spagnolo (18.65%)

La Florida è il quarto stato più popoloso degli Stati Uniti con oltre 19 milioni di abitanti, di cui quasi 4 milioni provenienti da altri stati USA o da paesi stranieri. Lo stato occupa stabilmente il quarto posto nell'economia degli Stati Uniti (dopo California, Texas e New York) con un PIL annuale superiore ai 700 miliardi di dollari.

L'area metropolitana più importante è quella di Miami- Fort Lauderdale-West Palm Beach con quasi sei milioni di residenti, come indicato nella tabella di seguito.



Popolazione Metropolitana della Florida

Area	Popolazione
Miami-Fort Lauderdale-West Palm Beach	5,762,717
Tampa-St. Petersburg-Clearwater	2,842,878
Jacksonville	2,223,674
North Port-Sarasota-Bradenton	1,377,850
Cape Coral-Fort Myers	720,042

Oltre ad essere una "superpotenza turistica" ed un polo regionale del settore finanziario, la Florida possiede importanti cluster industriali nei comparti informatico, elettronico, biotecnologico, aeronautico e medicale. La Florida è considerata il terzo stato degli Stati Uniti per numero di imprese nell'ambito delle tecnologie avanzate.

PIL Florida (2011)

Settore	PIL (milioni \$)	% del totale
Finanza, Assicurazioni e Real Estate	170,330	22.6%
Commercio, Trasporti e Utilities	142,825	18.9%
Pubbliche Amministrazioni	97,307	12.9%
Professionisti e Servizi alle imprese	94,343	12.5%
Educazione e Sanità	74,165	9.8%
Turismo	46,502	6.2%
Manifattura	38,338	5.1%
IT	31,482	4.2%
Costruzioni	29,989	4.0%
Altri Servizi	21,141	2.8%
Risorse naturali e minerarie	7,833	1.0%
PIL Totale	754,255	100.0%

Industria Manifatturiera

Tra i settori più importanti dell'industria manifatturiera si trova il settore aerospaziale con un impiego totale di oltre 19 mila lavoratori per un numero di quasi 300 stabilimenti nello Stato. Altro settore di rilievo è quello delle attrezzature medicali che impiega circa 18 mila persone. Di seguito le suddivisioni dei settori dell'industria manifatturiera della Florida in dettaglio:

Quadro Macroeconomico della Florida

Maggiori settori dell'Industria Manifatturiera della Florida (2011)

Settore	Impiego	Numero di
	Totale	Aziende
Prodotti e Componentistica per l'industria aeronautica	19,157	298
Forniture ed Apparecchiature Medicali	18,784	1,119
Attività di Stampa e Servizi di Supporto	17,598	2,075
Semiconduttori e Componenti Elettronici	15,947	265
Strumenti Elettronici	15,703	385
Architettura e Metalli Strutturali	12,153	855
Cementi e Asfalti	10,857	781
Prodotti Plastici	9,173	501

In termini di export dalla Florida nel 2012 i primi cinque partners commerciali sono:

- 1. Brasile:** \$15.782,1
- 2. Svizzera:** \$8.962,9
- 3. Venezuela:** \$6.671,4
- 4. Colombia:** \$5.817
- 5. Cile:** \$4.281

Per quanto riguarda invece l'import verso la Florida i primi cinque partner commerciali sono:

- 1. Cina:** \$8.059,1
- 2. Giappone:** \$6.722,1
- 3. Costa Rica:** \$5.976,9
- 4. Colombia:** \$4.822,6
- 5. Brasile:** \$3.818,2

Commercio Internazionale

I principali partner commerciali della Florida si trovano in America Latina. Il partner principale è il Brasile con un giro d'affari di \$19.600 milioni, seguito dalla Colombia con \$10.639 milioni.

L'Italia, è il ventiquattresimo socio commerciale a livello assoluto della Florida ed il quarto nella UE, superata solo da Regno Unito, Francia e Germania. Il commercio tra Italia e Florida è aumentato del 16.2% nel periodo 2010-2012 e si attesta sui \$1.748 milioni. L'Italia esporta quasi il doppio di quanto importa dalla Florida.

Settore	Milioni di \$			Variazione % 2011-2012
	2010	2011	2012	
Esportazioni Totali	1017.6	1071.2	1198.4	11.9%
Yachts e Altre Imbarcazioni	124.2	153.5	220.2	43.5%
Vini	68.8	88.6	99.0	11.7%
Profumi	40.6	47.7	52.8	10.7%
Gioielleria e Metalli Preziosi	63.6	53.9	47.8	-11.3%
Ferro ed Acciaio	0.0	8.8	42.0	377.3%
Arredamento	30.1	38.7	40.5	4.7%

Florida: Principali Fiere Internazionali

La Florida è sede di alcune importanti manifestazioni fieristiche internazionali, dove la presenza italiana è particolarmente significativa

	Settore	Periodo	Città	Web Site
Miami Boat Show	Nautica	Febbraio	Miami	www.miamiboatshow.com
Cruiseshipping	Crocieristica	Marzo	Miami	www.cruiseshipping.net
Coverings	Ceramiche, piastrelle, marmi	Aprile	Orlando	www.coverings.com
Fort Lauderdale Boat Show	Nautica	Ottobre	Fort Lauderdale	www.flibs.net
Art Basel-Miami Beach	Arte e Design	Dicembre	Miami Beach	www.artbasel.com

Costituzione di una società in Florida

A CURA DI: UMBERTO BONAVITA, ROSALBA GARDINALE, ROBERT ALLEN LAW

Negli Stati Uniti, ed in particolare in Florida, la costituzione di una società può sembrare più semplice che in Italia, sia dal punto di vista delle formalità richieste, sia dal punto di vista delle informazioni necessarie. Ciò che invece è parimenti complesso, e richiede una conoscenza approfondita del diritto societario, è la scelta della struttura societaria adeguata al tipo di progetto che s'intende realizzare, all'obiettivo commerciale che si vuole raggiungere, ed agli altri aspetti legali direttamente collegati alla costituzione di una nuova entità giuridica, come ad esempio le conseguenze sulla pratica di immigrazione. Infatti, la scelta del tipo di entità giuridica da costituire deve prendere in considerazione, tra gli altri aspetti, chi sarà responsabile dell'attività, se questa continuerà ad esistere una volta che i soci fondatori ne usciranno, come saranno trasferiti gli interessi, come sarà tassata l'attività, i suoi rischi e la complessità della componente legale legata all'attività.

Prima di entrare nello specifico, analizzando i due tipi di società più utilizzati per la gestione di attività commerciali o acquisto di proprietà immobiliari in Florida, occorre fare una premessa importante sul diritto societario americano. Tale materia è rimessa alla competenza dei singoli Stati che stabiliscono, in modo

indipendente, la legislazione in materia, le regole essenziali per la vita della società, la pubblicità delle informazioni che la riguardano, ed i requisiti per la loro costituzione. Per questo motivo, la scelta dello Stato la cui legge regolerà la società, è estremamente importante. Non solo, un altro aspetto da non sottovalutare, e che richiede uno studio approfondito, sono le conseguenze fiscali che graveranno sull'entità giuridica costituita e, in taluni casi, direttamente sui suoi soci. Infatti, a differenza del diritto societario, le leggi che regolano il trattamento fiscale delle persone fisiche (stranieri compresi) e giuridiche negli Stati Uniti, sono stabilite sia a livello federale che statale.

Entrando ora nello specifico dell'argomento, quando si decide di costituire una società in Florida, la scelta generalmente ricade tra Corporation (C-Corporation o S-Corporation), oppure Limited Liability Company.

Le principali caratteristiche della **Corporation** (anche abbreviata usando la sigla Corp. o Inc.), paragonabile ad una S.p.A. italiana, sono innanzitutto la distinzione tra la persona giuridica ed i suoi azionisti (persone fisiche o giuridiche) che, per tale motivo, godono di responsabilità limitata, sia ai fini fiscali, sia ai fini della responsabilità civile. Gli azionisti saranno quindi personalmente responsabili per le passività della Corporation, solo nella misura dei rispettivi investimenti. Tra le altre caratteristiche, vi è la durata illimitata della Corporation, fino al suo scioglimento, e la possibilità di essere intestataria di beni immobili ed occuparsi di affari di qualunque genere a patto che siano legali, e può essere costituita indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda. Le quote della società sono detenute attraverso azioni (Shares), e può essere una scelta eccellente se le quote di partecipazione sono trasferite di frequente (ad esempio se la società è quotata in borsa). Per ciò che concerne i principali vantaggi della Corporation, si possono annoverare la responsabilità limitata dei soci e la predisposizione ad raccogliere di grandi quantità di capitali. Lo svantaggio principale è certamente la doppia imposizione. Le Corporations, infatti, possono avere due configurazioni, denominate C-Corporation o S-Corporation, e la differenza è nel diverso trattamento fiscale a cui sono sottoposte. Nella S-Corporation, le imposte non sono calcolate a livello societario, ma i profitti e le perdite passano attraverso gli azionisti, che riporteranno tali dati nella propria dichiarazione dei redditi. La **S-Corporation** quindi permette di evitare la doppia imposizione, (società ed azionisti). E' importante sottolineare anche quali siano i limiti previsti per questo tipo societario: solo le persone fisiche, a patto che siano fiscalmente residenti negli Stati Uniti, alcuni tipi di Trusts, Estates e organizzazioni non profit, possono essere azionisti di una S-Corporation, e gli azionisti non possono essere più di 75.

Nella **C-Corporation** invece, vi è una doppia imposizione poiché saranno tassati tutti i ricavi della società, e successivamente gli azionisti dovranno fare una propria dichiarazione dei redditi e potrebbero essere tassati nuovamente.

In generale la Corporation può avere diverse tipologie di azionisti, e ciò avrà un'incidenza sul controllo della società. L'amministrazione è affidata al Consiglio d'Amministrazione (Directors), mentre la gestione ordinaria è di responsabilità dei dirigenti (Officers). In





ROBERTALLENLAW.COM

THE FOUR SEASONS OFFICE TOWER
1441 Brickell Avenue, Suite 1400
Miami, Florida 33131
Call (305) 372-3300

ROBERTALLENLAW
INTEGRATING LAW INTO BUSINESS®

REAL ESTATE

YACHTS

CORPORATE

INTERNATIONAL TAX PLANNING

ESTATE PLANNING

IMMIGRATION

ENTERTAINMENT

LITIGATION

TRUST & PROBATE

TAX EXEMPT & CHARITABLE ENTITIES

PRIVATE BANKING

FOR MORE INFORMATION, PLEASE CONTACT

Bob Allen

ballen@robertallenlaw.com

Umberto Bonavita

ubonavita@robertallenlaw.com

Costituzione di una società in Florida

generale, le formalità richieste per la gestione della Corporation sono piuttosto impegnative e, in taluni casi, potrebbero essere troppo gravose per gli imprenditori.

La **Limited Liability Company**, simile ad una S.r.l., (abbreviata come la sigla LLC) è invece un soggetto ibrido che unisce le caratteristiche di una società per azioni a quella di società di persone. Ha durata illimitata, fino al suo scioglimento, e la possibilità di essere intestataria di beni immobili ed occuparsi di affari di qualunque genere a patto che siano legali, può essere costituita indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda, l'Amministrazione e la gestione ordinaria è fatta dai Membri (Members o Managers), che hanno quote sociali attraverso "Membership Interests". I suoi membri possono essere persone fisiche o società (altre LLC, Corporation, Partnership, Trusts, Estates) Per questioni sia di privacy che fiscali, nel caso si dovesse scegliere LLC, è sempre meglio avere almeno due membri. Non solo, a livello fiscale, una LLC unipersonale è considerata dall'IRS - Internal Revenue Services, corrispondente all'Agenzia delle Entrate Italiana - una "Disregarded Entity", cioè non esistente ai fini fiscali. Ciò significa che la dichiarazione dei redditi sarà fatta come persona fisica negli USA. Quindi, nel caso in cui l'unico membro è una società straniera, potrebbe essere chiamata a fare la dichiarazione dei redditi negli Stati Uniti e potenzialmente essere tassato nuovamente. Un aspetto molto importante della LLC è il potere che potenzialmente hanno i suoi Managers. Infatti, un membro passivo di una LLC può nominare un Manager per la gestione della società e, a meno che non venga espressamente limitato nei patti parasociali, il potere che gli viene accordato è esteso e generale. La gestione della LLC è, in generale, più semplice, e richiede meno formalità rispetto ad una Corporation.

Volendo confrontare una LLC ad una S-Corporation, si può innanzitutto dire che entrambe usufruiscono del cosiddetto "federal pass-through tax advantage", grazie al quale solo i soci sono tassati direttamente, non la società. Il vantaggio aggiuntivo della LLC in Florida, è di poter beneficiare dello stesso trattamento fiscale anche a livello statale (c.d. "check box regulations").

Occorre infine precisare, che sia una C-Corporation che una LLC offrono tutele circa la responsabilità limitata dei suoi azionisti: si dovranno quindi analizzare le esigenze e gli obiettivi dell'investitore e fare la scelta più adatta alla circostanza.

Un fattore significativo per la scelta della società, è il tipo di responsabilità a cui si vuole esporre i suoi soci: fondamentale per gli investitori, è di limitare il più possibile la responsabilità personale dei soci nei confronti di creditori o altri azionisti, che deriva da azioni o omissioni commesse durante la gestione dell'attività sociale. Occorre infine ricordare che, nel caso in cui la Corporation o la LLC, non rispettino le formalità societarie richieste per legge, il giudice potrebbe considerarle come non esistenti, e quindi chiedere ai loro azionisti o membri di risponderne direttamente in termini di responsabilità, rompendo la protezione offerta dalla società.

Una volta scelto il tipo di società appropriata, la procedura richiesta per la sua registrazione presso la **Division of Corporation**

del Dipartimento di Stato della Florida è simile sia per la Corporation che per la LLC. Per la prima si prepareranno gli Articles of Incorporation, mentre per la LLC gli Articles of Organization. Gli Articles sono il corrispondente dello Statuto Societario Italiano. Le informazioni essenziali per la creazione della società sono il nome scelto, la cui disponibilità si dovrà verificare prima della creazione, l'indirizzo della società e, se diverso, l'indirizzo per la corrispondenza, la tipologia di attività che si intende svolgere (e da precisare che alcuni Stati limitano le attività che una LLC può svolgere), se si desidera specificarla, il nome del Registered Agent, cioè la sede legale della società, generalmente stabilita presso lo studio incaricato per costituire la società.

Per la Corporation, occorrerà quindi indicare il nome dell'Incorporator, cioè la persona che costituisce la società, il nome e la carica assunta dagli azionisti, ed il numero delle azioni autorizzate. Per la LLC invece si indicherà il nome dei Managers.

Ricordiamo inoltre che, per ciò che concerne il capitale sociale, non vi è un minimo richiesto e questo può anche essere nominale. La società inoltre potrà stabilire la data d'inizio dell'anno fiscale che comunque deve concludersi dopo 12 mesi.

Una volta depositato lo statuto, insieme con il pagamento dei costi governativi, la società sarà ufficialmente costituita. La società dovrà quindi mantenere un ufficio o avere un rappresentante legale nello Stato della Florida, e dovrà essere rinnovata ogni anno. È importante altresì precisare che, se non c'è la necessità di utilizzare la società costituita come sponsor per la richiesta di un visto d'immigrazione, questa, sia essa una Corporation o una LLC, non ha l'obbligo di assumere personale.

In seguito all'apertura della Società si procederà con la richiesta dell'**Employer Identification Number (EIN)**, il suo numero fiscale, che sarà utilizzato per le dichiarazioni dei redditi della società e permetterà l'apertura di un conto in banca.

Concludendo, l'imprenditore che volesse investire negli Stati Uniti, ed in particolare in Florida, non deve sottovalutare l'apparente semplicità del sistema poiché le ripercussioni fiscali potrebbero essere molto penalizzanti. Diventa quindi importante e molto remunerativo per la società, grande o piccola che sia, pensare ad un'accurata pianificazione fiscale prima della sua creazione, ed analizzare nel dettaglio l'obiettivo dell'investimento. Indispensabile è "cucire su misura" la società al progetto, la scelta della tipologia societaria appropriata è fondamentale e deve necessariamente prendere in considerazione il progetto che si intende sviluppare nella sua interezza.

ADV - ManAdv (in attesa)

Aprire un'attività commerciale in Florida: permessi e licenze

A CURA DI: ANTONIO L. ROCA, LORELLA DAL PEZZO, BEATRICE PACIFICI, ROCA GONZÁLEZ, PA | ATTORNEYS AT LAW



Investitori ed imprenditori italiani sono attratti dalle opportunità presenti nel mercato statunitense in numero sempre crescente. Tanti italiani si avventurano ad avviare attività commerciali con sede in Florida, e in molti prediligono Miami Beach. Quando l'attività richiede di aprire uno spazio espositivo, un negozio di vendita al dettaglio, o anche solo di un ufficio di rappresentanza, l'imprenditore straniero deve raccogliere una serie di informazioni e valutare il tipo di società da costituire in USA, la struttura dell'investimento, le esigenze finanziarie e le conseguenze fiscali, ed anche le varie licenze e permessi richiesti dalle autorità locali, municipali e statali. Licenze e permessi sono quasi sempre necessari per svolgere l'attività prescelta nella zona identificata dall'imprenditore in conformità alle ordinanze, agli statuti e alle leggi con competenza concorrente per materia e territorio.

Di solito, il primo passo per l'imprenditore straniero è la costituzione di una società, una persona giuridica riconosciuta dagli USA, con sede in Florida, e con la sua propria identità fiscale. Nonostante che la creazione di una società negli USA sia relativamente semplice, è sempre consigliabile farsi guidare da un legale di fiducia fin dai primi passi. Il supporto professionale dell'avvocato è indispensabile, fra le altre cose, per individuare la struttura appropriata al valore economico dell'investimento e al tipo di attività commerciale, per scegliere come regolare le relazioni fra i soci, e per informarsi sulle ramificazioni legali e fiscali dell'investimento.

Lo stesso principio si applica in materia di licenze e permessi. Diversi moduli per le relative richieste si trovano anche on-line, ma poi quali permessi bisogna richiedere nel caso specifico? In quale ordine vanno richiesti? E quali sono le licenze necessarie per l'attività prescelta? Cosa succede in materia di licenze e permessi se l'attività è già in corso, come quando la si rileva dal proprietario precedente? I permessi si possono trasferire? La risposta a queste domande può variare da attività ad attività, da località a località,

e da caso a caso. Ecco che l'appoggio di un legale di fiducia con esperienza specifica in diritto amministrativo nella località prescelta, è fondamentale per la riuscita del progetto apertura attività commerciale in USA.

Analisi planimetria.

Primo passo fondamentale in vista dell'ottenimento di licenze e permessi commerciali è l'indagine urbanistica (Zoning) per accertarsi che nell'area dove si vuole esercitare l'attività (che sia vendita al dettaglio, ristorazione, vendita all'ingrosso, etc.) sia permesso l'uso desiderato. Alcune attività, in certe aree, possono essere esercitate dalla propria abitazione. Tuttavia le attività commerciali aperte al pubblico sono generalmente vincolate da limiti urbanistici. Una contea come Miami-Dade si divide in diverse municipalità (Miami, Miami Beach, Coral Gables, Kendall, per citarne alcune), ognuna con sue regole riguardo ai requisiti di planimetria che dettano se certe attività commerciali sono ammissibili sotto il profilo della ripartizione urbanistica.

Sia le regole urbanistiche che le modalità di richiesta dei permessi variano notevolmente da luogo a luogo. Nonostante che alcune municipalità abbiano personale a disposizione del pubblico per rispondere ai quesiti in tema di permessi, spesso si ricevono informazioni contrastanti e nessun consiglio generale. Quindi il processo senza una guida specialistica può risultare in frustrazione, ritardi e spese non necessarie.

Per la vendita di bevande alcoliche ci sono normalmente ulteriori restrizioni che variano a seconda che si tratti di un hotel, un ristorante o un punto vendita di liquori. La rivendita di bevande alcoliche è soggetta a regole più restrittive rispetto ad altri usi e, anche qui, variano da zona a zona. Alcune municipalità richiedono una metratura minima, altre richiedono un numero minimo di posti a sedere, altre ancora impongono distanze minime da immobili quali chiese e scuole.

Certificato di Occupazione

L'imprenditore che voglia investire in immobili, costruire edifici, convertire, modernizzare, o ingrandire edifici già esistenti, dovrà preoccuparsi di conoscere e di adeguarsi alle norme sulla planimetria territoriale. Inoltre dovrà richiedere ed ottenere i permessi per le modifiche e i lavori di edilizia, ed accertarsi che l'edificio possieda, oppure sia qualificabile per ottenere, un Certificato di Occupazione: un atto che attesta che l'edificio è strutturalmente conforme alle normative edilizie per l'uso a cui è destinato (per esempio, condominio o hotel).

Certificato d'Uso

Il Certificato d'Uso, che solitamente va ottenuto prima di aprire qualsiasi attività, garantisce che questa sia permessa nel distretto urbanistico e verifica che l'immobile è idoneo. Se sono necessari

LA VOSTRA COMPLETA FIDUCIA
E' IL NOSTRO OBIETTIVO QUOTIDIANO



Roca | Gonzalez, P.A., e' uno studio legale con un occhio moderno ed esperto che, dalla cornice di Miami, tende la mano all'Italia proponendo uno spettro di soluzioni legali che attraverso l' eccellenza professionale minimizzano le distanze con l' investimento imprenditoriale ed immobiliare d' oltremare.

Oltre a vantare un supporto legale sofisticato ed integrale a favore dei propri clienti internazionali, lo studio rafforza il ponte con l'Italia tramite collaborazioni solide con studi legali e sedi istituzionali Italiane.

ROCA | GONZÁLEZ, P.A.
ATTORNEYS AT LAW

2601 South Bayshore Drive - Suite 725
Miami, Florida 33133

Telephone: (305) 859-6050
Facsimile: (305) 859-6051

Aprire un' attività commerciale in Florida: permessi e licenze

lavori di abbellimento e restauro del locale, bisognerà richiedere uno o più permessi di costruzione e, al termine dei lavori, verrà rilasciata la conferma del comune che le normative di costruzione sono state rispettate nella forma di Certificato di Occupazione o altro. Una volta ottenuto, il proprietario può richiedere il Certificato d' Uso. Fermo restando che ogni municipalità ha modalità e tempi diversi per il suo ottenimento, il Certificato d' Uso, in genere va ottenuto quando c'è un passaggio di proprietà o un cambio di gestione, oppure va rinnovato periodicamente anche se non si sono verificati passaggi di proprietà. Dopo la richiesta scritta si passa alle ispezioni che, a seconda dei tipi di attività, ricadono o sotto la competenza della divisione polizia edile o divisione incendi o infine sotto il dipartimento risorse ambientali. In ogni caso va pagato un contributo alla richiesta e, se sono state effettuate migliorie, è necessario superare le ispezioni finali, prima del conferimento del Certificato d'Uso.

Licenza Occupazionale

La Licenza Occupazionale è quella che consente all'imprenditore di esercitare l'attività commerciale prescelta nel locale preso in affitto o acquistato allo scopo, e va richiesta di solito presso la municipalità in cui si trova il locale dal nuovo proprietario o inquilino. Anche qui la richiesta scritta per la Licenza Occupazionale da parte dell'imprenditore fa scattare ispezioni volte a determinare la conformità del locale all'esercizio dell'attività commerciale prescelta. Oltre al pagamento di un contributo al momento della richiesta ci possono essere costi per ripristinare impianti e dispositivi che non fossero più a norma di legge.

Licenze Professionali

Certe attività commerciali e professionali richiedono il previo ottenimento di licenza specifica, e ricadono sotto la giurisdizione a volte di vari dipartimenti della Florida contemporaneamente. I requisiti e costi di applicazione per queste licenze professionali variano da alcune centinaia di dollari a centinaia di migliaia di dollari. Per esempio, un ristorante deve ottenere una licenza statale ad hoc per servire cibo e bevande; un ristorante che voglia servire anche alcolici, deve poi ottenere in più una licenza per la vendita di vino e birra, o per la vendita di superalcolici. Per le professioni o attività regolate dal Florida Department of Business and Professional Regulation (DBPR), l'accortezza di un legale esperto in materia guida l'imprenditore dalla scelta della forma giuridica per minimizzare il coinvolgimento personale dei proprietari, alla scelta della licenza (talvolta in coordinamento con altre licenze e permessi richiesti), allo snellimento della tempistica.

I requisiti per aprire e gestire un' attività commerciale o imprenditoriale negli USA, e in Florida in particolare, sono molti, e le procedure per permessi e licenze sono a volte laboriose. Ciò nonostante, l'imprenditore italiano che accede al mercato della Florida con l'appoggio di uno studio legale di fiducia e di professionisti che lo guidino ad attenersi ai requisiti di legge fin da subito, ha la possibilità di avere un'esperienza interessante, soddisfacente e redditizia, come dimostrano le centinaia di attività commerciali italiane che punteggiano e conquistano in misura sempre maggiore il mercato locale di Miami.



mmid

MICHELINA MOTTOLESE INTERIORS DESIGN CORP

www.michelinadesign.com
michelina@michelinadesign.com

Normativa Fiscale a Livello Federale e Statale

A CURA DI: STUDIO INTERNAZIONALE TOSOLINI, LAMURA, RASILE & TONIUTTI LLP

Investire negli Stati Uniti, in un'economia globale e con un Euro relativamente forte, è oggi una scelta sempre più appetibile per gli Italiani. Lo straniero che investe negli Stati Uniti deve però tener conto di diverse implicazioni a livello fiscale, sia qualora intenda acquistare un appartamento residenziale da mettere a reddito sia qualora abbia come obiettivo finale quello di aprire un'attività commerciale negli Stati Uniti. Cinque sono le tasse americane più importanti da tenere in mente: i) FIRPTA, ii) Tasse sul reddito (Income tax), iii) Guadagni da capitale (Capital gains), iv) Tasse sulle vendite (Sales Tax) e v) Tasse sui trasferimenti (quali tasse di successione, tasse sulle donazioni e tasse sul trasferimento a generazioni successive).

L'obiettivo di questo articolo è quello di fornire una breve descrizione di tali tasse e delle implicazioni che esse comportano per l'investitore straniero. Forniremo poi anche consigli su come eseguire efficacemente una pianificazione fiscale per il vostro investimento negli Stati Uniti. Una pianificazione fiscale, quando compiuta correttamente ed intelligentemente, può infatti minimizzare la responsabilità fiscale generata dal vostro investimento in questo paese.

FIRPTA

Il fisco americano prevede una regolamentazione specifica per gli stranieri che vendano un immobile negli Stati Uniti.

All'atto della vendita, il compratore è tenuto a trattenere e successivamente versare all'Agenzia Americana delle Entrate (Internal Revenue Service o IRS) una cifra pari al 10% del prezzo di acquisto dell'immobile come pagamento preventivo delle tasse dovute dal venditore sul guadagno ricavato dalla vendita. Per esempio: se Tizio ha acquistato un appartamento a New York per USD 800,000 nel 2011 e decide di rivenderlo a Caio dopo 2 anni per USD 1,000,000, Caio è tenuto a trattenere USD 100,000 alla fonte e rimettere tale somma all'IRS come tasse stimate sul guadagno che Tizio ha ottenuto dalla vendita della proprietà. In verità, in questo caso specifico, le tasse che Tizio dovrebbe pagare sul guadagno ricavato dalla vendita si aggirano attorno ai USD 40,000. Tuttavia, a causa di una mancata pianificazione fiscale, una somma aggiuntiva di USD 60,000 sarà comunque trattenuta dall'IRS in via preventiva. È da notare che tale ritenuta da parte del compratore è dovuta anche qualora l'immobile venga venduto in perdita.

Il venditore straniero potrà recuperare la somma pagata in via preventiva dal compratore solamente al momento della presentazione della propria dichiarazione annuale dei redditi, mediante una richiesta specifica di restituzione all'IRS. Solo in tale dichiarazione, infatti, verrà correttamente calcolata la tassa sul guadagno ricavato dalla vendita e data la possibilità al venditore di ottenere un rimborso. Si tenga presente che l'intera procedura può richiedere fino a 18 mesi dall'atto della vendita.

Novem volte su dieci un rimborso viene di fatto richiesto, in quanto, nella maggior parte dei casi, l'ammontare trattenuto in via preventiva dal compratore è maggiore dell'effettiva tassa dovuta dal venditore.

Con una corretta pianificazione fiscale è possibile evitare l'applicazione di tale ritenuta obbligatoria. Due soluzioni a tal fine sono quelle di ottenere un certificato di ritenuta prima della data della vendita oppure di possedere l'immobile americano tramite una struttura efficace a livello fiscale. La soluzione più adatta dipenderà dalla vostra situazione specifica e dovrà essere costruita su misura secondo le vostre esigenze.

Tasse sul Reddito

Ogni qual volta stiate conducendo un business negli USA, sia di tipo "attivo" (come nel caso di una gelateria), che "passivo" (come nel caso di un appartamento in locazione), è obbligatorio pagare le tasse sul profitto generato dal business.

Mentre quasi tutti gli investitori stranieri sono a conoscenza del fatto di dover pagare le tasse sul reddito generato da un business attivo, non sempre sanno di dover pagare le tasse anche sul reddito generato da un business passivo (ad esempio il reddito derivante dalla locazione di un appartamento a South Beach). Anche se la locazione è della durata di solo un mese, potreste essere obbligati a riportare tale reddito. Ciò nonostante, nella maggior parte dei casi, non vi sarà comunque richiesto il pagamento di alcuna tassa, grazie a diverse deduzioni disponibili per i proprietari di immobili.

Mentre è vero che sia l'Italia che gli Stati Uniti applicano tasse sul reddito generato dalle operazioni commerciali negli Stati Uniti, ciò non significa necessariamente che dovranno essere pagate tasse in entrambi i paesi per uno stesso profitto. Gli Stati Uniti e l'Italia hanno siglato un trattato in materia fiscale per regolare tali casi. Secondo le disposizioni di questo trattato, l'investitore italiano può ricevere un credito di imposta in Italia per le tasse pagate negli Stati Uniti sui redditi generati da una operazione commerciale e/o di investimento negli USA.

Per quel che riguarda invece il reddito sulle persone fisiche, la Florida è uno dei pochi Stati che non applica una tassazione a livello statale sui redditi personali. Tuttavia, nonostante questa esenzione statale, sono applicate le tasse Federali, con aliquote crescenti a seconda della fascia di reddito, come da tabella.

Reddito imponibile	Aliquota tassa federale	Totale
\$0 – 50.000		15%
\$50.000 – 75.000		25%
\$75.000 – 100.000		34%
\$100.000 – 335.000		39%
\$335.000 – 10.000.000		34%
\$10.000.000 – 15.000.000		35%
\$15.000.000 – 18.333.333		38%
\$18.333.333 - ...		35%

Per informazioni aggiornate vi consigliamo di consultare il sito www.irs.gov

Capital Gains

Come regola generale, al momento della vendita di un capitale, è dovuta una tassa sul guadagno ricavato dalla vendita. Il guadagno corrisponde al valore del prezzo di vendita (a quanto il bene è venduto), meno la cosiddetta base del capitale (di solito il costo del bene). Se il bene è stato posseduto per più di un anno, di solito la tassazione avviene secondo un'aliquota preferenziale. Se invece il bene è stato venduto entro meno di un anno dall'acquisto, le aliquote per la tassa sul guadagno saranno pari alle aliquote applicate per le tasse sul reddito.

Un tipico esempio di transazione con guadagno di capitale è la vendita di un appartamento. Poniamo il caso che abbiate comprato un appartamento a South Beach nel 2005 per la somma di USD

Normativa Fiscale a Livello Federale e Statale

100,000 e non abbiate apportato migliorie all'appartamento. Poi nel 2013 vendete questo appartamento per USD 150,000. Siccome avete mantenuto la proprietà per più di un anno, sarete sottoposti ad una aliquota preferenziale. L'ammontare del guadagno, in questo esempio, sarà di USD 50,000, cioè il prezzo di vendita (USD 150,000) meno il prezzo di acquisto (USD 100,000).

Tassa sulle Vendite

Mentre molte delle tasse trattate in questo articolo sono tasse di carattere nazionale, c'è una tassa locale di cui è importante parlare, la tassa sulle vendite. La tassa sulle vendite è una tassa imposta dai governi locali in sede di vendita al dettaglio di beni o servizi. L'aliquota di questa tassa non è fissa, come non è fissa la categoria di beni e servizi che ricadono sotto questa tassa. Ogni Stato, ogni Contea ed in alcuni casi anche alcune città, hanno autorità per modificare e applicare un'aliquota diversa.

A differenza della tassa sui redditi, la tassa sulle vendite è pagata dal compratore finale e non dal venditore. Tuttavia, è il venditore che è incaricato di raccogliere la tassa e versarla a sua volta presso le autorità locali. Ad esempio, voi aprite un negozio a Los Angeles per la vendita di abiti di sartoria importati da Milano. Voi siete la persona incaricata di raccogliere le tasse sulla vendita per gli acquisti fatti dai clienti nel vostro negozio e, in un momento successivo, versare la cifra raccolta al Dipartimento delle Finanze dello Stato della California. Questa tassa è in aggiunta alla tassa sul reddito che va pagata sui profitti generati dalle vendite nel negozio.

Per coloro che si occupano di vendite "virtuali" (ad esempio tramite un sito Internet) abbiamo buone notizie: al momento non vi sono tasse imposte sulle vendite via Internet. Tuttavia, è al vaglio del Congresso una serie di normative che permetterebbero l'introduzione di una tassa nazionale sulle vendite via Internet nel caso il consumatore si trovi negli Stati Uniti. Questo potrebbe tradursi nell'imposizione di una tassa sulla vendita per le vostre vendite verso gli Stati Uniti.

Tasse sui Trasferimenti di Proprietà

Un altro gruppo di tasse da tenere in considerazione se è vostra intenzione investire negli Stati Uniti è quello legato ai trasferimenti. A differenza delle tasse sul reddito, questo gruppo di tasse viene imposto al momento del trasferimento a titolo gratuito di proprietà localizzate negli USA, come ad esempio in caso di eredità o di donazione. Vi sono tre tipi di tasse che ricadono in questa categoria. La tassa di successione, la tassa sulle donazioni e la tassa sul trasferimento a generazioni successive.

La tassa di successione viene imposta sul trasferimento di un bene localizzato negli Stati Uniti, alla morte del proprietario, come ad esempio in caso di lascito o legato. La regola generale stabilisce che nel momento in cui uno straniero trasferisca la proprietà di un bene di questo tipo al momento della sua morte, venga applicata la tassa di successione. I primi USD 60,000 sono esenti da tassazione (trasferimento esente) e il rimanente del valore del bene o dell'asse ereditario è tassato secondo un sistema di aliquota progressiva, con un'aliquota massima del 40%.

Da considerare però che l'Italia è una delle poche nazioni ad aver siglato un trattato fiscale con gli Stati Uniti, rendendo di fatto questa tassa quasi irrilevante. Comunque sia, è importante sapere quale sia la definizione di bene localizzato negli Stati Uniti, in modo che il vostro avvocato fiscalista ne sia al corrente e non si rendano

necessari altri strumenti di pianificazione fiscale.

Ai fini della tassa di successione, i seguenti beni sono considerati beni localizzati negli Stati Uniti:

- Beni immobili entro i confini degli Stati Uniti;
- Beni mobili cosiddetti tangibili, che si trovano negli Stati Uniti (ad esempio, denaro contante, gioielli, opere d'arte e automobili);
- Partecipazioni azionarie in società Statunitensi, quali Corporations e Limited Liability Companies; e
- Quote di proprietà di assicurazioni sulla vita di un'altra persona.

La tassa sulle donazioni è imposta sui trasferimenti di beni localizzati negli USA durante la vita del donante, per un valore inferiore al valore medio di mercato del bene. Da considerare che le persone giuridiche non possano effettuare donazioni, e perciò questa tassa è in linea di massima applicabile a persone e non a società, trusts o associazioni.

Diversamente da quanto detto sopra per la tassa di successione, non esiste un trattato tra Italia e Stati Uniti sulla tassa sulle donazioni. È necessario perciò prestare particolare attenzione quando si trasferisce un bene localizzato negli Stati Uniti per un valore inferiore al valore di mercato. Inoltre, diversamente da quanto detto per la tassa sulle successioni, l'ammontare dell'esenzione è di soli USD 14,000 all'anno e per persona.

Ai fini della tassa sulle donazioni, i seguenti beni sono considerati beni localizzati negli Stati Uniti:

- Beni immobili entro il confine degli Stati Uniti; e
- Beni mobili cosiddetti tangibili, che si trovano negli Stati Uniti (ad esempio, denaro contante, gioielli, opere d'arte e automobili).

Per fare un esempio, se possedete una seconda casa a Los Angeles, valutata USD 500,000 e volete donarla a vostra figlia, la tassa su questa donazione sarebbe all'incirca dell'ammontare di USD 200,000. In uno scenario del genere è comprensibile la necessità di ricorrere a un'accurata pianificazione fiscale per minimizzare le conseguenze fiscali, quali ad esempio vendere la casa a vostra figlia o donare solo una parte della stessa.

La tassa sul trasferimento a generazioni successive è una tassa che viene imposta oltre alla tassa di successione e la tassa sulle donazioni. Tale tassa viene imposta sui trasferimenti alla seconda o successive generazioni. Questi trasferimenti sono tassati con un'aliquota fissa del 40%. I beni in questione verranno valutati al valore medio di mercato.

Tornando all'esempio di cui sopra, se invece di donare la casa di Los Angeles a vostra figlia, la voleste donare a vostro nipote, dovrete pagare una tassa addizionale del 40% poiché la donazione è fatta a vostro nipote (in pratica state facendo una donazione ad una generazione successiva, da cui la tassa prende il nome). Tale tassa è in aggiunta alla tassa sulle donazioni che è comunque dovuta.

Investire negli Stati Uniti

Gli Stati Uniti sono considerati come un paese con grandi attrattive per gli investitori stranieri. Una pianificazione fiscale non può garantire un investimento perfetto, ma sicuramente è in grado di garantire un investimento efficiente minimizzando le tasse dovute e allo stesso tempo proteggendo l'investitore da spiacevoli sorprese.

GRR

Global Resources Registry, LLC.
FINE MATTRESSES AND LINENS



GRR - Quality Italian Mattresses & Sleep Accessories
Design District Showroom 3440 North Miami Avenue, Miami, Florida, 33127
www.globalresourceregistry.com T. 305-751-5255 F. 305-751-5205

Aprire un conto corrente bancario negli USA

A CURA DI: ELENA BECCHEROLI, PROPERTY DESK

L'apertura di un conto corrente bancario negli Stati Uniti è un'operazione piuttosto facile e snella ed è ovviamente consentita anche alle persone fisiche non residenti ed alle persone giuridiche.

Sulla base delle specifiche esigenze, il primo passo da fare è quello di individuare la banca presso la quale si desidera aprire il conto, procedendo ad un'attenta valutazione dei prodotti offerti, delle spese e dei tassi di interesse.

Si consideri che negli Stati Uniti esistono tre tipologie di banche: quelle nazionali, quelle presenti a livello regionale e quelle online. Ogni istituto di credito propone un'ampia gamma servizi e diverse tipologie di conto corrente, e spesso gli stessi servizi vengono offerti a costi differenti. Risulta dunque necessario procedere ad una raccolta e ad una comparazione di informazioni circa le caratteristiche e le peculiarità di ogni prodotto, ad esempio attraverso i siti internet delle banche che più interessano.

Le tipologie di conto corrente offerte dagli istituti di credito americani sono soprattutto due: il "checking account" ed il "saving account".

Il **checking account** viene generalmente utilizzato per operazioni quotidiane, come ad esempio acquisti e pagamenti di bollette. Non sono previste restrizioni circa il numero di depositi e prelievi effettuabili e circa il numero di assegni da emettere. Attraverso tale tipologia di conto corrente, al cliente è consentito effettuare transazioni di denaro in qualsiasi momento ed in qualsiasi modo lo ritenga opportuno: via web, via bancomat o via assegno. Il prelievo, se effettuato presso un ATM (cioè il bancomat) della banca presso cui il conto corrente è stato aperto, non ha costi aggiuntivi. Si tenga presente che per alcuni checking account può essere richiesta una soglia minima di liquidità mensile, in considerazione delle spese derivanti dalle operazioni effettuabili e dal mantenimento del servizio. Tale conto, infine, permette di trasferire denaro tra diversi conti correnti e di programmare pagamenti a scadenza.

La seconda tipologia di conto bancario utilizzata negli Stati Uniti è il **saving account** il quale, come si evince dal nome, è un conto fruttifero finalizzato al risparmio del cliente. Viene utilizzato da coloro che dispongono di grandi somme di denaro, sia per una questione di sicurezza sia per la corresponsione da parte dell'istituto finanziario di interessi sull'ammontare depositato. Generalmente, per tale conto, è previsto un numero limitato di transazioni effettuabili, il superamento delle quali comporta spese aggiuntive, e restrizioni sui prelievi. Normalmente, invece, non è previsto un limite per i depositi di denaro effettuabili. Inoltre, alcuni saving accounts non prevedono l'accesso diretto al denaro depositato, necessitando di un periodo di preavviso per il ritiro della liquidità.

Un'altra distinzione tra conti correnti offerti dagli istituti di credito statunitensi è tra conto corrente personale, riservato alle persone fisiche, e conto business, il cosiddetto business banking account, riservato invece alle imprese.

Per quanto riguarda le **persone fisiche cittadine americane**, il modo più semplice per aprire un conto negli USA è senz'altro via web. Tutte le banche, infatti, offrono questo servizio ai potenziali clienti, in modo da consentire l'apertura del conto in qualsiasi momento ed in qualsiasi parte del mondo. Tale opzione, tuttavia, è, come detto, riservata ai cittadini americani ed è possibile solo nel caso in cui si opti per il checking account. Si consideri che ai fini dell'apertura di un conto corrente come "cittadino" è sufficiente essere residenti fiscali in America. Più precisamente, il residente



fiscale è chi ha ottenuto la green card, chi permane sul territorio dello stato per almeno 183 giorni nel corso dell'anno solare e chi supera il "cumulative presence test", cioè chi è presente sul territorio statunitense per un periodo uguale o superiore a 183 giorni dati dalla somma del totale dei giorni dell'anno di riferimento, più un terzo dei giorni dell'anno precedente, più un sesto dei giorni dell'anno precedente ancora.

Per quanto riguarda, invece, l'apertura di un nuovo conto da parte di un **cittadino straniero**, la legge americana impone agli istituti di credito di osservare alcune procedure di verifica e di applicare le politiche che più ritengono opportune al fine di soddisfare i requisiti di sicurezza richiesti. Si pensi ad esempio che, in caso di non residente USA, non è mai possibile aprire un conto corrente personale senza recarsi personalmente allo sportello munito di passaporto e secondo valido documento di identità. Ad ogni modo, negli Stati Uniti è presente un gran numero di banche internazionali con filiali in tutto il mondo: pertanto, i soggetti che optano per l'apertura del conto presso uno di tali istituti non dovrebbero incorrere in ostacoli particolari.

Passando ad analizzare le peculiarità del **conto business** offerto alle persone giuridiche, è sufficiente, in genere, che al momento dell'apertura dello stesso sia presente un manager della società, ma alcuni istituti di credito richiedono addirittura la contemporanea presenza di tutti i manager.

Per entrare più nello specifico, è necessario fornire i seguenti documenti: il "certificate of incorporation", nel caso di corporation, o gli "articles of organization" in caso di limited liability company (LLC), i quali attestano che la società è stata regolarmente costituita in uno stato americano e che può regolarmente operare come entità giuridica; l'EIN (Employer Identification Number), corrispondente al codice fiscale della società, registrato presso l'IRS (Internal Revenue Service) che equivale all'Agenzia delle Entrate italiana. Inoltre, è necessaria l'apposizione del timbro della società sui vari documenti bancari di apertura del conto.

Si tenga presente che è consigliata la preparazione di un "**corporate resolution**", ossia un documento attraverso il quale si attribuisce a determinati soci il potere di effettuare operazioni bancarie per conto della società e che, ai fini dell'apertura del conto presso un istituto americano, può essere richiesta una somma di denaro a titolo di deposito, sia che si tratti di persona fisica che di persona giuridica.

Per concludere, si può affermare che la Florida è uno stato particolarmente disponibile all'apertura di conti correnti bancari in favore di soggetti non residenti proprio perchè il numero di investitori stranieri è elevato e tende ad aumentare anno dopo anno.



I SERVIZI A MIAMI

- Assistenza legale, amministrativa e finanziaria nella compravendita di immobili residenziali e commerciali
- Consulenza legale e fiscale con riferimento alle legislazioni americana e italiana
- Costituzione e gestione di società in loco
- Assistenza nella fase di start-up di attività commerciali

PROPERTY DESK CORP. 848 Brickell Ave, Miami 33139 • +1 305 647 8788 • info@propertydesk.it • www.propertydesk.it

STUDIO SERVIDIO
DOTTORI COMMERCIALISTI

GALGANO
STUDIO LEGALE

I SERVIZI A BOLOGNA

- Individuazione e pianificazione dell'investimento immobiliare
- Consulenza per l'avviamento di attività commerciali e turistico alberghiere
- Adempimenti fiscali e legali con riferimento ad entrambe le legislazioni

STUDIO SERVIDIO - DOTTORI COMMERCIALISTI via Santo Stefano 11, Bologna • www.studioservidio.com
STUDIO LEGALE GALGANO via Santo Stefano 17, Bologna • www.galgano.it

Pianificazione dell'Investimento

A CURA DI: MONIQUE TRONCONE, MONIQUE TRONCONE CPA, P.A.

Alla luce della congiuntura economica attuale gli investimenti di capitale in Florida rappresentano una grande opportunità non solo per la grande varietà di immobili ad uso residenziale e commerciale disponibili ma anche per i prezzi relativamente favorevoli, grazie anche al vantaggioso tasso di cambio Euro-Dollaro.

Ancora più importante della decisione stessa di dove investire, è la programmazione di una buona pianificazione fiscale, ovvero la messa in atto di strategie che permettano di ottimizzare i vantaggi finanziari connessi all'investimento.

La pianificazione fiscale, che a prima vista può apparire di facile esecuzione, risulta essere in realtà molto complessa, ed è per questo motivo che si consiglia sempre di affidarsi all'aiuto di un esperto.

Le normative tributarie in vigore negli Stati Uniti sono decisamente favorevoli agli investimenti stranieri, e permettono, ad esempio, in alcune circostanze, che contribuenti americani paghino interessi a investitori stranieri, senza che questi interessi siano soggetti a prelievo impositivo. I guadagni da capitale possono essere esenti da imposte o soggetti ad un'aliquota fiscale di solo il 15%. La normativa fiscale se ben conosciuta consente diversi modi per dilazionare e ritardare i pagamenti delle imposte; tuttavia quella stessa normativa può diventare una "trappola fiscale" per l'investitore che non riceva una consulenza adeguata.

Si elencano di seguito le linee guida generali sui vari aspetti da tenere in considerazione al momento di pianificare il proprio investimento negli USA:

1. Status legale

Innanzitutto è importante determinare se la persona vuole investire in qualità di residente americano o no. Per essere legalmente riconosciuti come un residenti degli Stati Uniti, sono richiesti documenti come la Carta Verde comunemente detta "Green Card" o altra prova che attesti la residenza e in generale rispettare tutte le regole imposte dal Dipartimento d'Immigrazione. Possedere lo status legale di residente negli USA garantisce grandi benefici fiscali. Tuttavia, una persona può anche investire in qualità di non residente, attraverso un processo più complesso.

I residenti, ai fini fiscali, sono soggetti negli Stati Uniti alle imposte sul reddito e a quelle di successione e di donazione. Gli stranieri che non sono residenti, in genere, pagano negli Stati Uniti solo l'imposta sui redditi generati negli USA e sui beni immobili e personali così come alcune immobilizzazioni immateriali possedute negli USA.

2. Assetto giuridico

I due assetti giuridici più comunemente usati per un'impresa sono

la LLC (società a responsabilità limitata) e la CO (Corporations). Oltre a queste due ci sono molte altre strutture disponibili a seconda delle circostanze e degli obiettivi che si intendono perseguire. La proprietà individuale, l'uso di una società in accomandita o di una società a responsabilità limitata forniscono, generalmente, i migliori risultati ai fini delle imposte sui redditi. Ciò è dovuto al fatto che le società collettive e la stragrande maggioranza (ma non tutte) delle società a responsabilità limitata conferiscono la totalità dei loro attributi fiscali statunitensi ai singoli proprietari, direttamente come se il soggetto giuridico non esistesse ai fini fiscali.

3. Tipo di investimento

Ci sono diversi tipi di investimenti, sia nel settore immobiliare (residenziale, commerciale o industriale) che finanziario (azioni, obbligazioni, ecc.), che in quello delle attività imprenditoriali convenzionali come un magazzino, una fabbrica, un ristorante, ecc.

La cosa importante è definire le vostre preferenze, cogliere le opportunità di mercato e conoscere le normative fiscali che favoriscono in misura diversa ciascun settore o tipo d'attività.

4. Budget

Indipendentemente dal tipo di investimento scelto, è essenziale lo sviluppo di budget che permettano di visualizzare i futuri ritorni dell'investimento, gli utili o le perdite stimate, anticipando le possibili aliquote imposte.



Accounting & Tax Specialists Business Consultant

- *Corporation Set -Up*
- *Income Tax Planning*
- *Income Tax Preparation*
- *Computerized Bookkeeping*
- *Payroll Services*
- *IRS Representation*
- *Investors Visas*
- *Business Problem Solving*
- *Invesment Business Tracking*
- *Full Personalized Financial Services*
- *New Business Start-Ups*
- *401 K's/IRA's*



Monique Troncone, CPA P.A.
Certified Public Accountant

Monique Troncone, CPA P.A.

Certified Public Accountant

*55 NE 5th Avenue, Suite 501
Boca Raton, FL 33432-5500
E-Mail: Monique@Troncone-cpa.com*

*Office: (561) 417-0308
Cell: (561) 302-1224
Fax: (561) 417-0803
E-Fax: (561) 910-9922*

Public Notary - Si Parla Italiano • Se habla Español



Pianificazione dell'Investimento

5. Politiche fiscali

Ci sono leggi federali specificamente sviluppate al fine di incoraggiare gli investimenti stranieri e di fornire grandi benefici e opportunità. Esempi di queste politiche sono i trattati di libero commercio, investimento ed estensioni tributarie a seconda del settore in cui si svolge l'attività.

6. Immagine fornita dall'attività d'investimento

Dopo aver definito gli elementi di cui sopra, è necessario sviluppare una proiezione di quella che sarà l'immagine che la nostra attività imprenditoriale avrà per le autorità statunitensi. Con l'aiuto di un esperto si dovranno rivedere tutti i parametri della nostra attività e valutare come sarà percepita in particolare dall'IRS (Internal Revenue Service), l'amministrazione fiscale statunitense.

7. Operazioni di recupero

Lo scopo di questa fase è quello di trovare gli strumenti necessari per recuperare gli importi trattenuti dall'IRS. Un esempio di questo processo è la presentazione di una dichiarazione dei redditi come la 1040R

Conclusioni

Investire negli Stati Uniti è un processo semplice se paragonato

con ciò richiesto in altri paesi. Gli Stati Uniti sono un paese "investments friendly" che cerca di attrarre investimenti stranieri al fine di contribuire alla crescita economica della collettività.

Le politiche USA, in campo fiscale, sono stabili e trasparenti e ciò insieme ad un minor peso delle imcombenze amministrative e burocratiche garantisce una maggiore libertà all'investitore.

Ricordate che esistono diversi obiettivi a seconda della posizione in cui l'investitore si trova, ad esempio:

- Ridurre al minimo le imposte sugli utili e proventi negli Stati Uniti.
- Ridurre al minimo l'imposta versata negli USA sulle successioni e donazioni.
- Determinare il momento opportuno per la rilevazione dei ricavi e delle perdite a fini fiscali.
- Determinare circostanze eccezionali e benefici fiscali speciali. (es. benefici di un trattato).

Ma la cosa più importante è avere chiare le regole del gioco e affidarsi ad una guida esperta per accompagnarvi in questo importante progetto.



AGENZIA IMMOBILIARE

RESIDENTIAL
COMMERCIAL
BUSINESS

Camillo Coppola de Dominicis
ollimac@redilcousa.com

RESIDENZIALE
COMMERCIALE

Alessia Marelli
alessia@redilcousa.com

1560 Lenox Ave, Suite # 102 - Miami Beach, FL 33139 - Tel. 305 674 9714 - Fax 305 674 8259

redilco@redilcousa.com - www.redilcousa.com

Convenzione tra Italia e Stati Uniti in Materia di Imposte sul Reddito

A CURA DI: PAOLO ZONOTTI, FUNARO & CO., P.C.

Introduzione

Al fine di evitare il sovrapporsi delle rispettive pretese tributarie, e di favorire la collaborazione tra le Amministrazioni finanziarie in contrasto ai fenomeni di frode ed evasione fiscale, i maggiori Paesi industrializzati sono soliti firmare appositi accordi tra cui le Convenzioni contro la doppia imposizione ispirate al Modello di Convenzione elaborato dall'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico).

Italia e Stati Uniti hanno firmato il 25 agosto 1999 a Washington la "Convenzione contro le doppie imposizioni in materia di imposte sul reddito e per prevenire le frodi e le evasioni fiscali" (di seguito, la "Convenzione"). La Convenzione è entrata in vigore il 16 dicembre 2009.

Utili delle imprese: le rettifiche sui prezzi di trasferimento

La Convenzione sancisce il diritto di uno Stato ad effettuare rettifiche in aumento del reddito di un'impresa di questo Stato, qualora i prezzi di trasferimento dei beni o dei servizi tra tale impresa ed un'impresa correlata (facente parte dello stesso gruppo societario) dell'altro Stato contraente si discostino dai prezzi che sarebbero stati pattuiti tra controparti terze indipendenti. In altre parole, la Convenzione conferma l'applicabilità delle norme anti-elusive previste dagli ordinamenti fiscali interni in tema di transfer pricing.

La Convenzione prevede, nel caso in cui uno Stato contraente effettui una rettifica in aumento del reddito di un'impresa, la necessità per l'altro Stato di effettuare una rettifica corrispondente in diminuzione del reddito dell'impresa di tale altro Stato. La rettifica in diminuzione potrà peraltro avvenire esclusivamente in conformità alla "procedura amichevole" disciplinata dalla Convenzione stessa. Tali disposizioni sono quindi strumentali ad evitare la possibilità che un gruppo di imprese operante negli Usa ed in Italia sia soggetto a doppia imposizione sullo stesso reddito.

Le verifiche sulla congruità dei prezzi di trasferimento di beni e servizi tra società appartenenti allo stesso gruppo sono divenute più frequenti negli ultimi anni, non solo negli Stati Uniti, ma anche in Italia. Risultato di questi interventi da parte delle Amministrazioni finanziarie è che gruppi italiani con una controllata negli Usa possono trovarsi soggetti a doppie verifiche e accertamenti da parte dell'Internal Revenue Service americano, da un lato, e dal fisco italiano, dall'altro.



Le ritenute su dividendi, interessi e royalty

Dividendi, interessi e royalty corrisposti a soggetti non residenti sono generalmente soggetti a ritenuta alla fonte all'atto del pagamento. La normativa interna statunitense prevede generalmente su tali redditi una ritenuta in base all'aliquota del 30%.

La Convenzione prevede che, in determinati casi, le ritenute alla fonte su tali redditi debbano applicarsi in misura ridotta rispetto a quella altrimenti prevista dai rispettivi ordinamenti tributari interni.

Per ottenere l'applicazione delle ritenute ridotte, il soggetto americano che effettua il pagamento deve ottenere un'apposita attestazione da parte del soggetto beneficiario italiano del reddito, da rilasciarsi su apposita modulistica (Form W-8BEN o Form W-8ECI), che indichi il soddisfacimento di tutte le condizioni previste dalla convenzione.

a. Dividendi

La Convenzione prevede due categorie generali di dividendi e due aliquote ridotte (15%, 5%), che trovano applicazione a seconda della percentuale di possesso delle azioni (o quote) con diritto di voto possedute dalla società beneficiaria dei dividendi.

La Convenzione prevede inoltre un'aliquota ridotta del 15% nel caso in cui i beneficiari siano persone fisiche, a prescindere dalla percentuale di possesso delle azioni del soggetto erogante.

Le percentuali delle aliquote ridotte sui dividendi sono riassunte nella Tavola 1 che segue. Si ricorda che le aliquote ridotte spettano solamente se sono soddisfatte tutte le condizioni previste dalla Convenzione che vanno verificate con particolare attenzione in ciascun caso specifico.

Tavola 1– Aliquote ridotte su dividendi		
Categoria	Società con partecipazione dal 25% al 100%	Altri casi
Convenzione	5%	15%

La Convenzione consente l'applicazione della branch profits tax sui profitti rimessi dalla stabile organizzazione alla sede principale, sebbene in base ad aliquota pari al 5%.

b. Interessi

La Convenzione, prevede, in generale, una ritenuta ridotta pari al 10% sugli interessi, e la totale esenzione da ritenute alla fonte sugli interessi corrisposti in relazione a:

- prestiti garantiti o assicurati da un ente governativo di uno dei due Paesi;
- prestiti concessi da un ente governativo di uno dei due Paesi a una persona di cui tale ente governativo possiede meno del

Convenzione tra Italia e Stati Uniti in Materia di Imposte sul Reddito

- 25% del capitale; o debiti commerciali.

Le percentuali delle aliquote ridotte sugli interessi sono riassunte nella Tavola 2 che segue. Si ricorda che le aliquote ridotte spettano solamente se sono soddisfatte tutte le condizioni previste dalla Convenzione che vanno verificate con particolare attenzione in ciascun caso specifico.

Tavola 2 – Aliquote interessi			
Categoria	Su prestiti in generale	Su debiti commerciali	Su prestiti particolari
Convenzione	10%	0%	0%

Royalty

La Convenzione prevede tre categorie di royalty, due aliquote ridotte (8%, 5%) e la totale esenzione da ritenute per le royalty derivanti da diritti d'autore su opere letterarie, artistiche e scientifiche.

In fase di negoziazione della Convenzione, la delegazione Usa richiese di stabilire un'unica aliquota pari al 5% e, in ogni caso, considerare le royalty su diritti relativi a software alla stregua delle royalty su diritti d'autore su opere scientifiche e, come tali, assoggettate alla ritenuta del 5% anziché del 10%. La delegazione italiana, per ragioni di bilancio, dettate dal forte volume di importazioni di software statunitense, tentò inizialmente di resistere alla proposta della delegazione Usa ma dovette evidentemente poi venire incontro alle richieste Usa.

Le percentuali delle aliquote ridotte sulle royalty sono riassunte nella Tavola 3 che segue. Si ricorda che le aliquote ridotte spettano solamente se sono soddisfatte tutte le condizioni previste dalla Convenzione che vanno verificate con particolare attenzione in ciascun caso specifico.

Tavola 2 – Aliquote interessi	
	Convenzione
Altri diritti	0%
Diritti cinematografici radiofonici o televisivi	Vedi categoria "altri diritti"
Diritti su beni mobili materiali	Vedi categoria "altri diritti"
Diritti su software, attrezzature industriali commerciali o scientifiche	5%
Diritti d'autore su opere letterarie artistiche o scientifiche	0%

La procedura amichevole

La "procedura amichevole" è il meccanismo attraverso il quale i due Stati risolvono di mutuo accordo questioni relative a casi di doppia imposizione e, più genericamente, tutte le difficoltà che possono incontrarsi nell'applicazione della Convenzione stessa.

La Convenzione facilita la risoluzione di casi di doppia imposizione prevedendo innanzitutto una deroga esplicita alle norme procedurali previste dalla legislazione interna degli Stati. Si è voluto quindi introdurre un meccanismo di tutela delle norme di carattere sostanziale (quali sono quelle tese ad evitare la doppia imposizione) che sono talvolta vanificate dalle limitazioni procedurali delle normative nazionali.

Di forte portata innovativa sono, inoltre, le disposizioni riguardanti l'eventuale introduzione dell'arbitrato, in altre parole la devoluzione ad un organo decidente la risoluzione di questioni irrisolte. Attualmente, infatti, la "procedura amichevole" non prevede l'obbligo per i due Stati di raggiungere un accordo. L'inerzia dell'Amministrazione finanziaria di uno dei due Stati è quindi sufficiente a congelare l'esito delle procedure amichevoli instaurate da contribuenti che hanno sofferto una doppia imposizione. La Convenzione prevede che, entro i tre anni successivi all'entrata in vigore della Convenzione stessa, le autorità si consulteranno in merito all'opportunità di dare attuazione all'arbitrato anche in considerazione delle esperienze maturate in ambito di arbitrato fiscale internazionale.

Da quando nel 2009 il bilancio federale Usa ha raggiunto il deficit più alto del dopoguerra, i funzionari dell'amministrazione finanziaria Usa, l'Internal Revenue Service, sono particolarmente attivi nel recuperare gettito. Nel mirino dell'IRS vi sono le società controllate Usa di gruppi multinazionali con sede nei principali Paesi industrializzati, tuttavia, le controllate Usa di aziende italiane soffrono attualmente un grave svantaggio competitivo rispetto alle filiali Usa di aziende belghe, francesi o tedesche, in quanto le nostre sono maggiormente esposte alla doppia imposizione internazionale. Mentre Belgio, Francia e Germania hanno ciascuno raggiunto accordi con gli Usa che prevedono l'effettiva eliminazione della doppia imposizione tramite apposita procedura arbitrale, i meccanismi previsti dalla Convenzione per dirimere efficacemente le controversie fiscali tra i due Paesi sono ancora clamorosamente in attesa di essere varati.

Lo scambio di informazioni

Al fine di evitare frodi ed evasioni fiscali, la Convenzione prevede la facoltà, per le Amministrazioni finanziarie italiana e Usa, di procedere allo scambio di informazioni. Tale procedura riguarda le informazioni necessarie ad applicare le disposizioni della Convenzione e delle normative interne relative alle imposte previste dalla Convenzione.

Le informazioni ricevute da uno Stato contraente saranno tenute segrete, analogamente alle informazioni ottenute in base alla normativa interna di detto Stato e saranno comunicate soltanto alle persone od autorità incaricate dell'accertamento o della riscossione delle imposte previste dalla Convenzione.



CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS

TAX & FINANCIAL ADVISORS

Oltre 65 anni di esperienza al servizio delle imprese italiane che operano negli Stati Uniti

Funaro & Co., P.C. è uno studio di Certified Public Accountants e Dottori Commercialisti italiani costituito a New York nel 1947. Attraverso le nostre sedi di New York, Miami e Milano siamo in grado di seguire la crescita dei nostri clienti sui mercati internazionali grazie alla nostra naturale e consolidata esperienza nelle operazioni tra Italia e Stati Uniti.

Alle imprese di settori diversi offriamo servizi di

- ↘ Revisione e Certificazione di Bilancio
- ↘ Assistenza Fiscale
- ↘ Transfer Pricing Study
- ↘ Operazioni Straordinarie
- ↘ Servizi Amministrativi e Contabili
- ↘ Start-up iniziale

Paolo Zanotti, CPA, Partner

paolo.zanotti@funaro.com



Empire State Building
350 Fifth Avenue, 41st Floor
New York, NY 10118
Tel: (212) 947-3333

1111 Brickell Ave, Suite 2650
Miami, FL 33131
Tel: (305) 712 7130

Via Vittor Pisani, 20
20124 Milano
02 80509053

www.funaro.com

Incentivi e programmi finalizzati allo sviluppo economico dello Stato della Florida

A CURA DI: GIANCARLO PELOSI, PELOSI LAW FIRM

Lo Stato della Florida è da tempo impegnato in una politica economica volta allo sviluppo competitivo delle proprie imprese attraverso programmi ed incentivi finanziari finalizzati ad alleggerire il carico fiscale. La competitività delle imprese, che passa certamente attraverso costi di produzione bassi, è il fattore di successo nell' odierna economia globale. Lo Stato della Florida crede nello sviluppo del settore High-Tech e quindi è fortemente impegnato non solo nei progetti di finanziamento alle imprese tecnologicamente avanzate ma anche nella creazione di centri di ricerca di eccellenza in collaborazione con le imprese e le università.

È indubbio che questo vantaggioso sistema di imposizione fiscale ha contribuito nel tempo ad attirare migliaia di investitori esteri.

I numerosi vantaggi fiscali per gli investitori vanno dall'assenza di tasse "corporate" riservate ad alcuni tipi di società (limited partnership o subchapter S-corporations) all'esenzione fiscale per acquisto di macchinari finalizzato ad espandere il proprio business o per l'utilizzo di elettricità esclusivamente per i processi produttivi.

I più importanti programmi ed incentivi previsti dallo Stato possono di fatto essere raggruppati in quattro macro-categorie:

1. Incentivi per settori specifici ad "alto valore aggiunto"

- **Qualified Target Industry Tax Refund (QTI).** Il programma prevede incentivi disponibili per aziende che creano lavoro caratterizzato da alti salari in specifici settori ad "alto valore aggiunto"; essi prevedono rimborsi sulle tasse. In particolare, è previsto un rimborso di \$ 3,000 netti per la creazione di ogni nuovo posto di lavoro full-time, oltre ad un contributo di \$ 6,000 per la creazione di ogni nuovo posto di lavoro presso particolari aree depresse o contee rurali. Per quelle attività commerciali che, di fatto, pagano ai nuovi dipendenti il 150% del salario medio annuo, viene aggiunto un ulteriore contributo di \$ 1,000 per la creazione di ogni posto di lavoro; per quelle che pagano il 200% del salario medio annuale è previsto un bonus di \$ 2,000 per ogni nuovo posto di lavoro creato. È comunque previsto un tetto massimo di rimborsi, fino a 5 milioni di dollari per azienda.

- **Capital Investment Tax Credit (CITC).** Questo strumento viene normalmente utilizzato per attrarre e far crescere aziende ad alta intensità di capitale. Rappresenta un credito annuale, su un periodo di 20 anni, rispetto alle tasse sul reddito aziendale. Ne hanno diritto tutte le aziende che operano in aree destinate ai seguenti settori: energie alternative, tecnologia biomedica, servizi finanziari, IT, tecnologia del silicio, produzione di attrezzature per trasporti. Ciascun progetto ricadente nel suddetto programma di finanziamento deve prevedere la creazione di almeno 100 posti di lavoro ed un investimento in capitale di almeno \$25 milioni. Questi costi dovranno includere tutte le spese affrontate con l'acquisizione, la costruzione, l'installazione e la messa in opera di un progetto che vada dall'inizio della costruzione all'effettivo inizio dell'attività

prevista. Normalmente, l'ammontare del credito annuale viene determinato sia dal livello degli investimenti che dall'entità della tassazione sul reddito d'azienda.

- **High Impact Performance Incentive Grant (HIPI).** È un incentivo finalizzato ad "attrarre" e quindi sviluppare strutture ad elevato impatto economico. Tutte le sovvenzioni sono elargite in determinati settori prestabiliti dall'Ufficio Governativo del Turismo, del Commercio e dello Sviluppo Economico - OTTED -. Per essere idonei al programma, tutti i progetti devono presentare le seguenti caratteristiche: operare in settori come tecnologia biomedica, servizi finanziari, energie alternative, tecnologie del silicio, produzione di attrezzature per trasporti; ed inoltre, prevedere la creazione di almeno 100 nuovi posti



di lavoro a tempo pieno entro un periodo massimo di tre anni nonchè predisporre un investimento cumulativo nello Stato per almeno 100 milioni di dollari nel triennio. Nel caso di approvazione della richiesta, che avverrà da parte dell'Agenzia per lo sviluppo economico dello Stato, Enterprise Florida, Inc. - EFI - e da OTTED, contestualmente all'inizio delle attività, verrà finanziato il 50% del contributo pattuito mentre la differenza sarà erogata al raggiungimento di tutti gli obiettivi programmati, sia in termini occupazionali che di capitale investito.

2. Incentivi per la formazione della manodopera

- **Quick Response Training Incentives (QRT).** Questi incentivi sono rivolti alle aziende ad "alto valore aggiunto" già operanti in Florida, allo scopo di fornire il necessario supporto per la creazione di programmi di formazione. Strutture locali quali ad esempio College ed Università sono messe a disposizione delle aziende per assisterle nella programmazione ed implementazione dei corsi. Le spese



Your legal counselor for your business in **Italy** and the **US**

The hiring of a lawyer is an important decision that should not be based solely upon advertisements. Before you decide, ask us to send you free written information about our qualifications and experience.

PELOSI LAW FIRM & PARTNERS

STUDIO LEGALE PELOSI & PARTNERS

Miami

Pelosi Law Firm & Partners, s.t.p.
1001 Brickell Bay Dr. Suite 1402
Miami, FL 33131
USA
T. +1 305 533 1967
M. +1 954 309 0258
F. +1 305 374 5726

Milano

Studio Legale Pelosi & Partners, s.t.p.
Piazza A. Diaz, 7
20123 Milano
Italy
T. +39 02 7208 1809
M.+39 348 090 5623
F. +39 02 7209 4104

Incentivi e programmi finalizzati allo sviluppo economico dello Stato della Florida

soggette a rimborso includono gli stipendi per gli istruttori ed i costi per manuali e libri di testo.

3. Incentivi per infrastrutture

- Gli incentivi per infrastrutture stradali rientrano anch'esse nel piano politico di sostegno allo sviluppo economico industriale dello Stato. Questa tipologia di incentivo, denominato "Economic Development Transportation Fund", più comunemente conosciuto come "Road Fund"; viene concesso al fine di risolvere problemi di viabilità e trasporto che potrebbero compromettere il regolare svolgimento dell'attività di quelle imprese che intendono localizzarsi o espandersi in specifiche aree. Sono previsti contributi per un totale complessivo di 3 milioni di dollari ed assegnati alle amministrazioni locali per il miglioramento del trasporto pubblico.

4. Investimenti in aree in fase di "rivitalizzazione economica"

- Lo stato della Florida prevede diversi incentivi fiscali per chi investe in aree rurali od in aree urbane versanti in condizioni di obiettiva arretratezza economica.

Vi sono inoltre le c.d. "Enterprise Zone", specifiche aree

geografiche, focus per lo sviluppo economico dello Stato. Gli incentivi per queste aree prevedono l'elargizione di un credito sulle tasse d'uso e di vendita, un rimborso sulle tasse per l'acquisto di macchinari, un rimborso sulle tasse pagate per l'acquisto di materiale da costruzione utilizzato nonché, nel caso di attività ricadenti in una "Enterprise Zone", di una esenzione fiscale per l'energia elettrica utilizzata.

Forms and Applications

Tutti i moduli di richiesta per gli incentivi possono essere scaricati dal seguente link: <http://www.floridaenterprisezone.com>

State of Florida Sales Tax Benefits

Jobs Tax Credit (Form DR-15ZC)

Per informazioni dettagliate si rimanda al sito dell'Agenzia per lo sviluppo economico dello Stato, Enterprise Florida (www.eflorida.com).

Per quanto riguarda le ubicazioni delle Enterprise Zone e i documenti necessari per richiedere gli incentivi fiscali, si rimanda al seguente sito <http://www.floridaenterprisezones.com>

MAGNANI CPA,P.A.
INTERNATIONAL ACCOUNTING SPECIALIST

Studio Commercialisti Associati

- Consulenza Tributaria e Fiscale per persone fisiche ed imprese
- Adempimenti Contabili, impiegati e stipendi, Bilanci e reportistica
- Strutturazione societaria, attività Immobiliare e FIRPTA
- Consulenza aziendale, Acquisto societario o di business, Due diligence.

25 anni di esperienza
di cui **15** negli USA

4770 Biscayne Blvd, Suite 970, Miami, FL 33137
Email: max@magnanicpa.com

Office: 786.332.3362
Fax: 786.332.3464

L'accesso al credito negli USA

A CURA DI: LEONARDO SALANI, SEAHORSE LOANS CORP.

Gli avvenimenti che hanno condotto negli ultimi anni molti paesi a soffrire gli effetti della crisi economica globale, hanno spinto imprese ed investitori a cercare nuove opportunità fuori dal loro ambito locale o nazionale.

Particolarmente per l'Italia, questo fenomeno ha prodotto un esodo di considerevole importanza verso l'estero.

Sicuramente tra i mercati più ambiti dalle aziende italiane per la vendita dei propri prodotti e servizi, oltre che per stabilire una propria filiale, ci sono gli Stati Uniti.

Ciò detto, uno degli ostacoli principali che un investitore straniero si può trovare ad affrontare negli USA, è ottenere credito in quantità e qualità sufficiente per poter far crescere e consolidare la propria attività.

Proprio gli effetti della crisi economica globale hanno spinto gli istituti di credito americani ad essere molto più selettivi che in passato nel concedere mutui e prestiti.

Le banche americane basano la propria valutazione sui soggetti richiedenti un finanziamento sulle cosiddette 4 C del sistema creditizio:

Character

Si riferisce alla storia finanziaria del debitore. Minore è il numero di problemi connessi con il proprio storico bancario, più alto sarà il punteggio di credito. Un punteggio di credito elevato (oltre 700) può essere il fattore più importante per ottenere un finanziamento.

Capacity

Si riferisce alla capacità dell'azienda di generare ricavi, al fine di

rimborsare il prestito.

Capital

Si riferisce ai capital asset dell'impresa. I capital asset possono riferirsi a macchinari e attrezzature per una impresa produttrice, così come all'inventario dei prodotti, per un negozio o per un ristorante. Le banche li considerano capital asset, ma con qualche eccezione, perché in caso di chiusura o vendita dell'attività, i valori di recupero non saranno pari al costo storico del cespite in oggetto ma bensì al suo valore di liquidazione. Tale valore riflette l'importo a cui realisticamente si può aspirare da una transazione sul libero mercato.

Collateral

Collateral è rappresentato dalla liquidità e dai beni di un imprenditore che possono essere messi a garanzia di un prestito. Oltre ad avere un buon credito e una comprovata capacità di generare profitti, le banche richiedono spesso al proprietario di dare in pegno i propri beni personali come garanzia per il prestito. Quindi al fine di ottenere un prestito, commerciale o privato che sia, è necessario:

- Avere un ottimo rating.
- Essere in grado di dimostrare che la vostra attività genererà ricavi per pagare il prestito bancario.
- Possedere capital asset
- Avere garanzie reali in caso di fallimento della società (es. Immobili).



L'accesso al credito negli USA

Per l'importanza che ha nel sistema finanziario americano è inevitabile dover accennare al sistema di **Credi Score**. Il Credit Score è una espressione numerica, sulla base di una analisi dello storico di persona, al fine di calcolare la sua solvibilità. Il Credit Score si basa principalmente su informazioni di credito (report) in genere provenienti da agenzie di credito.

Istituti di credito, come le banche e le società di carte di credito, utilizzano il Credit Score per valutare il rischio potenziale nel concedere un prestito al richiedente, nonché come proxy per la stima di possibili perdite future dovute a crediti inesigibili.

I prestatori utilizzano il Credit Score per determinare chi si qualifica per un prestito, il tasso di interesse da applicare e i limiti di credito da stabilire.

Il Credit Score non è limitato esclusivamente alle banche. Altre organizzazioni, come le società di telefonia mobile o le compagnie di assicurazione utilizzano la stessa tecnica.

Il Credit Score negli Stati Uniti rappresenta, in teoria, il merito di credito di ogni persona, e quindi la probabilità che gli utenti ripaghino i propri debiti. Un punteggio di credito si basa principalmente sui report forniti in genere da una delle tre principali agenzie di credito: Experian, TransUnion, e Equifax.

Il reddito non è considerato dalle principali agenzie di credito per il calcolo di un punteggio di credito.

Diversi sono i metodi di calcolo dei punteggi di credito, ma il FICO (precedentemente conosciuto come Fair Isaac Corporation), è quello più utilizzato.

Gli americani hanno diritto a ricevere un report sulla propria storia di credito ogni anno, ma non hanno diritto a ricevere gratuitamente il proprio punteggio di credito.

Il vostro punteggio di credito indica se avete una storia di stabilità finanziaria e di gestione del credito responsabile. Questo può variare da 300 a 850, ma più alto è il punteggio, maggiori saranno i benefici (711 è stato il valore medio nel 2012).

Il Credit Score riportato nei report delle può variare a seconda dell'agenzia di credito che lo ha prodotto. Le differenze nel punteggio tra le varie agenzie dipende, come detto, dalle informazioni in loro possesso.

Tra gli elementi più comuni che deteriorano il credit score possiamo menzionare:

Cronologia pagamenti - 35%

La componente più importante del punteggio di credito interessa la capacità di ripagare il prestito ricevuto. Questa componente tiene conto essenzialmente della puntualità nel pagare le bollette, rate, ecc.

Debiti - 30%

La seconda componente più importante del punteggio di credito è l'ammontare che si deve pagare. Una situazione che presenta un forte sbilanciamento del passivo risulta essere penalizzante nel richiedere un nuovo prestito.

Lunghezza della storia di credito - 15 %

Il tuo punteggio di credito tiene conto anche per quanto tempo avete usato credito. Una lunga storia è utile (se non è viziata da

mora e di altri elementi negativi) permette di ottenere una serie di dati maggiore e aumentare la significatività statistica della stima

Nuovo credito - 10 %

Si considerano il numero di account bancari che il soggetto possiede. Le persone tendono ad aprire nuovi conti quando si verificano problemi di liquidità o perchè decidono di aumentare la propria esposizione al debito.

Tipi di credito in uso - 10 %

L'ultima cosa che la formula FICO considera nel determinare il punteggio di credito è se si dispone di un mix di diversi tipi di credito, quali le carte di credito, conti deposito, prestiti rateali e mutui.

I seguenti elementi, invece, non rientrano nel calcolo del Credit Score

- Stato civile
- Età
- Stipendio
- Occupazione attuale
- Occupazioni precedenti
- Contratti di locazione

Come alternativa ai finanziamenti commerciali tradizionali esistono programmi governativi disegnati per aiutare l'economia locale ed in particolar modo le piccole e medie imprese.

Questi programmi sono aperti alla maggior parte degli investitori, locali e stranieri, con delle differenze basate sul tipo di attività (commerciale o produttiva), così come il tipo di servizio o prodotto offerto al pubblico. Esiste qualche differenza in caso il richiedente sia locale oppure straniero riguardo i requisiti, però nessuno che qualifichi è mai escluso. In genere viene richiesta una garanzia dal 10% al 20% sull'ammontare totale del prestito richiesto.

Le informazioni per avere accesso al sistema finanziario sono generalmente accessibili da portali come www.sba.gov (Small Business Administration). Però la quantità di informazione da analizzare è tale che usualmente è molto utile mettersi in contatto con un consulente che possa offrire un'assistenza professionale.

Un altro aspetto che negli USA è molto più importante che in altri Paesi, è la necessità di essere debitamente protetti da polizze assicurative. A questo riguardo, il mercato offre una ampia gamma di coperture. Bisogna fare attenzione a non essere sovra-assicurati nè sotto-assicurati, in quanto nel primo caso si eccederebbe nel costo della assicurazione necessaria, e nel secondo la protezione sarebbe scarsa in caso di necessità. Anche in questo campo il nostro suggerimento è che ci sia una consulenza professionale all'investitore per offrire la protezione adeguata a condizioni più vantaggiose.

Una volta l'investitore straniero abbia stabilito la propria attività negli USA sarà possibile anche fare domanda per ottenere i finanziamenti alle esportazioni gestiti dall'ente governativo "Export-Import Bank of the United States" (www.exim.gov).



Seahorse Loans Corp.

The
Consulting Firm
for Your
Affordable
Loan

Leonardo Salani 13365 SW 41st Street | Miami, FL 33175

Phone: 305.606.2421 email: Ls@seahorseloans.org / leonardosalani@gmail.com



TOSOLINI, LAMURA, RASILE & TONIUTTI
INTERNATIONAL LAW FIRM

**MOLTI POSSONO
GIOCARRE.
POCHI POSSONO
CAMBIARE IL GIOCO.
GAME ON.**

TOSOLINI, LAMURA, RASILE & TONIUTTI LLP
IL VOSTRO PONTE TRA ITALIA E STATI UNITI

WWW.TLRTLAW.COM

Miami
407 Lincoln Road Suite 11C
Miami Beach, FL 33139
Phone: +1-305-534-0420
Fax: +1-305-675-3625
Email: info@tlrtl.com

New York
70 West 36 Street Suite 12A
New York, New York 10018
Main: +1-212-564-5400
Fax: +1-646-536-8719
Email: info@tlrtl.com



Tosolini, Lamura, Rasile & Toniutti LLP
è uno Studio Legale Internazionale con uffici a
New York, Miami, Los Angeles, Roma e Milano

Siamo specializzati in

- Diritto Societario
- Contratti Commerciali
- Immigrazione
- Diritto Tributario Internazionale
- Contenzioso e Arbitrati
- Diritto Immobiliare
- Marchi e Brevetti
- Diritto Bancario e Finanziario
- Diritto Fallimentare e Ristrutturazione Finanziaria delle Società
- Fusioni, Acquisizioni e Scissioni
- Recupero Crediti
- Diritto di Famiglia

Los Angeles
520 Broadway
Suite 350
Santa Monica, CA 90401
Phone: +1-310-496-4269
Email: info@tlrtlw.com

Rome
Via Giuseppe Ferrari 11
00195 Rome, Italy
Phone: +39-06-37-51-2416
Fax: +39-06-37-51-2480
Email: info@tlrtlw.com

Milan
In association with La Russa Studio Legale
Corso di Porta Vittoria 18
20122 Milan, Italy
Telephone: +39-02-55-12-750
Email: info@tlrtlw.com

Incentivi e finanziamenti dall'Italia alle imprese per l'apertura di filiali negli USA

A CURA DI: ITALY-AMERICA CHAMBER OF COMMERCE SOUTHEAST



Negli ultimi anni sono sempre di più le aziende italiane che guardano alla Florida, ed in particolare a Miami, come punto di accesso principale ai mercati del Nord America e dell'America Latina. Per molti l'apertura di una filiale commerciale in questo hub strategico non è più solo un'opzione ma è diventato quasi un obbligo al fine di presidiare efficacemente regioni in grande espansione.

In Italia sono diversi gli strumenti finanziari a disposizione delle aziende in fase di internazionalizzazione, tra questi quelli proposti dall'ente pubblico Simest (www.simest.it). Spesso però questi strumenti sono poco conosciuti od utilizzati dalle PMI. Proprio per questa ragione la Camera di Commercio Italo-Americana di Miami propone un servizio di assistenza per la ricerca e per l'ottenimento di finanziamenti agevolati o a fondo perduto messi a disposizione da enti pubblici italiani ed europei a favore dell'internazionalizzazione.

Tali finanziamenti sono disponibili sia per le aziende intenzionate ad aprire nuove filiali commerciali o produttive sia per le aziende interessate a potenziare sul mercato estero filiali già insediate.

Essenzialmente i finanziamenti possono essere di 3 tipi:

- **Finanziamenti agevolati al tasso 0,5%** (fino ad un massimo di 4,5 milioni di euro) garantiti per il 50% dallo Stato per tutte le imprese italiane che decidono di aprire strutture stabili o lanciare nuovi prodotti negli USA;
- **Finanziamenti agevolati fino a 200.000 euro** al tasso 0,5% per le aziende italiane che devono affrontare studi di fattibilità per investimenti produttivi e/o commerciali e/o assistenze post vendita.;
- **Finanziamenti a fondo perduto** per progetti di Ricerca e Sviluppo co-finanziati dalla Commissione Europea (FP7 e HORIZON 2020)

Indicativamente possono accedere ai finanziamenti aziende italiane, in buono stato di salute (capacità di fornire delle garanzie bancarie annuali per almeno per il 50% dell'importo del finanziamento) che abbiano un fatturato superiore ai 2,5 milioni di Euro, sede centrale in Italia e una società in USA anche non direttamente detenuta.

La definizione dell'importo del finanziamento dipende dalla presentazione di un **business plan** dettagliato e budget. Tipicamente per avere l'approvazione della domanda da parte dell'ente sono necessari 60 giorni. 90-120 giorni dopo la data d'invio della domanda è possibile già ottenere il primo stanziamento (solitamente del 30%) dell'importo in valuta. La restante parte del finanziamento viene concessa sulla base dello Stato Avanzamento Lavori.

I **documenti utili** per la composizione della pratica comprendono:

- Ultimi 3 bilanci completi con certificato di deposito;
- Situazione aggiornata dell'ultimo bilancio;
- Visura camerale aggiornata;
- Certificato di vigenza originale rilasciato dalla Camera di Commercio;
- Fotocopia del documento di identità del legale rappresentante;
- Fotocopia dell'eventuale certificazione di qualità;
- Indirizzo di posta elettronica certificata (PEC).

La Camera mette a disposizione dei richiedenti la possibilità di beneficiare, senza impegno, di una prima analisi di prefattibilità sul proprio profilo, l'elenco dettagliato dei documenti da preparare e l'assistenza necessaria per la compilazione della domanda.

Procedure per Affitto ed Acquisto di Immobili ad uso commerciale

A CURA DI: STUDIO INTERNAZIONALE TOSOLINI, LAMURA, RASILE & TONIUTTI LLP

Affittare uno spazio commerciale è un passo fondamentale per il successo di un business negli Stati Uniti. Ci sono molteplici variabili da tenere presente quando si decide di negoziare l'affitto di uno spazio commerciale.

Bisogna poi considerare che prendere un impegno contrattuale per svariati anni comporta già di per se una responsabilità notevole, e alcune volte il successo o l'insuccesso di un'operazione commerciale può proprio dipendere dai termini e dalle clausole del contratto di affitto.

Prima di entrare in una fase di negoziazione con il proprietario di un immobile cui siete interessati, è importante sapere che gli affitti commerciali differiscono, a volte in maniera sensibile, dalle locazioni di immobili ad uso residenziale. Prima di sottoscrivere un contratto, quindi, è importante comprendere quali siano i termini base dello stesso, come ad esempio, l'ammontare dell'affitto, la durata, la descrizione dell'immobile, il deposito richiesto, e così via.

Differenze tra Affitti Commerciali e Locazioni

È vitale, dal primo momento in cui si decide di prendere in affitto uno spazio commerciale, capire che dal punto di vista non solo pratico, ma soprattutto legale, affitti commerciali e locazioni residenziali sono alquanto diversi.

Di seguito riportiamo alcune delle maggiori differenze tra i due tipi di contratto:

- **Legislazioni di protezione del consumatore.** Gli affitti commerciali non sono, in linea generale, soggetti alle più comuni leggi sulla tutela e protezione del consumatore che servono a proteggere chi affitta un immobile a fini residenziali.

Ad esempio, per quel che riguarda i contratti di affitto di spazi commerciali, non vi sono normative che indichino un ammontare massimo per quel che riguarda il deposito cauzionale, o regolamentazioni che indichino e garantiscano la tutela della privacy dell'affittuario.

- **Mancanza di contratti standard.** La maggior parte dei contratti di affitto commerciale non è basata e non segue un modello standard. Di conseguenza, i termini o clausole in esso contenute sono oggetto di negoziazione tra le parti.

In linea generale, il contratto presentato al potenziale affittuario è un contratto fatto su misura per soddisfare le richieste e le necessità del proprietario dell'immobile. Molti dei contratti in questione sono, infatti, redatti da avvocati che curano specificamente gli interessi dei proprietari. È pertanto fondamentale condurre una valutazione attenta del contratto e dei termini offerti all'affittuario, possibilmente avvalendosi dell'assistenza di un avvocato che curi i vostri interessi.

- **Lunga durata e difficoltà di cancellazione.** I contratti commerciali sono solitamente stipulati per una durata superiore a quelli di locazione residenziale. I proprietari prediligono, infatti,

affittare i propri locali per periodi prolungati piuttosto di dover tornare sul mercato dopo pochi anni. La lunga durata è allo stesso tempo un elemento importante anche per l'affittuario, il quale, avendo l'obiettivo di sviluppare un'attività a lungo termine, ha la certezza di poter contare su un contratto di affitto della durata di 5/10 anni o più e la garanzia che i costi rimarranno stabili e predeterminati. Proprio per la durata estesa, va però tenuto in considerazione che l'investimento su un affitto decennale è sicuramente una delle voci di spesa più importanti per un business; va quindi considerata con estrema attenzione la possibilità di rescindere il contratto senza incorrere in penali dal costo proibitivo.

- **Negoziazione e flessibilità.** Gli affitti commerciali sono generalmente contratti in cui la negoziazione e la flessibilità sono elementi cruciali. Non esistendo contratti standard, l'affittuario ha la possibilità di negoziare con il proprietario dell'immobile i termini più indicati per lo sviluppo del proprio investimento. Da una parte gli affittuari hanno esigenze specifiche, e dall'altra i proprietari vogliono garantirsi la certezza di poter contare su un'entrata mensile fissa e non soggetta a leggi di mercato troppo restrittive. Soprattutto in questa sede, l'assistenza di un avvocato può fare la differenza, facendo in modo che i termini contrattuali siano il più possibile vantaggiosi per l'affittuario, visto che lo stesso manca di una protezione legislativa predefinita, come nei casi di locazione residenziale.

Trovare lo Spazio Adatto

Prima di firmare il contratto di affitto, è necessario, come detto sopra, fare una valutazione accurata dei termini dello stesso per accertarsi che il contratto sia in linea con le esigenze della vostra attività.

In primis, va considerato l'ammontare dell'affitto. Il costo effettivo rispecchia quello calcolato nel vostro business plan? In caso contrario, vista la difficoltà di rescindere il contratto, potrebbe essere più cauto considerare altre opzioni che non impegnino un capitale così importante.

È necessario poi considerare la durata. Se pensate che il vostro business crescerà e quindi sarà necessario trovare spazi più grandi, probabilmente è meglio non legarsi ad affitti di lunga durata. In questo scenario sarebbe meglio negoziare un contratto di durata minore, ma con la clausola di rinnovo opzionale da esercitare liberamente alla fine del contratto. Se invece, come ad esempio per le attività di ristorazione, non prevedete l'esigenza immediata di usufruire di spazi più grandi, avere un contratto di lunga durata è la strada più consigliata. Tale opzione garantisce infatti il tempo di consolidare la presenza sul mercato e garantire una clientela stabile e duratura.

Un'altra considerazione da fare è sulla struttura dell'immobile stesso. Se avete l'esigenza di apportare modifiche non solo di aspetto, ma anche di carattere strutturale all'immobile, è meglio accertarsi non solo che il proprietario sia disposto ad accettare tali modifiche, ma che l'immobile stesso sia in grado di essere modificato secondo i vostri progetti. Un controllo con

Procedure per Affitto ed Acquisto di Immobili ad uso commerciale



le autorità preposte a vigilare su questi aspetti di rinnovo e di modifiche strutturali vi darà la certezza di poter affittare lo spazio e modificarlo secondo le vostre esigenze. Inoltre, un accurato controllo con le stesse autorità, vi darà un rapporto sullo stato dell'immobile e sull'esistenza o meno di violazioni commesse dal proprietario o da altri affittuari che potrebbero un domani essere di ostacolo ai vostri piani di modifiche e di rinnovo dei locali.

Per finire, ci sono altri piccoli dettagli in ogni contratto di affitto che però potrebbero, per la natura della vostra attività, risultare cruciali. Ad esempio, se il vostro business è basato molto su clienti di passaggio, è bene accertarsi che il contratto permetta l'installazione di un'insegna. In caso contrario, potrebbe essere messa a repentaglio l'affluenza di una parte fondamentale della vostra potenziale clientela. Oppure, qualora basiate il vostro successo facendo leva sul fatto di essere l'unico ristorante italiano in un centro commerciale, sarà necessario sincerarsi che il vostro contratto contenga una clausola che impedisca al proprietario dell'immobile di affittare un altro spazio a un vostro "competitor".

Clausole Fondamentali

La seguente è una lista delle clausole spesso presenti nei contratti e alle quali è necessario fare particolare attenzione prima di impegnarsi a livello contrattuale:

- La durata del contratto, la data di inizio, la data di fine e le opzioni di rinnovo;
- L'ammontare dell'affitto, inclusi gli aumenti e le modalità secondo cui vengono calcolati;
- Se nell'ammontare dell'affitto mensile sono incluse spese quali assicurazioni, tasse di proprietà e costi di manutenzione ordinaria (chiamato affitto lordo); o se invece sarà l'affittuario a doversi fare carico di tutte queste spese e costi, che

ovviamente verranno indicati specificamente nel contratto (chiamato affitto netto);

- Il deposito cauzionale e le condizioni per la restituzione dello stesso;
- L'indicazione precisa dello spazio affittato (includere aree comuni come ad esempio corridoi, bagni e ascensori) e in che modo il proprietario ha misurato lo spazio (in alcuni casi vengono conteggiati anche gli spessori dei muri);
- Se ci saranno migliorie o modifiche o se, come nel caso di affitti di spazi di nuova costruzione e costruiti secondo le vostre necessità, saranno aggiunti arredi, impianti ed attrezzature. In quest'ultimo caso, bisognerà specificare quale tra le parti si farà carico di questi costi e/o quale ne manterrà la proprietà alla fine del contratto (solitamente questo tipo di "migliorie" restano di proprietà del locatore, a meno che non venga specificamente concordato tra le parti un accordo differente);
- Clausole specifiche per insegne e segnalazioni, incluso dove esattamente possono e non possono essere collocate;
- A carico di chi sono le spese di manutenzione dello spazio, compresi i costi di riparazione dei sistemi idraulici, di riscaldamento e di aria condizionata;
- Se il contratto prevede una clausola che permette di sub-affittare o cedere il contratto ad un terzo e le modalità per questo tipo di evenienze;
- Quali sono le modalità per rinnovare il contratto o espandere lo spazio oggetto dello stesso;
- Se e come il contratto può essere rescisso, inclusi i requisiti di notifica alle parti e se vi sono delle penali e i relativi importi; e
- Se eventuali controversie sul contratto sono soggette a procedure di mediazione stragiudiziale, o se invece le controversie andranno decise direttamente in tribunale e, in tal caso, quale sarà la sede giudiziale della controversia.

Legge sui cittadini disabili

Un'ultima riflessione che riteniamo necessaria è da farsi in riguardo all'ADA (The Americans with Disabilities Act), una legislazione di carattere federale e quindi nazionale, che richiede che tutti i locali aperti al pubblico con un numero di impiegati uguale o superiore a 15, debbano garantire che l'accesso allo spazio sia possibile per le persone disabili. È perciò necessario accertarsi che il proprietario sia d'accordo sull'utilizzo dello spazio che farebbe ricadere lo stesso sotto la legislazione ADA e soprattutto ci sia un accordo sulle modifiche da apportare (installazione di rampe, aumento delle dimensioni delle porte) e su chi dovrà farsi carico di questi costi.

Meet PAMELA FUERTES

She works for YOU

In her role as a
Vice President at
THE BEACON
COUNCIL, Pamela
helps businesses grow
and create more jobs.

If you are expanding or locating a
business in Miami-Dade County, call
THE BEACON COUNCIL at 305-579-1300.
Our services are free and confidential.

The Beacon Council is a proud member of the
Italy-America Chamber of Commerce (IACC)



OUR MISSION: Create jobs for Miami-Dade County residents by helping businesses
locate and expand here. We want families and residents in Miami-Dade County to
prosper. Help us help others. Will you join us? Call 305-579-1300 for more information.
The Beacon Council | 80 SW 8th Street #2400 Miami, FL 33130 | www.beaconcouncil.com



The Beacon Council
Miami-Dade County's Official
Economic Development Partnership

Evoluzione del mercato immobiliare a Miami

A CURA DI: MARISA M. CHISENA, ONEISOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY

Miami, città cosmopolita e dinamica, oltre ad offrire splendide spiagge, un oceano cristallino, un clima mite per 12 mesi all'anno, si sta affermando come capitale della moda, dell'arte, del design e di eventi sportivi.

Il mercato immobiliare della città, spinto dagli acquirenti internazionali, in particolare sudamericani ed europei, presenta un dinamismo superiore alle aspettative, con un netto recupero nei prezzi e nel volume di scambi. Il numero di potenziali nuovi acquirenti che cercano di entrare nel mercato immobiliare risulta fortemente in crescita rispetto agli anni più recenti, con offerte a volte più alte del prezzo di richiesta (comportamenti che costituiscono il segnale di una robusta ripresa).

Nella contea **Miami-Dade**, nei primi sei mesi del 2013 si è registrato un incremento del numero di proprietà vendute del 30% rispetto allo stesso periodo del 2012, in particolare per proprietà al di sotto dei 300.000 dollari.

ciò testimonia l'affermazione di questo segmento del mercato immobiliare.

A **Miami Beach** nei primi sei mesi del 2013 il 61% delle vendite sono avvenute nel segmento sotto i 500.000 dollari.

Nel complesso il prezzo medio al metro quadrato (nel medesimo periodo) è aumentato del 12% rispetto al primo semestre del 2012. A settembre 2013 i valori a Miami Beach, per appartamenti fronte oceano, si aggirano intorno a 6.600 dollari, con una leggera diminuzione nelle compravendite di unità immobiliari rispetto ai 6 mesi precedenti, ma con un aumento del 12% del prezzo medio di vendita.

Per quanto riguarda il settore delle villette fronte mare, nello stesso periodo, il prezzo medio al mq. è stato di 10.684 dollari, con un incremento del 48% rispetto ai sei mesi precedenti.

South Beach presenta un paesaggio che va dall'architettura eccentrica con toni pastello in stile Art Deco, ai grattacieli di SOFI (South of Fifth) e costituisce l'epicentro di Miami Beach.



Gli edifici di prossima realizzazione stanno riscuotendo un grande interesse, con oltre 80 progetti sulla costa fra Miami e Fort Lauderdale già approvati o in fase di realizzazione.

Questo nuovo boom del settore Real Estate è molto diverso da quello che ha creato la recente bolla immobiliare del 2008, grazie ad un mix delle fonti di finanziamento che al mutuo bancario riserva quote non superiori al 50%.

Nelle contee di **Miami-Dade** e di **Broward** il segmento luxury del mercato continua a crescere, con un aumento delle transazioni del 36% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno nella fascia tra 1 e 5 milioni di dollari, ed una crescita del 24% per le proprietà nella fascia superiore ai 5 milioni di dollari.

Tuttavia il segmento che ha registrato un incremento maggiore è quello super luxury, oltre i 10 milioni, con un impressionante aumento di transazioni del 50% rispetto ai primi sei mesi del 2012. È interessante notare che nel 2002 non ci furono vendite nel super luxury market, mentre nel 2012 ne sono state registrate ben 30:

E chi non conosce Casa Casuarina? L'ex residenza di Gianni Versace è stata rivenduta all'asta a settembre del 2013 per 41,5 milioni di dollari alla famiglia Nakash, titolare dei jeans Jordache.

Mentre si possono ancora acquistare piccoli appartamento in art deco fra i 400.000 ed i 600.000 dollari, il valore degli appartamenti fronte oceano a SOFI è aumentato dell'11% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, raggiungendo un prezzo medio al mq. di 11.954 dollari, con un incremento delle transazioni concluse del 13%.

A **Brickell** il prezzo al metro quadrato nei primi sei mesi del 2013 è salito a 4.595 dollari, in crescita del 22% rispetto al primo semestre dello scorso anno.

Per un appartamento all'Icon Brickell con una camera con vista mare ci si deve attendere una richiesta di oltre 400.000 usd. Con oltre 10 nuovi cantieri, fra cui My Brickell, SLS Brickell, e Brickell CityCentre, (nuovi ristoranti come il Cipriani e negozi di lusso,

MIAMI... E RULLANO I TAMBURI!

Città internazionale e dinamica, Miami offre soluzioni immobiliari per ogni aspirazione: da grattacieli con viste spettacolari dell'oceano a stupende ville con giardini tropicali. Miami è la meta del momento...e del futuro!



Con oltre il 60% di acquirenti di immobili provenienti da tutto il mondo, ONE Sotheby's International Realty, con 8 sedi fra Miami-Dade e Broward, si avvale del prestigio e della notorietà del marchio Sotheby e della sua rete di 600 sedi in più di 45 Paesi, offrendo alla sua vasta clientela un servizio non solo nazionale, ma anche internazionale e soprattutto globale.

Per qualsiasi informazione su proprietà immobiliari esistenti o in fase di progettazione nell'area tra Miami e Fort Lauderdale, sia esclusivi di ONE Sotheby's International Realty, sia quelli rappresentati da altre agenzie immobiliari, **rivolgetevi a Marisa Mion Chisena.**



Marisa Mion Chisena

tel. +1(305) 807-6845

marisa@marisachisena.com

ONEsothebysrealty.com

Skype: [marisa.miami](https://www.skype.com/people/marisa.miami)

ONE

Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

Evoluzione del mercato immobiliare a Miami

fra cui Louis Vuitton), Brickell sta confermando la fama della Manhattan del Sud.

Anche a **Downtown** c'è stata una ripresa del mercato molto sostenuta, con il prezzo al mq. incrementato del 32% rispetto ai primi sei mesi del 2012. Ci sono 9 progetti in sviluppo, incluso il Miami World Center (un progetto a destinazione multipla che includerà hotel, negozi, residenze, un centro congressi, e ristoranti). Poco distante, il più esclusivo One Thousand Museum, dell'acclamata Zaha Hadid, vincitrice del premio Pritzker. Questo spettacolare progetto viene commercializzato a partire da 4 milioni di dollari per unità con 3 camere.

Questi nuovi e straordinari edifici in fase di costruzione, configureranno uno skyline di downtown Miami ben diverso da quello attuale!

Meno conosciute fra gli europei, ma certamente con un marcato fascino tropicale, Coconut Grove e Coral Gables.

Coconut Grove offre un nuovissimo condominio di lusso, il Grand Bay, che si affaccia sulla bellissima Biscayne Bay. I prezzi al mq vanno da 8.300 dollari per 3 camere a 15.690 dollari per la penthouse con 5 camere da letto, mentre per i condomini con vista mare già esistenti, i prezzi medi al mq. sono di 4.885 dollari. Se invece si è interessati a case singole il prezzo medio per le poche

abitazioni che si affacciano sulla baia è di 3.486.667 dollari con un prezzo medio al mq. di 9.189 dollari.

Coral Gables, con il suo particolare stile spagnolescante, è sede dell'Università di Miami. Alcune zone del quartiere che si affacciano sulla Biscayne Bay, come Gables Estate che offrono splendide villette il cui prezzo medio di vendita nei primi sei mesi del 2013 era 8.187.500 dollari, oppure Gables by the Sea dove il prezzo medio nello stesso periodo era di 1.487.778 dollari. Molto interessanti sono anche le tipiche ville Old Spanish, nel cuore della quartiere, ad un prezzo medio di vendita di 723.469 dollari, con un incremento del 18% in prezzo di vendita nei primi sei mesi del 2013 rispetto allo stesso periodo del 2012.

Che cosa sta guidando il mercato immobiliare a Miami?

Facile la risposta: la scarsità di immobili in vendita e la domanda in aumento da parte degli acquirenti che provengono da ogni parte del mondo.

L'incremento delle transazioni immobiliari, nonostante l'aumento dei prezzi, in particolare nelle aree di pregio, dimostra chiaramente che l'investimento immobiliare nel sud della Florida è percepito a livello globale come un buon investimento e gli acquirenti sono tutt'ora interessati ad acquistare nonostante "l'affare" non sia più a portata di mano come avvenuto solamente tre-quattro anni fa.

5000 FLYERS
\$345.00

8.5 x 11 Full Color
2 sides/ folded

4 X 6 POSTCARDS
FULL COLOR

1000 - \$80.00 / 5000 - 149.00

BUSINESS CARDS

1Color **\$28.00** (1000)

Full color - 2 sides

\$47.00 (1000)

Full Color w/Spot UV \$65.



T-SHIRT

Starting at

\$3.99 per

Min. Order
48 T-shirts
(white)

ENVELOPES

#10 White Regular

Black ink

1000 - **\$55.00**

BANNERS Starting at **\$6.50** sq.ft.
CREATIVE DESIGN & TYPESETTING

Complete Printing & Reproduction Service
Family owned and operated. English, Spanish & Italian

Business Cards • Postcards • Letterheads • Envelopes
Brochures • Newsletters • T-shirts • Posters • Labels
Newsletters • Menus • Invitations • NCR Forms • Magnet
Full Color Banners • Thermography • Self Ink Stamps
Signs • Direct Mail Marketing and much more.

DYNAMIC
PRINTING & GRAPHICS

119 N.W. 43rd St. • Boca Raton, FL 33431

www.dynamicprintingbocaraton.com

561.706.6462

We Come To You . . Call Today!

FREE PICK-UP AND DELIVERY!

Printing prices are for camera ready. Artwork / design is additional.

Visti per attività di investimento

A CURA DI: MARCO FERRI, AVILA RODRIGUEZ HERNANDEZ MENA & FERRI LLP



Il modo più comune a disposizione degli Europei per entrare negli Stati Uniti, che sia per affari o per turismo, è il Programma "Viaggio senza Visto" (Visa Waiver Program). Il Programma "Viaggio senza Visto" consente ai cittadini di alcuni Paesi, tra cui l'Italia, di recarsi negli Stati Uniti per turismo o affari per un periodo di 90 giorni o meno senza dover ottenere un visto. Generalmente questo Programma è sufficiente per quelle persone che viaggiano per brevi affari negli Stati Uniti. Per alcuni, tuttavia, in particolare per le persone con interessi economici ben radicati negli Stati Uniti (ad esempio nel caso di succursali, filiali o altri uffici di imprese italiane) possono essere necessari soggiorni più lunghi o veri e propri rapporti di lavoro tra la persona straniera e la entità Americana. Fortunatamente, ci sono una serie di opzioni a disposizione per i cittadini italiani che desiderano lavorare negli Stati Uniti, opzioni che, tra l'altro, consentono loro una maggiore flessibilità rispetto al Programma "Viaggio senza Visto" e che sono state specificamente create con gli investitori e uomini d'affari in mente. Questo articolo vuole dare una breve panoramica di due di tali categorie di visti: i visti E-1/E-2 per commercio ed investimento, ed il visto L-1 per i trasferimenti di personale all'interno di una stessa compagnia.

Visti per Commercio ed Investimento

I Visti di tipo E sono resi disponibili ai cittadini italiani in virtù di un trattato tra gli Stati Uniti e l'Italia per promuovere il commercio e gli investimenti tra i due Paesi. I Visti E forniscono due basi per l'ingresso negli Stati Uniti, Visto per Commercio (E-1) e Visto per Investimento (E-2). I Visti E sono considerati Visti non immigranti e, quindi, non possono essere rilasciati a persone che intendono ottenere la residenza permanente negli Stati Uniti. Pertanto, è importante che coloro che richiedono il Visto E dimostrino il loro intento non immigratorio presentando, nel plico contenente la richiesta di Visto, prove a supporto della loro intenzione di tornare in Italia al termine della loro attività negli Stati Uniti o alla scadenza del loro Visto. Alcuni esempi di tali prove possono essere documentazione che dimostri che il richiedente mantiene la propria residenza o conti bancari in Italia o la prova che il richiedente lasci il coniuge e/o i figli alle spalle. I titolari di Visti E non sono preclusi dal richiedere la Carta Verde. Tuttavia, poiché l'intento non immigratorio è un requisito del Visto E, così facendo può essere difficile.

Il **Visto E-1** permette ai cittadini italiani l'ingresso negli Stati Uniti per intraprendere commercio internazionale per conto proprio o per conto di una società il cui 50% appartenga a cittadini italiani negli Stati Uniti. Per beneficiare di un Visto E-1 il richiedente deve (i) avere la nazionalità di un Paese con cui vige un accordo commerciale (come l'Italia), (ii) il commercio deve essere notevole ed in corso, e (iii) la maggior parte del commercio deve avvenire tra gli Stati Uniti e l'Italia. Per commercio notevole si fa riferimento generalmente a numerose transazioni nel corso del tempo, e maggior peso è dato a scambi numerosi piuttosto che a un numero minore di spedizioni con maggior valore.

Il **Visto E-2** permette ad un individuo di entrare e lavorare negli Stati

Uniti sulla base di un investimento effettuato dall'individuo stesso o dal suo datore di lavoro, e tale individuo sarà colui che controllerà la società negli USA. Per beneficiare di un Visto E-2, l'investimento deve (i) essere "notevole", cioè sufficiente a garantire il buon funzionamento dell'impresa, (ii) essere una reale attività d'impresa, piuttosto che semplicemente un investimento speculativo o inattivo, (iii) non essere marginale, il che significa che deve generare un reddito superiore a quello richiesto per il sostentamento dell'investitore e della sua famiglia, (iv) avere rischio d'impresa nel senso commerciale, e (v) l'investitore deve venire negli USA per sviluppare e dirigere l'impresa. Mentre molte imprese possono operare con successo con un capitale minimo, l'intento del Visto E-2 è che l'investimento di per sé sia notevole. Mentre la normativa vigente non indica una soglia specifica affinché un investimento possa considerarsi "notevole", nella nostra esperienza gli Uffici Consolari raramente rilasciano Visti se l'investimento è inferiore a \$150.000.

Se il richiedente è un dipendente di un investitore, allora il dipendente deve (i) avere la stessa nazionalità del suo datore di lavoro (cioè entrambi devono essere italiani), (ii) soddisfare la definizione di "lavoratore" ai sensi del diritto pertinente, e (iii) avere mansioni di carattere manageriale o di supervisione, o avere qualifiche speciali. Se il datore di lavoro non è un individuo, deve essere un'impresa o un'organizzazione il cui 50% deve essere di proprietà di cittadini italiani negli Stati Uniti. Mansioni di carattere manageriale o di supervisione sono quelle che forniscono principalmente al dipendente il potere decisionale finale e la responsabilità per il funzionamento generale dell'organizzazione degli Stati Uniti, o di una componente importante di essa. Qualifiche speciali sono quelle abilità che rendono i servizi del dipendente essenziali al buon funzionamento dell'impresa, come la comprovata esperienza nel settore di competenza, il tipo di stipendio che le particolari abilità del dipendente giustificano, e se le competenze e le qualifiche del dipendente sono prontamente disponibili negli Stati Uniti.

Il Visto E può essere rilasciato per un periodo di cinque anni e può essere rinnovato per ulteriori periodi di cinque anni presentando idonea documentazione al Consolato degli Stati Uniti che ha rilasciato il Visto. Tale documentazione deve dimostrare che il titolare del Visto prosegue l'attività commerciale o continuano le operazioni dell'impresa investita. Tuttavia, sebbene i Visti E-1 siano rilasciati per periodi di cinque anni, ciascun ingresso negli Stati Uniti autorizza il titolare del Visto a rimanere negli Stati Uniti per periodi di due anni.

Trasferimenti intra-aziendali

Il Visto L-1 è stato progettato per aiutare una società straniera con uffici, succursali o affiliate negli Stati Uniti nella gestione e manutenzione delle proprie operazioni negli Stati Uniti dando la possibilità alla società stessa di trasferire alcuni membri del personale dal Paese di origine dell'impresa e lavorare nei suoi uffici negli Stati Uniti. Le domande di Visto L devono essere presentate da un "organizzazione di qualificazione", che è una filiale statunitense, succursale o controllata di una impresa italiana. Anche una affiliata di tale impresa può essere una "organizzazione di qualificazione."

Le Società che cercano di trasferire un singolo dipendente negli Stati Uniti possono farlo presentando una domanda di Visto individuale per tale scopo. Tuttavia, le società che trasferiscono numerosi dipendenti negli Stati Uniti in modo costante (e soddisfano determinati requisiti) possono presentare una petizione "blanket", che serve a stabilire le qualifiche della società a presentare le domande di Visto L-1, e

Introduzione al mercato USA

WEY
WE XPORT YOU

Ti risolveremo le difficoltà e le formalità al fine di affrontare con serenità il tuo investimento nel pieno rispetto delle regole e dei trattati USA/Italia.

Ti aiuteremo a valutare le conseguenze fiscali, i requisiti per poter lavorare legalmente rispettando le regole d'immigrazione e come stabilire la tua attività negli Stati Uniti.

I nostri consulenti vantano oltre 15 anni di esperienza internazionale, collaboriamo direttamente con affermati professionisti abilitati negli Stati Uniti.

- International Business Consulting
- Trasferirsi e lavorare legalmente negli USA (Come ottenere una working visa)
- Individuare e realizzare progetti d'investimento per richiedere un visto
- Individuare e regolarizzare la propria attività d'impresa negli USA (orientamento sulla tipologia della società USA e delle principali regole da rispettare)
- Individuare progetti d'investimento vantaggiosi
- Individuare come gestire e organizzare le proprietà immobiliari
- Per le altre necessità siamo flessibili ed insieme al nostro network di collaboratori USA specializzati e certificati possiamo aiutarti



Visti per attività di investimento

che possono essere utilizzate come base per le future domande di Visto individuali. Il vantaggio di questa procedura è che per tutte le future domande di Visto la classificazione della società come "organizzazione qualificante" sarà presunta, e la domanda di Visto sarà quindi solo necessaria per stabilire le qualifiche del dipendente da trasferire.

Questo tipo di Visto prevede due categorie e consente alle società di trasferire temporaneamente un manager o dirigente (L-1A) o personale specializzato (L-1B) negli Stati Uniti per lavorare in un ufficio della stessa società, la sua controllante, filiale, succursale o affiliata. In entrambi i casi il dipendente deve aver lavorato presso la società in Italia per almeno un anno nei tre anni immediatamente precedenti la domanda di Visto. I Visti L-1 sono rilasciati per un periodo iniziale di tre anni (1 anno per le nuove società) e possono essere rinnovati per successivi periodi di due anni. I titolari di Visti L-1A possono richiedere estensioni di due anni fino a un totale di sette anni (per manager e dirigenti) e di cinque anni per i titolari di un Visto L-1B (personale specializzato).

A differenza dei Visti E-1 ed E-2, il Visto L è un Visto "dual intent", il che significa che i titolari non sono tenuti a dimostrare l'intento non migratorio al momento della presentazione di una domanda. Pertanto, i titolari di Visti L-1A (manager e dirigenti), possono fare domanda più facilmente per la Carta Verde dei titolari di Visti E.

Visti Familiari

Il coniuge ed i figli non sposati di età inferiore ai 21 dei titolari di Visti L e E sono idonei ad accompagnare il titolare del Visto verso gli Stati

Uniti ottenendo il Visto relativo. Non solo, i coniugi con Visti L e E validi possono chiedere l'autorizzazione a lavorare, che permette loro di lavorare mentre vivono negli Stati Uniti.

Mantenimento del Visto

Indipendentemente dal tipo di Visto che un individuo possiede, il mantenimento di tale Visto nel corso del tempo sarà una componente essenziale per massimizzare qualsiasi investimento negli Stati Uniti. Questo ha due aspetti. In primo luogo, è necessario assicurarsi di continuare a soddisfare i requisiti del Visto che è stato concesso. In secondo luogo, se si vuole rimanere negli Stati Uniti oltre il periodo concesso per il Visto, è necessario fare domanda per il rinnovo del Visto. Le persone che desiderano rinnovare il Visto per periodi ulteriori devono presentare domanda al Consolato degli Stati Uniti che ha rilasciato il Visto (nel caso dei Visti E) o al competente Centro USCIS (nel caso dei Visti L). Questo non è un processo automatico o immediato e potrebbe, pertanto, richiedere tempo. In generale si raccomanda che i titolari di Visto presentino le domande di rinnovo 4-6 mesi prima della scadenza del loro corrente Visto.

Questo articolo non vuole essere un elenco esaustivo di tutte le opzioni di immigrazione a disposizione, e altri tipi di Visto possono essere più adatti alle vostre particolari esigenze. Il contenuto del presente articolo non deve venire considerato come una consulenza legale su un fatto o circostanza specifica. Pertanto si consiglia vivamente di consultare un avvocato di immigrazione negli Stati Uniti per valutare la vostra situazione e determinare il miglior corso di azione per le vostre esigenze.



WE ARE THE ONE STOP SOLUTION FOR YOUR GELATO BUSINESS

Offriamo molteplici servizi ai clienti che intendono aprire o ristrutturare spazi commerciali come Hotel, Ristoranti, Gelaterie, Gelaterie artigianali, Pasticcerie, Cioccolaterie, Panifici e Caffetterie.

Design, progettazione, arredo, formazione, assistenza tecnica e materie prime: ci assicureremo che il vostro spazio sia la realizzazione della vostra idea.

baluna.com • +1 (305) 403.5200



USA • VENEZUELA • COLOMBIA • CENTRAL AMERICA • CARIBBEAN ISLANDS

Categorie di Visti per lavoratori dipendenti

A CURA DI: STEFANIA BOLOGNA, FINLEY & BOLOGNA INTERNATIONAL

I cittadini italiani che desiderano lavorare negli Stati Uniti temporaneamente hanno a disposizione diversi visti, tra i quali il visto H1b, il visto H-3, il visto L, il visto E-2/E-1 come managers o lavoratori specializzati, ed i visti O e P-1.

H-1b Gli individui in possesso di una laurea di quattro anni o di esperienza lavorativa equivalente possono fare domanda per il visto H-1b in qualità di professionista specializzato. Le leggi immigratorie americane prevedono un numero di visti annuale pari a 65,000 per quei lavoratori stranieri che hanno un titolo di laurea e ricevono un'offerta di lavoro per una posizione specializzata.



Per iniziare la pratica per il visto occorre innanzitutto identificare una qualifica lavorativa normalmente considerata professionale. Per esempio gli ingegneri sono considerati la categoria H-1b per eccellenza. Non vi è infatti alcun dubbio che per esercitare la professione di ingegnere si richieda la laurea universitaria. Viene quindi effettuata una ricerca sul salario medio dei professionisti del settore nella regione d'impiego che dovrà poi essere certificata dal Dipartimento del Lavoro tramite una procedura denominata Labor Conditions Application (LCA). Il Dipartimento dell'Immigrazione (USCIS) approva il visto per tre anni rinnovabili per altri tre anni fino ad un limite massimo di sei anni. Dopo i sei anni il visto h-1b non è rinnovabile a meno che non esista una domanda per visto immigratorio (anche detto "carta verde") già approvata ed in lista di attesa per l'emissione. È importante ricordare che dato che tale categoria è soggetta ad un limite annuo la domanda va presentata nella prima settimana di aprile di ogni anno.

H-3 Il visto H-3 è disponibile per quei lavoratori che vogliono recarsi negli Stati Uniti per addestramento specifico non altrimenti disponibile in Italia. Questo tipo di visto che dura dai diciotto mesi ai due anni consente di percepire uno stipendio e di acquisire del know-how tecnico specifico in determinati settori dell'economia americana. Questo tipo di visto è usato da compagnie multinazionali per formare tecnici e manager negli Stati Uniti per destinarli poi in filiali all'estero.

L-1 Le compagnie multinazionali hanno inoltre a disposizione un visto di trasferimento (L) che si applica sia ai managers che ai tecnici specializzati. Il visto dei managers (L-1a) consente di trasferire un dipendente in qualifica manageriale da una filiale all'estero ad una negli Stati Uniti. Per poter usufruire di questo visto la compagnia deve dimostrare di avere una filiale negli Stati Uniti che necessita di un manager e le qualifiche manageriali dell'individuo da trasferire in America. Nel caso di un visto L-1b bisognerà dunque dimostrare che il dipendente per il quale si richiede il visto possiede conoscenze tecniche specializzate che non sono altrimenti disponibili negli Stati Uniti. Questo tipo di visto è dunque l'ideale per quelle compagnie che operano in base a delle tecniche o tecnologie particolari che non sono accessibili sul mercato.

Per poter usufruire del visto L sia il manager che il tecnico specializzato devono essere stati impiegati dalla compagnia trasferente per almeno un anno nei tre anni precedenti al trasferimento. Per poter presentare questo visto bisogna includere i documenti societari, i registri dei dipendenti, contratti di acquisto o di affitto di fabbricati necessari all'attività commerciale e dichiarazioni dei redditi. Sia il visto L-1a che il visto L-1b sono soggetti a dei limiti temporali. Il lavoratore può rimanere solo cinque anni nella categoria L-1b e sette anni nella categoria L-1a. È da tenere presente che per quei managers che ricevono il visto L-1a è possibile presentare la domanda per la residenza permanente con una procedura breve (Eb-1) che consente di immigrare negli Stati Uniti nel primo anno dopo aver ricevuto il visto.

Anche se questo tipo di visto è maggiormente usato dalle grandi compagnie multinazionali è possibile trasferire dipendenti dall'Italia da imprese piccole e medie in questa categoria di visto se certi requisiti sono presenti.

EÈ possibile ottenere un visto come lavoratore dipendente se il datore di lavoro si qualifica in base al Trattato di Amicizia, Navigazione e Commercio siglato tra l'Italia e gli Stati Uniti nel 1948. Il trattato prevede visti di lavoro per quelle società o individui italiani che svolgono attività di investimento (E-2) o attività di import/export tra l'Italia e gli Stati Uniti. Il visto può essere richiesto non solo dai proprietari dell'attività ma anche dai manager e dai lavoratori specializzati dell'impresa. Per richiedere il visto i manager

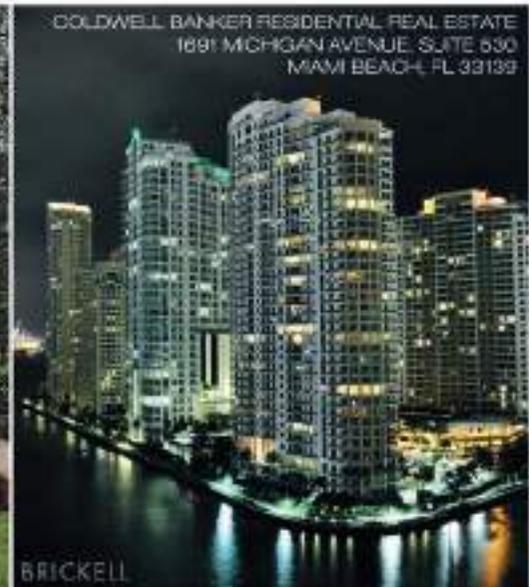
Categorie di Visti per lavoratori dipendenti

devono essere in possesso dell'esperienza necessaria per poter svolgere funzioni manageriali nel settore specifico in cui opera l'azienda. I lavoratori specializzati per ricevere il visto devono invece svolgere un lavoro "essenziale" per l'impresa ed avere conoscenze specifiche nel settore non facilmente reperibili negli Stati Uniti.

OIl visto O é riservato a quei lavoratori stranieri che hanno ottenuto nel campo artistico dei risultati di eccellenza e notorieta'. Le categorie permesse in questo tipo di visto sono numerose ed includono le subcategorie O-1a e O-1b. La categoria O-1a comprende i settori scientifici, l'istruzione, le arti culinarie e gli atleti. La categoria O-1b é riservata invece agli individui con esperienza nel mondo del cinema e della televisione. É fondamentale per questo tipo di visto il poter dimostrare vari riconoscimenti del proprio lavoro da giornali, riviste, associazioni del settore, etc. Il visto O puó essere richiesto anche da un agente che provvede a mantenere l'agenda di impegni professionali per conto dell'artista.

P-1Il visto P-1 include invece atleti individuali, squadre sportive, gruppi artistici che hanno ottenuto risultati importanti a livello nazionale e internazionale. La gamma completa degli sport puó essere considerata per questa categoria. La documentazione deve dimostrare che l'atleta ha ottenuto riconoscimenti nella propria disciplina. Anche il visto P- puó essere richiesto da un agente che provvede a mantenere l'agenda di impegni professionali per conto dell'atleta.

É necessario valutare ogni singola situazione individualmente per determinare se esistono i requisiti necessari per un visto di lavoro. Esistono inoltre altri visti che possono essere usati e che non sono descritti in questa breve rassegna. É importante consultare un avvocato specializzato in Immigrazione per un'analisi dettagliata delle possibilita'.



VUOI INVESTIRE IN UN IMMOBILE A MIAMI?

É UNA FANTASTICA OPPORTUNITA' IN UNA CITTA' SEMPRE PIU' INTERNAZIONALE CHE CRESCE AL RITMO DI PIU' DI 200 PERSONE AL GIORNO DI CUI QUASI LA META' STRANIERI...

... RENDILA UNA PIACEVOLE E SICURA ESPERIENZA!!

COLLABORA CON ME E CON LA PIU' GRANDE E QUALIFICATA AGENZIA IMMOBILIARE DI MIAMI E DEGLI STATI UNITI.

OFFRIAMO UN ASSISTENZA COMPLETA PER AFFITTI, VENDITE E ACQUISTI, ANCHE FINANZIATI, DI:

CASE | APPARTAMENTI | PROGETTI DI FUTURA COSTRUZIONE 2014-2017



ROBERTO CUNEO

Italiano/Español/English

Cellulare USA +1- 786-597-4443

Dall'Italia 06-9295-6755

Cuneo.Roberto@Gmail.com

www.RobertoSellsMiami.com

Procedure per l'assunzione di personale

A CURA DI: ITALY - AMERICA CHAMBER OF COMMERCE SOUTHEAST



Una società che intende stabilirsi in Florida per espandere la propria attività e valuta l'ipotesi di dover assumere personale deve, come primo passo, richiedere un **EIN (Employer Identification Number)** all'IRS (Internal Revenue Service – Agenzia delle Entrate), che è un numero identificativo per le tasse federali. Si tratta di una identificazione della società che non è trasferibile ed è usata da sole proprietors, corporations, partnerships, no/profit, associations ed agenzie governative.

La procedura di registrazione può essere fatta tramite telefono, fax, posta ordinaria o internet e l'attesa per l'ottenimento del numero identificativo è particolarmente breve: sono richiesti generalmente da pochi minuti nel caso dell'applicazione online alle quattro settimane, al massimo, nel caso della soluzione postale. Generalmente, quando la società viene ceduta o ne viene cambiata la struttura è necessario richiedere un nuovo EIN. Per aziende con la propria sede in Florida, la richiesta – tramite trasmissione del Form SS-4, facilmente reperibile sul sito dell'IRS, www.irs.gov.

Assumere personale negli Stati Uniti comporta anche la conoscenza delle leggi in materia di diritti dei lavoratori; tali leggi sono regolate dal **US Department of Labor** (www.dol.gov) che gestisce una serie di programmi volti all'assistenza dei lavoratori e dei datori di lavoro.

La legislazione prevede una serie di norme in materia di stipendi ed orari lavorativi, standard di igiene e sicurezza dell'ambiente lavorativo ed autorizzazioni lavorative per stranieri.

Il datore di lavoro deve accertarsi che la persona che intende assumere sia in possesso dei requisiti per lavorare negli Stati Uniti. Tale verifica viene effettuata attraverso il modello I-9, che deve essere compilato dal lavoratore, e può essere scaricato dal sito del **Dipartimento dell'Immigrazione** (www.uscis.gov). Il documento di cui un lavoratore deve munirsi per poter lavorare negli USA è il Visto (Visa).

Come spiegato negli articoli precedenti, esistono diverse categorie di visti in base alle finalità a cui è volto l'ingresso negli Stati Uniti e si dividono essenzialmente in Visti per immigranti e Visti per Non-immigranti. La scelta del Visto per il lavoratore e per il datore, interessato ad assumere uno straniero, dipende dal tipo di rapporto lavorativo e dalla durata dell'impiego. La Legge Statunitense sull'Immigrazione e la nazionalità "Immigration and Nationality Act" prevede molte categorie di Visti per Non-immigranti per persone che vogliono lavorare temporaneamente negli Stati Uniti, ma il numero di visti che annualmente possono essere concessi è limitato.

Procedure per l'assunzione di personale

I visti più rilevanti per un'azienda intenzionata a reclutare personale dall'estero sono quelli di categoria J, H, L, O, P e la Green Card. I primi cinque sono classificabili come Visti per Non immigranti e l'ultimo, invece, come Visto per immigranti.

La Green Card, infatti, (LPR – Lawful Permanent Residency) è il documento che qualifica ufficialmente lo status di immigrante negli Stati Uniti. È immigrante il lavoratore straniero autorizzato a vivere e lavorare permanentemente negli Stati Uniti. I cittadini americani residenti negli Stati Uniti, i residenti permanenti degli Stati Uniti, o i datori di lavoro di base negli Stati Uniti che desiderino presentare una richiesta per un Visto di immigrazione a beneficio di una persona residente in Italia, dovranno rivolgersi al più vicino ufficio del Department of Homeland Security, Bureau of Citizenship and Immigration Services, negli Stati Uniti. I cittadini americani residenti in Italia che desiderino presentare una richiesta per un Visto di immigrazione a beneficio di una persona residente in Italia, dovranno rivolgersi al Department of Homeland Security, Bureau of Citizenship and Immigration Services, dell'Ambasciata degli Stati Uniti d'America, Uffici Consolari, via Veneto 121, 00187 Roma, Tel. 06 4674 2190, Fax 06 4674 2920.

Il Fair Labor Standards Act (FLSA) è lo statuto federale che regola i salari e le ore lavorative. Tale norma stabilisce un massimo

di 44 ore lavorative per settimana, fissa uno stipendio minimo a livello nazionale nella misura di \$7.25 l'ora – tale salario minimo può anche essere definito a livello statale e, in caso di discordanza, viene considerato il salario minimo di entità superiore. In Florida il salario minimo ammonta a \$7.79 all'ora.

Esistono diverse esenzioni che esentano un datore di lavoro dal dover rispettare le normative sul salario minimo legale, e gli straordinari. Le principali esenzioni sono quelle riferite ai "colletti bianchi", ossia esenzioni applicabili ai dipendenti professionali, amministrativi ed esecutivi.

In generale l'azienda provvede alla copertura totale o parziale dell'assicurazione sanitaria per i propri dipendenti, questo vuol dire un costo aggiuntivo di diverse centinaia di dollari al mese per ogni dipendente regolarmente assunto.

A differenza che in Italia dove il salario viene corrisposto su base mensile, negli USA lo stipendio viene generalmente corrisposto su base bisettimanale o più raramente su base settimanale.

Per avere una stima precisa dei **salari medi per tipologia d'occupazione e zona geografica** di residenza si consiglia di visitare il sito dello Stato della Florida www.floridajobs.org

SAIL YOUR DREAM!

Lo Studio Legale Barretta è al tuo fianco per aprire attività o per investire in U.S.A.

Ti offriamo la nostra consulenza e assistenza per:

- ✓ Costituzione di società
- ✓ Rilascio dei visti d'ingresso
- ✓ Locazioni e investimenti immobiliari
- ✓ Contratti d'impresa
- ✓ Rilascio di licenze commerciali
- ✓ Finanziamenti e assicurazioni alle attività estere



chiama per informazioni:

+39 06.8952.4506; +39 335.6129820

a.barretta@studiolegalebarretta.it

www.studiolegalebarretta.it



Studio Legale Barretta: Via di Priscilla, 128 Roma

Miami • Filadelfia • New York

Registrazione di marchi e brevetti

A CURA DI: JAMES GALE, FELDMAN GALE, PA

Il brevetto (patent) per un'invenzione è la concessione di un diritto di proprietà intellettuale all'inventore, concessa dall'Ufficio dei Brevetti e dei Marchi degli Stati Uniti (United States Patent and Trademark Office - USPTO), che è un'agenzia federale all'interno del Department of Commerce. Generalmente la durata di un nuovo brevetto è di 20 anni dalla data in cui la richiesta è stata presentata negli Stati Uniti, ma in certe circostanze possono essere concesse estensioni della scadenza del brevetto.

La concessione di brevetti USA ha validità solo negli Stati Uniti.

Ci sono tre tipi di brevetto:

- **Utility Patent** possono essere concessi a chiunque inventi o scopra un processo di lavorazione industriale (Procedimenti chimici e meccanici; metodi per raffinare il petrolio, ecc), una macchina (Parti di motori; componenti), un prodotto (strumenti per uso manuale) o un composto nuovo e utile (Componenti chimici, combinazioni o miscele come le plastiche) o un nuovo e utile miglioramento di essi;
- **Design Patent** possono essere concessi a chiunque inventi un design nuovo, originale e ornamentale per un manufatto e hanno una validità di 14 anni;
- **Plant Patent** possono essere concessi a chiunque inventi o scopra e riproduca asexualmente una nuova e distinta specie vegetale.

Un marchio (trademark) è una parola, frase, simbolo o disegno, o una combinazione di questi elementi, che identifica e distingue i beni e i servizi di un venditore da quelli degli altri e ne indica la fonte. La registrazione di un marchio non è obbligatoria.

Negli Stati Uniti, affinché un marchio possa essere considerato tale, deve possedere i requisiti: di novità e capacità distintiva. Per stabilire se un marchio presenti o meno il carattere "distintivo", i tribunali americani raggruppano i marchi in quattro distinte categorie, a seconda della relazione che li lega al prodotto o al servizio al quale vengono associati, e attribuisce a ogni categoria



un diverso grado di protezione:

- i **marchi arbitrari** o di fantasia non hanno alcuna relazione "logica" con il prodotto o servizio in relazione al quale vengono utilizzati, sono dotati della maggiore capacità distintiva e godono di ampia tutela da parte della legge.
- i **marchi indicativi** forniscono qualche indicazione sul tipo,

Registrazione di marchi e brevetti

sulla natura o sulle qualità del prodotto o del servizio che intendono distinguere, ma non lo fanno in maniera evidente, come avviene, invece, per i marchi descrittivi.

- **i marchi descrittivi** descrivono in qualche modo il prodotto, la sua composizione o le sue caratteristiche (il colore, l'odore, le dimensioni o la funzione del prodotto). La legge statunitense presume che un marchio descrittivo divenga distintivo dopo essere stato usato consecutivamente per cinque anni. E' possibile, tuttavia, dimostrare che un termine descrittivo ha raggiunto lo stato di marchio anche prima di cinque anni, provando, ad esempio, che sono stati fatti notevoli investimenti pubblicitari, fornendo i dati relativi al volume delle vendite effettuate, o ancora producendo i risultati di sondaggi di mercato.
- **i marchi generici** si limitano a descrivere la categoria alla quale appartiene il prodotto che intendono distinguere. Termini generici non possono essere registrati come marchi, né a livello statale, né federale. Di conseguenza, un produttore che intenda vendere computer utilizzando il marchio "Computer" non avrà alcun diritto esclusivo di utilizzare quel nome in relazione a quei prodotti. In alcuni casi può accadere che termini originariamente non considerati generici, lo siano diventati nel corso degli anni.

Essenzialmente i passi per richiedere un marchio o brevetto sono i seguenti:

Richiedere un Brevetto

1. Controlla se la tua invenzione e' stata già registrata (<http://patft.uspto.gov/>)
2. Compila il modulo di richiesta
3. Stabilisci l'estensione (validità solo negli Usa o globale) e la durata del brevetto (annuale o pluriennale) del brevetto
4. 4. Diminuisce i tempi d'attesa
 - a. Prioritized Examination
 - b. Accelerated Examination Program
 - c. First Action Interview
 - d. Patent Prosecution Highway
5. Compila la richiesta online usando l'Electronic Filing System (si raccomanda un agente o avvocato registrato)
 - a. Calcola i costi da pagare
 - b. Richiedi il Customer Number e il Digital Certificate
6. Controlla lo status della tua richiesta (<http://www.uspto.gov/patents/process/status/index.jsp>)

Richiedere un Marchio

1. Stabilisci il tipo di marchio e i beni/servizi su cui verrà applicato
2. Controlla che il marchio non sia già registrato (<http://tess2.uspto.gov/bin/gate.exe?f=tess&state=4810:1o6h1p.1.1>)

3. Compila la richiesta online (<http://www.uspto.gov/trademarks/teas/index.jsp>)
4. 4. Attendi che la tua richiesta sia esaminata (può richiedere qualche mese)
 - a. Se la tua richiesta viene accettata ne verrà data pubblicità sul bollettino ufficiale (pubblicazione settimanale della USPTO)
 - b. Se la tua richiesta viene rigettata ti verrà inviata una lettera con le motivazioni del rifiuto e avrai 6 mesi per impugnare la decisione. Se anche l'impugnazione viene rigettata puoi rivolgerti al Trademark Trial and Appeal Board (TTAB) sostenendo un costo aggiuntivo.
5. Il marchio verrà registrato 11 settimane dopo la sua pubblicazione sulla bollettino ufficiale

Fate attenzione ai costi causati dai patent troll

I patent troll (persone o imprese che perseguono supposti infrattori di loro brevetti) raccolgono e detengono brevetti al fine di farli rispettare, senza alcuna intenzione di metterli in produzione, ma esclusivamente al fine di lucrare sulle cause e controversie di carattere legale.

Recentemente i patent troll hanno riversato il loro d'interesse, oltre quelli che sono i tipici confini del settore industriale-tecnologico, colpendo molte società nel settore retail. Infatti, i patent troll possono prendere di mira i rivenditori perché la violazione della legge sui brevetti non si limita alla sola produzione dei beni. Vendere, o anche semplicemente offrire di vendere tali beni, può rappresentare un motivo sufficiente per far scattare un'azione legale. Nel complesso mondo della logistica della catena di approvvigionamento, i rivenditori che, inconsapevolmente vendono un prodotto in violazione delle norme sui brevetti, possono quindi essere un bersaglio per i patent troll.

È importante per i rivenditori prendere in considerazione le varie opzioni a disposizione per proteggersi dall'incertezza derivante da azioni legali causate dalla violazione delle norme sui brevetti. Queste opzioni includono, in via esemplificativa ma non esaustiva, l'acquisto di un'assicurazione, gli obblighi che sono impliciti per legge in molte transazioni di beni, e soprattutto la redazione di clausole di protezione appropriate nei contratti tra rivenditori e fornitori.

Assicurazione

Le polizze assicurative standard sono di solito esplicitamente nel rifiutare la copertura per le rivendicazioni di violazione delle norme sui brevetti. Anche se esistono polizze specifiche che coprono le responsabilità per tali violazioni, i loro costi sono generalmente proibitivi e, in pratica, non forniscono una scelta realistica per i rivenditori alla ricerca di una protezione legale.

La legge fornisce una parziale copertura

In generale, le transazioni di vendita di beni negli Stati Uniti,

Registrazione di marchi e brevetti

che includono le transazioni tra rivenditori e fornitori, sono regolate dall'Uniform Commercial Code (UCC). L'UCC, di per sé, è semplicemente un insieme di regole guida che non hanno alcun effetto legale fino a che non vengono adottate dai singoli stati. Tuttavia, con l'eccezione della Louisiana, tutti gli stati hanno adottato una qualche versione dell'UCC.

Le transazioni regolate dall'UCC offrono automaticamente determinate garanzie al rivenditore che acquista i beni da un fornitore. Una di queste garanzie è la "garanzia implicita contro la violazione di brevetti" (Implied Warranty Against Infringement, o IWAI). L'IWAI è stata studiata per garantire a un acquirente che il venditore ha esaminato attentamente il prodotto contro possibili violazioni delle norme sui brevetti. Se l'acquirente può stabilire una violazione di tale garanzia, il venditore è responsabile nei confronti dell'acquirente per tutte le spese vive (incluse le spese legali) derivanti da un'azione legale per violazione delle norme subite dall'acquirente stesso.

Ci sono molte ragioni, però, perché l'IWAI potrebbe non fornire una protezione adeguata.

Le principali sono:

1. L'IWAI può essere escluso o limitato in sede di accordo. Ad esempio, se l'accordo tra l'acquirente e il venditore non riconosce alcuna garanzia o se l'accordo indica che le merci sono vendute così "COME SONO", allora l'IWAI sarà inapplicabile. A complicare questo fatto esistono dei casi in cui l'UCC non chiarisce quali siano le condizioni che governano una transazione.
2. Secondo l'IWAI, il venditore garantisce solo che le merci siano consegnate senza vincoli di "legittima pretesa" di violazione. Che cosa costituisca una pretesa di "legittima" violazione è soggetto ad interpretazione da parte dei giudici e può variare non solo da Stato a Stato, ma anche all'interno di ogni Stato. Una possibile conseguenza di questo è che un acquirente che riceve una sentenza di non-violazione in un'azione legale da parte di terzi, può avere difficoltà a vincere in seguito a un ricorso IWAI contro il venditore. In sostanza, quando si vince, si perde.
3. L'IWAI è inapplicabile quando l'acquirente fornisce al venditore le specifiche per i beni e la rivendicazione va al di là della conformità a tali specifiche.
4. Infine, ci sono altri complessi requisiti di notifica che un rivenditore deve seguire per perfezionare i suoi diritti secondo l'UCC. Questi possono essere trappole per gli incauti.

Inoltre, un rivenditore deve tenere in mente e prestare attenzione al fatto che se il fornitore si rifiuta di rispettare l'IWAI, il rivenditore si troverà a dover fare i conti con due azioni legali distinte: una in cui il rivenditore si deve difendere dalle accuse di violazione delle norme sui brevetti da parte di terzi e l'altra in cui deve citare in giudizio il fornitore per violazione dell'IWAI. Infine, i rivenditori dovrebbero anche considerare che le transazioni con i loro clienti

sono a loro volta governate dall'UCC. Ciò significa che in assenza di una clausola di esclusione della responsabilità, i rivenditori si ritrovano a garantire implicitamente che i prodotti che stanno vendendo sono liberi da qualsiasi legittima pretesa di violazione di brevetto.

Il linguaggio del contratto

A fronte di costi di assicurazione potenzialmente proibitivi e delle molte incertezze inerenti l'IWAI, è fondamentale per un rivenditore predisporre le proprie difese in anticipo, prima ancora di acquistare qualsiasi bene. Uno dei modi più efficaci per raggiungere questo obiettivo è quello di trovare un fornitore che accetti la clausola di indennità nel contratto di rivendita.

Ciò che deve essere messo in chiaro nella clausola di indennizzo:

1. Un'esplicita garanzia di non violazione di brevetto per il/i bene/i che sta venendo acquistato.
2. L'accordo del fornitore di difendere, indennizzare e tenere il rivenditore indenne da tutti i reclami di violazione di brevetto, anche se in ultima analisi essa dovesse risultare non "legittima".
3. L'esplicito consenso da parte del fornitore di pagare i costi e le spese legali del rivenditore e l'accettazione del diritto del rivenditore di selezionare un avvocato di sua scelta durante la difesa di una rivendicazione.
4. Infine, se il fornitore è internazionale, è importante includere una clausola di scelta del tribunale. Tale clausola deve stipulare che qualunque controversia si dovesse verificare sarà esclusivamente portata di fronte a un tribunale negli Stati Uniti, preferibilmente nello stato di residenza del rivenditore e che tutte le controversie saranno disciplinate dalla legge di tale stato.

Patent Litigation Cargill, Inc. v. Salt Creek, Inc. Linex Technologies v. Motorola Inc., et al. Global Innovation Technology Holdings, LLC et al. v. Acer America Corporation, et al. St. Jude Medical/Pacesetter, Inc. v. SurModics TQP Development, LLC v. Directv, Inc., et al. IMX, Inc. v. Banco Popular/Felton, Inc. Tropos Networks, Inc. v. ITC, LLC, et al. A/Milk Supplies, Inc. et al. v. Cassici Kondermaschinenbau GMBH and Institut für Technologie, Inc. et al.

FELDMAN GALE

Intellectual Property Law

*The increasingly sought
IP option.*

Copyright Litigation Paramount Pictures Corp. v. Jacqueline Cundins Twentieth Century Fox Film Corp. v. Jorge Muniz Universal City Studios, LLP and Warner Bros. Entertainment, Inc. v. Nilcia Avalo Disney Enterprises, Inc. v. Jay Bartels Warner Bros. Entertainment, Inc. v. Edward Dranetz New Line Productions, Inc. v. Raul Lopez Twentieth Century Fox Film Corp., Columbia Pictures Industries, Inc., Warner Bros. Entertainment, Inc., and Paramount Pictures Corp. v. Alicia Turner

Patent Prosecution Method of making secure on-line financial transactions Substituted piperidine compounds and methods of their use Method to create an OSI network layer 3 virtual private network (VPN) using an HTTP/S tunnel System for providing mobile data security Data analysis applications Frequency-domain interlacing multi-carrier frequency-hopping This invention relates to derivatives as

MIAMI • TAMPA • PHILADELPHIA • LOS ANGELES

Trademark Prosecution Caribbean Mental Southeast Toyota Distributors Mercantil Cerecerbank Cine Latino NextEra Energy Lung Transplant Foundation



CORPORATE COUNSEL



FELDMANGALE.COM

Formalità doganali per l'importazione di prodotti negli USA

A CURA DI: ITALY-AMERICA CHAMBER OF COMMERCE SOUTHEAST

La normativa negli Stati Uniti non è centralizzata, ma è distribuita tra autorità federali, e statali. Ragion per cui, un prodotto o servizio deve spesso rispettare le norme su questi due livelli, per avere libero accesso al traffico commerciale del paese.

D'altra parte, ci possono essere norme o standard stabiliti dal settore privato, che sono in linea di principio volontarie, ma il cui rispetto è raccomandato nella misura in cui rivenditori, imprese assicurative e consumatori richiedano che i prodotti siano conformi a tali standard come garanzia di qualità e sicurezza.

Le leggi che vengono approvate dal Congresso degli Stati Uniti per la loro attuazione in tutto il paese (livello federale), sono codificate nel US Code. Queste leggi sono a loro volta messe in pratica attraverso regolamenti che vengono inclusi nel Code of Federal Regulations (CFR). Il CFR contiene 50 titoli/temi principali (ad esempio, Titolo 40, salvaguardia dell' ambiente), ciascuno dei

oppure il modulo 3461 nel caso di Entry/Immediate Delivery.

- dichiarazione giustificativa del diritto d'ingresso (nella maggior parte dei casi, l'importazione è effettuata da una persona o ditta, la cui identità viene attestata dal vettore dei beni nel c.d. Carrier's certificate; questo viene considerato, ai fini doganali, il proprietario dei beni). In alcuni casi, può essere considerata una prova il duplicato della polizza di carico o della ricevuta d'imbarco. Quando i beni non sono importati da un comune vettore, il possesso dei beni da parte dell'importatore, al momento dell'arrivo, è prova sufficiente a provare del diritto a importare.
- fattura commerciale (o pro forma) in lingua inglese (se non è possibile, fornire una traduzione), con l'indicazione dei seguenti elementi:
 - nome e indirizzo sia del venditore che dell'acquirente



quali è diviso in capitoli, parti, sottoparti e sezioni. La citazione di riferimento o di una specifica normativa federale viene normalmente abbreviata come segue 16CFR159, in cui 16 è il titolo e 159 la parte dove è contenuta.

Si può accedere al testo delle normative federali sul seguente portale Government Printing Office (GPO): <http://www.access.gpo.gov/nara/cfr/cfr-table-search.html#page1>

I documenti necessari

L'importazione delle merci negli USA comporta la presentazione di alcuni documenti entro 15 giorni dall'arrivo al porto di sbarco; essi sono necessari sia per il rilascio dei beni in dogana, sia per il calcolo dei dazi e l'elaborazione di statistiche. Tutti questi documenti possono essere inviati tramite l'Automated Broker Interface (ABI).

I documenti d'importazione comprendono:

- dichiarazione doganale (Entry Manifest - modulo n. 7533)

- porto di entrata
- descrizione dettagliata: nome, marchi/simboli cui è associato, quantità in pesi e misure, prezzo unitario espresso nella valuta di vendita, costo d'imballaggio, del trasporto e in generale di qualunque onere sostenuto per l'importazione
- paese di origine
- numero e natura dei colli
- nome del responsabile della ditta esportatrice, incaricato della transazione
- bolla di accompagnamento
- polizza di carico e lettera di veicolo rilasciata dal corriere
- eventuali licenze e permessi speciali per alcuni prodotti, tra i quali i formaggi e i latticini, nonché dichiarazioni aggiuntive sulla fattura commerciale o su appositi moduli forniti gratuitamente dal Consolato USA del vostro territorio di

Formalità doganali per l'importazione di prodotti negli USA

riferimento, necessari, tra gli altri, per formaggi, latte e prodotti caseari.

Espletate queste formalità, il carico può essere esaminato e rilasciato. Dopo di che, l'importatore deve presentare una documentazione riassuntiva della registrazione e depositare la somma corrispondente alla stima dei dazi al porto di sbarco.

La documentazione riassuntiva comprende:

- il documento d'importazione restituito all'importatore, al broker o al suo agente autorizzato dopo il rilascio della merce;
- una registrazione riassuntiva (modulo n. 7501);
- altre fatture o documenti necessari per il calcolo dei dazi, l'elaborazione di statistiche o per accertare che tutti i requisiti richiesti siano stati soddisfatti.

Se si desidera posporre il rilascio dei beni, è possibile lasciare la merce in un magazzino doganale, nel quale può rimanere fino a cinque anni dalla data d'importazione; questi beni possono essere riesportati in qualunque momento senza il pagamento del dazio, oppure essere ritirati per consumo pagando il dazio in vigore all'atto del ritiro. Durante la permanenza nel magazzino, le merci possono subire processi di manipolazione, a patto che questi non arrivino ad alterarle significativamente. Beni deperibili o

infiammabili non possono essere immagazzinati.

Bisogna ricordare che esiste una procedura automatizzata Automated Manifest System, che consente il rapido sdoganamento delle merci, basata su uno speciale permesso richiesto precedentemente all'arrivo delle merci al porto di destinazione, con modulo 3461. Tale sistema si applica esclusivamente ai seguenti casi: merci in arrivo dal Canada o dal Messico, forniture ad agenzie governative, campioni destinati a fiere, merci specificamente autorizzate dall'amministrazione delle dogane.

I Dazi

Tutte le merci importate negli USA sono soggette al pagamento di un dazio, il cui ammontare varia seconda della classificazione delle merci nella Harmonized Tariff Schedule. Questo tariffario comprende tariffe ad valorem (ad esempio, il 5% del valore della merce), speciali (ossia un ammontare predefinito per ogni unità di peso) e miste, in parte ad valorem e in parte speciali.

In generale, le tariffe applicate all'importazione beneficiano del trattamento della nazione più favorita (normal trade relations); se il paese d'origine però non è elencato tra quelli che godono di

Introduzione al mercato USA

WE & Y
WE EXPORT YOU

Ti risolveremo le difficoltà e le formalità al fine di affrontare con serenità il tuo investimento nel pieno rispetto delle regole e dei trattati USA/Italia. Ti aiuteremo a valutare le conseguenze fiscali, i requisiti per poter lavorare legalmente rispettando le regole d'immigrazione e come stabilire la tua attività negli Stati Uniti. I nostri consulenti vantano oltre 15 anni di esperienza internazionale, collaboriamo direttamente con affermati professionisti abilitati negli Stati Uniti.

- International Business Consulting
- Trasferirsi e lavorare legalmente negli USA (Come ottenere una working visa)
- Individuare e realizzare progetti d'investimento per richiedere un visto
- Individuare e regolarizzare la propria attività d'impresa negli USA (orientamento sulla tipologia della società USA e delle principali regole da rispettare)
- Individuare progetti d'investimento vantaggiosi
- Individuare come gestire e organizzare le proprietà immobiliari
- Per le altre necessità siamo flessibili ed insieme al nostro network di collaboratori USA specializzati e certificati possiamo aiutarti

Formalità doganali per l'importazione di prodotti negli USA

questo trattamento, saranno soggette alle tariffe piene.

Se le merci non sono comprese in tale classificazione, ci si può rivolgere all'US Customs Service, presentando la seguente documentazione:

- Descrizione dettagliata dei beni
- un campione accompagnato da scheda tecnica sulle caratteristiche
- costo e percentuale dei materiali usati per la produzione
- destinazione d'uso del prodotto e ogni indicazione che possa essere utile a classificarlo.

Allo stesso tempo, è possibile che le merci importate subiscano l'imposizione di ulteriori dazi: il dazio antidumping e il dazio compensativo. Essi vengono imposti dall'International Trade Commission (ITC), l'ente che tutela il pari trattamento di mercato tra importatori e industrie USA, su segnalazione del Department of Commerce e dell'US Customs Border Protection. Se l'importatore manipola il prodotto in modo da renderlo non comparabile con gli altri, l'ITC forma un prezzo composito sul suo valore complessivo di mercato.

Inoltre, le importazioni sono soggette anche alle tasse di vendita e all'Harbor Maintenance Fee, che è pari allo 0.125% del valore del carico e va pagata al momento dell'ingresso.

La classificazione armonizzata dei dazi degli Stati Uniti coincide con la italiana/europea solo nelle prime 6 cifre. Si può accedere a tale classificazione visitando il sito web dell'**United States International Trade Commission (USITC)**:

<http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>.

La Determinazione del Dazio Doganale

Le leggi statunitensi fanno riferimento all'Accordo di Valutazione Doganale

redatto dalla World Trade Organization.

Generalmente, le **tariffe doganali sono calcolate sul valore della merce**

importata negli Stati Uniti (ad valorem). In alcuni casi, tuttavia, il dazio doganale è espresso in dollari, o centesimi di dollaro, sul peso o sulla quantità totale della merce importata e varia secondo il Paese di origine. Il database delle tariffe doganali è consultabile gratuitamente su internet (<http://www.usitc.gov/tata/hts/other/dataweb>), oppure consultando l'ufficio della National Commodity Specialist Division dell'U.S. Customs Service di New York. Per conoscere il dazio doganale applicato al prodotto, occorre **sapere il codice doganale** attribuito al singolo prodotto. Il codice doganale è un numero di dieci (10) cifre che contraddistingue la tipologia del prodotto importato. Le prime quattro (4) cifre del codice identificano la macrocategoria, le successive si riferiscono, invece, alle varie tipologie di prodotti esistenti nell'ambito di quella categoria. Non tutte le merci sono, tuttavia, soggette ai dazi doganali. In particolare, le merci che non saranno soggette

ad alcuna lavorazione o che non verranno vendute a terzi e che verranno riesportate entro un anno dal loro ingresso negli Stati Uniti, non sono soggette al pagamento di alcun dazio doganale, ma saranno, comunque, soggette al rispetto delle quote d'importazione, di cui si è già scritto sopra, stabilite dal governo americano.



L'Importazione Temporanea di prodotti per la partecipazione a Fiere

La classificazione di un evento come Fiera (Trade Fair Designation) da parte dell'U.S. Department of Commerce consente l'importazione negli Stati Uniti, per un periodo determinato, di merce non consumabile (i prodotti alimentari e i depliant sono considerati consumabili), senza necessità di pagare alcun dazio. Gli espositori possono decidere nel corso dell'evento se vogliono importare le merci permanentemente negli USA, riesportarle alla chiusura della manifestazione o, invece, utilizzarla sotto la supervisione della Dogana. Secondo i regolamenti doganali statunitensi, le merci destinate alle Fiere devono essere registrate presso gli uffici doganali della città dove si tiene l'evento. La documentazione da allegare alla spedizione prende il nome di Carnet ATA (Temporary Admission). Si tratta di moduli con una validità generalmente di un anno, che autorizzano l'esportatore a spedire la merce negli Stati Uniti senza che questa venga sottoposta ad alcun dazio doganale, pur restando, tuttavia, soggetta alle quote d'importazione. Nel Carnet dovranno essere indicati dettagliatamente tutti i prodotti che s'intendono esportare.

Per espletare tutte le procedure d'importazione è consigliato rivolgersi ai customs brokers, persone o aziende espressamente autorizzate dalle autorità doganali statunitensi a: redigere e raccogliere la documentazione necessaria per consentire l'ingresso della merce; procedere al pagamento dei dazi doganali; occuparsi del rilascio delle merci eventualmente in custodia presso la dogana; rappresentare i propri clienti nei rapporti con le autorità doganali.

In riferimento alla fase di sdoganamento, ci sono delle spese fisse quali: tasse (merchandise processing fees, harbour maintenance, bond) bolli per i documenti.

La stesura di un contratto di distribuzione sul mercato USA

A CURA DI: STUDIO INTERNAZIONALE TOSOLINI, LAMURA, RASILE & TONIUTTI LLP

Il contratto di distribuzione è un accordo tra due parti, una parte solitamente chiamata fornitore e l'altra distributore. I contratti di distribuzione sono regolati in ogni Stato dallo UCC (Uniform Commercial Code), una legge che ogni Stato, basandosi su un modello comune per tutti gli Stati Uniti, ha emesso per regolare gli aspetti legali del commercio, e che prevede che la società produttrice, per esempio una società italiana (il fornitore), venda i suoi prodotti ad un'altra parte (il distributore), il quale a sua volta provvederà a promuovere e vendere i prodotti, non in nome e per conto del produttore, ma in nome e per conto proprio.

Vi sono molteplici ragioni che fanno propendere la scelta verso una tipologia di contratto come questa. Il contratto di distribuzione è, infatti, una scelta ottimale per aziende che, volendo massimizzare la penetrazione sul mercato USA e che operino in un settore di mercato specifico, vogliono mantenere i costi di vendita molto bassi o addirittura eliminarli, pur garantendosi allo stesso tempo la collaborazione di una controparte esperta dello specifico settore di mercato.

Oltre a questi vantaggi di tipo prettamente pratico, vi sono molteplici vantaggi di tipo economico/commerciale. Un contratto di distribuzione prevede infatti, in linea generale, lo spostamento in capo al distributore di parecchi obblighi legati alla conduzione del business in oggetto. Ad esempio sarà il distributore a dover pianificare le proprie campagne di pubblicità o di promozione dei prodotti, quali partecipazioni a Expo o fiere specializzate; sarà sempre il distributore a prendersi cura di qualsiasi tipo di licenza o permesso richiesto, sia a livello federale (ad esempio la normativa della FDA – Food and Drugs Administration), sia a livello statale.

Aspetti Principali del Contratto di Distribuzione

Esclusività. Un elemento importante del contratto di distribuzione è l'esclusività del rapporto commerciale. Essendo la natura del contratto frutto della negoziazione tra le due parti, questo elemento, se ritenuto necessario dal produttore, deve essere incluso nelle clausole contrattuali. L'elemento di esclusività può, in alcuni casi, anche essere desunto dal comportamento delle parti; il Codice Commerciale Americano (UCC), richiede che le parti si comportino in modo leale e producendo il massimo impegno nella realizzazione del rapporto contrattuale. Da questa disposizione generale si può quindi desumere che l'esclusività sia un elemento intrinseco di questo tipo di contratti.

Canali di distribuzione. Altro elemento fondamentale del contratto è la scelta e la menzione nelle clausole contrattuali di quali canali di distribuzione saranno mantenuti in essere direttamente dal fornitore. Un esempio di questa scelta è la vendita via Internet: il fornitore che vuole riservarsi il diritto di vendere la merce oggetto del contratto via Internet, si deve sincerare che il contratto glielo permetta, in modo da non infrangere i diritti del distributore. Altro esempio è la vendita diretta a clienti selezionati che si trovino nel territorio esclusivo del distributore; anche in questo caso, una clausola espressa del contratto è necessaria per limitare il campo di azione del distributore.

I prodotti. Come in ogni contratto, la definizione del bene oggetto dello stesso riveste grande importanza nei contratti di distribuzione. Un fornitore che sia in grado di produrre una serie di prodotti diversi, farebbe bene nel selezionare distributori diversi per ogni linea di prodotto che non faccia parte di una produzione comune. Questo perché la scelta di un distributore esperto nel settore specifico e con una rete di contatti e conoscenze già radicata nel mercato, può garantire il successo delle vendite più di quanto potrebbe fare un distributore generale che si occupi di promuovere e vendere diverse linee di prodotti.

La durata e il rinnovo. Il contratto di distribuzione avrà la durata che le parti hanno liberamente concordato tra di loro; nel caso il contratto sia di durata limitata, bisogna prestare attenzione alle clausole riguardanti il rinnovo tacito e gli eventuali cambiamenti del



prezzo di acquisto da parte del distributore. Per quel che riguarda i contratti a tempo indeterminato, la grande libertà contrattuale che contraddistingue gli Stati Uniti garantisce tuttavia ad ognuna delle parti la facoltà di terminare il rapporto contrattuale e commerciale in piena libertà, rispettando quelle caratteristiche di comportamento leale indicate dallo UCC. Sempre in tema di rescissione del contratto, va aggiunto che è comunque prassi comune indicare una serie di situazioni che garantiscano alle parti la facoltà di rescissione anche senza giusta causa, poichè in alcune legislazioni, questa rescissione non è sempre permessa. A garanzia degli sforzi che ogni parte si impegna a approfondire nella

La stesura di un contratto di distribuzione sul mercato USA

realizzazione del progetto commerciale, vi sono alcune situazioni in cui il distributore è tutelato nei confronti di un fornitore che, dopo poco tempo dall'instaurarsi del contratto, dichiara di rescindere il rapporto, lasciando il distributore l'onere di sopportare le spese sostenute.

Gli effetti della rescissione. I termini del contratto di distribuzione devono, in linea generale, contenere anche delle disposizioni che regolino lo stato delle parti e, soprattutto, lo stato della merce oggetto del contratto. L'accordo dovrà riportare con esattezza quali siano i doveri delle parti in caso di rescissione del contratto. Se per esempio il distributore ha comprato un importante quantitativo di merce, il contratto dovrà essere chiaro su quale comportamento il distributore sarà obbligato a tenere in caso di rescissione del contratto. Ad esempio, se lo stesso possa vendere la merce rimanente al prezzo di costo o se dovrà invece restituire al fornitore qualsiasi rimanenza di magazzino al momento della rescissione del contratto.

Obiettivi di vendita ed acquisiti minimi. Altro aspetto che riteniamo sia necessario sottolineare è la facoltà che il fornitore dovrebbe sempre riservarsi di poter rifiutare ordini che ritenga non in linea con gli obiettivi di mercato. Inoltre il fornitore dovrebbe sempre poter rifiutare di evadere altri ordini in caso ci fosse il dubbio che il distributore, invece di promuovere e vendere i prodotti, si limiti ad accumularne una grande quantità senza realizzare l'inserimento nel mercato del prodotto e lo sviluppo del mercato.

Garanzie. Uno degli elementi coperti dallo UCC è quello delle garanzie relative ai prodotti venduti sul mercato degli Stati Uniti. Queste disposizioni non sono derogabili e sono oggetto di particolare scrutinio da parte del consumatore e dalle associazioni di protezione dello stesso. Il fornitore deve garantire che il prodotto venduto possieda le caratteristiche di funzionalità di quella specifica categoria di prodotti (ad esempio, chi fornisce un computer, garantisce che la macchina abbia le caratteristiche che il consumatore si aspetta di ricevere quando acquista quel computer). Oltre a questa garanzia generale, vi è una garanzia ancor più specifica, la cosiddetta garanzia implicita per uso specifico, secondo la quale ogni prodotto immesso sul mercato possiede le caratteristiche legate allo scopo specifico per cui quel prodotto è stato acquistato. Tali garanzie, essendo implicite, fanno già parte del bagaglio di garanzie con cui il prodotto viene immesso sul mercato; è pertanto suggerito inserire clausole specifiche nel contratto di distribuzione che delineino in maniera chiara la limitazione e la portata di altre garanzie del prodotto.

Proprietà intellettuale. In molti casi, i prodotti oggetto del contratto di distribuzione sono prodotti contraddistinti da marchi e/o brevetti. È necessario che il fornitore che vuole distribuire i propri prodotti in Florida, o in tutti gli Stati Uniti, sia adeguatamente protetto da rischi di contraffazione. Registrare il proprio marchio e/o il proprio brevetto negli Stati Uniti, garantisce al fornitore la certezza di poter fare forza sulla legislazione di carattere Federale, che tutela la proprietà intellettuale con estremo rigore. Questa tutela sarà efficace sia nei confronti di eventuali terzi che vogliono appropriarsi del marchio o del brevetto, che nei confronti del distributore stesso, il quale non potrà registrare

il marchio e/o il brevetto a suo nome e sfruttare così gli sforzi intellettuali del fornitore. Partendo dal presupposto che il marchio e/o brevetto siano stati regolarmente registrati negli USA, è importante che il contratto stabilisca le modalità, di solito tramite contratti di licensing, attraverso le quali il distributore può utilizzare il marchio e/o brevetto. A sua volta il distributore farà particolare attenzione ad includere negli accordi una clausola che lo sollevi da responsabilità in caso, per disattenzione o per mala fede del fornitore, vengano commercializzati prodotti a marchio contraffatto o usando marchi registrati da altri produttori; tale clausola rende il fornitore direttamente responsabile per le violazioni della normativa a protezione della proprietà intellettuale.

Non-concorrenza. La non-concorrenza è una clausola che ogni fornitore dovrebbe inserire nei contratti di distribuzione; l'inserimento garantisce un rapporto più stabile con il distributore e mette al riparo da pratiche commerciali che potrebbero mettere a repentaglio il successo dell'ingresso sul mercato USA di una specifica categoria di mercato. Anche se, come detto, il contratto è frutto della negoziazione delle parti, vi sono legislazioni statali che regolano tali occorrenze; è quindi consigliato rivolgersi a un avvocato dello Stato scelto per la distribuzione del prodotto e garantirsi in questo modo di essere in regola con le legislazioni locali.

Riservatezza. Come scritto sopra nel paragrafo riguardante la proprietà intellettuale, è necessario che il contratto delinei in maniera chiara quali siano gli obblighi delle parti, e soprattutto del distributore, per quanto riguarda la riservatezza delle informazioni ricevute durante il rapporto commerciale. Il fornitore deve salvaguardarsi dalla eventualità che tutte le informazioni di carattere aziendale, di strategia di mercato e di ogni altro aspetto legato alla unicità dei prodotti o dei servizi offerti, vengano divulgate a parti esterne al contratto. Se il fornitore ha piani di sviluppo ulteriori rispetto al mercato coperto dal distributore, è necessario che obblighi lo stesso a mantenere estrema riservatezza sui prodotti e sulle tecnologie offerte. È altresì necessario che questo obbligo di riservatezza abbia una durata più lunga rispetto alla durata del contratto. Il distributore sarà in questo modo obbligato a mantenere la riservatezza delle informazioni ricevute per un periodo che, anche se lasciato alla negoziazione tra le parti, solitamente non è mai inferiore a uno o due anni.

Giurisdizione. Come ultimo aspetto da tenere in considerazione è la scelta della giurisdizione competente a decidere su eventuali controversie tra le parti. Le parti sono libere di accordarsi su una specifica sede competente per la risoluzione giudiziale delle controversie che potrebbero nascere dal rapporto contrattuale. È importante fare particolare attenzione non solo alla legge secondo la quale il contratto verrà interpretato ed analizzato, ma soprattutto il luogo e il tribunale che verrà chiamato a decidere in casi di controversia giudiziale. È bene che il fornitore italiano sappia che una clausola contrattuale di questo tipo è riconosciuta dai tribunali americani e se non analizzata con attenzione potrebbe un domani comportare spese legali di grande entità e di non facile amministrazione qualora la società italiana non abbia un corrispondente locale che curi gli interessi della stessa in suolo americano.

Indirizzi e Riferimenti Utili

Sistema Italia in Florida

Consolato Generale d'Italia a Miami

4000 Ponce de Leon, Suite 590
Coral Gables, FL 33146
Tel. +1 305 374 6322
www.consmiami.esteri.it

Agenzia ICE

4000 Ponce de Leon, Suite 590
Coral Gables, FL 33146
Tel. +1 305 461 3896
<http://www.ice.gov.it/paesi/america/statiuniti/ufficio5.htm?sede>

Società Dante Alighieri

300 Aragon Ave
Coral Gables, FL 33134
Tel. +1 305 529 6633
<http://www.dantemiami.org/>

Enti locali di promozione economica

Enterprise Florida, Inc. – Stato della Florida
www.eflorida.com

The Beacon Council – Contea Miami-Dade
www.beaconcouncil.com

The Broward Alliance – Contea Broward
www.gfalliance.org

Metro Orlando Economic Development Commission – Contea Orange
www.orlandoedc.com

Amministrazione Federale USA

Ambasciata Americana in Italia

<http://italian.italy.usembassy.gov/>

Citizenship & Immigration Services – Ufficio per l'immigrazione USA
www.uscis.gov

Dipartimento del Lavoro USA

www.dol.gov

Food and Drugs Administration – Agenzia federale di regolamentazione dei prodotti alimentari, bevande, medicinali
www.fda.gov

IRS – Agenzia Federale delle Entrate
www.irs.gov

Small and Business Administration – Agenzia federale di supporto alle PMI
www.sba.gov

US Custom – Dogana Statunitense
<http://www.cbp.gov/>

Agenzie dello Stato della Florida

Dipartimento di Stato della Florida – Division of Corporations
www.dos.state.fl.us/

Florida DOR – Agenzia Statale delle Entrate
<http://dor.myflorida.com/dor/>

Visit Florida – Sito Turistico dello Stato della Florida
www.visitflorida.com

Trasporti

Taxi a Miami

+1 305 888 8888

+1 305 444 4444

Taxi a Fort Lauderdale

+1 954 888 5858

+1 954 779 7777

Taxi a Orlando

+1 407 300 5960

+1 407 855 4600

Aeroporti

Miami International Airport

2100 NW 42nd Ave, Miami, FL 33126

www.miami-airport.com

Ft. Lauderdale/Hollywood International Airport

www.fll.net

Orlando International Airport

www.orlandoairports.net

Emergenze

911

Convertitore pesi e misure

MISURE LINEARI

• 1 centimetro	0.3937 pollici
• 1 pollice	2.54 centimetri
• 1 piede	0.3048 metri
• 1 metro	39.37 pollici
• 1 metro	1.0936 iarde
• 1 iarda	0.9144 metri
• 1 rod	5.029 metri
• 1 chilometro	0.621 miglia
• 1 miglio	1.609 chilometri

VOLUMI

• 1 litro	1,0567 quarti
• 1 gallone	3,78541 litri
• 1 peck	8,810 litri
• 1 ettolitro	2,8375 bushel
• 1 centimetro cubo	0,061 pollici cubi
• 1 metro cubo	1,308 iarde cubiche
• 1 pollice cubo	16,39 centimetri cubi
• 1 piede cubo	0,0283 metri cubi
• 1 iarda cubica	0,7646 metri cubi

PESI

• 1 grammo	0,03527 once
• 1 oncia	28,35 grammi
• 1 chilo	2,2046 libbre
• 1 libbra	0,4536 chili

MISURE DI SUPERFICIE

• 1 centimetro quadrato	0.1550 pollici quadrati
• 1 pollice quadrato	6.452 centimetri quadrati
• 1 piede quadrato	0.0929 metri quadrati
• 1 metro quadrato	1.196 iarde quadrate
• 1 iarda quadrata	0.8361 metri quadrati
• 1 ettaro	2.47 acri
• 1 acro	0.4047 ettari
• 1 chilometro quadrato	0.386 miglia quadrate
• 1 miglio quadrato	2.59 chilometri

I Soci della IACC

UN NETWORK D'AFFARI PER TE

Alimenti & Bevande

Ad Maiora LLC

Ms. Eliana Li Pani
Miami, FL
305-696-0235
www.admaiorafoods.com

International Food Concepts, Inc.

Mr. John Albano
Atlanta, GA
404-766-3000
www.ifcgourmet.com

PDF Foods Inc

Mr. Joseph Salvaggio
Delray Beach, FL
561-276-2424
www.pdffoods.com

Prime Line Distributors, Inc.

Mr. Gianni Landi
Ft. Lauderdale, FL
305-949-3253
www.primelinedist.com

PW Distributors LLC

Mr. Giovanni Polillo
Miami, FL
305-789-6899
www.padaniavines.com

Tenuta Casteani Srl

Mr. Mario Pelosi
Gavorrano, IT
335-810-1847
www.casteani.it

Top Wines Import

Mr. Antonino Nigrelli
Miami, FL
800-634-3052
www.topwinesimport.com

Nestle Waters of North America

Ms. Patsy Rodriguez
Pembroke Pines, FL
954-577-3956
www.nestlewatersnorthamerica.com

Nuraxi Corp

Mr. Francesco Lavra
Miami, FL
786-520-9215
www.nuraxi.net

Arredamento

A + Casa Interior, Ilc

Ms. Zuli Marval
Miami, FL
954-655-6293
www.casainterior.it

Alessi

Mr. Paolo Cravedi
New York, NY
212-431-1310
www.alessi.com

Armani / Casa Miami

Mr. Massimo Melchiorre
Miami, FL
305-573-4331
www.armanicasa.com

Concepto Uno

Mr. Santiago Bernal
Miami, FL
305-674-7474
www.conceptouno.com

Design by Marzia and Ivano

Mr. Ivano Prolli
Altamonte Springs, FL
407-862-1068

Di Murano Ilc

Mr. Richard Franco
Miami, FL
305-577-0020
www.dimuranousa.com

Edilceram SRL

Mr. Piero Cazzorla
Conversano, IT
333-229-9465
www.edilceram.com

Global Resources Registry, LLC

Mr. Oliver De Mori
Miami, FL
305-751-5255
www.globalresourcesregistry.com

Italian Living LLC

Ms. Cristiana Grassi
Miami, FL
305-572-0123
www.italianlivingmiami.com

Let us Frame It

Mr. Giovanni Vianello
Orlando, FL
407-422-7692
www.letusframeit.com

Lualdi, Inc

Mr. Francesco Marrana
Coral Gables, FL
305-461-5464
www.lualdiporte.com

Luxus Italy Ilc

Mr. Marco Calamassi
Coral Gables, FL
786-531-1127
www.luxusitaly.com

Magniflex USA ltd co

Mr. Marco Magni
Miami Beach, FL
646-330-5483
www.magniflex.com

Maxcom Leather Ilc

Mr. Massimo Fabiani
Oakland Park, FL
954-565-8169
www.maxcom-leather.com

Mia Cucina

Mr. Rey Rouco
Coral Gables, FL
305-444-7383
www.miacucina.net

MMID Corp.

Ms. Michelina Mottolese
Sunny Isle Beach, FL
786-220-3301
www.michelinadesign.com

Nannisald di Nanni Walter & C. s.a.s.

Mr. Walter Nanni
Rimini, IT
054-169-3235
www.nanniweb.it

Poltrona Frau Miami

Mr. Giampiero Di Persia
Miami, FL
305-576-3636
www.poltronafraumiami.net

The Hidden Countship LLC

Mr. Giulio Della Porta
Charleston, SC
843-577-5045
www.thehiddencountship.com

Trend USA Ltd.

Mr. Cristiano Tonini
Miramar, FL
954-435-5538
www.trendgroup-usa.com

Yamini Kitchens and More

Mr. Augusto Yamini
Coral Gables, FL
305-446-4754
www.yaminikitchens.com

Associazioni & Enti

C.C.I.A.A. di Genova

Ms. Angela Orenco
Genova, IT
010-270-4255
www.ge.camcom.it



Mr. Fabio De Furia
Roma, IT
064-040-0137
www.romaricerche.it

Consulate General of Italy

Hon. Adolfo Barattolo
Coral Gables, FL
305-374-6322
www.consmiami.esteri.it

Diabetes Research Institute Foundation

Mr. Camillo Ricordi
Hollywood, FL
305-243-6913
www.diabetesresearch.org

Greater Miami & The Beaches Hotel Association

Ms. Wendy Kallergis
Miami Beach, FL
305-531-3553
www.gmbha.com

Low Country Festa Italiana Ilc

Ms. Teri Lupinacci
Hanahan, SC
843-224-4433
www.festaitaliana.com

Miami Beach Chamber of Commerce

Ms. Dona Zemo
Miami Beach, FL
305-674-1300
www.miamibeachchamber.com

I Soci della IACC

Rhythm Foundation

Ms. Laura Quinlan
Miami Beach, FL
305-672-5202
www.rhythmfoundation.com

South Carolina State Ports Authority

Mr. Byron D. Miller
Charleston, SC
843-577-8197
www.scsipa.com

The Beacon Council

Ms. Pamela Fuertes
Miami, FL
305-579-1325
www.beaconcouncil.com

The Wolfsonian Foundation

Ms. Cathy Leff
Miami Beach, FL
305-531-1001
www.wolfsonian.fiu.edu

Automotive

Italian Design Group Ilc - FIAT of North Miami

Mr. Fernando Arellano
North Miami, FL
305-342-8500
www.fiatofnorthmiami.com

South Miami FIAT

Ms. Freshia Pizzati
Miami, FL
305-305-3428
www.southmiamifiat.com

Comunicazione, Marketing & Eventi

Ariel Films Ilc

Mr. Marco Marzocca Cuni
Orlando, FL
407-256-5802

Beverly Hills International, Inc.

Mr. Nicolas Pancaro
Boca Raton, FL
561-988-6998
www.beverlyhillssusa.com

Dynamic Printing & Graphics

Mr. Giuseppe Calabrese
Boca Raton, FL
561-706-6462
www.dynamicprintingbocaraton.com

Hartweg Consulting Group

Mr. Massimo Artelli
Roma, IT
347-457-7387
www.hartweg.it

I.E.E.M. International Event & Exhibition Mgmt.

Ms. Mariana Nedic
Aventura, FL
305-937-2488
www.ieemusa.com

Lucky Explorers Ilc

Mr. Domenico Vernamonte
Key Biscayne, FL
305-763-7712
www.luckyexplorers.com

Man Adv USA, Inc.

Mr. Gianluca Fontani
Miami, FL
786-360-2535
www.manadv.com

RCS Sport USA

Mr. Enrico Carducci
New York, NY
305-896-8579
www.granfondogiroitalia.com

Stemal SRL

Mr. Alessandro Lopez
Roma, IT
063-058-459
www.stemal.it

Consulenti Aziendali

Capsec, LLC

Mr. Francesco Secchiaroli
Miami, FL
305-374-5725
www.capsecusa.com

EBCO International of Miami, Inc

Mr. John A. Costanzo
Miami, FL

Mario Sereni | Consultant

Mr. Mario Sereni
Coconut Grove, FL
786-501-9758

Wey, Ilc

Mr. Gherardo Gardo
Miami, FL
305-372-3300
www.weyus.com

Costruzioni & Riparazioni Navali

Fincantieri Cantieri Italiani SPA

Mr. Giovanni Rivera
Miami, FL
305-269-0469
www.fincantieri.com

Overseas Ship Services

Mr. Alfredo Mangachi
Davie, FL
954-584-0555
www.ossts.com

Educazione

Baby College

Ms. Silvia Coletti
Seregno, IT
362-179-8277
www.babycollege.it

Full Sail University

Mr. Christopher A. Marconi
Winter Park, FL
407-215-7522
www.fullsail.edu

St. Thomas University

Rev. Monsignor Franklyn
Miami, FL
305-628-6663
www.stu.edu

Infrastrutture & Opere Pubbliche

Astaldi Construction Corporation

Mr. Fabrizio De Rossi
Davie, FL
954-423-8766
www.astaldiconstruction.com

Condotte America Inc.

Mr. Luciano Lo Giudice
Medley, FL
305-670-7585
www.condotteamerica.com

GLF Construction Corporation

Mr. Francesco Senis
Miami, FL
305-371-5228
www.glfusa.com

Mermec Inc.

Mr. Luca Ebreo
Columbia, SC
803-213-1200
www.mermecinc.com

Zenone Soave e Figli S.R.L.

Mr. Zeno Soave
044-423-7800
Vicenza, IT
www.soavespa.it

Moda, Gioielleria e Cosmetica

A.C. Distributions Inc.

Mr. Leonardo Salanitro
Miami, FL
305-299-8242
www.acdistributionsinc.com

Aeronautica Militare (Avimar FC Ilc)

Mr. Maurizio Morini
Miami Beach, FL
305-674-8774
www.aeronauticamiami.com

Allison America

Mr. Francesco Ferretti
Miami, FL
305-856-2888

Cosabella

Mr. Ugo Campello
Miami, FL
305-253-9904
www.cosabella.com

I Soci della IACC

Dolcevit Cashmere, LLC
Mrs. Veronica Zorzi
Miami, FL
www.dolcevitacashmere.com

Ferragamo Latin America, Inc.
Mr. Diego Stecchi
Miami, FL
305-373-1800
www.salvatoreferragamo.it

Italian Shoemakers, Inc.
Mr. Pietro Romanelli
Miami, FL
305-477-9206
www.italianshoemakers.com

Kickoff USA Inc DBA Sundek USA
Mr. Agostino Magni
Miami, FL
310-396-3100
www.shopsundek.com

**LF of America Corp. (subsidiary of
Lameplast, Spa)**
Mr. Diego Bulgarelli
Hollywood, FL
954-963-6226
www.LFofAmerica.com

Luxy Life, LLC DBA Sartorie Consolari
Mr. Francesco Secchiaroli
Miami, FL
786-389-0732
www.sartorieconsolari.it

Rebecca Jewelry
Mr. Raffaele Capoferro
Miami, FL
310-319-9600
www.rebeccajewelry.com

Real Estate

Brickell Bay Office Tower
Mr. Christian Driussi
Miami, FL
305-536-1001
www.1001brickellbay.com

C & D Miami Real Estate, LLC
Mr. Danilo Damolin
Miami Beach, FL
305-505-5880
www.cdmiamirealestate.com

Cervinia Group LLC
Mr. Sacha Ratti
Coral Gables, FL
305-877-7949

CMC Group, Inc.
Mr. Ugo Colombo
Miami, FL
305-372-0550
www.cmcconstruction.com

Danilo Nanni, P. E. MBA
Mr. Danilo Nanni
Sunny Isles Beach, FL
786-436-2000

ERG Hotels Inc
Mr. Ernesto Greco
Miami, FL
305-238-1766

Firmino Enterprises, Inc
Mr. Riccardo Firmino
Miami, FL
305-965-4327
www.firminousa.com

Florida Real Tee llc
Ms. Ersilia Caporale
Kissimmee, FL
407-452-4050
www.floridarealtee.com

Italconstruction, Inc
Mr. Massimo Cacace
Miami, FL
786-325-1333
www.italconstruction.com

Majestic Properties
Mr. Roberto Cannarella
Miami, FL
786-270-6333
www.majesticproperties.com

Mana Wynwood
Mr. Jay Chung
Miami, FL
714-397-7574
www.manawynwood.com



SWIRE REALTY

MARCELLO BECAGLI



**IL TUO AGENTE IMMOBILIARE
SPECIALIZZATO IN CASE
E APPARTAMENTI DI LUSO.
CONTATTAMI ANCHE PER
OPPORTUNITA' E SVILUPPI FUTURI.
TI OFFRIRO' IL MEGLIO DEL MERCATO...
TI OFFRIRO' ONLY THE BEST.**

- VENDITE RESIDENZIALI, LEASING ED AFFITTI
- CONOSCENZA APPROFONDATA DEL MERCATO IMMOBILIARE
- ASSISTENZA DALL' INIZIO ALLA CONCLUSIONE DEL TUO INVESTIMENTO
- SARÒ IL TUO AGENTE DI FIDUCIA
- ESPERIENZA ED ONESTÀ
- INGLESE, ITALIANO, SPAGNOLO

MARCELLO BECAGLI

Swire Realty LLC.
625 Brickell Key Dr.
Miami, FL 33131

Phone: (305) 372-1288
Toll free: (888) 372-1288

Fax: (305) 372-0988
Cell: (305) 798-1534

Email: mbecagli@aol.com
Sito: www.swirerealty.com

I Soci della IACC

Maya Enterprises, Inc.

Mr. Diego Cagol
Miami, FL
305-592-2882
www.mayaenterprises.com

ONE | Sotheby's International Realty

Ms. Marisa M. Chisena
Coral Gables, FL
305-807-6845
www.onesothebysrealty.com

Red USA LLC

Mr. Matteo Soldatini
Miami Beach, FL
786-536-2106
www.red-usa.net

Redilco International Real Estate, LC

Mr. Camillo Coppola De Dominicis
Miami Beach, FL
305-674-9714
www.redilcousa.com

South Beach Estates

Mr. Massimo Nicastro
Aventura, FL
305-481-2233
www.southbeachestates.com

Swire Properties Inc.

Ms. Megan Kelly
Miami, FL
305-371-3877
www.swireproperties.com

Toscana Construction Inc

Mr. Luca Angiolotti
Miami Beach, FL
786-953-2130
www.toscanaconstruction.com

Zankey Construction Corp.

Mr. Alex Zangen
Miami, FL
305-856-6686
www.zankey.com

Ristorazione, Hospitality & Servizi Collegati

345 Caffè Italiano

Mr. Andrea Maggia
Coral Gables, FL
786-985-3858
www.345caffaitaliano.com

Baluna Ilc

Mr. Omar E. Mazzei
Miami Lakes, FL
305-403-5200
www.baluna.com

Beacon Hotel

Mr. Christopher Regalado
Miami Beach, FL
305-674-8200
www.beaconsouthbeach.com

Bianca at Delano

Mr. Shane Monaco
Miami Beach, FL
305-674-5752
www.biancamiami.com

Breakwater Hotel

Mr. Juan Palmada
Miami Beach, FL
305-532-2362
www.breakwatersouthbeach.com

Caffè Milano, Ilc

Mr. Christian Quarato
Miami Beach, FL
305-532-0707
www.milanosouthbeach.com

Cibo Wine Bar

Mr. Nick Di Donato
Coral Gables, FL
305-392-0819
www.cibowinebar.com

Coral Gables Country Club

Mr. Nick Di Donato
Coral Gables, FL
305-392-0819
www.coralgablescountryclub.com

Dolci di Sicilia Ilc

Mr. Michele La Tona
Miami Beach, FL
786-546-3832

Dream South Beach

Mr. James Anderson
Miami Beach, FL
305-673-4747
www.dreamsouthbeach.com

Fratelli Milano Italian Cuisine

Ms. Fiorella Blanco
Miami, FL
305-373-2300
www.ristorantefratellimilano.com

Gelatosupply.com

Mr. Paolo della Zorza
Charleston, SC
843-747-7887
www.gelatosupply.com

Graspa Group

Mr. Graziano Sbroggio'
Miami, FL
305-532-2633
www.graspagroup.com

InterAmerican Hotels Corp.

Mr. Claudio Tupini
Miami, FL
305-358-0661
www.soundhospitality.com

Italian Boutique Restaurants LLC

Mr. Cristoforo Pignata
Key Biscayne, FL
305-371-9661
www.puntinoKB.com

Italian Food Culture, Inc.

Mr. Stefano Carniato
Miami Beach, FL
305-674-6905
www.piola.it

Louie & Maria's Italian Restaurant

Ms. Maria Palo
Orlando, FL
407-277-7755
www.louieandmarias.com

Luigi Sgroi Sicilia

Mr. Luigi Sgroi
Miami Beach, FL
954-830-3701

MCB Operation Ilc

Mr. Joseph V. Behar
Miami Beach, FL
305-721-7311

Napolitaly Pizzeria

Mr. Giovanni Ferrio
Orlando, FL
407-437-4078
www.napolitalyorlando.com/

Oro-Life Florida

Mr. Massimiliano Teia
Fort Lauderdale, FL
954-316-4401

Pelican Hotel & Cafe'

Ms. Lupe Castillo
Miami Beach, FL
305-673-3373
www.pelicanhotel.com

Pepe Nero

Mr. Daniele Mossini
Miami Beach, FL
786-237-0762
www.pepeneromiamibeach.com

Piccola Cucina

Ms. Elena Albanese
Miami Beach, FL
305-535-3129
www.piccolacucinagroup.com

Pizzeria Valdiano

Mr. Michael Liguori
Orlando, FL
407-628-5333
www.pizzeriavaldiano.com

Speedy.com

Ms. Giannina Bonato
Selvazzano, IT
049-981-3750

Stefano's Trattoria

Mr. Stefano La Comare
Water Springs, FL
407-659-0101
www.stefanos-trattoria.com

Svampato Ilc - Big Italy Restaurant Wine Bar

Ms. Liliana Bula Ferrer
Orlando, FL
407-535-7078
www.bigitaly.com

Tomson Hospitality

Mr. Tommaso Cardana
Miami, FL
305-538-5558
www.tomsonhb.com



Ministry of Economic Development of Italy
presents



Authentically
EAT   **alian**

Join the movement

RAISING AWARENESS ON THE LONG-TERM BENEFITS
OF GENUINE ITALIAN FOOD AND THE MEDITERRANEAN DIET

For more information: www.iacc-miami.com |  Authentically EATalian

Organized by:



2013 ANNO DELLA CULTURA ITALIANA
YEAR OF ITALIAN CULTURE

I Soci della IACC

Toscana Divino

Mr. Stefano Cavinato
Miami, FL
305-371-2767
www.toscanadivino.com

Wild Dunes Resort

Mr. Steve Migliara
Isle of Palms, SC
843-886-2243
www.wilddunes.com

Z Ocean Hotel South Beach

Mr. Ramon Antelo
Miami Beach, FL
305-672-4554
www.zoceanhotelsouthbeach.com

Servizi Contabili & Fiscali

Arty, Cohn & Feuer, L.C.

Mr. Daniel Arty
Miami, FL
305-592-9954
www.acfm-cpa.com

Daniela Candeloro Studio Professionale

Ms. Daniela Candeloro
Roma, It
329-739-7755

Frank J. Guida CPA PA

Mr. Frank J. Guida
Maitland, FL
407-539-0031
www.guidacpa.com

Funaro & Co., P.C.

Mr. Paolo Zanotti
Miami, FL
305-712-7130
www.funaro.com

Magnani CPA PA

Mr. Massimo Magnani
Miami, FL
786-332-3362

Monique Tronccone CPA PA

Ms. Monique Tronccone
Boca Raton, FL
561-417-0308
www.tronccone-cpa.com

Parlade & Schaefer

Mr. Justin Schaefer
Miami, FL
305-670-0400
www.mdsgp.com

Venturini LLC

Mr. Samuel Venturini
Charleston, SC
843-608-1590
www.venturinillc.com

Servizi Finanziari

Assicurazioni Generali - Roberto Degl'Innocenti

Mr. Roberto Degl'Innocenti
Miami, FL
786-206-6108
www.generaliusa.com

Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.- New York

Mr. Enrico Vignoli
New York, NY
212-891-3600
www.mps.it

Billy Swails / State Farm Insurance

Mr. Chris Cohen
Mt. Pleasant, SC
843-884-5149
www.billyswails.net

BNP Paribas

Ms. Carla Pepe
Miami, FL
305-539-2000
www.usa.bnpparibas.com

E.C. Overseas Investments, llc

Mr. Estefano Crisafi
Winter Park, FL
407-133-4018

Filograna Investment USA, INC.

Mr. Eugenio Filograna
Miami, FL
786-863-9179

Generali Employee Benefits

Mr. Massimo Martinoli
Miami, FL
786-528-8044
www.geb.generaliusa.com

HSBC Bank USA

Mr. Richard Bond
Miami, FL
305-536-8114
www.hsbc.com

IBS Insurance Group Inc.

Mr. Daniel LaMantia
Boca Raton, FL
561-620-0900
www.ibsFinancial.net

Krauter & Company llc

Mr. Andre' Eichenholtz
New York, NY
212-596-3404
www.krautergroup.com

Mercantil Commercebank N.A.

Mr. Eduardo Marino
Coral Gables, FL
305-460-8616
www.commercebancfl.com

Merrill Lynch

Mr. Frank Di Rocco
Miami, FL
305-530-3612
www.global.ml.com

NBSC a division of Synovus Bank

Mr. Lenwood Howell
Charleston, FL
843-724-7020
www.banknbsc.com

Paolo Stefanini - Business Investment Consultant

Mr. Paolo Stefanini
Miami, FL
787-920-5052

REF Capital, LLC

Mr. Roberto Ferrarotti
Coral Gables, FL
305-440-6647

Seahorse Loans Corp.

Mr. Leonardo Salani
Miami, FL
305-606-2421
www.seahorseloans.org

Servizi Legali

Attilio M. Costabel, P.A.

Mr. Attilio Costabel
Miami, FL
305-371-2618
www.costabel.us

Avila Rodriguez Hernandez Mena & Ferri LLP

Mr. Marco Ferri
Coral Gables, FL
305-779-3579
www.avilarodriguez.com

Carlton Fields, P.A.

Ms. Julie C. Ferguson
Miami, FL
305-539-7249
www.carltonfields.com

Feldman Gale, P.A.

Mr. James A. Gale
Miami, FL
305-358-5001
www.feldmangale.com

Finley & Bologna, International

Mr. Chandler R. Finley
Miami, FL
305-379-7676
www.finleybologna.com

Fuerst, Ittleman David & Joseph, PL

Mr. Mitchell Fuerst, Esq.
Miami, FL
305-350-5690
www.fuerstlaw.com

Greenberg Traurig P.A.

Ms. Sabrina Ferris Esq
Miami, FL
305-579-0533
www.gtlaw.com

Gunster

Mr. Joe Raia
Miami, FL
305-376-6000
www.gunster.com

Michael Cholobel P.A.

Mr. Michael Cholobel
Miami, FL
305-438-9888

Montone & Partners

Mr. Remo Montone
Roma, IT
065-041-502
www.studiomontone.com

Morano International, PA

Ms. Marcella Manca
Miami Beach, FL
305-673-9273
www.moranolaw.com

Novela Law

Mr. Daniel Novela
Miami, FL
305-371-6711
www.novelalaw.com

Piero Salussolia P.A.

Ms. Gemma Caterini
Miami Beach, FL
305-373-7016
www.salussoliaassociates.com

Property Desk

Mr. Lorenzo Silvestri
Miami, FL
305-647-8788
www.propertydesk.it

Ritchie & Associates, LLC

Mr. James H. Ritchie Jr.
Greenville, SC
864-527-5952
www.ritchieconvergent.com

Robert Allen Law

Mr. Umberto Bonavita
Miami, FL
305-372-3300
www.robertallenlaw.com

Roca Gonzalez, P.A.

Mr. Antonio L. Roca
Miami, FL
305-859-6050
www.rgpa.com

Sara Coen P.A.

Mrs. Sara Coen-Giovanelli
Boca Raton, FL
561-391-4900
www.scoenlaw.com

Shutts & Bowen, LLP

Mr. Arthur J. Furia
Miami, FL
305-347-7346
www.shutts.com

Smith Moore Leatherwood, Iip

Mr. Giampiero Diminich
Charleston, SC
843-300-6638
www.smithmoorelaw.com

Studio Legale Barretta

Mr. Alessandro Barretta
Roma, IT
305-424-9855
www.studiolegalebarretta.it

Studio Legale Pelosi & Partners, S.T.P.

Mr. Giancarlo Pelosi
Milano, IT
305-533-1967
www.pelosilawfirm.com

Tosolini, Lamura, Rasile & Toniutti LLP

Mr. Gianni Toniutti, Esq.
Miami Beach, FL
305-534-0420
www.blatalaw.com

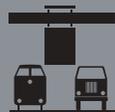
The excellence of Italian Style !



Ship to Shore
Container Cranes
Ship Unloader



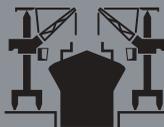
Intermodal
R.T.G.
R.M.G.



Mobile
Harbour Crane
Offshore Crane



Shipyard
jib Crane



Stacker
Reclaimer



Overhead Cranes
Steel Mill Plants
General Industries



Control Station
Special Seat
DYCS



Crane
Remote
Desk



briedacabins

Brieda Cabins
di Rino Brieda e Figlio Srl

Via del Laghetto 21
33080 Porcia / Pn / Italy

Tel. +39 0434 921071
Fax +39 0434 922758

e-mail: brieda@briedacabins.com
www.briedacabins.com

I Soci della IACC

Vucci Law Group

Mr. Louis Vucci
Coconut Grove, FL
786-375-0344

Weiss Serota Helfman Pastorizia Cole &

Baniske P.L.
Mr. Marc C. Pugliese
Coral Gables, FL
305-864-0800
www.wsh-law.com

Womble Carlyle Sandridge & Rice LLP

Ms. Stephanie Yarbrough
Charleston, SC
843-720-4621
www.wcsr.com

Servizi Logistici

A Customs Brokerage, Inc.

Ms. Sara D'Anzo
Doral, FL
305-805-6797
www.acustomsbrokerage.com

Argol America Inc

Mr. Mario Pejrone
Charlotte, NC
704-594-4996
www.argolvillanova.com

Ceres Terminals Incorporates

Mr. John J Vitolo
East Brunswick, NJ
201-974-3814
www.ceresglobal.com

Charleston Duty Free Inc

Mr. James Law
Mt. Pleasant, SC
843-478-3706

Charleston Harbor Pilots

Mr. Whit Smith
Charleston, SC
843-577-6695

ICS Intermodal Cargo Services

Mr. Martin S. Hogan
Savannah, GA
912-964-1303
www.intermodalcargoservices.com

Italian Seaways Usa

Mr. Daniele Scarfo
Medley, FL
305-884-2410
www.itways.it

MSC

Mr. Luca Gregorio
Miami, FL
305-477-9277
www.mscevga.com

MSC

Mr. Sergio Fedelini
Mt. Pleasant, SC
843-654-6030
www.mscevga.ch

Savino del Bene USA Inc.

Mr. Umberto Cella
Miami, FL
305-463-8844
www.sdbusa.com

Travel

Alitalia Compagnia Aerea Italiana

Ms. Brigida L. Burnitt
New York, NY
212-903-3439
www.alitalia.com

American Airlines

Mr. Peter Vittori
Coral Gables, FL
205-520-3130
www.aa.com

Evolution Travel USA, Inc.

Mr. Luca Baldisserotto
Miami Beach, FL
786-245-5069
www.evolutiontravelusa.com

Lynx International

Ms. Luciana Saliani
Miami, FL
305-579-0078
www.italynx.com

Palio Tours

Mr. Stan Douglas
Coral Gables, FL
305-460-4090
www.paliotours.com

MSC Cruises USA (Inc.)

Mr. Nicola Gargiulo
Fort Lauderdale, FL
954-772-6262
www.msccruisesusa.com

TrueStar Group

Ms. Cristina Talin
Miami, FL
305-717-6898
www.truestargroup.com

Altro

3V Inc

Mr. John Centioni
Georgetown, SC
843-520-5147
www.3v.com
Settore chimico

Afram Import & Export, Inc.

Mr. Amedeo Guazzini
Coconut Grove, FL
305-446-8999
<http://www.afram-usa.com/>
Impianti per il settore petrolifero

Barba Skin Clinic, Inc.

Mr. Costantino Cicchelli
Miami, FL
305-573-7200
www.barbadermatology.com
Clinica dermatologica

Beghelli USA

Mrs. Dania Maccaferri
954-442-6600
Miramar, FL
www.beghelliusa.com
Illuminazione

Brieda Cabins USA

Mr. Siro Brieda
Porcia, IT
305-533-1967
www.briedacabins.com
Produzione di cabine per gru

CAME Americas Automation, LLC

Mr. Winslow Wise
Medley, FL
305-433-3307
www.came.it
Cancelli automatici

CIM USA Inc.

Mr. Alberto Mucelli
Miami, FL
305-639-3040
www.cim-usa.com
Personalizzazione e tracciabilità di carte plastificate

Eco Pellet USA Inc

Mr. Valentino Rizzuto
Mt. Pleasant, SC
075-697-9484
www.ecopellet.it
Produzione e distribuzione di pellet da riscaldamento

Enolgas USA

Mr. Vittorio Bonomi
Fort Lauderdale, FL
954-938-4171
www.enolgasusa.com
Distributore di valvole per acqua e gas

KaMin Ilc

Mr. Gianluca Fedelini
Macon, GA
478-750-5494
www.kaminilc.com
Estrazioni di minerarie

L.B. Impianti SRL

Mr. Daniele Montagner
Morgano, IT
042-283-8931
Impianti elettrici

Pininfarina of America Corp.

Mr. Matteo De Lise
Miami, FL
305-424-1653
www.pininfarina.com
Design

Quality Services of America, Inc.

Mr. Bill Emery
Mt. Pleasant, FL
843-553-7347
Aeronautica

The Man of the Stradivari Ilc

Mr. Matteo Fedeli
Mt. Pleasant, SC
843-654-6030
www.matteofedeli.it
Musica & Arte



INTERNATIONAL * IMMIGRATION
* ENTERTAINMENT * REAL ESTATE * CORPORATE
* INTELLECTUAL PROPERTY LAW

FINLEY & BOLOGNA
INTERNATIONAL
ATTORNEYS AT LAW



CHANDLER R. FINLEY, ESQ.
Florida Board Certified
International Lawyer
U.S. Federal Court Southern District of Florida
American Immigration Lawyers Association
Italy-America Chamber of Commerce Southeast

STEFANIA BOLOGNA, ESQ.
Florida Bar Member
American Bar Association
International Bar Association
National Italian-American Bar Association

Miami
Washington Mutual Bank Bldg.
150 SE 2nd Avenue, Suite 1010
Miami, FL 33131
Ph: 305-379-7676 Fax: 305-379-2321

West Palm Beach
Mellon United National Bank Bldg.
1645 Palm Beach Lakes Blvd., Suite 460
West Palm Beach FL 33401
Ph: 561-478-9930 Fax: 561-478-9930

Boca Raton
Atrium Financial Center
1515 N. Federal Highway, Suite 300
Boca Raton, FL 33432
Ph: 561-478-9930 Fax: 561-478-9945

E-mail: finleybologna@aol.com

The Law Firm of Finley & Bologna International represents U.S. and Italian clientele on corporate and immigration issues and focuses on commercial and residential real estate, international business including agency and distribution agreements, trademark of foreign brand names, and the entertainment industry including contracts and negotiations for music, film and the performing arts. Stefania Bologna, Esq., born in Italy, is a Florida Bar attorney, and received her Florida Juris Doctor Degree in 1997 and Master in Comparative Law in 1994, and her Italian Juris Doctor from the University of Rome "La Sapienza" in 1991. Chandler Finley, Esq., a native born in Miami and an Italian citizen, received his Juris Doctor Degree and Florida Bar since 1988, and is board certified by the Florida Bar as a specialist in International Law, and is a real estate closing & title insurance agent.

The hiring of a lawyer is an important decision that should not be based solely on advertisements. Before you decide, ask us to send you free written information about our qualifications and experience.

SASCO REALTY INTERNATIONAL

LA VOSTRA AGENZIA IMMOBILIARE A MIAMI

SASCO REALTY E' UN'AGENZIA "FULL SERVICE" ED OFFRE:

- VALUTAZIONE DI IMMOBILI
- COMPRAVENDITA DI IMMOBILI RESIDENZIALI
- COMPRAVENDITA DI IMMOBILI COMMERCIALI
- GESTIONE DI IMMOBILI IN VENDITA O IN AFFITTO
- RICERCA PER ACQUIRENTI

Il nostro staff parla la vostra lingua ed ha esperienza pluriennale sui due continenti. Abbiamo un agente in ogni zona di Miami, da South Beach, Coral Gables, fino a Palm Beach. Vi guideranno pertanto con professionalità ed esperienza attraverso tutto il processo di acquisto o vendita. La Sasco Realty collabora con i migliori professionisti affermati in tutti gli aspetti legali e fiscali. Contattateci oggi per una valutazione gratuita della vostra proprietà!