

# Imprese italiane e commercio internazionale: i risultati della survey condotta da ARcom Formazione con la collaborazione di Astra Ricerche

**Autore: Avv. Sara Armella**

in collaborazione con



**Novembre 2023**

## ARcom Formazione

**ARcom Formazione** nasce dall'incontro tra professionisti di grande esperienza in **ambito tributario e doganale**, mossi da una forte passione per la ricerca e l'approfondimento, non solo a livello accademico ma anche pratico.

I fondatori e i docenti della nostra scuola di formazione sono i primi a investire nell'**aggiornamento costante**, ritenendo che la formazione sia un'opportunità di crescita personale ancor prima che professionale.

Si rivolge a persone che desiderano approfondire lo **studio delle materie legate al commercio internazionale, alla fiscalità e al diritto doganale** non soltanto per apprendere nozioni e tecniche per migliorarsi in ambito professionale, ma anche per ampliare la propria visione rispetto a scenari globali in continuo mutamento.

In un settore in rapida evoluzione, **investire nella formazione è la chiave per il successo** perché significa coniugare un patrimonio di esperienze con una **visione strategica aggiornata**, che amplia i propri orizzonti e adatta la propria preparazione ai nuovi scenari imprenditoriali e di consulenza.

### La missione

La missione è sviluppare la **ricerca, l'approfondimento e la formazione** sui vari aspetti del commercio internazionale: strategie per l'esportazione, pianificazione doganale, diritto doganale, fiscalità internazionale, contrattualistica, Incoterms, Iva nei rapporti internazionali, accise, accordi di libero scambio.

Sul versante della **formazione aziendale**, la scuola di formazione ha maturato solide competenze nei settori della gestione delle operazioni internazionali, della responsabilità amministrativa, delle procedure interne aziendali e della prevenzione e gestione del contenzioso.

La formazione dei professionisti che assistono le imprese nelle sfide globali rappresenta un fattore strategico a cui dedichiamo una speciale attenzione, attraverso un'offerta didattica dedicata e modulare.

Al centro della missione formativa c'è la nuova dimensione internazionale delle imprese e dei Gruppi.

### I docenti

ARcom Formazione si avvale di un **corpo docente altamente specializzato** e appassionato delle materie oggetto di studio, che ha scelto di mettere al centro della propria professione il costante aggiornamento e la condivisione della propria esperienza e del proprio sapere.

Un team di professionisti con esperienza sul campo e approccio business oriented - avvocati, commercialisti, doganalisti e rappresentanti dell'Agenzia delle Dogane e Monopoli e professori universitari - in grado di trasmettere una **conoscenza ampia e operativa delle problematiche del commercio Internazionale**.

Nella progettazione della nostra offerta formativa possiamo vantare **preziose collaborazioni con importanti soggetti istituzionali**, quali: Agenzia delle Dogane e Monopoli, Consiglio nazionale dei dottori commercialisti ed esperti contabili, Consiglio nazionale degli spedizionieri doganali, Associazione nazionale dei Centri di Assistenza Doganale (ASSOCAD) e molti altri. ARcom Formazione è ente accreditato dal Consiglio nazionale dei dottori commercialisti ed esperti contabili per l'erogazione della formazione professionale continua (CNDCEC - Reg. nr. 0001261/2023 del 20/01/2023).

### Il Centro Studi

Attraverso il Centro Studi proponiamo webinar e contenuti di approfondimento, liberamente accessibili, in materia di **fiscalità, commercio internazionale e diritto doganale** per offrire ai partecipanti ai nostri corsi l'opportunità di restare costantemente aggiornati e contribuire alla **divulgazione dei temi di attualità per le imprese e i professionisti**.

[www.arcomformazione.it](http://www.arcomformazione.it)

## Astra Ricerche

**AstraRicerche** è un istituto di ricerche (di marketing e sociali) e di consulenza aziendale.

È un istituto italiano, indipendente, orientato alla qualità del servizio fornito e del rapporto con il cliente, all'innovazione e allo studio dei fenomeni sociali e di marketing visti nel loro contesto.

Nato come istituto specializzato in previsioni/scenari (in particolare sulla domanda: cittadini, consumatori, risparmiatori, utenti di servizi, ecc.) e in consulenza di marketing strategico, dagli anni Novanta svolge **attività di ricerche tramite varie metodologie di tipo qualitativo e quantitativo** (in continua evoluzione e aggiornamento), sia sul mercato italiano che nei principali mercati esteri.

Ha forti esperienze e propri approcci/metodologie nel campo delle ricerche sulla **comunicazione** (mercato della comunicazione commerciale, strategie di comunicazione, singole campagne/attività), sui **brand** (posizionamento, architettura), sui **prodotti** (esistenti o innovation), sulle **human resource** e i **processi aziendali**, sul vissuto degli italiani.

[www.astraricerche.it](http://www.astraricerche.it)

# 1. La ricerca

La ricerca, condotta nel mese di ottobre 2023 con la collaborazione di AstraRicerche, ha intervistato con metodo CAWI **130 imprese** attive negli scambi internazionali, **rappresentative dei tre segmenti di grandi, medie e piccole imprese.**

Sono state interpellate le aziende produttrici/esportatrici e acquirenti/importatrici, con **l'obiettivo di ottenere una fotografia oggettiva dell'approccio concreto, all'interno delle imprese, riguardo i temi più significativi del commercio con l'estero.** Abbiamo escluso dall'analisi il mondo della logistica, dei trasporti e dell'assistenza doganale.

La ricerca ha esplorato il ciclo completo di uno scambio internazionale, a partire dai meccanismi di selezione di clienti e fornitori, per arrivare alla contrattualistica, al marchio "made in Italy" e alla conoscenza di regole, divieti e agevolazioni che condizionano l'importazione o l'esportazione dei prodotti.

Particolare attenzione è stata rivolta alla compliance aziendale, all'esistenza di programmi di monitoraggio e prevenzione dei rischi e di procedure di gestione degli stessi.

Infine, è stato chiesto di esprimere una valutazione circa le prospettive future di sviluppo internazionale, dal punto di vista della propria impresa, anche tenendo conto del fenomeno del reshoring.

## 2. Executive Summary

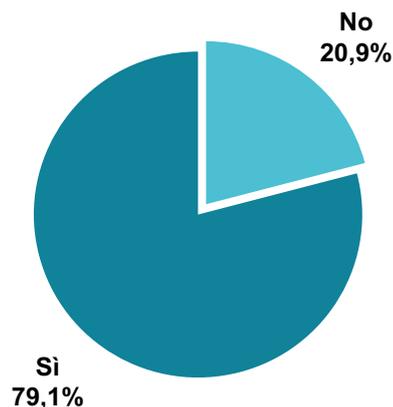
La ricerca è stata condotta con lo scopo di valutare la consapevolezza e la preparazione del campione di 130 aziende attive nel commercio internazionale, riguardo agli sviluppi recenti nel commercio internazionale, tra cui **le nuove barriere doganali, gli accordi di libero scambio, impatto delle trasformazioni geo politiche e reshoring, compliance doganale, le normative europee su divieti, sanzioni, dual use, CBAM, deforestazione, prevenzione dei rischi, procedure aziendali e aggiornamento del personale.**

Di seguito, in sintesi, le principali evidenze emerse.

### 2.1. Consapevolezza dei cambiamenti in atto

Lo studio ha rivelato che una quota significativa, pari al **20,9%**, delle aziende esaminate **non è a conoscenza delle numerosissime novità che stanno interessando gli scambi internazionali, tra cui le nuove barriere doganali, le normative europee su divieti, sanzioni, dual use, CBAM, deforestazione.** Questi sviluppi hanno il potenziale di alterare significativamente il panorama degli affari internazionali.

**La Sua azienda è a conoscenza delle numerose riforme che stanno interessando gli scambi internazionali, tra cui le normative europee su CBAM, deforestazione, conflict minerals, sanzioni, la riforma del codice doganale europeo e della normativa doganale nazionale?**

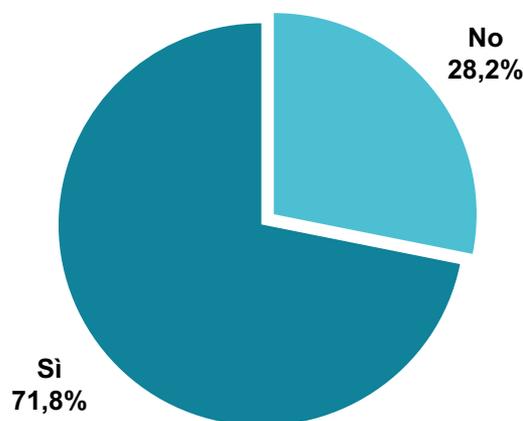


## 2.2. Adozione di nuove misure

Tra le aziende consapevoli di questi importanti sviluppi, in grado di trasformare l'impostazione degli scambi con l'estero, **soltanto il 71,8% ha previsto processi aziendali di aggiornamento del personale e di implementazione delle novità.**

Questo indica che una parte considerevole delle aziende potrebbe non essere adeguatamente preparata per affrontare questi mutevoli cambiamenti di scenario commerciale.

**Ha previsto adeguate forme di aggiornamento del personale?**



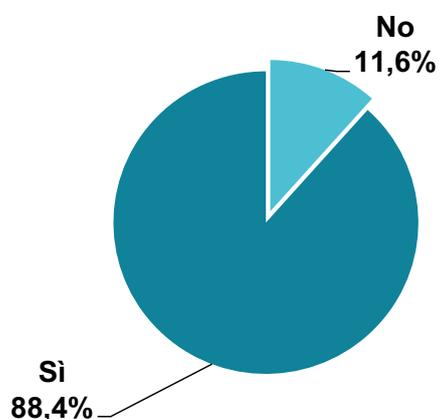
## 2.3. Tendenze commerciali

Nel corso degli ultimi due anni, il 53,5% delle aziende esaminate ha riportato un aumento delle loro attività di commercio internazionale, mentre il 15% ha registrato una diminuzione. Queste tendenze forniscono preziose informazioni sulle dinamiche in evoluzione del commercio internazionale.

## 2.4. Conformità legale e obblighi

Preoccupante è il fatto che l'11,6% delle aziende esaminate non è consapevole delle possibili conseguenze economiche, amministrative e legali legate alla violazione delle normative previste per gli scambi internazionali. Questo divario di conoscenza sottolinea la necessità di migliorare la consapevolezza e gli sforzi di conformità.

**La Sua azienda è a conoscenza delle responsabilità, economiche, amministrative e penali, che possono derivare dalla violazione delle regole previste per gli scambi internazionali?**



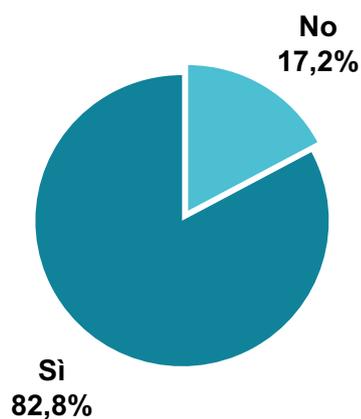
## 2.5. Autorizzazione AEO e strumenti di conformità

Un significativo 25,4% delle aziende esaminate non comprende il concetto di certificazione di Operatore Economico Autorizzato (AEO) rilasciata dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e addirittura il 30,4% non conosce una serie di strumenti di compliance quali le informazioni tariffarie vincolanti.

## 2.6. Formazione del personale

Per il 17,2% la formazione del personale direttamente interessato agli scambi internazionali non rappresenta un tema prioritario e la resa ex works continua a essere molto utilizzata nelle esportazioni, nonostante tutte le raccomandazioni da tempo diffuse dalle associazioni di categoria ne segnalino rischi e svantaggi.

**Il personale interessato dagli scambi internazionali ha ricevuto un'adeguata formazione sugli aspetti essenziali del commercio con l'estero e il diritto doganale?**



Il rapido mutamento del panorama del commercio internazionale richiede misure proattive, tra cui la conformità alle normative, la formazione del personale e l'adattamento alle nuove condizioni commerciali.

Le aziende che trascurano queste sfide rischiano conseguenze economiche, legali e operative considerevoli nell'arena del commercio internazionale.

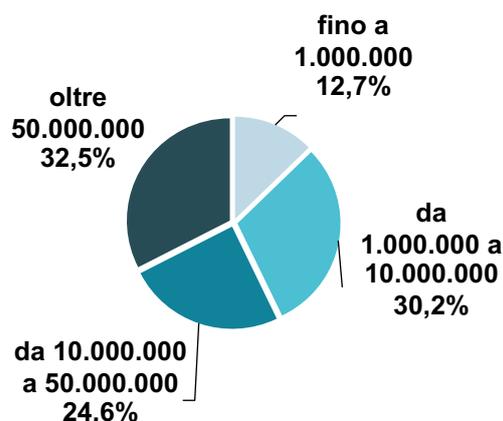
### 3. I risultati della ricerca

#### 3.1. Il campione: fatturato e dipendenti

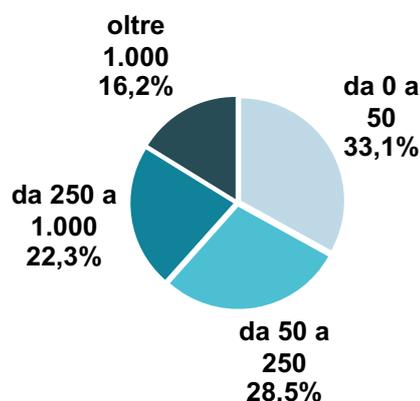
Il 32,5% delle aziende partecipanti ha un fatturato di oltre 50 milioni di euro, mentre il 24,6% ha un fatturato tra 10 e 50 milioni; rappresentato anche il segmento delle piccole imprese, con un fatturato annuo inferiore a 1 milione di euro per il 12,7%.

Il 51,6% dei partecipanti appartiene a un gruppo di società; il numero di dipendenti per ciascuna azienda è inferiore a 50 per il 33,1% dei partecipanti; il 28,5% rientra nella fascia 50-250 e il 22,3% nella fascia 250-1.000 dipendenti.

**Fatturato dell'azienda (in euro)**



**Numero di dipendenti dell'azienda**

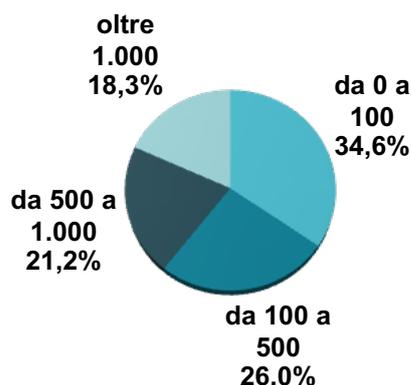


#### 3.2. Numero di operazioni con l'estero, in esportazione e in importazione

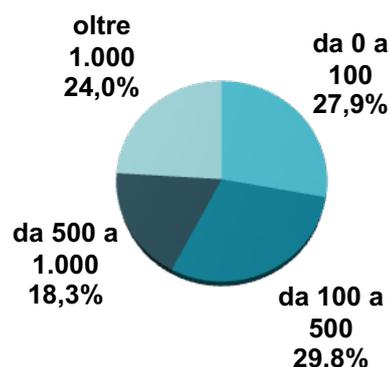
Nel segmento dell'import, la percentuale maggiore (il 47,2%) ha compiuto, nell'anno 2022, tra le 100 e le 1.000 operazioni, il 34,6% delle aziende ha svolto meno di 100 operazioni di importazione e solo il 18,3% ha eseguito oltre 1.000 operazioni di importazione doganale.

Nel segmento dell'export, la percentuale maggiore (il 48,1%) si attesta su una fascia di operazioni compresa tra 100 e 1.000, il 27,9% delle aziende non ha superato le 100 operazioni annue, mentre il 24% ne ha eseguite in numero superiore a mille.

**Numero di dichiarazioni doganali all'anno in import**



**Numero di dichiarazioni doganali all'anno in export**



### 3.3. Percentuale di scambi con Paesi non appartenenti all'unione europea, in termini di fatturato

Per la maggioranza delle imprese (64,8%), gli scambi con Paesi extra-UE non superano il 40% del fatturato.

Il 18,6% svolge tra il 40% e il 59% di scambi esteri, il 16,6% delle aziende tra il 60 e il 100%.

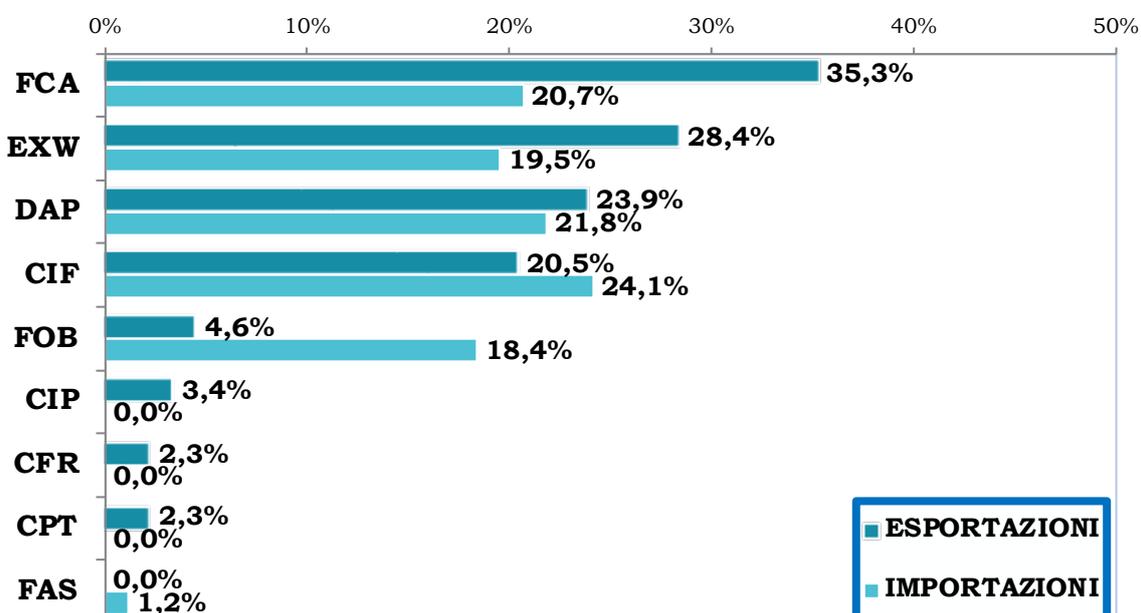
### 3.4. Utilizzo delle rese Incoterms

Una percentuale significativa (84,4%) delle imprese partecipanti alla survey utilizza abitualmente gli schemi Incoterms® elaborati dalla Camera di commercio internazionale. Tali regole disciplinano gli usi all'interno dei contratti internazionali, codificano le modalità di consegna della merce, stabiliscono il passaggio del rischio dal venditore al compratore.

Per le imprese che esportano la resa Incoterms® più utilizzata è FCA (35,3%), a cui segue soprattutto la resa EXW (28,4%).

Quanto, invece, alle imprese che importano, la resa Incoterms® più utilizzata è la CIF (24,1%), seguita dalle rese DAP, FCA, EXW e FOB, che si attestano tra il 18 e il 21%.

#### Quale è la resa Incoterms più utilizzata?

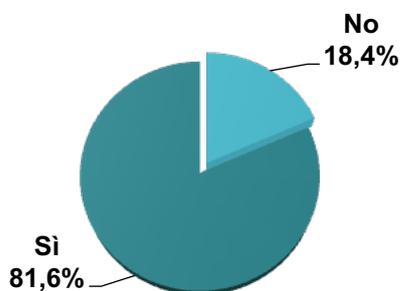


### 3.5. Utilizzo di clausole contrattuali di tutela e/o arbitrali

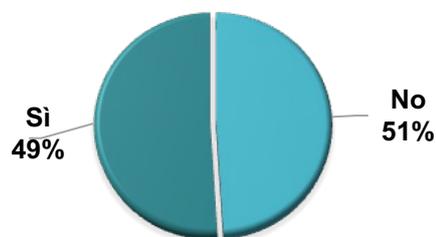
La contrattualistica riveste una particolare importanza nelle forniture internazionali: a differenza delle vendite realizzate in un quadro integralmente domestico, a cui si applicano le norme del codice civile, nelle compravendite con una controparte estera è necessario stabilire il sistema normativo applicabile e determinate clausole a tutela del buon esito dell'affare. L'81,6% delle imprese fa sottoscrivere alla controparte uno schema contrattuale, di vendita o di acquisto, in grado di tutelare l'azienda italiana.

Soltanto il 49%, tuttavia, prevede una clausola arbitrale per la risoluzione di eventuali controversie internazionali, che rappresenta lo strumento più efficiente per tutelarsi nei confronti di una controparte in un Paese estero.

**La Sua azienda utilizza dei propri schemi contrattuali di vendita o di acquisto, contenenti alcune clausole generali a propria tutela?**



**È prevista anche una clausola arbitrale per la risoluzione di eventuali controversie internazionali?**



### 3.6. Conoscenza degli accordi di libero scambio

Il 78% delle aziende che vendono in Paesi extra UE nelle strategie aziendali di vendita tiene in considerazione i vantaggi derivanti dagli accordi di libero scambio (FTA).

Una percentuale analoga, il 77,8%, nella programmazione degli acquisti dall'estero attribuisce importanza alle regole di origine preferenziale e ai relativi vantaggi.

### 3.7. Conoscenza delle regole base del commercio con l'estero

Anche tra le aziende che affidano la produzione in outsourcing all'estero, fornendo stampi, progetti e design, il 22,8% non è a conoscenza che tali input concorrono al valore doganale di importazione.

Più alta è invece la percentuale (78,9%) delle aziende che utilizzano i regimi doganali e che sono a conoscenza dei meccanismi di semplificazione.

Si segnala, infine, che solo il 40,9% delle aziende partecipanti alla survey ha affermato di aver già richiesto una Informazione tariffaria vincolante (ITV) o un'Informazione vincolante sull'origine dei prodotti (IVO), strumenti di compliance molto importanti per la propensione del business e la prevenzione dei rischi doganali.

### 3.8. Utilizzo del marchio Made in Italy

Secondo i risultati della survey, il **69,8%** delle aziende interpellate esporta all'estero prodotti contrassegnati dal marchio "Made in Italy".

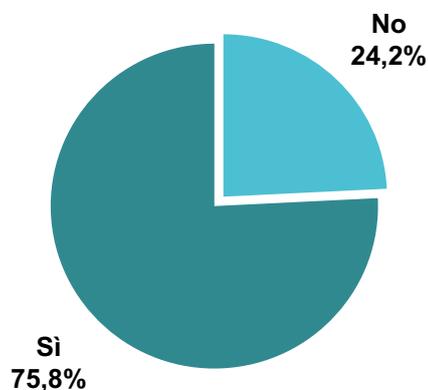
Di queste, tuttavia, soltanto l'**81,8%** dichiara di avere attentamente analizzato i requisiti legali per l'utilizzo del marchio "Made in Italy", partendo dal corretto inquadramento doganale del prodotto venduto. L'**8,8%**, inoltre, non è informato in merito alle responsabilità, di natura anche penalistica, derivanti dall'utilizzo scorretto del marchio "Made in Italy".

### 3.9. Conoscere il proprio prodotto

Alla base delle regole (divieti, sanzioni, autorizzazioni, agevolazioni, semplificazioni) vi è sempre il pilastro della normativa internazionale, ossia la classificazione doganale del prodotto, stabilita in base a standard adottati in tutti i Paesi del mondo. La Convenzione del Sistema Armonizzato dalla World Customs Organization, adottata dal 98% del commercio mondiale e da oltre 200 Paesi, è il linguaggio di chi opera con l'estero ed è fondamentale sia per la compliance aziendale che nei rapporti con clienti, fornitori e autorità doganali. Sulla base di questo linguaggio mondiale comune, l'Unione europea, con cadenza annuale, aggiorna la classificazione doganale dei beni, ogni primo gennaio, rendendo necessaria, da parte delle imprese, una periodica due diligence dei prodotti.

Alla domanda se l'azienda procede periodicamente ad una generale revisione della classificazione doganale dei beni trattati, in import e in export, ben il **24,2%** delle aziende ha dato risposta negativa.

**La Sua azienda procede periodicamente ad una generale revisione della classificazione doganale dei beni trattati, in import e in export?**



La scelta del corretto inquadramento doganale attiene alla responsabilità dell'impresa, che importa o che esporta, ma nel **44,5%** dei casi le imprese affidano all'esterno tale valutazione (fornitore estero, consulente, broker) senza un processo autonomo e interno di classificazione, con evidente esposizione a significativi rischi e responsabilità, di natura economica, amministrativa e di natura penalistica. Per l'inquadramento della voce doganale si affidano al **46%** al consulente doganale.

### 3.10. Selezione dei fornitori – procedure di prevenzione dei rischi

Il 15,2% dei partecipanti ha affermato di non tenere conto, in sede di selezione dei fornitori esteri, del quadro normativo vigente (divieti, autorizzazioni, dazi antidumping, contingenti, sanzioni).

Il 50,8% ha riferito di non essersi dotata di procedure interne di prevenzione dei rischi doganali e di aggiornamento circa divieti, limitazioni, contingenti previsti per l'import e per l'export.

Le best practice aziendali prevedono la mappatura dei prodotti e la "blindatura" degli aspetti essenziali (classifica e origine) attraverso appositi ruling rilasciati dall'Agenzia delle dogane (Informazione tariffaria vincolante o informazione vincolante sull'origine dei prodotti), ma il 59,1% delle imprese interpellate non ha mai adottato tali strumenti.

### 3.11. Processi aziendali e formazione del personale

L'11,6% non è a conoscenza delle responsabilità, economiche, amministrative e penali, che possono derivare dalla violazione delle regole previste per gli scambi internazionali.

Il 50,8 non ha adottato procedure interne di prevenzione dei rischi doganali.

Il 47,6% è dotato di tali procedure e ha al proprio interno uffici che si occupano di aggiornamenti circa divieti, limitazioni, contingenti in export e in import e l'1,6% ci sta lavorando.

Il 17,2% delle imprese riferisce che il personale interessato dagli scambi internazionali non ha ricevuto un'adeguata formazione sugli aspetti essenziali del commercio con l'estero e il diritto doganale, né è a conoscenza degli strumenti di prevenzione dei rischi.



### 3.12. Fornitori e collaboratori

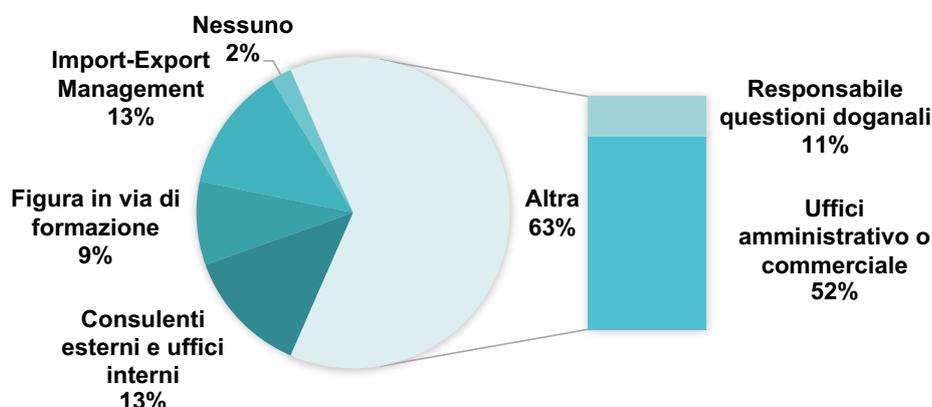
All'interno delle aziende partecipanti alla survey, l'applicazione delle regole del commercio internazionale risulta gestita dagli uffici amministrativi e commerciali (52%), il 13% si affida a consulenti esterni, il 13% ha un ufficio dedicato all'import-export.

L'11% ha in azienda un responsabile delle questioni doganali aziendali, mentre per il 9% tale figura è in fase di formazione.

Il 2% degli interpellati non ha nessuno che svolga tale funzione. Quegli stessi reparti risultano preposti anche alla gestione di procedure interne di prevenzione dei rischi

doganali e di aggiornamento circa divieti, limitazioni, contingenti previsti per l'import e per l'export.

### Chi gestisce l'applicazione delle regole del commercio internazionale nella Sua azienda?



### 3.13. Ruolo ancora marginale della formazione aziendale

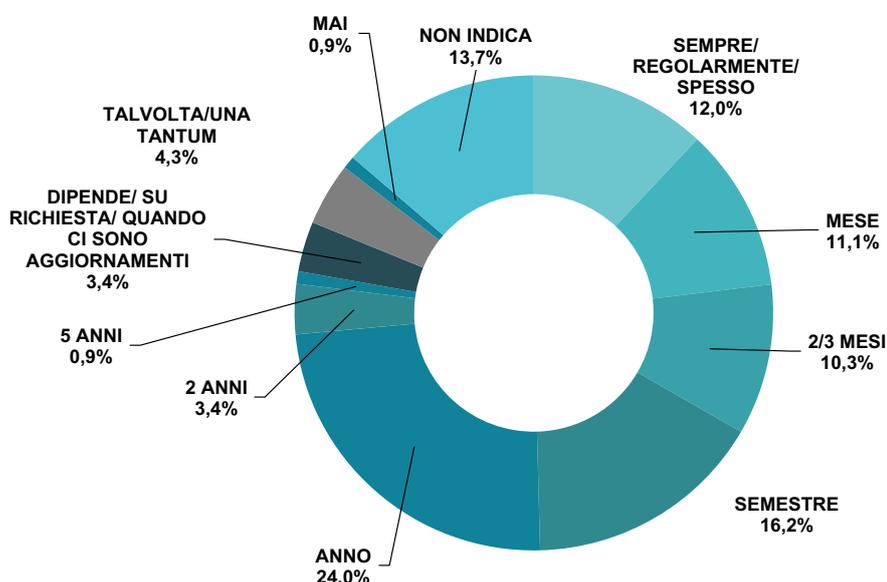
L'82,8% delle aziende afferma di aver offerto al personale un'adeguata formazione sugli aspetti essenziali del commercio con l'estero e il diritto doganale.

Soltanto il 24% delle aziende prevede una formazione con cadenza annuale.

La grande maggioranza delle imprese (50,6%) non segue programmi adeguati di aggiornamento sul commercio con l'estero: il 3,4% ogni biennio, lo 0,9% ogni cinque anni, "una tantum" il 4,3%, un altro 14,6% risponde che non è prevista la formazione o non ne è comunque a conoscenza, il 3,4% riferisce che la formazione è prevista solo in occasione di un aggiornamento particolare, l'11,1% ogni mese e il 26,5% ogni tre o sei mesi.

Soltanto il 12% dichiara di ricevere un regolare aggiornamento.

### Con quale cadenza si svolgono aggiornamenti in materia doganale?



### 3.14. Certificazione AEO

Un numero significativo di partecipanti (88,2%) conosce i vantaggi derivanti dalla qualifica di esportatore autorizzato o registrato.

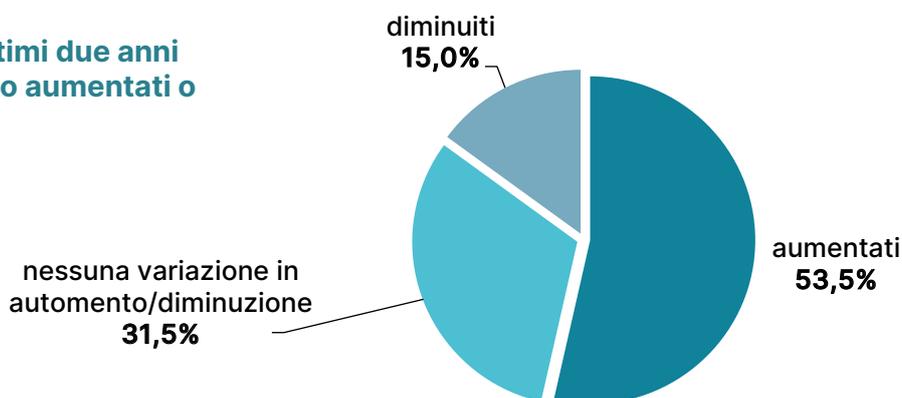
Significativa, inoltre, la presenza, in tale survey, anche di soggetti già certificati AEO, ben il 47,7%. Buona la conoscenza dei vantaggi correlati a tale autorizzazione (circa 74,6%) e anche il livello di soddisfazione riscontrata tra chi ne è già in possesso (83,6%).

Fra le imprese che, invece, hanno risposto di non essere certificate AEO, circa il 52,4% ha in programma di conseguirla nei prossimi anni.

### 3.15. Prospettive future

Il 53,5% delle imprese interpellate segnala un incremento degli scambi con l'estero negli ultimi due anni.

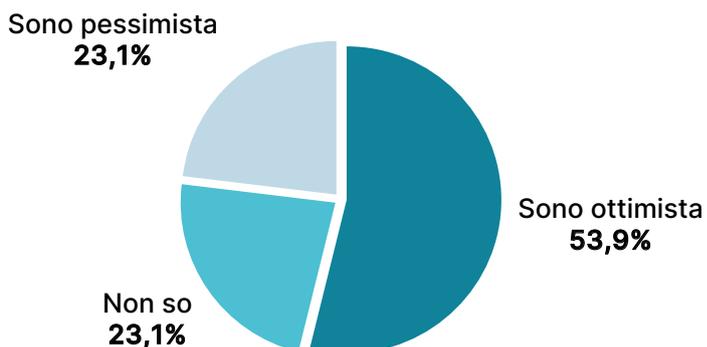
**Per la Sua azienda negli ultimi due anni gli scambi con l'estero sono aumentati o diminuiti?**



Il 25% non è a conoscenza del significato del termine "reshoring" e una percentuale abbastanza significativa (35%) pensa che riportare nell'Unione europea le attività precedentemente delocalizzate avrà effetti vantaggiosi per la sua azienda.

In prospettiva futura, il 53,9% ha dichiarato di essere ottimista e il 23,1% è pessimista, mentre il 23,1% non ha un'idea in proposito.

**È più ottimista o più pessimista sulle ricadute, per la sua azienda, derivanti dai numerosi cambiamenti in atto nel commercio internazionale nei prossimi anni?**



**ARcom Formazione - Centro Studi**  
Novembre 2023

Facebook

Instagram

Linkedin

Youtube

Sottoscrivi la newsletter su  
**[arcomformazione.it](http://arcomformazione.it)**