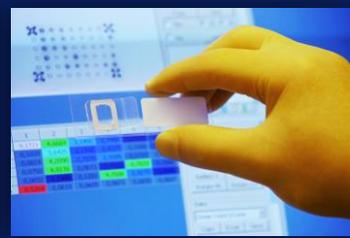


# e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



## ***Il CREA e l'agricoltura di precisione in una prospettiva digitale***

**Pagina 4**

### **Destination USA**

**L'importanza di dire «NO»**

**Pagina 18**

### **Mazars Insights**

**L'IFRS Interpretations Committee pubblica tre importanti decisioni sull'IFRS 15**

**Pagina 21**

#### **Editoriale**

**Agricoltura italiana e innovazione e difficoltà**

#### **move.ON**

**STARSUP: Il primo sito di Equity Crowdfunding istituito in Italia**

#### **Doing Business In Hungary**

**Guida alla costituzione di una società**

pagina 2

Pagina 11

Pagina 15

REDAZIONE  
Via Masaccio, 191  
50132 Firenze  
Tel. 055 5535405  
Fax. 055 4089908  
[info@kon.eu](mailto:info@kon.eu)

I dati relativi ai destinatari della Newsletter vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per nessun motivo. Resta ferma la possibilità per l'interessato di esercitare i diritti di cui all'articolo 13 della legge 675/96.



 @kongroup

 [linkedin.com/company/kon-spa](https://www.linkedin.com/company/kon-spa)

 [www.kon.eu](http://www.kon.eu)  
[www.lamerchant.it](http://www.lamerchant.it)

Editoriale\_

## Agricoltura italiana e innovazione e difficoltà

di Claudia Sorlini



Molte sono le innovazioni apportate in agricoltura per migliorare la qualità del prodotto, incrementare la produzione e ridurre l'impatto sull'ambiente. Alcune sono di carattere strettamente biologico e biotecnologico e hanno come obiettivo il miglioramento genetico delle piante finalizzato a ottenere nuove varietà che siano anche più resilienti, capaci cioè di adattarsi alle condizioni ambientali che il cambiamento climatico impone. Altre innovazioni sono più radicali e propongono un cambiamento di paradigma e fanno riferimento al modello agro-ecologico. Ma, restando nel campo delle tecnologie, la grande innovazione attuale riguarda l'introduzione e l'applicazione in agricoltura delle tecnologie digitali, dei big data, del remote e proximal sensing e della robotica; tutti questi apporti hanno fatto fare un grande balzo in avanti all'agricoltura di precisione; che, grazie a queste nuove acquisizioni, viene definita agricoltura 4.0. Si tratta di un'agricoltura che introduce elementi di sostenibilità ambientale, associati a vantaggi economici rilevanti. In Italia tuttavia solo l'1% della superficie coltivata finora ha adottato questo modello, nonostante che il settore industriale italiano sia in grado di offrire soluzioni tecnologiche avanzate ed occupi una posizione di tutto rispetto anche a livello internazionale. Le motivazioni sono molteplici. Anzitutto c'è un problema economico. Molte sono le aziende che non sono in grado di adottare le innovazioni proposte dal mercato, in quanto dispongono di personale limitato e quindi impossibilitato a dedicare tempo e/o di coglierne immediatamente i vantaggi. Questo vale soprattutto

per le piccole aziende che in Italia sono una quota molto rilevante; basti pensare che la dimensione media delle aziende agricole è inferiore a 10 ettari, contro, per esempio, quella della Repubblica Ceca con una media di 133 ettari, la maggiore nell'Europa dei 27, seguita dal Regno Unito che nell'Europa dei 28 era al secondo posto con 97 ettari (Eurostat, 2015). Si tratta per lo più di agricoltura familiare, spesso legata a produzioni locali. C'è poi da parte delle aziende agricole anche di medie e grandi dimensioni, un possibile problema di inerzia nei confronti dei cambiamenti che spesso si realizzano in tempi piuttosto lunghi; infine non va esclusa neppure la diffidenza verso le nuove tecnologie quando la proposta di adozione viene fatta da chi le vende. In tutto questo un ruolo molto importante è giocato dalle strutture pubbliche, e, in particolare dal Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria (CREA), ente vigilato dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali. E' un ente con centri di avanguardia diffusi sul territorio italiano, che, rispetto ad altre istituzioni di ricerca, ha nella sua missione non solo la ricerca, ma anche la sperimentazione e la divulgazione scientifica e la realizzazione di iniziative mirate all'adozione dell'innovazione tecnologica nei settori produttivi di competenza. Queste caratteristiche rendono il CREA una istituzione di particolare rilevanza per la diffusione delle innovazioni, e per lo stimolo allo sviluppo dell'agricoltura privata che può trovare nel CREA un punto di riferimento e nei suoi campi sperimentali le dimostrazioni pratiche di un'agricoltura tecnologicamente avanzata cui ispirarsi. Per incrementare il rinnovamento delle aziende agricole sarebbe necessario anche un

investimento delle Regioni su giovani specializzati nel campo delle tecnologie digitali applicate all'agricoltura; questi dovrebbero portare le informazioni direttamente nelle singole aziende potenzialmente interessate, rilevarne le esigenze e accompagnare l'introduzione delle nuove tecnologie. Si potrebbe così accelerare da un lato l'innovazione del sistema agricolo e dall'altro dare occupazione ai giovani valorizzandone le competenze.

## Claudia Sorlini



Già professore ordinario di Microbiologia Agraria presso la Facoltà di Scienze Agrarie e Alimentari dell'Università degli Studi di Milano fino al 31 ottobre 2013, afferente al Dipartimento di Scienze per gli alimenti, la nutrizione e l'ambiente (Defens) della stessa Università. Editor in chief (dal 2000) del giornale scientifico internazionale ISI «Annals of Microbiology» con IF. Dal 2010 è componente del Nucleo di Valutazione dell'Università degli Studi della Basilicata, per nomina del Senato Accademico. Dal 2012 è Presidente del Comitato Scientifico per EXPO 2015 del Comune di Milano. Dal 2014 è membro della Steering Committee of the EU Scientific Programme for Expo 2015 presieduta dal Commissario europeo all'EXPO, D. Wilkinson. Dal 2013 è membro del Comitato Women for EXPO (Ministero Affari Esteri). Dal 2011 è Vicepresidente del Touring Club Italiano. Dal 2011 è socio ordinario dell'Accademia dei Georgofili.



## Il CREA

## Il CREA e l'Agricoltura di precisione in una prospettiva digitale

Questo articolo di e-KONomy è dedicato ad una realtà italiana, il CREA<sup>1</sup>, Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria, fiore all'occhiello di caratura internazionale nel settore della ricerca.

Il Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria (CREA) è il principale Ente di ricerca italiano dedicato all'agroalimentare, con personalità giuridica di diritto pubblico, vigilato dal Mipaaf (Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali) che affronta, con competenze multidisciplinari, le grandi sfide del ventunesimo secolo legate alla sostenibilità dei sistemi produttivi agricoli, forestali e ittici, alla produzione di alimenti che soddisfino le esigenze nutrizionali di una popolazione mondiale in crescita, all'utilizzazione di biomasse e scarti per la produzione di materiali e di energia. "Il CREA mette in campo competenze che spaziano dalla genetica e genomica, alla salute delle piante, allo studio dei mezzi agronomici e meccanici della produzione, alla gestione della fertilità e della funzionalità dei suoli, alla selvicoltura, all'ecologia degli ambienti naturali e coltivati, agli allevamenti di animali e pesci, ai processi dell'industria agroalimentare, alle proprietà nutrizionali degli

E' attivo in tutti i principali comparti produttivi del Paese con un approccio sia di filiera, attraverso un'integrazione verticale di competenze diversificate, sia trasversale, con una specializzazione su materie fondamentali comuni a tutte le filiere. Operano nel CREA circa 1600 persone di ruolo, di cui quasi 600 Ricercatori e Tecnologi e più che altrettanti tecnici, mentre è variabile ma comunque consistente anche il numero del personale con rapporto di lavoro non a tempo indeterminato e con assegni o borse di avviamento alle attività di ricerca. Disponendo anche di numerose aziende e terreni sperimentali, possono portare avanti le attività di sperimentazione in condizioni del tutto identiche a quelle in cui operano gli agricoltori e di validare quindi i risultati delle ricerche facilitandone la diffusione e la loro traduzione in innovazione. Nel 2015 si è realizzata una riorganizzazione strutturale che ha dato vita a 12 centri di ricerca con una distribuzione ampia sul territorio nazionale per rispondere alle esigenze dei territori, ma nel contempo con una struttura più compatta che agevola il coordinamento delle ricerche e rende più efficace ed efficiente la gestione e, a livello centrale, opera un'Amministrazione che cura i servizi di carattere

generale e supporta la gestione delle strutture di ricerca. Viene fornita di seguito una panoramica sull'attività svolta da ognuno dei centri di ricerca, così da ottenere una visione più ampia sulle aree di interesse del CREA.

## I Centri di ricerca CREA

### Agricoltura e ambiente



Il Centro si occupa della caratterizzazione e modellizzazione spazio-temporale degli agroecosistemi attraverso approcci interdisciplinari, con attività prevalenti nel settore agronomico dell'intensificazione sostenibile delle produzioni, della gestione efficiente delle risorse naturali (acqua, suolo, insetti utili e microrganismi) e con particolare riferimento alle relazioni tra sistemi di coltura, conservazione dei suoli, cambiamenti climatici (adattamento e mitigazione) e monitoraggio dell'ambiente.

### Alimenti e nutrizione



Il Centro è impegnato nella valorizzazione tecnologica e nutrizionale dei prodotti agroalimentari, nella tutela della salute umana, con particolare riferimento alla qualità, funzionalità e sostenibilità alimentare. Promuove campagne di educazione alimentare mediante definizione delle linee guida per la popolazione e fornisce supporto scientifico in materia di nutrizione per il settore agroalimentare, anche attraverso apposite attestazioni di qualità degli alimenti. Sviluppa analisi di scenario economico e sociale in materia di produzione e consumo di beni nel settore agro-alimentare.

### Cerealicoltura e colture industriali



Il Centro si occupa di specie di interesse per l'agroindustria, attuando ricerca integrata nei settori genetico, agro-ambientale e biochimico. I suoi obiettivi sono la costituzione varietale mirata prevalentemente ad aspetti qualitativi e di adattabilità, lo sviluppo di itinerari agrotecnici sostenibili e biologici anche in rapporto a cambiamenti climatici, la produzione di biomateriali, l'isolamento e la caratterizzazione di molecole bioattive di origine vegetale.

### Difesa e certificazione



Il Centro si occupa della difesa delle piante agrarie, ornamentali e forestali e delle derrate alimentari da agenti biotici e abiotici. Definisce metodi di difesa sostenibili, integrati e biologici dell'agroecosistema. E' riferimento nazionale per la difesa e la certificazione dei materiali di pre-moltiplicazione. Si occupa di controllo e certificazione di materiali sementieri, della valutazione dei requisiti per l'iscrizione o rilascio di privativa di varietà vegetali.

### Foreste e legno



Il Centro promuove la gestione sostenibile delle foreste e dell'arboricoltura da legno, attraverso ricerche e studi sul miglioramento genetico degli alberi forestali e sulla conservazione e gestione della biodiversità. Sviluppa innovazioni tecnologiche per la valorizzazione delle produzioni legnose in foresta e fuori foresta.

## Genomica e Bioinformatica



Il Centro si occupa di genomica, bioinformatica, genetica e di fisiologia vegetale con particolare riferimento all'ampliamento delle conoscenze sulla struttura e funzione dei geni e dei genomi e con attività prevalenti nei settori del miglioramento genetico, della qualità e sicurezza dei prodotti agricoli, della sostenibilità e tracciabilità dei processi produttivi.

## Ingegneria e trasformazioni agroalimentari



Il Centro svolge attività nel campo dei processi e delle trasformazioni nei biosistemi per una gestione sostenibile degli agroecosistemi e delle filiere agricole, agroalimentari e agroindustriali. Svolge ricerche sullo sviluppo e l'uso delle tecnologie, macchine e impianti per la produzione primaria anche ai fini non alimentari, per il miglioramento delle caratteristiche nutrizionali, di sicurezza e sensoriali dei prodotti agro-alimentari e per il monitoraggio e miglioramento della qualità lungo tutta la filiera agroalimentare, con particolare riguardo alle produzioni ortofrutticole e olearie. Fornisce supporto e consulenza tecnica e scientifica agli attori pubblici e privati dei sistemi di riferimento e al processo di certificazione e di armonizzazione della normativa.

## Olivicoltura, frutticoltura e agrumicoltura



Il Centro si occupa di conservazione e valorizzazione delle risorse genetiche, di genetica, genomica e miglioramento genetico di varietà e di portinnesti, di valutazione delle

innovazioni varietali. Sviluppa metodi innovativi di propagazione in vivo e in vitro; applica metodi di gestione e di difesa integrata e biologica per il miglioramento della qualità e della conservazione dei frutti e/o di succhi. Si occupa anche di valorizzazione dei sottoprodotti agroalimentari.

## Orticoltura e florovivaismo



Il Centro si occupa di recupero, valorizzazione e miglioramento genetico di specie orticole e di specie di interesse ornamentale. Promuove innovazioni agronomiche per la sostenibilità delle colture ortive e ornamentali e delle produzioni vivaistiche, in pieno campo e sotto serra. Realizza studi sulla sicurezza degli alimenti vegetali freschi da orticoltura di pieno campo e da ambienti protetti. Analizza l'utilizzo di sostanze naturali, microorganismi antagonisti, compost e derivati per la difesa dai parassiti di specie di interesse per l'ortofloricoltura.

## Politiche e bioeconomia



Il Centro sviluppa analisi conoscitive e interpretative delle dinamiche economiche e sociali di breve, medio e lungo periodo relative al settore agro-alimentare, forestale e della pesca. Svolge indagini sulle caratteristiche e l'evoluzione delle aree rurali e i rispettivi fattori di competitività. Analizza ad ampio spettro le politiche settoriali adottate, valutandone effetti, impatti e modalità attuative. Fornisce supporto alle istituzioni pubbliche e private operanti nel settore agro-alimentare, forestale e della pesca. Partecipa alla realizzazione di banche dati di settore all'interno

del sistema statistico nazionale, producendo studi e pubblicazioni che favoriscano la divulgazione della conoscenza tra le istituzioni del territorio e le filiere produttive.

### Viticoltura ed enologia



Il Centro è specializzato nella conservazione, caratterizzazione e valorizzazione del germoplasma delle varietà di uva da vino e da tavola, attraverso studi sul miglioramento genetico, fisiologia, genomica e metabolica della vite. Promuove tecniche colturali innovative e strumenti per la zonazione. Si occupa del controllo e della certificazione dei materiali di propagazione e della gestione del Registro Nazionale delle Varietà di Viti. Studi fisici, chimici, biologici e sensoriali sulla composizione e trasformazione delle uve e sulla conservazione e valorizzazione della biodiversità dei microrganismi, con particolare riferimento alla qualità delle produzioni, alla tracciabilità, alla sostenibilità ambientale e sicurezza alimentare.

### Zootecnica e acquacoltura



Il Centro si occupa di miglioramento genetico, tecniche di allevamento e conservazione della biodiversità, ivi compreso il mantenimento dell'allevamento del nucleo del cavallo Lipizzano. Le attività di ricerca si concentrano nei settori della genomica, alimentazione, fisiologia, benessere animale, produzione e trasformazione di carne e latte. Sviluppa innovazioni nell'ambito della strumentazione per il controllo della sofisticazione dei prodotti caseari e delle carni,

nonché degli impianti e tecnologie avanzate per l'ottimizzazione degli allevamenti.

Abbiamo il piacere di condividere alcune riflessioni sull'agricoltura di precisione in una prospettiva digitale a con Michele Pisante, Professore Ordinario di Agronomia e coltivazioni erbacee presso l'Università degli Studi di Teramo e Coordinatore Scientifico del Master inter-universitario di primo livello "Agricoltura di Precisione" e Paolo Storchi, Primo Ricercatore presso il Centro di ricerca Viticoltura ed Enologia del CREA.

### Quali sono i motivi per cui il mondo della tecnologia digitale si è avvicinato all'apparentemente distante mondo dell'agricoltura?

*«La Commissione per l'agricoltura e lo sviluppo rurale del Parlamento Europeo prevede che l'aumento della popolazione mondiale, la domanda di alimenti sani e di una nutrizione ottimale, costituiscano una delle maggiori sfide future a livello mondiale. Alcuni importanti trend delineano una notevole diversità rispetto al passato, come ad esempio l'evoluzione tecnologica, i cambiamenti socio-politici, l'aumentato degrado ambientale, le carenze idriche, l'aumentata necessità energetica e l'emergere di nuovi parassiti e malattie che influenzano la produzione agricola. Anche l'aumento delle dimensioni e della struttura delle aziende agricole, le strategie di automazione e i cambiamenti climatici spingono a dover necessariamente integrare l'innovazione*

tecnologica aggiornando i processi produttivi dell'agricoltura moderna, al fine di affrontare al meglio le sfide che ci aspettano nei prossimi decenni, avendo la potenzialità di rendere l'agricoltura più produttiva, competitiva e nel contempo sostenibile. Malgrado il ritardo con cui le tecnologie digitali iniziano ad essere applicate, le positive ricadute rappresentano una leva per colmare l'evidente divario, se non addirittura, dopo l'auspicabile rapido allineamento, assumere un ruolo competitivo, se si considera che la nuova era, dall'inizio del millennio, cresce esponenzialmente, favorita dalla velocità con cui vengono generate infrastrutture e servizi. E saranno proprio questi i pilastri con cui la precisione digitale darà origine alla più importante raccolta di dati, provenienti da diverse fonti, su cui è il caso di incominciare a confrontarsi, per non limitare l'auspicabile espansione da carenze o interpretazioni normative, prima ancora che le generazioni digital native si affaccino in Agricoltura.»

#### **In quale modo è avvenuto l'avvicinamento della tecnologia digital all'agricoltura?**

«Da queste brevi considerazioni si può ben comprendere come l'Agricoltura a scala mondiale sia entrata con forza nella fase 4.0, non per esaurimento della spinta propulsiva delle innovazioni largamente applicate. La nuova fase, dall'inizio del decennio in corso, segue le tre precedenti caratterizzate dall'avvento della meccanizzazione nei primi anni del novecento, durata ben cinquant'anni a cui ha fatto seguito la

rivoluzione verde per altri quarant'anni e le tecnologie di precisione negli anni a scavalco tra i due secoli. L'analisi temporale evidenzia come ogni fase sia stata contratta dalla rapidità della sua diffusione, anche per il contemporaneo adattamento dei percorsi formativi, ma soprattutto dei modelli divulgativi, sempre più capillari ed aggiornati alle conoscenze del tempo. Nel presente e per l'immediato futuro, fino alla nuova rivoluzione verde, l'integrazione digitale in Agricoltura, da molti operatori percepita come il passaggio epocale di perdita del contatto fisico con le decisioni, rappresenta lo scenario da trarre per modernizzare il comparto. Questa nuova sfida, in particolare per l'Agricoltura italiana, richiede più del recente passato, programmazione ed investimenti in competenze, servizi pubblici, infrastrutture e sviluppo delle capacità in grado di utilizzare le nuove tecnologie, per migliorare la sostenibilità aziendale nell'ambito di reti d'impresa interconnesse, dinamiche e competitive.»

#### **In che modo, questo upgrade tecnologico, si riflette sulla viticoltura e l'enologia, aree di competenza del Dr. Paolo Storchi, Primo Ricercatore presso il Centro di ricerca Viteicoltura ed Enologia del CREA?**

«In questo ambito le applicazioni in Viteicoltura risultano in fase di avanzato sviluppo e le più promettenti, per la rilevanza che il particolare settore viticolo-enologico italiano occupa nella complessa filiera agroalimentare italiana. Ciò deriva essenzialmente da alcuni fattori di forza del nostro sistema di ricerca e dalla vivacità

tecnico culturale del settore, ma specialmente per le tecnologie innovative proprie dell'Agricoltura di Precisione che possono offrire delle soluzioni applicative particolarmente coerenti con quelle che sono le attuali richieste del comparto. Proprio in viticoltura, infatti, la massimizzazione del reddito avviene specialmente attraverso l'aumento del valore del prodotto (ovvero della sua qualità). L'uva e il vino di qualità sono l'espressione e la sintesi del territorio di provenienza e qualsiasi azione volta a caratterizzare ulteriormente il territorio per supportare un intervento mirato, accresce la qualità e la caratterizzazione del prodotto finale. Nella viticoltura, soprattutto in collina, all'interno del medesimo vigneto si trovano aree con diversa composizione, per cui l'adeguata conoscenza degli ambienti e della specifica "vocazione culturale" può essere determinante per il successo della coltura e per l'ottenimento di quella che viene definita "sostenibilità globale", cioè la sostenibilità che prende in esame i vari aspetti della produzione, a partire da quelli economici ed ambientali. In questo ambito gli studi di zonazione rappresentano un importante strumento scientifico di base per caratterizzare e conoscere il rapporto tra i vitigni e i diversi ambiti pedo-climatici, in quanto consentono di valutare indirettamente le risorse naturali e adeguare le successive somministrazioni di input energetici (acqua, concimi, fitofarmaci, ecc.) ai reali fabbisogni delle piante, in modo differenziato in funzione delle necessità della coltura. La viticoltura sviluppata negli anni '80 e '90 del

secolo scorso aveva un'impronta prettamente estensiva, dove venivano effettuate in modo uniforme le diverse operazioni colturali accentuando eventuali errori e squilibri di impianto. Da qui è emersa l'esigenza di intervenire attraverso le metodiche dell'agricoltura di precisione, che grazie alle moderne tecnologie permettono di tornare ad una gestione puntuale del vigneto, con interventi variabili a seconda delle esigenze delle diverse zone o addirittura delle singole piante, e con azioni che vengono attuate solo dove e quando servono, in modo efficiente. La viticoltura di precisione permette quindi un'adeguata gestione della variabilità spaziale, un supporto decisionale con la possibilità di interventi "puntuali", la supervisione del sistema vigneto nel suo complesso e la possibilità oggi ritenuta molto importante di ottenere la tracciabilità dei vari interventi.»

**Come funzionano le tecnologie per la viticoltura di precisione, e come fare per incentivarne la diffusione?**

«Le tecniche e tecnologie per la viticoltura di precisione sono costituite da vari steps che partono dai sistemi GPS (Global Positioning System), dal telerilevamento prossimale e remoto e dai software GIS (Geographic Information System), per arrivare alla mappatura dei suoli, alla sensoristica climatica e di monitoraggio colturale, alla modellistica e soprattutto alla gestione e trasferimento delle informazioni elaborate, ad esempio attraverso la realizzazione di mappe di prescrizione per la gestione delle macchine operatrici che impiegano la metodica di

di intervento definita a "rateo variabile" per le varie pratiche, quali la distribuzione di un fertilizzante o per l'intensità di un intervento di sfogliatura. Con l'impiego di queste tecnologie sono raggiungibili diversi obiettivi, tra cui la localizzazione di aree che presentano simili caratteristiche simili, quantificare le performance delle diverse zone all'interno del vigneto e soprattutto razionalizzarne la gestione. Un ausilio per la diffusione delle applicazioni di viticoltura di precisione è sicuramente fornito dallo sviluppo delle tecnologie di informazione e comunicazione, che permettono un monitoraggio dettagliato ed in tempi rapidi delle colture e promettenti risultati sono oggi raggiunti dall'integrazione delle informazioni su piattaforme applicative su web server (WebGIS), che prendono in esame interi sistemi di dati georeferenziati e li rendono disponibili attraverso Internet. Anche nella gestione dei dati meteorologici è oggi possibile un monitoraggio puntuale attraverso la spazializzazione dei dati ottenuti in diverse zone dei vigneti, attraverso reti aziendali di sensori wireless in grado di effettuare il rilevamento, la trasmissione, l'elaborazione e soprattutto la restituzione delle informazioni in tempo reale. Il successivo impiego dei Sistemi decisionali di supporto (DSS) fornisce inoltre l'opportunità di effettuare in remoto, tramite i comuni tablet e smartphone, scelte ed interventi tempestivi a seconda delle mappe tematiche ottenute. In conclusione, dal punto di vista normativo e di politica ambientale, oltre che per la riconosciuta necessità di maggiore sostenibilità delle

produzioni, le aziende agricole saranno sempre più chiamate ad adottare strategie di gestione a minimo impatto sull'ambiente. Nell'ottica dell'attuale tendenza, le moderne tecnologie informatiche di gestione e informazione oggi a disposizione di tecnici e agricoltori possono quindi portare un notevole contributo per facilitare le scelte più idonee a favore di una crescente sostenibilità del sistema vigneto.»

**Michele Pisante** Professore Ordinario di Agronomia e coltivazioni erbacee presso l'Università degli Studi di Teramo e Coordinatore Scientifico del Master inter-universitario di primo livello "Agricoltura di Precisione". Componente il Collegio del Corso di Dottorato in Scienze delle Produzioni Vegetali presso l'Università degli Studi di Padova. Direttore Scientifico della Collana editoriale Edagricole "Università e Formazione". Componente del Consiglio di Amministrazione del CREA, Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria. Membro delle seguenti Società Scientifiche: SIA, Società Italiana di Agronomia (Vice Presidente); ESA, European Society for Agronomy; Accademico Ordinario dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino; Accademico Corrispondente dell'Accademia dei Georgofili; Socio Ordinario della società di Storia Patria per la Puglia. Autore di oltre centonovanta pubblicazioni edite su riviste scientifiche internazionali peer review e 8 libri-Atti di Congressi.

**Paolo Storchi** è Primo Ricercatore presso il Centro di ricerca Viticoltura ed Enologia del CREA, Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria. Membro delle seguenti Società Scientifiche: SOI, Società Italiana di Ortoflorofruitticoltura); ISHS, International Society for Horticultural Science; Accademico Ordinario dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino; Accademico Corrispondente dell'Accademia dei Georgofili. Autore di oltre duecento pubblicazioni edite su riviste scientifiche nazionali ed internazionali.

# move.ON

Chi, come e-KONomy, vuole occuparsi dell'economia che cresce, non può assolutamente dimenticare l'economia che nasce ovvero l'idea di riporre fiducia nel futuro con la convinzione che è necessario andare avanti in modo proattivo innovando sempre. Così, all'interno di questa apposita rubrica intitolata «move.ON», ci occuperemo di start up ed incubatori e racconteremo storie e personaggi, sogni ed obiettivi, difficoltà e sfide. Tutto ciò è stato reso possibile dalla collaborazione con importanti incubatori ed acceleratori che, appunto, ci aiuteranno nel racconto delle storie aziendali che animeranno la rubrica.

### STARSUP: Il primo sito di Equity Crowdfunding istituito in Italia



Le piattaforme di crowdfunding stanno rappresentando sempre di più una valida alternativa a disposizione delle imprese, principalmente per poter ottenere finanziamenti per i propri progetti di sviluppo, ma anche come banco di prova per valutare il proprio business e le sue probabilità di successo, per un'indicazione su quale strategia di comunicazione sia meglio attuare ed in generale per far crescere la propria community ed il proprio network. Esistono varie forme di crowdfunding: il donation (donazioni), il reward (nel quale si ottengono ricompense), il lending (prestiti) e l'equity crowdfunding che è quello in cui, come contropartita delle somme versate, il finanziatore ottiene una partecipazione nel capitale (equity) della società che effettua la raccolta. L'azienda, pertanto, con l'equity crowdfunding effettua on-line un'offerta al pubblico di strumenti finanziari (quote o azioni) per raccogliere capitale di rischio. L'attività è regolamentata e vigilata dalla Consob e oggi estesa, in Italia, a tutte le PMI. Il nostro è stato il primo Paese a dotarsi di

una regolamentazione specifica per questo innovativo strumento di finanza. Il primo portale che è stato autorizzato in Italia, dalla Consob, per l'attività di "equity crowdfunding", è stato StarsUp ([www.starsup.it](http://www.starsup.it)), con sede a Livorno, che è attivo da gennaio 2014. Si tratta pertanto di un portale "pionieristico" che ha avviato il mercato nel nostro Paese e che, ad oggi ha visto la pubblicazione di 31 offerte con oltre 3,7 mln di euro di raccolta complessiva. Abbiamo avuto il piacere di parlare di StarsUp e di equity-crowdfunding direttamente con Alessandro Scutti, uno dei 3 soci fondatori nonché amministratore di StarsUp S.r.l.

#### **Come e soprattutto con chi nasce StarsUp?**

*«StarsUp è nata a seguito di un'analisi del sistema imprenditoriale da cui è emerso in modo evidente che un vasto numero di validi progetti imprenditoriali, anche con valenza sociale, per potersi avviare e/o sviluppare avrebbe bisogno di capitale, soprattutto nella forma di capitale di rischio, ma, per la difficoltà di reperirlo, spesso rimane solo "sulla carta". Anche per le iniziative con le migliori prospettive, la raccolta del capitale rappresenta la fase più difficile da superare e di conseguenza molte aziende*

# move.ON

*“potenzialmente di grande successo” non riescono invece a decollare. Inoltre molti soggetti, investitori professionali o persone fisiche, dispongono oggi di molta liquidità finanziaria che investirebbero volentieri in iniziative imprenditoriali o sociali di loro gradimento, per diversificare il proprio portafoglio di attività, per ottenere un beneficio economico futuro, per spirito imprenditoriale e/o volontà di far parte di una iniziativa di successo. Spesso però non hanno conoscenza di iniziative che potrebbe interessargli e/o non hanno l'opportunità di entrare in contatto con esse. StarsUp nasce proprio dall'esigenza di far incontrare buone idee, finanza “paziente” e persone in grado di sviluppare progetti imprenditoriali. Il tutto in modo assolutamente trasparente e disintermediato. Ci siamo costituiti a luglio del 2013 e quindi proprio in questi giorni festeggiamo i primi 5 anni di attività. 5 anni impegnativi, stimolanti e ricchi di soddisfazioni. Siamo contenti di aver dato avvio ad un mercato che sta facendo registrare una crescita importante.»*

## **Ci puoi inquadrare normativamente l'equity crowdfunding?**

*«L'equity crowdfunding normativamente nasce con il Decreto Legge 18 ottobre 2012, n.179 (c.d. “Decreto Crescita 2.0”) che ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano una nuova tipologia di impresa, la c.d. “start-up innovativa”, alla quale sono state concesse importanti agevolazioni di natura civilistica, giuslavoristica, fiscale e finanziaria tra cui la*

*possibilità di ricorrere all'equity crowdfunding, la cui regolamentazione di dettaglio è stata poco dopo predisposta dalla Consob con l'emanazione di un apposito Regolamento. Buona parte delle misure di sostegno previste per le start-up innovative, tra cui la possibilità di effettuare la raccolta di capitali attraverso equity-crowdfunding, sono state successivamente estese anche alle c.d. “PMI innovative” introdotte con il Decreto Legge 24 gennaio 2015, n. 3 (noto anche come “Investment Compact”). Infine, con la Legge di Bilancio 2017, la possibilità di effettuare campagne di raccolta attraverso equity crowdfunding è stata estesa a tutte le PMI. Tra le principali caratteristiche della normativa ci sono le seguenti:*

- *i gestori dei portali su cui si effettua la raccolta sono iscritti in un apposito registro tenuto dalla Consob;*
- *è prevista un'ampia tutela dell'investitore “non professionale”, che deve poter assumere una decisione consapevole in relazione a strumenti finanziari particolarmente rischiosi (partecipazioni al capitale di rischio, spesso di imprese anche neo-costituite e/o con progetti molto innovativi e pertanto ulteriormente incerti);*
- *la tipologia di aziende che possono effettuare la raccolta di capitale, a seguito della progressiva estensione di cui si è detto, è ampissima;*
- *la procedura di investimento può essere effettuata interamente on-line;*

# move.ON

- *l'ammontare massimo dell'offerta deve essere inferiore a 5 milioni di euro;*
- *la possibilità di effettuare investimenti è aperta a tutti i tipi di investitori, persone fisiche e persone giuridiche, con un solo vincolo rappresentato dal fatto che almeno il 5% dell'ammontare raccolto deve essere sottoscritto da investitori professionali (banche, imprese di assicurazione, fondi pensione e imprese di grandi dimensioni interessate, ad esempio, ad acquisire quote di aziende innovative in attuazione di strategie di Open Innovation) o da fondazioni bancarie o da "incubatori certificati" di start-up innovative o da "investitori a supporto delle PMI".*

*L'attenzione posta al continuo adeguamento ed al perfezionamento della regolamentazione di settore fanno sì che l'Italia, primo paese a regolamentare l'equity crowdfunding, sia considerata all'avanguardia nella legislazione di settore ed una best practice a livello internazionale.»*

### **Cosa deve fare un'azienda per pubblicare un'offerta?**

*«Un'azienda interessata, che ha valutato preliminarmente se e come lo strumento possa essere di suo interesse, può prendere informazioni dal nostro sito e/o contattarci direttamente per un primo colloquio conoscitivo. Se poi c'è interesse a proseguire si avvia un processo operativo finalizzato ad avviare la raccolta di capitale.»*

### **In cosa consiste questo processo operativo?**

*«Il processo operativo per una campagna di equity crowdfunding ha inizio ben prima del periodo in cui l'offerta di sottoscrizione è on-line e si conclude successivamente ad esso. L'attività è piuttosto articolata e investe molti ambiti aziendali che riguardano il diritto societario, la finanza aziendale, l'organizzazione, la comunicazione, il marketing, ecc. L'azienda offerente delibera un aumento di capitale, quasi sempre prevedendo un obiettivo di raccolta minimo ed uno massimo, con la formula c.d. "all or nothing" nella quale i fondi raccolti possono essere riscossi dall'azienda solo nel caso in cui viene raggiunto almeno l'obiettivo minimo. L'azienda inoltre predispone tutta la documentazione necessaria (business plan, video, documento informativo, CV, ecc.), eventuali adeguamenti statuari e stabilisce tutti gli altri elementi dell'offerta tra cui la durata (di solito tra 2 e 4 mesi), l'importo minimo di sottoscrizione (di solito qualche centinaio di euro), la tipologia di quote o azioni da porre in offerta, ecc.»*

### **Quali esigenze può soddisfare una campagna di equity crowdfunding per una impresa?**

*«Alle imprese l'equity crowdfunding consente di raggiungere, grazie al web, un numero potenzialmente vastissimo di investitori, di superare il "sistema delle garanzie", che ancora caratterizza fortemente l'ottenimento di risorse finanziarie da parte delle aziende, di avere risorse finanziarie nella forma di mezzi propri, capitale "paziente", sicuramente adatto a sostenere una fase di sviluppo*

# move.ON

*d'impresa o di lancio di un nuovo prodotto. L'operazione, inoltre, è piuttosto rapida e generalmente non eccessivamente onerosa. Il buon esito dell'operazione rappresenta anche un significativo test di mercato sulla bontà del prodotto o del piano di sviluppo e può rafforzare la credibilità "finanziaria" dell'emittente agevolando l'accesso ad ulteriori fonti di finanziamento e ponendo le basi per una eventuale e successiva fase di espansione. Altro aspetto importante è il fatto che il lancio di una campagna permette comunque una grande visibilità (anche internazionale) e le relazioni/contatti che si producono creano comunque valore per l'azienda in quanto in grado di rafforzare la community dei "portatori d'interesse". E' stata creata, in pratica, l'opportunità per le imprese di raccogliere, senza intermediazione, le risorse finanziarie necessarie per la realizzazione di un piano industriale, basandosi unicamente sul progetto proposto e sulla propria credibilità; un cambio di paradigma importante nella fase di avvio e di sviluppo di un'impresa. Naturalmente non va dimenticato che si tratta di un'operazione di carattere straordinario che incide sui diritti patrimoniali e amministrativi e sulla vita futura della società. Occorre pertanto prepararsi a gestire il passaggio da una compagine sociale generalmente ristretta ad una più allargata, con tutte le eventuali implicazioni in tema di governance aziendale e di disclosure sulle attività ed i piani della società. L'accesso ai mercati dei capitali comporta,*

*d'altra parte, un cambiamento culturale ed operativo nel modo di fare impresa.»*

Per maggiori informazioni:

**StarsUp**   
PROFESSIONAL CROWDFUNDING

**E-mail:** [info@starsup.it](mailto:info@starsup.it)

**Web site:** <http://www.starsup.it/>

move.ON

# Doing Business In Hungary

*Doing Business In* è la nuova rubrica di e-KONomy che nasce con l'obiettivo di focalizzarsi sulle possibilità/opportunità di business in Paesi che presentano un alto livello di attrattività. L'ultimo Paese individuato è la Repubblica Ceca.

*Doing business in* non vuole essere la solita rubrica informativa sul business in un determinato Paese, ma ha l'obiettivo di indicare in modo operativo e pratico come poter sviluppare un rapporto di lungo periodo ed una presenza importante in un Paese conoscendolo dall'interno. Per questo motivo l'idea è che sui vari Paesi possano scrivere Istituzioni o Enti locali che raccontino usi, costumi, abitudini sociali e di business, nonché modalità di sviluppo dei rapporti economici, caratteristiche culturali che devono essere rispettate, ed altro ancora.

Si ringrazia Mazars Bahrain per il contributo alla stesura dell'articolo.

## Guida alla costituzione di una società (Pt.1)

The year 2018 promises to be eventful for both the Hungarian and the global economy.

Therefore, it is particularly important for potential investors to be aware of the economic environment of the target country of investment, with special attention to the taxation system. Irrespective of whether we are discussing the setting up of a business, the ongoing operations of a company, or various non-recurring events, there is no getting away from the importance of tax issues. Tax non-compliance may trigger serious financial consequences and have an immediate cash flow effect. However, through appropriate tax planning, not only can cost savings be achieved, but new

prospects may be opened up, thereby increasing the satisfaction of the company's stakeholders.

### GENERAL INFORMATION

Hungary is a European country in every way: in geographical, historical, cultural and economic terms.

### ECONOMIC DATA

- GDP growth: 2.1% (2016), 4% (2017)
- Inflation rate: 0.4% (2016), 2.4% (2017)
- Average monthly gross wage: HUF 323.000 (2018)
- Unemployment rate: 4.2% (2017)
- Currency: Hungarian forint (HUF), 1 EUR=approx. 310 HUF



# Doing Business In Hungary

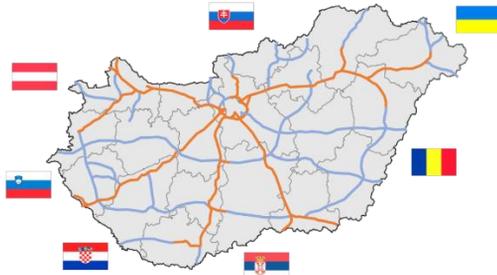
## REASONS FOR DOING BUSINESS IN HUNGARY

Situated at the very heart of Europe, Hungary is an ideal business location for manufacturing, service operations, and R&D centres.

1. Strategic location in Europe
2. Excellent infrastructure
3. Skilled labour force
4. Relatively low labour costs
5. Financial and fiscal stability
6. Competitive tax system

## MAJOR INDUSTRIES IN HUNGARY

- Automotive
- Food processing
- Textile
- Pharmaceuticals & medical technology
- IT, electronics, software development



## INFRASTRUCTURE

- Located at the crossroads of four main European transportation corridors.
- The motorway network extends to most borders (total length: 1,366 km)
- Highly developed railway, air and water transport systems
- Modern logistics centres and warehouse parks
- Ideal for international distribution centres
- Excellent telecommunication network

## FIVE INTERNATIONAL AIRPORTS

1. Budapest Liszt Ferenc
2. Debrecen
3. Sármellék (Hévíz-Balaton Airport)
4. Győr-Pér
5. Pécs-Pogány

## SETTING UP AND RUNNING A BUSINESS

Foreign investments usually choose the form of limited liability companies (kft.). However, there are certain industries, where private or public companies limited by shares (zrt. or nyrt.) are the preferred or prescribed form (e.g. financial services).

**What forms of enterprises can be founded by non-resident and resident natural persons, legal persons?**

### A COMPANY ESTABLISHED UNDER HUNGARIAN LAW

- a business association with legal personality
- registered by the Hungarian Court of Registration

### BRANCH OFFICE OF A FOREIGN COMPANY

- a separate organisation unit of the foreign business association without legal personality
- registered by the Hungarian Court of Registration
- may carry out business activities in Hungary

### COMMERCIAL REPRESENTATIVE OFFICE OF A FOREIGN COMPANY

- scope of activities is limited, it may not conduct business activities
- preparing contracts and carrying out information, advertising and **promotional** activities on behalf of the foreign company

# Doing Business In Hungary

Company forms in Hungary	Ordinary Partnership ("Kkt.")	Limited Partnership ("Bt.")	Limited Liability Company ("Kft.")	Private Companies Limited by Shares ("Zrt.")	Public Companies Limited by Shares ("Nyrt.")
<b>Members</b>	at least two members	at least two members	possible to establish with a single member	possible to establish with a single member share-holder	shares are traded openly on the Stock Market
<b>Liability</b>	joint and several liability	at least one member has unlimited liability (general partner)	limited to capital contributions	limited to the value of share capital invested in the company	limited to the value of share capital invested in the company
<b>Minimum registered capital</b>	no minimum	no minimum	3 million HUF	5 million HUF	20 million HUF
<b>Costs</b>	free of stamp duty	free of stamp duty	free of stamp duty	100,000 HUF	100,000 HUF
<b>Costs (simplified registration procedure)</b>	free of stamp duty	free of stamp duty	free of stamp duty	50,000 HUF	not available procedure

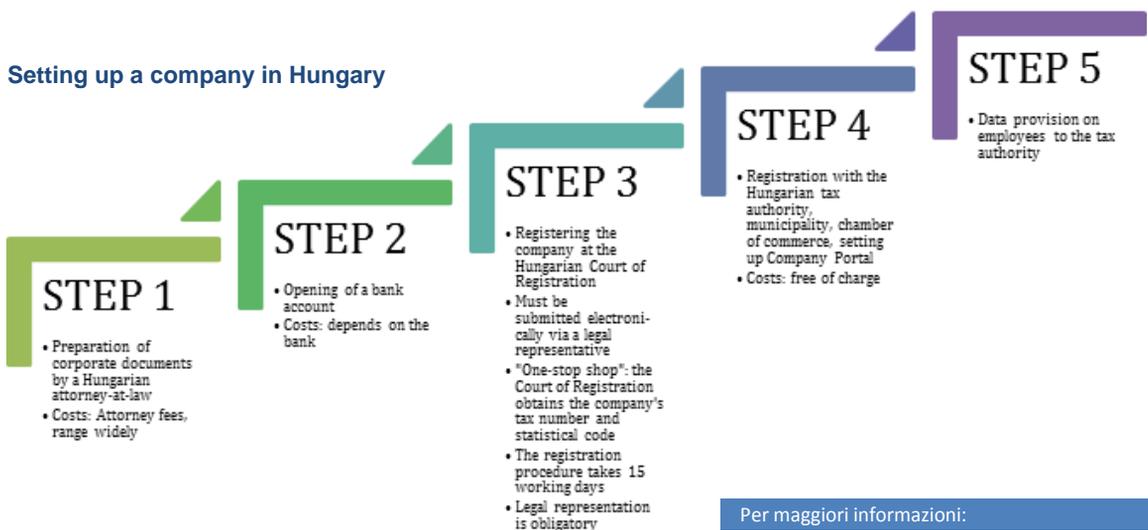
## Business activities, which do not require the foundation of enterprises

- Trading goods or providing services in Hungary without any local presence.
- Renting of real estates, artistic performances, professional sporting activities, etc.
- Tax registration is sufficient for these activities (appointing a Hungarian fiscal representative is mandatory for non-EU legal persons)

## Auditor

The auditor, elected by the company's supreme body, is responsible for verifying that the (annual) report drawn up by the company as specified by the Accounting Act complies with the relevant legal provisions. The appointed auditor also forms an opinion as to whether the statutory accounts (balance sheet, profit and loss accounts and the associated information) made available to the public are true and fair.

## Setting up a company in Hungary



Per maggiori informazioni:

**Roberto Di Corsi**  
 Mazars s.R.O.  
 Accounting outsourcing solutions  
 Pobřežní 3, 18600 prague 8 –  
 Czech Republic  
 Tel: +420 224 835 737  
 Mob: +420 725 819 207  
 E-mail: roberto.dicursi@mazars.cz



# Destination USA

*Destination USA* è la nuova rubrica di e-KONomy sviluppata in collaborazione con Export USA, società di diritto statunitense basata a New York che aiuta le aziende italiane ed europee ad espandersi sul mercato americano, accompagnandole in tutte le fasi di questo percorso. La rubrica nasce con l'intento di raccontare quelle aziende che sono sbarcate con successo negli Stati Uniti e fornire consigli utili a quelle aziende che ci stanno pensando. Per questo motivo saranno raccontate le storie di imprenditori e delle loro aziende che sono andati con successo negli Stati Uniti. Si ringrazia Export USA per il contributo alla stesura dell'articolo.



L'IMPORTANZA DI DIRE NO, a cura del Dott. Alessandro Colnago, Vice Presidente di ExportUSA New York Corp.

ExportUSA riflette sul cambiamento delle tecniche di comunicazione dei prodotti di largo consumo: da frutta e verdura fresca fino ai piatti pronti surgelati, carne e pesce, bevande, cosmetici, prodotti di igiene personale e della casa.

Avete notato come le parole NO, SENZA, ZERO, abbiano preso il sopravvento sugli scaffali dei supermercati e negli spot televisivi? Stiamo vivendo un'epoca di sofisticazione senza precedenti e siamo spinti a comprare prodotti che al posto di avere caratteristiche aggiuntive hanno detrazioni rispetto a quello che prima consideravamo "normale". Ma perché? In America le vendite di prodotti non geneticamente modificati sono cresciute di 3 miliardi di dollari nel 2016, più 16% rispetto all'anno prima. Allo stesso tempo, la percentuale di prodotti con loghi "NON GMO" e "Organic" è aumentata esponenzialmente, sintomo che le aziende hanno preso nota del trend di mercato e modificato prontamente le loro tecniche produttive per accomodare il bisogno di naturalezza dei consumatori. Sul totale dei nuovi prodotti alimentari immessi sul mercato, i NON GMO sono cresciuti del 17% nel 2016, mentre quelli Organici del 14% rispetto al 2015. Altri claim che proliferano sulle etichette americane sono

"Vegan", "NO Dairy", "NO Artificial Flavors", "NO Preservatives", "All Natural", "Cholesterol Free", "Gluten Free".



Negli Stati Uniti questo trend si riscontra ovunque, alimentato dalle generazioni più giovani, i Millennials e i GenX, che lo cresceranno esponenzialmente anche in futuro. I consumatori di cosmetica, prodotti di pulizia per la casa e soprattutto di cibo e bevande sono estremamente attenti al contenuto esposto sul packaging: l'occhio corre avanti e indietro sulla scatola, ruotandola e scandagliandone ogni riga in cerca di quelle parole confortanti, di quelle icone sinonimo di etica e salubrità. E se sul vostro prodotto non le trovasse, o se fosse troppo tardi? Ma come, queste uova non sono organiche?

# Destination USA

La bottiglia non è fatta di plastica riciclata? Attenzione, i biscotti con olio di palma possono causare la deforestazione globale. La mucca non era libera di brucare l'erba naturalmente? Forse questo salmone è gonfiato di conservanti. La crema è stata testata sugli animali? Meglio il cioccolato prodotto in villaggi certificati equo e solidale. Irrmediabilmente si offre il fianco al dubbio che il prodotto non sia salutare, al senso di colpa per non essere buoni cittadini del mondo e alla concorrenza, pronta a servire una soluzione in linea con le aspettative qualche centimetro più in là sullo scaffale, o a pochi click di distanza. Anche se sembra paradossale, per vendere negli Stati Uniti è fondamentale utilizzare una comunicazione improntata a quello che il prodotto NON contiene, i processi che NON si utilizzano per farlo, gli effetti negativi che NON causa; come se fosse una gara a modificare il meno possibile ciò che la natura già provvede, permettendosi solo di migliorarne il gusto, il formato o l'accessibilità. E' facile pensare che questa visione del mercato sia un'esagerazione, bisogna però ricordarsi che storicamente i consumatori statunitensi non sono protetti dalle attività delle multinazionali del cibo e cosmetica come quelli europei.

### 3 INGREDIENTI VIETATI IN EUROPA, ANCORA AMMESSI IN USA

- **Oletra:** nominato tra le 50 peggiori invenzioni nella storia dal Times, è un agente chimico senza grassi che migliora il sapore del cibo, spesso di patatine e condimenti, senza aggiungere calorie.

- **rBGH e rBST:** i sintetici ormoni della crescita approvati dalla FDA nel 1993 e mai più contestati, vengono iniettati nei bovini per accelerarne la crescita, riproduzione e la produzione di latte.
- **Arsenico:** già... proprio il veleno! E al momento è ancora rilevato nell'acqua utilizzata per nutrire il pollame nella maggior parte di allevamenti nord americani.

Gli Stati Uniti sono spesso precursori di trend che poi si verificano anche in Europa e il valore del NO si percepisce già passeggiando tra i corridoi dei supermercati, farmacie e profumerie italiane. Ma perché siamo diventati così attenti e sofisticati? Perché ci preoccupiamo così tanto di quello che succede al di fuori della nostra cucina, del nostro Paese? Quando è avvenuta questa rivoluzione silenziosa e a quanto pare irreversibile, nelle abitudini di acquisto? Le ragioni sono da imputare a 3 macro fattori, più globali che locali, o se vogliamo, "glocali".

### TECNOLOGIA

L'avanzamento della tecnologia agricola e logistica negli ultimi 20 anni ha permesso alle masse di ricevere prodotti che prima si trovavano solo nei mercati o in boutique specializzate, abituando sempre più persone a scegliere alternative naturali e premiando i produttori votati alla qualità, che possono quindi continuare a investire creando un effetto volano. La tecnologia informatica allo stesso tempo ha radicalmente cambiato il nostro modo di informarci, confrontare, imparare. Potendo accedere a

# Destination USA

qualsiasi informazione in pochi secondi sullo smartphone, si crea una fortissima pressione verso i produttori per essere trasparenti e immediati nel loro modo di comunicare, pena la perdita di attenzione, fiducia e vendite.

## AMBIENTE

Alimentata dalla tecnologia, l'attenzione verso l'ambiente, il trattamento e la salvaguardia di animali ha raggiunto livelli mai sentiti prima e ha pervaso ogni settore dell'economia, dall'agricoltura, al turismo, all'alta moda, influenzando la psicologia e il comportamento d'acquisto. Con i riflettori mediatici puntati sulla responsabilità sociale di impresa e dei privati, sentiamo una pressione implicita e reciproca sempre più forte a non consumare più del dovuto, a guardare male il vicino che non ricicla, a comprare macchine elettriche, a tenere negli armadi le pellicce, ad evitare carne e latticini, a documentarci sui condizioni produttive dei marchi che acquistiamo e favorire quelli che si sforzano per contribuire al benessere dei propri dipendenti e alla rinnovabilità delle risorse.

## POLITICA

Sono passati quasi 30 anni dalla caduta del muro di Berlino e dalla fine della Guerra Fredda. In quest'epoca di pace duratura e di libero commercio tra i paesi sviluppati, non dobbiamo preoccuparci troppo del futuro, di risparmiare per emergenze, di stare al sicuro. Il centro di attenzione si è gradualmente spostato su problematiche più futili, che oggi sembrano essenziali. Le multinazionali, partecipi di questo

progresso economico e culturale, ci invitano a soddisfare gli stessi bisogni che avevamo 30 anni fa ma con prodotti sempre meno necessari e sempre più aspirazionali, che toccano le note di moralità, senso civico e autostima. Per vendere con successo negli Stati Uniti così come nel resto del mondo è importante poter dire NO. Le imprese lungimiranti allineano prodotti e produzione alle aspettative delle nuove generazioni, rendono la comunicazione immediata su tutte le piattaforme, strizzano l'occhio all'ambiente e spostano il posizionamento del prodotto dalla necessità all'aspirazione.

Per maggiori informazioni

**Alessandro Colnago**

Vice Presidente ExportUSA New York Corp.

ExportUSA  
Ufficio di Rimini  
Corso D'Augusto 136  
Rimini 47921 [RN]  
tel: 0541-709073  
info@exportusa.us

ExportUSA  
Ufficio di New York  
18 Bridge Street 2A  
Brooklyn, NY 11201  
tel: +1 718-5225575  
info@exportusa.us

[www.exportusa.us](http://www.exportusa.us)



Nei mesi recenti, l'IFRS IC ha esaminato diverse tematiche relative all'applicazione dell'IFRS 15 a specifici modelli nel settore dello sviluppo immobiliare.

Il Comitato ha finalizzato la propria posizione al riguardo durante l'incontro avvenuto a marzo 2018 e ha pubblicato tre decisioni. Queste decisioni sono interessanti sotto diversi aspetti, oltre alle risposte fornite su temi e casi individuali poiché:

- sono state scritte molto dettagliatamente con un intento altamente formativo, visto che l'IFRS IC è consapevole della criticità del periodo attuale a causa della transizione ad uno standard contabile complesso come l'IFRS 15;
- forniscono una valutazione su due aspetti cruciali dell'IFRS 15: identificare le obbligazioni contrattuali da un lato e dimostrare il trasferimento del controllo di un bene nel corso del tempo dall'altro. Sotto questi aspetti, l'ambito di applicazione delle decisioni adottate dall'IFRS IC si estende ben oltre il settore immobiliare. Va evidenziato che L'IFRS IC ha compreso l'importanza di fornire risposte alle specifiche domande, anche se consapevole che il suo ruolo non è di fornire risposte a tutte le domande pratiche sorte in merito all'introduzione del principio IFRS 15. L'IFRS IC ha inoltre cercato di spiegare le sue risposte univocamente, in modo che non possano essere usate impropriamente in situazioni in cui servirebbe utilizzare un diverso tipo di analisi. Si osserva che, in ogni caso, l'IFRS IC non ha il diritto di

modificare i principi definiti dallo IASB e lo stesso Comitato ha ritenuto che le disposizioni contenute nell'IFRS 15 fossero sufficienti per rispondere ai quesiti sollevati.

### **Vendita prima del completamento: il terreno è distinto dal fabbricato?**

L'IFRS IC ha discusso in merito alla tematica circa la distinzione di un terreno dal fabbricato per la prima volta nel novembre del 2017. Sono state ricevute otto risposte a seguito della richiesta di pareri. Il contratto esaminato fa riferimento ad una vendita di un appartamento residenziale ad un singolo acquirente effettuata prima del completamento della costruzione e che includeva anche il terreno su cui sorgeva. La questione principale riguarda l'identificazione e il riconoscimento in questo contratto delle performance fees. L'IFRS IC ha ricordato innanzitutto i principi enunciati nell'IFRS 15, riferendosi sia ai paragrafi pertinenti della norma (22-30) sia alle "Bases of Conclusions", tutti chiariti durante la pubblicazione delle modifiche all'IFRS 15 dell'aprile 2016. L'IFRS IC ha sottolineato che il paragrafo 27 dell'IFRS15 disciplina le due condizioni che devono essere rispettate per poter concludere che un bene o un servizio sia "distinto", e in merito alle quali è richiesto giudizio professionale:

- a) il cliente può beneficiare del servizio o del bene, sia da solo sia insieme ad altri beni immediatamente disponibili, (quindi il bene o servizio è in grado di

essere “distinto”);b) la promessa dell’entità di trasferire il bene o il servizio al cliente è identificabile in maniera distinta nel contratto rispetto alle altre parti dello stesso (la promessa è distinta all’interno del contratto). L’IFRS IC ha anche ricordato che la valutazione della natura distinta di un bene o servizio all’interno del contratto (come descritto nella seconda condizione) è influenzata dalla nozione di separabilità dei rischi relativi a ciascuno dei servizi o beni promessi nel contratto. Infine, l’IFRS IC ha sottolineato che un’entità deve valutare se esiste una relazione “trasformativa” tra i beni e i servizi promessi oppure se un elemento dipende dall’altro (cioè dimostrare che due elementi hanno una relazione funzionale). L’obiettivo della norma è determinare se la natura della promessa fatta al cliente è quella di trasferire ciascuno dei beni o servizi promessi individualmente o è, invece, quella di trasferire una combinazione di prodotti, in cui questi beni o servizi sono inclusi.

Nel caso in esame, l’IFRS IC ha condotto la seguente analisi:

**1) Prima condizione: il terreno può considerarsi “distinto” quando viene considerato singolarmente?**

L’IFRS IC ha risposto a questa domanda in modo affermativo, osservando che un cliente può beneficiare del terreno preso singolarmente, incaricando un altro costruttore per la realizzazione del fabbricato sullo stesso terreno.

**2) Seconda condizione: il terreno è “distinto all’interno del contesto del contratto”?**

Per rispondere a questa domanda, l’IFRS IC ha considerato i fattori illustrati nel paragrafo 28 dello standard<sup>2</sup>, indicando, come spiegato nelle “Bases of Conclusions”, che questi sono solo fattori interpretativi ma non criteri assoluti, e che non sono necessariamente rilevanti in ogni situazione.

<sup>1</sup> IFRS 15 par. 27 : A good or service that is promised to a customer is distinct if both of the following criteria are met:(a) the customer can benefit from the good or service either on its own or together with other resources that are readily available to the customer (ie the good or service is capable of being distinct); and(b) the entity promise to transfer the good or service to the customer is separately identifiable from other promises in the contract (ie the promise to transfer the good or service is distinct within the context of the contract). <sup>2</sup> IFRS 15 par. 28: A customer can benefit from a good or service in accordance with paragraph 27(a) if the good or service could be used, consumed, sold for an amount that is greater than scrap value or otherwise held in a way that generates economic benefits. For some goods or services, a customer

may be able to benefit from the good or service only in conjunction with other readily available resources. A readily available resource is a good or service that is sold separately (by the entity or another entity) or a resource that the customer has already obtained from the entity (including goods or services that the entity will have already transferred to the customer under the contract) or from other transactions or events. Various factors may provide evidence that the customer can benefit from a good or service either on its own or in conjunction with other readily available resources. For example, the fact that the entity regularly sells a good or service separately would indicate that a customer can benefit from the good or service on its own or with other readily available resources.

L'IFRS IC ha concluso che, anche se c'è una funzionale relazione tra il terreno e l'edificio, visto che l'edificio non può esistere senza il terreno, questo non dimostra la relazione trasformativa tra i due beni; il rischio assunto dall'entità quando trasferisce il terreno al cliente non sembra inseparabile dal rischio assunto dall'entità quando costruisce l'edificio. Inoltre, sembrerebbe che la performance riconosciuta al soggetto che costruisce l'edificio sia la stessa indipendentemente dal fatto che il terreno su cui si costruisce sia stato o meno precedentemente trasferito al cliente. Il Comitato quindi ha concluso che la seconda condizione dell'IFRS 15 è soddisfatta se l'entità dimostra che:

- la sua performance nel costruire l'edificio sarebbe stata la stessa indipendentemente dal fatto che il terreno sia stato trasferito o meno;
- è in grado di soddisfare la promessa di costruire l'edificio anche se non è stato trasferito al cliente il terreno su cui giace (e viceversa). Per cui, anche se l'IFRS IC non ha esplicitamente concluso che la vendita effettuata ad un singolo cliente prima del completamento del terreno e del fabbricato nello stesso contratto devono dar luogo al riconoscimento di due obblighi distinti di prestazione, nella pratica le linee guida portano a questa conclusione. Nelle sue deliberazioni, l'IFRS IC ha peraltro sottolineato che tale conclusione era limitata al caso in questione.

## **Vendita prima del completamento: quando devono essere contabilizzati i ricavi?**

Come previsto dal paragrafo 35 dell'IFRS 15<sup>3</sup>, un'entità che trasferisce il controllo di un bene o di un servizio in un determinato momento soddisfa un'obbligazione contrattuale e può rilevare i relativi ricavi in quel determinato momento se è soddisfatto almeno uno dei seguenti criteri:• il cliente riceve e consuma simultaneamente la “prestazione” della società mentre questa stessa la esegue;• la prestazione della società crea o migliora un asset (ad esempio, nel caso di un lavoro incorso di realizzazione) che il cliente controlla già man mano che l'attività viene creata o migliorata;• la prestazione della società non crea un asset che la stessa società potrebbe utilizzare in qualsiasi altro modo e, inoltre, ha un diritto esecutivo al pagamento per la commessa completata anche se il contratto viene risolto dal cliente per ragioni diverse della mancata prestazione del fornitore.

## **Vendita prima del completamento di un complesso residenziale ad un cliente con l'immediato trasferimento del titolo legale di possesso sul terreno**

Il background della domanda di riferimento è il seguente:

- il contratto firmato tra la società e il cliente non è cancellabile;

<sup>3</sup> IFRS 15 par 35: *An entity transfers control of a good or service over time and, therefore, satisfies a performance obligation and recognises revenue over time, if one of the following criteria is met:(a) the customer simultaneously receives and consumes the benefits provided by the entity*

*b) the entity performance creates or enhances an asset (for example, work in progress) that the customer controls as the asset is created or enhanced; or*

*(c) the entity performance does not create an asset with an alternative use to the entity and the entity has an enforceable*

# Mazars Insights

- all'inizio del contratto, la società trasferisce irrevocabilmente al cliente il possesso legale del terreno su cui la stessa costruirà l'edificio. Il cliente paga immediatamente il terreno;
- prima della firma del contratto, le parti concordano sul progetto strutturale e sulle specifiche dell'edificio (che possono essere successivamente modificate su richiesta di una delle parti, in conformità con le circostanze e le condizioni previste da contratto).

Il cliente è tenuto ad effettuare i pagamenti prestabiliti per tutto il periodo della realizzazione dell'opera. Tuttavia, questi pagamenti non corrispondono necessariamente in misura proporzionale alla quantità di lavoro completato fino a quel momento. L'IFRS IC ha analizzato i tre criteri (non necessariamente coesistenti) descritti nel paragrafo 35 dell'IFRS 15, al fine di determinare se il trasferimento del controllo del terreno, da un lato, e dell'edificio, dall'altro, avviene nel corso del tempo o in un determinato momento "over a period of time invece di at a point in time". (questa analisi deve essere condotta separatamente per ciascuna delle obbligazioni contrattuali stabilite dal contratto). Se non è questo il caso, la competenza dell'operazione e dei relativi ricavi è "at a point in time".

In questo caso, con riferimento al caso in essere l'IFRS IC conclude che il trasferimento della proprietà del terreno si è verificata al momento della cessione, ovvero quando il contratto è stato firmato.

L'IFRS IC ritiene che il paragrafo 35A ("il cliente riceve e consuma simultaneamente la prestazione della società mentre quest'ultima la esegue") non si applica

al fabbricato, perché il trasferimento dell'asset non è immediato per il cliente. Il criterio descritto nel paragrafo 35B (la promessa dell'entità di trasferire il bene o il servizio al cliente è identificabile in maniera distinta nel contratto rispetto alle altre parti dello stesso) invece può essere applicato in quanto l'edificio è costruito sul terreno di proprietà del cliente. Il cliente quindi ottiene la proprietà dell'edificio mentre questo è in costruzione.

Per maggiori informazioni

Sylvain Rousmant  
Partner  
+39 335 825 05 29  
sylvain.rousmant@mazars.it



Marco Croci  
Partner  
+39 348 8217339  
marco.croci@mazars.it



Silvia Carrara  
Senior Manager  
+39 345 8432336  
silvia.carrara@mazars.it



<https://www.mazars.it/>

## News dalle imprese

**GLASS TO POWER, raccoglie 1 milione di euro in meno di una settimana**

**GLASS TO POWER** è la startup innovativa in cui si fondono edilizia sostenibile, innovazione e business. Sfruttando una tecnologia brevettata, infatti, la società sta realizzando pannelli fotovoltaici trasparenti che possono essere utilizzati al posto dei vetri delle finestre. Il mercato dell'edilizia sostenibile ha delle prospettive incoraggianti. Per aggredire il mercato, l'azienda punta soprattutto sulla propria specializzazione hi-tech: «La nostra è una tecnologia unica nel panorama delle innovazioni fotovoltaiche nel settore degli Zero-Energy Buildings perché ricava energia da finestre completamente trasparenti – sottolinea il CEO. Per sviluppare il proprio business, Glass to Power ha lanciato una nuova campagna di equity crowdfunding sul portale CrowdFundMe. «Con il capitale così raccolto vogliamo acquisire la proprietà dei brevetti che oggi è di Bicocca – afferma Sassone Corsi – Inoltre investiremo in un progetto che sta per essere cofinanziato dalla provincia di Trento riguardante la realizzazione di una fabbrica di nanoparticelle a Rovereto (la NanoFarm)



Fonte: *bebeez.it*, il 23 maggio 2018

**Ferrero a New York e Singapore: la ricerca oltre i confini di Alba**

### **FERRERO**

Questione di mercato e di prodotti. La Ferrero di Alba cambia pelle e si afferma sempre più come operatore globale nel settore del cioccolato, dei dolci e delle caramelle. Il veicolo principale della trasformazione è stata l'ultima stagione di acquisizioni del gigante di Alba, che ha portato Giovanni Ferrero ad acquisire per 2,8 miliardi di dollari il business dolciario di Nestlé negli Usa. Da multinazionale a trazione europea – con il vecchio continente che storicamente ha garantito i due terzi dei ricavi del Gruppo, a quota 10,5 miliardi – la Ferrero è destinata a diventare un operatore sempre più globale, con gli Stati Uniti tra i mercati di riferimento e l'Asia come area di espansione. Non è un caso dunque che a New York e Singapore Ferrero abbia deciso di aprire i Centri di ricerca del Gruppo, accanto al nucleo originario di Alba, dove sono almeno 300 le risorse che si occupano di ricerca e sviluppo, e il secondo avamposto europeo, in Lussemburgo. «Il centro di Singapore è stato progettato per rafforzare la posizione globale di Ferrero come leader nell'innovazione – racconta Aldo Uva – a New York, il centro aperto nel nuovo campus The Bridge at Cornell Tech «sarà catalizzatore del dialogo con l'accademia – aggiunge Uva – per creare l'ecosistema necessario all'accelerazione e applicazione di nuove tecnologie e per mantenere un costante monitoraggio di quello che succede nei clusters a maggior grado di innovazione quali Boston, New York e la Silicon Valley». L'Europa resta il luogo delle eccellenze «che potrebbero dare grande impulso alla determinazione del “food of the future”».

Fonte: *ilssole24ore.it*, il 6 giugno 2018

**Tuscany Food Awards, anche l'enogastronomia ha i suoi Oscar**

**ETT** – Liguria - ETT S.p.A. e DLTM, il Distretto Ligure delle Tecnologie Marine insieme per migliorare le prestazioni del portale European Marine Observation and Data network – EMODnet Physics che offre, l'accesso ai dati sui mari d'Europa, avvalendosi della collaborazione di un network internazionale di oltre 150 istituti oceanografici. ETT dal 2011 è infatti coordinatore del progetto verticale EMODnet Physics per cui ha sviluppato e costantemente implementato il portale web [www.emodnet-physics.eu/map](http://www.emodnet-physics.eu/map) che raccoglie dati fisici sui nostri mari quali temperatura, salinità, livello del mare, etc. Questo strumento, a disposizione dei cittadini, degli scienziati e degli altri operatori interessati al tema, offre l'accesso ai dati in tempo reale e agli archivi storici sullo stato delle acque marine in maniera standardizzata sfruttando le più recenti tecniche informatiche per la navigazione e la fruizione dei contenuti su mappe interattive.

Grazie alla collaborazione con il DLTM che mette a disposizione dei soci la propria infrastruttura, in particolare il Centro di Calcolo ad Alte Prestazione (HPC), ETT è riuscita a sviluppare una maggiore potenza di calcolo e sta sviluppando nuove tecniche di cloud computing ovvero di gestione e analisi di big data per migliorare le prestazioni del servizio verso gli utenti di EMODnet Physics.

ETT al momento sta seguendo la terza fase del progetto che si focalizzerà soprattutto sull'estensione dei servizi di [www.emodnet-physics.eu/map](http://www.emodnet-physics.eu/map) e la messa a disposizione di nuovi prodotti e nuovi parametri (es. underwater noise, river runoff, total suspended matter, etc).

Fonte: *genovapost.com*, il 6 Dicembre 2017

