

SISTEMA MODA E BREXIT: COSA CAMBIA PER LE IMPRESE?

20
21 MAGGIO

ITCA®
ITALIAN TRADE AGENCY

LONDON

Italian Trade Commission

Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Sackville House, 40 Piccadilly

W1J 0DR, LONDRA

☎ +44 20 7292 3910

☎ +44 20 7292 3911

✉ londra@ice.it

HELP DESK BREXIT

✉ brexit@ice.it

Il presente documento è stato elaborato dall'Help Desk Brexit

con la partecipazione dell'Ufficio Agenzia ICE di Londra, Settore Beni di Consumo

Layout grafico e impaginazione

Ufficio Coordinamento Promozione del Made in Italy | Vincenzo Lioi & Irene Caterina Luca | Nucleo Grafica

© mpfoto71, Peter Jurik, Iakov Kalinin, Bartolomiej Pietrzyk, Gui Yongnian, andreadonetti, Melinda Nagy, Jakub Krechowicz, Michael

Persson, Natallia Khlapushyna | www.123rf.com



Questo documento, a cura dell'Help Desk Brexit di Londra, intende offrire una riflessione sulla realtà attuale, sulle caratteristiche del mercato britannico e le sue tendenze, anche alla luce degli effetti prodotti dai due fenomeni che hanno impattato l'economia britannica negli ultimi mesi quali la pandemia da Covid-19 e la Brexit.

La seconda parte è dedicata ad un approfondimento sugli aspetti tecnici del nuovo regime doganale e sulle conseguenze che esso riflette sugli operatori del settore.

Brexit	5
PANORAMICA INDUSTRIA E RETAIL	6
A. Industria	6
- La situazione attuale	6
- Studio della London School of Economics	7
B. Retail	9
GLI ASPETTI TECNICI DELLE NUOVE PROCEDURE DOGANALI	12
La frontiera	12
Indicazioni sulla documentazione	12
I trasporti	13
La fiscalità	14
I resi	15
Il tax free	17
Sample - campioni VS Example	18
Regole di origine	18
La regolamentazione prevista dall'accordo	21
Il cumulo	22
Regole di etichettatura in UK	23
ULTERIORI APPROFONDIMENTI	24
Personale e immigrazione	24
Proprietà intellettuale	26

BREXIT

Il periodo di transizione, sancito al fine di agevolare l'adeguamento dei due Paesi alle nuove procedure, si è concluso il 1° gennaio 2021 portando così a compimento la fase Brexit. Durante questo periodo, il Regno Unito ha continuato a rispettare le norme dell'UE e ha beneficiato di un libero accesso ai suoi mercati. I due Paesi, dopo varie negoziazioni, sono giunti ad un accordo commerciale siglato lo scorso dicembre.

Con l'avvento della Brexit il settore della moda si è ritrovato a dover fare i conti con una situazione molto diversa: esso ha trovato dinanzi a sé una vera e propria barriera al commercio che si traduce, in primo luogo, in burocrazia e maggiori costi (si stimano 65 milioni di dichiarazioni doganali) e, conseguentemente, in oneri daziari (prima inesistenti) per i prodotti non di origine UE/UK.

Quanto al cd. "red tape" le imprese si ritrovano oggi a sostenere il peso di autorizzazioni, di certificati doganali, delle regole d'origine, dei test di conformità (normativi e tecnici), dei controlli presso le dogane (circa il valore, qualità, la correttezza del codice merceologico, etichette, il marchio UKCA, la sicurezza, la tutela della salute pubblica e dell'ambiente).

Se tali limitazioni hanno prodotto un grosso impatto per le aziende che esportano nel Regno Unito, il versante britannico ha specularmente sofferto l'introduzione del nuovo regime doganale registrando una maggiore difficoltà nei rapporti con i fornitori europei ed italiani.

A rendere oltremodo complessa la situazione post Brexit hanno contribuito anche altri fattori tra cui le problematiche legate al trasporto, le nuove regole sull'e-commerce ed i diversi termini di resa richiesti dalle aziende UK.

Non da ultimo, la scelta del governo britannico circa il tax free: la sua abolizione e quindi il venir meno di questo beneficio concesso ai compratori esteri produrrà la fuga degli acquirenti da Londra verso Paesi dove il duty tax free è ancora praticabile.

PANORAMICA INDUSTRIA E RETAIL

A. INDUSTRIA

LA SITUAZIONE ATTUALE

Le aziende d'oltreManica sono sempre state fortemente interdipendenti da quelle del resto d'Europa attraverso complesse catene di approvvigionamento transfrontaliere. L'UE ha infatti da sempre rivestito il ruolo di partner commerciale più importante del Regno Unito, posizionandosi come suo principale interlocutore.

Per citare qualche numero, il commercio Italia - Regno Unito valeva nel 2019 1.422 milioni di sterline per il settore abbigliamento, 566 milioni di sterline per le calzature e 253 milioni di sterline per le



borse, rappresentando rispettivamente il 6,99%, il 10,78% e il 21,94% delle quote di mercato. Sempre nel 2019, il Regno Unito costituiva il quarto mercato di importazione per settore moda e accessori italiano, con un valore di 2.660 milioni di sterline pari ad una quota di mercato dell'8,12%.

Inoltre, secondo un ultimo studio della UK Fashion & Textile Association, risalente a settembre 2020, il settore manifatturiero tessile del Regno Unito produce 5,8 miliardi di sterline di materiali, che vanno dal cashmere più ricercato alla lana pettinata, ai lussuosi tweed fino ai caratteristici tartan. Oltre ai tessuti per abbigliamento di fama mondiale, l'industria tessile del Regno Unito produce anche tessuti e accessori di alta qualità per i settori della casa e degli interni, oltre a una vasta gamma di tessuti tecnici e ad alte prestazioni utilizzati in settori quali medico, difesa e aerospaziale.

I tessuti e i filati fabbricati nel Regno Unito sono molto ricercati da grandi marchi, designer e rivenditori ed, in virtù di questo, il Paese esporta 3 miliardi di sterline di tessuti in quasi tutto il mondo.

Nel Regno Unito si contano circa 4.200 aziende produttrici di tessuti, con un aumento del 12% negli ultimi cinque anni, in un settore che impiega più di 64.000 persone.

In un recente articolo apparso sul Financial Times dal titolo "I marchi inglesi moriranno", si evidenzia come la Brexit

ponga una serie di problemi anche per quelle aziende che producono in Gran Bretagna.^[1]

“Quasi tutto quello che produciamo, spiega il CEO di Community Clothing, Patrick Grant, ha qualche componente proveniente dall'Europa. Sostanzialmente non ci sono quasi produttori di zip in Inghilterra e nessuno realizza bottoni per jeans. Prima della Brexit, era possibile chiedere ad un fornitore di zip in Italia e ricevere la spedizione il giorno dopo; ora una zip da 3 sterline richiede un'ora di burocrazia, comportando ritardi e costi.”

Helen Brocklebank, amministratore delegato di Walpole, associazione che rappresenta il lusso inglese, sostiene: “Il lusso britannico esporta il 42% del fatturato complessivo in Europa. Molti dei nostri membri, tra cui le PMI, semplicemente non possono permettersi di continuare a vendere sui mercati europei”.^[2]

Anche il sollievo con cui è stata accolta la notizia dell'accordo siglato a Natale è stato effimero: “il settore voleva un accordo, ma in realtà l'essere arrivati a un'intesa così tardi ha fatto sì che le imprese non abbiano avuto il tempo di prepararsi”, spiega Caroline Rush, CEO del British Fashion Council.

In breve tempo si è compreso che la scelta della Gran Bretagna di lasciare il mercato unico e l'unione doganale UE avrebbe imposto barriere non tariffarie agli scambi, mettendo a dura prova il futuro di uno tra i settori più “vivi” dell'economia britannica, che prima della pandemia cresceva a un ritmo dell'11% annuo.

Così, oltre 400 firmatari hanno sollecitato “un'azione urgente” del Governo inglese col preciso scopo di proteggere un'industria frammentata ma che, come scrive la BBC, vale 35 miliardi di sterline, l'1,6% del Pil britannico, e impiega un milione di persone. I problemi ricadono maggiormente sulle PMI del fashion system che non possono sostenere i costi di consulenti e ulteriori risorse per il disbrigo delle pratiche e degli adempimenti doganali.^[3]

“L'intesa raggiunta con l'UE ha lasciato un grande vuoto dove invece dovrebbe esserci la libera circolazione di beni e servizi per settori creativi come il tessile e la moda”, recita la richiesta inoltrata al governo britannico, sottolineando per l'appunto come il contributo della moda al Pil sia superiore a quello dei settori della pesca, musica, cinema, automobili e farmaceutica messi insieme.

Gli operatori del settore auspicano, quindi, interventi che facilitino l'integrazione delle imprese nelle catene di valore globali con incentivi fiscali, aiuti per la ricerca e sviluppo, programmi di formazione e sostegni agli investimenti. Al momento però, non vi è stata alcuna risposta ed anche il Budget 2021 non ha accennato ai problemi del settore, intervenendo sostanzialmente con l'impegno di erogare finanziamenti ai negozi che sono stati costretti a chiudere durante i lockdown.

STUDIO DELLA LONDON SCHOOL OF ECONOMICS

Come spiega con chiarezza uno studio della London School of Economics condotto da Patrizia Casadei e Simona Iammarino, l'industria tessile e dell'abbigliamento UK sta affrontando una crisi di grandi proporzioni: “Il sondaggio condotto tra circa 700 imprese manifatturiere, fashion designer e retailer, evidenzia come la Brexit abbia drasticamente colpito in modo negativo circa il 60% delle imprese, già a partire dal referendum del 2016”.

1 Fonte: [Fashion Magazine](#)

2 Fonte: [laconceria.it](#)

3 Fonte: [Corriere della Sera](#)

Lo studio effettuato tra giugno 2019 e gennaio 2020, sponsorizzato dalla UKFT Association, su aziende che operano sia a monte (cioè, produttori come “fornitori”) che a valle (cioè, designer / produttori di marchi / rivenditori come “aziende capofila”) nella catena del valore, ha mostrato quanto segue.

L'aumento dei costi delle materie prime ha portato a prezzi al dettaglio più elevati. La domanda di produzione interna è diminuita, le tariffe e i tempi di consegna sono diventati imprevedibili e le vendite al dettaglio hanno subito un duro colpo. Diversi marchi hanno registrato una forte crisi.

L'incertezza e la volatilità della sterlina sono state tra le conseguenze della Brexit più rilevanti ed hanno causato per l'appunto l'aumento del costo delle importazioni, della produzione domestica e dei prodotti finiti. Altri effetti riguardano perdite di flussi di cassa, una riduzione della forza lavoro europea e cambiamenti al processo di fornitura e distribuzione.

Alcuni produttori hanno espresso difficoltà nel proseguire l'attività temendo disagi nel reperire materie prime e affrontare una maggiore concorrenza straniera. Le aziende hanno manifestato il timore di non essere preparate a causa della mancanza di risorse finanziarie a commerciare con l'UE ora che non sono più parte del mercato unico. Come ricordato in precedenza e come ricorda lo studio: “l'UE da anni gioca un ruolo cruciale nelle supply chain britanniche ed è di gran lunga la maggiore destinazione per le esportazioni di moda e tessile “Made in Britain”, rappresentando il 74% dell'export”.^[4]

Un'elevata quota di fornitori ha registrato grandi diminuzioni nel numero di ordini dal Regno Unito, modifiche ai piani di consegna, decisioni di acquisto ritardate e ridotta capacità di pianificare e trattare nuovi potenziali clienti dell'UE e internazionali.

In conclusione, si prevede che le industrie ad essere più colpite dalla Brexit saranno quelle più esposte al commercio internazionale e altamente integrate nelle catene del valore globali (Vandenbussche et al., 2017). Per questo motivo, le aziende della catena del valore del tessile e dell'abbigliamento del Regno Unito, soprattutto le imprese maggiormente integrate attraverso collegamenti a ritroso (ovvero, input importati da partner della catena del valore stranieri) e con produzioni offshore (intermedi e componenti) dovranno occuparsi di modificare le proprie reti commerciali e di produzione.

Solo una piccola quota di produttori ha assistito a un effetto positivo della Brexit, registrando un aumento degli ordini da parte dei rivenditori britannici che cercavano di acquistare più prodotti a livello locale per evitare criticità potenziali. Il 3% delle aziende di designers e rivenditori ha dichiarato di essere stato positivamente influenzato dalla Brexit, con un aumento delle vendite in particolare nell'UE e negli Stati Uniti.

Per far fronte a tutto questo, il sostegno del Governo britannico pare quindi essere vitale per il settore. Si necessita di iniziative orientate alla ristrutturazione e all'inserimento dello stesso nella strategia industriale del Paese. Occorrerà sviluppare nuove competenze e capacità, adottare macchinari e attrezzature innovative, migliorando così la qualità e gli standard dei prodotti.^[5]

4 Fonte: [Il Sole 24 ore](#)

5 Fonte: [Studio LSE \(Patrizia Casadei e Simona Iammarino\)](#)

B. RETAIL

Per comprendere al meglio le ripercussioni economiche che la pandemia e la Brexit hanno esercitato sulla vendita dei capi di abbigliamento e accessori, è opportuno fornire una breve panoramica delle caratteristiche peculiari che caratterizzano il comparto del retail nell'ambito del settore abbigliamento.



In primo luogo è opportuno sottolineare come il comparto del retail nel mercato britannico è caratterizzato da una bassa concentrazione di imprese operanti nel settore dell'abbigliamento e accessori, la maggior parte delle quali di grosse dimensioni, sia in termini strutturali che sotto il profilo dell'assetto distributivo.

Tra i grandi *players* occorre considerare, in primo luogo, i grossi gruppi multibrand che includono nel proprio portafoglio produttivo diversi marchi e che operano attraverso un modello distributivo che consta di una vasta rete di punti vendita presenti sul territorio, impiegando migliaia di dipendenti. Tra gli operatori più importanti del mercato vi è al primo posto Next Group Plc, con una percentuale dell'8,3% di market share, seguito da Primark Stores Limited con il 7,2%; nella classifica dei colossi dell'abbigliamento, H&M Hennes & Mauritz UK Ltd (proprietario di Cos, Monki and Cheap Monday, & Other Stories e Arket) si colloca al terzo posto con una percentuale del 3,3% superando lo spagnolo Inditex (Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho e Uterque) che detiene il 2,6% del mercato. In quinta posizione, con il 2,5% di market share vi è Arcadia Group (proprietaria di Topshop, Topman, Evans, Dorothy Perkins, Wallis Selfridge e Outfit) e chiudono la classifica New Look Retailers Ltd con il 2,3% della quota di mercato e River Island Clothing Co Ltd con il 2,1%.

La presenza di pochi grossi *players* con un'ampia market share ha influenzato molto l'andamento del mercato negli ultimi anni. Grazie al forte potere contrattuale, essi hanno avuto accesso a materie prime sempre più economiche e sono stati in grado di praticare una scontistica maggiore rispetto ad altri *retailers* indipendenti.

Oltre a questa prima tipologia di operatori del retail sopra menzionata, ad influire sulla competitività a livello di prezzi, vi sono anche i supermercati e i grandi magazzini che hanno avviato una propria linea di moda a prezzi decisamente competitivi. I cosiddetti "Big Four" (quattro colossi) della grande distribuzione organizzata del Regno Unito hanno scelto di puntare su questo comparto: Asda Group ha sviluppato e potenziato la linea George, Tesco ha dato vita al proprio marchio di abbigliamento chiamato F&F, mentre altri supermercati come Aldi e Lidl hanno avviato linee di capi d'abbigliamento a bassissimo prezzo. I supermercati hanno investito intensivamente in diverse strategie di marketing e di vendita volte al rafforzamento e alla diffusione dei loro brand e sono oramai divenuti, di fatto, degli

operatori anche nel settore dell'abbigliamento low-cost.

Un ruolo chiave è giocato poi dai Department stores di fascia alta. La grande offerta di prodotti è un elemento di forte persuasione per i consumatori: i grandi magazzini come Selfridges, Harrods, Harvey Nichols, ecc., hanno trasformato i piani dei loro edifici in aree di vera e propria attrattiva per i consumatori, associando all'esperienza di acquisto dei capi di abbigliamento di lusso la possibilità di usufruire di servizi ulteriori, quali ad esempio trattamenti nei saloni di bellezza in store, interi piani dedicati al food con la presenza di caffetterie e ristoranti, servizi di personal shopping, e molto altro ancora, al fine di aumentare il tempo trascorso al loro interno e dando così una grossa spinta alle vendite.

L'accesa concorrenza tra gli operatori del settore ha spinto gli stessi a puntare su servizi connessi alla vendita sempre più innovativi e vantaggiosi e su strategie di marketing molto incisive al fine di fidelizzare il più possibile i clienti e di attrarne di nuovi, accrescendo altresì i bisogni e le esigenze dei consumatori stessi.

Il canale della vendita di prodotti tramite piattaforme web, è senz'altro un aspetto su cui tutte le aziende del settore hanno scommesso e investito già da parecchi anni. Quasi tutti i brand e i retailers multimarca del Regno Unito avevano avviato già molto tempo prima dell'arrivo della pandemia una modalità di distribuzione dei prodotti attraverso canali web, sia tramite marketplace che per mezzo del proprio e-commerce, investendo risorse su servizi di consegna della merce sempre più rapidi ed efficienti.



Gli operatori nel corso del tempo hanno sviluppato e implementato servizi connessi alle vendite online come il "click-and-collect"; sono stati effettuati diversi esperimenti di campagne promozionali attraverso le connessioni Wi-fi degli smartphones, sistemi in grado di monitorare i movimenti dei consumatori e i percorsi che compiono durante le loro visite all'interno dei negozi; sono stati sperimentati "specchi intelligenti" in grado di assistere il consumatore durante l'acquisto e di fargli "provare" virtualmente capi di abbigliamento.

Altre aziende hanno invece sviluppato applicazioni per i cellulari per rendere l'esperienza dello shopping ancora più facile e veloce. L'unica eccezione in tal senso è rappresentata da Primark, che è riuscito a mantenere un tasso di crescita elevato senza offrire prodotti online.

Sotto le sue diverse forme, la tecnologia ha contribuito a rafforzare sempre più le strategie di vendita del settore ed è senz'altro destinata ad esercitare una grande influenza nel comparto del *fashion*, al punto che si prevede che gli investimenti per lo sviluppo tecnologico aumenteranno nel corso del prossimo quinquennio.

Aziende come Net-a-porter, Asos e Boohoo, che operano esclusivamente attraverso il canale online, sono diventati grossi attori nella vendita dei capi d'abbigliamento.

L'altra faccia della medaglia del fenomeno e-commerce è che ciò ha consentito l'ingresso nel mercato britannico di players stranieri, testando la risposta dei consumatori ai loro prodotti con investimenti relativamente più contenuti rispetto all'apertura di veri e propri stores.

Non solo la vendita tramite canali web, per attrarre la domanda i retailers hanno dedicato grossa attenzione anche alla comunicazione e ai social media come Facebook, Twitter, Tumblr and Instagram. Inoltre sono tante le aziende che hanno allargato il proprio range di prodotti: H&M, New Look, Topshop hanno inserito il segmento beauty creando le proprie linee di make-up.

La continua trasformazione delle modalità con cui avviene lo shopping sopra illustrate, ha portato il Regno Unito a classificarsi come uno dei mercati più sofisticati per quanto concerne la vendita sui canali online, nonché il terzo più grande mercato al mondo e il più grande in Europa. Nel Regno Unito la vendita online rappresenta, infatti, quasi il 20% delle vendite totali e si prevede che essa soppianderà le vendite fisiche entro il 2028. Anche il consumo etico e la moda sostenibile rappresentano un'importante opportunità di crescita per il settore. Nel prossimo quinquennio si prevede che il fatturato derivante dalla moda sostenibile dovrebbe crescere ad un tasso annuale di 2,2%, raggiungendo i 31 milioni di sterline.

Con una bassa concentrazione nel settore retail e i quattro maggiori players che detengono il 21,4% della quota di mercato, ritagliarsi una fetta di mercato potrebbe essere difficoltoso. I competitors più piccoli riescono in alcuni casi a sviluppare posizioni di nicchia specializzandosi nella vendita di particolari tipi di abbigliamento o operando per una determinata categoria di consumatori. In generale è da considerarsi un mercato in cui la selezione all'entrata è elevata.

L'accesso al mercato UK per le ragioni sopra esposte si presenta, quindi, particolarmente arduo. In primo luogo occorre dotarsi di un sito web e canali di comunicazione in lingua inglese, aggiornati e accattivanti. E' fondamentale avere un'immagine del brand forte, riconoscibile e attraente per i buyers. Tra i criteri di valutazione da essi adottati, vi è certamente la storia commerciale che il brand ha alle spalle. Se sono intercorsi precedenti rapporti commerciali con l'estero o con altri partner britannici, si acquista credibilità agli occhi piuttosto esigenti e all'atteggiamento sfuggente dei compratori.

Occorre poi ricordare che per entrare mercato UK nella grande maggioranza dei casi è richiesta la figura di un distributore specializzato in una particolare area del settore abbigliamento (ad es. abbigliamento bimbo, maglieria, accessori di pelletteria, ecc.). La partecipazione a fiere di settore e manifestazioni possono rappresentare un'opportunità per affacciarsi al mercato, comprenderne l'andamento, le tendenze e avere la possibilità di instaurare contatti per future vendite.

Tra le più importanti fiere di settore nel Regno Unito si segnalano [Pure London](#) (dedicata all'abbigliamento donna, uomo e bambino), [Moda UK](#) (5-7 Settembre 2021), la [London Textile Fair](#) (dedicata al mondo dei tessuti, 13-14 Luglio 2021), [Scoop](#) (dedicata ai brand premium, 12-14 Settembre 2021).

Qui l'elenco completo delle più importanti fiere di settore: <https://www.tradefairdates.com/>

GLI ASPETTI TECNICI DELLE NUOVE PROCEDURE DOGANALI

LA FRONTIERA

Tutte le merci, oggetto di scambio commerciale tra il Regno Unito e l'Unione Europea, non soffrono di imposizioni daziarie o quote quando esse possono vantare l'origine UE o UK. L'accordo, però, non ha soppresso i controlli doganali e, più in generale, le procedure frontaliere dovute all'uscita della Gran Bretagna dal Mercato unico.

Tale aspetto implica pertanto costi aggiuntivi e tempi dilatati che possono riverberare sui rapporti tra le aziende; a ciò si aggiunga, come elemento di difficoltà, l'articolato sistema di applicazione delle regole di origine, il cui ossequio consente l'accesso esente da dazi nei rispettivi Paesi (UE/UK).

INDICAZIONI SULLA DOCUMENTAZIONE

Tutte le spedizioni destinate al Regno Unito dovranno essere accompagnate da fattura redatta in 4 copie in lingua inglese e contenere, tra gli elementi abituali, queste indicazioni:

- o numero [EORI IT](#);
- o la Dichiarazione di Libera Esportazione da allegare alla fattura, timbrata e firmata in originale dal mittente;
- o descrizione dettagliata articoli con corretta indicazione della voce doganale;
- o valuta (Euro, Usd, etc) e [Incoterms](#);
- o dichiarazione d'origine in lingua inglese.

Per maggiori informazioni vi invitiamo a consultare il materiale prodotto dall'Help Desk Brexit riguardo a questi argomenti disponibile alla pagina [Brexit in pillole per gli esportatori italiani](#).

Per quanto riguarda la dichiarazione d'origine in lingua inglese, ogni fattura di esportazione deve riportare nel corpo la seguente informazione (tenendo in considerazione che la merce può avere origini differenti. In questo caso ricordarsi di indicarle tutte):

"THE EXPORTER OF THE PRODUCTS COVERED BY THIS DOCUMENT DECLARES THAT, EXCEPT WHERE OTHERWISE CLEARLY INDICATED, THOSE PRODUCTS ARE OF _(inserire il Paese di origine)_ PREFERENTIAL ORIGIN"

Per gli esportatori italiani, la possibilità di inserire in fattura di vendita la dichiarazione di origine preferenziale è riconosciuta sia a chi è iscritto alla Banca dati Rex sia a coloro che non lo sono, ma con una limitazione.

Attraverso il sistema REX, l'esportatore registrato può autocertificare l'origine preferenziale dei prodotti.

Anche gli esportatori non registrati al Rex possono certificare l'origine dei prodotti su fattura, ma soltanto nei casi in cui il valore di spedizione complessivo non superi i 6.000 euro.

Per assistere gli esportatori italiani post-Brexit, è stata prevista, per un limitato periodo di tempo, la possibilità di certificare l'origine preferenziale dei prodotti esportati in UK utilizzando il proprio codice EORI. In ogni caso, si consiglia alle aziende italiane di attivarsi il prima possibile per ottenere lo status di "esportatori registrati" al fine

usufruire delle procedure di esportazione agevolata in UK.

Grazie al "Portale dell'operatore Rex", l'iscrizione alla banca dati Rex è stata semplificata: tramite una procedura completamente online è possibile acquisire il titolo di esportatore registrato Rex. Non vi sono, dunque, particolari formalità o rallentamenti, in quanto la registrazione avviene sulla base dell'autocertificazione dell'imprenditore.

Per approfondimenti in materia è possibile consultare la guida "[L'origine preferenziale delle merci](#)".

Come detto in precedenza, in base all'accordo di libero scambio, le merci che potranno vantare l'origine UK o EU godranno quindi di un dazio preferenziale dello 0%.

Invece, per tutte le merci non originarie di una delle due parti, si applicherà la nuova tariffa globale UK ([UKGT](#) - UK Global Tariff). Secondo la UKGT, la maggior parte dei prodotti di moda attirerebbe il 12% di dazio, i tessuti l'8% e i filati il 4%, con alcune eccezioni.

Ne sono esempi:

Camicie e maglie per uomo, di cotone → 12%

Gonne non a maglia, di fibre sintetiche → 12%

Cappelli di lana → 4%

I TRASPORTI

Come ampiamente evidenziato nel corso delle pagine precedenti, la Brexit ha reso più difficili i trasporti internazionali a causa della nuova complessità documentale, dei nuovi processi di esportazione ed importazione, delle nuove regole fiscali e della revisione di termini di commercio (INCOTERMS).

Occorre poi considerare che tutte queste nuove regolamentazioni hanno richiesto, sia alle dogane europee che a quelle britanniche, un tempo fisiologico per potersi adattare ai nuovi flussi in entrata e uscita: non basta, infatti, che la documentazione relativa a ogni merce sia corretta, ma occorre anche che il passaggio di queste informazioni scorra in maniera fluida tra i soggetti della catena commerciale. Tutte queste nuove procedure e la relativa gestione non sono ancora efficienti al 100% e si ripercuotono inevitabilmente sulle tempistiche di consegna.

Come è possibile osservare nella tabella sottoriportata, il lead time si è diluito rispetto al 2019:

- per il treno si è passati da 7 giorni nel 2019 a 10 giorni nel 2021;
- per i camion si è passati da 3 giorni nel 2019 a 5 giorni nel 2021;
- per il treno si è passati da 15 giorni nel 2019 a 18 giorni nel 2021.

L'aumento del lead time ha portato di conseguenza ad un aumento dei costi. Non da ultimo, si evidenzia la difficoltà per il trasporto via camion di reperire autisti disposti a recarsi nel Regno Unito, i quali preferiscono piuttosto effettuare tratte verso Paesi Europei. Quelli disposti richiedono pagamenti maggiorati, causa gli ostacoli citati precedentemente. Il trasporto marittimo non è esente da criticità^[6].

6 Fonte: Presentazione Giorgio Poggio, AD di Aprile UK Ltd nel corso del Webinar Brexit e Moda: tra barriere commerciali e opportunità per le imprese

LA FISCALITÀ

La Brexit ha influenzato non solo i rapporti B2B, come descritto al paragrafo dedicato all'industria, ma soprattutto i rapporti B2C che traggono origine dal mondo dell'e-commerce. Sarà quindi necessario rivalutare queste operazioni sia nel caso di vendite dirette sia tramite l'utilizzo di market place.

Prima della Brexit, le vendite intracomunitarie verso persone fisiche (vendite a distanza) erano disciplinate dalla direttiva IVA (2006/112/Ce). Tuttavia, le vendite a distanza potevano essere assoggettate a IVA nello Stato del venditore sino ad una soglia di £70,000 mentre al di sopra di detto limite, il fornitore europeo era obbligato a identificarsi fiscalmente nel territorio britannico (aprendo una Partita IVA UK) e, conseguentemente, fatturare con l'iva inglese.

Dal 1° gennaio 2021, nel caso di operazioni < 135£, è stato modificato il punto in cui viene riscossa l'IVA, dal punto di importazione al punto di vendita, ovvero nel luogo in cui avviene la conclusione della transazione. Ciò significa che l'IVA non è dovuta in dogana, in modo tale da evitare ritardi nel transito delle merci. L'IVA è dichiarata e versata trimestralmente dal venditore europeo, che deve dotarsi in anticipo di una partita IVA britannica.

La responsabilità del fornitore ai fini dell'IVA dipende dalle seguenti condizioni: qualora un OMP (Online Market Place) non sia coinvolto nell'agevolazione della vendita, si verifica una fornitura diretta dal venditore al consumatore, che è considerata come avvenuta nella Gran Bretagna e quindi soggetta all'IVA della Gran Bretagna. In altre parole, il venditore è obbligato alla registrazione IVA; qualora un OMP sia coinvolto nell'agevolazione della vendita, ai fini dell'IVA, si ritiene la fornitura effettuata dall'OMP al consumatore della Gran Bretagna, con l'IVA addebitabile. Dunque, il venditore estero è esente dalla registrazione IVA in Gran Bretagna, dato che l'OMP si occuperà di versare la stessa nel caso di vendite B2C superiori ai 135 GBP.

ESEMPIO 1: L'azienda italiana XXX SPA vende e spedisce beni per £100 a Mr Brown (individuo residente in UK) attraverso Ebay. Sarà Ebay ad applicare l'IVA a Mr Brown. Non ci sarà l'obbligo dell'azienda italiana XXX SPA di registrazione IVA e EORI in UK. A seconda di quali saranno i termini e le condizioni con Ebay, sarà la stessa Ebay a fatturare questo servizio all'azienda XXX SPA ricaricando l'IVA pagata in UK.

ESEMPIO 2: L'azienda italiana XXX Srl vende e spedisce direttamente i propri beni per £100 tramite il proprio sito e-commerce a Mr Brown (individuo residente in UK). In questo caso, è l'azienda XXX Srl ad avere l'onere di applicare l'eventuale IVA UK (a seconda delle aliquote) in fattura e dunque alla registrazione della partita IVA ed EORI britannico.

Prima della Brexit/fine del periodo di transizione, in UK i soggetti con partita IVA applicavano l'IVA attraverso il meccanismo della *Reverse Charge* (inversione contabile) adottato dalla UE sulle transazioni intracomunitarie.

A partire dal 1° gennaio 2021, anche i Paesi all'interno dell'UE, devono rendere conto dell'IVA all'importazione. Per i beni non presenti sul territorio britannico al momento della vendita, supponendo che vengano spediti da territorio europeo, tutto dipenderà dal soggetto che si prenderà a carico le formalità doganali in base alle disposizioni di resa praticate (gli Incoterms).

Nel caso in cui il cliente britannico procedesse allo sdoganamento (all'importazione del bene), l'operazione per il fornitore europeo sarà un'esportazione. In questo caso il fornitore europeo non avrà bisogno della partita IVA ed EORI britannico, ma basterà avere l'EORI e la partita IVA europea (fatturando dunque fuori campo IVA). Se invece fosse il

fornitore europeo a fungere da importatore, allora quest'ultimo dovrà sdoganare i beni e addebitare successivamente l'IVA britannica alla vendita, se applicabile. Il fornitore avrà dunque bisogno di una partita IVA ed EORI GB.

Sul punto, ci preme sottolineare che alcuni Online Market Place richiedono che l'importazione dei prodotti sia a carico del fornitore estero, adottando una formula di resa specifica (nella maggioranza dei casi DDP) per cui anche in questo caso il cliente finale basato in UK è sollevato dal pagamento della VAT, inducendo così il fornitore estero ad aprire una posizione VAT ed EORI UK. Ciò comporta, oltre agli oneri di spedizione, anche l'applicazione dell'IVA UK e lo sdoganamento delle merci all'importazione. L'IVA viene applicata nel momento in cui la merce entra in libera circolazione, vale a dire che questo dovrebbe essere considerato il punto di imposta sull'IVA. L'importatore dovrà raccogliere tutta la documentazione necessaria per comprovare il momento in cui le merci sono entrate in libera circolazione e per poterle poi dichiarare nei propri registri IVA.

Per approfondimenti in materia è possibile consultare il manuale [*"Il nuovo scenario fiscale dopo l'Accordo tra R.U. e UE"*](#).

I RESI

Strettamente connesso al nuovo assetto fiscale è il problema dei resi. Adam Mansell, direttore della UK Fashion & Textile Association, ha dichiarato che: "Per i venditori è più economico rinunciare al valore della merce, anche abbandonandola o potenzialmente bruciandola, invece che importarla nuovamente, nel caso di prodotti acquistati e poi rimandati indietro dai clienti insoddisfatti in cambio del rimborso."

Rendere un prodotto implica, a seguito della Brexit, un ulteriore passaggio doganale.

L'istituto della reintroduzione in franchigia è disciplinato dall'art. 203 CDU. Tale norma viene incontro alle esigenze del commercio internazionale soprattutto quando si verifica il rientro di merci causa annullamenti ordini, oppure rientro di merci invendute, difettose o non corrispondenti all'ordine.

Le condizioni per godere dell'esenzione dai diritti doganali sono:

- rientro entro tre anni dall'esportazione, salvo eccezioni in casi particolari;
- l'esenzione è accordata dietro richiesta del dichiarante;
- deve esserci corrispondenza di identità tra esportatore e importatore;
- le merci devono rientrare nello stato originario, in pratica non devono aver subito alcuna lavorazione o trasformazione, se non azioni atte alla loro conservazione o mantenimento;
- identità tra merci esportate con quelle in reimportazione, tramite documentazione commerciale.

L'operazione di reintroduzione in franchigia, come citato sopra, è solitamente sottoposta a una rigida procedura con controllo fisico del bene per verificare la rispondenza tra il bene precedentemente esportato con quello re-introdotta.

Inoltre essa prevede il rilascio di un'autorizzazione alla reintroduzione in franchigia di volta in volta per ogni singola operazione.

La disciplina mal si concilia con la realtà attuale.

Le odierne dinamiche del commercio internazionale, lo sviluppo ed il progressivo diffondersi dell'e-commerce quale modalità di acquisto hanno, infatti, fatto emergere l'esigenza di intervenire sul tema della reintroduzione.

L'Agenzia delle Dogane, quindi, tramite il progetto *Easy Free Back* ha inteso "facilitare la vita" alle attività di e-commerce che effettuano operazioni commerciali B2C nel comparto manifatturiero e che affrontano quotidianamente la restituzione dei beni da parte dei clienti e la loro re-importazione.

E' stata introdotta, pertanto, una procedura semplificata (ADM [Circ. n. 37 del 2 ottobre 2020](#) e successiva modifica introdotta da Determinazione direttoriale del [31 ottobre 2020](#)), che prevede il rilascio di un'autorizzazione unica per tutte le operazioni di reintroduzione, preventiva e con validità annuale per tutte le operazioni di rientro, minori controlli e operazioni più snelle che consentono la reintroduzione in franchigia in esenzione dei dazi dei resi da e-commerce.

Il livello dei controlli fisici sarà proporzionale al livello di compliance dell'impresa ed avverranno successivamente alla fase di importazione anche presso la società autorizzata, mediante verifiche periodiche trimestrali. Si opereranno quindi controlli a posteriori rispetto ai controlli in linea. A ciò si aggiunga la possibilità riconosciuta alla Dogana di interloquire digitalmente con la piattaforma marketplace ai fini dei controlli doganali. L'accesso alla procedura semplificata prevede un'istanza da presentarsi all'Ufficio delle Dogane competente e la sussistenza di alcuni requisiti in capo al richiedente.

Requisiti

Innanzitutto il beneficio sarà riconosciuto a coloro, come già detto sopra, dimostrano di possedere i requisiti richiesti dall'art.39 CDU (status di AEO) lett.a) assenza di violazioni gravi o ripetute della normativa doganale e fiscale, compresa l'assenza di trascorsi di reati gravi in relazione all'attività economica del richiedente; e lett b) dimostrazione, da parte del richiedente, di un alto livello di controllo sulle sue operazioni e sul flusso di merci, mediante un sistema di gestione delle scritture commerciali e, se del caso, di quelle relative ai trasporti, che consenta adeguati controlli doganali. A questo si aggiunge il possesso del codice Eori.

L'azienda dovrà dimostrare di avere una continuità e numerosità di operazioni di reintroduzione in franchigia, pari ad almeno 50 al mese.

Ancora, bisogna essere titolari dell'autorizzazione per lo sdoganamento presso il luogo approvato (cd. dogana in house) nonché per il destinatario autorizzato transito e sarà necessario dimostrare (come nella procedura ordinaria) l'identità tra merce in uscita e re-introdotta oltre a quella tra soggetto dichiarante in export ed in re-importazione.

E' altresì necessario il possesso di un sistema di tracciabilità del singolo prodotto mediante codice univoco identificativo.

I soggetti ammessi alla procedura sono iscritti in un apposito elenco istituito presso la Direzione Dogane denominato: "RETRELIEF (Returnedgoods – Relief from import duty)" ^[7].

L'Agenzia delle Dogane ha previsto ulteriori e diverse facilitazioni per quanto riguarda il settore tessile, ne sono un esempio i cosiddetti "fine stagione" per i quali valgono modalità di reintroduzione agevolate ^[8].

7 Fonte: Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, [Mercato Globale](#)

8 Fonte: Avv. Santacroce - Webinar Brexit

IL TAX FREE

A partire dal 1° gennaio 2021 non è più possibile richiedere il rimborso dell'IVA sulla vendita di beni acquistati in Gran Bretagna (Inghilterra, Scozia e Galles).

Il Vat Retail Export Scheme ha sempre permesso ai turisti extraeuropei di ottenere il rimborso dell'IVA sugli acquisti fatti in Gran Bretagna, ottenendo uno sconto di fatto del 20%. In molti si aspettavano che dopo la Brexit la detrazione dell'Iva sarebbe stata estesa

anche ai cittadini dell'Unione Europea, essendo divenuti cittadini di paesi Terzi. Il Tesoro britannico ha invece deciso di non concedere questo vantaggio né agli europei tantomeno ai cittadini di altri paesi terzi.

Lo shopping esentasse, che avrebbe consentito ai turisti e ai compratori stranieri che acquistavano beni in UK di ottenere il rimborso dell'IVA, non è quindi più praticabile.

Il Governo sostiene che la detrazione dell'Iva rappresenta un costoso “regalo ai ricchi” e che eliminarla porterà a un risparmio di oltre 500 milioni di sterline l'anno, necessario per rimpinguare le casse del Tesoro. Le previsioni di quest'ultimo riguardano però solo l'impatto fiscale senza tenere conto di altre possibili conseguenze come il calo degli arrivi dall'estero e delle vendite, l'impatto sul turismo e sulle imprese produttrici e quindi di riflesso sull'economia e sull'occupazione globale del Paese.

Il rischio maggiore è che i turisti soprattutto coloro che fanno grandi acquisti si fermeranno per minor tempo in Gran Bretagna preferendo fare shopping in altre città europee più competitive. I cinesi, ad esempio, pur essendo solo il 5% dei turisti extra-Ue, rappresentano ben il 32% dei rimborsi Iva sugli acquisti.

Grandi magazzini inglesi come Harrods, Selfridges e Fortnum & Mason insieme a marchi del lusso come Burberry, Church's, Mulberry e Heathrow, aeroporto più trafficato d'Europa, hanno avvertito il cancelliere che la fine del tax-free costerà 40 mila posti di lavoro e un miliardo di sterline in investimenti cancellati ^[9].



9 Fonte: [Il Sole 24 ore](#)

SAMPLE - CAMPIONI VS EXAMPLE

Secondo la dogana, un "campione" non è rivendibile, questo è infatti tagliato o diviso in parti ed è marchiato con inchiostro indelebile "SAMPLE". I campioni possono essere dichiarati utilizzando le procedure doganali senza alcun dazio dovuto.

Un "example" potrebbe essere, invece, rivenduto come per la maggiore parte dei campioni di moda e quindi sarebbe passibile di dazio. Pertanto, al fine di evitare quanto sopra, dovrà essere accompagnato e sdoganato con una documentazione corretta.

Gli example possono circolare nei mercati internazionali in due modi:

1. attraverso procedura di importazione temporanea;
2. utilizzando un carnet ATA.

Per richiedere l'esenzione dai dazi doganali e dall'IVA per i sample questi devono essere:

- utilizzati come campioni commerciali e mostrare le caratteristiche della merce che rappresentano;
- preparati e presentati in modo accettabile prima dell'importazione;
- importati esclusivamente con l'intento di ottenere ordini futuri per il tipo di merce che rappresentano ^[10].



REGOLE DI ORIGINE

Il Codice doganale comunitario definisce l'**origine delle merci**. Tale definizione consente di determinare la tariffa doganale applicabile, l'applicazione di misure diverse da quelle tariffarie, la compilazione ed il rilascio dei certificati d'origine.

L'articolo 36, del Regolamento CE n. 450/08, disciplina poi l'"acquisizione dell'origine" della merce. Esso stabilisce due principi:

- (a) che le merci interamente ottenute in un unico paese o territorio sono considerate originarie di tale paese o territorio (art. 36.1);
- (b) che le merci alla cui produzione hanno contribuito due o più paesi o territori sono considerate originarie del paese o territorio in cui hanno subito l'ultima trasformazione sostanziale (art. 36.2).

¹⁰ Fonte: [British Fashion Council](#)

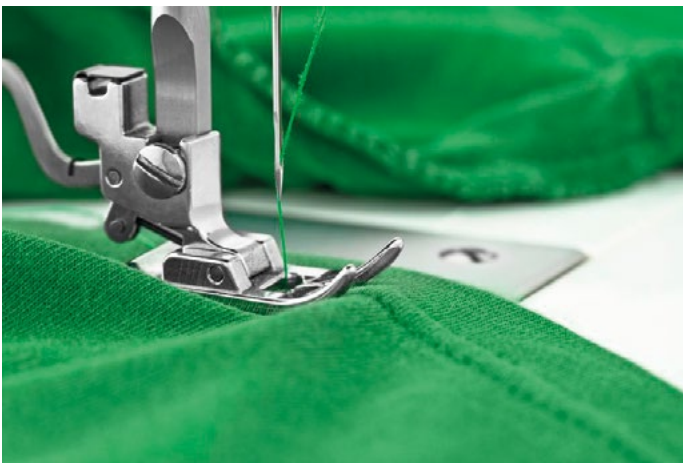
Secondo l'art. 24 del Codice doganale comunitario, che si occupa della merce che NON è stata interamente ottenuta in un paese: *“una merce alla cui produzione hanno contribuito due o più paesi è originaria del paese in cui è avvenuta l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale, economicamente giustificata ed effettuata in un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo o abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione”*.

L'acquisizione di una nuova origine presuppone quindi due condizioni principali: una “trasformazione o lavorazione sostanziale” e una “trasformazione economicamente giustificata”.

La Commissione europea ha definito per il settore tessile e abbigliamento, e per alcuni altri prodotti, le lavorazioni (le cosiddette “**regole di lista**”) che permettono al prodotto finito, per la cui produzione sono stati utilizzati materiali aventi origini diverse, di acquisire l'origine del Paese dove è avvenuta la trasformazione in questione, trasformazione che viene in tal modo ad essere considerata **sostanziale**. L'ultima trasformazione sostanziale si verifica solamente nell'ipotesi in cui: “il prodotto che ne risulta abbia composizione e proprietà specifiche che non possedeva prima di essere sottoposto a tale trasformazione o lavorazione”.

Per i prodotti tessili è necessaria una “trasformazione completa”, consistente, di massima, in una lavorazione che ha per effetto di classificare il prodotto ottenuto in una voce della nomenclatura combinata diversa da quella relativa a ciascuno dei prodotti non originari utilizzati. Il cosiddetto salto tariffario (cambiamento di voce doganale).

Esempio: per i lavori di **cuoio** e di **pelli, oggetti da viaggio, borse, borsette** e simili, del capitolo 42, la regola è la seguente: fabbricazione in cui tutti i materiali utilizzati sono classificati in una voce diversa da quella del prodotto.



Tuttavia, per i prodotti elencati all'allegato 10 delle disposizioni di applicazione del Codice doganale comunitario, si considerano **complete** le trasformazioni indicate in corrispondenza di ciascun prodotto, in detto allegato, che vi sia o meno un cambiamento di voce doganale. Si possono citare i seguenti esempi:

- i tessuti e stoffe a maglia, richiedono la fabbricazione a partire da filati, oppure la stampa o tintura di tessuti (o stoffe a maglia) greggi o pre candeggiati, accompagnata da operazioni di preparazione o rifinitura;
- gli indumenti diversi da quelli a maglia, finiti o completi, e gli indumenti a maglia ottenuti riunendo due o più parti di stoffa a maglia, richiedono la “confezione completa”.

Per “**confezione completa**” si intendono tutte le operazioni che debbono essere effettuate successivamente al taglio dei tessuti o alla modellatura delle stoffe a maglia. Tuttavia, il fatto che una o più lavorazioni di rifinitura non sia stata effettuata non implica che la confezione debba considerarsi incompleta.

Sono ad esempio **operazioni di rifinitura**:

- applicazione di bottoni e/o di altri tipi di chiusura;
- confezione di asole;

- rifinitura delle estremità di pantaloni o maniche, oppure orli inferiori di camicie, gonne o abiti;
- apposizione di guarnizioni ed accessori quali tasche, etichette, distintivi, ecc.;
- stiratura ed altre preparazioni per indumenti da vendere “confezionati”.

In particolari procedimenti di fabbricazione, si può verificare il caso che le lavorazioni di rifinitura, specie se costituite da un insieme di operazioni combinate, assumano un'importanza tale da dover essere considerate come qualcosa di più della semplice rifinitura. In casi del genere, la mancata esecuzione di dette operazioni implica la perdita del carattere di completezza della confezione.

In particolare, per i **prodotti tessili e dell'abbigliamento** della sezione XI del Sistema Armonizzato è necessario che nel paese considerato siano avvenute due trasformazioni e, quindi, in raffronto alle regole non preferenziali per prodotti simili, l'origine preferenziale richiede una fase ulteriore di lavorazione:

- per i **tessuti e stoffe a maglia**, si richiede la fabbricazione a partire dalla fibra o materiali chimici, o paste tessili (anziché dal filato);
- per gli **indumenti diversi da quelli a maglia, finiti o completi, e per gli indumenti a maglia ottenuti riunendo due o più parti di stoffa a maglia**, si richiede la fabbricazione a partire da filati (anziché la “confezione completa”).

Affinché un indumento del tipo sopra indicato sia di origine preferenziale occorre quindi, partendo dal filato di origine terza, aver effettuato sia la tessitura e sia la confezione.

Esempi:

- 1) Un indumento a maglia classificato nel cap. 61, confezionato in Italia utilizzando parti di stoffa a maglia, originarie dagli USA (anche se nazionalizzate in Italia) potrà dare luogo all'emissione del certificato generale di origine CE ed all'apposizione del “Made in Italy”, se la lavorazione fatta in Italia è una confezione completa, comprendente anche le operazioni di rifinitura. Esportando l'indumento in Paesi con accordo di libero scambio, NON si potrà invece ottenere il certificato EUR.1, che consente al cliente destinatario dell'indumento, all'importazione nel suo paese, il trattamento daziario preferenziale previsto dall'accordo tra l'Unione europea ed il paese di importazione, in quanto l'indumento non risponde alla regola che richiede la fabbricazione a partire dal filato.
- 2) Gli indumenti ed accessori di abbigliamento a maglia, classificati al capitolo 61 ma diversi da quelli considerati all'esempio precedente, e cioè non ottenuti riunendo due o più parti di stoffa a maglia (ad esempio le calze), ottenuti in Italia a partire da filati importati dagli USA, sono originari dell'UE per la regola non preferenziale, e possono avere quindi il certificato di origine CE ed esporre il “Made in Italy”; non si potrà invece rilasciare l'EUR. 1 in quanto la regola preferenziale richiede la “Fabbricazione a partire da fibre naturali, fibre sintetiche o artificiali, discontinue, non cardate né pettinate... o da materiali chimici o paste tessili”. Gli accordi preferenziali stabiliscono inoltre regole particolari per i miscugli di prodotti tessili (con una tolleranza, generalmente del 10% del peso del prodotto finito, di materiali non originari), e per gli accessori e guarnizioni (diversi da fodera e controfodera) terzi che non superano l'8% del prezzo franco fabbrica del prodotto.

Per la seta (capo 50), se il tessuto di seta è stato realizzato a partire da materia prima non di origine preferenziale UE/UK, il prodotto finito (5007) sarà di origine preferenziale UE/UK, a patto che sia stato realizzato nel rispetto delle lavorazioni specifiche riportate nella regola. Si tratta di uno dei casi di applicazione della regola della c.d. *doppia*

trasformazione attenuata ^[11].

Con il termine “**fabbricazione**”, che viene utilizzato in tutte le regole, si intende qualsiasi tipo di lavorazione o trasformazione, compreso il montaggio e le operazioni specifiche.

Sono sempre da escludere invece quelle lavorazioni, definite come “**trasformazioni insufficienti** ” a conferire il carattere originario, quali:

- le manipolazioni destinate ad assicurare la conservazione dei prodotti;
- le semplici operazioni di spolveratura, vagliatura, cernita, classificazione, assortimento, lavatura, riduzione in pezzi;
- i cambiamenti di imballaggio, le divisioni o riunione di partite (semplice insaccatura, collocamento in astucci, scatole o su tavolette);
- l'apposizione sui prodotti e sul loro imballaggio di marchi, etichette o altri segni distintivi di condizionamento;
- la semplice riunione di parti di prodotti per costituire un prodotto finito;

il cumulo di due o più delle operazioni sopra elencati ^[12].

LA REGOLAMENTAZIONE PREVISTA DALL'ACCORDO

L'accordo a pag. 471 e 488 (ALLEGATO ORIG-2: REGOLE DI ORIGINE SPECIFICHE PER PRODOTTO) alla SEZIONE XI dedicata alle MATERIE TESSILI E LORO MANUFATTI e alla SEZIONE XII dedicata alle CALZATURE [...] elenca tutte le categorie di prodotto appartenenti a tali sezioni.

A pag. 452 (Nota 6) definisce chiaramente cosa si intende per “fibre sintetiche o artificiali in fiocco”, per “fibre naturali”, per “stampa” e per “stampa (operazione indipendente)”.

L'accordo inoltre stabilisce a pag. 453 (Nota 7) quali tolleranze sono applicabili ai prodotti contenenti due o più materiali tessili di base. Alcuni esempi di materiali tessili di base sono seta, lana, peli grossolani, crini, cotone, lino, filamenti artificiali, fibre sintetiche in fiocco di poliacrilonitrile, filati di poliuretano segmentato con segmenti flessibili di polietere, anche rivestiti, ecc...

Le condizioni non sono applicabili, come tolleranza, ai materiali tessili di base non originari utilizzati nella produzione di un prodotto, purché:

- a) il prodotto contenga due o più materiali tessili di base;
- b) il peso totale dei materiali tessili di base non originari non superi il 10 % del peso totale di tutti i materiali tessili di base utilizzati.

Esempio: per un tessuto di lana della voce 51.12 che contiene filati di lana della voce 51.07, filati sintetici di fibre in fiocco della voce 55.09 e materiali diversi dai materiali tessili di base non originari, filati di lana non originari che non soddisfano la prescrizione di cui all'allegato ORIG-2 [Regole di origine specifiche per prodotto], o filati sintetici non originari che non soddisfano la prescrizione di cui all'allegato ORIG-2 [Regole di origine specifiche per prodotto], o

¹¹ Fonte: Accordo sugli scambi commerciali e la cooperazione

¹² Fonte: Accordo sugli scambi commerciali e la cooperazione

una combinazione di entrambi, tali materiali possono essere utilizzati, purché il loro peso totale non superi il 10 % del peso di tutti i materiali tessili di base.

In deroga alla lettera b), nel caso di prodotti che contengono “filati di poliuretano segmentato con segmenti flessibili di polietere, anche rivestiti”, la tolleranza massima corrisponde al 20 %. La percentuale di altri materiali tessili di base non originari non supera tuttavia il 10 %.

In deroga alla lettera b), nel caso di prodotti contenenti un “nastro consistente di un’anima di foglio di alluminio, oppure di un’anima di pellicola di materia plastica, anche ricoperta di polvere di alluminio, di larghezza non superiore a 5 mm, inserita mediante incollatura tra due pellicole di plastica”, la tolleranza massima corrisponde al 30%. La percentuale di altri materiali tessili di base non originari non supera tuttavia il 10%.

Vi sono poi altre tolleranze applicabili ad alcuni prodotti tessili tra cui:

- 1) Possono essere utilizzati materiali tessili non originari (ad eccezione di fodere o controfodere) che non soddisfano le prescrizioni per il prodotto finito in questione, purché siano classificati in una voce diversa da quella del prodotto e il loro valore non superi l'8 % dell'EXW del prodotto.
- 2) I materiali non originari che non sono classificati nei capi da 50 a 63, anche contenenti materiali tessili, possono essere utilizzati senza restrizioni nella produzione di prodotti tessili di cui ai capi da 50 a 63.

Esempio: se una prescrizione di cui all'allegato ORIG-2 dispone che si usi il filato per un determinato prodotto tessile, come i pantaloni, ciò non vieta l'uso di materiali non originari metallici, come i bottoni, poiché questi non sono classificati nei capi da 50 a 63. Per gli stessi motivi, ciò non vieta l'uso di chiusure lampo non originarie, anche se queste normalmente contengono materiali tessili.

Se una prescrizione di cui all'allegato ORIG-2 fissa un valore massimo di materiali non originari, si tiene conto del valore dei materiali non originari non classificati nei capi da 50 a 63 nel calcolo del valore dei materiali non originari ^[13].

IL CUMULO

Secondo l'accordo, tra le parti si applicano le regole del cumulo (completo/totale) bilaterale. Un prodotto o materiale originario UK può essere considerato originario UE se nella UE viene trasformato o incorporato in altro prodotto a patto che l'operazione compiuta non sia considerata insufficiente.

In tal modo, il prodotto così ottenuto potrà godere dei benefici dell'origine preferenziale UE negli scambi commerciali con i paesi terzi.

Al contrario, NON è previsto il cumulo con paesi terzi, pertanto qualora il prodotto sia realizzato a partire da un materiale non originario di una delle due parti, l'acquisizione del carattere originario UE o UK è subordinata alla effettuazione di una trasformazione sufficiente in una delle due parti nel rispetto delle regole specifiche per prodotto (sono insufficienti le produzioni citate all'art. ORIG.7 - Produzione insufficiente) ^[14].

13 Fonte: Accordo sugli scambi commerciali e la cooperazione

14 Fonte: Accordo sugli scambi commerciali e la cooperazione

REGOLE DI ETICHETTATURA IN UK

Import in UK		
Tessile e calzature	Tessile: i nomi delle fibre e le tolleranze saranno di competenza delle autorità britanniche. Applicazione del regolamento 2012 sui prodotti tessili (etichettatura e composizione delle fibre)	Possibilità di indicare il nome e l'indirizzo dell'importatore o del rappresentante nel Regno Unito sui documenti di importazione e non sul prodotto o sulla confezione fino al 31 dicembre 2022
	Calzature: nessun cambiamento. Gli importatori e i distributori del Regno Unito saranno responsabili della verifica della conformità dei prodotti e dell'etichettatura	
Sicurezza generale del prodotto	I produttori e gli altri operatori coinvolti nella catena di approvvigionamento del prodotto sono responsabili di questi prodotti in base al Consumer Protection Act 1987 e ai General Product Safety Regulations 2005	

Fonte: UL

ULTERIORI APPROFONDIMENTI



PERSONALE E IMMIGRAZIONE

Oltre alle problematiche legate ai beni, il comparto si trova a dover fare i conti anche con la gestione del personale impiegato nelle aziende operanti nel settore.

Secondo una relazione del Comitato consultivo per la migrazione, un'importante quota dei dipendenti dei settori all'ingrosso e al dettaglio proviene da paesi dello Spazio economico europeo (SEE). Tuttavia, il nuovo sistema di immigrazione a punti introdotto a gennaio 2021 è destinato a limitare l'offerta di manodopera straniera per l'industria.

Patrick Grant (CEO di Community Clothing,) insieme ad altri illustri nomi della moda britannica, come Paul Smith, Roksanda Ilincic e Katherine Hamnett, sono alcuni dei firmatari della lettera citata nei capitoli precedenti, nella quale si richiede al governo di rivedere i trattati con l'Unione e facilitare la libera circolazione e il rilascio di permessi e visti di lavoro a favore dei lavoratori manifatturieri e delle altre categorie della filiera della moda.

La fine della libera circolazione delle persone, infatti, sta avendo effetti sulle categorie di lavoratori del settore quali modelle, fotografi, studenti e lavoratori manifatturieri. L'accordo sulla Brexit non classifica tali categorie, che guadagnano in media tra le 15.000 e le 25.000 sterline l'anno, come lavoratori qualificati, rendendoli così non idonei ad ottenere il visto.

Sviluppare e garantire il talento rappresenta una parte essenziale dell'industria della moda, sia attraverso l'istruzione e la formazione, sia attraverso la capacità di reperire, trattenere e trasferire talenti e lavoratori provenienti da Paesi terzi.

Secondo il British Fashion Council, l'associazione di categoria della moda britannica, vi sono molteplici criticità che minacciano il comparto della moda da più aspetti.

Primo fra tutti, seppur momentaneo, l'impatto delle restrizioni di viaggio legate a COVID sul settore che normalmente opera a livello globale ha fortemente inciso su chi lavora nell'ambito della creatività e della produzione.

In secondo luogo, Il settore non brilla per disponibilità di competenze e professionalità, specialmente nei ruoli tecnici, per cui è costretto ad attingere a risorse provenienti da altri paesi.

Con l'uscita del Regno Unito Il timore è che tale carenza possa crescere determinando per alcune specifiche aree del comparto della moda gravi criticità.

Vi è poi una mancanza di ruoli della moda nella cosiddetta "Shortage Occupation List" (lista delle carenze occupazionali).

Le difficoltà scaturenti dal nuovo sistema di immigrazione del Regno Unito, quindi, riducono la possibilità' di accesso ad Uk per talenti e lavoratori della moda: se prima era infatti possibile organizzare shooting, servizi fotografici e video di moda reclutando con estrema facilità' modelle, fotografi e videografi senza congruo preavviso, adesso non è più possibile, in quanto i lavoratori Ue per poter lavorare in UK necessitano obbligatoriamente di ottenere un visto che richiede un iter diverso e naturalmente più lungo.

Il Permitted Paid Engagements permette a professionisti che hanno più di 18 anni di soggiornare nel Regno Unito fino a un mese ed assumere specifici impegni retribuiti, come indicato nell'appendice V: Norme sull'immigrazione per i visitatori.

Il **Permitted Paid Engagement** Visa specificatamente indica il "take part in fashion modelling assignments" come una delle attività autorizzate. Si estende, però, anche alle arti creative e dello spettacolo comprendendo musicisti, artisti visivi, truccatori, scrittori,

Alternativamente alcune categorie di lavoratori quali fashion models possono richiedere il Tier 5, ovvero un visto che viene rilasciato per compiere un lavoro retribuito fino ad un massimo di 12 mesi. Tale visto richiede l'intervento di uno sponsor nel Regno Unito.

Chiunque faccia domanda per ricevere il **Tier 5** avrà, quindi, bisogno di un certificato di sponsorizzazione (COS) rilasciato dall'azienda sponsor del Regno Unito che si assume l'obbligo di impiegare e sponsorizza l'artista durante il soggiorno nel Paese. I lavoratori temporanei possono essere accompagnati dal proprio entourage.

Il Model Code of Practice ideato da BFMA, Home Office e DCMS fornisce una guida agli sponsor del visto del Regno Unito (agenzie di moda) sulle modalità di corretto e regolare funzionamento del visto temporaneo (Temporary Visa).

È stato previsto anche un Global Talent Visa per Fashion Designers (stilisti di moda), introdotto grazie alla collaborazione tra Arts Council England e l'Home Office, con il supporto del Dipartimento per il digitale, la cultura, i media e lo sport. Inoltre, il British Fashion Council assume il ruolo di valutatore indipendente delle applicazioni nel settore della moda.

Lo stesso British Fashion Council ha guidato lo sviluppo del Fashion Studio Assistant Apprenticeship con l'Institute of Apprenticeships e un gruppo di datori di lavoro, offrendo nuove opportunità all'interno del settore.

Per maggiori informazioni riguardo ai visti: <https://assets.publishing.service.gov.uk/> <https://www.artscouncil.org>

PROPRIETÀ INTELLETTUALE

La protezione della proprietà intellettuale è un punto chiave per l'industria della moda, che si fonda su creatività, design e marchi. La protezione garantita dall'Unione europea ai diritti di proprietà intellettuale ha permesso al settore di tutelare innovazione e creatività. Adesso la proprietà intellettuale di brand e design sarà più incerta e complessa.

Marchi e design internazionali

I design e modelli internazionali dell'Ue continueranno ad essere protetti nel Regno Unito secondo i termini dell'accordo di recesso. Infatti, dal 1° gennaio 2021, l'Ufficio per la proprietà intellettuale del Regno Unito (IPO) ri-registrerà un design o modello per ogni design o modello comunitario già registrato.

Nel caso in cui, invece, sia stata fatta richiesta per un design o modello dell'Ue, ma questo non è ancora protetto o se la pubblicazione è stata differita, il titolare avrà nove mesi di tempo per richiedere lo stesso diritto del Regno Unito. Occorrerà pagare una tassa di iscrizione e la domanda sarà soggetta ai requisiti d'esame del Regno Unito.

Design non registrati

I design e modelli comunitari non registrati che sono sorti prima della fine del periodo di transizione (31.12.2020) continueranno a essere protetti anche nel Regno Unito per un periodo di tre anni attraverso gli *Unregistered Designs*.

La legge per gli *Unregistered Designs* protegge i design nel paese in cui questi vengono resi noti per la prima volta, sia pubblicamente che privatamente. Tuttavia, oggi, la divulgazione nel Regno Unito non offre più protezione in tutta l'UE. Questo è reciproco per i marchi internazionali.

Se si rende pubblico un design nell'UE, questo è protetto nell'UE per 3 anni dalla data in cui viene reso pubblico, meglio noto come "*unregistered community design right*". Tuttavia, questo non garantisce protezione al di fuori dell'UE.

Infatti, dal 1° gennaio 2021, un design supplementare non registrato (SUD) sarà disponibile nella legislazione del Regno Unito. Il SUD conferirà una protezione simile a quella conferita dal "*unregistered community design right*", ma solo per il Regno Unito.

Le aziende dovranno quindi valutare attentamente dove divulgare i propri prodotti per garantire una protezione adeguata nel mercato più importante.

Brevetti

E' possibile richiedere un brevetto europeo direttamente all'Ufficio europeo dei brevetti (EPO) per garantire protezione in più di 30 paesi in Europa, utilizzando la (non UE) Convenzione sul brevetto europeo (EPC).

Poiché l'EPO non è un'agenzia dell'UE, la Brexit non ha influito sull'attuale sistema. Quindi i brevetti europei esistenti che coprono il Regno Unito rimangono inalterati e i consulenti con sede nel Regno Unito continuano a essere in grado di rappresentare i richiedenti dinanzi all'EPO ^[15].

15 Fonte : [Gov.uk & Studio LSE](#) (Patrizia Casadei e Simona Iammarino)



LONDON

Italian Trade Commission
Trade Promotion Section of the Italian Embassy
Sackville House, 40 Piccadilly
W1J 0DR, LONDRA
☎ +44 20 7292 3910
☎ +44 20 7292 3911
✉ londra@ice.it

HELP DESK BREXIT

✉ brexit@ice.it
✉ g.migliore@ice.it | Gabriella Migliore
✉ f.mondani.contr@ice.it | Francesca Mondani
✉ e.oetiker.contr@ice.it | Elena Oetiker
✉ e.vassanelli.contr@ice.it | Eleonora Vassanelli

www.ice.it
www.export.gov.it
www.ice.it/it/mercati/regno-unito

[ita-london-italian-trade-agency](#) 
[@ITALondon_](#) 
[@italondon_](#) 
Italian Trade Agency 