



LA CINA ARREDA ITALIANO

nuove opportunità, evoluzioni e tendenze

Nell'ambito del programma promozionale 2013, l'**ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle aziende italiane** ha avviato un Progetto di promozione sul mercato cinese in favore delle aziende italiane del settore **arredamento**, in collaborazione con FederlegnoArredo, COSMIT, Confartigianato e CNA, con il supporto di Triennale, Unioncamere, Regione Toscana e Toscana Promozione.

Il Progetto, di durata triennale, si propone l'obiettivo di incrementare la presenza delle aziende italiane distribuite in Cina. Le **azioni da realizzarsi in Italia e in Cina** coinvolgeranno media, decision maker, VIP, distributori cinesi ed aziende italiane dell'arredo nei settori classico, moderno e contemporaneo.

Le **aziende italiane** avranno l'opportunità di partecipare al Progetto Cina mediante iniziative in Italia, cui faranno seguito azioni mirate direttamente in Cina nel secondo semestre 2013. Nel primo semestre il Programma prevede:

FORUM

La Cina arreda italiano

Milano 6 marzo 2013 - Firenze 8 marzo 2013 - Ore 8.45-13.30
Quota di partecipazione: **gratuito**

Esponenti del mondo imprenditoriale, giornalistico, studi di architettura cinesi ed italiani si incontreranno per illustrare le opportunità del mercato cinese e le tendenze emergenti nell'habitat in Cina.

Il Forum è rivolto ad imprenditori italiani: costituirà il momento centrale e propulsivo di tutta la prima fase del Progetto Arredacina e porrà l'accento sui cambiamenti, le novità del modo di vivere, l'ambiente della casa in Cina.



-FORUM

La Cina arreda italiano

-FOCUS FORMATIVO

Opportunità e criticità del mercato cinese

Milano

ICE Milano – Palazzo Le Stelline
C.so Magenta 59
6-7 marzo 2013

Firenze

Auditorium Santa Apollonia
8-9 marzo 2013

Scadenza adesioni:

25 febbraio 2013

<http://arredacina.ice.it>

FOCUS FORMATIVO *Opportunità e criticità del mercato cinese*
Milano 6-7 marzo 2013 – Firenze 8-9 marzo 2013
Ore 14.30-19.30 – 9.30 - 13.30
Quota di partecipazione: **€ 300 ad azienda**

Un focus sui temi più discussi del mercato cinese: protezione marchio, sistema giuridico e contenziosi, mediazione interculturale, negoziazione commerciale, canali distributivi.

Un appuntamento da non perdere per le aziende concretamente interessate alle opportunità del mercato cinese.

Il workshop, rivolto ad un massimo di 40 aziende italiane, avrà inizio nel pomeriggio a seguito del Forum e continuerà la mattina successiva, sia a Milano che a Firenze. L'incontro avrà un carattere altamente operativo e focalizzato sulle criticità del mercato cinese, con metodologie e soluzioni di penetrazione commerciale e marketing.

MODALITA' DI ADESIONE

Le aziende possono aderire **gratuitamente** al FORUM scegliendo la sede di Milano oppure Firenze.

E' possibile specificare l'adesione al focus "*Opportunità e criticità del mercato cinese*" che si terrà a seguito del FORUM, il pomeriggio e la mattina seguente, optando per la sede di Milano o di Firenze.

La partecipazione al focus è soggetta alla quota di adesione di € 300 per azienda.

Per aderire è necessario collegarsi al sito web arredacina.ice.it e cliccare su **Mi iscrivo**.

Le richieste di adesione potranno non essere accolte se incomplete o ricevute oltre il termine indicato. Non saranno accolte le domande pervenute da parte di aziende morose nei confronti dell'ICE-Agenzia anche se presentate da organismi associativi.

L'adesione delle Aziende è soggetta all'allegato Regolamento Generale per la partecipazione alle iniziative ICE. **La facoltà di rinuncia, in base dall'art.11 dell'allegato Regolamento, può essere esercitata senza nulla dovere all'ICE-Agenzia entro dieci giorni solari dalla trasmissione, via e-mail o fax, della comunicazione all'azienda di ammissione alla partecipazione.** Decorso tale termine l'azienda sarà tenuta al pagamento di una penale pari all'importo complessivo della quota di partecipazione.

Nota: Si segnala inoltre che, in base all'art.6 del Regolamento generale per la partecipazione alle iniziative organizzate dall'ICE-AGENZIA: qualora l'azienda non abbia provveduto al pagamento della quota dovuta, decade da ogni diritto di partecipazione. A norma del D.Lgs. n. 231 del 9.10.2002, in caso di ritardato pagamento, saranno applicati gli interessi di mora a decorrere dalla data di scadenza della fattura e se non specificato, a 30 gg. dalla data della fattura; la misura degli interessi di mora sarà quella stabilita dal decreto del Ministero del Economia e Finanza (7 punti sopra il tasso BCE).

Elenco allegati :

- 1 – Programma dei FORUM e dei FOCUS sul mercato cinese
- 2 – Regolamento ICE-Agenzia per la partecipazione alle iniziative promozionali

CONTATTI

ICE-AGENZIA PER LA
PROMOZIONE ALL'ESTERO E
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DELLE IMPRESE ITALIANE
Via Liszt 21 - 00144 Roma
Area Beni di Consumo - Sistema
Abitare

ICE MILANO C.so Magenta 59

Riferimenti:

Francesca Serafini
Tel. 06 5992 6022

Alessandra Valiani
Tel. 06 5992 9804

Valerio Soldani
Tel. 06 5992 7887

Marilena Procaccio
Tel. 06 5992 6008

Fax 06 8928 0324

arredamento.artigianato@ice.it

ICE MILANO

Rif. Antonietta Baccanari
Tel: 02 480441
e-mail: milano@ice.it

<http://arredacina.ice.it>

FORUM

LA CINA ARREDA ITALIANO
nuove opportunità, evoluzioni e tendenze

**Milano - 6 marzo 2013, ICE Milano – Palazzo Le Stelline
Corso Magenta 59**

- 08.45 - 09.25 **Registrazione**
- Modera: **Attilio Geroni** – Il Sole 24 Ore
- 09.15 - 09.30 **Riccardo Monti** - Presidente - ICE-Agenzia per la promozione e
l'internazionalizzazione delle imprese
Introduzione ai lavori
- 09.25 – 09.30 **Arturo Dell'Acqua Bellavitis**
Presidente della Fondazione Museo del Design – Triennale Milano
Saluto di benvenuto
- 09.30 - 10.00 **Antonino Laspina** - Direttore dell' Ufficio ICE di Pechino
*“Opportunità di mercato in Cina e panoramica sull'habitat - Usi e
costumi”*
- 10.00 – 11.00 **Tavola rotonda sull'abitare in Cina:**
Mr. Huang Lan – Chief editor di China Real Estate Magazine
“L'edilizia residenziale in Cina: tipologie e tendenze di mercato”
Ms. Xu Ning - Chief editor di Forniture Today China
“Tendenze del mercato dell'arredamento in Cina”
Mr. JC Ning - Publisher di Domus China

Con il supporto di:

- “Canali distributivi: il contract”*
- 11.00 - 11.15 **Question Time**
- 11.15 - 11.30 **Mr. Jiang Xilong** – Head designer
Dong Yi Ri Sheng Decoration Group
“La filosofia dell’abitare in Cina”
- 11.30 - 11.50 **Arch. Carlo Colombo**
Arch. Joseph Di Pasquale
“L’esperienza cinese”
- 11.50 - 12.10 **Alberto Vignatelli** – Chairman & CEO
Luxury Living Group – Fendi Casa & Kenzo Maison
Giovanni Anzani - CEO Poliform
“Difficoltà e criticità nell’export verso il mercato cinese”
- 12.10 - 12.40 **Mr. Zhu Yanping** – General Manager Noble House
Mr. Zhu Bin – General Manager Vita Furniture
“Problemi tecnici legati all’importazione”
- 12.40 - 13.00 **Question time**
- 13.00 - 13.30 **Chiusura dei lavori a cura di :**
Riccardo Monti - Presidente ICE - Agenzia per la
Promozione e l’internazionalizzazione delle imprese
Roberto Snaidero - Presidente FederlegnoArredo

FORUM

 **LA CINA ARREDA ITALIANO**
nuove opportunità, evoluzioni e tendenze

**Firenze - 8 marzo 2013, AUDITORIUM Santa Apollonia
Via San Gallo 25**

- 09.00 - 09.15 Registrazione
- Moderata: **Rita Fatiguso** – Il Sole 24 Ore
- 09.15 – 09.25 **Gianfranco Simoncini** - Assessore alle Attività Produttive, lavoro e
formazione della Regione Toscana - *Saluto di benvenuto*
- 09.25 - 09.35 **Roberto Luongo** - Direttore Generale – ICE-Agenzia per la
promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese
italiane - *Apertura dei Lavori*
- 09.35 – 10.00 **Antonino Laspina** - Direttore dell'Ufficio ICE di Pechino
*“Opportunità di mercato in Cina e panoramica sull'abitare:
Usi e costumi”*
- 10.00 – 11.00 **Direttori di magazine di design cinesi - Tavola rotonda**
Mr. Huang Lan – Chief editor di China Real Estate Magazine
“L'edilizia residenziale in Cina: tipologie e tendenze di mercato”
Ms. Xu Ning - Chief editor di Forniture Today China
“Tendenze del mercato dell'arredamento in Cina”
Mr. JC Ning - Publisher di Domus China
“Canali distributivi: il contract”
- 11.00 - 11.15 **Question Time**
- 11.15 - 11.30 **Mr. Jiang Xilong** – Head designer
Dong Yi Ri Sheng Decoration Group

Con il supporto di:



Regione Toscana



“La filosofia dell’abitare in Cina”



- 11.30 - 11.55 **Arch. Carlo Colombo**
Arch. Joseph Di Pasquale
“L’esperienza cinese”
- 11.55 - 12.15 **Lorenzo David Overi** – Chairman Formitalia Group Spa
Cosimo Savio - Responsabile del mercato cinese Savio Firmino
“Difficoltà e criticità nell’export verso il mercato cinese”
- 12.15 - 12.40 **Mr. Zhu Yanping** – General Manager Noble House
Mr. Zhu Bin – General Manager Vita Furniture
“Problemi tecnici legati all’importazione”
- 12.40 - 12.55 **Question time**
- 12.55 - 13.15 Chiusura dei lavori a cura di :
Roberto Luongo Direttore Generale ICE-Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane
Claudio Miotto Vice-presidente di Confartigianato Imprese
Giorgio Aguzzi Vicepresidente nazionale CNA

LA CINA ARREDA ITALIANO
nuove opportunità, evoluzioni e tendenze

Focus su: opportunità e criticità del mercato cinese

Milano 6 e 7 marzo 2013

Firenze 8 e 9 marzo 2013

6/8 marzo 2013

- 14.45 – 15,00 Registrazione e consegna materiale
- 15,00 – 17,00 **Modalità di sviluppo commerciale in Cina**
Accesso al Mercato a cura di *Augusto Bordini*
- 17,00 – 17, 15 Coffee break
- 17,15 – 19,15 **Comunicare e negoziare in Cina**
a cura di Patrizia Dionisio

7/9 marzo 2013

- 9,00 – 9,1 5 Registrazione e consegna materiale
- 9, 15 – 11,15 **Proteggere marchi e design nel territorio cinese**
a cura di Francesco Casucci
- 11,15 – 11,30 Coffee Break
- 11,30 – 13,30 **L'accesso al mercato cinese: aspetti legali e fiscali**
a cura di Antimo Cappuccio

Con il supporto di:



LA TRIENNALE DI MILANO



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONI

Informativa ai sensi dell'articolo 13 della Legge n. 196/2003

I Suoi dati personali saranno trattati per promuovere e sviluppare il commercio del suo prodotto e/o servizio all'estero come previsto dall'articolo 2 della legge n.68/1997.

Il trattamento avverrà con modalità cartacee e/o informatizzate.

I dati saranno comunicati e diffusi ad altri soggetti pubblici o privati per adempiere a specifici obblighi di legge ovvero per tutte le attività strettamente necessarie per lo svolgimento delle funzioni istituzionali dell'Istituto, come sancito dall'art.3, comma 8, del D.P.R. n.474/1997.

Il conferimento dei dati contrassegnati come obbligatori è indispensabile per usufruire del servizio richiesto, l'eventuale rifiuto a fornire tali informazioni non consentirà l'erogazione dello stesso. Il conferimento dei dati contrassegnati come facoltativi è finalizzato esclusivamente alla possibilità di offrirLe un servizio maggiormente personalizzato; il mancato conferimento degli stessi, quindi, non pregiudicherà l'erogazione del servizio.

Le ricordiamo, inoltre, che potrà esercitare, in qualunque momento, i diritti di cui all'articolo 7 del Decr. Legisl. 196/2003 (diritto di accesso ai dati personali ed altri diritti).

Per ogni informazione è possibile rivolgersi al titolare del trattamento dati: Istituto Nazionale per il Commercio con l'Estero, V. Liszt, 21, 00144 Roma, o ai Responsabili del trattamento:

1. Area Relazioni Esterne;
2. Area Sistemi Informativi;
3. Attività di Controllo e di Assistenza Prodotti Agricoli;
4. Auditing;
5. Area Legale e Segreteria Istituzionale;
6. Area Strategie di Rete;
7. Direzione del Dipartimento Amministrazione, Finanza e Controllo;
8. Direzione del Dipartimento Formazione e Studi;
9. Direzione del Dipartimento Personale, Relazioni Sindacali e Servizi Generali;
10. Direzione del Dipartimento Promozione dell'Internazionalizzazione;
11. Direzione del Dipartimento Servizi alle Imprese;
12. P.A.G. Allestimenti e Grafica Promozionale
13. Retitalia Internazionale Spa
14. Ufficio Stampa.

Regolamento generale per la partecipazione alle iniziative dell'ICE

ART. 1. **PREMESSA.** Le iniziative sono organizzate dall'Istituto nel quadro della politica di promozione del prodotto italiano all'estero decisa dal Ministero dello Sviluppo Economico. Le decisioni prese dall'Istituto sono quindi dirette a promuovere e tutelare, in via prioritaria, l'immagine dell'Italia in generale, l'interesse collettivo e la riuscita complessiva dell'iniziativa.

ART. 2. **PARTECIPAZIONE.** Sono ammesse a partecipare le aziende italiane, regolarmente registrate presso la CCIAA, che rispondono direttamente dell'osservanza delle norme di partecipazione da parte dei propri incaricati o rappresentanti in loco. Sono altresì ammessi a partecipare organismi italiani quali federazioni, associazioni, enti pubblici e privati e consorzi. La richiesta di partecipazione da parte di tali organismi viene considerata come "domanda collettiva" di partecipazione, salvo accordi diversi che dovranno essere di volta in volta concordati con l'Istituto in sede di ammissione alla manifestazione. Anche per tali soggetti, nonché per le aziende ammesse loro tramite, valgono tutte le norme contenute nel presente "Regolamento" unitamente a quelle contenute nelle circolari emanate dall'Istituto per la specifica iniziativa. Il termine "azienda" indicato nel presente "Regolamento" vale anche per gli organismi e soggetti di cui sopra che richiedono di partecipare all'iniziativa in riferimento.

ART. 3. **DOMANDA DI AMMISSIONE ED ESCLUSIONI.** L'adesione all'iniziativa può essere avanzata esclusivamente con l'inoltro del modulo "domanda di ammissione". Lo stampato, fornito dall'Istituto, deve essere restituito entro i termini indicati per ogni specifica iniziativa. Sono prese in considerazione, prioritariamente, le "domande di ammissione" pervenute nei termini stabiliti, debitamente compilate e sottoscritte. Per quanto riguarda la data di presentazione fa fede il protocollo di arrivo all'Istituto o la data di trasmissione risultante sul telefax. Le domande devono essere sottoscritte dal rappresentante legale dell'azienda con l'apposizione del timbro recante la denominazione sociale. L'Istituto si riserva la facoltà di accettare le domande di ammissione e di accogliere, in tutto o in parte, le richieste di area o altro in esse contenute, senza privilegio alcuno per i partecipanti alle edizioni precedenti. Sono escluse le aziende che: non sono in regola con i pagamenti dovuti all'Istituto; non si sono attenute a disposizioni impartite in precedenti occasioni o hanno assunto un comportamento tale da recare pregiudizio al buon nome dell'Istituto o all'immagine dell'Italia; da non dimostrato sufficiente serietà commerciale causando lamentele o proteste giustificate da parte degli operatori locali; non hanno osservato norme e regolamenti imposti dai singoli Enti fieristici esteri organizzatori delle manifestazioni o leggi del paese ospitante; hanno utilizzato abusivamente marchi di altre aziende. In ogni caso l'eventuale mancato accoglimento della domanda di ammissione sarà comunicato all'azienda interessata con l'indicazione dei relativi motivi.

ART. 4. **QUOTA DI PARTECIPAZIONE.** La quota di partecipazione ha natura di concorso al complesso delle spese da sostenere per la realizzazione dell'iniziativa e non è quindi riferibile a singole prestazioni. Tale quota, indicata nella circolare relativa alla specifica iniziativa, è definita a forfait oppure, in caso di fiere o mostre, parametrata ai mq. o ai "moduli" e non è comprensiva dell'IVA, ove dovuta. La quota di partecipazione potrà, per cause sopravvenute, essere soggetta ad aumenti. Con la firma della "domanda di ammissione" l'azienda si impegna a sostenere tale eventuale maggiore onere sempre che esso sia contenuto entro un massimo del 10%. Le prestazioni comprese nella quota di partecipazione sono indicate nella circolare relativa alla specifica iniziativa.

ART. 5. **AMMISSIONE ED ASSEGNAZIONE AREA ESPOSITIVA.** L'ammissione all'iniziativa è data dall'Istituto a mezzo comunicazione scritta. L'assegnazione delle aree e degli stand viene decisa dall'Istituto tenuto conto delle esigenze organizzative, funzionali, tecniche-progettuali e dell'ottimale impostazione complessiva dell'iniziativa. A causa delle caratteristiche dell'area o della ripartizione degli spazi l'Istituto può essere costretto ad assegnare una superficie non esattamente corrispondente per dimensione ed ubicazione a quella richiesta. L'Istituto si riserva la possibilità di modificare, ridurre e cambiare in qualsiasi momento l'ubicazione e/o le dimensioni dell'area assegnata, qualora esigenze e/o circostanze lo richiedessero, senza diritto alcuno da parte dell'espositore ad indennità o risarcimenti. In caso di riduzione della superficie assegnata spetterà all'azienda una proporzionale riduzione della quota di partecipazione con relativo rimborso. Non è permesso subaffittare o cedere a terzi la totalità o parte della superficie espositiva assegnata. Non è permesso ospitare nello stand altre aziende o esporne i prodotti senza preventivo accordo scritto con l'Istituto.

ART. 6. **PAGAMENTI E RIMBORSI.** Con la sottoscrizione della "domanda di ammissione" l'azienda si impegna a versare l'ammontare dovuto. Per talune iniziative può essere richiesto dall'Istituto un anticipo sull'importo totale. Trascorsi 10 giorni dalla data di comunicazione dell'ammissione all'iniziativa tramite fax, telex o telegramma e della relativa assegnazione di area espositiva l'Istituto procederà all'emissione della fattura per l'importo da corrispondere. In tale fattura sono riportate la somma dovuta, il modo ed il termine di pagamento (generalmente entro 15 giorni dalla data della fattura). In caso di variazione di date o annullamento dell'iniziativa, per cause di forza maggiore o comunque indipendenti dalla volontà dell'Istituto, l'Istituto stesso, provvederà, entro 60 gg. dalla data di comunicazione, al solo rimborso di quanto versato dall'azienda. In caso di variazione di data la restituzione avrà luogo nei limiti suindicati solo se l'azienda non riconfermerà la propria adesione. Qualora l'azienda non abbia provveduto al pagamento della quota dovuta, decade da ogni diritto di partecipazione e pertanto non potrà prendere possesso dello stand inizialmente assegnato.

ART. 7. **PRESTAZIONI A CARICO DELL'AZIENDA ESPOSITRICE.** Sono di norma a carico dell'azienda espositrice che dovrà provvedere in proprio, salvo diversa indicazione: spedizioni-trasporto-consegna campionari fino a destinazione nell'area-stand assegnato, ed eventuale ritorno, con operazioni doganali e pratiche connesse; sistemazione campionario in esposizione all'interno area-stand, compresa movimentazione, apertura-chiusura immagazzinamento imballaggi; collegamenti elettrici, idrici ed aria compressa dal punto di erogazione all'interno dell'area-stand fino ai macchinari-apparecchiature in esposizione; erogazione aria compressa nei padiglioni fieristici sprovvisti di impianto centralizzato; forniture particolari e/o aggiuntive di allestimento-arredo oltre quelle indicate per la specifica iniziativa, previo nulla osta dell'Istituto; assicurazione contro rischi trasporto, danni e furto campionari e materiali esposti prima, durante e dopo la manifestazione; viaggio e soggiorno con prenotazioni connesse. Il reperimento del personale per lo stand e l'installazione di telefoni, fax, telex, ed altre apparecchiature può essere richiesto all'Istituto fermo restando che i relativi costi saranno a carico dell'azienda partecipante.

ART. 8. **DOTAZIONE E SISTEMAZIONE AREA-STAND.** L'area e/o lo stand, se predisposto dall'Istituto, viene fornito secondo quanto indicato nelle circolari della specifica iniziativa. Forniture particolari non comprese nelle dotazioni potranno eventualmente essere fornite solo se richieste con congruo anticipo e con addebito a parte. Eventuali richieste di variazioni, modifiche o integrazioni

presentate in loco potranno essere soddisfatte nei limiti delle possibilità, sempre con addebito. A conclusione dell'iniziativa gli espositori devono riconsegnare l'area assegnata e gli arredi/dotazioni nelle stesse condizioni in cui sono stati consegnati. Sono a carico degli espositori gli eventuali danni causati dagli stessi. La scritta richiesta dalla azienda partecipante per il cartello/insegna dello stand potrà essere sintetizzata e/o modificata dall'Istituto laddove fosse necessario per esigenze di spazio ovvero per garantire un'uniformità di presentazione della grafica. L'esposizione di eventuali manifesti, cartelli od altro materiale pubblicitario o promozionale può essere limitata ovvero sottoposta ad autorizzazione dell'Istituto in presenza di esigenze di decoro, di immagine e di rispetto delle leggi e dell'etica vigente nel paese ospitante.

ART. 9. **AREA/STAND NON ALLESTITI.** Nel caso di iniziative in cui l'Istituto procede alla sola assegnazione dell'area e/o stand senza allestimenti, le aziende partecipanti dovranno provvedere all'allestimento e/o arredamento della propria area/stand impegnandosi a rispettare le indicazioni organizzative e tempistiche impartite nonché rispettare i regolamenti generali, le norme di montaggio-smontaggio, di sicurezza, di copertura assicurativa etc., previsti e pubblicati dagli Enti o Società organizzatrici della manifestazione.

ART. 10. **SISTEMAZIONE E PRESENTAZIONE CAMPIONARIO.** L'espositore si impegna ad essere presente nel proprio stand per la verifica del campionario e la sistemazione dello stesso entro il termine indicato per la specifica iniziativa. L'espositore si impegna altresì, prima della chiusura della manifestazione, a non abbandonare lo stand, e a non iniziare lo smontaggio o il reimpallaggio del campionario. Il mancato rispetto di tale regola, recando un danno all'immagine della manifestazione e dell'Italia, può comportare l'esclusione da altre iniziative dell'Istituto. L'Istituto si riserva la facoltà di far ritirare dall'esposizione quei prodotti, oggetti o arredi che non siano in linea con l'immagine della manifestazione o dell'Italia, con i fini istituzionali dell'attività dell'Istituto stesso, con il tema dell'iniziativa, con i regolamenti della fiera o le leggi del paese in cui ha luogo l'iniziativa stessa. E' in ogni caso vietato esporre prodotti stranieri e/o distribuire materiale pubblicitario a tali prodotti.

ART. 11. **RINUNCIA.** L'azienda che non fosse in grado di partecipare all'iniziativa deve inoltrare immediatamente una comunicazione scritta all'Istituto per mezzo telefax, telex o telegramma. Se la rinuncia viene notificata all'Istituto entro 10 giorni dalla data in cui è stata comunicata l'ammissione all'iniziativa e la relativa assegnazione dell'area, nulla è dovuto dall'azienda. Trascorso detto termine, salvo diversa regolamentazione prevista espressamente nella circolare della specifica iniziativa, l'azienda è tenuta al pagamento dell'intero ammontare dovuto, necessario a coprire i costi impegnati e/o sopportati dall'Istituto per la realizzazione dell'iniziativa. Ove lo spazio espositivo inizialmente assegnato all'azienda rinunciataria, venga successivamente riassegnato in tempo utile ad altra/e azienda/e, la prima sarà tenuta al solo pagamento di una penale pari al 30% dell'ammontare dovuto.

ART. 12. **RECLAMI.** Eventuali vizi nell'adempimento degli obblighi assunti dall'ICE, dovranno essere immediatamente contestati dall'azienda ammessa all'iniziativa con circostanziato reclamo scritto all'Istituto onde consentirne l'accertamento, la rimozione e la eventuale azione di regresso nei confronti di terzi responsabili. L'Istituto potrà rispondere degli eventuali danni derivanti dai vizi accertati entro il limite massimo della quota di partecipazione corrisposta dall'azienda per la specifica iniziativa. In particolare, relativamente ai vizi negli allestimenti-arredi dell'area-stand, l'azienda dovrà, a seconda se gli stessi vengano rilevati: al momento della consegna, avanzare circostanziato reclamo scritto al funzionario o tecnico ICE presenti in loco - a pena di decadenza - entro e non oltre il giorno dell'inaugurazione della specifica iniziativa (il suddetto termine assume valore essenziale anche ai fini del primo comma dell'art. 1578 C.C., ed il mancato reclamo scritto entro il termine sopra indicato comporta l'accettazione senza riserve dell'area-stand); durante lo svolgimento dell'iniziativa, comunicarli per iscritto al funzionario o tecnico ICE presenti in loco - a pena di decadenza - entro e non oltre la fine della manifestazione. L'eventuale risarcimento derivante dai vizi sopra citati sarà comunque commisurato con riferimento solo al costo dei lavori e delle forniture difformi, omissi o non completati.

ART. 13. **AZIONI DI COMUNICAZIONE - PUBBLICITÀ.** L'Istituto pur assicurando la massima attenzione e cura, non risponde di errori ed omissioni eventualmente occorsi nelle diverse azioni di comunicazione-pubblicità realizzate per la specifica iniziativa (brochure, catalogo ufficiale fiera, catalogo collettiva italiana, audiovisivi, inserzioni stampa, etc.).

ART. 14. **TRASPORTI, SPEDIZIONIERI, FORMALITÀ DOGANALI.** Per particolari iniziative l'Istituto si riserva la facoltà di segnalare, ad ogni buon fine operativo-logistico, uno o più spedizionieri per l'espletamento di tutte le operazioni connesse con il trasporto dei materiali espositivi, le procedure doganali ovvero per l'introduzione o la movimentazione delle merci nell'ambito dell'area espositiva. L'Istituto non è responsabile delle prestazioni degli spedizionieri segnalati. Il rapporto tra lo spedizioniere e l'espositore è diretto. L'espositore è tenuto a rispettare le norme doganali italiane e quelle del paese nel quale viene realizzata l'iniziativa predisponendo la necessaria documentazione. L'espositore è comunque responsabile di fronte alle leggi del paese nel quale si svolge l'iniziativa per l'introduzione o l'esportazione di materiali o prodotti per i quali vigano divieti o restrizioni.

ART. 15. **ASSICURAZIONE.** La quota di partecipazione non comprende, salvo diversa indicazione, alcuna assicurazione. L'assicurazione del campionario, quando prevista, è condizionata all'invio all'Istituto, entro i termini indicati, della fattura pro-forma o altro documento da cui risulti la quantità, descrizione e valore della merce destinata all'esposizione. L'Istituto non è responsabile per perdite o danni ai prodotti esposti e/o qualsiasi altro bene dell'espositore, dei suoi rappresentanti, dei suoi invitati e visitatori, come pure degli incidenti in cui possano essere coinvolti.

ART. 16. **ORGANIZZAZIONE VIAGGI.** Per particolari iniziative l'Istituto si riserva la facoltà di segnalare, ad ogni buon fine operativo-logistico, una o più Agenzie di viaggio per l'organizzazione del viaggio, la gestione delle prenotazioni alberghiere ed aeree, ecc. Nessuna responsabilità potrà essere addebitata all'Istituto per disservizi che si dovessero verificare. Il rapporto tra l'Agenzia e l'espositore è diretto.

ART. 17. **PERSONALE PER LO STAND.** L'Istituto offre un servizio di ricerca personale per lo stand (interpreti, hostess, ecc.). Pur assicurando la massima attenzione nella scelta nessun addebito potrà essere mosso all'Istituto per eventuali controversie con tali addetti. Il rapporto tra detto personale e l'azienda è diretto.

ART. 18. **FORO COMPETENTE.** Per le controversie che eventualmente dovessero insorgere tra l'Istituto e le aziende ammesse a partecipare alla manifestazione, sarà competente esclusivamente il Foro di Roma.