# GLI STATI UNITI D'AMERICA E LE NUOVE OPPORTUNITÀ

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY

## 1

## IL PAESE

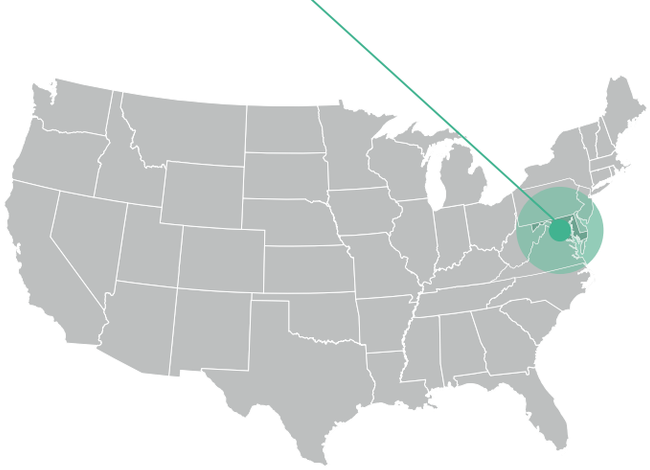
### STATI UNITI D'AMERICA

Gli Usa sono una Repubblica Federale Costituzionale (50 Stati federati)

Forma di governo:
**presidenziale**

CAPITALE FEDERALE
**WASHINGTON D.C.**

Abitanti
**328.839.750**



Superficie
**9.372.614**
**kmq**

Valuta
**Dollaro** (USD)

# 1.1
# ANALISI GEOPOLITICA E CARATTERISTICHE SOCIOECONOMICHE DEL MERCATO

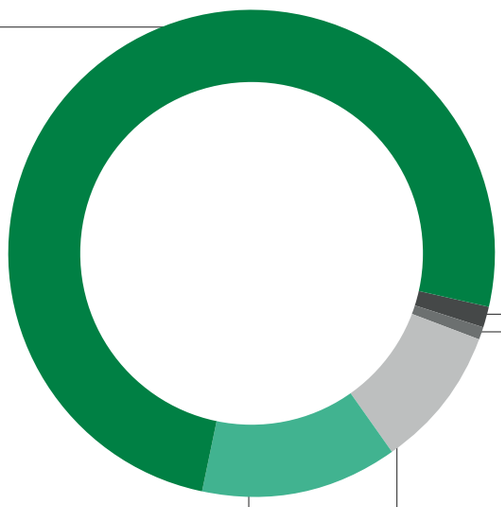
**GLI USA SONO LA PRIMA ECONOMIA MONDIALE PER PIL**

**INGLESE**

Lingua ufficiale

**35 ab./kmq**
Densità demografica

ETNIE




# 1.2
## SNAPSHOT DEI PRINCIPALI DATI MACROECONOMICI

# LA SITUAZIONE

## PIL NOMINALE
(2019)

**21.430**
**miliardi $**

## VARIAZIONE DEL PIL

2019/18
**+2,3%**

IV trim 2019
**+2,1%**

## COMPOSIZIONE DEL PIL

**80%**
servizi

**19%**
industria

**1%**
agricoltura

**Pil pro capite**
(2019)
**65.462 $**

**Inflazione annua**
(gennnaio 2020)
**+2,5%**

**Tasso Fed**
(marzo 2020)
**0-0,25%**

**Variazione demografica**
(2019/18)

**+0,48%**

**Disoccupazione**
(dicembre 2019)

**3,5%**

# GLI SCAMBI INTERNAZIONALI

(dati sul 2019 in miliardi di USD $)

**Saldo partite correnti**
**-498,4**

**Saldo bilancia commerciale beni e servizi**
**-614,4**

**Interscambio commerciale**
**4.143,6**

**IMPORTAZIONI USA**
(2019)

**ESPORTAZIONI USA**
(2019)

**2.498,4**

**MONDO**

**1.645,2**

**IMPORTAZIONI USA**
(2019)

**57,2**

# ITALIA

**ESPORTAZIONI USA**
(2019)

**23,8**

**Saldo commerciale per l'Italia**
**33,4**

**Variazione sul 2018**
**+4,4%**

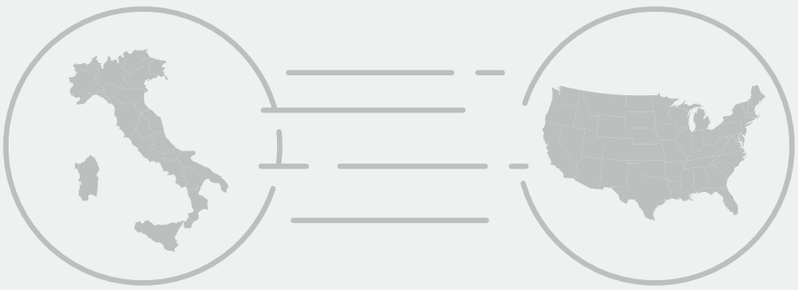
**Quota italiana sul mercato Usa**
**2,3%**

**Posizione dell'Italia tra gli importatori in Usa**
**12ª**

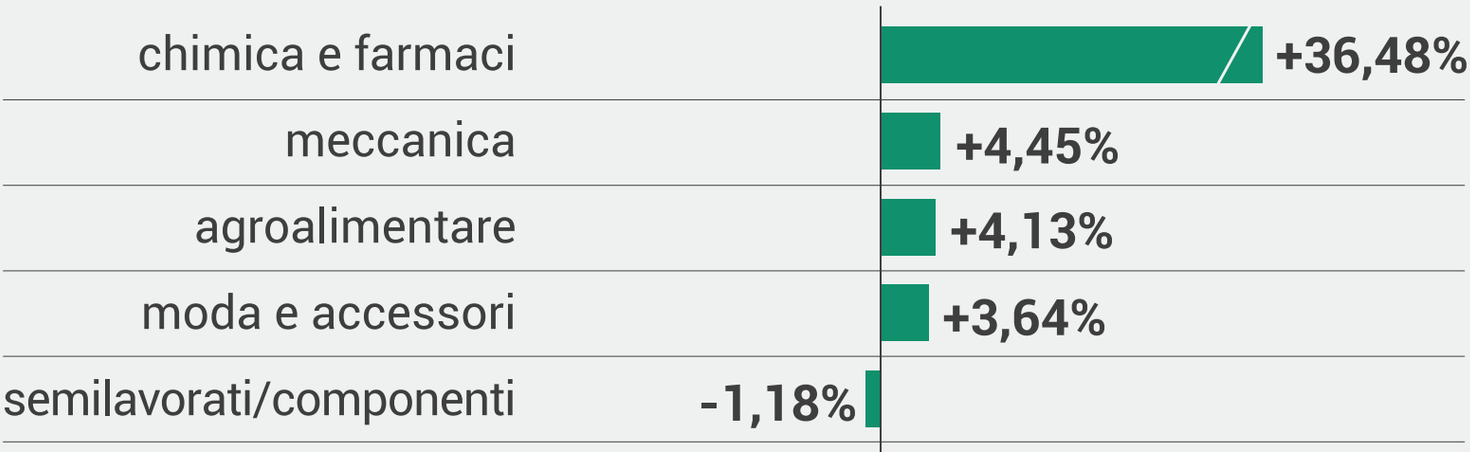
# PRINCIPALI CONCORRENTI DELL'ITALIA

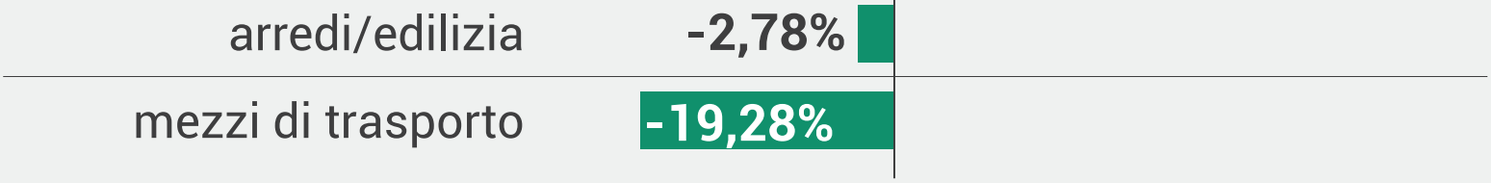
| | | |
|---|---|---|
| Cina | Germania | |
| Messico | Corea del Sud | Irlanda |
| Canada | Vietnam | India |
| Giappone | Regno Unito | Francia |

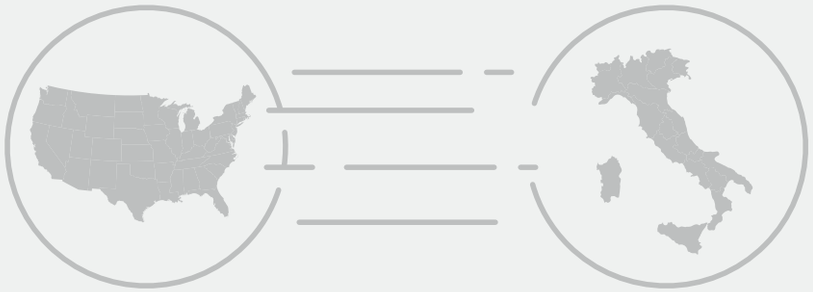
# IL TREND DEI PRODOTTI PIÙ SCAMBIATI
2019



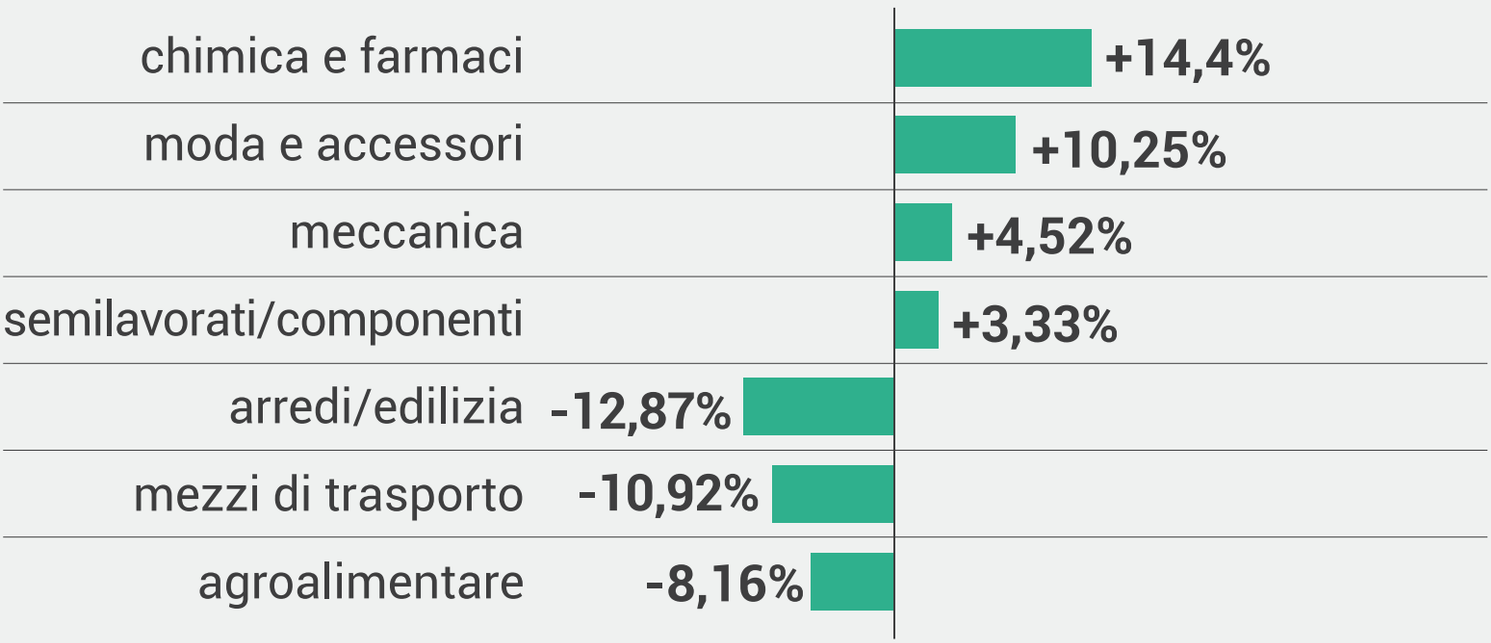
## IMPORT USA DALL'ITALIA





## EXPORT USA IN ITALIA




# 1.3

# QUADRO NORMATIVO REGOLAMENTARE, BARRIERE DOGANALI ED OSTACOLI AL COMMERCIO

## CBP

**(US Customs and Border Protection)**
ente governativo con compiti di

1
controllo sui prodotti
in entrata

2
riscossione
di dazi, tariffe...

## NORME ATTUALI D'INTERESSE PER L'ITALIA

I dazi impattano su una quota inferiore
all'1% dell'export italiano

**Controlli anti-dumping** per alcune aziende
del **settore siderurgico**

**DAZI AGGIUNTIVI AD VALOREM**
su una serie di articoli grezzi, semilavorati e finiti

**25%**
articoli
in acciaio

**25%**
su merci del settore
agroalimentare

**10%**
articoli
in alluminio

APPLICATI ALLA UE A SEGUITO
DEL CONTENZIOSO AIRBUS SU PRODOTTI COME

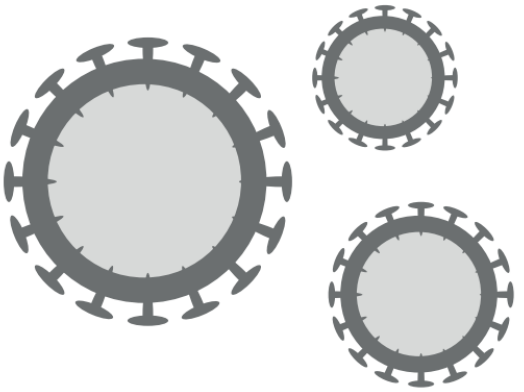
**formaggi**

**liquori
e cordiali**

**carni
lavorate**

# 2

# TREND O EVENTI PARTICOLARI NEL MERCATO



# L'EMERGENZA COVID-19

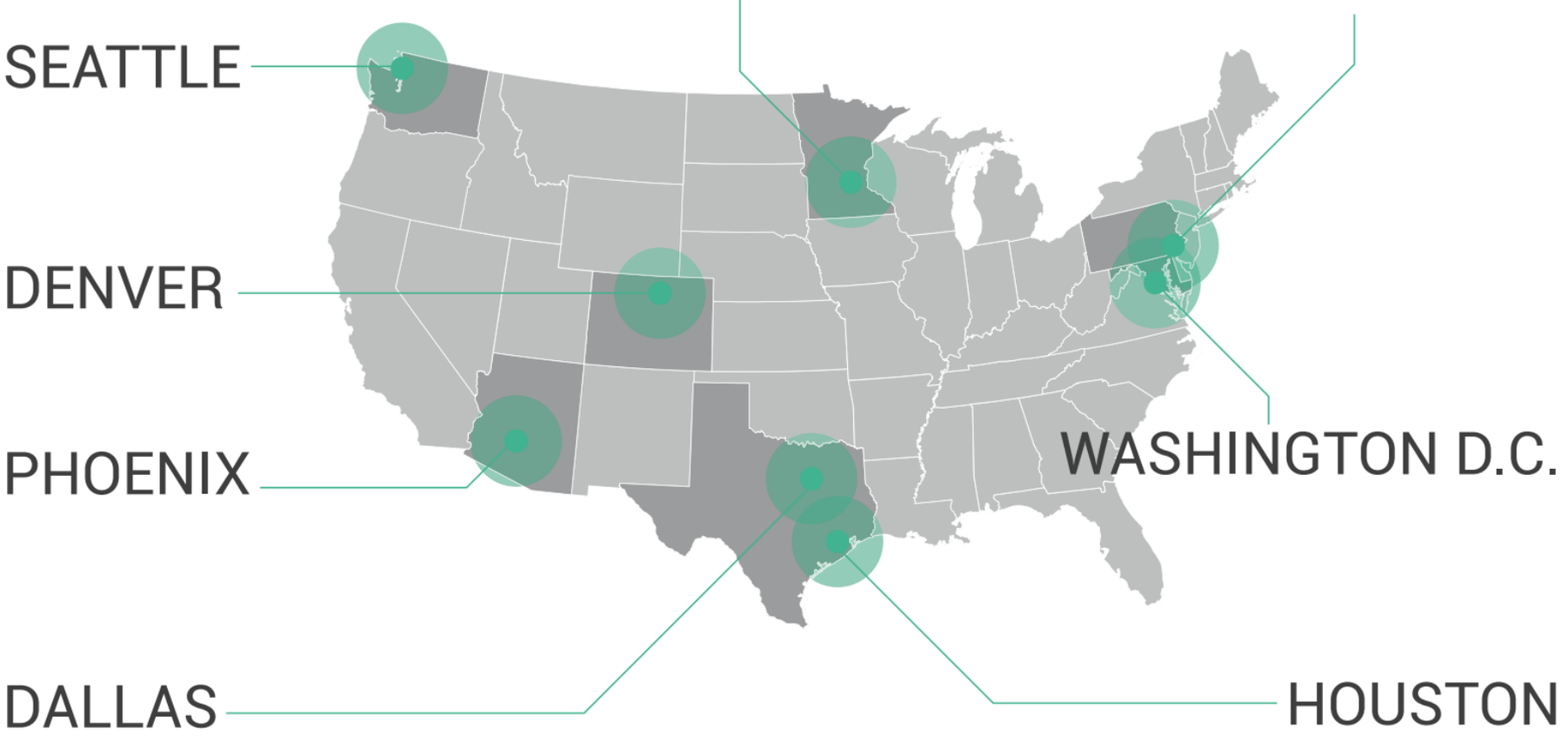
# 3.000 miliardi $

## INEDITE MISURE DI SOSTEGNO ALL'ECONOMIA

Ogni previsione sul loro impatto è condizionata dalle imminenti **elezioni presidenziali di novembre 2020**

Al termine dell'emergenza potrebbero aprirsi **nuove possibilità per i prodotti italiani** soprattutto nei **grandi agglomerati urbani** come

MINNEAPOLIS PHILADELPHIA




Qui la presenza italiana è ancora sottodimensionata, mentre si sono rafforzati **indicatori a noi favorevoli** come

**aumento del reddito pro capite**

**richiesta di prodotti "premium"**

**sostenibilità e sicurezza alimentare**

**ricerca di stile di vita salutistico**

# 3

# ISTRUZIONI PER AFFRONTARE IL MERCATO

## REGOLE DELL'IMPORT

**L'importazione di alcuni prodotti è proibita**

ESEMPI

- animali in via d'estinzione
- quasi tutti i tipi di carne fresca
- farmaci pericolosi
- merci da Paesi sotto embargo

## PER ALTRI ARTICOLI OCCORRONO SPECIFICI DOCUMENTI

**armi da fuoco**
ok del Bureau
of Firearms

**bevande alcoliche**
ok Alcohol Tax
and Trade Bureau (TTB)

**Latte e derivati, alcuni tipi di frutta e noci, bestiame e carni macellate, pollame, piante e semi,**
esame CBP con altre agenzie federali
specializzate nei vari settori

**prodotti elettrici**
Certificazione UL
(Underwriters Laboratories)

**agroalimentari, cosmetici/medicali**
Certificazione FDA (Food
and Drug Administration)

**Etichettatura agroalimentari**
approvazione di FLPA
(Fair Labeling
Packaging Act)
e FDA

**Etichettatura tessili/abiti**
approvazione
di FTC (Federal Trade
Commission),
FDA e TFPIA (Textile Fiber
Products Identification Act)

# FORME DI PAGAMENTO

1

**A VISTA**
richiede la bolla di accompagnamento

2

**A TEMPO**
saldo a 30-60-90 giorni su bolla di accompagnamento

3

**RINNOVABILE**
con accordi tra importatore ed esportatore

4

**LETTERA DI CREDITO A GARANZIA**
con cui la banca si fa garante del pagamento

Si raccomanda il credito documentario,
irrevocabile e confermato

# 3.2
# I CANALI DI DISTRIBUZIONE NEGLI USA

| | | |
|---|---|---|
| **BUYER**<br>responsabile acquisti in un'azienda | **FIERE**<br>utile per farsi conoscere | **AGENTI/BROKER**<br>intermediari autorizzati |
| **JOINT VENTURE**<br>accordi con un partner Usa | **LICENSING**<br>marchi o brevetti a società Usa in cambio di royalties | **E-COMMERCE**<br>richiede capacità nel digitale e nella logistica |
| **TELEVENDITE**<br>utili per aziende medio-grandi poco conosciute | **FRANCHISING**<br>serve un marchio già conosciuto | **COMMESSE PUBBLICHE**<br>per chi è in grado di rispondere a richieste di Stati, Contee o Municipi |

# 3.3
# IL MADE IN ITALY

I **prodotti italiani**,
specie quelli di lusso,
negli States sono **ben percepiti**
in particolare quelli delle **“3 F”**

**Food**
agroalimentare

**Fashion**
moda

**Furniture**
arredo-casa

## MA ANCHE QUELLI DI ALTRI SETTORI

**meccanica**

**mezzi di trasporto**

**alte tecnologie**

**chimica farmaceutica**

# SFIDA PRINCIPALE

espandere la posizione dell'Italia
nel **mercato “intermedio”**
senza diluire il brand
(alta qualità, premium price)

# 3.4

fonte US Census Bureau)

# IL SUCCESSO SUL MERCATO AMERICANO

Gli Stati Uniti sono un **Paese grande,**
complesso e fortemente competitivo,
**molto differente da altri mercati**
per quanto riguarda abitudini d'affari, gusti e stile

IL SUCCESSO RICHIEDE

**PIANIFICAZIONE**

**PAZIENZA**

**RICERCA E GESTIONE CONTINUA**

## ALCUNI FATTORI CHIAVE

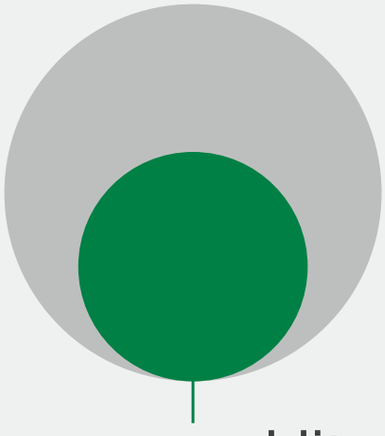
- **Analisi preliminare** approfondita
- Conoscenza della **lingua inglese**
- Esperienza di **export**
- Standard tecnici **certificati**
- Conoscere gli **usi di business**
- Conoscere le **abitudini dei consumatori**
- **Logistica**, specie per tempi di consegna
- Prezzi effettivi in **dollari Usa**
- A**ssistenza** post vendita
- **Comunicazione digitale** e Social Media
- **Strategi**a di marketing
- **Storytelling**
- **Stagionalità** commerciale dei prodotti
- **Presidio** diretto e stabile del mercato
- Utilizzo del **digitale**
- Approccio di **lungo periodo**

# 3.5
# L'E-COMMERCE

È ormai un canale strategico
e imprescindibile per il mercato USA

# 365,2 MILIARDI DOLLARI USA E-SALES

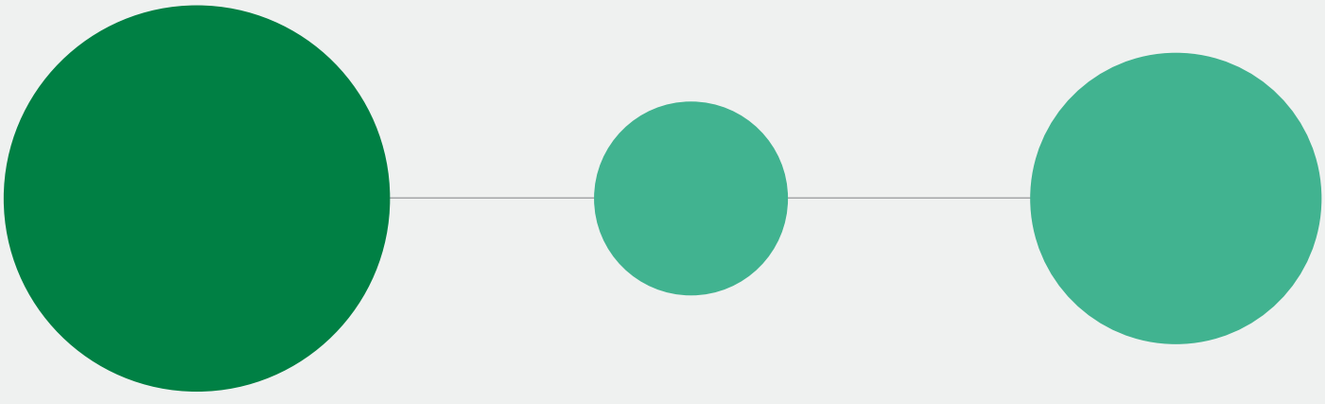
con oltre **260 milioni di buyer digitali** attualmente presenti



**27%** con un reddito annuo superiore ai centomila dollari

## ELEVATA AVERAGE REVENUE PER USER

| USA | Media globale | Cina |
|---|---|---|
| **1.578 $** | **535 $** | **1.121 $** |
| **l'anno** | **l'anno** | **l'anno** |



**1/3**
dei ricavi globali

**del B2C**
(e-commerce
business to consumer)

COMPETONO

**marketplace**
(piazze di mercato
virtuali)

*Amazon...*

**retailer "brick and mortar"**
(negozi fisici che
si sono digitalizzati)

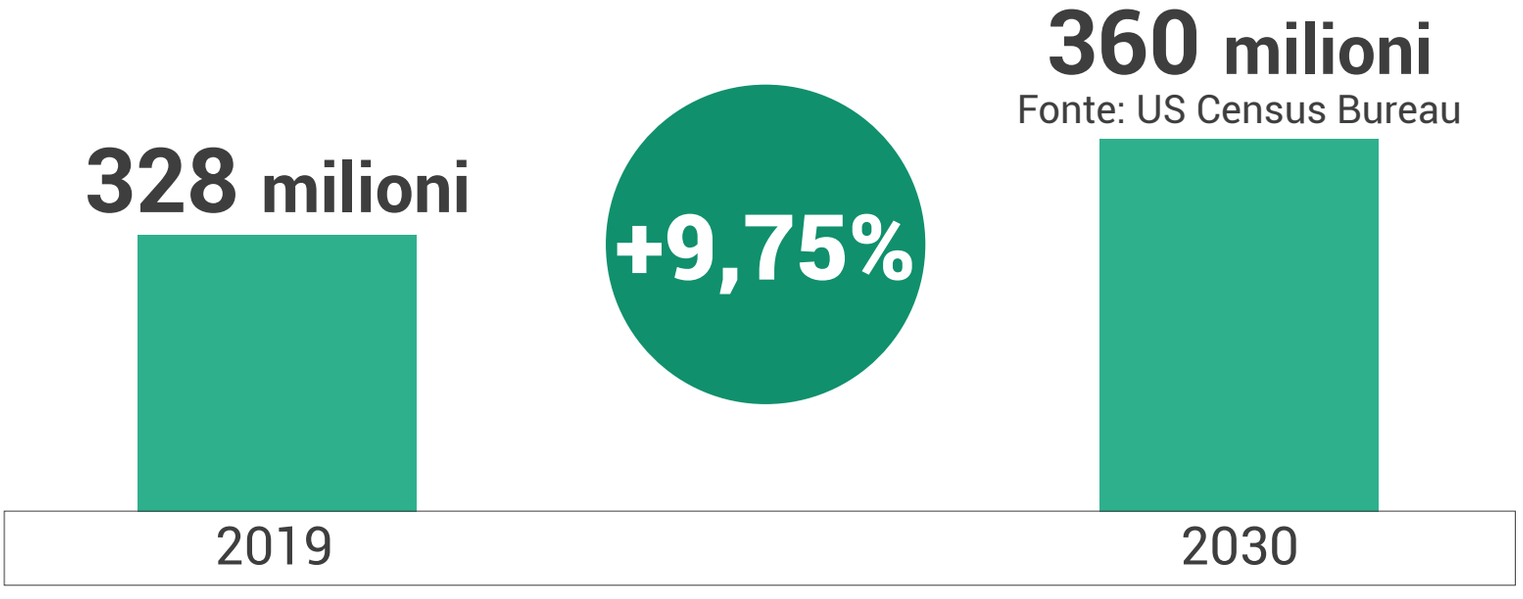
*Walmart...*

È un mercato che **richiede molta attenzione**
e competenza negli investimenti

# 4

# OPPORTUNITÀ DI CRESCERE PER IL MERCATO

## L'INCREMENTO DEMOGRAFICO
atteso negli Usa entro il 2030




**3°**
Paese per abitanti
dopo India e Cina

## I SETTORI PIÙ INTERESSANTI PER L'ITALIA

Beni di consumo

Prodotti agroalimentari

Aerospazio

Macchinari e apparecchiature

Automobili a guida autonoma

ICT

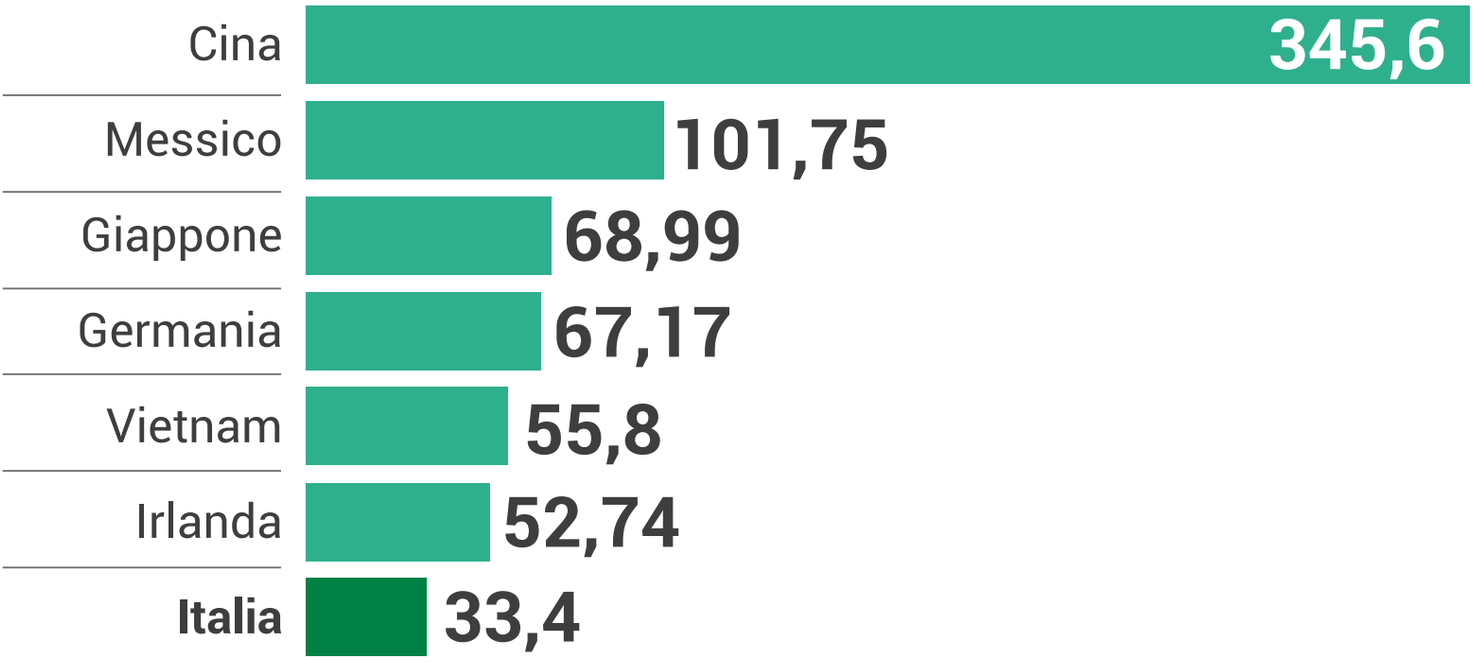
Energie/risorse rinnovabili

Tecnologie clean-tech

Life sciences

# I NOSTRI MAGGIORI COMPETITOR

**Attivo commerciale con gli Usa**
nel 2019 in miliardi di USD



## Settori in cui l'Italia è meglio posizionata tra i Paesi fornitori

**4ª**
agroalimentare e bevande

**5ª**
moda e accessori

**6ª**
arredamento ed edilizia

## L'ATTRAZIONE DI INVESTIMENTI DALL'ESTERO

# 3 livelli

**FEDERALE**
governo
e agenzie
federali

**STATALE**
amministrazione
e agenzie
statali

**LOCALE**
contee,
enti regionali
e municipi

**Tutti offrono incentivi/facilitazioni
e appaltano contratti pubblici**

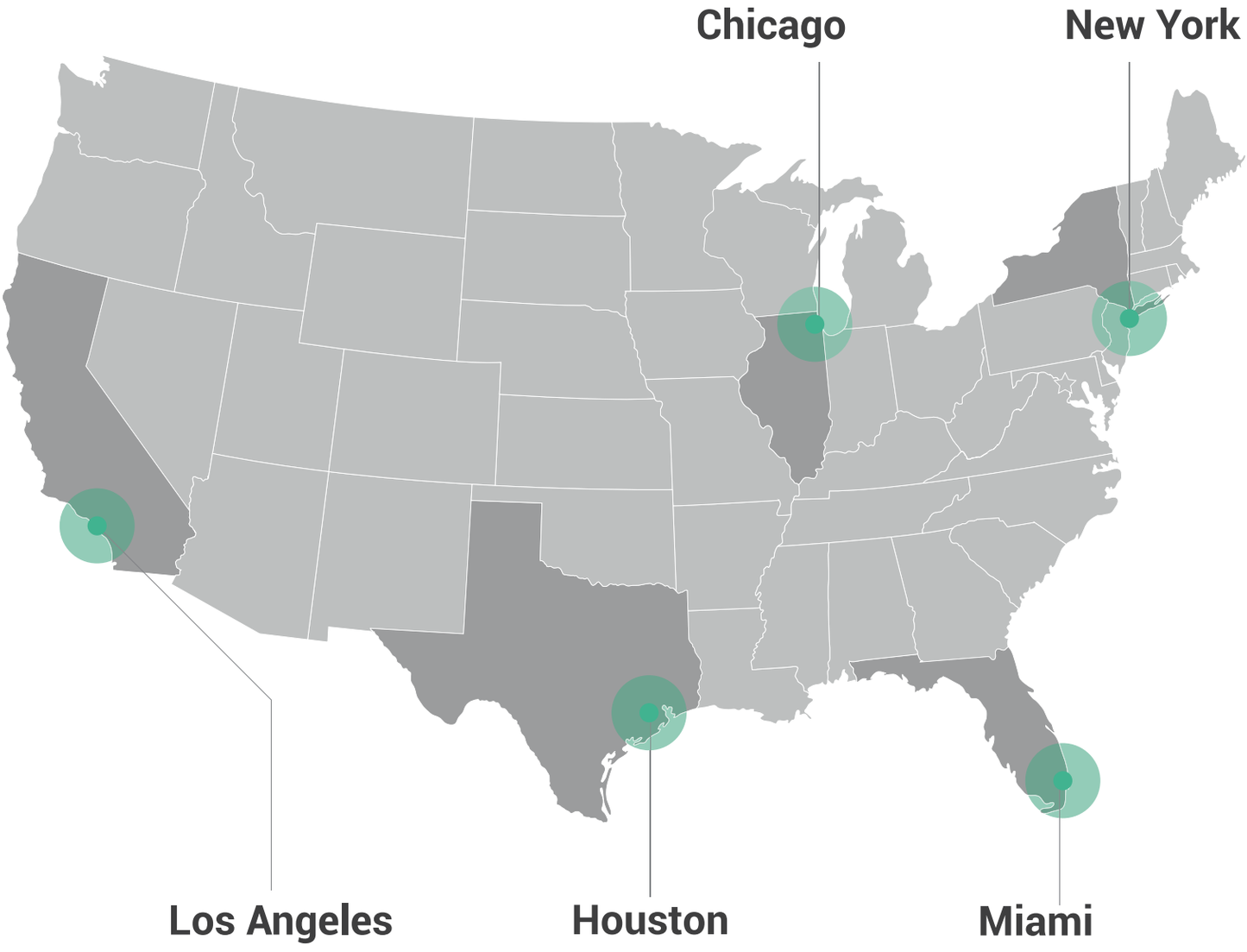
Consigliabile alle aziende italiane
presenza diretta e/o accordi con società locali

# 5

# ATTIVITÀ DI SUPPORTO

# E PROMOZIONE DI ICE

## GLI UFFICI ICE NEGLI STATES
e le loro aree di competenza



# LE PRINCIPALI ATTIVITÀ

Promozione prodotti, partecipazione a fiere, delegazioni in Italia, contrasto all'Italian Sounding.

**Nei singoli settori si segnala:**

**Food**
Progetto
"The Extraordinary
Italian Taste"

**GDO**
accordi con
le massime catene
pro Made in italy

**Vino**
campagna
"Wine-Taste the Passion"
e progetti di formazione
professionale

**Spirits**
formazione
dei bartender
(barman evoluti)

**Moda**
Progetto
"The Extraordinary
Italian Style"

**Cosmetica**
Progetto
"The Extraordinary
Italian Beauty"

**Attrazione Investimenti**
I due FDI desk
facilitano possibili
investimenti in Italia

**Ostacoli al commercio**
Soprattutto
il Desk IPR offre
assistenza legale

**Startup**
Supporto
a startup italiane
per entrare negli Usa

**Gioielli**

**Alta tecnologia**

**Entertainment**

Progetto
“The Extraordinary
Italian Jewelry”

Sviluppo
healthcare,
cleantech, aerospazio

Desk a Los Angeles;
incontri B2B
con produttori Usa

**Arredamento e design**

Collettive italiane
nelle fiere;
incontri B2B

**Ceramici e lapidei**

Collettive italiane
nelle fiere;
incontri B2B

**Nautica**

Collettive italiane
nelle fiere;
incontri B2B

**Macchine
per industria**

Il portale
www.machinesitalia.org
è vetrina del settore

**Automotive**

Iniziative pro
ciclo/motociclo
e nuove auto

**Editoria**

Supporto ad editori italiani;
rinnovo del portale
www.italbooks.com