



REPORT SETTORE
AGROALIMENTARE
STATI UNITI D'AMERICA



UNIONCAMERE
CALABRIA

SUMMARY

03

OVERVIEW

04

GRAFIC OVERVIEW

05

**COMMERCIO
ESTERO**

06

**PRINCIPALI
PARTNER
COMMERCIALI**

07

**RELAZIONI ITALIA USA
FOCUS CALABRIA**

08

**SETTORE
AGROALIMENTARE**

13

**IL SISTEMA
DISTRIBUTIVO**

14

**ASPETTI NORMATIVI -
IMPORTAZIONE E
ETICHETTATURA**

16

TIPS AND TRICKS

17

CONTATTI

Summary

OVERVIEW

Gli Stati Uniti sono la **più grande economia del mondo con un PIL di circa \$22 940 miliardi**, in particolare a causa di alti redditi medi, una grande popolazione, investimenti di capitale, disoccupazione moderata, alti consumi, una popolazione relativamente giovane e innovazione tecnologica. Gli Stati Uniti hanno il più grande mercato al consumo al mondo, con una spesa per consumi finali delle famiglie cinque volte maggiore di quella del Giappone.

I punti di forza del mercato si articolano in :

Dimensione del mercato e visibilità

Gli Stati Uniti rappresentano il terzo Paese più esteso e il quarto più popolato al mondo e si presentano come la prima economia mondiale (fonte: EIU). Inoltre, per le imprese straniere gli Stati Uniti rappresentano una grande opportunità per acquisire visibilità a livello internazionale.

Competitività e potere di acquisto

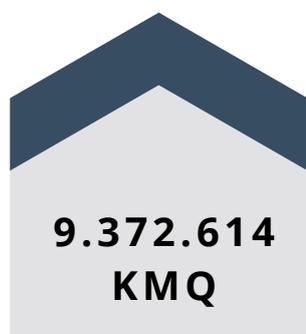
Gli Stati Uniti sono il Paese più competitivo al mondo e trovano nell'innovazione e nell'efficienza del mercato finanziario i principali punti di forza.

Prospettive di accordo con la UE

La prospettiva di un accordo tra USA e UE per una maggiore integrazione dei rispettivi mercati rappresenta un tassello di importanza cruciale.

OVERVIEW
USA

GRAFIC OVERVIEW



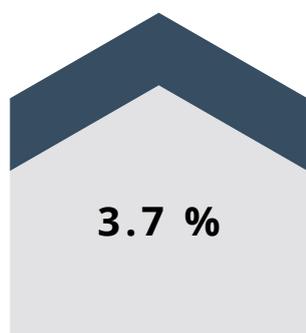
SUPERFICIE



POPOLAZIONE



DENSITÀ:

TASSO DI
CRESCITA
DEL PIL

PIL 2021

PIL PRO
CAPITE 2021CORRUPTION
PERCEPTION
INDEX (CPI)*

*Il CPI misura il grado di corruzione percepito dalla popolazione di un paese. La classifica riflette la diversa percezione del fenomeno. Posizioni più elevate indicano un minor grado di corruzione percepita, in fondo alla classifica si posizionano i paesi con gradi di corruzione percepita più elevati.

COMMERCIO ESTERO

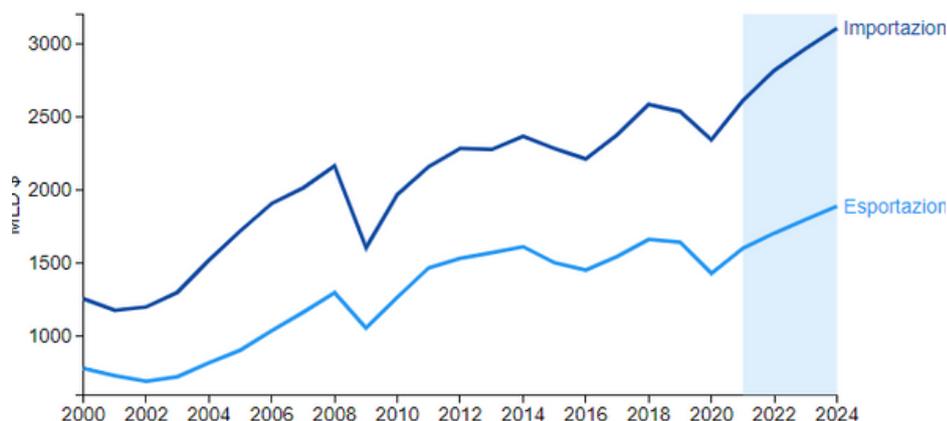
Il saldo della bilancia commerciale statunitense è negativo: **gli USA importano più di quanto esportano.**

A seguito dell'emergenza economico sanitaria dovuta al COVID-19 e al seguente calo di import ed export nel Paese, ad oggi questi valori registrano un nuovo tasso di crescita pari a:

Import: + 11.5 %
Variazione annua nel 2021 in \$

Export: + 11.9 %
Variazione annua nel 2021 in \$

Importazioni ed esportazioni



I principali beni importati sono:



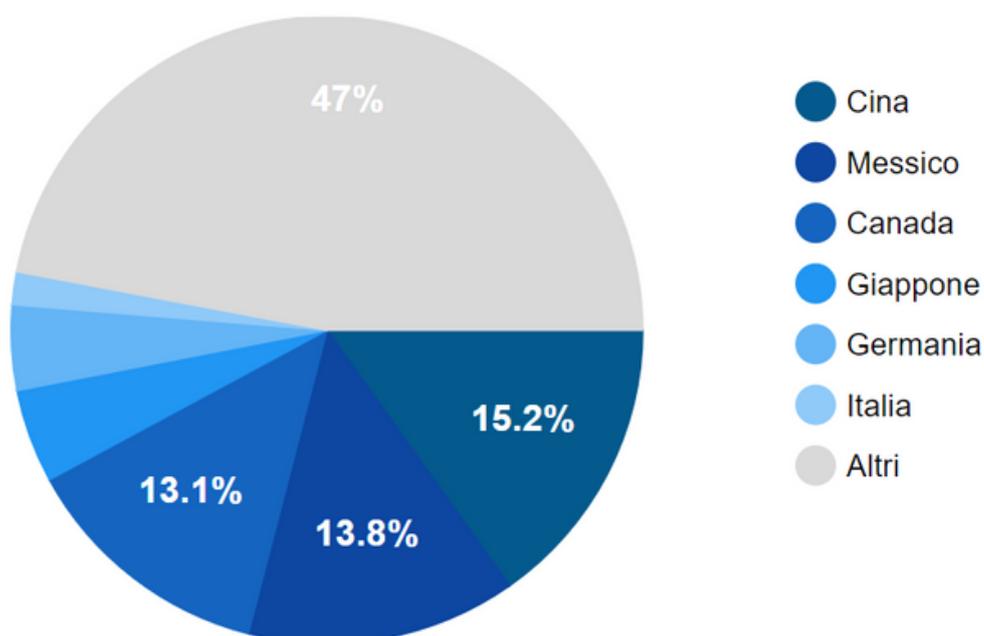
L'economia statunitense si conferma flessibile e capace di reagire a shock avversi, come peraltro riconosciuto dal Fondo Monetario Internazionale (FMI), secondo cui gli Stati Uniti, insieme alla Cina, sono tra i Paesi che meglio hanno resistito agli effetti economici negativi del Covid.

PRINCIPALI PARTNER COMMERCIALI

I principali partner commerciali degli Stati Uniti d'America sono **Cina, Messico, Canada, Giappone, Germania e Italia.**

Nel 2020 il principale partner commerciale degli USA è stata la Cina con \$560,1 miliardi che rappresenta il 14,9% dell'interscambio commerciale complessivo degli USA. La Cina ha riacquisito il 1° posto tra i partner commerciali USA dopo essere scivolata al 3° posto nel 2019 a causa dei dazi aggiuntivi imposti dagli USA. Seguono il Messico con \$538,1 miliardi (14,3% dell'interscambio) e il Canada, \$525,5 miliardi, con una quota dell'interscambio del 13,9%.

Principali partner commerciali, 2021

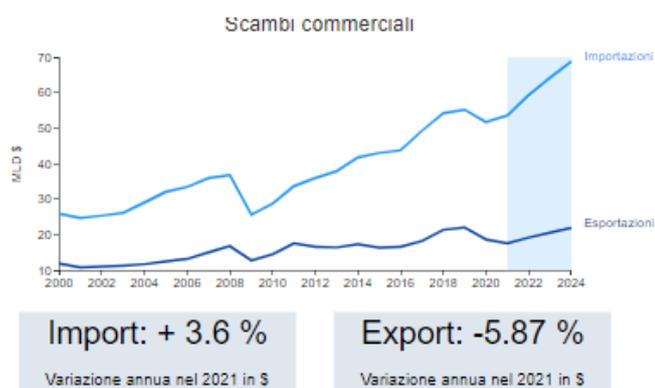
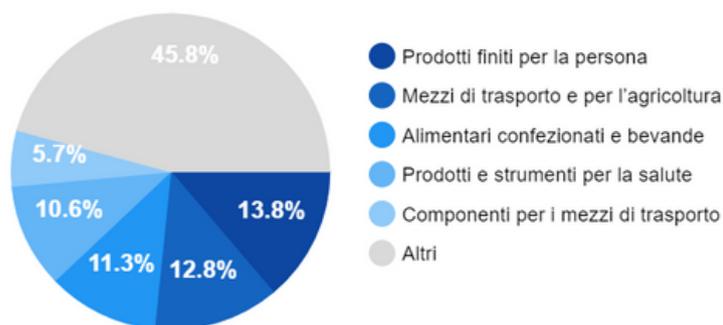


RELAZIONI ITALIA - USA

I rapporti economici e commerciali rappresentano un pilastro nelle relazioni tra Italia e Stati Uniti.

Le esportazioni italiane negli USA sono principalmente concentrate nei settori dei macchinari, prodotti del sistema/persona, mezzi di trasporto, agroalimentari e bevande. Nella domanda italiana di prodotti statunitensi sono invece prevalenti i semilavorati e i componenti (metalli; plastica e gomma, combustibili e petroli, tessuti industriali), i prodotti chimici e farmaceutici, la meccanica e i mezzi di trasporto.

Ad oggi la ripresa dell'economia e degli interscambi ha visto un aumento dell'import di prodotti italiane nel Paese pari a +3.6%



FOCUS REGIONE CALABRIA

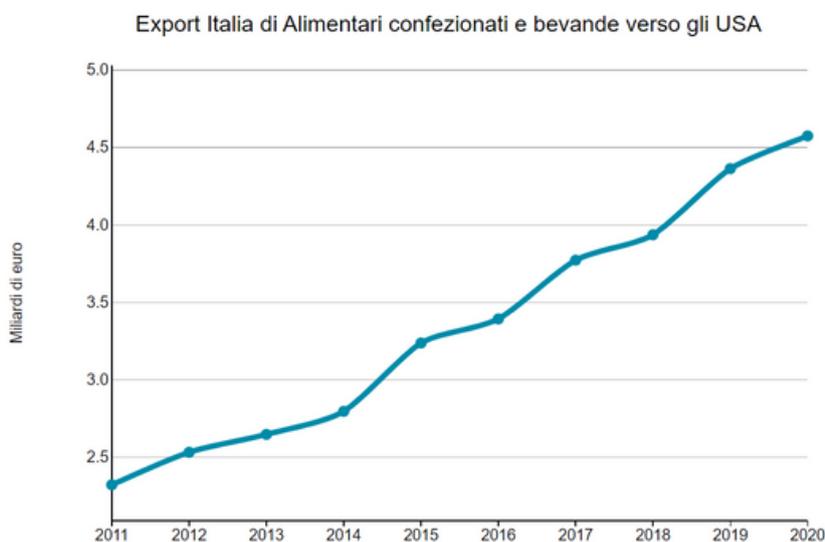
Nel **2020** Il valore dell'export totale della regione verso i Paesi dell'America settentrionale è pari a **66 milioni di euro** (M€), di cui 54 M€ derivano dagli scambi commerciali con gli Stati Uniti e 12 M€ dagli scambi commerciali con il Canada.

Si rileva un incremento delle vendite verso gli USA di olii e grassi vegetali e animali (+32,6%), prodotti da forno e farinacei (+26,1%) e altri prodotti alimentari (+1,7%).

Il 56,6% dell'export regionale proviene dalla provincia di Reggio Calabria, che registra una contrazione del 13,3% rispetto al 2019. Dinamiche positive caratterizzano la provincia di Crotona (+51,0%) e Catanzaro (+16,3%).

SETTORE AGROALIMENTARE

Il mercato statunitense offre, da sempre, un panorama di opportunità per gli esportatori (italiani e internazionali) di prodotti alimentari. Nonostante le problematiche causate dalla pandemia del virus Covid-19, nel 2020 le esportazioni di prodotti alimentari italiani dirette al mercato americano hanno registrato comunque andamenti positivi (+4.9% in euro rispetto al 2019).

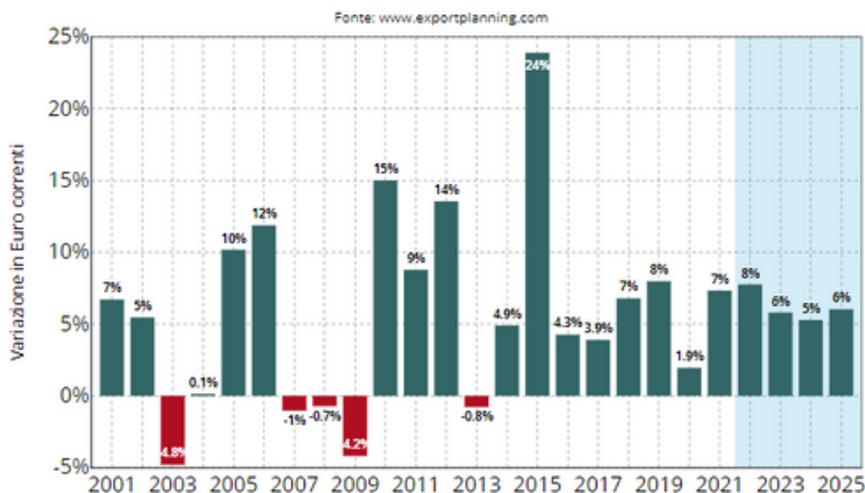


Fonte: Sistema Informativo ExportPlanning
 Partner: USA, Dichiarante: ITA, Anno: ALL, Trimestre: TOT, Export / Import: X, Valuta: EUR, Prod: E0



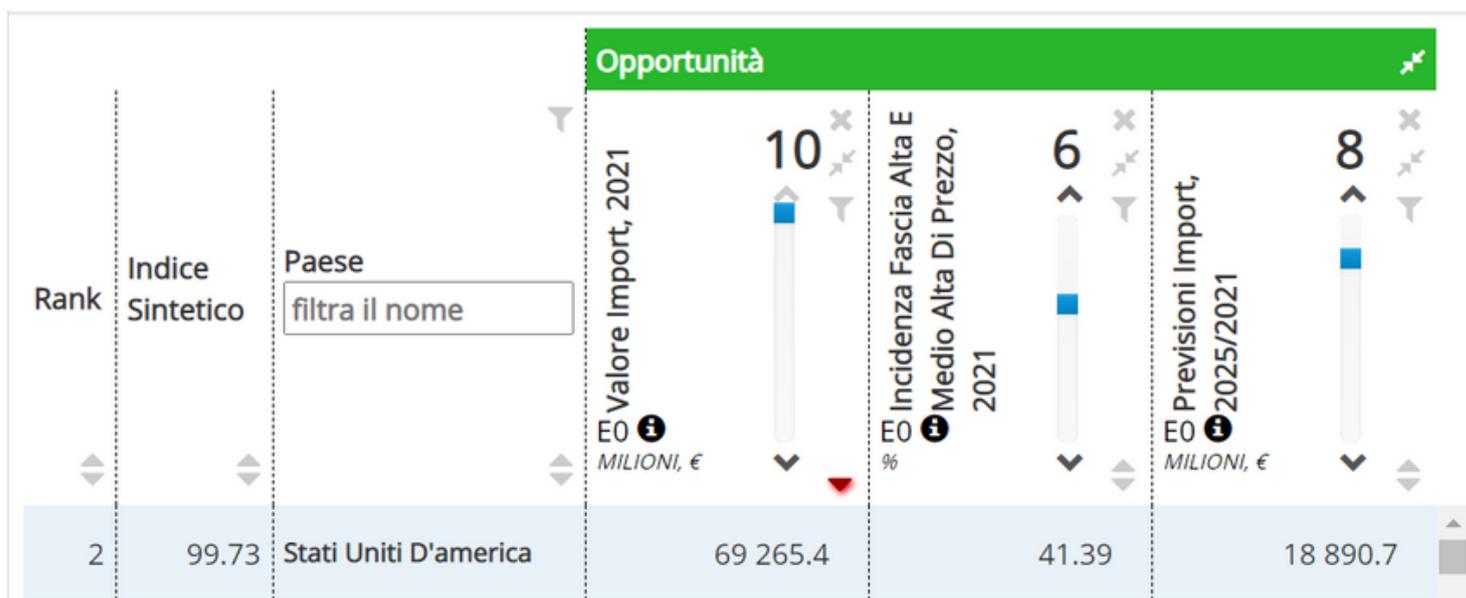
Le previsioni future di crescita, delle importazioni di prodotti alimentari registrano un incremento complessivo di quasi 19 miliardi di euro stimato nello scenario al 2025.

Previsione delle importazioni



SETTORE AGROALIMENTARE

Per quanto concerne i prodotti alimentari, nel 2021 **gli Stati Uniti d'America si collocano ancora tra i primi Paesi al mondo per il livello di importazioni**



I dati maggiormente significativi rispetto al mercato riguardano :

- il valore delle importazioni, pari a quasi 70 miliardi di euro;

**69.3
MILIARDI
DI €**

- l'incidenza della fascia alta e medio alta di prezzo, pari al 41,39 % per l'anno 2021, con un prezzo medio di importazione pari a €2,41.

**2.14 €
AL KG**



SETTORE AGROALIMENTARE

I prodotti italiani maggiormente acquistati sono diversi. Ai primi posti emerge **l'olio di oliva**, che rappresenta il 10,5% di tutto il flusso italiano di esportazioni di prodotti alimentari. L'olio di oliva italiano è ora al secondo posto nella "classifica" dei prodotti alimentari esportati negli Stati Uniti. Per quota di mercato (36,1%), raggiunge addirittura il primo posto, superando, seppure di poco, **pasta (36%) e vino (32%)**, per un valore di 545 milioni di dollari.

L'Italia è il primo Paese al mondo per **export caseario** verso gli Usa, terza destinazione in valore delle nostre esportazioni casearie. Le imprese italiane esportano negli Stati Uniti più di 30.000 tonnellate di formaggi, circa un terzo dell'export extra UE.

Negli USA si stanno inoltre registrando **nuove tendenze**: la comodità è diventata uno dei principali motori del consumo alimentare nelle città. Per questo motivo gli alimenti trasformati occupano circa il 60% della dieta media americana, **collocando gli Stati Uniti tra i primi esportatori e importatori di alimenti trasformati al mondo.**

Le opportunità per le importazioni di prodotti alimentari si possono vedere anche nel segmento del cibo "sano", in crescita sempre più tra gli americani, alimentato dalla consapevolezza dell'importanza della salute, dallo sviluppo della vendita al dettaglio, dalla diversità dei prodotti o persino dalla prevenzione delle malattie a causa dell'alto costo dell'assistenza sanitaria in America.



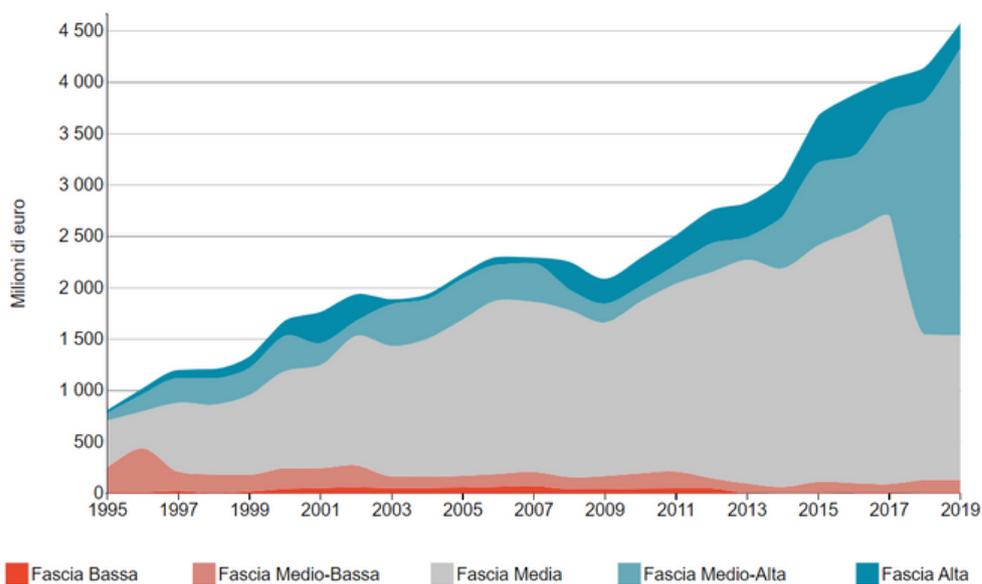
SETTORE AGROALIMENTARE

FASCE DI PREZZO DI IMPORT

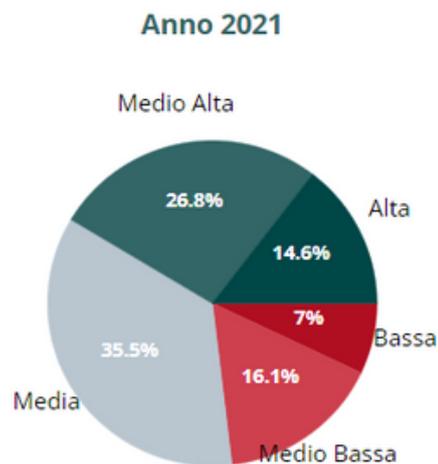
Come documenta il grafico riportato si segnala come, nel corso degli ultimi anni, si sia verificato un significativo incremento della fascia di prezzo dei prodotti alimentari importati dall'Italia.

In particolare la fascia **medio-alta di prezzo è aumentata in modo rilevante, indicando come vi sia una sempre maggiore attenzione da parte del consumatore statunitense nell'acquisto dei prodotti alimentari "Made in Italy".**

Import USA da Italia di Alimentari confezionati e Bevande per fasce di prezzo



Fonte: Sistema Informativo ExportPlanning
 Esportatore: ITA, Importatore: USA, Anno: ALL, Fascia di prezzo: ALL, Valuta: EUR, Prod: E0



IL SISTEMA DISTRIBUTIVO

SINTESI

La scelta del giusto canale di vendita è un passaggio fondamentale nella strategia di ingresso su un nuovo mercato.

Negli Stati Uniti i canali di vendita più frequentemente utilizzati sono:



buyer



partecipazione a fiere specializzate



agenti/broker



joint venture



licensing



commercio elettronico



canali televisivi di vendita



franchising



commesse pubbliche

IL SISTEMA DISTRIBUTIVO

SINTESI SETTORE ALIMENTARE

Per avere accesso al mercato dei prodotti agroalimentari negli USA è necessario entrare **nel sistema della distribuzione dove l'importatore è il riferimento prioritario per l'introduzione della merce importata.**

L'importatore assume il rischio per l'importazione, provvede all'acquisto, all'importazione, allo sdoganamento e al pagamento dei dazi doganali e di eventuali altre tasse Federali. I prodotti normalmente vengono poi rivenduti ad una rete di distributori i quali, a loro volta, riforniscono gli operatori al dettaglio (supermercati, negozi, specialty stores, ristoranti, mense, alberghi, monopoli statali ecc).

Numerose aziende esportatrici italiane hanno fatto ricorso ad importatori americani, oppure hanno aperto proprie filiali di vendita negli USA. Ciò ha permesso all'esportatore italiano di eliminare il mark-up sul prezzo di partenza applicato da importatori americani e di potere arrivare così a offrire il prodotto alle catene di vendita al dettaglio a prezzi molto più competitivi con maggiori margini di profitto.

E' importante tenere presente che gli importatori di bevande alcoliche (birra, vini e distillati) devono essere in possesso del permesso Federale d'importazione ("Basic Importer's Permit") e a seguire tutte le norme previste ed in continuo aggiornamento.



ASPETTI NORMATIVI

IMPORTAZIONE

L'importazione di prodotti alimentari è soggetta a numerose normative, le più significative delle quali sono il Bioterrorism Act del 2002 e il Food Safety Modernization Act (FSMA) 2010. L'FSMA mira a una maggiore prevenzione delle malattie di origine alimentare e alla garanzia della sicurezza alimentare, tra gli altri attraverso controlli e ispezioni.

Anche i prodotti alimentari importati sono interessati dalla regola dei programmi di verifica dei fornitori esteri (FSVP).

Ai sensi dell'FSVP, gli importatori devono adottare misure di verifica appropriate in base ai rischi associati all'alimento e alle prestazioni del fornitore per garantire che l'alimento che importano sia stato fabbricato in conformità con gli standard di sicurezza previsti e che non presenti rischi per la salute pubblica, per esempio che l'alimento non sia stato adulterato o etichettato in modo errato rispetto all'etichettatura degli allergeni. Tali attività di verifica possono includere audit in loco, campionamento e analisi degli alimenti, revisione dei registri, ecc.

Si applicano alcune esenzioni da questa misura, ad es. per le importazioni di alimenti in conformità con le normative HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) della FDA, bevande alcoliche e derivati, cibi in scatola a bassa acidità, nonché determinati prodotti a base di carne, pollame e uova soggetti a Regolamenti del Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati (USDA) al momento dell'ingresso.

In conformità con le disposizioni legali applicabili, le aziende che producono, trasformano, confezionano, immagazzinano e distribuiscono mangimi per animali o alimenti per il consumo umano devono registrarsi presso la FDA su base biennale. Le strutture estere devono nominare un agente negli Stati Uniti. Può essere richiesta la presentazione di un certificato attestante che tali merci possono essere vendute liberamente sul mercato del Paese di origine. L'importazione di spedizioni di cibo deve essere dichiarata elettronicamente alla FDA in anticipo.

ASPETTI NORMATIVI

ETICHETTATURA

Uno degli elementi da non sottovalutare in tema accessibilità nel mercato USA è l'etichettatura dei prodotti alimentari. Le etichette dei prodotti esportati negli Stati Uniti devono rispettare le normative FDA (Food and Drug Administration - ente responsabile per la regolamentazione e sicurezza dei prodotti alimentari) in materia. Risulta obbligatoria ex lege una prima registrazione dell'azienda all'FDA, così come la conseguente nomina di un Agente FDA per le relative comunicazioni tra ente e azienda produttrice.

Requisiti generali di etichettatura

In conformità con la Legge sull'imballaggio e l'etichettatura equa e le norme pertinenti, e successive modifiche, i prodotti di consumo sono soggetti a specifici requisiti di etichettatura. L'etichetta di tali merci deve apparire sul pannello di visualizzazione principale e includere almeno le seguenti informazioni:

- identità della merce;
- nome e sede dell'attività del produttore, confezionatore o distributore del prodotto
- quantità netta di contenuto in termini di peso, misura o conteggio numerico;
- quantità netta per porzione, uso o applicazione, se applicabile;
- informazioni sulla quantità netta (es. "imballo multi-unità", "imballo variegato", "imballo combinato"), in caso di confezioni contenenti più prodotti o unità.

Alcuni beni, ad es. carne, pollame, tabacco, alcol e semi, nonché le merci che rientrano nell'amministrazione di altre autorità sono, tuttavia, esenti da tali requisiti

L'etichettatura dei prodotti alimentari è regolata dalla legislazione in materia, ossia dal CFR Title 21 Food and Drugs Part 101 Food Labeling, dalla Federal Food Drug and Cosmetic Act e da altri emendamenti o leggi a tema.

É possibile consultare le linee guida per le aziende alimentari "Guidance for Industry: A Food Labeling Guide" emesse dalla FDA dal sito:

<http://www.fda.gov>

(Selezionare Food/Guidance & Regulation/Guidance Documents & Regulatory Information by Topic/Labeling & Nutrition/Food Labeling Guide)

TIPS PER IL MERCATO TARGET

-  **Migliora sempre la tua presenza online.** Il sito web ed un eventuale e-commerce rappresentano la prima vetrina della tua azienda. Cura la traduzione del sito con un esperto;
-  Partecipa e predisponi **incontri d'affari B2B** con potenziali controparti estere, online o in presenza;
-  **Verifica i programmi di sostegno all'internazionalizzazione** messi in campo dagli enti pubblici (Regione, Camera di Commercio...) del proprio territorio con particolare riferimento a missioni all'estero e programmi InBuyer (Incoming Buyers) di accoglienza di compratori esteri,
-  Sulla base dei contatti in portafoglio e seguendo una strategia organica, **pianifica un piano commerciale** che individui un orizzonte temporale e un obiettivo economico da raggiungere entro termini definiti;
-  **Informati sulle controparti e sulla loro affidabilità** tramite canali ufficiali;
-  Identifica il **canale di vendita** più adeguato per il tuo prodotto e per la tua azienda;
-  Partecipa a **fiere settoriali in loco**, conosci il territorio e i tuoi potenziali clienti;
-  **Familiarizza con le politiche e le procedure U.S. Customs and Border Protection** (CBP) prima di importare/esportare effettivamente le merci:

Il sito web CBP contiene preziose informazioni per l'importatore nuovo o esperto.
-  Rimani **sempre aggiornato** tramite canali ufficiali.

CONTATTI SPORTELLO

UNIONCAMERE CALABRIA DESK ENTERPRISE EUROPE NETWORK

VIA DELLE NAZIONI 24
88046 LAMEZIA TERME (CZ)

TEL. +39 (0) 968 51481

E-MAIL: I.LUPIS@UNIONCAMERE-CALABRIA.IT

BRIDGE@UNIONCAMERE-CALABRIA.IT

WEB SITE: [HTTP://WWW.UC-CAL.CAMCOM.GOV.IT/](http://WWW.UC-CAL.CAMCOM.GOV.IT/)



UNIONCAMERE
CALABRIA

FONTI

AL FINE DELLA REDAZIONE DEL PRESENTE DOCUMENTO SONO STATE CONSULTATE LE SEGUENTI FONTI:

- ACCESS2 MARKETS;
- INFO MERCATI ESTERI
- OSSERVATORIO INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA REGIONE CALABRIA,
- FONTE: FONDO MONETARIO INTERNAZIONALE, WORLD ECONOMIC OUTLOOK, OTTOBRE 2021
- COMPOSIZIONE VALORE AGGIUNTO FONTE: BANCA MONDIALE, WORLD BANK NATIONAL ACCOUNTS DATA, ANNO: ULTIMO ANNO STORICO DISPONIBILE
- SISTEMA INFORMATIVO ULISSE

Analisi di contesto:

- MINISTERO DEGLI ESTERI-INFO MERCATI ESTERI:
[HTTP://WWW.INFOMERCATIESTERI.IT](http://www.infomercatiesteri.it)
- SACE EXPORT OPPORTUNITY MAP:
[HTTPS://WWW.SACESIMEST.IT/MAPPE/DETTAGLIO?COUNTRYCODE=FR](https://www.sacesimest.it/mappe/dettaglio?countrycode=FR)
- OECD: [HTTPS://WWW.OECD.ORG/FRANCE](https://www.oecd.org/france)
- EU TRADE HELPDESK: [HTTPS://TRADE.EC.EUROPA.EU/TRADEHELP/](https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/)
- EU MARKET ACCESS DATABASE: [HTTPS://MADB.EUROPA.EU/MADB/](https://madb.europa.eu/madb/)
- WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO): • •
[HTTPS://WWW.WTO.ORG/ENGLISH/THEWTO_E/COUNTRIES_E/FRANCE_E.HTM](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/france_e.htm)
- SELECT USA [HTTPS://WWW.SELECTUSA.GOV/WELCOME](https://www.selectusa.gov/welcome)
- [HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/04/RAPPORTO-COMPETITIVIT%C3%A0_2021.PDF](https://www.istat.it/it/files//2021/04/RAPPORTO-COMPETITIVIT%C3%A0_2021.pdf)

Fonti statistiche:

- EUROSTAT: [HTTPS://EC.EUROPA.EU/EUROSTAT](https://ec.europa.eu/eurostat)
- ISTAT: [WWW.ISTAT.IT](http://www.istat.it)
- ULISSE (BANCA DATI): [WWW.SIULISSE.IT](http://www.siulisse.it)
- UN COMTRADE: [HTTPS://COMTRADE.UN.ORG](https://comtrade.un.org)
- WORLD ECONOMIC OUTLOOK, FMI:
[HTTPS://WWW.IMF.ORG/EN/PUBLICATIONS/WE0](https://www.imf.org/en/publications/weo)