

Le opportunità commerciali e le possibili insidie

di Lucio Miranda*

IMPRESE E MODELLI MANAGERIALI

Alla fine del 2019 il PIL degli Stati Uniti era stato di 21.747 miliardi di dollari, quasi dieci volte quello dell'Italia. Il tasso di crescita del 2019 era stato del 2,2 per cento rispetto al 2018. Mettendo le cose in prospettiva, un tasso di crescita del 2,2 per cento su un'economia come quella americana è quasi pari all'intero PIL del Belgio per lo stesso anno.

Il tasso di disoccupazione era sceso al 3,5 per cento ponendo l'economia americana praticamente in uno stato di piena occupazione. L'inflazione era attorno al 1,8 per cento e il tasso di rendimento dei *treasury* a 10 anni era del 2,52 per cento¹. Le vendite al dettaglio avevano raggiunto il livello di 5470 miliardi di dollari, di cui l'e-commerce rappresentava il 16 per cento.

Quella americana era l'immagine di un'economia solida e di un mercato che offriva ampie possibilità di crescita per le piccole e medie imprese italiane che avessero avuto la determinazione di volersi cimentare.

ARRIVA IL COVID-19

La pandemia da Covid-19 ha poi letteralmente sconvolto le vite di tutti gli abitanti del pianeta e le economie di tutto il mondo. Ovviamente anche i numeri dell'economia americana nel 2020 cambiarono di molto: nel secondo quadrimestre 2021 il PIL è sceso a 19.520 miliardi di dollari (-2.3 per cento rispetto al 2019); il tasso di disoccupazione alla fine del mese di aprile 2020 era al 14,8 per cento; i tassi di rendimento *treasury* a 10 anni erano pari a 0,616 per cento alla chiusura del mercato al 1 maggio 2020²; il tasso di inflazione del 1,25 per cento; le vendite al dettaglio scese a 4890 miliardi di dollari (-10.6 per cento rispetto al 2019).

Se l'America si dimostrò un elefante nell'adottare un piano di emergenza sanitaria – semmai ne abbia mai adottato uno – ebbe però l'agilità di una gazzella nel predisporre dei piani di aiuto all'economia. Nei tre mesi tra febbraio e aprile 2020 il governo federale ame-



ricano sviluppò, discusse, approvò e mise in opera un piano di aiuti per aziende e famiglie da 2700 miliardi di dollari (una somma pari all'intero PIL italiano). Nel marzo 2021 l'intervento venne replicato con un secondo piano da 1900 miliardi di dollari.

LA LUCE IN FONDO AL TUNNEL

Lo scenario di riferimento è oggi cambiato. Sul fronte sanitario il grosso della popolazione è già stato vaccinato, il numero dei decessi da Covid-19 è calato vertiginosamente così come anche il numero dei nuovi infetti. Oggi possiamo dire che l'America vede la luce in fondo al tunnel.

Anche per ciò che riguarda l'economia i dati sono incoraggianti: la crescita del PIL per il primo trimestre del 2021 è del +6.4 per cento, mentre il dato sul tasso di disoccupazione a marzo 2021 è al 6 per cento (Figure 1 e 2).

Una considerazione a parte meritano i tassi di rendimento *treasury* a 10 anni che a partire dal *record low* del 4 agosto 2020 (0,5150 per cento) hanno cominciato a salire in previsione di un aumento del tasso di inflazione (Figura 3).

* Lucio Miranda è Fondatore e Presidente di ExportUSA New York, Corp., società di consulenza export per gli Stati Uniti.

Figura 1 - Andamento del PIL americano 2019-2020

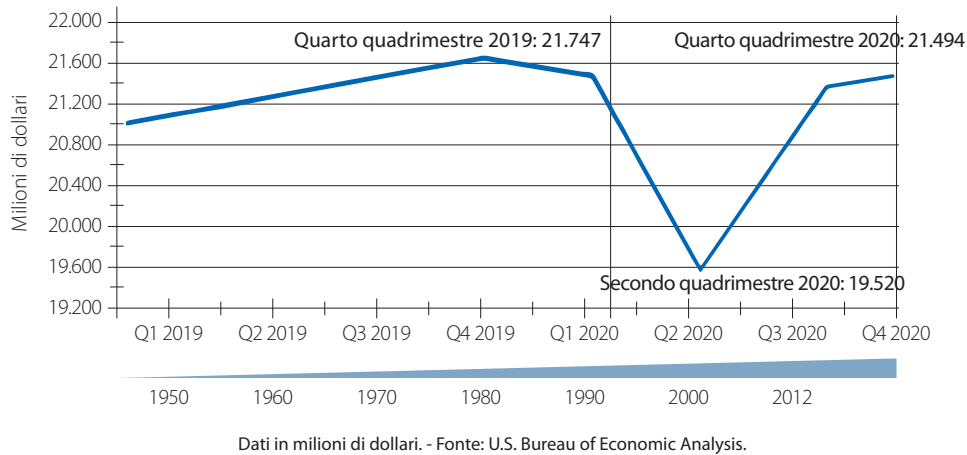


Figura 2 - Andamento del tasso di disoccupazione PIL americano marzo 2001-marzo 2021

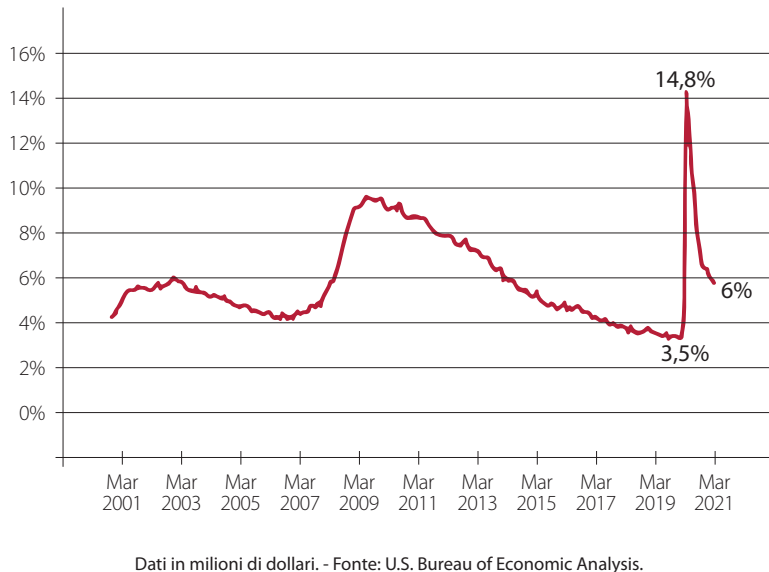
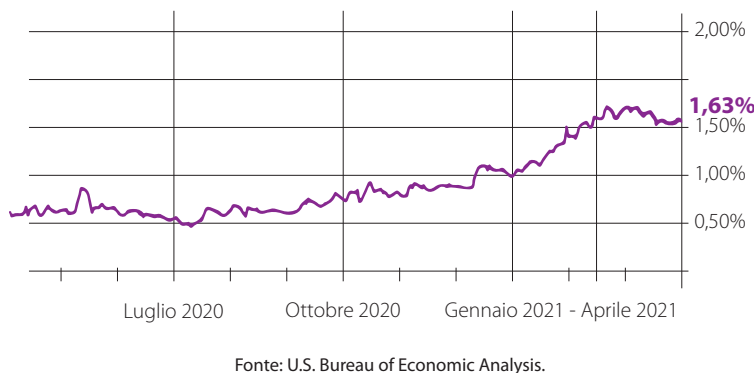


Figura 3 - Andamento dei tassi di rendimento treasury a 10 anni



Il significato dell'economia americana del primo trimestre 2021 ha un valore che va al di là dei numeri in sé. Questo risiede nella sua capacità di resilienza e di ripresa. Un fenomeno già visto all'indomani della crisi finanziaria del 2008/2009 innescata dal fallimento della banca d'affari Lehman Brothers, quando il tasso di disoccupazione schizzò al 12 per cento per poi ridursi fino al 3,5 per cento nel 2019.

L'economia e la società americana, anche quando si confrontano con avvenimenti epocali come la crisi finanziaria del 2008 o il Covid-19, hanno una forza di ripresa impressionante. La struttura del sistema America e un'etica sociale che stupì anche Alexis de Tocqueville sono alla base di questa dinamicità.

Mi sia ora permesso citare un aneddoto che apre le porte a considerazioni che vanno molto, ma molto al di là dell'episodio in sé. Quando si trattò di richiedere gli aiuti stanziati a favore delle aziende, il governo federale chiese alle banche di predisporre gli opportuni canali di richiesta, approvazione (secondo le direttive emanate) ed erogazione dei fondi. Le banche ubbidirono subito – e il verbo «ubbidire» è usato a proposito – e nel giro di circa tre settimane tutte approntarono delle interfacce online per inoltrare le richieste. Nel nostro caso riuscimmo a completare la richiesta in circa 20 minuti senza bisogno di avvocati, commercialisti o notai (che in America non esistono), e senza bisogno di documenti emessi da, vidimati da, aggiornati al e quant'altro. A dieci giorni dalla richiesta i fondi arrivarono sul nostro conto, ed erano a fondo perduto. Chiedemmo poi con le stesse modalità anche un prestito alla Small Business Administration-SBA³ che ottenemmo nel giro di un paio di mesi: tasso del 3 per cento e rimborso a 31 anni.

LA GREEN ECONOMY

La nuova amministrazione americana ha adottato un approccio differente da quella precedente sotto quasi tutti gli aspetti della gestione del Paese. A livello economico l'azione di governo del Presidente Biden si fonda su due grandi piani di investimento:

- il rinnovo delle infrastrutture (porti, aeroporti, strade, ponti, acquedotti, oleodotti, sistemi radar ecc.);
- la transizione verso la green economy.

È un approccio di tipo puramente keynesiano che promette di avere ripercussioni positive per tutti i settori dell'economia americana. L'importo finale degli investimenti dovrebbe attestarsi intorno ai 2250 miliardi di dollari nel suo complesso, distribuiti sui prossimi dieci anni. A nostro parere il sistema America non ha al momento tutte le risorse per poter porre in essere tutte le attività che un piano di investimenti così ingente richiede. Di sicuro ci sarà un impatto positivo sulle importazioni americane di macchinari, impiantistica, beni industriali e tecnologie.

Per quanto riguarda la transizione verso la green economy, poi, il posto d'onore spetta al settore automotive, con auto e camion con motori elettrici e a guida autonoma in prima posizione.

Una nota a margine sulla transizione verso l'economia green. I concetti che più di frequente vengono associate al concetto di economia green sono quelli di ecosostenibilità, riduzione della dipendenza da combustibili fossili, energia rinnovabile, riciclo dei materiali e dei rifiuti, riduzione dell'inquinamento, riduzione delle emissioni di CO₂, preservazione dell'ambiente ecc.

Visto così, si tratta quindi di un contesto con una forte connotazione etica dominata dalla tensione al bene per il pianeta e per le generazioni future. Va sottolineato però che esiste anche una dimensione geopolitica legata alla transizione a un'economia green, suscettibile di modificare profondamente i rapporti di forza tra i blocchi dominanti. Come tale, il valore strategico legato alla transizione a un'economia non più dipendente dai combustibili fossili non andrebbe sottovalutato quando si guarda agli scenari economici e politici di lungo periodo.

In aggiunta al quadro appena descritto, si inserisce un altro elemento capace di favorire le aziende europee sul mercato americano. L'amministrazione Biden ha avviato infatti uno studio sulla supply chain relativa ai computer chip usati nella produzione di beni di consumo, batterie per veicoli elettrici, prodotti farmaceutici, medical device, materie prime utilizzate nell'industria farmaceutica e le cosiddette «terre rare».

Si tratta di prodotti per i quali la pandemia ha messo a nudo le criticità di una supply chain troppo sbilanciata verso la Cina, e per alcuni versi anche verso l'India.

Tabella 1 - Produzione e consumo di petrolio 2008-2019

	2008	2019	Variazione
Produzione	7,78	19,27	+247 per cento
Consumo	19,50	20,50	+5,1 per cento
Deficit/Import	11,72	1,23	-89,5 per cento

Dati espressi in milioni di barili al giorno medi.

È nostra opinione che nei prossimi anni assisteremo a un reindirizzamento delle fonti di approvvigionamento americane per questi, e per altri prodotti, a discapito della Cina e a favore di «Paesi amici».

L'opinione diffusa tra gli analisti finanziari è che l'economia americana sia destinata a un periodo di crescita sostenuta. Tra gli altri, due voci autorevoli come quelle di Jamie Dimon, amministratore delegato di JP Morgan, e di Jerome Powell, Governatore della FED, sostengono che l'economia americana crescerà a ritmi sostenuti fino a tutto il 2023⁴.

IL PETROLIO E IL GAS NATURALE

Un altro importante elemento di robustezza dell'economia statunitense, soprattutto nel medio periodo, è rappresentato dall'industria estrattiva di petrolio e gas naturale. Gli Stati Uniti, già prossimi all'indipendenza energetica per ciò che riguarda il petrolio, lo sono ormai da tempo nel caso del gas naturale.

La Tabella 1 illustra come si è evoluta la situazione dal 2008 al 2019. Il 2008 è l'ultimo anno prima dell'avvento delle nuove tecniche di esplorazione ed estrazione (*fracking, horizontal drilling, deep-sea drilling*).

Per quanto riguarda il gas naturale la situazione è ancora migliore: nel 2019 gli Stati Uniti sono stati esportatori netti per una quantità di gas pari a 5,2 bcf (miliardi di piedi cubi) medi al giorno⁵.

Si tratta di una situazione invidiabile con forti riflessi, in via indiretta, sul deficit di bilancio americano, ma soprattutto su quello della bilancia commerciale, con minori importazioni di petrolio e maggiori esportazioni di gas naturale.

IL SISTEMA ECONOMICO AMERICANO

Al di là dei dati numerici citati, esistono altri indicatori, che potremmo definire «soft», ma che contribuiscono in maniera significativa a rafforzare l'attrattività del mercato statunitense. Citiamo di seguito alcuni dei fattori che a nostro avviso vanno presi in considerazione quando si decide di investire ed esportare in un Paese estero e che pongono gli Stati Uniti in testa alla graduatoria delle nazioni in cui farlo:

- il sistema giuridico funziona ed è relativamente veloce;
- esiste la certezza del diritto e l'azienda straniera non è discriminata per il solo fatto di non essere autoctona;
- il mercato dei capitali è estremamente aperto;
- non ci sono dazi di import oppure, quando ci sono, sono bassi (a parte alcune particolari classi merceologiche come per esempio le calzature o i tessuti);
- i servizi pubblici funzionano: fisco federale e statale, dogane, dipartimento del commercio, servizio postale ecc.;
- al pari dei servizi pubblici, anche le infrastrutture funzionano bene, e per ciò che riguarda i servizi sono di veloce messa in opera e all'interno di un sistema competitivo: porti, aeroporti, strade, collegamenti

telefonici e internet, rete elettrica e idrica, servizi logistici e di trasporto, sistema assicurativo, mercato azionario, obbligazionario e dei titoli del debito pubblico, collegamenti aerei, mercato mobiliare sia per compravendita sia per affitto di immobili di ogni tipo, servizi di manutenzione, di riparazione e di fornitura di ogni tipo ecc.;

- il sistema economico è generalmente competitivo, con più fornitori che competono tra loro e che modellano prodotti e servizi per fornire un ventaglio di scelte al cliente finale ed è aperto alle novità e all'innovazione. In genere è un sistema che premia lo spirito di iniziativa e che incoraggia la nascita di nuove aziende;
- economia, ricerca e università sono ambiti fortemente integrati tra loro;
- la burocrazia è immensamente meno farraginoso e opprimente rispetto all'Italia. Se dovessimo fare un raffronto diremmo che fatto 10 il livello di burocrazia in Italia, l'America è 3. E questo rende bene l'idea della facilità a operare in questo mercato;
- il sistema bancario se la cava: senza infamia né lode fa quello che serve in termini di servizi alle aziende. Un problema è semmai legato alle vicende finanziarie degli ultimi anni il cui risultato è stato quello di rendere difficoltoso l'accesso al mercato del credito;
- non c'è l'IVA;
- non ci sono i notai;
- non c'è l'obbligo di depositare bilanci e atti presso le camere di commercio (che in America neppure esistono nella forma in cui le conosciamo noi in Italia).

IL MERCATO AMERICANO

Il mercato americano, come speriamo sia già emerso da quanto finora discusso, presenta notevoli opportunità per le aziende italiane. Opportunità che sono anche supportate da fattori di medio/lungo periodo ormai consolidati: quasi indipendenza energetica; esportazione di gas naturale; massivi programmi di investimento federali.

Dunque tutto facile? Non proprio. Anche il mercato americano, come tutti i mercati, ha le sue peculiarità e le sue criticità. Non esserne coscienti può essere fonte di frustrazione e di insuccesso. Di seguito proponiamo una serie di osservazioni che quasi di vent'anni di lavoro sul mercato americano ci hanno insegnato. Se l'esperienza altrui è la scusa per fare nuovi errori, direi che questo è un buon punto di partenza.

► L'America è un mercato altamente competitivo

Il 70 per cento circa del PIL americano è composto da consumi e l'America è stata la prima economia consumistica del mondo moderno. Un mercato aperto per definizione su cui si confrontano tutti: grandi e piccoli da ogni parte del mondo e da sempre. Il livello della concorrenza è ai massimi livelli. I settori dove la concorrenza è bassa sono rarissimi.

Il consiglio è quello di prepararsi, studiare il mercato, la concorrenza, il posizionamento del prodotto, e sviluppare un chiaro piano di azione. Bene la flessibilità. Male l'improvvisazione.

► Il servizio è quasi più importante del prodotto

Customer service, garanzie di prodotto, assistenza pre e post-sale sono un must per chiunque venda in America qualsiasi tipo di prodotto. Ovvio che vendere beni industriali implica un impegno ben maggiore per questo tipo di attività rispetto al vendere magliette di cotone, ma anche i beni di largo consumo hanno le loro idiosincrasie.

Il consiglio è quello di capire qual è il livello di servizio atteso e attrezzarsi affinché venga assicurato – e non è detto a fornirlo direttamente debba essere l'azienda, potrebbe essere fatto da un distributore.

► Sbilanciamento del rischio percepito

Il sistema legale americano è completamente diverso da quello italiano: non si basa sui codici e la norma si crea, ed evolve!, attraverso le decisioni delle corti. Il risultato netto finale è che c'è estrema attenzione agli ambiti di responsabilità patrimoniale da parte degli operatori americani. Comprare da una società non americana aumenta il rischio percepito perché mentre un americano è esposto a un sistema legale veloce, incisivo e rigoroso sul piano del risarcimento del danno, non so se potrò mai rivalermi sul mio fornitore in caso di una diatriba legale.

Il consiglio è quello di aprire una società di diritto americano e aprire un conto corrente con una banca in America.

► La distribuzione

La distribuzione rappresenta l'aspetto più ostico del mercato americano. In un mercato dove tutti vogliono vendere, la distribuzione tiene in tasca le chiavi del portone di ingresso e decide chi far entrare e chi tenere fuori.

Il consiglio è quello di studiare i possibili canali di distribuzione alternativi tra loro, apprendere le logiche di ciascun canale, adattarne il prodotto e investire sulla distribuzione. «Ti do il 10 per cento di commissione sul venduto», ammesso che abbia mai funzionato prima, di certo non funziona adesso.

► La comunicazione

La comunicazione è importante ma in un mercato altamente competitivo come gli Stati Uniti lo è ancora di più. Le dimensioni della comunicazione sono duplici. La prima è quantitativa – quanto comunico – la seconda, di gran lunga la più importante, è qualitativa: come comunico – e qui ci riferiamo al linguaggio adottato e non ai mezzi prescelti. Siamo sicuri che posso comunicare in America nello stesso modo con cui comunico in Italia? Il contesto culturale di riferimento è molto

diverso e il consiglio è familiarizzare al più presto non solo per ciò che riguarda la comunicazione aziendale, ma anche per la gestione della comunicazione interpersonale e di gruppo durante incontri di lavoro e presentazioni.

► I millennials

I millennials sono i precursori di una nuova generazione di generazioni. Nuove generazioni se ne sono sempre succedute l'una all'altra nella storia del mondo. Cos'ha questa di diverso? I millennials sono la prima generazione «native digital»: quando sono nati esisteva già internet, il wi-fi e gli smartphone. Per citare solo alcuni degli aspetti più importanti, diremo che la combinazione di questi tre elementi ha rappresentato un cambiamento epocale nei paradigmi della comunicazione, dell'apprendimento, degli acquisti, della ricerca e della fruizione delle informazioni, della creazione del consenso. La frangia più «anziana» dei millennials è già entrata nel mondo del lavoro ed è impensabile pensare che cresciuti in maniera totalmente digitale cambino le loro aspettative e il loro modo di fare solo perché adesso lavorano.

Il consiglio è quello di fare un sincero sforzo per capirli e di adattarsi alla loro visione del mondo.

► E-commerce

In America, l'e-commerce era già radicato prima del Covid-19, ma con lo scoppio della pandemia è diventato centrale. L'incidenza delle vendite online sul totale delle vendite al dettaglio era del 16 per cento prima del Covid-19 e c'erano voluti vent'anni per arrivare fin lì. Nei primi sei mesi della pandemia la percentuale è salita al 33 per cento. È una crescita di grandezza tale che trascende il dominio della quantità per sconfinare in quello della qualità. In America l'e-commerce è una modalità di distribuzione da cui non si può prescindere e che interessa anche le vendite B2B.

Il consiglio è quello di incorporare il commercio digitale nelle attività aziendali con la stessa dignità concessa a funzioni storiche come per esempio la contabilità o la logistica.

► Approccio mentale

Il «capitale mentale» è la risorsa più preziosa di chi vuole entrare con successo sul mercato americano. Di gran lunga più importante dei mezzi finanziari. Si tratta di un mercato competitivo e più diverso di quanto non si creda. Non è un mercato da «mordi e fuggi» e neppure uno che si possa servire efficacemente solo dall'Italia. Serve pianificare e serve investire per implementare quanto pianificato. Soprattutto serve fare uno sforzo per comprendere le diverse logiche che lo governano e per adattarsi.

Non si può capire l'America – e di conseguenza non si può avere successo in America – se si pretende di utilizzare le sole categorie analitiche valide in Italia.

Alcuni casi di successo: Curti, Dallan, Amped

Ma come funziona il mercato americano e come si affronta? Di seguito presentiamo tre casi di successo di aziende italiane che in America hanno visto il loro fatturato decollare tenendo presenti le parole chiave: determinazione, spirito di adattamento, concretezza.

CURTI Costruzioni Meccaniche S.p.A. Gruppo industriale di Castel Bolognese (Ravenna), da 66 anni leader nel settore della meccatronica (circa 100 milioni di euro il fatturato nel 2020), ha investito negli Stati Uniti costituendo la società in North Carolina e assumendo personale in loco. Un'avventura iniziata nel 2018 con macchinari industriali innovativi che ha poi generato nuove opportunità per CURTI in America. Macchine per il packaging e tecnologie per la produzione dei cablaggi destinati all'automotive sono stati il primo investimento della CURTI che sta adesso estendendo le proprie attività in America anche ad altri rami aziendali. In particolare la «divisione aerospazio» vedrà un suo imminente sviluppo.

CURTI ha infatti progettato Zefhir, un elicottero biposto ultraleggero dotato di paracadute incorporato che può essere aperto in caso di emergenza rallentando la discesa del velivolo e consentendo, quindi, un atterraggio sicuro. Un progetto già realizzato in Italia, che presto verrà riproposto negli Stati Uniti e che prevede già una vendita media di 25 elicotteri all'anno che potranno essere assemblati direttamente in America.

Una ricerca sul mercato americano aveva evidenziato le potenzialità del segmento rappresentato dalle scuole volo. Gli elicotteri usati dalle scuole volo, infatti, usano normalmente motori a pistoncini mentre l'elicottero progettato da CURTI ha un motore a turbina e permette quindi di acquisire la certificazione di volo anche per classi di elicotteri superiori. Ciò evita che la scuola di volo debba dotarsi di elicotteri con motore a turbina, velivoli dal costo nettamente superiore al modello proposto da CURTI.

La meccatronica ha fatto quindi da apripista a ulteriori comparti aziendali e si sta pensando anche a un cambio di sede in America per trasferirsi in un luogo più spazioso dove costruire un hangar per assemblare velivolo Zefhir. Dopo un'iniziale attività commerciale gestita dall'Italia, i vertici dell'azienda si sono resi conto che era necessario un cambio di marcia: serviva, infatti, infondere maggiore fiducia nei clienti oltre oceano. Non bastava dunque spedire la tecnologia in America, ma occorreva fornire assistenza tecnica in loco e gestita direttamente.

Dopo la costituzione della CURTI USA Corporation a Wilmington (North Carolina) l'azienda del ravennate è passata da 145.000 dollari di fatturato nel 2018, a 2 milioni tra il 2019 e il 2020 e in base agli ordini già acquisiti si stima un ulteriore incremento fino a 7,5 milioni entro la fine 2021. Inoltre, è stato assunto personale americano che verrà formato direttamente in Italia affinché i clienti possano avere un punto di riferimento direttamente negli Stati Uniti.

Dallan Spa Azienda di Castelfranco Veneto, dal 1978 leader nei sistemi di profilatura, punzonatura e taglio laser da coil, ha avviato nel 2018 una presenza diretta a Dayton (Ohio) superando la scelta della vendita diretta dall'Italia e dell'importatore.

Per fidelizzare i propri clienti e far crescere il fatturato è stata creata una presenza fissa negli Stati Uniti per l'assemblaggio e l'assistenza tecnica. Il mercato americano richiede un livello di automazione elevato, un servizio di customer care pronto, reattivo e disponibile in loco. A oggi molti clienti confermano che se Dallan non avesse costituito una propria sede anche in America le collaborazioni non sarebbero state le stesse. In soli due anni la presenza negli Stati Uniti ha favorito un incremento del fatturato da 106mila dollari a oltre 7 milioni e ora il fatturato USA rappresenta il 20 per cento dell'intero gruppo.

Trattandosi di tecnologie 4.0 e di macchine con una componente software importante e connesse in rete, Dallan ha scelto di dar vita a uno stabilimento che si occupa di ricambistica e di tutte le attività di carattere tecnico e logistico. Grazie ai sistemi di gestione da remoto, l'azienda ha superato l'importante sfida dell'emergenza Covid-19 nelle assistenze dei grandi impianti.

Amped Srl Amped è nata a Trieste grazie a una tesi di laurea che verteva sull'implementazione di software per la sicurezza pubblica. Questo progetto ha dato vita a un'azienda che adesso esporta in 100 Paesi. Una realtà ben avviata che sviluppa tecnologie per l'analisi e il miglioramento di immagini e filmati per applicazioni forensi, investigative e della pubblica sicurezza. Amped FIVE è il prodotto di punta, che viene utilizzato da agenzie governative, laboratori, forze dell'ordine, comuni e professionisti in tutto il mondo. Amped, a oggi, opera principalmente in ambito B2G. Trattandosi di un'azienda di piccole dimensioni è stato necessario definire, negli anni, un'unica strategia per l'internazionalizzazione in tutte le aree di interesse, ma con la giusta flessibilità che la pubblica amministrazione richiede e che varia da Paese a Paese.

Questo ha permesso di riuscire ad affrontare con successo l'ingresso diretto nel mercato americano, che nel giro di un solo anno ha trainato il fatturato di tutta l'azienda. L'ottimo risultato negli Stati Uniti è stato determinato sia dalla costituzione della società in America per fidelizzare il mercato e i potenziali clienti – che, seppur esigenti, quando si affidano a un fornitore lo fanno in maniera celere ed efficace – sia dall'assunzione di personale di vendita americano con la capacità quindi di relazionarsi culturalmente con i potenziali clienti.

I vertici di Amped, inoltre, hanno riscontrato un'impressionante velocità di risposta da parte dei clienti del settore pubblico negli Stati Uniti: un approccio smart, che nemmeno i clienti privati di altri Paesi hanno mai adottato. In generale, la gestione aziendale in America è basata sulla velocità di risposta e si contrappone visibilmente a quella europea, più lenta nell'adottare decisioni o intraprendere trattative.

Al di là della costituzione della società in America, il successo di Amped è stato determinato dall'analisi del mercato americano, tramite uno studio condotto prima di affrontare l'investimento per comprendere come si muovono i potenziali clienti. Al di là dei grandi enti governativi, a livello federale o statale, è emerso che in America esistono quasi 30mila dipartimenti di polizia, ognuno con una propria autonomia di spesa. Amped ha quindi deciso di rimodulare le modalità di fornitura del servizio per adattarsi alle procedure prevalenti nei dipartimenti di polizia e di concentrarsi su questo segmento con l'assunzione di personale di vendita dedicato.

► Evitare la trappola della semplicità

Alle aziende italiane abituate allo tsunami di leggi, decreti attuativi, circolari interpretative, continue modifiche, variazioni ed emendamenti alle stesse, procedure di autorizzazione preventiva, permessi, iscrizioni ad albi e registri, notifiche, certificazioni, validazioni e quant'altro l'America, con la sua snellezza burocratica e amministrativa sembra un paradiso ed è facile illudersi che non ci siano regole. Niente di più fallace: le regole sono in numero minore rispetto all'Italia ma ci sono. Ed il controllo è più rigoroso. Le conseguenze della mancata osservanza delle norme possono essere catastrofiche.

Il consiglio è quello di informarsi bene e informarsi prima, e non mancare mai di aggiornarsi.

► Contrattualistica

Il corollario diretto della struttura del sistema giuridico americano sono l'ubiquità e la corposità dei contratti. In America non esiste relazione di lavoro o d'affari che possa prescindere dalla stesura di un contratto. Il contratto fa legge e quindi deve prevedere tutto: chi fa cosa, come e quando, che cosa succede se una parte non adempie a quanto stabilito, e, importantissimo, quali sono i limiti e l'estensione della responsabilità di ciascuno.

Il consiglio è quello di non iniziare una relazione di lavoro o d'affari, di non concludere una compravendita, di non intraprendere una qualsiasi attività di una qualche rilevanza senza che il tutto sia regolato da un contratto. Esistono leggi federali ma la gran parte delle relazioni saranno gestite a livello statale, è dunque importante appoggiarsi a un avvocato che abbia la licenza per quello Stato e resistere alla tentazione del «fai da

te». Inoltre, è importante non usare contratti scritti in doppia lingua italiano e inglese e designare la legge applicabile e il foro competente nel caso di controversie.

PROSPETTIVE COMMERCIALI TRA USA E UE

Se con il mandato di Donald Trump abbiamo assistito a un'Unione Europea diffidente e cauta nella gestione dei rapporti con gli Stati Uniti, il recente insediamento del Presidente Biden sembra aver incoraggiato un atteggiamento positivo ed entusiasta da parte dei vertici europei. Il commercio transatlantico e il ripensamento della supply chain sono tornati al centro del dibattito e si respira un'aria diversa, probabilmente determinata dal congelamento dei dazi, che sta infondendo fiducia sia a Bruxelles sia nei mercati e nelle imprese.

L'annuncio di misure ritorsive sui dazi della precedente amministrazione (misure spesso solo annunciate e mai adottate), avevano bloccato l'Europa nella conduzione dei negoziati commerciali con gli Stati Uniti. Una situazione che aveva ingenerato incertezza e che non facilitava di certo neppure le decisioni di investimento delle imprese, costrette a vivere con la spada di Damocle di improvvisi aumenti dei dazi import. Con l'amministrazione Biden lo scenario di riferimento è cambiato anche riguardo alla politica commerciale. Ripercorriamo qui le tappe dell'imposizione dei dazi compensativi legati alla vicenda Airbus da parte del World Trade Organization (WTO) perché illustra bene come stia cambiando il clima delle relazioni commerciali tra Stati Uniti ed Unione Europea.

Il caso risale al 2004 quando gli Stati Uniti accusarono Regno Unito, Francia, Germania e Spagna di aver sussidiato Airbus, fin dagli anni Settanta, con aiuti

Finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione

Un programma di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese particolarmente efficace è quello creato e gestito da SIMEST. Di seguito tratteggiamo le principali caratteristiche del programma.

SIMEST è la società del Gruppo Cassa depositi e prestiti che dal 1991 sostiene la crescita delle imprese italiane attraverso l'internazionalizzazione della loro attività. Azionisti sono SACE, che la controlla al 76 per cento, e un nutrito gruppo di banche italiane e associazioni imprenditoriali.

Con i finanziamenti per l'internazionalizzazione SIMEST le imprese possono coprire le spese per:

- patrimonializzazione;
- partecipare a fiere internazionali, mostre e missioni di sistema;
- inserirsi nei mercati esteri;
- usufruire di temporary export manager;
- strutturare e-commerce;
- sviluppare studi di fattibilità;
- sviluppare programmi di assistenza tecnica.

I finanziamenti per l'internazionalizzazione SIMEST esistono da anni ma nella loro ultima versione hanno incorporato delle novità che li rendono ancora più vantaggiosi ed efficaci. In primis, adesso non serve più prestare una fidejussione bancaria per poter ottenere i finanziamenti e, in secondo luogo, fino al 40 per cento del finanziamento erogato è ora a fondo perduto.

Altri vantaggi del programma SIMEST sono che il finanziamento non entra in centrale rischi e il tasso d'interesse è estremamente favorevole ed è pari al 10 per cento del tasso di riferimento UE (a titolo di esempio ricordiamo che per il periodo dal 01 aprile 2021 al 30 aprile 2021 il tasso d'interesse era dello 0,055 per cento, e se si tiene conto della componente a fondo perduto il tasso di fatto si dimezza).

illegittimi in base alle regole del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) 1994 per 22 miliardi di dollari e di aver quindi causato un danno a Boeing. Nel 2005, l'Unione Europea presenta a sua volta un ricorso quasi identico contro gli aiuti illegittimi che gli Stati Uniti avrebbero erogato a Boeing, per 23 miliardi di dollari.

Nell'ottobre 2019, il WTO autorizza gli Stati Uniti a imporre dazi compensativi per 7,5 miliardi di dollari sulle importazioni dall'Unione europea. Nell'ottobre 2020 l'Unione Europea viene autorizzata dal WTO a imporre dazi compensativi per 4 miliardi di dollari sui prodotti di importazione statunitense.

Nel marzo 2021 il Presidente americano Biden e la Presidente dell'Unione Europea Ursula von der Leyen, nel corso di un colloquio telefonico, decidono di sospendere per quattro mesi l'applicazione dei dazi compensativi derivati dall'affaire Airbus-Boeing, con conseguenze positive per il made in Italy: un risparmio di mezzo miliardo di euro all'anno di tasse doganali

sui formaggi italiani (secondo la Coldiretti). È il chiaro segno che le relazioni commerciali tra Stati Uniti e Unione Europea sono cambiati.

La volontà di riconciliazione e di risoluzione pacifica delle controversie commerciali mostrata da questo accordo sicuramente giova a tutte le aziende che stanno pianificando un ingresso sul mercato americano e che possono ora guardare con più fiducia alla costruzione di relazioni commerciali durature con le controparti americane.

Il tutto, sommato a un protocollo più sobrio nelle comunicazioni, fa tirare un sospiro di sollievo alla stessa Unione Europea. Quello che è evidente è che sta cambiando il modo di dialogare: ai social media si sostituiscono telefonate dai toni pacati e comunicazioni ufficiali con un approccio più tradizionale. Il tutto per riallineare l'asse euro-atlantico e per analizzare le esigenze delle migliaia di imprese che vedono negli Stati Uniti una delle principali mete per le esportazioni europee.



¹ Il dato fa riferimento alla chiusura del mercato al 1 maggio 2019.

² Il 30 aprile 2021 il rendimento era salito all'1,625 per cento.

³ Agenzia governativa degli Stati Uniti d'America che fornisce supporto a imprenditori e piccole imprese.

⁴ «JPMorgan CEO Dimon sees U.S. economic boom through 2023», Reuters, 7 aprile 2021; «Powell tells "60 Minutes" that US economy is at an "inflection point"», CNN Business, 12 aprile 2021.

⁵ «Monthly Energy Review», EIA, aprile 2021.

IN SINTESI

- L'avvento alla presidenza americana di Joe Biden sembra aver incoraggiato un atteggiamento positivo ed entusiasta da parte dei vertici europei. Il commercio transatlantico e il ripensamento della supply chain, meno sbilanciata verso la Cina, sono tornati al centro del dibattito e si respira un'aria diversa, probabilmente determinata dal congelamento dei dazi, che sta infondendo fiducia sia a Bruxelles sia nei mercati e nelle imprese.
- L'opinione diffusa tra molti analisti finanziari è che l'economia americana sia destinata a un periodo di crescita sostenuta da qui ai prossimi due anni. Questo apre interessanti opportunità commerciali per le aziende europee e italiane in diversi settori: dalle infrastrutture ai servizi, dalla meccanica ai beni di largo consumo.
- Oltre a quelli economici, altri indicatori, che potremmo definire «soft», contribuiscono in maniera significativa a rafforzare l'attrattività del mercato statunitense: un sistema giuridico funzionante e veloce; un mercato dei capitali estremamente aperto; servizi pubblici e infrastrutture funzionanti; l'assenza, o quasi, di dazi di import oppure, quando ci sono, sono bassi (a parte alcune particolari classi merceologiche come per esempio le calzature o i tessuti); un sistema economico competitivo; una burocrazia snella; un sistema bancario che favorisce l'accesso al credito.