



**Let's do business in the
US**

October , 2017

- | | |
|--|-----------------|
| ✓ Introduzione | Mauro Bandelli |
| ✓ Tip & Trends del mercato americano | Mariana Marchon |
| ✓ L'approccio al mercato USA | Mauro Bandelli |
| ✓ Testimonianza diretta, le opportunità delle reti d'impresa | Vittorio Agnati |
| ✓ La gestione delle transazioni internazionali | AFEX |

Mission

GEN USA è una società di consulenza e servizi che supporta le imprese nello stabilire, gestire e sviluppare una presenza stabile e continuativa negli Stati Uniti

Mauro Bandelli

- ✓ Partner di Gen USA da 5 anni
- ✓ 15 anni nell'ambito mktg e sales delle tlc mobili
- ✓ Esperto di Business Planning ed implementazione attività all'estero
- ✓ email: mauro.bandelli@gen-usa.com



- ✓ 1 Governo
- ✓ 50 Stati
- ✓ 1 lingua
- ✓ Area: 9.850.476 km²
- ✓ Popolazione: 325.127.000
- ✓ Abitanti/km²: 33,0



- ✓ 28 Governi
- ✓ 28 Stati
- ✓ 24 lingue
- ✓ Area: 4.326.253 km²
- ✓ Popolazione: 503.679.730
- ✓ Abitanti/km²: 116,6



L'economia statunitense: 325 milioni di abitanti con PIL pro-capite intorno ai \$50.000



È **il Mercato di Riferimento** per ogni impresa che si rivolga al di fuori dei propri confini nazionali

PIL USA in ottima salute – oltre 3% di crescita del PIL nell'ultimo trimestre - ma le notizie più confortanti provengono dalle stime di crescita molto positive fino al 2020



Possibilità di fare pianificazioni a lungo termine (5-10 anni)

Il dollaro USA è ancora volutamente indebolito rispetto alle altre divise internazionali per favorire il mercato interno e ridurre le importazioni



Investire negli USA è ancora conveniente (ma per quanto?); sicuramente vendere sarà molto conveniente

Il sistema politico USA è stabile, attento allo start up di nuove imprese e allo sviluppo di quelle esistenti: ogni stato adotta un programma di incentivazioni



Rischi geo-politici e sociali nulli

Il costo dell'energia è basso, e grazie ad innovazioni tecnologiche nel settore petrolifero che faranno diventare gli Stati Uniti totalmente indipendenti da altri paesi dal punto di vista energetico entro il 2020



Conviene produrre in alcuni casi

La burocrazia americana ha regole chiare e semplici, è trasparente, non ostacola lo sviluppo ma è al servizio delle aziende, fornisce risposte rapide per autorizzazioni e delibere

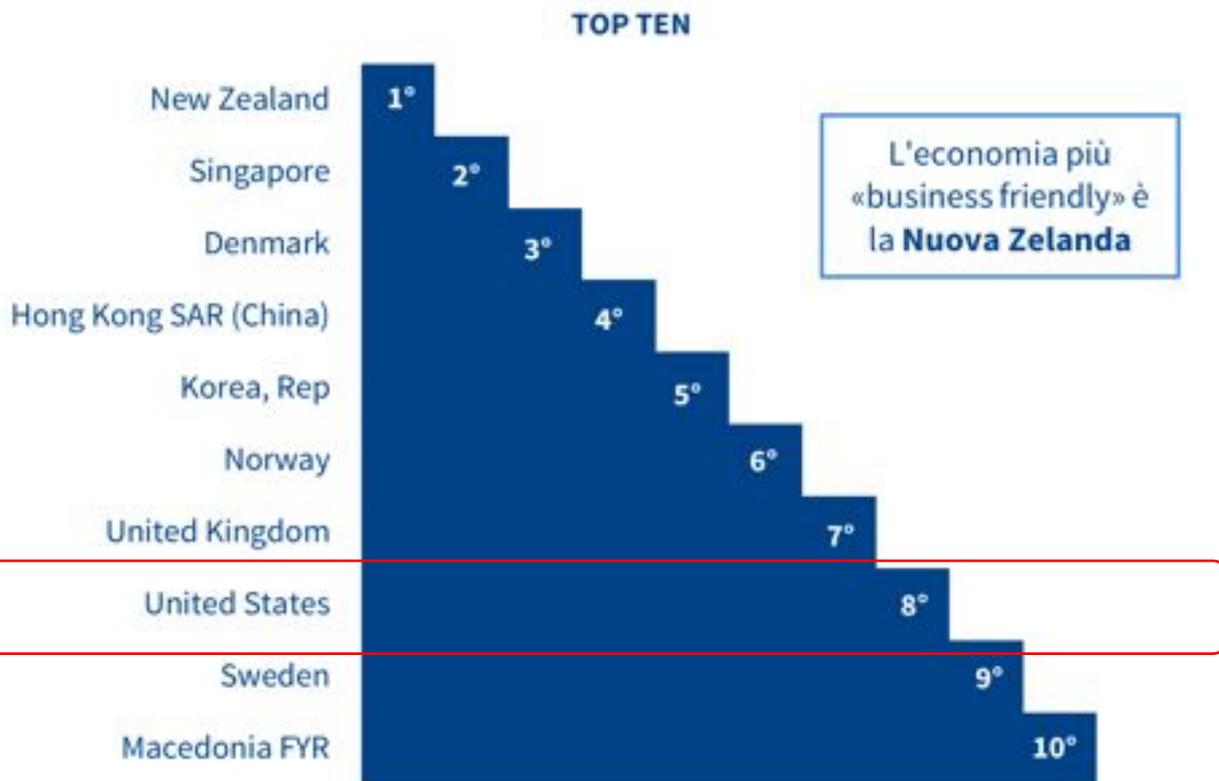
Il mercato del lavoro è estremamente flessibile, orientato alla meritocrazia e allo sviluppo del business, la tassazione sul lavoro è estremamente ridotta

La risoluzione dei contenziosi tra aziende è rapida, corruzioni e concussioni sono praticamente assenti

La moneta unica, per un paese grande quanto un intero continente, semplifica gli scambi e le contrattazioni

Una lingua unica, semplice e conosciuta, consente di avviare relazioni e trattative direttamente tra manager e imprenditori senza intermediari, contrariamente a quanto avviene in Europa paragonabile ad una vera e propria Babele

- La vita professionale (quotidiana) è molto più semplice
- gli Italiani non sono abituati, se ne meravigliano e hanno bisogno di un periodo di adattamento



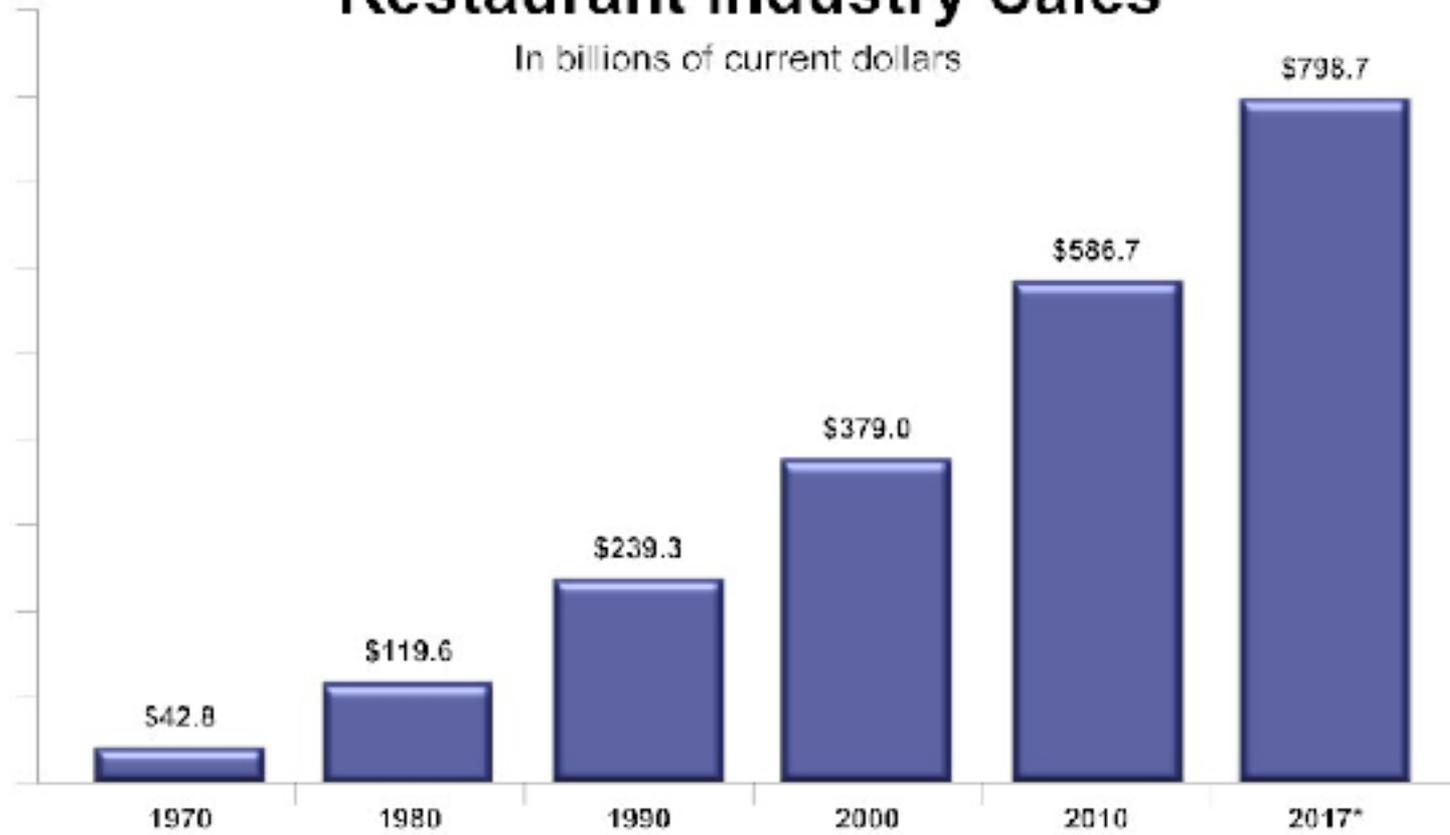
	Ranking DB2017	Ranking DB2016 ¹
Italia	50° ▼	44°
Germania	17° ▼	14°
Francia	29° ▼	28°
Spagna	32° ▲	33°

“Fare business” negli USA è molto più semplice che in molti paesi Europei

- | | |
|--|-----------------|
| ✓ Introduzione | Mauro Bandelli |
| ✓ Tip & Trends del mercato americano | Mariana Marchon |
| ✓ L'approccio al mercato USA | Mauro Bandelli |
| ✓ Testimonianza diretta, le opportunità delle reti d'impresa | Vittorio Agnati |
| ✓ La gestione delle transazioni internazionali | AFEX |

Restaurant Industry Sales

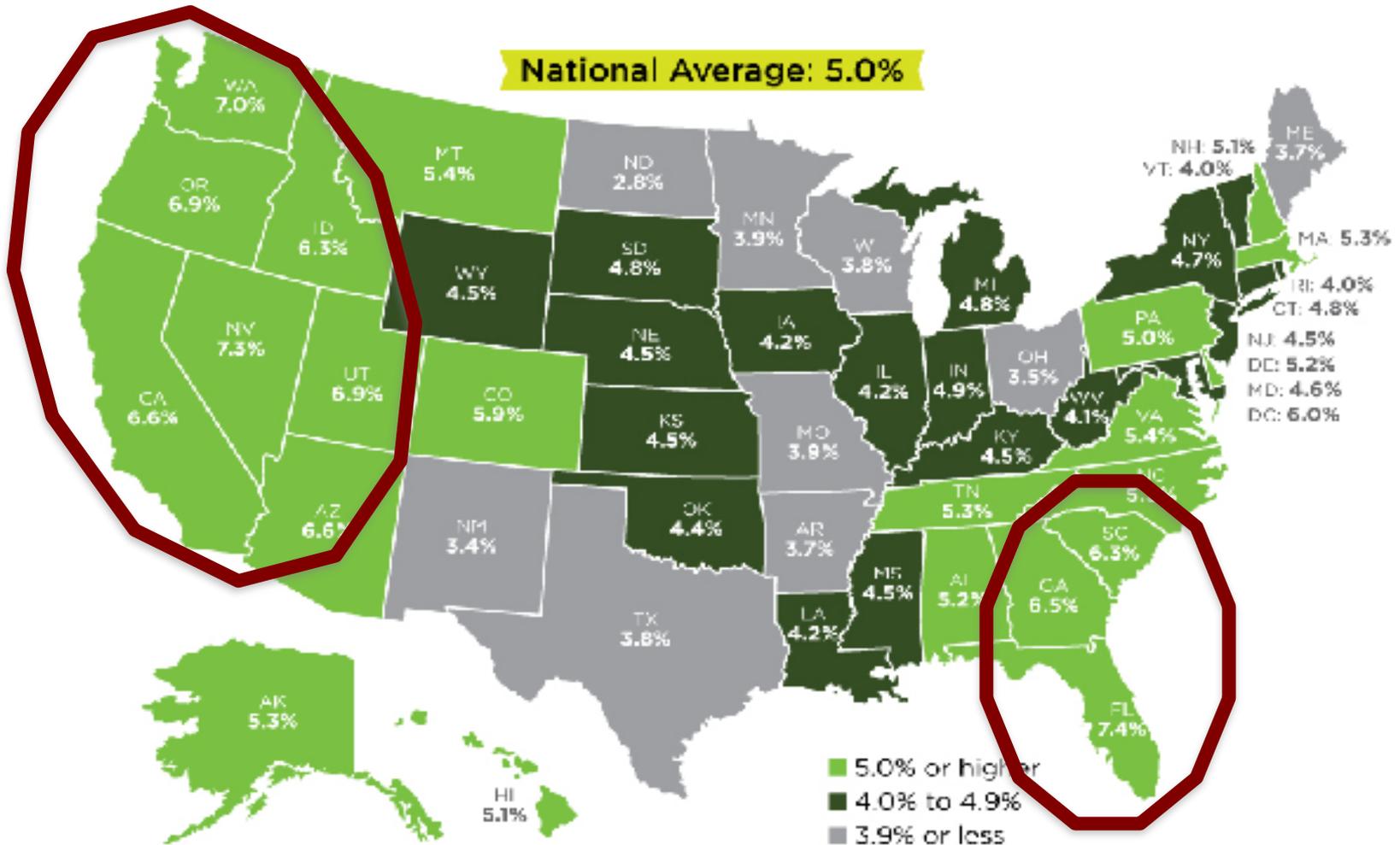
In billions of current dollars



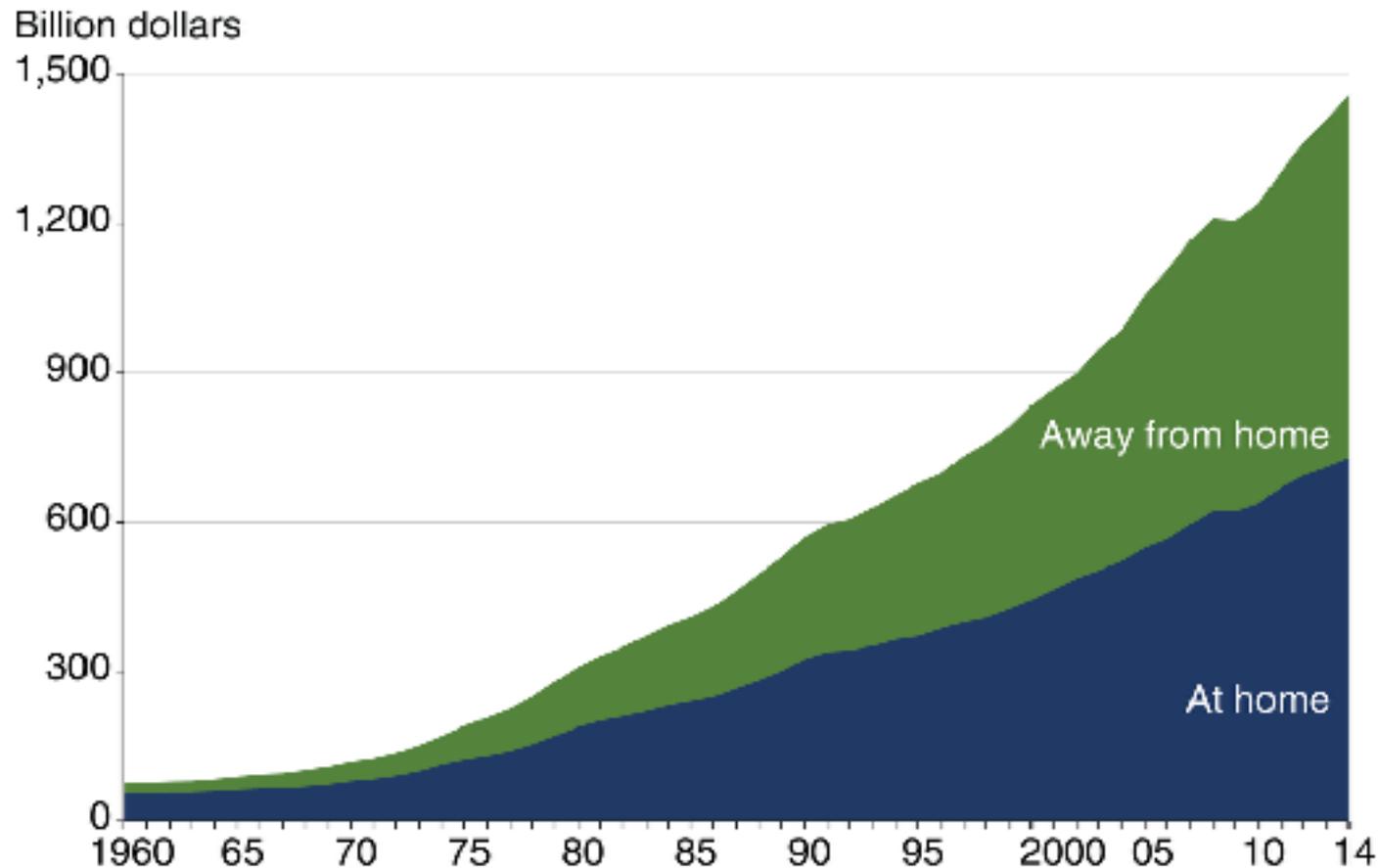
Source: National Restaurant Association, Restaurant.org/Forecast

* projected

EXPECTED RESTAURANT SALES GROWTH



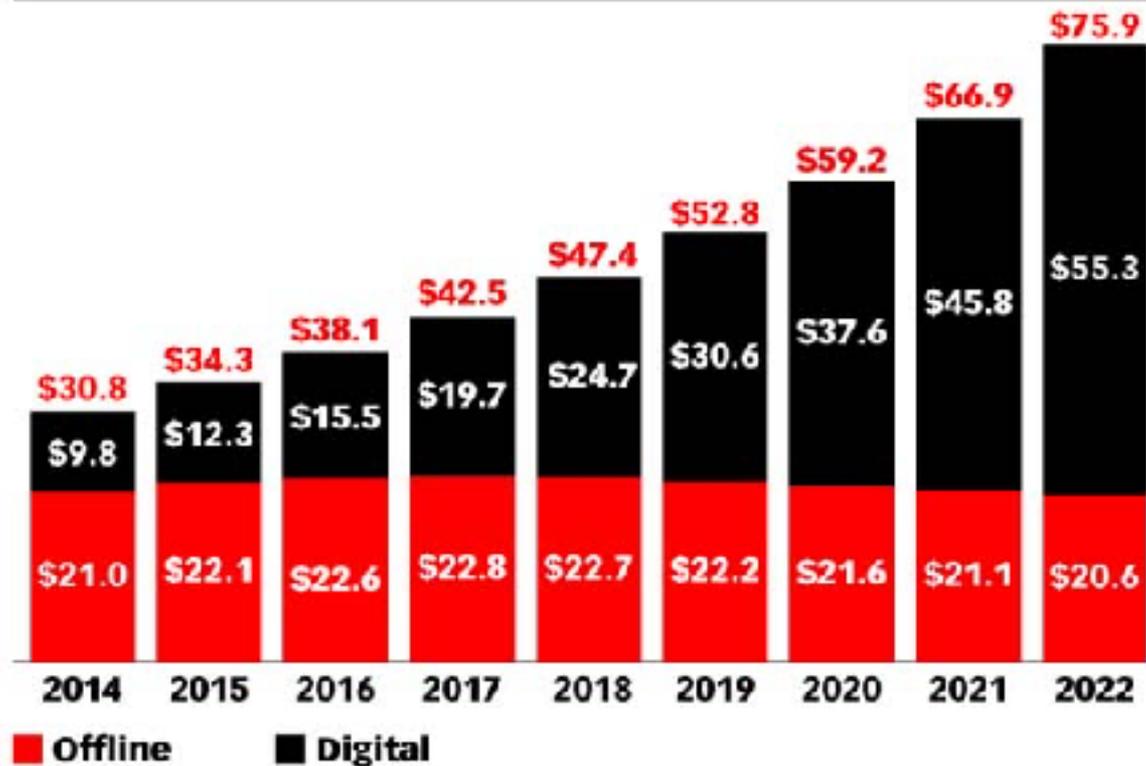
Food-at-home and away-from-home expenditures in the United States, 1960-2014



Source: USDA, Economic Research Service, Food Expenditure Series.

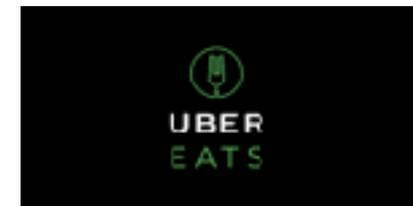
US Restaurant Delivery Revenues, Offline vs. Digital, 2014-2022

billions

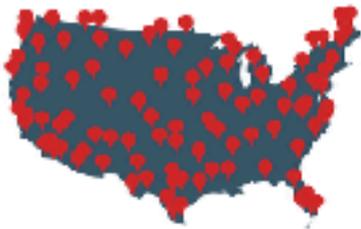


Note: numbers may not add up to total due to rounding

Source: The NPD Group and Cowen and Company as cited by Cowen and Company, "Survey says 'Dining In' Is the New 'Dining Out'," July 12, 2017



53,432
Properties*



4,978,705
Guestrooms



4.8 MILLION
Average number
of guests each night



\$176 BILLION
Lodging sales revenue



\$141.5 BILLION
Business travel
tax revenue



\$74.12
Revenue per available
room (RevPAR)



64.4%
Average
occupancy rate

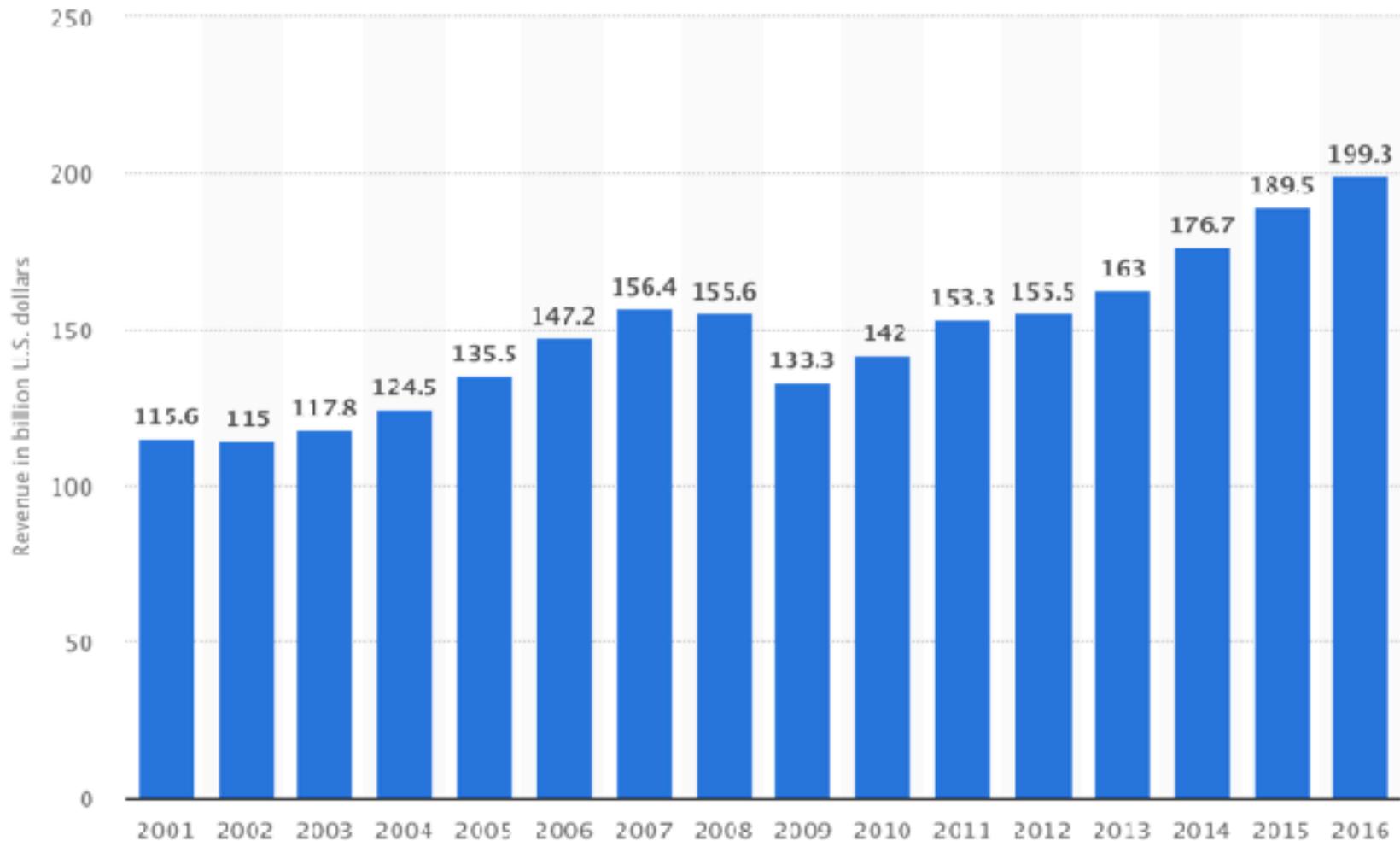


1.9 MILLION
Employed by
hotel properties



2015

Revenue of the U.S: hotel industry from 2001 to 2016 (in billion U.S. dollars)



- App di prenotazione online (smartphone)
- Check-in Online
- Apertura della camera da letto attraverso l'utilizzo di applicazioni per cellulari (digital key)



Millennials | Born 1980-1996 (18-34 years old)

32%

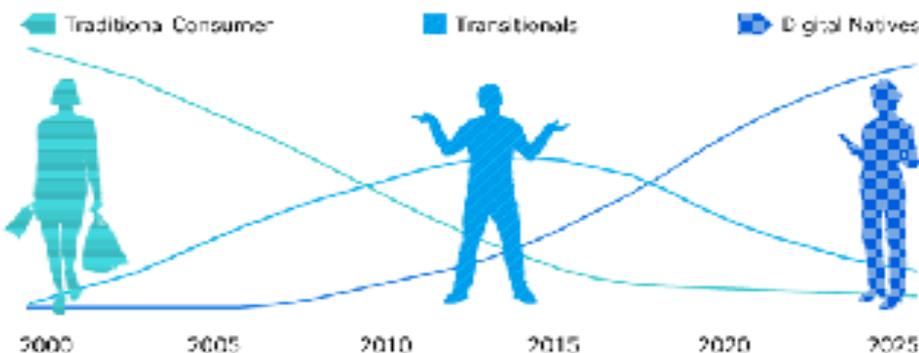
of all US travelers,
and the **fastest-growing** age segment
for travel

50%

of all **business travel**
spending by 2020
(currently @1/3)

By 2030 in US, millennials
will outnumber boomers
78M to 56M and are forming
lifelong shopping
preferences and habits now

*By 2017, a new type of customer – the "Digital Native" – will be the main user of hospitality display**



*Source: PwC Global Hospitality and Travel Research, 2012. PwC, 2012. © 2012 PwC LLP, a member firm of the PwC network.

**NO TIME?
NO LINE.**





Pratiche eco- friendly:

- Risparmio energetico
- Sistemi cloud senza usare carte (paperless)
- riutilizzo del tovagliolo
- Etc.

Pratiche Local:

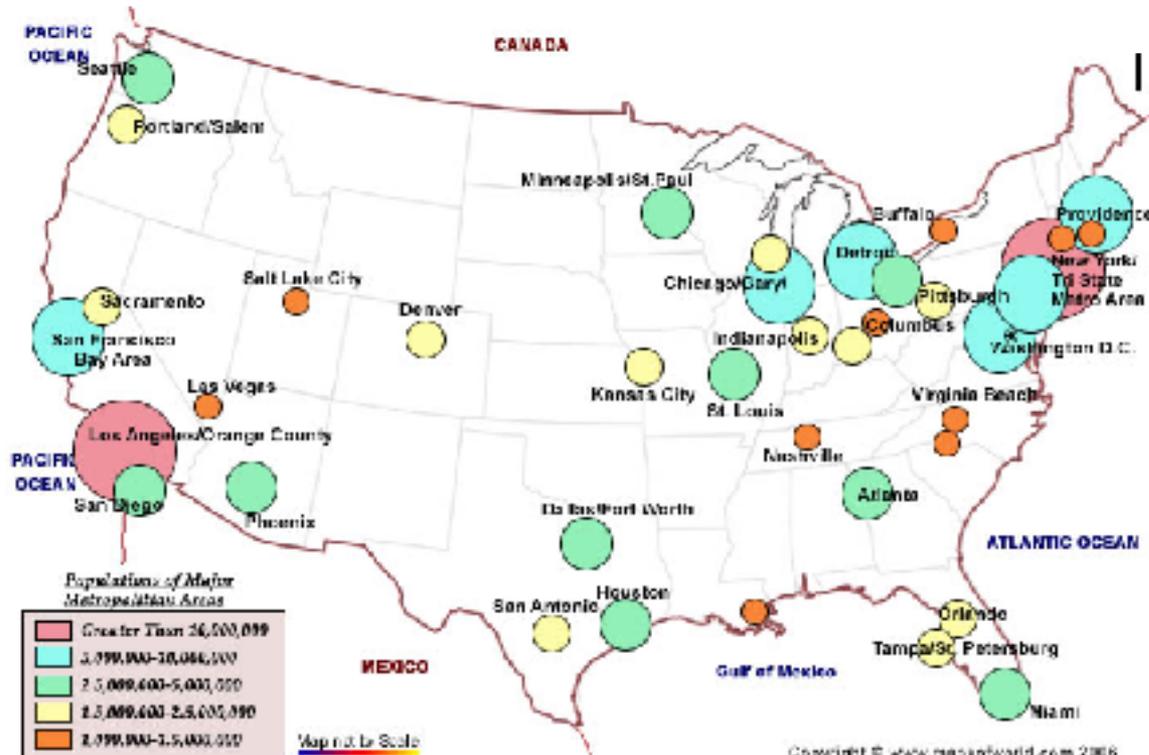
- l'uso di ingredienti e prodotti di produzioni locali



Wellness & Fitness:

- Palestre smart
- Disponibilità di alimenti sani e biologici
- Etc.

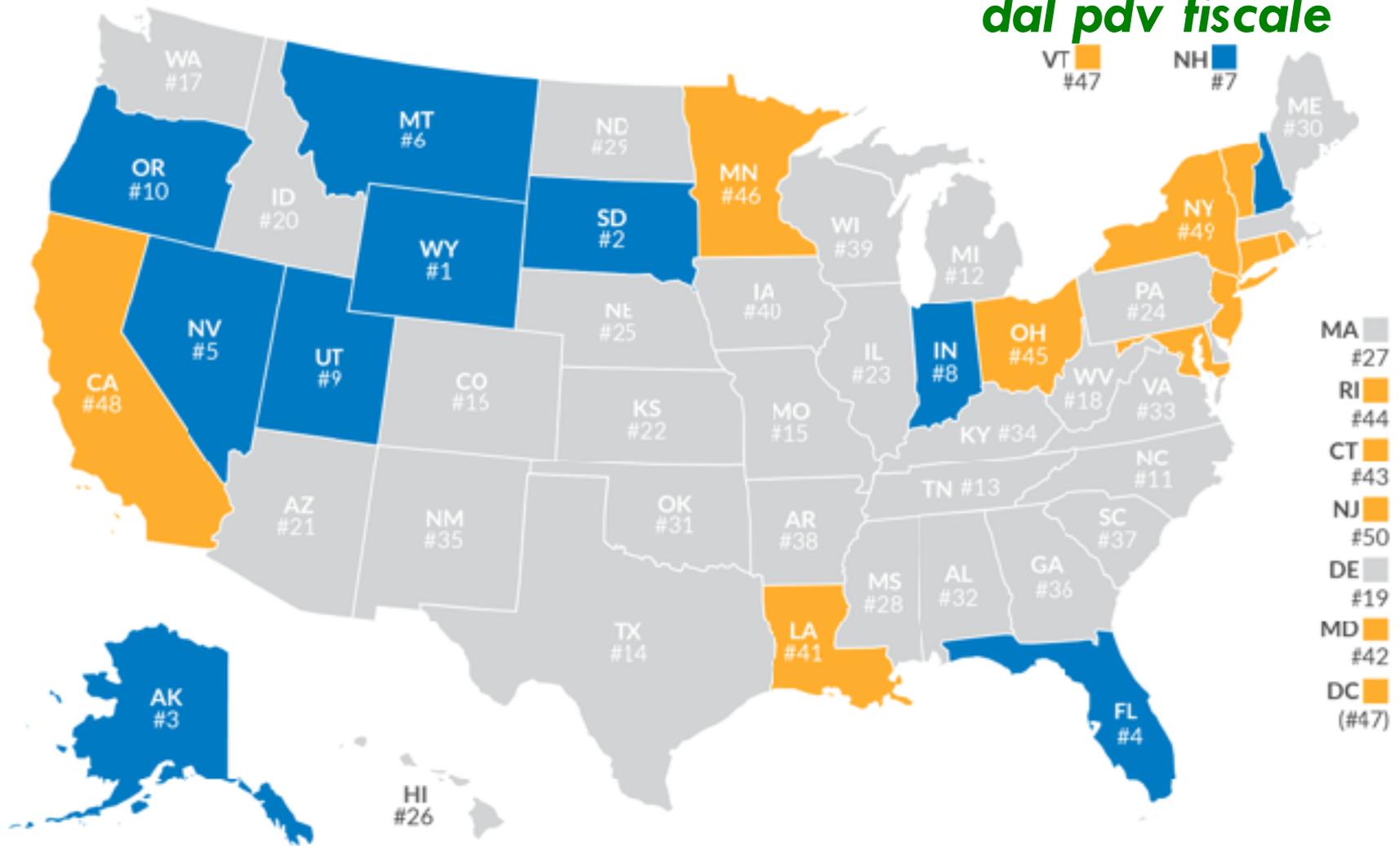
- | | |
|--|-----------------|
| ✓ Introduzione | Mauro Bandelli |
| ✓ Tip & Trends del mercato americano | Mariana Marchon |
| ✓ L'approccio al mercato USA | Mauro Bandelli |
| ✓ Testimonianza diretta, le opportunità delle reti d'impresa | Vittorio Agnati |
| ✓ La gestione delle transazioni internazionali | AFEX |



I primi tre Stati, New Jersey, California e New York, assorbono il 60% dell'export tricolore (in ambito food) e i Top 10 addirittura il 90%. Il resto è vuoto (fonte sole24ore)

2017 State Business Tax Climate Index

Gli stati più attraenti dal pdv fiscale



Note: A rank of 1 is best, 50 is worst. Rankings do not average to the total. States without a tax rank equally as 1. DC's score and rank do not affect other states. The report shows tax systems as of July 1, 2016 (the beginning of Fiscal Year 2017).

Source: Tax Foundation.

10 Best Business Tax Climates

10 Worst Business Tax Climates



SELECTUSA

Home About SelectUSA Why Select USA? Services Industries Resources 2015 Summit Events

Why Select the USA?
Learn why the U.S. is the world's most desirable location for business and investment.

Federal Programs and Incentives for Business
Programs and incentives to help your business succeed.

They Chose the USA
Learn why business is choosing America as a preferred location.

- credito di imposta
- finanziamenti agevolati
- esenzioni di imposta
- concessioni



Ca 1,600 programmi

What is SelectUSA?

SelectUSA exists to highlight the many advantages the United States offers as a location for business and investment.

From a vast domestic market, to a transparent legal system, to the most innovative companies in the world, America is the place for business.

Upcoming Events

SelectUSA at BIO 2015

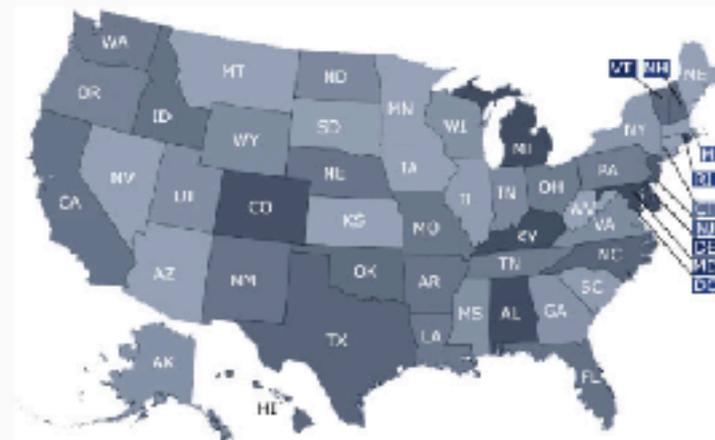
June 15 - 18, 2015
Piscataway, NJ

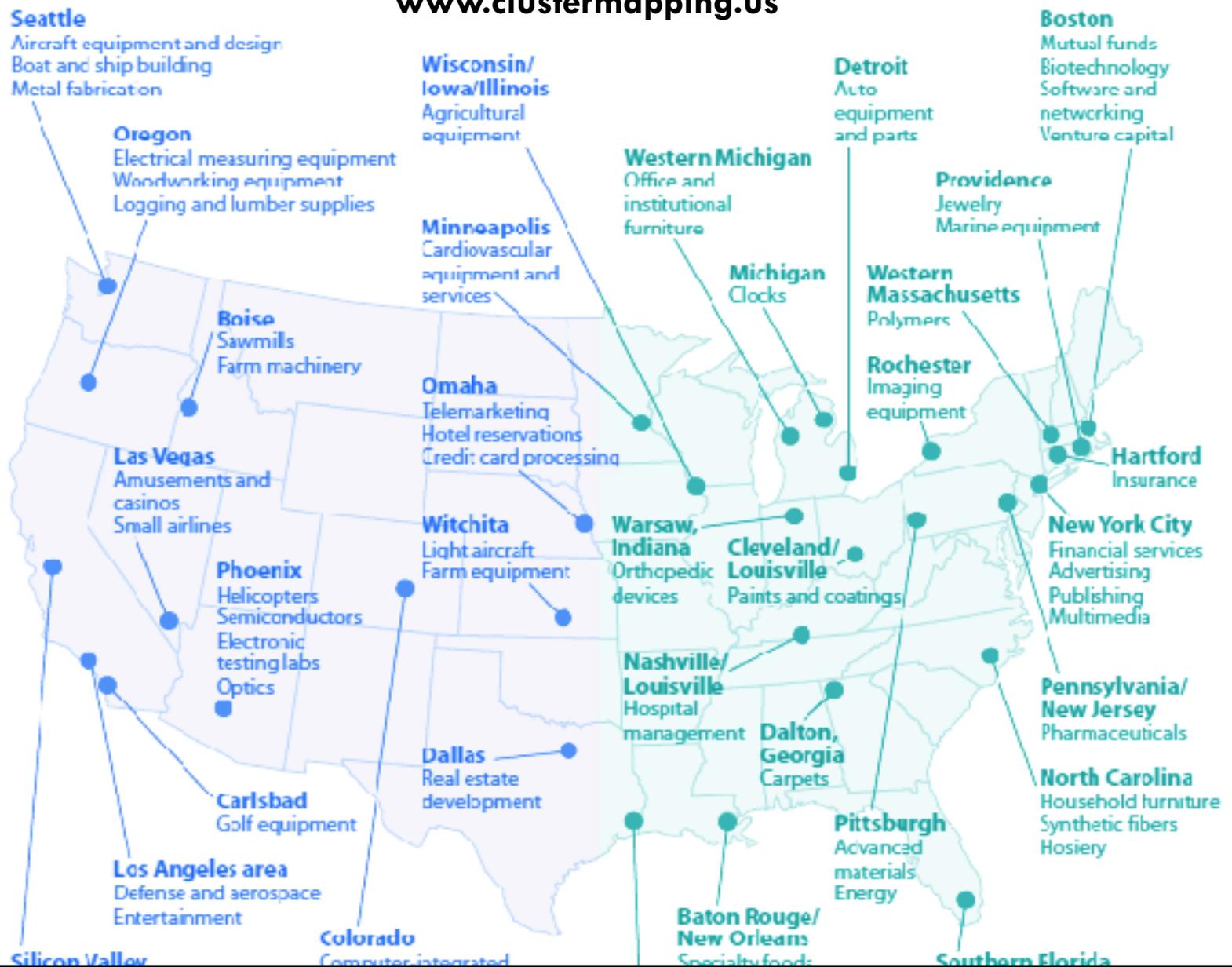
SelectUSA at the International Franchise Expo

June 18 - 20, 2015
New York, NY

Browse Resources Offered by States and Territories

Each state and territory offers its own unique set of opportunities and assets. Learn more about each location by clicking on the map or state/territory names below.





Driver nella scelta dove andare a posizionarsi: nei cluster si trovano competenze specialistiche, indotto, fornitori, clienti, fiere, banche specializzate in quei settori, investitori, competenze specialistiche, etc





Gli obiettivi e le risorse a disposizione impongono (o precludono) determinate tipologia di presenza

Scegliere tra le varie tipologia di presenza comporta

- differente impatto economico e rischio di impresa
- differenti probabilità di successo

Agenzia commerciale

Distribuzione Commerciale

Visite sporadiche presso clienti/
distributori

Presenza in qualche fiera di settore



Ufficio di rappresentanza



Sede secondaria (Branch Office)



Filiale (subsidiary)
- Corporation (Inc./ Corp)
- Limited Liability Company (LLC)



Joint Venture



Acquisizione

On line

PURA ESPORTAZIONE DI PRODOTTI DALL'ITALIA che possono essere distribuiti tramite agenti o venduti tramite distributori o direttamente al cliente finale

IMPLEMENTAZIONE DI UNA BRANCH che non ha personalità giuridica, per pure attività di marketing

IMPLEMENTAZIONE DI UN SOGGETTO GIURIDICO direttamente dipendente dalla società madre con finalità commerciali e/o produttive

IMPLEMENTAZIONE DI UN IMPIANTO PRODUTTIVO finalizzato a soddisfare il mercato locale e non solo (es: centro e sud America)

- Negli USA non esistono le camere di commercio, né i bilanci certificati o depositati.
- Fare Ricerche di mercato qualitative e quantitative;
- Dun & Bradstreet: società che fornisce informazioni su attività commerciali per valutazione del credito;
- Semplice ricerca su internet (molte informazioni sono liberamente accessibili in rete).
- Due diligence investigativa

- I rapporti personali sono importanti – ma il business lo è di più
- Approccio molto diretto e cordiale: fa parte del protocollo di comunicazione, spesso non è accompagnato da un vero interesse umano
- Gli atteggiamenti “self-deprecating” sono visti come debolezza.
- Il tempo è denaro. Davvero
- Il mercato non dimentica

Altri fattori da considerare nel “fare business” negli USA

Azioni promozionali /attività di comunicazione



- ✓ I prodotti / servizi non si vendono da soli!
- ✓ Prevedere un solido budget di comunicazione
- ✓ Essere presenti nelle fiere (non per vendere ma per esserci)
- ✓ Fare attività si internet e sui social network

Attività di pre e post vendita



- ✓ prevedere ove possibile un per stock e ricambi su territorio USA
- ✓ prevedere una reperibilità quasi immediata di personale aziendale su territorio USA (anche se non strettamente necessaria)
- ✓ segnalare la presenza di proprio personale commerciale su territorio USA

Vendita On line



- ✓ Internet è diventato in molti casi il canale principale di vendita (e sicuramente la primaria fonte di informazione quando si acquistano prodotti/servizi sui canali tradizionali)

Personale



- ✓ preferire sempre personale locale vs quello Italiano (tranne in casi eccezionali)

L'amministrazione Trump rappresenta la **fine di un'era, o nuove opportunità?**



Ne l'uno ne l'altro, bensì si prospetta un **nuovo modo di internazionalizzarsi**: saranno agevolati gli investimenti diretti negli USA.



Alcuni settori, come la **meccanica**, si prestano di più a questo metodo di internazionalizzazione. Altri, come il **food & wine**, continueranno sulla via dell'export mantenendo la loro essenza.

- ✓ Pensare di esportare un prodotto/servizio senza internazionalizzare l'azienda
- ✓ Avviare le attività senza una preparazione meticolosa, con un piano ad almeno tre anni
- ✓ Comportarsi negli USA come nel proprio paese
- ✓ Gestire le attività commerciali dal proprio paese
- ✓ Non operare nel pieno rispetto della legalità (es: visti)
- ✓ Presupporre che costituire e gestire una filiale negli stati uniti comporti costi elevati
- ✓ Pensare di poter fruire della propria affidabilità creditizia maturata nel proprio paese
- ✓ Trascurare le attività di post vendita e il customer service
- ✓ Non rispondere adeguatamente alle 4 domande fondamentali che un buyer americano rivolge ad un potenziale fornitore Europeo
- ✓ Credere che la propria competitività possa basarsi solo sul livello tecnico/qualitativo del prodotto
- ✓ Aspettarsi di avere un ROI positivo già dal primo anno di attività

- ✓ Introduzione Mauro Bandelli

- ✓ Tip & Trends del mercato americano Mariana Marchon

- ✓ L'approccio al mercato USA Mauro Bandelli

- ✓ Testimonianza diretta, le opportunità delle reti d'impresa Vittorio Agnati

- ✓ La gestione delle transazioni internazionali AFEX

- ✓ Introduzione Mauro Bandelli

- ✓ Tip & Trends del mercato americano Mariana Marchon

- ✓ L'approccio al mercato USA Mauro Bandelli

- ✓ Testimonianza diretta, le opportunità delle reti d'impresa Vittorio Agnati

- ✓ La gestione delle transazioni internazionali AFEX



- ✓ Introduzione Mauro Bandelli

- ✓ Tip & Trends del mercato americano Mariana Marchon

- ✓ L'approccio al mercato USA Mauro Bandelli

- ✓ Testimonianza diretta, le opportunità delle reti d'impresa Vittorio Agnati

- ✓ La gestione delle transazioni internazionali AFEX





www.gen-usa.com



È IL PONTE VERSO GLI STATI UNITI



È UN "NAVIGATORE"



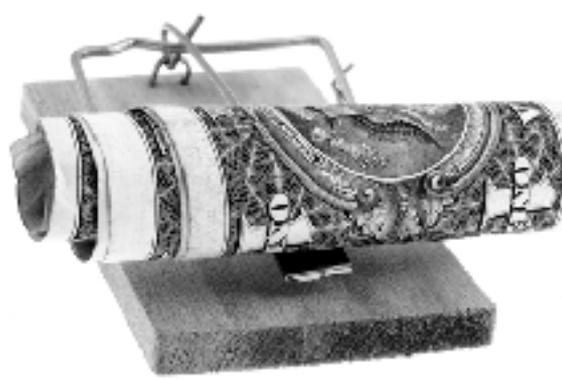
È UNA SOCIETÀ "ONE STOP SOURCE"



È UNA PIATTAFORMA COMPLETA

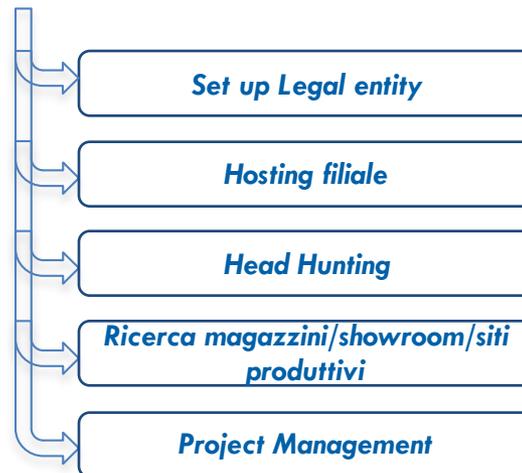


SEMPLIFICA L'ACCESSO AL MERCATO



RIDUCE I COSTI DI INGRESSO





1. Vendere negli USA è complicato e non ho le competenze,
Non so come fare!!!
2. Per vendere negli Stati Uniti ci vogliono investimenti troppo elevati, non ho sufficienti risorse
3. In azienda non c'è nessuno che si può occupare con serietà e competenza del mercato americano, chi va in America?



Hydraulic Hose & Tubing
Processing Equipment

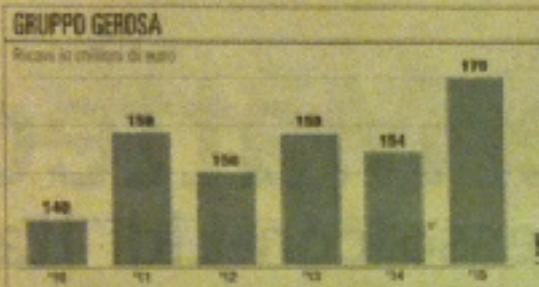


International
Cosmetics
Distribution SpA

Gerosa, il bio-packaging alla conquista degli Usa

IL GRUPPO COMASCO LAVORA SU INVENZIONI PROPRIE PER RIDURRE IL PESO, I MATERIALI E L'IMPATTO AMBIENTALE DELLE CONFEZIONI USATE DA TUTTI I GRANDI GRUPPI DELL'ALIMENTARE. I NUOVI IMPIANTI REALIZZATI IN AUTOFINANZIAMENTO

Gloria Riva



chieme attacco alle bottiglie di acqua minerale e della birra, così come le etichette di descrittivi e alcuni pacchetti di sigarette sono made in Comas.

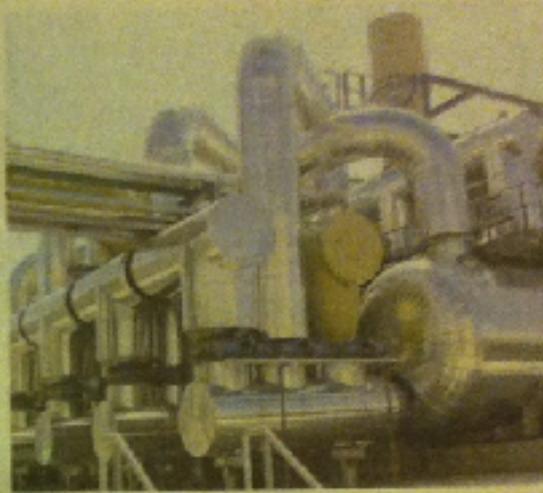
«Siamo pronti a lanciare sul mercato un nuovo prodotto di packaging composto da filati realizzati con materiale organico, rinnovabile. Il nuovo ritiro è frutto di un progetto, finanziato dall'Ue e finanziato dai nostri 10 ricercatori che sono riusciti a trovare un sistema produttivo alternativo, meno inquinante. Inoltre i materiali utilizzati per il condizionamento alimentare diventano sempre più sottili, favorendo il risparmio energetico, riducendo gli sprechi, senza ridurre la conservazione degli alimenti», dice Gerosa.

La società è composta da sei azionisti, metà dei fratelli, i due fratelli Luigi e Giuseppe, che assieme alle avevano una pro-



A lato, un impianto produttivo del gruppo Gerosa. A lato, il presidente Ruggiero Gerosa

la tipografia e cartoleria, che si è trasformata in un'industria del packaging nel secondo dopoguerra. Oggi al timone è arrivata la generazione successiva, due amministratori delegati, Maria Rosa e Claudio Gerosa. Cinque le sedi produttive: Theodisio nel comasco, un grande impianto a Bressia, due stabilimenti a Barcellona e uno in Romania, vicino a Bucarest. I dipendenti sono 458, di cui 260 in Italia, e l'azienda esporta oltre il 60% di quello che produce, per il 25% dell'export complessivo) in



Germania. Il volume degli affari è passato dai 154 milioni del 2014 ai 170 preventivi quest'anno. «Nel 2015 abbiamo aumentato la capacità produttiva installando una nuova linea di produzione a Inverigo e altrettante in Spagna e in Romania. Questo ci ha permesso di aumentare le vendite del 18%. Anche i dipendenti sono aumentati, infatti abbiamo assunto 15 persone nel corso di quest'anno e il trend potrebbe essere altrettanto positivo nel 2016, perché stiamo pensando di sviluppare ulteriormente in Europa,

senza trascurare i mercati di Russia, Centro e Sud America, Africa e Medio Oriente», aggiunge il presidente. Ma la vera novità del 2016 saranno gli Stati Uniti, dove l'economia ha ripreso a muoversi velocemente. «Per ora abbiamo ampliato la rete di agenti in America, ma abbiamo intenzione di portare la parte delle nostre competenze», conferma il manager.

La società negli ultimi cinque anni ha investito 20 milioni di euro in tecnologia e innovazione utilizzando capitali propri. La società ritiene sufficientemente ca-

pitata per poter continuare di questo passo «e non abbiamo alcuna intenzione di quotarci in Borsa. E per garantire la continuità aziendale, abbiamo già avvertito le riunioni che servirebbero a garantire un sereno passaggio generazionale. Infatti cinque, tra figli e nipoti, sono già in azienda in ruoli chiave, qualcuno in produzione, altri si occupano di finanza, del commerciale e dell'amministrazione», aggiunge Ruggiero Gerosa.

Il numero di ricercatori assunti dal gruppo è in costante aumento soprattutto perché le evoluzioni in questo settore sono moltissime: «I nostri clienti chiedono materiali in grado di favorire la conservazione del prodotto, ma allo stesso tempo ecologici, poco inquinanti. E poi il packaging deve garantire la facilità di apertura, la richiusura del pacchetto, la possibilità di riutilizzarlo. Ma sono le bio plastiche il futuro del packaging e proprio su questo settore stiamo lavorando parecchio, riuscendo a conquistare nuove fette di mercato, grazie all'unicità dei nostri prodotti», attualmente, in un mercato particolarmente frammentato, l'azienda ha un attacco sheet europeo dell'1,5% via dal prossimo anno la percentuale potrebbe aumentare dal momento che, a Inverigo, saranno investiti altri 10 milioni di euro per una nuova macchina che aumenterà la capacità produttiva.





Grazie

www.gen-usa.com