



**DM** POSSO AIUTARTI?

# SOLDI E LAVORO

## Pronta a vendere negli Stati Uniti?

La ripresa economica e l'amore per il made in Italy sono un'opportunità da sfruttare anche per gli artigiani e i piccoli imprenditori. Se vuoi ampliare il tuo business ed esportare i tuoi prodotti, seguici

di **Isabella Colombo**

**È** stata un'ottima annata il 2017 per le aziende italiane che vendono negli Stati Uniti: il settore food & beverage ha segnato un +17%, il design è in ascesa e, in totale, le nostre esportazioni hanno raggiunto quota 40 miliardi di euro. «Il grosso l'hanno fatto le piccole e medie imprese che hanno avuto il coraggio di osare» spiega **Muriel Nussbaumer**, Ceo di **ExportUSA**, società che aiuta le aziende a vendere negli Stati Uniti con strategie personalizzate. «Anche un'attività di artigianato può espandere il proprio giro d'affari negli Usa. Perché se i prodotti sono quelli giusti per conquistare quel mercato, non servono grossi investimenti». Oltre a cibo e design vanno forte le piattaforme software, l'arredo e l'abbigliamento. Vuoi provarci? Ecco le quattro domande che devi farti.

### DA CHE PARTE COMINCIO?

Il punto d'inizio è una vetrina sul web: nel 2017 le vendite online hanno fatto registrare il record negli Usa e gli investimenti sono minimi sui marketplace. «Sono piattaforme dedicate ai piccoli produttori: hanno una loro infrastruttura commerciale e logistica che pensa a tutto, così ci si può concentrare sul prodotto» consiglia **Andrea Boscaro**, esperto di web marketing e autore di *Marketing digitale per l'e-commerce* (Franco Angeli). «Per gli artigiani è una buona idea essere su **Etsy.com** che in

### I MERCATI EMERGENTI (E QUELLI MATURI)

Se stai valutando altri Paesi oltre agli Stati Uniti punta su quelli emergenti. «La Cina sta crescendo più degli altri grazie all'aumento del potere d'acquisto della classe media, e oggi è attenta al made in Italy, sinonimo di stile e qualità» spiega l'esperto di web marketing **Andrea Boscaro**. Conviene affidarsi alla consulenza di agenzie specializzate nell'export verso Est, come **makeitalyselection.com** e **east-media.net**. «Chi vuole restare in Europa non sottovaluti Gran Bretagna, Germania e Francia: i prodotti italiani si vendono bene. Questi mercati sono parte dell'offerta logistica di Amazon e molti corrieri offrono ottime soluzioni».

America va forte». Chi vuole uno spazio su Amazon deve registrarsi come "global seller" e, dopo aver inserito numero di conto corrente e di carta di credito, spuntare i Paesi verso i quali spedisce. Per vendere su Etsy e gestire le entrate si paga una commissione dell'8% su ogni prodotto, su Amazon del 30%.

### COME REALIZZO IL MIO E-SHOP?

L'errore che molti fanno è tradurre in inglese il sito che hanno già. Invece ne serve uno ad hoc: gli americani vogliono trovare nella homepage i prodotti, non la filosofia dell'azienda. «Bisogna stimolare le recensioni in inglese, così Google e Amazon aumentano la visibilità» continua **Boscaro**. «Chat e call center vanno forniti in lingua, anche attraverso Messenger e WhatsApp. E per l'indicizzazione su Google con le parole chiave bisogna capire cosa e come cercano gli americani». L'Istituto commercio estero organizza corsi sulla vendita online oltreoceano ([ice.gov.it](http://ice.gov.it)).

### POSSO PARTECIPARE ALLE FIERE?

Per le piccole produzioni di qualità ci sono i Flea Markets. «Si tratta di spazi che aggregano realtà e artisti differenti. A New York per esempio ci sono gli Artists & Fleas e gli eventi del Chelsea Market» suggerisce **Muriel Nussbaumer**. «Tra le fiere vere e proprie, invece, meglio il NY Now. Bisognerebbe contattare prima i potenziali distributori e invitarli allo stand, fornire listini dedicati agli Stati

**PERCHÉ LEGGERE QUESTO ARTICOLO**

Gli Stati Uniti sono al primo posto tra i Paesi che offrono alle imprese italiane ottime probabilità di vendere con successo: entro il 2020, infatti, aumenteranno del 5% le importazioni (rapporto Export 2017 di Sace).



Uniti, depliant e brochure in formato letter e campioni del prodotto. Il rischio è di aver speso troppo per partecipare alla fiera e non lasciare tracce abbastanza produttive: quindi occhio ai costi. Vanno infatti previsti 15.000 euro tra stand, materiali, viaggi e hotel. L'alternativa è partecipare ai Trunk Show. «Sono eventi in cui si presentano i prodotti ai negozianti. Li organizzano gli showroom che lavorano su appuntamento dopo aver visto sito e merce». Le camere di commercio italiane negli Usa ti aiutano a trovare i contatti ([assocamerestero.it](http://assocamerestero.it)).

#### COME PAGO TASSE E DOGANA?

«In America non c'è burocrazia, è tutto molto semplice: basta accompagnare

#### PRIMA FAI UNA RICERCA ONLINE

Vuoi sapere se il mercato americano è interessato a quello che produci? Puoi fare una ricerca su Google Consumer Barometer. Entra in graph-builder e poi in smart shopper per capire cosa cercano di più i consumatori Usa.

la merce con una regolare fattura in inglese senza Iva, tassa che lì non esiste» spiega l'esperta di [ExportUsa](http://ExportUsa.com). Poi si compila la dichiarazione doganale e si pagano i dazi che sono diversi per i vari prodotti. «Conviene affidarsi a un corriere che spiega quali documenti aggiuntivi preparare caso per caso: per gli alimenti per esempio ci sono regole particolari». Ots, una società di spedizioni specializzata negli Usa, ha messo a disposizione uno Sportello unico per aiutare le aziende a calcolare i dazi e sdoganare la merce velocemente e senza complicazioni ([otsspa.com](http://otsspa.com), tel. 0733895857). Puoi trovare informazioni e aiuto anche rivolgendoti alla tua Camera di Commercio.

**D  
M**

#### Quattro storie da copiare

**1**  
**Francesco Della Femina** è un architetto e interior designer. I suoi complementi di arredo prodotti artigianalmente sono apprezzati a Miami e New York dove realizza il 50% del fatturato. È presente su [artemest.com](http://artemest.com), una piattaforma che vende design made in Italy negli Usa.

**2**  
**W-Lamp** distribuisce prodotti di design nei giftshop dei musei, soprattutto a New York, nel New England e in California dove produce il 30% del fatturato. In Usa ha un ufficio commerciale e un magazzino per supportare gli agenti sul territorio ([w-lamp.com](http://w-lamp.com)).

**3**  
**Roberto Ricci Designs** realizza attrezzature per windsurf, kite e sup. Con l'alta qualità dei prodotti e le grafiche accattivanti si è buttato sul mercato americano (15% del fatturato). Ora punta a rafforzare la sua presenza nei negozi con l'abbigliamento ([robertoricci.designs.com](http://robertoricci.designs.com)).

**4**  
**Dario Pegoretti** è un artista che realizza telai artistici per biciclette acquistati da appassionati e collezionisti di tutto il mondo. Li vende negli Stati Uniti attraverso un distributore e qui ottiene il 40% del suo fatturato ([dariopegoretti.com](http://dariopegoretti.com)).