

# ExportUSA

## **“Esportare e vendere negli Stati Uniti”:** uscire dalla crisi guardando oltre... confine

*Un libro di Lucio Miranda e Muriel Nussbaumer suggerisce le strategie per entrare con successo nel mercato più grande del mondo.*

Rimini, dicembre 2013 – Gli Stati Uniti importano dalla Germania dal 22 al 29% dei propri prodotti alimentari stranieri. Dall'Italia solo il 20%. Il mercato Americano, che potrebbe offrire opportunità molto concrete alle imprese italiane attanagliate da un mercato domestico asfittico e con poche speranze di ripresa, risulta essere ancor oggi assai poco sfruttato dalle nostre imprese. Perché?

“Rispetto a Paesi come Cina, Brasile, India e Russia – dove inserirsi sul mercato è sempre difficoltoso - gli Stati Uniti offrono un sistema politico e giuridico stabile e imparziale, regole di diritto certe, una burocrazia snella, infrastrutture e servizi sviluppati, una logistica impeccabile e un settore pubblico efficiente”, afferma Lucio Miranda, autore del libro e fondatore della società di consulenza ExportUSA. “Eppure incontriamo molte aziende italiane che magari vorrebbero esportare, ma spesso non sanno come fare o magari si spaventano o pensano di non essere all'altezza. Per questo abbiamo scritto questo libro, perché ci sono opportunità che non possiamo più permetterci di non cogliere”.

Il volume di HOEPLI Editore **“Esportare e vendere negli Stati Uniti”** offre una panoramica degli elementi chiave necessari per impostare una strategia di ingresso negli USA, prendendo in esame alcune aree per l'attività di impresa all'interno del sistema americano, come la logistica, il sistema legale, l'e-commerce, la costituzione di società di diritto locale e l'apertura di esercizi commerciali. Al settore **alimentare**, in particolare a quello del vino, per il quale l'Italia è già il primo paese esportatore ma in cui ancora molto si può fare, viene dedicato un capitolo a parte. Largo spazio è riservato anche a settori tipici del nostro export, come la **moda**, la **meccanica**, gli **apparecchi elettromedicali** e il **design**. Il volume si chiude con le interviste a diversi imprenditori italiani che sono riusciti a conquistare un mercato di rilievo anche negli Stati Uniti.

**Lucio Miranda** laureato alla Bocconi e con un Master alla New York University, ha lavorato in diverse parti del mondo con incarichi di marketing e vendita prima di stabilirsi a New York. Già fondatore di Inetitalia, una web agency specializzata nello sviluppo di siti di e-commerce, assieme a Muriel Nussbaumer ha fondato nel 2003 ExportUSA New York, Corp. Società di consulenza che aiuta le aziende italiane a entrare con successo nel mercato statunitense.

**Muriel Nussbaumer** socia di ExportUSA, ha dedicato la sua carriera professionale alle vendite e gestisce i rapporti con i clienti in Italia. Esperta di business coaching, è stata responsabile vendite di Telecomitalia per il Trentino Alto Adige.

### **Contatti Stampa**

Per ExportUSA: Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163  
Per ExportUSA: Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166  
Per ExportUSA: Beatrice Gollini – [bgollini@dagcom.com](mailto:bgollini@dagcom.com) – 02.89054151  
Per HOEPLI: Elisabetta Micale - [e.micale@hoepli.it](mailto:e.micale@hoepli.it) – 02.86487.1

# ExportUSA

**TITOLO:** *Esportare e vendere negli Stati Uniti*

**AUTORI:** Lucio Miranda, Muriel Nussbaumer

**PREZZO:** 18.00 euro

**PAGINE:** VIII – 184

**EBOOK:** disponibile

**PREZZO eBook:** 15.30 euro

**EDITORE:** HOEPLI

## **Contatti Stampa**

Per ExportUSA: Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163  
Per ExportUSA: Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166  
Per ExportUSA: Beatrice Gollini – [bgollini@dagcom.com](mailto:bgollini@dagcom.com) – 02.89054151  
Per HOEPLI: Elisabetta Micale - [e.micale@hoepli.it](mailto:e.micale@hoepli.it) – 02.86487.1

# ExportUSA

## ExportUSA e Amazon USA:

### il Made in Italy alla conquista di 180 milioni di americani che comprano online

*Finalmente online TASTE IT, il nuovo canale di ExportUSA su Amazon che aiuta le aziende italiane a superare i problemi di logistica, burocrazia e distribuzione negli Stati Uniti*

Rimini, settembre 2014 – Vendere online negli Stati Uniti è un'opportunità fondamentale, anche per le aziende italiane, per raggiungere direttamente milioni di consumatori.

I numeri parlano chiaro: 9 americani su 10 (ossia 180 milioni di persone) comprano online e gli acquisti "digitali" sono cresciuti del 15% dal 2012, per un valore complessivo di 280 miliardi di dollari, che supereranno i 300 nel 2015.

“Siamo consapevoli – dichiara Lucio Miranda, presidente di ExportUSA – che il mercato americano sia pronto a premiare la qualità del Made in Italy e, per questo, ci è sembrato naturale aprire un Amazon Store che aiuti le aziende italiane a vendere i propri prodotti in America, senza rischi ed investimenti eccessivi. Grazie a TASTE IT le aziende italiane non sono costrette ad aprire una propria società in America ed un proprio store su Amazon US, né occuparsi di tutti i problemi doganali e burocratici. E possono contare su un canale distributivo eccezionale che raggiunge anche le cittadine più remote degli Stati Uniti. Con TASTE IT è possibile quindi eliminare tutti gli ostacoli che normalmente scoraggiano gli imprenditori italiani: logistica, burocrazia, distribuzione”.

**Perché Amazon?** Amazon è il negozio online più grande al mondo. Con un fatturato che, nel 2012, si è attestato intorno ai 50 miliardi di dollari (+27% rispetto a Google), lo store ha registrato un 30% di crescita nel corso del 2013 e 152 milioni di clienti in tutto il mondo, di cui 89 milioni solo negli Stati Uniti (+19% rispetto al 2012). In media, infine, ogni utente americano passa 35 minuti al giorno sullo store, acquistando merce per un valore di 47,3 dollari.

#### Contatti Stampa

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163  
Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166

# ExportUSA

“Entrare nel mercato americano con **TASTE IT** – continua Lucio Miranda – è semplicissimo: dopo aver scelto i prodotti da esportare, essersi registrati al FDA e messo a norma le etichette, sarà sufficiente spedire un quantitativo minimo di merce in conto vendita al nostro magazzino di Milano. A questo punto, ExportUSA si occuperà di spedire i prodotti a New York, coprire i costi di assicurazione, logistica e magazzinaggio e caricare i prodotti nello store, promuovendone la qualità”.

Le aziende che non hanno ancora provveduto alla certificazione potranno inoltre avvalersi del supporto di ExportUSA per tutte le pratiche.

\*\*\*

*Export USA è una società di consulenza che supporta le piccole e medie imprese a vendere ed esportare negli Stati Uniti, contenendo al massimo l'investimento iniziale, tipicamente attraverso la costituzione di una rete di vendita negli Stati Uniti formata da rappresentanti indipendenti, agenti di commercio o distributori.*

*Lucio Miranda laureato alla Bocconi e con un Master alla New York University, ha lavorato in diverse parti del mondo con incarichi di marketing e vendita prima di stabilirsi a New York. Già fondatore di Inetitalia, una web agency specializzata nello sviluppo di siti di e-commerce, assieme a Muriel Nussbaumer ha fondato nel 2003 ExportUSA New York, Corp. Società di consulenza che aiuta le aziende italiane a entrare con successo nel mercato statunitense.*

*Muriel Nussbaumer socia di ExportUSA, ha dedicato la sua carriera professionale alle vendite e gestisce i rapporti con i clienti in Italia. Esperta di business coaching, è stata responsabile vendite di Telecomitalia per il Trentino Alto Adige.*

## Contatti Stampa

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163  
Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166

*Uno studio analizza il sentiment in rete sulla nostra capacità di produrre innovazione*

***Esportare l'ICT made in Italy si può?:  
l'indagine e la sfida di VOICES from the Blogs ed ExportUSA***

*Vendere servizi avanzati di Integrated Sentiment Analysis negli Stati Uniti, essendo per giunta italiani: è la sfida che Export USA e VOICES from the Blogs vogliono vincere*

*New York, 8 settembre 2014 - Si parla nel mondo dell'innovazione targata "made in Italy"? Quanto? Come? Sembrerebbe di sì, stando ad una recente analisi condotta da VOICES from the Blogs ed Export USA, che esprime risultati abbastanza insoliti: a livello mondiale **il 54,2% dei commenti postati in rete valutano in modo neutro o positivo l'ICT prodotto in Italia (il 57% se si considerano solo gli USA).***

VOICES from the Blogs (<http://voicesfromtheblogs.com/>), spin-off dell'Università degli Studi di Milano fondata da Luigi Curini, Stefano M. Iacus e Andrea Ceron a fine 2012, ha deciso di sfidare i grandi colossi anglosassoni proprio sul loro stesso terreno, andando a vendere servizi di Integrated Sentiment Analysis oltre oceano con l'aiuto di ExportUSA. La tecnologia di Integrated Sentiment Analysis sviluppata da VOICES from the Blogs permette in particolare di unire la profondità di una analisi qualitativa con i vantaggi propri di una analisi altamente automatizzata sul mondo dei Big Data, con l'ulteriore vantaggio di poter essere applicata su qualunque lingua. VOICES from the Blogs ha deciso di utilizzare il proprio sistema di analisi per verificare se e quanto è apprezzata la nostra tecnologia nel mondo.

"Se è universalmente noto – dichiara Lucio Miranda Presidente di ExportUSA – che siamo 'leader' per quel che riguarda cibo, moda, design, cosa possiamo dire dei prodotti tecnologici del nostro paese? L'indagine realizzata insieme a VOICES from the Blogs dimostra che non reggiamo il confronto sui prodotti/servizi ICT massificati, ma che vinciamo su prodotti di elevata qualità, altamente personalizzati, sul 'genio italiano'. Per questo quando siamo entrati in contatto con VOICES from the Blogs abbiamo subito pensato che per questo servizio potevano esserci delle grandi potenzialità di mercato negli Stati Uniti, anche se a prima vista potrebbe

**Contatti Stampa**

Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163

sembrare un po' la sfida di Davide contro Golia. Negli Stati Uniti, dove hanno sede le grandi multinazionali, c'è grande capacità di riconoscere il merito e di premiare la qualità e vi è quindi grande spazio anche per le nostre aziende ICT, soprattutto per quelle che sanno puntare con coraggio sul proprio valore".

## L'immagine della innovazione e tecnologia italiana nel mondo

### I paesi che parlano di più di tecnologia e innovazione italiana



Il recente studio di VOICES from the Blogs e di ExportUSA, società di consulenza che supporta le PMI a entrare nel mercato statunitense, che ha preso in esame 250mila commenti postati su Internet (Facebook, Twitter, Blog, Forum, News) dimostra che di innovazione e tecnologie italiane si parla molto: negli Stati Uniti e Gran Bretagna (che totalizzano rispettivamente il 56,4% e l'11,8% del totale dei commenti), ma anche in Germania, Svizzera, Francia, Canada, Olanda, Australia, Repubblica Ceca, India, Russia, Spagna, Polonia, Cina, Irlanda, Romania, Singapore, Hong Kong, Brasile e Sud Africa.

"L'immagine che emerge dall'indagine che abbiamo realizzato – afferma Luigi Curini, CEO di VOICES from the Blogs – dimostra che la tecnologia italiana non riesce, al momento, ad affermarsi in modo netto: all'estero restano ancora con dubbi sul suo contenuto tecnologico (siamo indietro a torto o a ragione nella comune percezione rispetto ai giapponesi, tedeschi, inglesi), ma al tempo stesso con grandi margini di miglioramento legato all'unicità italiana che ha talento, gusto e produce valore aggiunto. Alcune medie aziende italiane sono leader mondiali in piccole nicchie di settore, ma il fatto è che tutto questo "non passa". Sono spesso aziende medie, in settori importanti ma lontani dal grande pubblico (e spesso sono gli stessi italiani a non conoscerne il primato)".

#### Contatti Stampa

Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166

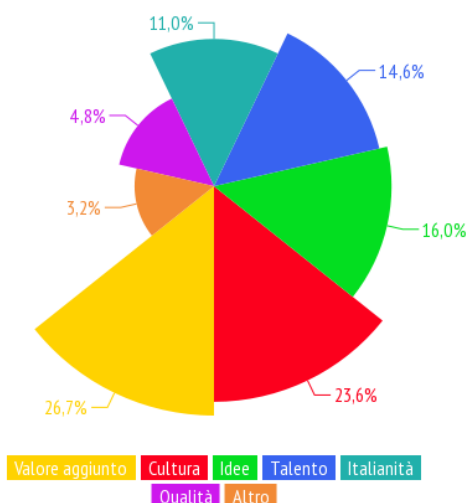
Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163

## Sentiment verso la tecnologia e innovazione italiana

	<b>Totale</b>	<b>Stati Uniti</b>
<u>Negativo</u>	45,8%	43,0%
<u>Neutrale</u>	20,6%	19,3%
<u>Positivo</u>	33,6%	37,7%

Non mancano però i giudizi negativi (il 45,8 % del totale) che sono legati, in primo luogo, al contenuto tecnologico che viene considerato non all'avanguardia (51% dei commenti), mentre una quota consistente di utenti (il 28,4%) lamenta la scarsa accessibilità dei prodotti, dovuta alla scarsa conoscenza dell'inglese da parte degli italiani e al costo troppo elevato o la scarsa competitività (18,7%).

## Cosa rappresentano la tecnologia e l'innovazione italiana?



Tecnologia e innovazione italiane rappresentano per il 26,7% dei commenti raccolti un valore aggiunto e un fattore culturale (23,6%). Per il 16%, invece, sono sinonimo di idee, per il 14,6% di talento e per il 4,8% di qualità. È interessante notare, infine, che solo l'11% dei commenti le vedono legate al concetto di italianità, che dovrebbe diventare, soprattutto al di fuori dei nostri confini, un vero e proprio brand, sinonimo di qualità e bellezza.

Ci sono anche giudizi molto positivi sui nostri prodotti: circa un quarto dei commenti (il 24,6%) è piacevolmente colpito dalla capacità dei nostri connazionali

### **Contatti Stampa**

Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163

di confrontarsi con un patrimonio culturale/artistico, mentre il 21,2% apprezza la nostra bravura nel creare collaborazioni e partnership. Da premiare, infine, il talento (18%), la professionalizzazione (16,5%), il gusto (10,1%), la cura per il dettaglio (8,3%) che da sempre caratterizzano i nostri prodotti, non solo tecnologici.

**Contatti Stampa**

Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163



## **Export Usa: strategie al femminile per le nuove frontiere del mercato statunitense**

*L'America si apre all'imprenditoria femminile, in controtendenza rispetto all'Europa: lo dimostrano i casi di successo lanciati da Muriel Nussbaumer, socia di Export Usa.*

Rimini, 23 giugno 2014. Promuovere la leadership femminile italiana all'estero diventa possibile con ExportUSA, società di consulenza che aiuta le piccole e medie imprese italiane ad affermarsi negli Stati Uniti: Muriel Nussbaumer, socia di ExportUSA, ha – nel corso della sua carriera – aiutato moltissime donne a entrare con successo nel mercato americano.

I settori manifatturiero, design e fashion sono quelli in cui, grazie ad ExportUSA, le idee di donne hanno preso forma e sono risultate vincenti nel vasto panorama commerciale statunitense, che non smette di credere nella creatività Made in Italy.

“L'alta qualità dei prodotti italiani – dichiara Muriel Nussbaumer – non è però sufficiente per approdare in modo efficace negli Stati Uniti, perché è indispensabile adeguare al mercato globale una piccola azienda mediante precise strategie, spesso trascurate dagli Italiani che ambiscono al commercio d'oltreoceano. Gli Stati Uniti importano dalla Germania dal 22 al 29% dei propri prodotti alimentari stranieri e dall'Italia solo il 20%, proprio per la difficile adattabilità di quest'ultima al panorama americano, molto più complesso e dinamico di quello nostrano”.

Le donne manager, che con Export Usa hanno costruito una struttura commerciale ed operativa in America, costituiscono quindi un caso esemplare di imprenditorialità italiana svincolata dal limitato mercato europeo e vengono incluse nelle basse percentuali che caratterizzano le indagini sul ruolo manageriale femminile oggi. Nonostante le donne in ambito lavorativo siano più persuasive degli uomini, possano con facilità cambiare prospettiva e far sposare il proprio punto di vista all'interlocutore, abbiano maggior necessità di fare e siano più pragmatiche, occupano solo il 30% dei vertici in Europa e il 26% in Italia.

### **Contatti Stampa**

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163

Negli Stati Uniti invece una donna ha molte più chance di costituire una propria impresa rispetto che in ogni altra parte del mondo, come rivela il risultato del “Gender Gedi” di Dell, primo indice mondiale che misura l’imprenditorialità femminile: sono le oltre 8,6 milioni aziende guidate appunto negli Usa. Muriel Nussbaumer ha intuito le potenzialità degli Stati Uniti, dove, stando al rapporto 2013 dell’AMEX, sono già 8,6 milioni le aziende fondate da donne che generano più di 1.300 miliardi dollari di fatturato, impiegando quasi 8 milioni di persone e il numero di imprese di proprietà di donne è incrementato del 59% tra il 1997 e il 2013 (rispetto al +41% della media nazionale).

New York è la prima città americana con il maggior numero di imprese al femminile (670.100 le imprese in rosa che fatturano 105 milioni di dollari) ed è proprio nella capitale che ExportUSA ha lanciato le aziende italiane con al vertice donne, diventate poi casi di successo che hanno dimostrato come la Società di consulenza sia adatta a seguire i trend più attuali e tutte le più recenti opportunità che offre un mercato così ampio.

**Contatti Stampa**

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163

**Start-up America: ExportUSA con Kickstarter  
promuove la giovane imprenditoria italiana**

*ExportUSA accompagna le start-up italiane alla conquista del mercato americano  
grazie ad un progetto di crowdfunding per imprenditori di talento*

Rimini, 26 maggio 2014 – ExportUSA, società di consulenza che aiuta le piccole e medie imprese italiane ad entrare con successo negli Stati Uniti, promuove il **Progetto Start-up America** per supportare concretamente la giovane imprenditoria italiana: ExportUSA, infatti, selezionerà il progetto più interessante tra quelli che si candideranno e si occuperà gratuitamente di tutte le questioni amministrative e burocratiche necessarie per l'ingresso di una società italiana negli Stati Uniti: costituzione di una Corporation (la società di diritto statunitense), richiesta del numero fiscale, apertura del conto corrente con Bank of America, espletamento di tutti gli atti societari necessari per l'avvio delle operazioni negli Stati Uniti della corporation, costituzione delle posizioni con il fisco federale americano [IRS] ed eventualmente con le altre agenzie fiscali, domiciliazione della società americana presso gli uffici di ExportUSA di New York ed apertura del merchant account, lo strumento necessario per poter ricevere pagamenti con carta di credito.

A tutti i neo o futuri imprenditori che si candideranno, inoltre, ExportUSA offrirà una consulenza personalizzata e l'espletamento di tutte le pratiche per aprire una società in America al prezzo agevolato di 1.000 euro.

**Start-up America, il progetto per supportare i giovani di talento.** “In Italia – dichiara Lucio Miranda, presidente di ExportUSA – ci sono più di 1600 start-up innovative (secondo alcune stime, si parlerebbe addirittura di 3.000). Molte di loro, però, non avendo le risorse sufficienti per concretizzare il progetto, hanno due strade per monetizzare e rendere il loro progetto operativo: possono decidere di affidarsi ad un unico investitore o trovare tante *micro-donazioni* (il crowdfunding, appunto) che coprano la cifra necessaria per partire. In Italia, infatti, manca quasi totalmente una rete di *business angels* che possa supportare le start-up nella fase più delicata ed economicamente più difficile dell'attività, quella iniziale. Proprio per questo, dunque, abbiamo scelto di mettere a disposizione di giovani talentuosi la nostra professionalità e la nostra consulenza ad un prezzo accessibile, promuovendo - grazie al finanziamento “dal basso” attraverso Kickstarter - le idee imprenditoriali vincenti sul vasto territorio americano”.

**Contatti Stampa**

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163 – 338 2200323

Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166

Per partecipare, basta inviare una mail a ExportUSA (all'indirizzo [info@exportusa.us](mailto:info@exportusa.us)) – entro e non oltre il 30 settembre 2014 - con un link al proprio sito e/o con una presentazione dettagliata del progetto.

“I numeri di Kickstarter – continua Lucio Miranda – sono assolutamente incoraggianti: \$1.104.532.363 dollari totali raccolti, 145.641 progetti lanciati e 6,130,571 di sostenitori totali attivi sul sito (di questi, 1.824.417 hanno sostenuto più di un progetto). Non solo. Ad oggi, il 62% dei progetti lanciati su Kickstarter ha completato la raccolta fondi ed il tasso di successo si aggira intorno al 44%”

**Il crowdfunding in Italia.** In Italia, si contano 54 piattaforme di crowdfunding, di cui 41 attive e ben 13 in fase di lancio, con un incremento del 30% in soli sette mesi. Il valore complessivo dei progetti finanziati attraverso le piattaforme supera i 30 milioni di euro: sette milioni solo da ottobre 2013 ad oggi e 11 milioni nei dodici mesi precedenti (ottobre 2012-ottobre 2013).

I progetti presentati alle piattaforme italiane sono oltre 50mila, di cui circa 1/3 vengono pubblicati e tra questi circa il 35% in media viene realmente finanziato: un dato significativo, ma di gran lunga inferiore al resto del mondo. Secondo i dati diffusi recentemente da Massolution (una società di ricerca e consulenza specializzata in soluzioni di crowdsourcing) a livello mondiale sono stati raccolti, infatti, solo nel 2013, oltre 5 miliardi di dollari.

**Contatti Stampa**

Simona Gelosa – [sgelosa@dagcom.com](mailto:sgelosa@dagcom.com) – 02.89054163 – 338 2200323

Elena Guzzella – [eguzzella@dagcom.com](mailto:eguzzella@dagcom.com) – 02.89054166