



ITALIAN AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

500 North Michigan Avenue, Suite 506 - Chicago, IL 60611 - Tel (312) 553 9137 Fax (312) 553 9142



Country Presentation

Pavia, 31 Maggio 2011

Presentazione Paese:
L'Illinois e il Texas



Gli Stati Uniti d'America:

Principali indicatori Macroeconomici

- PIL Reale (GDP): + **2,8%** (dato 2010 rispetto al 2009 che era -2,4%)

- Cosa e' successo nell'anno 2010:

CENNI DI RIPRESA

+ **2,2%** (III trim) e + **5,7%** (IV trim)

L'incremento e' dovuto sostanzialmente all'aumento degli investimenti, delle esportazioni e dei consumi. Infatti, nonostante il balzo dei prezzi del petrolio e i timori sulla finanziaria degli stati americani, i consumatori degli Stati uniti si sono mostrati più ottimisti in febbraio, anzi fiduciosi come non lo erano da tre anni. E' quanto mostra l'indice della fiducia dei consumatori redatto dall'università del Michigan, salito a 77,5 punti dai 74,2 punti di gennaio e dai 75,1 punti della lettura di metà mese (febbraio 2011)



Uno sguardo al 2011:

- La [Federal Reserve](#) ha rivisto al rialzo le stime di crescita negli Stati Uniti e prevede ora che nel 2011 il prodotto interno lordo crescerà in un range compreso fra il **3,4 e il 3,9%** (la stima di novembre 2010 prevedeva una forchetta tra il 3 e il 3,6%).
- Inflazione al di sotto della forchetta considerata ottimale dalla Fed. Nonostante il recente rialzo dei prezzi dell'energia e dei generi alimentari, **l'inflazione dovrebbe attestarsi tra l'1,3 e l'1,7% nel 2011**
- Tasso di disoccupazione a novembre: **7.70%** (nel 2010 era del 9.7%)
- Tasso di cambio Euro/USD: **1,42** (media mese di maggio)



Commercio Estero:

Esportazioni Italia - Stati Uniti +65% (fonte ansa del 02/03/2011)

Esportazioni record per l'America: Gli Stati Uniti si rivelano il mercato più dinamico per l'export italiano nel periodo gennaio 2010 – gennaio 2011
Export Record Italia-America (fonte il sole 24 ore)

Il ritorno del lusso nella moda americana è un segnale positivo per produttori ed esportatori italiani di abbigliamento di alta qualità. I trend statunitensi per il 2011 indicano una crescente domanda per capi di abbigliamento eleganti, offrendo opportunità di vendita per produttori ed esportatori di vestiario italiano.



Principali prodotti importati

- **Materiali Industriali:** 461,1 mld USD - 23,0%
- **Beni di Consumo:** 428,4 mld USD – 22,1%
- **Beni Capitali** (computer, macchinari elettrici, telecomunicazioni, parti di veicoli a motore): 369,2 mld USD + 19,1%
- **Cibi/Bevande:** 81,5 mld + 3,2%
- **Moda – generi di lusso** + 4,7%



Principali prodotti esportati

- Beni Capitali: 390,4 mld USD – 25,1%
- Materiali Industriali: 296,3 mld USD – 19,1%
- Beni di Consumo: 150,0% mld USD – 9,6%
- Cibi/Bevande: 93,9 mld USD – 6,0%
- Settore Auto: 81,6 mld USD – 5,2%



Principali Paesi Partner Commerciali

■ Paesi Clienti:

- Canada (19,4%), Messico (12,2%), Cina (6,6%), UK (4,3%), Germania (4,1%)

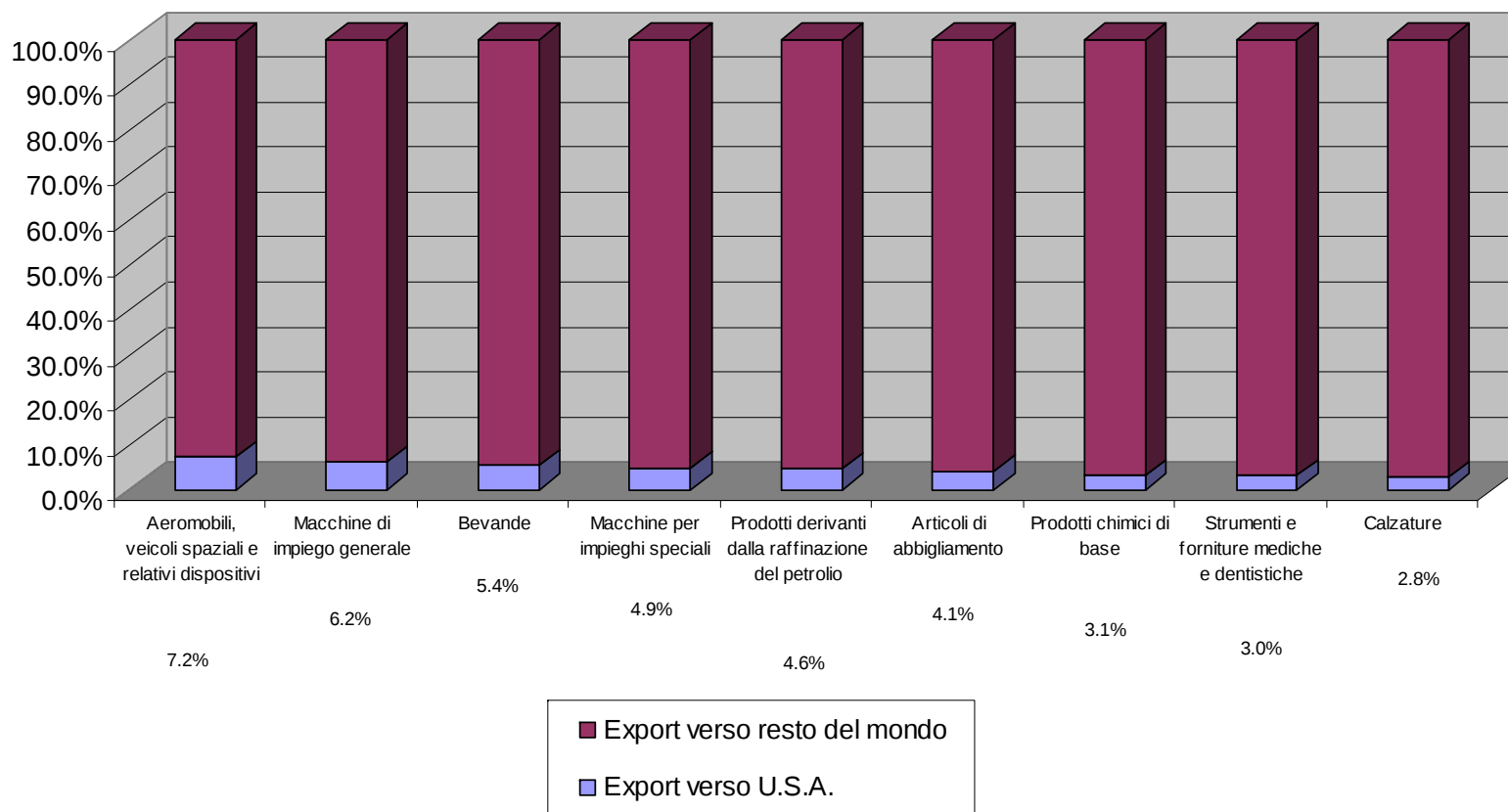
■ Paesi Fornitori:

- Cina (19,0%), Canada (14,4%), Messico (11,3%), Giappone (6,2%), Germania (4,6%), UK (3%).

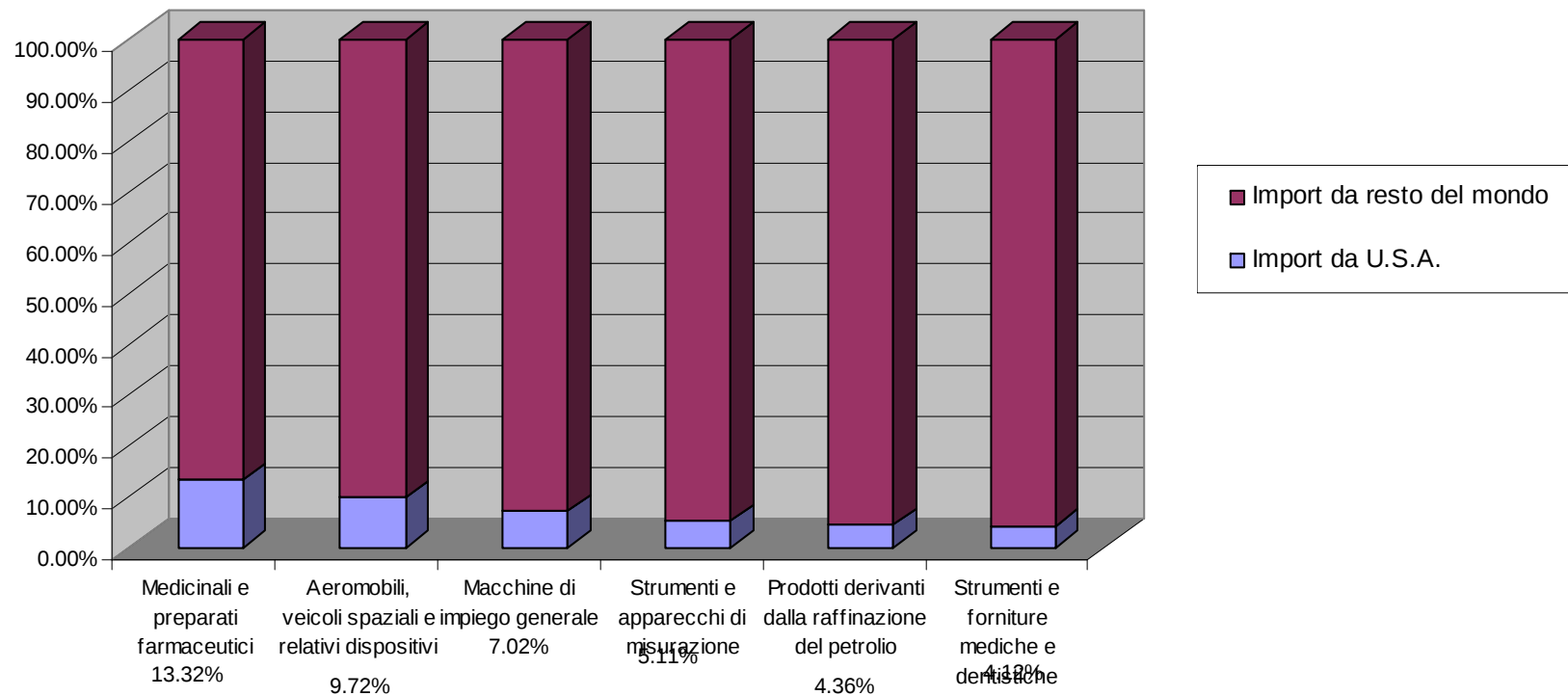
“L'Italia e' al 12esimo posto con l'1,7% delle esportazioni verso gli USA”

Saldo Bilancia Commerciale: -380.6 mld USD

Rapporti con l'Italia (Export)



Rapporti con l'Italia (Import)

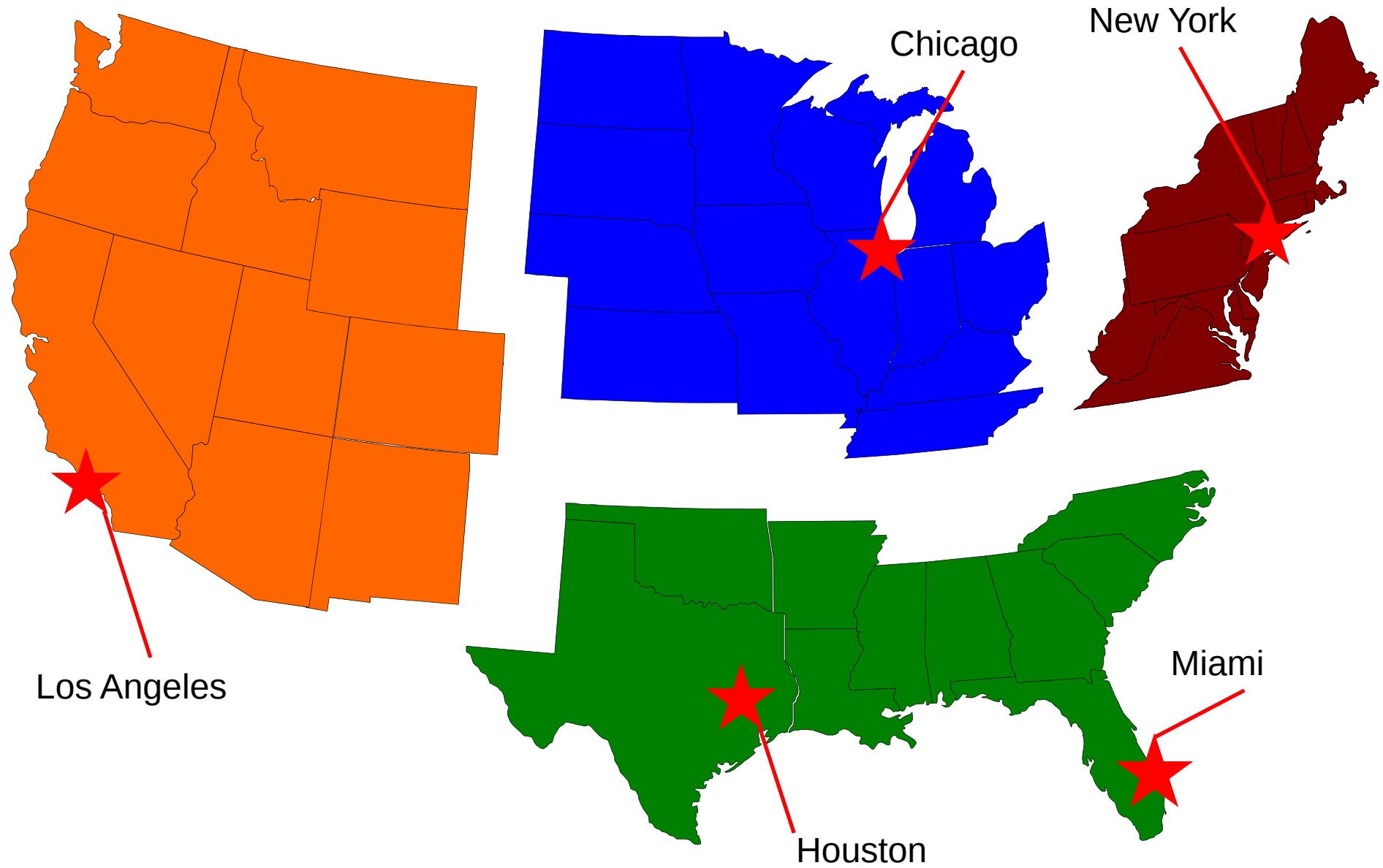


Principali settori negli USA:

- Petrolio
- Veicoli a motore
- Telecomunicazioni
- Industria Creativa
- Food Processing
- Lavorazioni in Legno
- Acciaio
- Aerospace
- Chimica
- Elettronica
- Beni di consumo
- Difesa/Estrazioni di minerali
- Biotecnologie
- Energia Eolica

Proiezione delle industrie importanti per prossimi anni







I settori piu' rappresentativi dell'Illinois:

- Settore industriale: Stato Leader nel settore industriale, circa i $\frac{3}{4}$ delle industrie sono situate nel nord-est dello Stato. Le principali industrie sono:
 - ☐ Medicale/Farmaceutico
 - ☐ Alimentare
 - ☐ Meccanica
- Servizi: leader nei servizi finanziari, istruzione, legale, medicina e logistica, settore pubblicitario, del turismo, dell'energia e della distribuzione.



I settori piu' rappresentativi dell'Illinois:

- Carbone: possiede nel suo sottosuolo circa 211 milioni di tonnellate di carbone, ma a causa della forte presenza di zolfo purtroppo ne puo' utilizzare (ed esportare) solo 17 milioni di tonnellate contro le 40,4 che produce
- Energia Eolica: l'Illinois ha un notevole interesse nello sfruttare il vento, componente costantemente presente in tutto lo Stato



I drivers economici sono:

Manifatturiero

- Carta e stampati
- Prodotti chimici e petroliferi
- Plastica e gomma
- Metalli
- Macchinari
- Apparecchiature elettriche e componenti

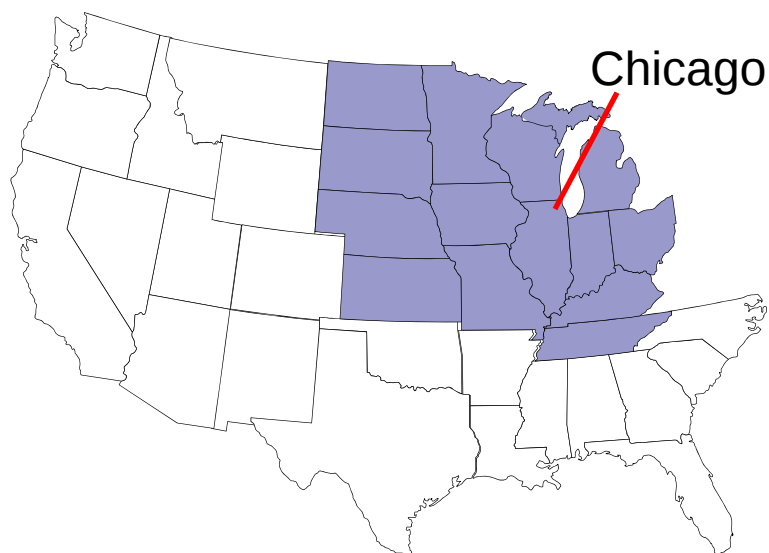
Servizi Finanziari

- Servi professionali, scientifici e tecnici
- Consulenza aziendale
- Servizi amministrativi e supporto
- Servizi di sicurezza per gli investimenti
- Intermediazione creditizia
- Assicurazioni

Altri servizi

- Distribuzione di prodotti durevoli e non durevoli
- Trasporti – aereo, ferroviario, marittimo e terrestre
- Magazzino
- Pubblicazioni on-line
- Servizi per l'istruzione
- Servizi per musei, centri storici e culturali
- Divertimento

Forza Economica



- Fulcro Nordamericano per la distribuzione (Est-Ovest)
- Porto Oceano
- 2/3 del settore metalmeccanico nazionale
- 3 posto per affluenza turistica negli USA
- 1/3 del PIL Americano
- Fra le migliori 20 destinazioni al mondo per fare business
- Nominata migliore città al mondo nel 2007 e 2008
- Mantiene 40 miliardi di dollari di investimenti esteri
- Il suo PIL è maggiore di quello di Stati come la Turchia e l'Olanda (574 mld di USD)
- Sede della Borsa **Chicago Mercantile Exchange** che gestisce oltre il 25% del trading (Options, futures e derivati) a livello mondiale



Industrie trainanti nell'Illinois

Nella sua area, Chicago e' riconosciuta punto di riferimento per le industrie di:

- **Servizi finanziari** (oltre 1.200 societa' con sede nell'area di Chicago)
- **Manifatturiero** (Per un valore di 94,1 mld USD)
- **Information Technology**
 - 144 Universita'
 - 71 centri di ricerca Federali
 - 440 aziende di R&D nei settori: nuovi materiali, tecnologie per la chimica e l'energia, biotecnologie
- **Trasporto e distribuzione** (location perfetta e a basso costo per l'immagazzinamento e la distribuzione di materiali)
 - sede di 6.000 compagnie di movimentazione merci
 - 1.100 miglia navigabili
 - 25 treni merci e 3.000 containers mossi ogni giorno
 - Un aeroporto internazionale con 69 milioni di passeggeri ogni anno



Industrie emergenti nell'Illinois

Tra i settori emergenti nell'area di Chicago troviamo:

- **Agricoltura:** dal quale dipende lo sviluppo futuro dell'intera economia locale. Tale settore include la produzione di cibi e tutto cio' che riguarda l'industria agricola (bioliquidi, chimici e materiali). Include anche l'industria della distribuzione e il packaging dei prodotti finiti.
 - Vantaggi: Questo settore sta creando nuovi posti di lavoro, innovazioni tecnologiche e migliora la qualita' della vita.
 - Il terreno coltivabile corrisponde al 76% del suolo dello Stato
 - Produttore #2 di mais negli Stati Uniti
- **Telecomunicazioni:** Chicago utilizza solo il 3% della produzione di banda.
 - Vantaggi: settore che sta crescendo nelle industrie della stampa, pubblicita', finanza, assicurazioni e lavorazione dei cibi. Anche l'industria automotive in parte.
- **Manifatturiero:** si focalizza soprattutto sulla lavorazione di macchinari, fabbricati di metallo, attrezzatura da trasporto, plastica e gomma, elettronica.
 - Vantaggi: lo Stato dell'Illinois punta a diventare il #1 nel settore del Food Processing. Nell'ultimo anno questo settore ha aumentato il suo valore di 14 mld di USD (settore legato all'agricoltura)



L'economia del Texas

Il Texas è il maggiore produttore di minerali combustibili degli USA; possiede infatti estesi giacimenti di petrolio e gas naturale, oltre che di sale, zolfo, carbone, pietra, magnesio, elio, minerale di ferro, vermiculite, uranio, potassa, piombo, mica, molibdeno, stagno, tungsteno e zinco.

L'agricoltura rappresenta una discreta risorsa economica (1% del PIL statale annuo): si coltivano soprattutto cotone, sorgo, cereali, foraggi, ortaggi e frutta. Sono inoltre fiorenti l'allevamento di cavalli, ovini, bovini e suini e l'industria lattiero-casearia.

Dalla silvicoltura si ricava la materia prima per la produzione di carta, legname e legno compensato.



L'economia del Texas

- Se il Texas fosse considerato come una nazione indipendente, la sua economia verrebbe considerata la dodicesima del mondo.
- Nel 2009, la rivista Fortune 500, lista annuale compilata e pubblicata dalla rivista Fortune che classifica le 500 maggiori imprese societarie statunitensi misurate sulla base del loro fatturato, si ritrovano 6 aziende nelle prime 50 e 46 in totale, superando ogni altro stato
- L'economia è molto dinamica: il suo tasso di crescita è stato del 4,7% nel tra il 2006 e il 2007, il 5° più elevato negli USA.



L'area di Houston

- Area tra le più dinamiche per crescita economica;
- Capitale mondiale dell'energia;
- Sede delle più importanti aziende internazionali dei settori aerospazio, petrolchimica, elettronica, energia, ingegneria;
- 6 milioni di abitanti;
- Pressione fiscale tra le più contenute degli Stati Uniti;
- Costi di business competitivi;
- Forza lavoro altamente qualificata.



Trend del consumo del vino negli USA

USA AL PRIMO POSTO AL MONDO NEL CONSUMO DEL VINO

Gli U.S.A. hanno superato la Francia come la nazione avente il tasso di consumo di vino più alto al mondo nel 2010, con un tasso di consumo di vino dalla California e di importazione dall'estero che complessivamente cresce regolarmente del 2% annuo per arrivare ad oltre 330 milioni di casse – un record per l'industria vitivinicola – nel 2010, secondo uno studio portato avanti da Gomberg, Fredrikson & Associates in Woodside.

La cifra che tale vendita ha raggiunto è stata stimata di oltre 30 miliardi di dollari, con un incremento di oltre il 4% rispetto al 2009.



Trend del consumo del vino negli USA

Sempre secondo lo stesso report (*The Gomberg-Fredrikson Report*) il **vino spumante** e lo champagne hanno avuto nel 2010 un anno più che lusinghiero con un incremento di oltre il 10% negli USA, cosa che conferma come il vino spumante si sia ormai consolidato oltre le tradizionali occasioni speciali, per passare ad un consumo più “ordinario”.

Il consumo di oltre 15,4 milioni di casse, rappresenta il 4.6% di tutta la vendita di vino negli USA, la cui maggioranza, tuttavia, è ancora prodotta in California.



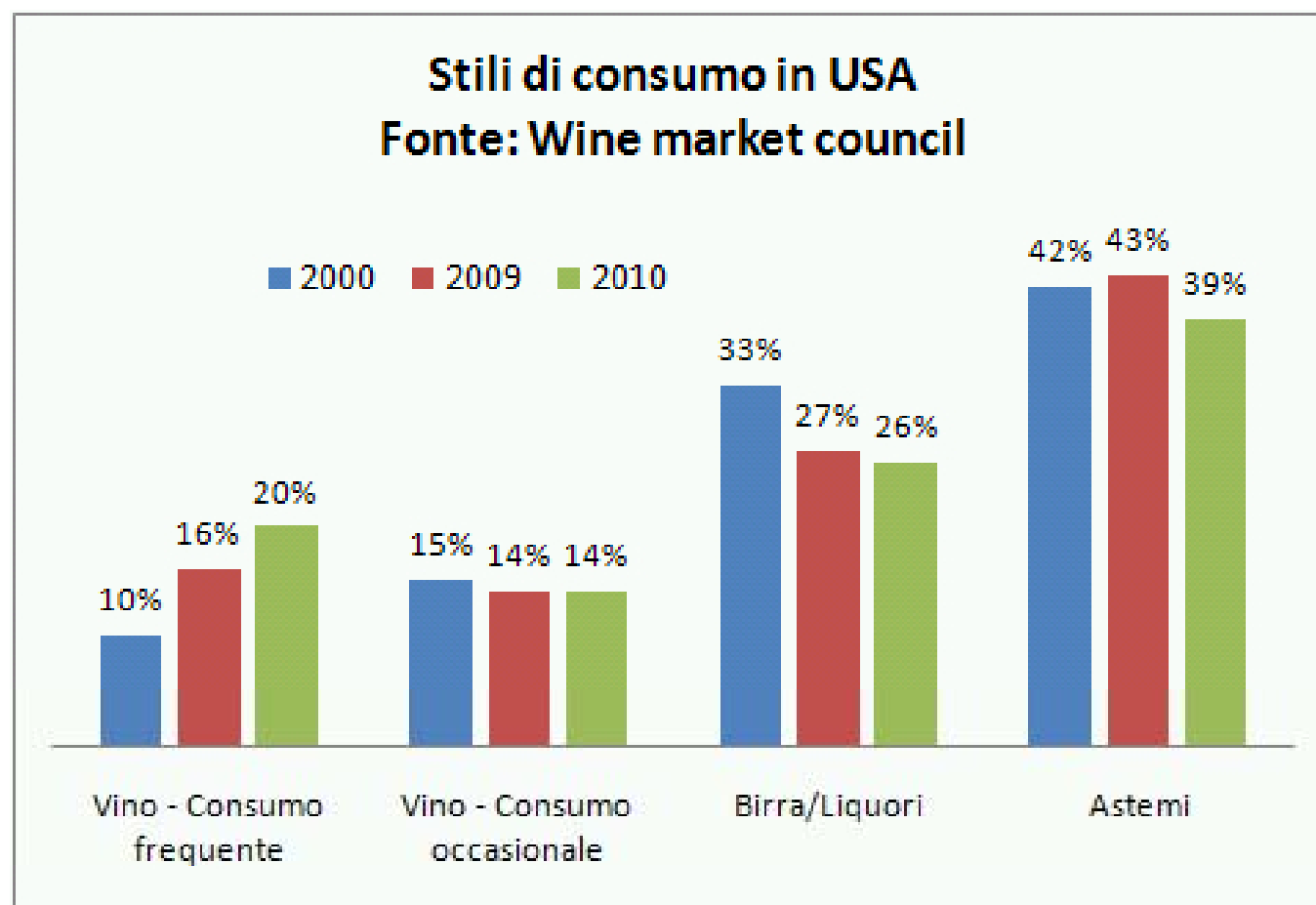
Trend del consumo del vino negli USA

Il [Wine Market Council](#) propone come ogni anno una slideshow sul consumatore americano. Quest'anno lo studio approfondisce due aspetti: il passaggio dal consumatore saltuario a quello abituale e l'utilizzo dei nuovi media (internet e sue applicazioni) nella fase di reperimento delle informazioni ma anche di acquisto.

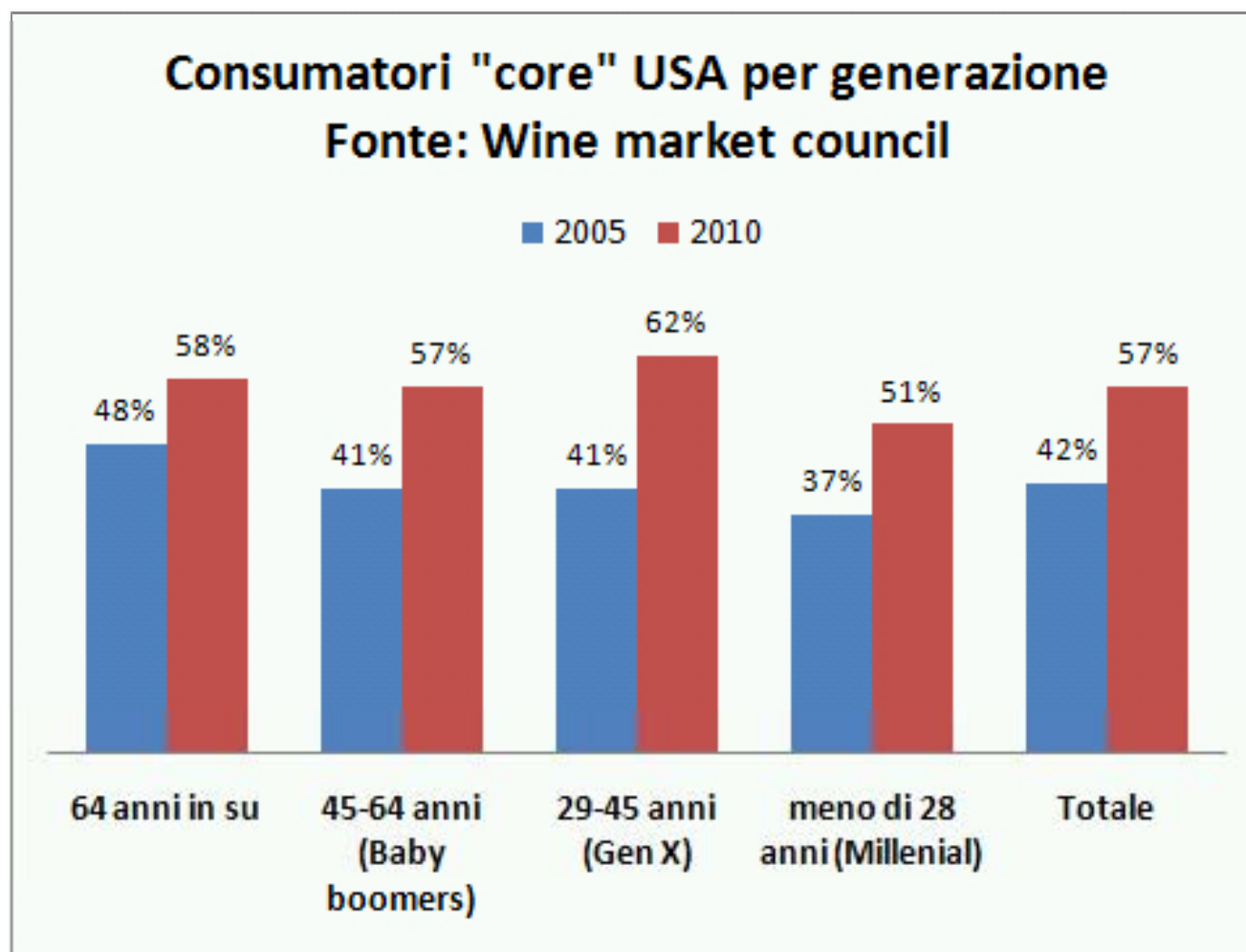
Quali sono le conclusioni del rapporto:

- 1) che il consumo di vino in USA continua a crescere per il passaggio di consumatori da una frequenza saltuaria al consumo abituale di vino;
- 2) che questa tendenza e' visibile in tutte le fasce dei consumatori, anche se il progresso piu' significativo e' quello della fascia di eta' tra i 30 e i 45 anni (Generation X);
- 3) che i giovani si stanno orientando su nuovi vitigni, come il Malbec e lo Syrah/Shiraz, mentre il gradimento di alcuni prodotti come il Pinot Grigio non sembra crescere tra i giovani rispetto agli anziani;
- 4) che i nuovi media hanno un'influenza crescente (ci avreste scommesso), anche se dobbiamo considerare la particolarità del mercato americano;
- 5) che i prodotti del nuovo mondo incontrano sempre di più le preferenze dei consumatori, a differenza di quelli del vecchio mondo, soprattutto francesi, tedeschi e portoghesi.

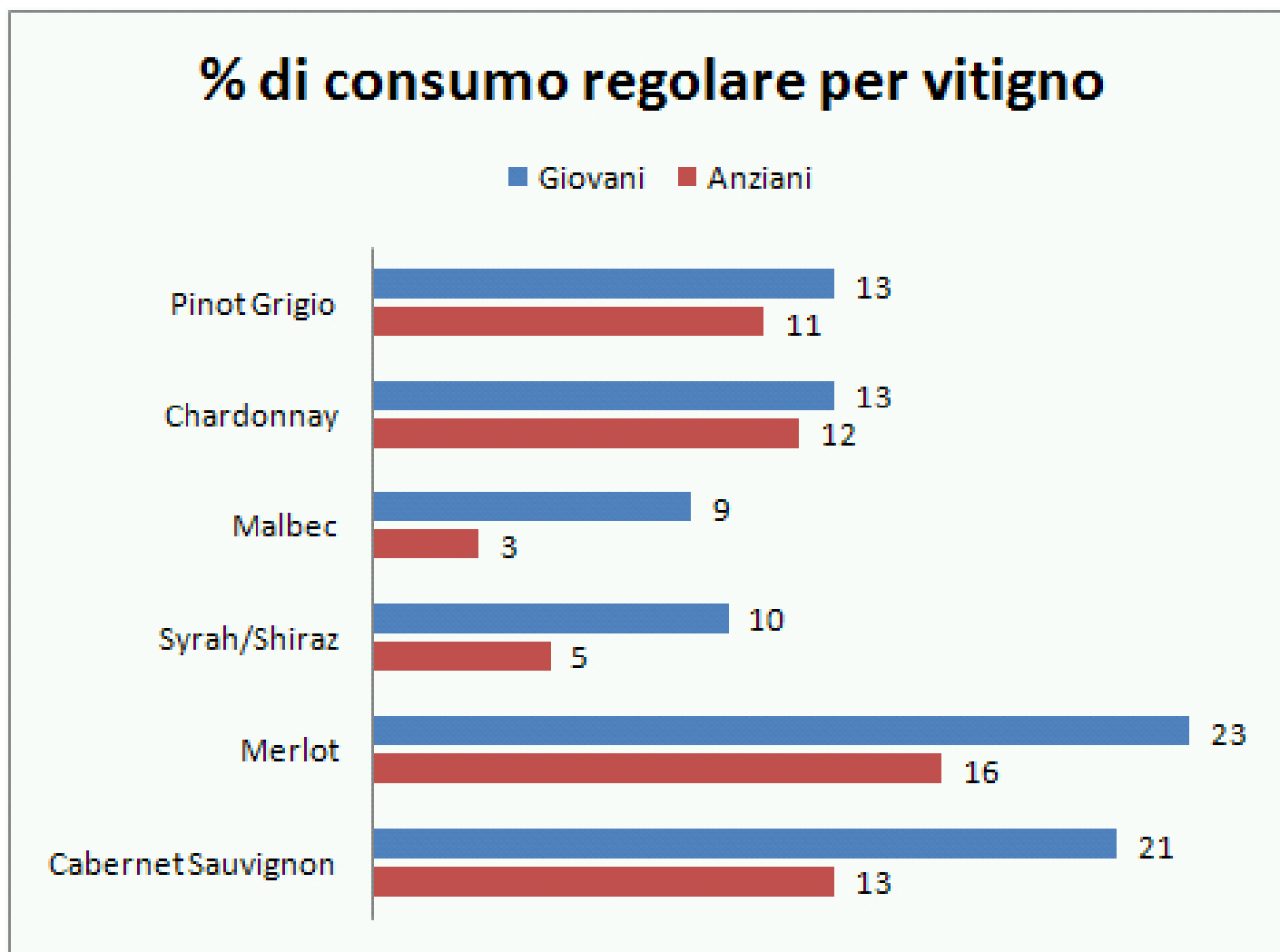
Stili di Consumo negli USA



Stili di Consumo negli USA



Stili di Consumo negli USA





Trend del consumo del vino negli USA

Infine, il **gradimento per nazione**. La statistica e' la differenza tra quelli che gradiscono di più e quelli che gradiscono di meno e varia per fascia di età. I francesi sono messi male a tutte le età, come i tedeschi (anche se un po' meno).

Italiani e spagnoli fortunatamente incontrano il gusto dei giovani, ma certamente la "variazione di gradimento" in positivo dei prodotti australiani, neozelandesi, cileni e argentini sono maggiori.

La promozione e il marketing contano e sarebbe meglio che anche noi italiani cominciassimo a preoccuparci un po' di più di questi aspetti.



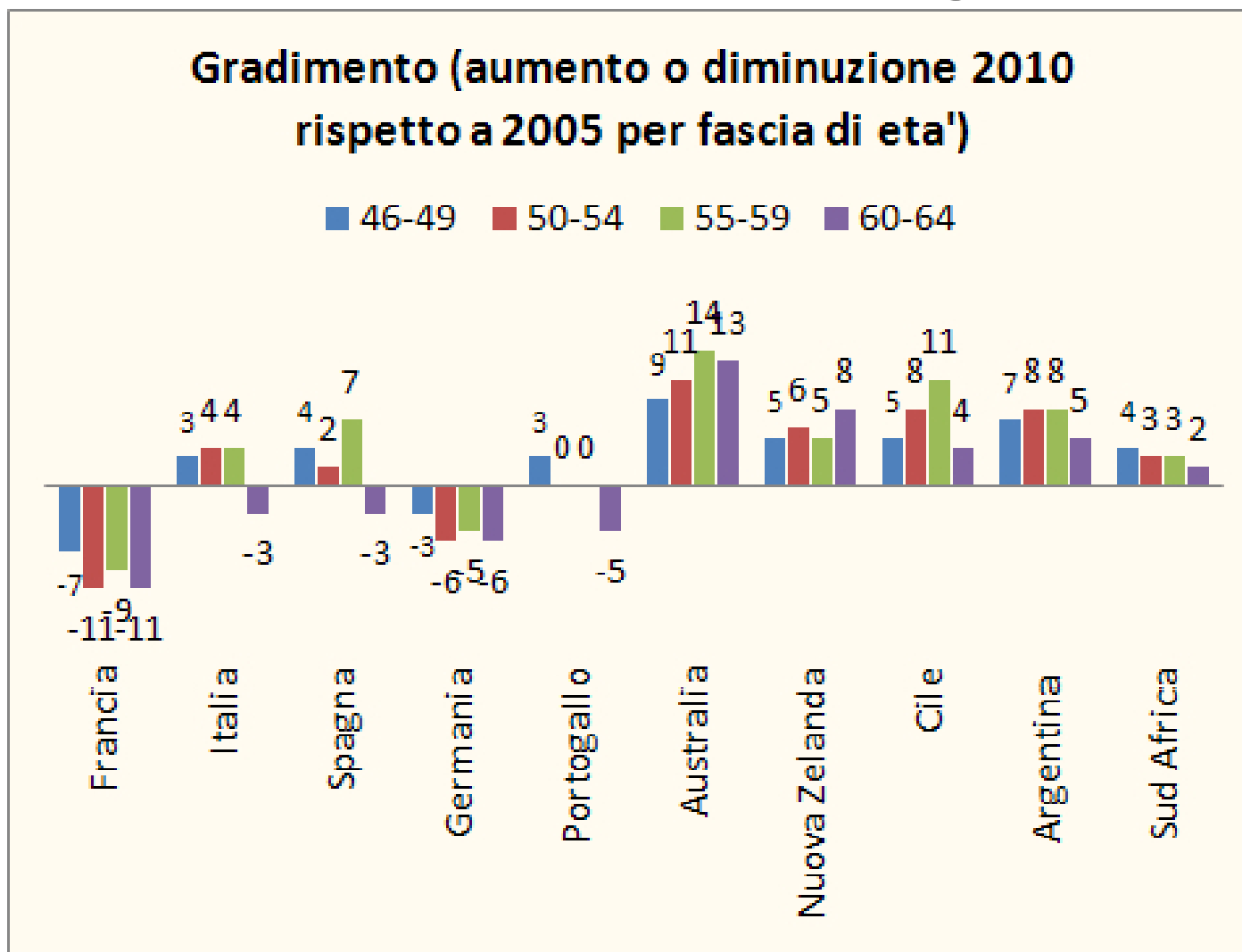
Il consumo del vino negli USA

Il trend di consumo negli USA è certamente in continuo aumento. Secondo le statistiche del **Wine Institute**, il consumo pro capite è il seguente:

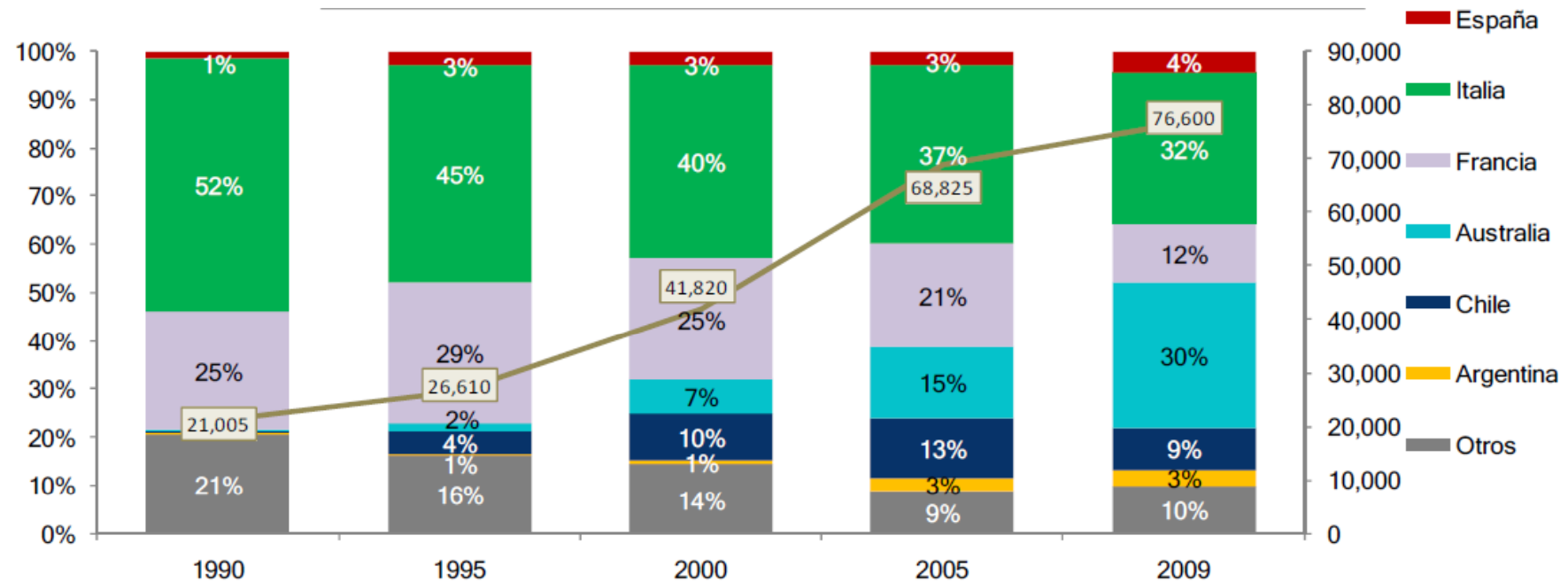
Anno	Consumo pro capite in galloni	Totale consumato in galloni	Consumo procapite in litri	Totale consumato in litri
2010	2,56	785.000.000	9,69	2.971.546.850
2009	2,5	767.000.000	9,46	2.903.409.470
2008	2,48	753.000.000	9,39	2.850.413.730
2007	2,47	745.000.000	9,35	2.820.130.450
2006	2,39	717.000.000	9,05	2.714.138.970
2005	2,33	692.000.000	8,82	2.619.503.720

Tutti i tipi di vino, calcolando tutta la popolazione residente. Se si calcolasse solo la popolazione maggiorenne ovviamente le quantità aumenterebbero

Stili di Consumo negli USA



Import negli USA – Trend



Source: IWSR, 2010



I vini italiani negli USA

Vino importato in USA per stato (casce 9 litri/1000)		
	Cases /1000	Imported wine/total
New York	9,727	42%
California	8,545	17%
Florida	7,884	33%
Texas	5,246	32%
New Jersey	4,904	36%
Illinois	3,830	27%
Massachusetts	3,172	26%
Michigan	2,522	33%
Pennsylvania	2,495	29%
Virginia	2,427	31%
Maryland	1,885	36%
Colorado	1,644	28%
Connecticut	1,634	29%
New Hampshire	916	30%
District of Colombia	582	41%
Average		27%

I vini italiani negli USA

Quote di mercato tra bevitori regolari - sondaggio Vinitrac 2010					
	Italy	Australia	France	Chile	Others
California	34%	19%	20%	6%	21%
Colorado	28%	23%	12%	11%	26%
Texas	26%	19%	15%	11%	29%
Illinois	35%	19%	15%	8%	23%
Michigan	43%	15%	12%	7%	23%
Florida	33%	27%	11%	9%	20%
Virginia	30%	28%	13%	8%	21%
District of Colombia	26%	18%	16%	12%	28%
Maryland	28%	31%	10%	10%	21%
Pennsylvania	36%	24%	13%	11%	16%
New Jersey	59%	12%	11%	6%	12%
Connecticut	33%	23%	11%	8%	25%
New York	40%	19%	15%	10%	16%
Massachusetts	32%	31%	13%	7%	17%
New Hampshire	35%	34%	8%	7%	16%
Average	36%	21%	14%	9%	20%



I vini italiani negli USA

Dove si beve il vino Italiano?

In proporzione, il vino importato in USA si beve soprattutto sulla costa est e nel centro del paese. Le posizioni forti del vino italiano sono in 2-3 stati, ovvero New Jersey, New York e Michigan.

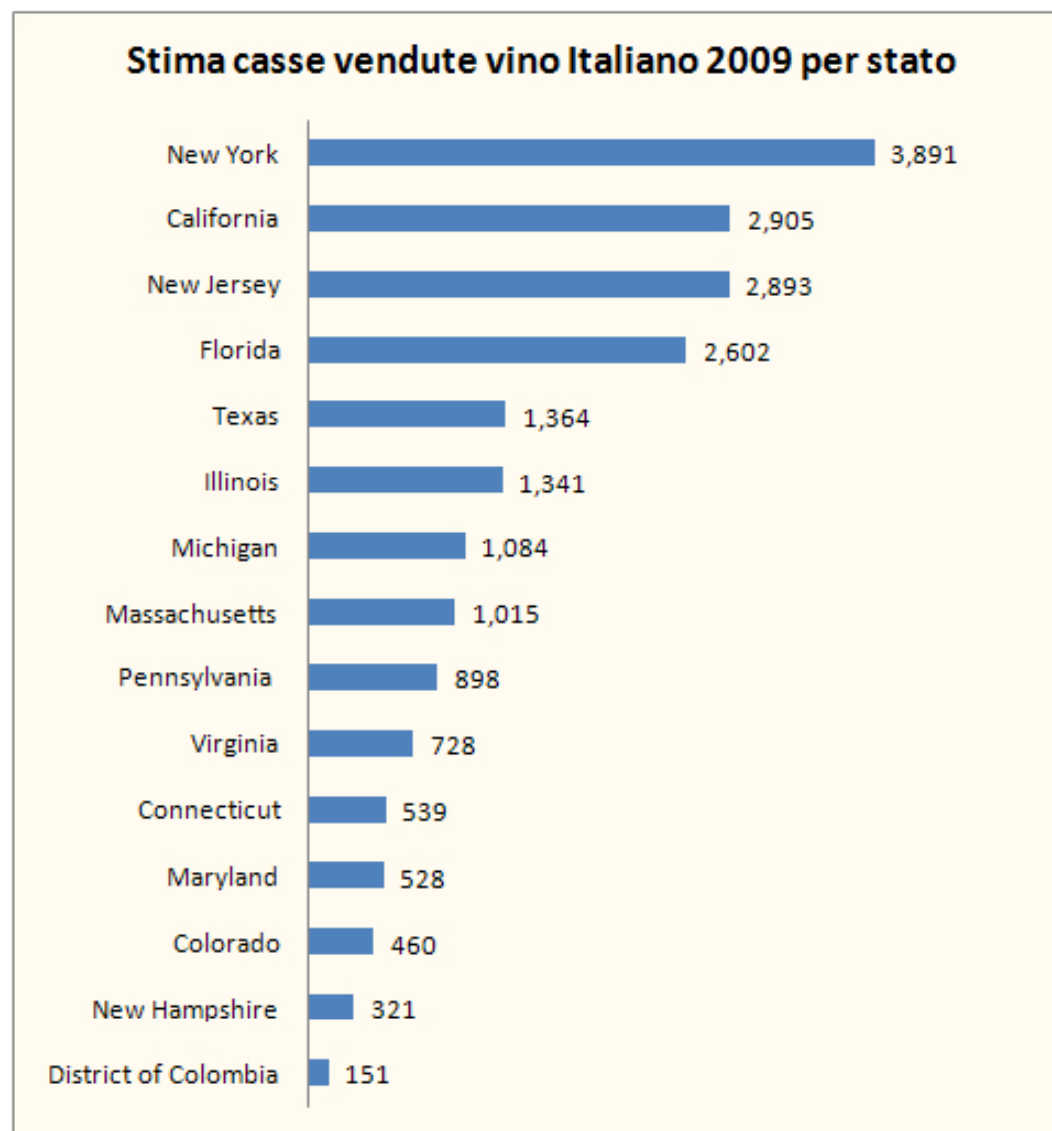
Tuttavia quando si incrociano i dati sulle importazioni con quelle sulle quote di mercato, i grandi mercati del vino italiano in USA sono senza dubbio New York, California e New Jersey.

In linea generale, gli americani che bevono vino in modo frequente, scelgono il vino italiano **nel 10% dei casi** (il 36% del vino importato moltiplicato per il 27% di penetrazione delle importazioni nel mercato) e **l'Italia e' il numero 1 tra i prodotti importati in tutti i maggiori stati salvo che nel Maryland, dove e' sopravanzata dal vino australiano.**

Il quadro complessivo di quanto vino italiano si vende circa nei vari stati USA è quindi di quasi 4m di casse nello stato di New York, quasi 3m in California e New Jersey, poi 2.6m in Florida.

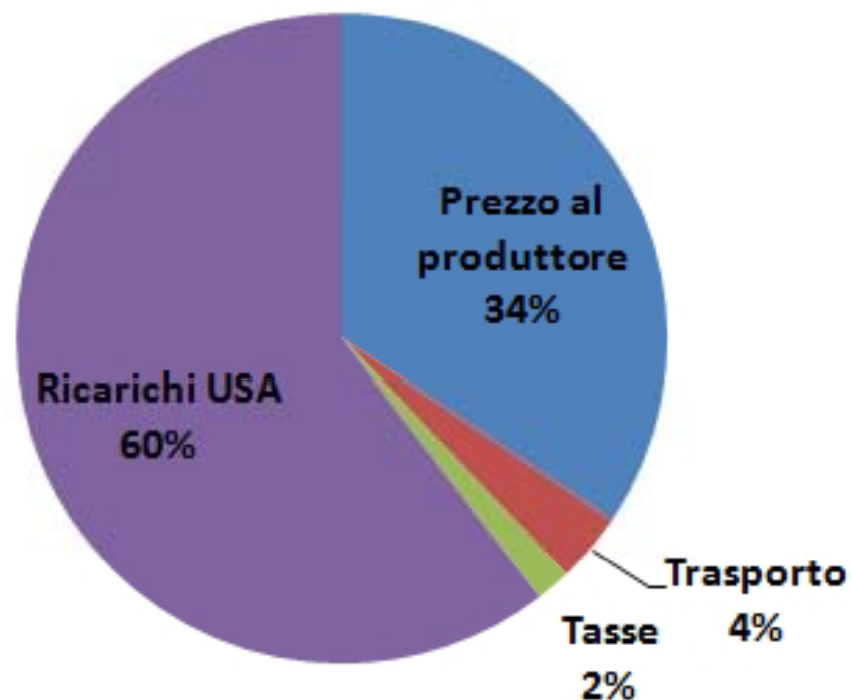
E con questo anche le quote di mercato sul totale del vino bevuto dai regular wine drinkers: il 21% del vino in New Jersey e' italiano, il 17% di quello dello stato di New York e il 14% del Michigan. Il valore piu' basso e' il 6% della California, dove comunque l'Italia resta il principale importatore.

I vini italiani negli USA



Quanto costa il vino italiano?

**Suddivisione del prezzo al dettaglio di una
bottiglia di vino in USA**





Quanto costa il vino italiano?

È il sistema distributivo americano che determina in maniera preponderante il rincaro della bottiglia in America. La parte relativa al trasporto che potremmo immaginare essere significativa e' invece irrisoria, meno di un dollaro a bottiglia sempre che spediamo il vino in lotti da 400 casse nella tratta intercontinentale. Allo stesso modo, la parte relativa alle tasse e ai dazi non è così significativa, si parla di 0,3 dollari per bottiglia per il vino da tavola e 1 dollaro a bottiglia per il vino spumante.

Resta però da vedere quali sono le tasse che invece di ricadere sulla bottiglia all'atto dell'importazione, ricadono sul distributore o venditore della bottiglia come tasse specifiche per l'attività di vendita di vino. **E' comunque chiaro che la parte del leone la fanno l'importatore, che ricarica il 30%**, il distributore, che mette su un altro 30% e infine il dettagliante o il ristorante, che, avendo poi alla fine il maggior rischio di non piazzare la bottiglia e trattando volumi più bassi aumentano il prezzo del 50% e del 150% rispettivamente.

Ne esce quindi un quadro dove la nostra bottiglia da 6 dollari finisce sullo scaffale dell'enoteca a 17 dollari (ma a 19 dollari se si tratta di un Cava), e in questo calcolo oltre 10 dollari sono incamerati dal sistema distributivo americano, cioè il 60% di quello che paga il consumatore finale. Questa quota sale addirittura a 22 dollari sul totale di 29 dollari per la bottiglia venduta al ristorante, cioè circa il 76% del totale.

Chi distribuisce il vino italiano?

Classifica distributori americani di vino

USD m	Vendite		Quota mercato	
	2003	2008	2003	2008
Southern Wine & Spirits of America	5,050	8,310	16.8%	19.0%
Charmer Sunbelt Group	2,185	4,775	7.3%	10.9%
Republic National Distributing Co	1,300	4,520	4.3%	10.3%
Glazer's Family of Companies	1,940	3,080	6.4%	7.0%
Young's Market Co.	1,155	2,120	3.8%	4.8%
Wirtz Beverage Group	930	1,215	3.1%	2.8%
Martignetti Cos.		950		2.2%
National Wine & Spirits Corp.	785	830	2.6%	1.9%
Allied Beverage Group		695		1.6%
Fedway Associates		550		1.3%
Altri		16,700	47.6%	38.2%



Chi distribuisce il vino italiano?

Vediamo quindi chi sono questi distributori (che stanno in mezzo tra il dettagliante e il produttore americano, oppure l'importatore di prodotti esteri).

Il leader storico e' Southern Wine & Spirits: nel 2008 fatturava 8.3 miliardi di dollari detenendo il 19% di un mercato simato a 43 miliardi di dollari (anche se sono inclusi non soltanto il vino ma anche altre bevande), *fonte Impact Databank*.

La caratteristica interessante e' la relativa invece al grado di concentrazione del mercato, che fa del mercato americano un mercato ricco: il 61% del mercato e' in mano ai primi 10 distributori nel 2008, rispetto al 52% di 5 anni prima.

Certamente i produttori di vino si trovano una controparte di tutto rispetto, quindi e' giustificabile che il margine di distribuzione di questi operatori possa essere molto significativo.



Fattori importanti per gli importatori/distributori quando valutano/acquistano prodotti nuovi

- Prodotti artigianali particolari
- Confezione
- Packaging
- Costo
- Costanza della qualità nel tempo
- L'aver un rapporto personale di fiducia e stima con il fornitore
- Rapporto qualità/prezzo
- Unicità del prodotto nel mercato. Questo fatto ha due facce della medaglia: e' difficile lanciare un prodotto nuovo, ma d'altro canto non esiste la competizione
- La spedizione non e' un grande problema. Serve trovare il trasportatore con il miglior rapporto prezzo/servizio
- Disponibilità del prodotto. Ci sono modi per ovviare alla scarsità di un particolare prodotto, come fare un ordine anticipato in base ad una pianificazione di vendita. Ma alle volte questo fattore genera problemi
- Disponibilità dell'azienda produttrice a:
 - o partecipare alla campagna di promozione del prodotto con incentivi (campioni per le degustazioni, promozioni, presentazioni)
 - o educare i consumatori al prodotto