



11 Broadway, Suite 630
New York, NY 10004
Tel (212) 661-0435
Fax (212) 661-0422
d@grosserconsulting.com
www.grosserconsulting.com

21 Dicembre 2011

NOTIZIE SULL'ECONOMIA STATUNITENSE

I programmi di incentivi per investire in USA

Alcune settimane fa un operatore italiano ci ha chiesto quali sono gli incentivi offerti dagli Stati Uniti per gli investimenti nel paese.

Una prima risposta è che gli Stati Uniti non hanno mai fatto grandi sforzi o investito molto in programmi federali per attrarre investitori esteri perché il paese offre grandi vantaggi senza bisogno di incentivi: un sistema fiscale e monetario unico, una legge commerciale federale, omogeneità tra stato a stato, leggi che proteggono la proprietà, tassazione non esosa, libertà di trasferire capitali, forza lavoro competente e abbondante, facilità di aprire aziende e di assumere e di licenziare dipendenti e infine una burocrazia efficiente.

Una seconda risposta è che se ci sono programmi di incentivi per attrarre investimenti, questi programmi sono principalmente a livello statale. Il fatto che gli stati abbiano programmi di incentivi è più giustificato di quelli federali: infatti se un'azienda seleziona una zona per motivi di mercato e logistici, questa zona può essere a cavallo di due o tre stati. In tali casi la preferenza nella selezione della zona in cui locare uno stabilimento viene data alla zona nello stato che offre migliori incentivi. Aziende come BMW, Mercedes, Toyota, Honda, Hyundai e Kia hanno usufruito di incentivi statali per centinaia di milioni di dollari. In molti casi si è trattato di spese pubbliche poco giustificate perché certi investimenti sarebbero stati fatti ugualmente.

Una novità è il progetto SelectUSA (www.selectusa.commerce.gov) del U.S. Department of Commerce che presenta i programmi di incentivi statali e federali in una cornice unica in modo da facilitare la ricerca. Fornisce anche informazioni e dati sui vantaggi di investire negli Stati Uniti. Il progetto SelectUSA non è fatto solo per gli investimenti dall'estero. In effetti la maggior parte delle aziende che hanno fatto investimenti nel quadro di questo programma sono americane, come Caterpillar e General Electric, molto spesso aziende con ottimi contatti a livello governativo.

Buona parte dei programmi federali sono nel settore dell'energia rinnovabile. Alcuni di questi sono stati oggetto di forti critiche per il fallimento della ditta americana Solyndra che fabbricava pannelli solari e che dopo aver ricevuto una garanzia federale di oltre 500 milioni di dollari è andata in fallimento.

Investire in USA per ottenere la residenza

Un programma popolare presso gli investitori esteri è quello denominato EB-5. Per ottenere il visto di lavoro negli Stati Uniti è necessario investire 1 milione di dollari e generare almeno 10 posti di lavoro. Se si investe in aree dove vi è un alto livello di disoccupazione, è sufficiente

investire 500.000 dollari. Un articolo del New York Times del 19 dicembre faceva notare che vi è stato un notevole aumento nel numero di visti EB-5 per investimenti nel settore delle costruzioni; in molti casi si è trattato di investimenti di cinesi.

Il capitale umano è più importante per gli USA degli investimenti esteri

Un programma probabilmente più importante di quello per attrarre investitori è quello per attrarre “capitale umano”, ossia di concedere visti H-1B per fare entrare negli USA persone qualificate come ingegneri, scienziati ecc. Tuttavia anche per ragione politiche questo programma è limitato a 85.000 visti all'anno (a parte le eccezioni). Anche i lavoratori illegali venuti dal Messico e da altri paesi dell’America Centrale sono capitale umano importante. Sono persone con una seria etica lavorativa, desiderio di farsi strada e che lavorano bene. Il “capitale umano” che portano questi immigrati è il loro coraggio e lo spirito imprenditoriale. Molti, dopo aver lavorato “con le mani” per altri si mettono in proprio in settori come giardinaggio, costruzioni e vendite al dettaglio. Invece di spendere soldi per bloccare l’immigrazione, gli Stati Uniti dovrebbero lasciare entrare tutti quelli che vogliono lavorare e hanno la possibilità di trovare un posto.

Prima di farsi attrarre dagli incentivi è importante fare studi di fattibilità

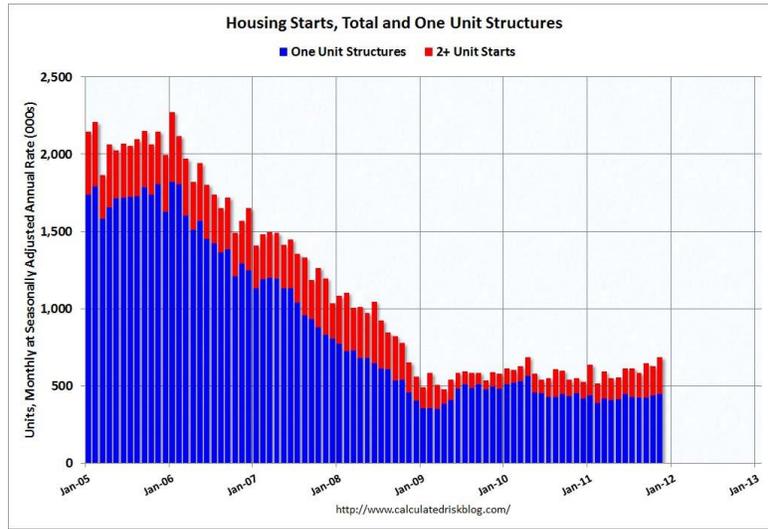
Una cosa importante prima di investire negli Stati Uniti è di fare degli studi di fattibilità per verificare se il mercato sia sufficientemente grande per permettere all’azienda di operare con profitto, se i prodotti o i servizi offrono dei vantaggi ai clienti rispetto a quelli della concorrenza e quale è la zona più vicina ai mercati. Alcuni anni la ditta Zamperla che fabbrica attrezzature per Luna Park aveva investito nel Quebec (Canada) grazie a incentivi locali. Dopo poco tempo i dirigenti si resero conto che gli incentivi avevano distolto l’azienda dal locarsi in una zona molto più opportuna per motivi di mercato e si erano trasferiti in zone più vicine ai mercati. Le aziende che hanno opportunità di investire negli USA lo fanno per motivi di mercato. Gli incentivi sono secondari.

I turisti italiani spenderanno 1,1 miliardi a NY, ma i migliori turisti sono i brasiliani

Secondo il Wall Street Journal i turisti brasiliani stanno dando un buon contributo all’economia statunitense. Sulla base delle stime del Tourist Board di New York, nel 2011 arriveranno ben 700.000 turisti brasiliani nella città di New York, oltre il doppio del 2009, e che questi turisti vi spenderanno 1,63 miliardi di dollari. I turisti italiani a New York spenderanno 1,1 miliardi di dollari. I brasiliani aiuteranno il settore dei consumi in Florida con una spesa di 1 miliardi di dollari nei primi sei mesi del 2011. Il motivo per la popolarità degli Stati Uniti per i brasiliani è che i beni di consumo in USA costano la metà di quello che costano in Brasile. Questi turisti visitano centri al consumo come Jersey Gardens a Elizabeth (NJ), Sawgrass Mills a Dunrise (Florida), e grandi magazzini come TJ Maxx e Marshall’s nel New Jersey. Un negozio molto popolare presso i turisti italiani a New York è Century 21 a Broadway di fronte al World Trade Center. Un altro outlet dove si possono acquistare prodotti da giocattoli a valige a prezzi stracciati, ancora poco conosciuto dai turisti italiani è Amazing Savings ad Avenue M all’angolo con la 16esima Street a Brooklyn.

Sostanziale aumento delle nuove costruzioni in novembre

Secondo i dati pubblicati il 20 dicembre dal US Department of Commerce, nel mese di novembre le nuove costruzioni in essere sono aumentate al tasso annuale di 685.000 unità, con un incremento del 9.3% rispetto al emse precedente. Si tratta del livello più alto dall'aprile 2010 e del 24,3% superiore al novembre 2010.



La fiducia nel settore casa cresce nel mese di novembre

L'indice NAHB rappresenta le aspettative di vendita dei costruttori nei prossimi sei mesi. Il dato pubblicato dal National Association of Home Builders nel mese di novembre è a livello 20, in crescita per il terzo mese consecutivo. Un valore inferiore a 50 mostra una prevalenza di giudizi negativi, mentre un livello superiore indica una prevalenza di giudizi positivi. Nonostante il miglioramento, il mercato delle case è ancora distante dai livelli del 2005..

NAHB Index												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
2005	70	69	70	67	70	72	70	67	65	68	61	57
2006	57	56	54	51	46	42	39	33	30	31	33	33
2007	35	39	36	33	30	28	24	22	20	19	19	18
2008	19	20	20	20	19	18	16	16	17	14	9	9
2009	8	9	9	14	16	15	17	18	19	17	17	16
2010	15	17	15	19	22	16	14	13	13	15	16	16
2011	16	16	17	16	16	13	15	15	14	17	20	-

Fonte:Elaborazioni D. Grosser & Associates su dati National Association of Home Builders

Incremento delle vendite online nel Black Friday

Secondo ComScore le vendite online nel giorno del Black Friday (il venerdì dopo il Giorno del Ringraziamento) sono salite del 26% rispetto allo scorso anno. In totale le vendite sul web sono state circa \$816 miliardi. Sono stati 55 milioni gli americani che hanno visitato gli store online con un aumento del 35% rispetto all'anno scorso. I cinque principali shop online hanno registrato un

aumento delle visite superiore al 10%. Amazon.com è in testa, seguita dal sito Internet di WalMart, Best Buy, Target ed Apple.

Gli USA cessano di coniare la monete da 1 dollaro

Il Congresso degli Stati Uniti ha deciso di non coniare più le monete da un dollaro con i ritratti dei presidenti. La loro immissione sul mercato nel 2005 è stata poco popolare, tanto che nei forzieri della Federal Reserve sono rimaste monete per un valore di 1,4 miliardi di dollari (il 40% di quelle prodotte). Il motivo della scarsa popolarità è che la gente è affezionata al dollaro cartaceo e poi preferisce avere nel portafoglio le banconote che sono leggere piuttosto delle monete che sono pesanti.



Lo stato di Pennsylvania liberalizza la vendita del vino

Dopo 78 anni di monopolio statale nella vendita di vino e alcolici lo stato di Pennsylvania ha approvato il 13 dicembre la vendita libera di bevande alcoliche per i rivenditori autorizzati. Questa legge è stata voluta dal governatore Tom Corbett, uno dei punti più importanti della campagna elettorale del 2010.

Degustazioni di vini italiani a New York e San Francisco

Italian Wine Masters è un evento che si terrà a New York il 7 febbraio (Metropolitan Pavillion – 125 W 18th Street) e a San Francisco il 9 febbraio (TERRA Gallery – 511 Harrison Street). L'evento consiste nella degustazione di vini italiani provenienti da più di cento produttori vinicoli.

Il NY Times dedica un articolo alla nuova pubblicità della Perugina

La Perugina è nota in tutto il mondo per i famosi "Baci". Prima che la Nestlé acquistasse la Perugina, i Baci erano molto noti anche ai consumatori americani. L'azienda prima cessò di pubblicizzarli in TV e nel 1990 anche sulle riviste. Giorgio Marrano, export manager della Perugina per gli Stati Uniti afferma che quando la Nestlé acquistò la Perugina nel 1980, gli USA non erano considerati un mercato prioritario. Ora le cose sono cambiate perchè le vendite di cioccolata negli Stati Uniti sono in aumento ed hanno raggiunto la cifra di 18 miliardi di dollari. Per questo è stata avviata una nuova campagna pubblicitaria con lo slogan "Say I love you the Italian way" (dì ti amo all'italiana).



Lo studio D. Grosser and Associates, Ltd. fondato nel 1984, fornisce consulenza alle aziende che operano negli Stati Uniti, conduce ricerche di importatori e studi di fattibilità, organizza seminari sul mercato USA, prepara programmi pubblicitari e promozionali per aziende, consorzi e associazioni di categoria, e pubblica newsletter settoriali per i clienti. Per informazioni contattare: Donato Grosser, tel 001 212 661-0435, fax 001 212-661-0422, d@grosserconsulting.com, www.grosserconsulting.com