

LE GUIDE PER
Esportare
IN **Digitale**

FOCUS USA



SACE 

In collaborazione con



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT



osservatori.net
digital innovation





USA

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

PAG. 3 →

Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

PAG. 4 →

Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

PAG. 5 →

E-commerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

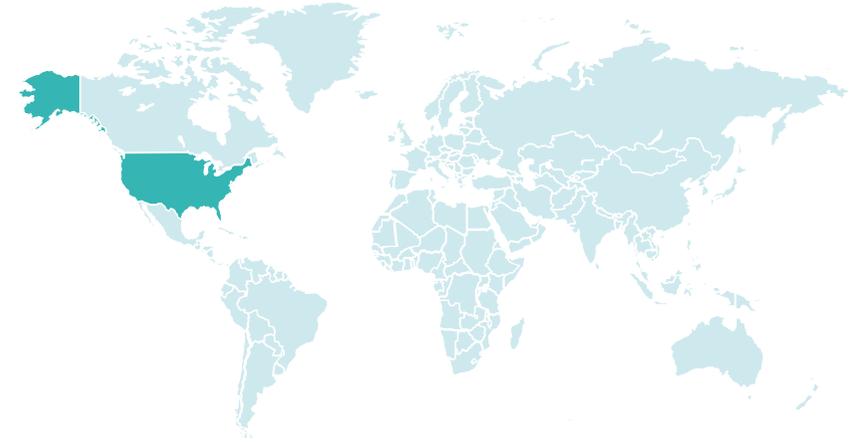
PAG. 7 →



USA

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

Si è scelto di raccogliere i dati relativi agli anni 2019, 2020 e 2021, per poi mediarli e costruire la successiva elaborazione sulla media ottenuta. In questo modo è stato possibile osservare per il periodo preso in considerazione i cambiamenti legati alle 4 dimensioni considerate. Molti fenomeni e aspetti nazionali che vengono presi in considerazione dalle variabili/indicatori che compongono l'indice sono lenti nella loro evoluzione o nel mostrare un cambiamento attraverso i valori restituiti. Anche per questo motivo il focus dell'analisi non vuole essere quello di mostrare un'istantanea il più aggiornata possibile dei paesi presi in considerazione e dei fenomeni che li riguardano, ma di mostrare come tali dinamiche ed aspetti possano influire sulle attività di export verso tali Paesi.



Popolazione (2021)	331 milioni
GDP (2021)	\$22.996 miliardi
Per capita GDP (2021)	\$69.288
Valore delle importazioni (2021)	\$2.932 miliardi
Indice di attrattività Score complessivo	4,34/5
Indice di attrattività Score senza dimensione "Size"	4,45/5
Posizione nel ranking di attrattività complessivo	1/20
Posizione nel ranking di attrattività Senza dimensione "Size"	1/20

INDICE DI ATTRATTIVITÀ: SPLIT DELLE 10 MACRO-CATEGORIE

Size	● ● ● ● ○
Country characteristics (Economic)	● ● ● ● ●
Country characteristics (Politic)	● ● ● ● ●
Country characteristics (Regulatory)	● ● ● ● ●
Trade lever / relationship	● ● ○ ○ ○
Trade & Financial barriers	● ● ● ● ●
Cultural proximity	● ● ● ○ ○
Online market (size & growth)	● ● ● ● ●
Infrastructure (Financial; ICT; Logistics)	● ● ● ● ●
Technology adoption & consumer behaviour	● ● ● ● ●



Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

■ CARATTERISTICHE ECONOMICHE

Gli Stati Uniti sono la prima economia al mondo per valore del PIL. Nel 2021 la popolazione degli Stati Uniti ammontava a circa 331 milioni di individui (World Bank, 2021). L'inflazione su base annua nel 2021 era del +4,7% (World Bank 2021).

Gli Stati Uniti hanno ottenuto ottimi punteggi in indicatori che aiutano a misurare l'efficienza del commercio e del contesto economico in cui si opera, come l'Ease of Doing Business Index sviluppato dalla World Bank (2019), dove si sono classificati nel complesso come sesta economia al mondo su 190 paesi esaminati.

■ CARATTERISTICHE GIURIDICHE/REGOLATORIE

Nel Judicial Effectiveness Index sviluppato da Heritage (2022), un indice volto a misurare l'efficienza del sistema giudiziario di un paese, gli Stati Uniti hanno ottenuto un punteggio di 77,9/100, un punteggio alto, ben al di sopra della media mondiale (50,2). Relativamente ai processi regolatori ed amministrativi legati all'apertura di nuovi business e produzioni, misurati dal Business Freedom Index di Heritage, gli Stati Uniti hanno ottenuto uno score di 82,5/100; un valore che testimonia un framework amministrativo efficiente, che è tuttavia caratterizzato da alcune differenze e variazioni fra i vari stati.

■ CARATTERISTICHE POLITICHE

Il sistema politico statunitense, ossia una repubblica presidenziale federale è sostanzialmente stabile. La media del rischio politico elaborata da SACE (2023) per gli Stati Uniti è di 19/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).

Media del rischio politico **19**/₁₀₀

La media del rischio politico elaborata da SACE (2021) per gli Stati Uniti è di 19/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).



Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

■ I RAPPORTI CON L'ITALIA

Il valore delle importazioni di beni negli Stati Uniti nel 2021 ha costituito il 14% del PIL, un valore alto. **L'Italia è attualmente un partner commerciale importante per gli Stati Uniti:** nel 2021 le importazioni dall'Italia costituivano il 2,1% di tutte le importazioni complessive, con un valore di circa \$58,1 miliardi (Comtrade, 2021). Dalla prospettiva italiana, gli Stati Uniti nel 2021 si classificano nei primi 20 partner commerciali per valore dell'export, posizionandosi al terzo posto (OEC, 2021).

■ BARRIERE COMMERCIALI/ FINANZIARIE

Gli Stati Uniti hanno un dazio medio sulle importazioni mediamente basso, pari all'1,3%. Non esiste un Free Trade Agreement bilaterale fra UE e USA, ma **entrambe le economie sono parte del WTO**, e hanno il più grande rapporto bilaterale di commercio ed investimento al mondo. Sul territorio statunitense sono presenti numerose camere di commercio italiane.

Gli Stati Uniti hanno ottenuto punteggi alti in due indici dedicati rispettivamente alla dimensione commerciale e alla libertà

finanziaria: il Trade Freedom Index (Heritage, 2021), che misura la quantità e l'entità delle barriere commerciali di un paese, sia tariffarie che non tariffarie, e il Financial Freedom Index (Heritage, 2021), che è invece dedicato a valutare l'efficienza e l'indipendenza dell'infrastruttura bancaria di un paese. **Nel Trade e Financial Freedom Index gli Stati Uniti hanno rispettivamente ottenuto punteggi di 84/100 e 80/100.** Il settore finanziario è considerato uno dei più sviluppati e competitivi al mondo.



Consulta la guida Doganale sugli Stati Uniti elaborata da SACE in collaborazione con Easyfrontier

SCARICALA GRATIS



Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

■ CULTURA

Prendendo in considerazione gli indici Dow (2015) che misurano le differenze politiche, culturali e religiose fra i paesi del mondo, è possibile notare come, rispetto all'Italia, **gli Stati Uniti sono caratterizzati da una bassa distanza politica** (0,14/10 - va considerato che i paesi occidentali politicamente più simili all'Italia hanno tutti score inferiori allo 0,30), da una **bassa distanza religiosa** (1,75/10) e da una **distanza linguistica molto alta: 9,58/10**. Un altro importante indicatore da considerare per valutare le differenze in varie dimensioni culturali e sociali fra paesi è il **Culture Compass elaborato da Hofstede**. Questo strumento misura le differenze fra paesi considerando aspetti legati a dinamiche sociali, quali: la misura in cui i

membri meno potenti delle istituzioni e delle organizzazioni all'interno di un paese si aspettano e accettano che il potere sia distribuito in modo ineguale, il grado di interdipendenza che emerge dai membri di una società, o la misura in cui i membri di una cultura si sentono minacciati da situazioni ambigue o sconosciute e hanno creato credenze e istituzioni che cercano di evitarle. **Da una media delle differenze in queste dimensioni fra Italia e Stati Uniti si ottiene un punteggio di 15,50/100**: un valore abbastanza alto, specie se comparato a quello di paesi culturalmente più affini all'Italia, come i paesi europei (ad esempio, la media delle distanze in queste dimensioni fra Italia e Germania è pari a 9,25/100).



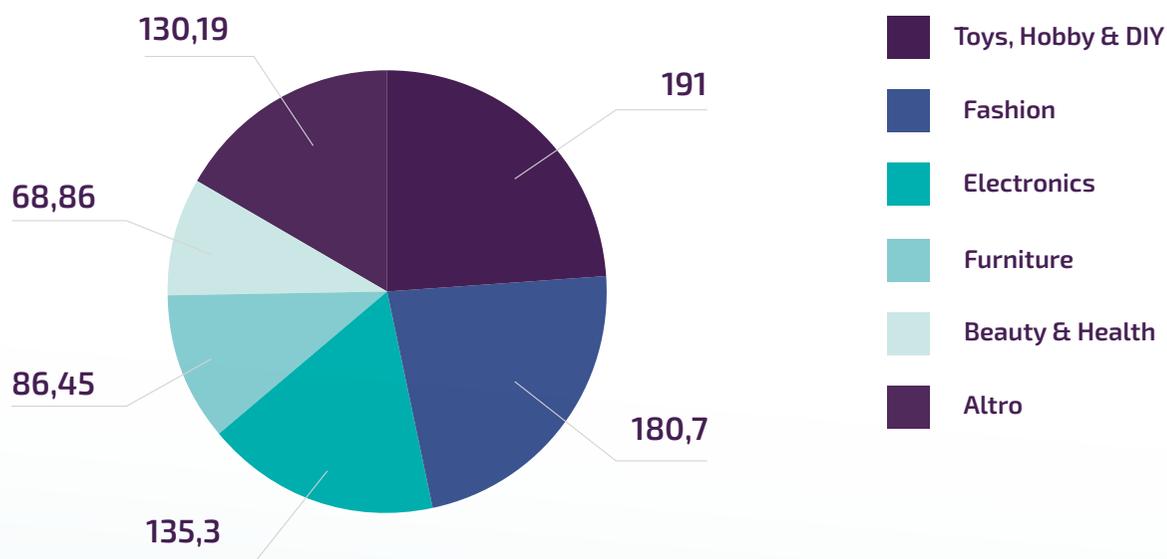


Ecommerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

STATI UNITI: B2C E-COMMERCE MARKET SIZE (2021)

Fonte: Statista, valori in miliardi di dollari



Nel 2021, il valore del fatturato dell'intero mercato e-commerce B2C negli Stati Uniti era di \$792,50 miliardi (Statista, 2021), e nel periodo 2021-2025 è prevista una crescita ad un tasso annuo medio del 14,4%, un valore abbastanza alto.

I principali settori dell'e-commerce B2C negli Stati Uniti (Statista, 2021) sono: **Toys, hobby & DIY** (\$191 miliardi), **Fashion** (\$180,70 miliardi) ed **Electronics** (\$135,30 miliardi). Negli Stati Uniti sono al momento attivi diversi importanti canali di vendita online, tutti fondati nel paese stesso e spesso con una grande diffusione internazionale.

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

■ I PRINCIPALI CANALI DI VENDITA ONLINE NEGLI STATI UNITI, PER VENDITE E-COMMERCE NEL 2021

Fonte: Statista, 2021

Company	2021 e-commerce sales (USD, billions)	Settore	Fondato negli Stati Uniti	Facilità nel reperimento di info operative per diventare venditore (ove possibile)
Amazon	263,83	Multisetoriale	Si	Alta
Walmart	67,39	Multisetoriale	Si	Alta
eBay	40,47	Multisetoriale	Si	Alta
Apple	35,3	Consumer Electronics	Si	\
Home Depot	21,42	Multisetoriale	Si	Alta
Target	18,64	Multisetoriale	Si	Alta

La tabella sopra mostra i principali 6 e-commerce negli Stati Uniti, classificati per fatturato generato nel paese nel 2021. Al primo posto con \$263,83 miliardi di vendite si trova **Amazon**, che detiene di gran lunga la quota di mercato maggiore dell'e-commerce statunitense. Segue **Walmart** (\$67,39 miliardi), una multinazionale del settore molto popolare negli Stati Uniti e diffusa anche in Canada, Messico e Giappone. **eBay** (\$40,47 miliardi) si colloca al terzo posto. Seguono **Apple** (\$35,3 miliardi) e **Home Depot** (\$21,42 miliardi), una grande multinazionale del settore furniture e DIY. **Target** (\$18,64 miliardi) è un altro importante retailer che opera in territorio statunitense. Per quanto riguarda il mondo B2B, le vendite effettuate attraverso canali e-commerce nel 2021 si attestavano a un valore di US\$ 1.700 miliardi (Statista,2021), con una proiezione di crescita nel 2025 a US\$ 2.550 miliardi, stimando quindi un tasso di crescita molto alto (+47%).

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

■ INFRASTRUTTURE

Il primo indicatore da segnalare è il **Logistic Performance Index della World Bank (2018)**, un indice che misura diversi aspetti della rete logistica di un dato paese, come la qualità e la competenza dei servizi logistici, l'efficienza delle dogane, o il livello di tracciabilità delle spedizioni. **Gli Stati Uniti hanno ottenuto uno score di 3,89/5, un punteggio alto.**

Se si considerano le infrastrutture abilitanti alla navigazione Internet, un importante indicatore da considerare è il numero di server internet con protocolli di sicurezza elevati (certificati TLS/SSL) per milione di abitanti, sviluppato dalla World Bank (2020). Gli Stati Uniti hanno ottenuto uno score di **140.808 server sicuri per milione di abitanti**, un valore elevato che testimonia la qualità della rete internet nel paese.

L'ultimo importante aspetto da considerare riguardo alle infrastrutture è relativo all'efficienza e qualità delle attività di import/export. Per valutare questo aspetto

Logistic Performance Index

World Bank (2018)

3,89 /5

Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index

World Bank (2018)

92 /100

va considerata la componente **Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index**. (World Bank,2020). Si tratta di una componente di un indice complesso, volta a valutare costi e tempi relativi ad attività di import e di export per un dato paese. **Gli Stati Uniti hanno ottenuto uno score di 92/100: un punteggio molto alto.**

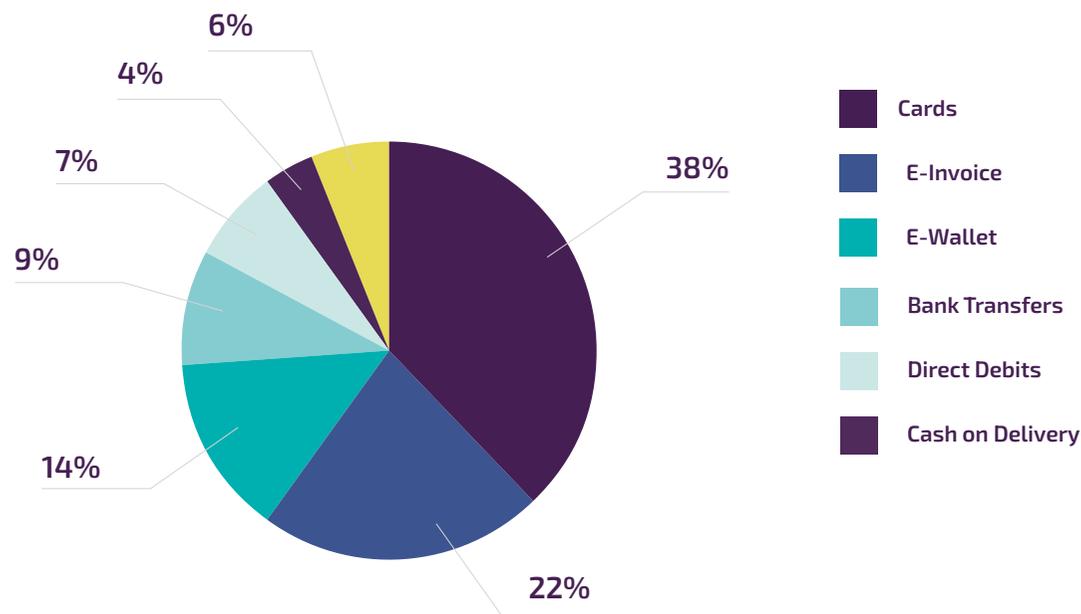
Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

■ TECNOLOGIA E CONSUMATORI

La popolazione degli Stati Uniti pare altamente digitalizzata: il 92% di essa ha accesso a Internet. Il tasso di penetrazione degli smartphones in Stati Uniti nel 2021 era del 90% (Statista,2021), un valore molto alto. Gli utenti dei canali di vendita e-commerce negli Stati Uniti nel 2021 si attestavano complessivamente a circa 264 milioni di individui, un dato in aumento (+22%) rispetto al 2017, anno in cui erano circa 215 milioni. I ricavi medi e-commerce B2c per utente in Stati Uniti nel 2021 sono stati di \$3.000 (Statista, 2021).

Riguardo ai metodi di pagamento più utilizzati, il seguente grafico mostra le diverse preferenze dei consumatori negli Stati Uniti e si riferisce alla quota dei metodi di pagamento sul volume totale della merce lorda, relativamente all'e-commerce B2C nel 2021 (Statista, 2021).



Dal grafico emerge che le forme di pagamento più diffuse sono: le **carte di credito**, gli **e-wallet** e gli **addebiti diretti**.

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



■ PANORAMICA SUGLI UTENTI

Riguardo alla divisione per fasce di età degli utenti e-commerce negli Stati Uniti:

- il 15,8% degli utenti e-commerce si colloca nella fascia 18-24 anni
- il 24,6% nella fascia 25-34
- il 22,1% nella fascia 35-44
- il 19,6% nella fascia 45-54
- il 17,9% nella fascia 55-64

Si ha quindi una distribuzione abbastanza omogenea per fasce di età. Le fasce di reddito sono equamente rappresentate nei consumatori e-commerce negli Stati Uniti:

- il 32,1% di essi è riconducibile ad un reddito basso
- il 32,4% ad un reddito medio
- il 35,5% ad un reddito alto

(Statista, 2021)

Da queste informazioni emerge una situazione da cui si evince come il sistema di infrastrutture a supporto dell'e-commerce, e più in generale dell'accesso a Internet sia ad un ottimo livello. **La pratica di acquistare online sembra essere equamente diffusa fra tutte le fasce di età e reddito, anche nelle fasce di età più anziane.**

■ TREND E RIFERIMENTI

Relativamente ai trend tecnologici in atto nel paese, va segnalata la **National AI Initiative**, un' iniziativa atta a guidare il mondo nello sviluppo e nell'uso di sistemi di IA affidabili nei settori pubblico e privato e a preparare la forza lavoro statunitense attuale e futura all'integrazione dei sistemi di intelligenza artificiale in tutti i settori dell'economia e della società, oltre che a coordinare le attività in corso sull'IA in tutte le agenzie federali, per garantire che ognuna informi il lavoro delle altre.

Un'altra importante iniziativa è il progetto **CNAS U.S. National Technology Strategy** svilupperà il quadro intellettuale per una strategia tecnologica nazionale per gli Stati Uniti che possa servire da tabella di marcia per un'innovazione e una leadership tecnologica americana di successo e a lungo termine. Il progetto si concentra sul modo in cui il governo dovrebbe stabilire una politica tecnologica su questioni chiave, come l'accelerazione dell'innovazione americana, la mitigazione dei rischi per i vantaggi degli Stati Uniti e la lotta contro le strategie tecnologiche dei concorrenti.

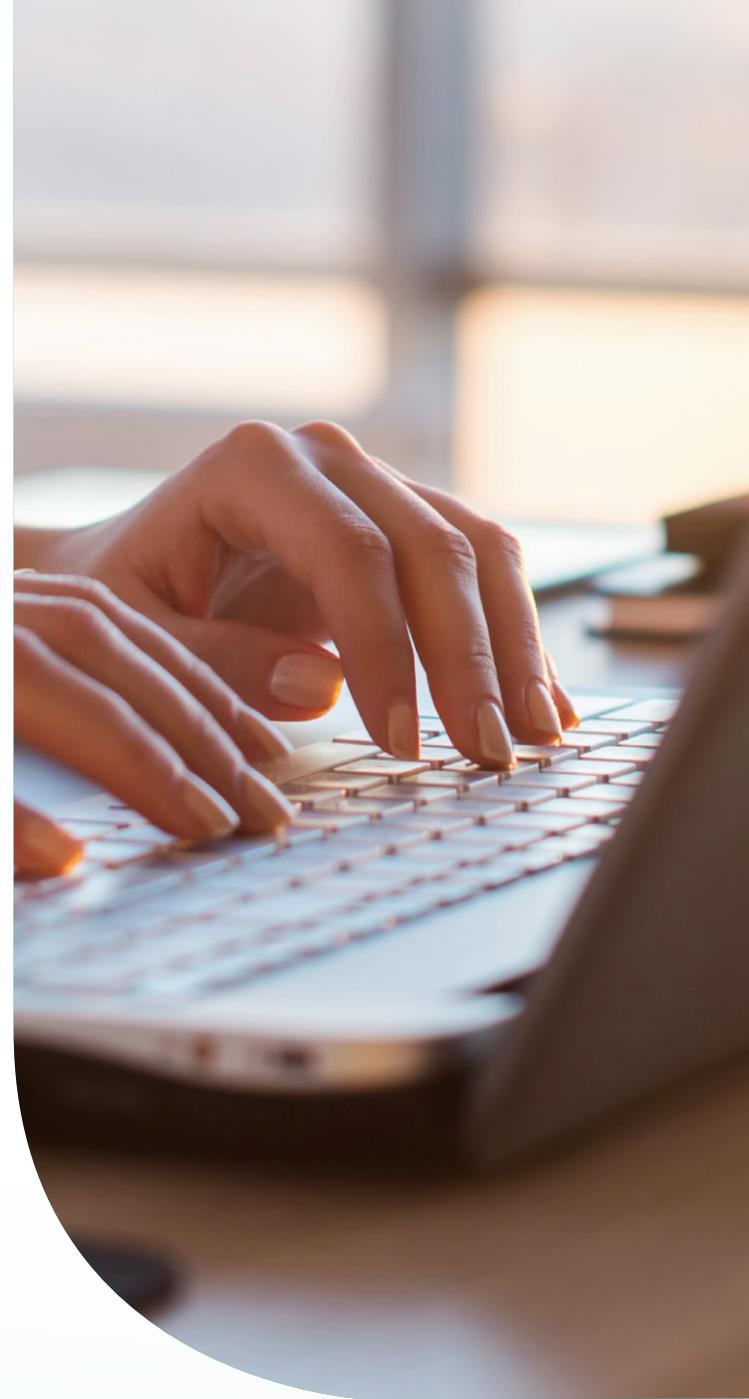
Va inoltre considerato il ruolo nell'innovazione delle multinazionali tech statunitensi, quali **Google, Apple** o **Nvidia**. Questa tipologia di aziende ha da sempre ricercato una continua innovazione tecnologica, i trend più recenti riguardano ad esempio **AI, Quantum Computing, IoT**.

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

Per quanto riguarda i trend del settore B2B statunitense, circa il 44% delle imprese B2B prevede di investire in modo significativo in piattaforme e-commerce, adottando nuovi canali di vendita digitali. Sempre il 44% prevede di investire in miglioramenti delle proprie infrastrutture tecnologiche. Il 38% prevede, invece, di investire in nuove funzionalità del proprio sito e-commerce (Statista,2022).

Secondo uno studio condotto da Alibaba su un campione rappresentativo delle Pmi statunitensi, la percentuale di imprese B2B che adotta almeno un canale di vendita digitale è passata dal 39% nel 2019 al 52% nel 2021 (Statista,2021), un forte miglioramento che testimonia la digitalizzazione che sta avvenendo nel settore B2B. Il 56% delle imprese rispondenti ha inoltre dichiarato che la principale priorità della propria attività fosse quella di aumentare le proprie vendite effettuate attraverso canali digitali.





SACE

SCOPRI DI PIÙ SU

WWW.SACE.IT