

Il mercato americano e le sue opportunità, il caso Seac: esempio ligure che conquista gli USA

di **Redazione**

14 Novembre 2013 - 12:26



San Colombano. L'America, che potrebbe offrire opportunità molto concrete alle imprese italiane, attanagliate da un mercato domestico asfittico e con poche speranze di ripresa, risulta essere un Paese ancor 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 “Esportare e Vendere negli Stati Uniti” 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”.

SEAC, azienda ligure con sede a San Colombano, che si occupa di attrezzatura per la subacquea, è il caso riportato in Esportare e vendere negli Stati Uniti come una delle prime imprese italiane che ha scelto di guardare al mercato statunitense. ExportUSA ha aiutato Seac, un'azienda tra le top 5 nel mercato europeo, ad affacciarsi agli Stati Uniti

costituendo la filiale americana e supportandola con il proprio polo logistico per eseguire efficacemente tutte le fasi di vendita e distribuzione. A soli pochi mesi dall'entrata negli USA, Seac ha ottenuto ottimi risultati e assiste a una crescita costante delle sue vendite, unitamente al continuo aumento e fidelizzazione della clientela.

Gli Stati Uniti, quindi, offrono opportunità che le aziende italiane non possono più permetterci di non cogliere. "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.