

Come sviluppare con successo il mercato USA utilizzando anche la leva logistica

Un entusiasmante viaggio insieme



**CONFINDUSTRIA
VENETO EST**

Area Metropolitana
Venezia Padova Rovigo Treviso



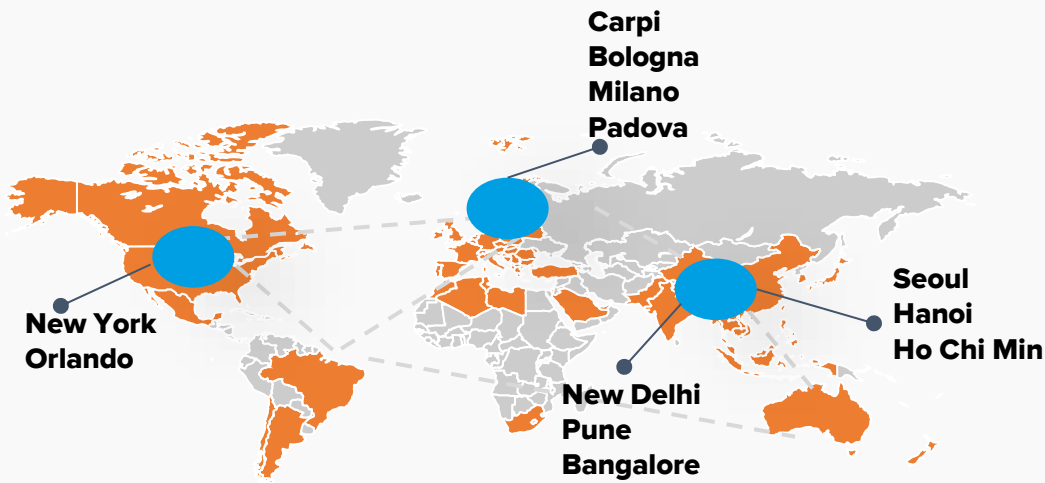
**BONFIGLIOLI
CONSULTING**



OCTAGONA
A BONFIGLIOLI CONSULTING COMPANY

Chi siamo

Octagona, International Business Unit di Bonfiglioli Consulting



12 Sedi



+100 Professionisti



Rete di collaboratori locali

In un mondo basato sulle relazioni, **creare partnership solide** è la chiave per fare la differenza.

Nel 2024, **Octagona** diventa la **Business Unit Internazionale di Bonfiglioli Consulting**, offrendo un **unico punto di contatto** per supportare le aziende nel **potenziare la loro crescita globale**, espandere i mercati e ottimizzare le performance internazionali.

Operational Excellence

Raggiungere livelli eccellenti di efficacia ed efficienza dei processi operativi

International Business

Strategia di ingresso nel mercato, Business Development, formazione della struttura societaria

Digital

Trasformare i processi e qualificare le decisioni

Value Generation

Definire e indirizzare il percorso di trasformazione

Organization & Training

Attivare il cambiamento nell'organizzazione

Supply Chain Management

Coordinare e migliorare l'approvvigionamento

Bonfiglioli Consulting USA

La Nostra Struttura



Siamo presenti **negli Stati Uniti dal 2010**.
Ad oggi contiamo due sedi, una a **New York** e una ad **Orlando**.

I **servizi** che offriamo sono:

- **Consulenza sulle strategie di entrata nel mercato**
- **Sviluppo commerciale**
- **Consulenza societaria, fiscale e amministrativa**
- Consulenza **legale** (tramite studi associati)
- **Magazzino** e supporto logistico
- **Supply Chain**
- Miglioramento organizzativo e **operation excellence**



Perché investire negli USA?

Il Mercato Statunitense

Mercato ampio, stabile e diversificato

Gli USA mantengono una solida economia e un sistema giuridico stabile; il mercato è caratterizzato da una popolazione numerosa con un elevato potere d'acquisto; inoltre i numerosi accordi di libero scambio con altri paesi amplificano ulteriormente le opportunità di business

Accesso a tecnologie avanzate

Gli Stati Uniti sono un leader globale nell'innovazione tecnologica. L'ingresso nel mercato americano consente alle aziende italiane di sfruttare tecnologie avanzate e migliorare i propri processi produttivi e operativi.

Opportunità' di networking e collaborazione

Gli Stati Uniti sono il cuore pulsante di molte industrie globali e un centro per eventi, fiere e conferenze internazionali. Le aziende italiane possono connettersi con altre realtà globali e instaurare **partnership strategiche**.

Risorse naturali e materie prime

Gli USA dispongono di **abbondanti risorse naturali**, tra cui petrolio e gas naturale.

Mercato libero in crescita

La legislazione e la cultura imprenditoriale degli Stati Uniti favoriscono la libera iniziativa e la concorrenza, creando un ambiente ideale per l'avvio e la crescita di nuove imprese.

Incentivi a investimenti stranieri

Gli investimenti diretti esteri (**FDI**) sono da sempre favoriti e le **aziende straniere** godono degli **stessi benefici** riservati a quelle statunitensi.

Infrastrutture tecnologiche

Le infrastrutture sono altamente sviluppate e caratterizzate da un elevato grado di intermodalità, facilitando il trasporto e la logistica a livello nazionale e internazionale.



Perché Investire negli USA

Le Opportunità per le Aziende Italiane 1/2

Oltre al forte apprezzamento verso il Made in Italy, lo sapevi che...

1°

Gli USA sono il primo partner commerciale dell'Italia fuori dall'Europa

3°

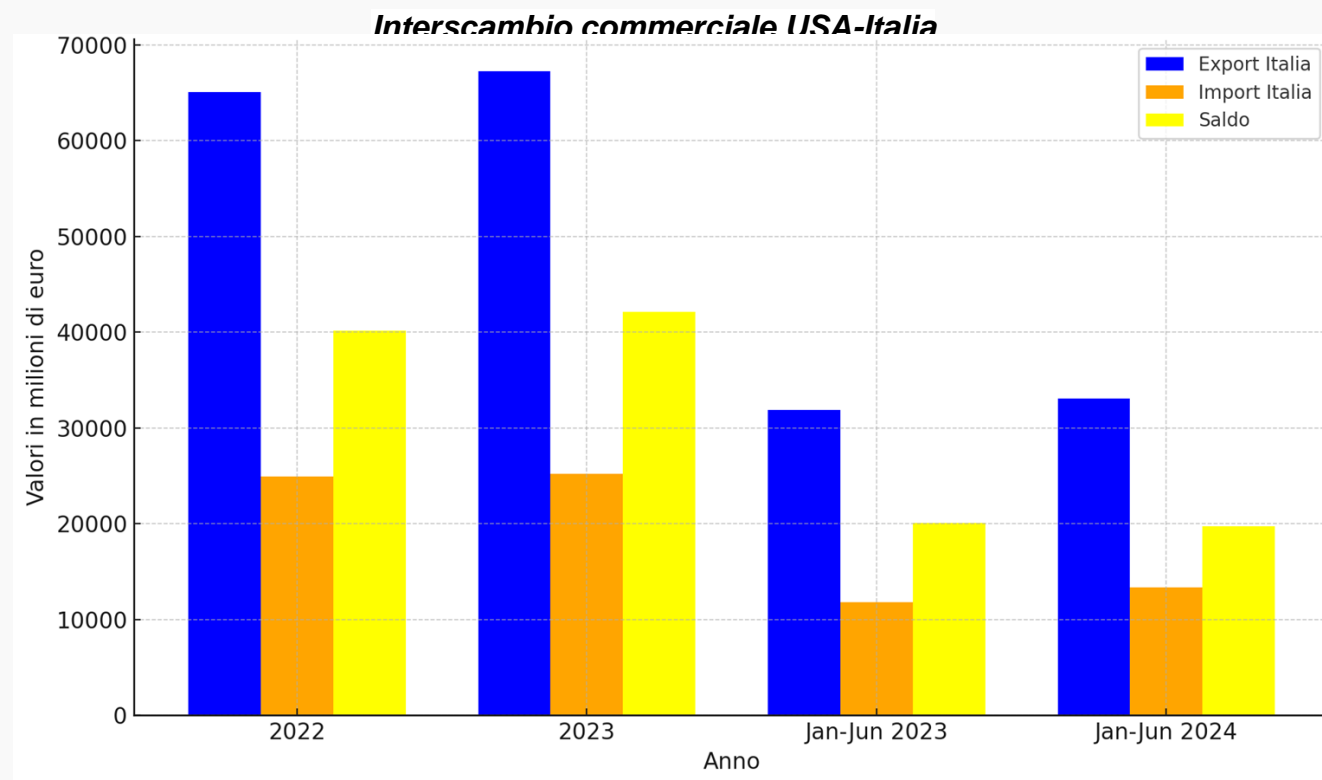
Gli USA sono il terzo mercato di destinazione dell'export italiano

7°

Gli USA sono il settimo paese fornitore dell'Italia

17°

L'Italia rappresenta il diciassettesimo mercato di destinazione dell'export del Paese USA



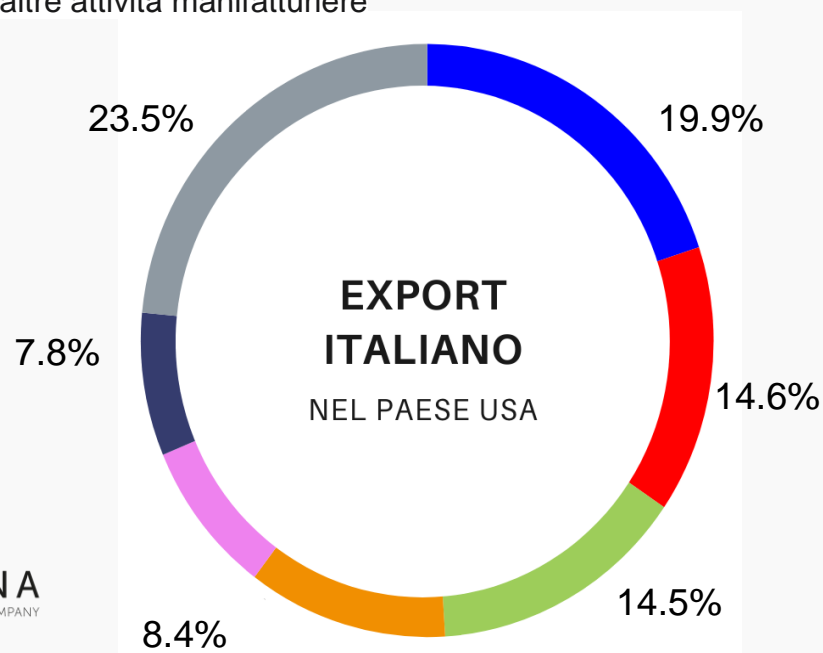
*valori in milioni di €
aggiornati al 7 ottobre 2024

Perché Investire negli USA

Le Opportunità per le Aziende Italiane 2/2

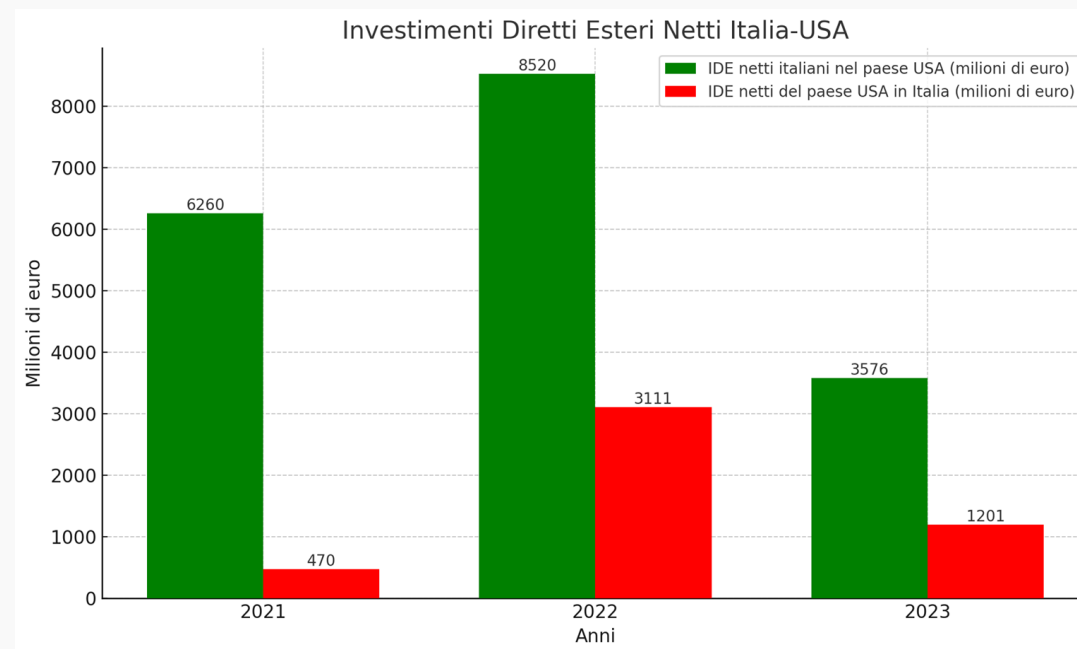
Settori italiani che esportano maggiormente negli USA

- Macchinari e apparecchi n.c.a
- Mezzi di trasporto
- Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici
- Prodotti alimentari, bevande e tabacco
- Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori
- Prodotti delle altre attività manifatturiere
- Altro



Investimenti diretti

- IDE netti italiani nel paese USA (milioni di €)
- IDE netti del paese USA in Italia (milioni di €)



Come fare business negli USA

Strategie di Successo

- ❖ Definire una strategia chiara
 - ❖ Comprendere le dinamiche del mercato locale
 - ❖ Adattare la strategia di marketing
 - ❖ Creare una presenza legale e operativa
 - ❖ Creare un team qualificato
 - ❖ Offrire supporto post-vendita eccellente
 - ❖ Essere pronti ad affrontare le differenze culturali
 - ❖ Pianificare nel lungo termine
- Fare business negli USA richiede resilienza e perseveranza. Un investimento di tempo, risorse e una pianificazione accurata sono essenziali per massimizzare i risultati e superare le sfide.

Entrare nel mercato americano è un'opportunità che, con la giusta preparazione, può portare a una crescita significativa e a un posizionamento competitivo globale.



Ingresso nel Mercato Statunitense

Strategie di Successo



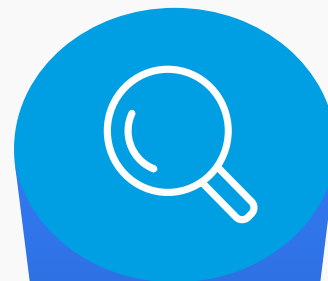
1. Comprendere le potenzialità del mercato

Valutare il mercato in termini di competitività svolgendo una **ricerca di mercato** dettagliata.



3. Attivare un presidio logistico

Ricercare un magazzino gestito da **team local esperto** nell'ambito della logistica.



2. Avviare lo sviluppo commerciale



Figura in loco che tramite le proprie conoscenze e competenze **gestisce** lo **sviluppo commerciale**.

4. Crescere la struttura

Costruzione del business plan, costituzione societaria, affitto locale e assunzione personale.

Ingresso nel Mercato Statunitense

Pillar 1 | Comprensione delle Potenzialità del Mercato

Il primo passo da compiere è **valutare il mercato in termini di competitività** svolgendo una ricerca di mercato dettagliata tramite il supporto di esperti in loco e l'utilizzo di database tecnologici.

In questa prima fase è **fondamentale determinare:**

- **Dimensione del mercato** e identificazione della catena del valore
- **Competitor e operatori** del settore presenti (con relativa quota di mercato)
- **Potenziali clienti** e reti distributive
- **Pricing** di riferimento
- **Possibili tariffe doganali** applicate al prodotto importato dall'Italia
- **Eventuali registrazioni di prodotto** e certificazioni da ottenere
- **Eventuali adattamenti al packaging** di prodotto



3. Potential Customers

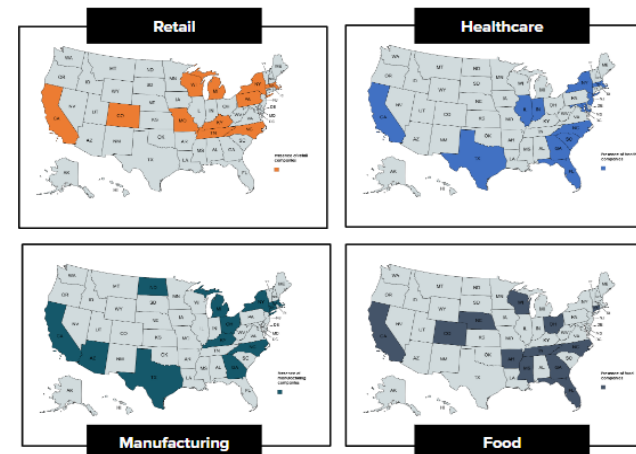
Presence of potential customers

We identified a sample of 20 target customers for each of the target industries of this study. All of them are companies with:

- **headquarters in the United States**
- **1,001 to 5,000 employees** (as registered by LinkedIn)
- **a high headcount growth** within the last year

We have prioritized **fast-growing middle-size company** as they may provide better opportunities for a product like Checker.

Note: in the map we just show the sample of 20 companies. For example, New York has a great presence of food companies.

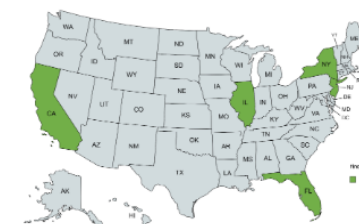


10. Best location

Results of the analysis

Here is the final ranking. The final result is very similar for every sector so we decided to show the result obtained taking into account all the sectors:

- in the first position we have **California** (which was an expected result because its digital environment), but we **discourage** to go there because it is **expensive** and because of the **different time zones** between California and Italy.
- in the second position we find **Illinois**. Also in this case, we invite you to **avoid** to set-up your company there because it is **farer away in comparison to the East Coast** and it is **characterized by high taxes**.
- in the third position we have the State of **New York**. In this case, it represents a **good option** for Mitric. Another **alternative** could be **New Jersey** (which is characterized by **lower costs** in comparison to New York);
- As you requested we analyzed deeply **Florida**, but as you can see it is a **low position** in comparison to the ranking.



Position	State	Result
1	California	182
2	Illinois	89
3	New York	87
14	Florida	22

Ingresso nel Mercato Statunitense

Pillar 2 | Sviluppo Commerciale

Terminata la fase di ricerca, è fondamentale dotarsi di un **figura in loco** che tramite le proprie conoscenze e competenze, **gestisce lo sviluppo commerciale** sul mercato di riferimento.

Tale figura **si occupa di:**

- **identificare** i migliori **canali di vendita**
- **ricercare nuovi clienti**
- **costruire reti** commerciali
- trasferire le **strategie di marketing** in loco
- **dialogare con l'azienda** e interpretare le richieste del mercato
- **presenziare i principali eventi** in Nord America



Ingresso nel Mercato Statunitense

Pillar 3 | Attivazione di un Presidio Logistico

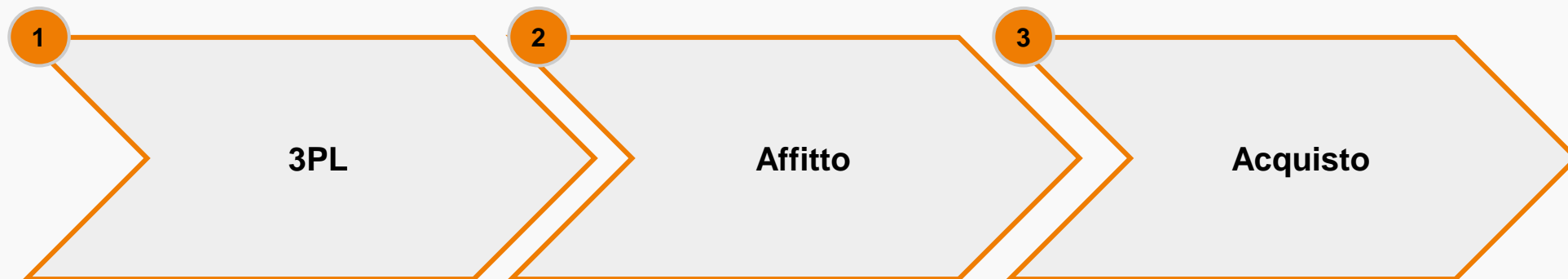
Parallelamente allo sviluppo commerciale, **si attiva il presidio logistico:**

- **Gestione in conto deposito**, evitando la necessità di costituire una società locale
- Ricerca di una **location strategica** per ottimizzare le spedizioni dall'Italia
- Selezione di un **magazzino ben collegato** a livello nazionale ed internazionale
- Affidamento a un **team locale esperto**, per garantire efficienza e controllo
- **Operatività gestita localmente** con un team esperto, garantendo maggiore efficienza e reattività sul territorio
- **Rendicontazione periodica** e puntuale per monitorare le attività e le performance



Ingresso nel Mercato Statunitense

Pillar 3 | Attivazione di un Presidio Logistico



La logistica di terze parti (3PL) offre un servizio completo che include la ricezione delle spedizioni, la gestione e il monitoraggio delle scorte, oltre alla preparazione e spedizione degli ordini ai clienti finali. La maggior parte dei magazzini 3PL serve più aziende contemporaneamente.

Il principale vantaggio di questa soluzione è un **servizio clienti di alto livello** e **prezzi competitivi**, senza un investimento elevato.

L'affitto di un magazzino da parte di una società italiana, per reclutare il personale e gestire completamente le merci, è possibile ma è estremamente consigliato costituire una società in loco.

Il vantaggio principale è il **pieno controllo operativo**, ma richiede un **investimento significativamente più elevato** rispetto alle soluzioni di logistica di terze parti.

Questo rappresenta l'investimento più elevato per l'azienda, poiché, a differenza del semplice affitto, implica anche l'acquisto di un magazzino, il possesso di immobili e la gestione della relativa manutenzione.

Una scelta consigliabile **quando si è raggiunta una solida penetrazione del mercato**, garantendo maggiore stabilità e controllo delle operazioni a lungo termine.

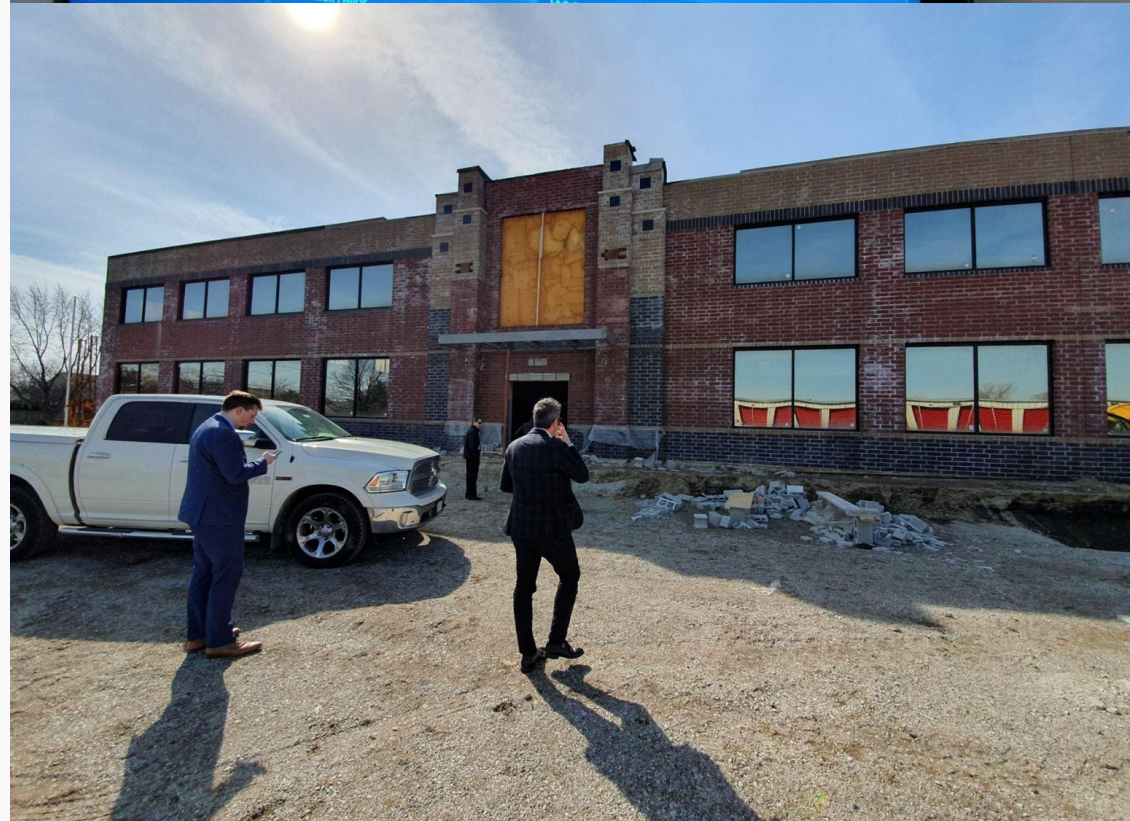
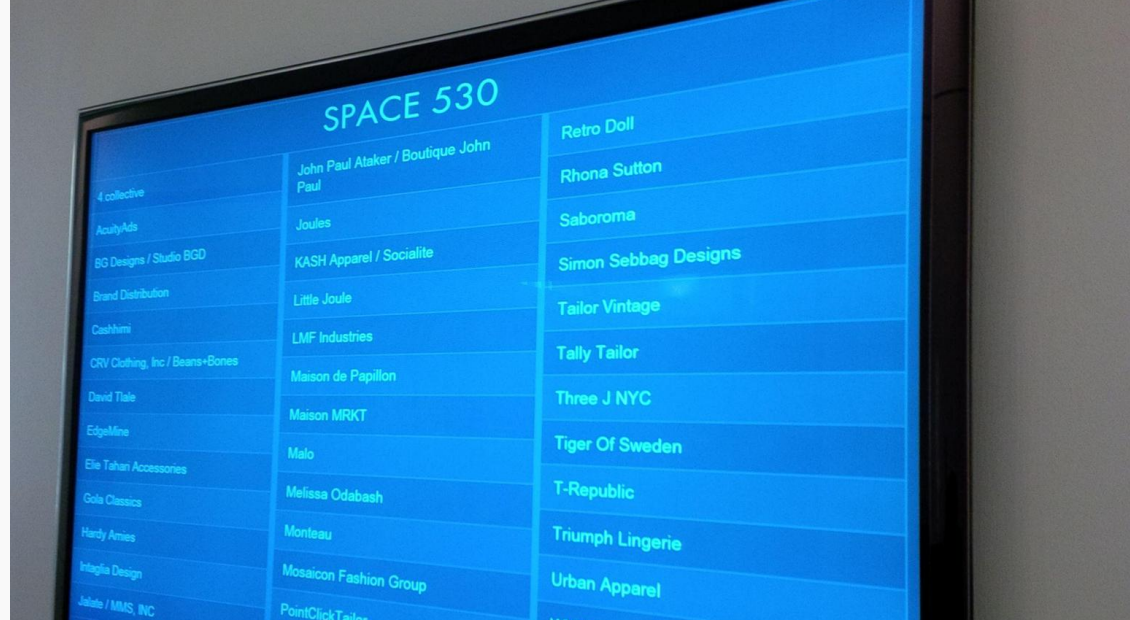
Più aumenta la penetrazione del mercato, maggiore è il rischio che l'impresa può assumersi

Ingresso nel Mercato Statunitense

Pillar 4 | Crescere la Struttura

Quando la piattaforma commerciale sarà avviata e produrrà i primi risultati, sarà possibile lanciare l'ultimo **Pillar**, che prevede la **scale-up** della struttura:

- ❖ Elaborazione di un **Business Plan** e un **Cash Flow** a tre anni
- ❖ **Costituzione societaria** con focus su obiettivi commerciali e logistici, o
- ❖ **Costituzione societaria** con focus su attività di assemblaggio in loco o produzione
- ❖ Affitto di **locali commerciali** (anche in co-share) o **spazi industriali**
- ❖ Assunzione di **risorse locali specializzate** per sostenere la crescita. Gli USA presentano tariffe e salari significativamente più elevati rispetto all'Italia. Per questo motivo, una **pianificazione accurata dell' organico** è cruciale per garantire sostenibilità e successo a lungo termine.



La metodologia Octagona

Perché Utilizzare questo approccio

Questo percorso consente di ottenere risultati concreti già nei primi 1-2 anni di attività.

Alcuni dei principali vantaggi includono:

- ❖ **Investimenti iniziali contenuti e sotto controllo**, garantendo un soft landing
- ❖ **Contatto diretto e costante con il mercato** per una comprensione approfondita
- ❖ La possibilità di essere percepiti come un **player attivo sul territorio USA**
- ❖ **Gestione locale del livello di servizio**, per un approccio più efficace e personalizzato
- ❖ La possibilità di **pianificare la costituzione della società controllata** senza obblighi immediati
- ❖ Accesso a **finanziamenti agevolati** attraverso pacchetti regionali o il supporto di SIMEST



“Stop Wishing, Start Doing”

OCTAGONA è pronta a supportare le aziende nella realizzazione dei loro obiettivi.

Contattaci ai seguenti recapiti e ti forniremo tutti i dettagli operativi per intraprendere insieme questo percorso di successo.



Costantino Ferrandino
Senior Consultant Octagona



Telefono:

+39 340 062 6738



Email:

c.ferrandino@octagona.com

Federica Chiarello
COO BC /Octagona USA



Telefono:

+1 (646) 799- 4640



Email:

fchiarello@bonfiglioliconsulting.com

WIDEN YOUR HORIZON

octagona@octagona.com



www.octagona.com



+39 059 9770184



OCTAGONA

A BONFIGLIOLI CONSULTING COMPANY