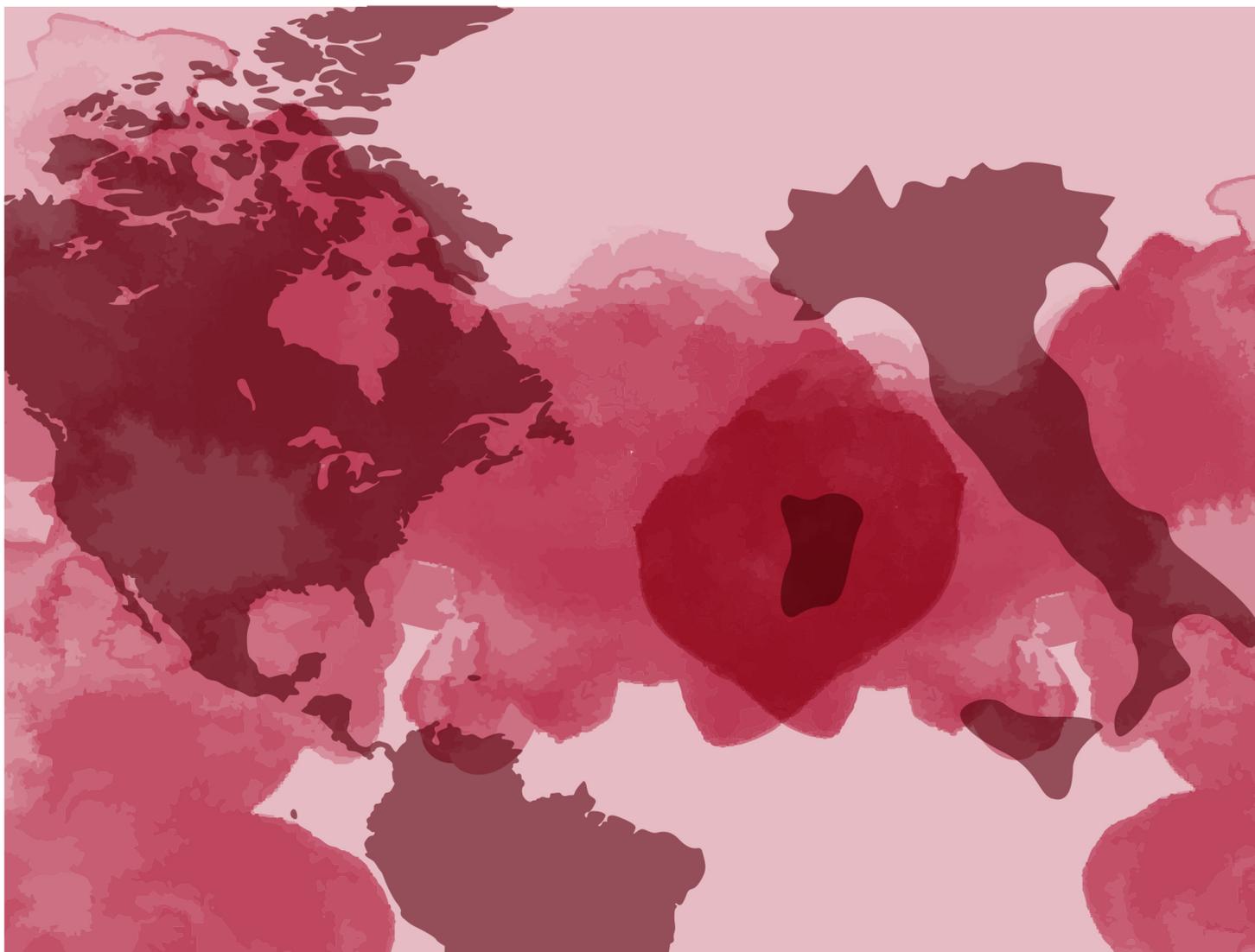


RETERURALE
NAZIONALE
20142020



ESPORTARE VINO NEGLI STATI UNITI

APRILE 2018



La scheda “prodotto/paese” si inquadra nella attività dell’Ismea per la Rete Rurale Nazionale previste nel programma 2014-20, con particolare riferimento all’“internazionalizzazione” delle aziende agricole e agroalimentari. In particolare, la scheda intende fornire un contributo di conoscenza dotando gli operatori di uno strumento concreto di valutazione delle opportunità e delle condizioni tecnico-operative necessarie a esportare.

Il lavoro, realizzato dall’Ismea col supporto di Si.Camera, contiene informazioni inerenti il posizionamento competitivo dei concorrenti, le caratteristiche del mercato, dazi, documenti doganali, normativa sanitaria, etichettatura, ecc. Nello specifico dei dati sulle vendite del vino negli USA, l’approfondimento è stato realizzato dall’ISMEA con il contributo di Confcooperative - Ufficio per le Politiche di Internazionalizzazione e Mercati.

Data la complessità degli argomenti trattati, si ritiene opportuno segnalare che le informazioni contenute in questa scheda sono tratte da fonti ritenute attendibili e aggiornate al 2018. Tuttavia, essendo soggette a possibili modifiche e integrazioni periodiche da parte degli organismi di riferimento, si precisa che le stesse non hanno carattere di ufficialità, bensì valore meramente orientativo. Pertanto, il loro utilizzo nello svolgimento dell’attività professionale richiede una puntuale verifica presso le autorità e gli organismi istituzionalmente competenti nelle materie di riferimento. Per gli aspetti tecnico/contabili è preferibile consultare lo spedizioniere.

La presente scheda è stata pubblicata sul sito www.reterurale.it in formato pdf dove è possibile accedere ai siti di riferimento tramite i link riportati nel documento.

SOMMARIO

- Dati paese
- Il mercato mondiale del vino
- Le importazioni USA dall'Italia
- Le vendite del vino negli USA
- Accordi internazionali sul commercio
- Porto di entrata
- Normativa USA
- Grado di apertura del mercato
- Documenti doganali
- Documenti di trasporto
- Dazi & Imposte
- Etichettatura
- Imballaggio
- Spedizione temporanea
- Contatti utili

DATI PAESE

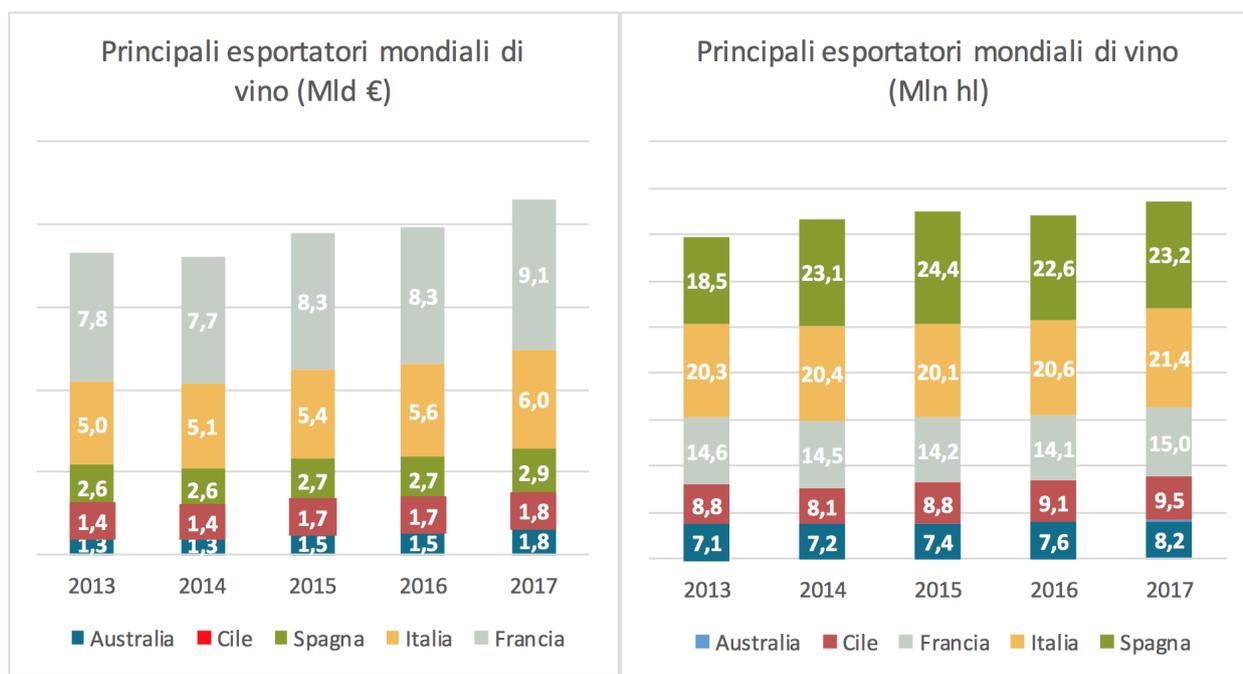


Capitale:	Washington D.C.
Città principali:	New York, Los Angeles, Chicago, San Francisco
Superficie (km²):	9.831,5
Popolazione:	313,13 milioni (Banca Mondiale 2016)
PIL:	18.968,71 miliardi \$ (Banca Mondiale 2016)
PIL/pro-capite:	58.700 \$ (Banca Mondiale 2016)
Settori economici:	Agricoltura (mais, soia, carne bovina, cotone), industrie (fabbricazione di macchine elettriche ed elettroniche, prodotti chimici, macchine industriali, agroalimentare, automobile), servizi
Religione:	Protestanti 52%, Cattolici 24%
Lingue ufficiali:	Inglese
Moneta:	Dollaro, USD

IL MERCATO MONDIALE DEL VINO

Nel 2017 gli scambi internazionali di vino hanno toccato i 108 milioni di ettolitri per un contro valore superiore a 30 miliardi di euro; negli ultimi cinque anni si è registrato un aumento del 7,4% delle quantità, con un riscontro più che proporzionale in valore del 18,8%.

Nella graduatoria mondiale dei paesi esportatori l'Italia si posiziona al secondo posto sia a valore sia a volume preceduta nel primo caso dalla Francia e nel secondo dalla Spagna.



Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

Passando ad analizzare i Paesi acquirenti di vino si osserva che gli USA sono il primo importatore di vino in valore con 5,2 miliardi di euro nel 2017 ed il terzo in termini di volumi con oltre 12 milioni di ettolitri.

Principali paesi importatori a valore e quota di mercato dei relativi fornitori

	Principali paesi importatori	Import 2017 (mln euro)	Posizione e quota % dei principali paesi fornitori				
			I	II	III	IV	V
1°	USA	5.234	Francia (31,5%)	Italia (31,4%)	N. Zelanda (7,2%)	Australia (6,9%)	Spagna (6,1%)
2°	Regno Unito	3.467	Francia (29,0%)	Italia (20,7%)	Australia (8,4%)	Spagna (8,0%)	N. Zelanda (7,5%)
3°	Germania	2.506	Italia (34,8%)	Francia (27,0%)	Spagna (15,3%)	Sudafrica (3,3%)	Austria (3,%)
4°	Cina	2.465	Francia (39,5%)	Australia (26,0%)	Cile (11,8%)	Spagna (6,9%)	Italia (5,8%)
5°	Canada	1.668	Francia (21,5%)	Italia (21,1%)	USA (21,0%)	Australia (8,9%)	Spagna (6,2%)

Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

LE IMPORTAZIONI USA DALL'ITALIA

In termini di valore l'Italia e la Francia si configurano attualmente quasi a pari merito come i primi due fornitori del mercato statunitense. Il fatturato, per la verità, è sempre stato più basso di quello italiano ma, con particolare riferimento all'ultimo quinquennio, il vino transalpino ha mostrato una crescita più sostenuta rispetto a quello italiano, passando da una quota del 27% del totale speso dagli USA per importazioni nel 2013, fino a superare il 31% proprio nel 2017 con 1,65 miliardi di euro. L'ultimo anno in esame è stato, quindi, quello del sorpasso della Francia sull'Italia, ferma a 1,64 miliardi di euro (comunque in netta crescita rispetto a 1,2 miliardi del 2013). L'Italia, peraltro, conferma la sua leadership in termini di fornitura in volume.

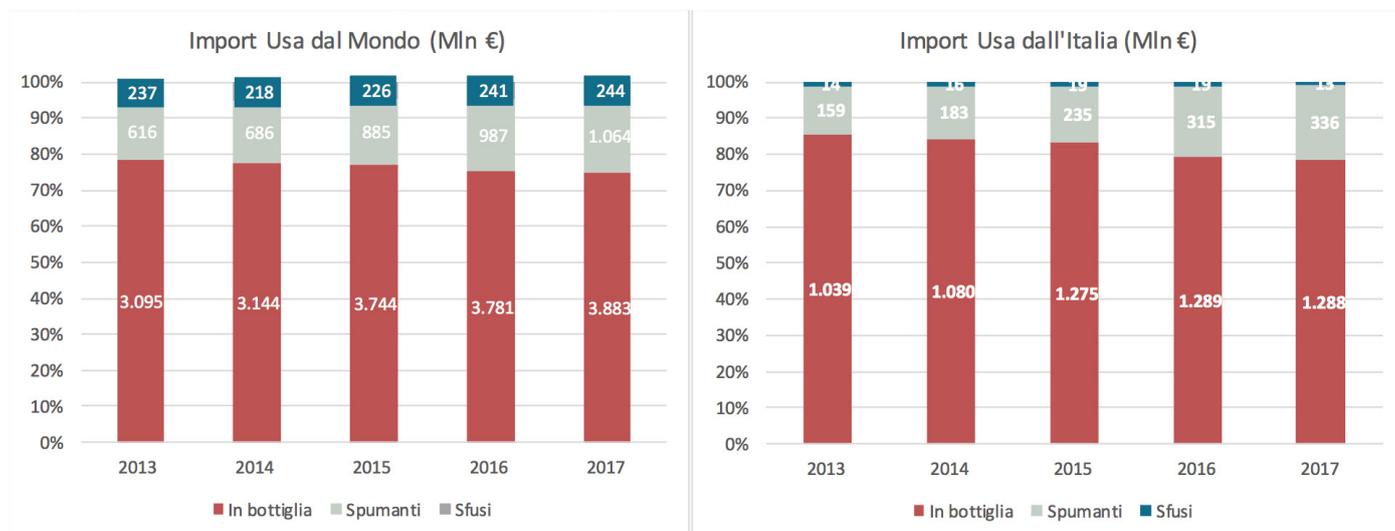
La domanda complessiva USA è aumentata significativamente negli ultimi cinque anni, crescendo in valore di oltre il 30% e la fornitura dall'Italia è cresciuta con tassi analoghi.

Entrando nel dettaglio della domanda statunitense di vini importati si evidenzia come il 74% della spesa complessiva per vini stranieri sia rappresentato dai vini in bottiglia (esclusi gli spumanti), quota che sale al 78% nel caso delle importazioni dall'Italia.

Significativo è anche il livello degli spumanti che rappresentano il 20% dell'import sia complessivo sia dall'Italia. Parallelamente al più generalizzato trend mondiale, anche la domanda statunitense di vino è apparsa particolarmente vivace e più dinamica rispetto al resto del settore. Negli ultimi cinque

anni la spesa USA per spumanti importati è salita complessivamente del 70%, mentre quella relativa al prodotto proveniente dall'Italia è più che raddoppiata, sull'onda del "fenomeno" Prosecco.

Composizione merceologica delle importazioni USA

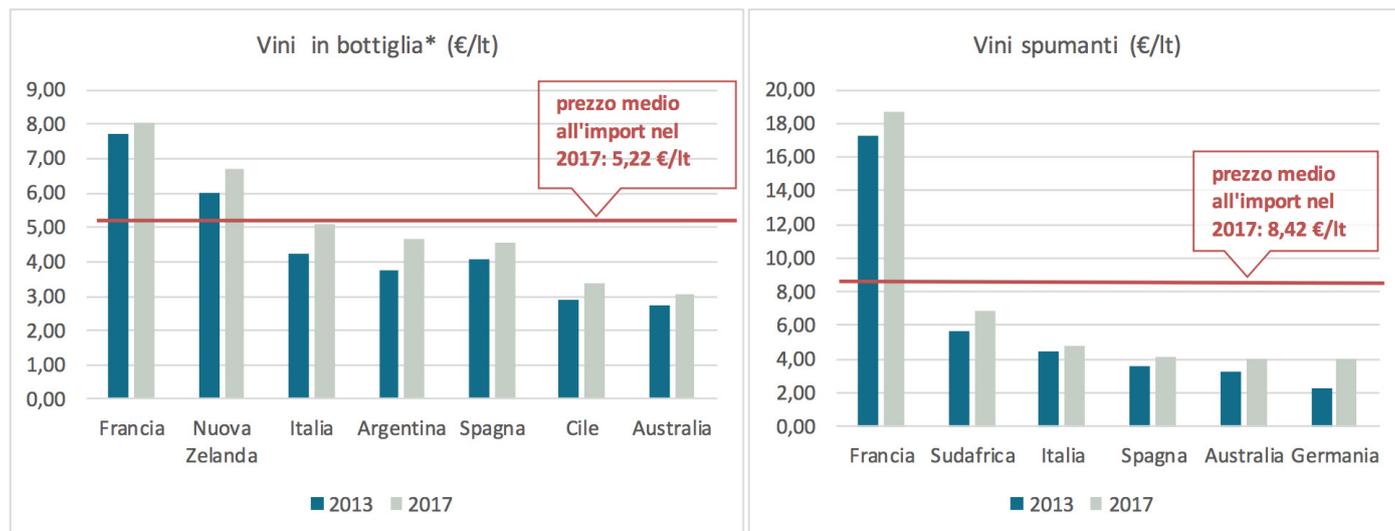


Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

Se la quota di mercato è pressoché simile, ben diverso è il posizionamento di prezzo del vino in bottiglia italiano rispetto a quello francese.

È tuttavia da notare che nell'ultimo quinquennio, in un trend generale di crescita del valore medio del vino importato dagli USA, il gap tra valore medio del vino francese e quello italiano si è leggermente ridotto da 3,50 €/litro nel 2013 a 2,97 €/litro nel 2017. Il posizionamento di prezzo del vino italiano risulta peggiore anche rispetto alla Nuova Zelanda che da sempre ha puntato su vini di qualità e su fasce di prezzo medio-alte.

I prezzi medi all'import degli USA



*Fermi e frizzanti

Fonte: elaborazione ISMEA su dati IHS-GTA

LE VENDITE DI VINO NEGLI USA

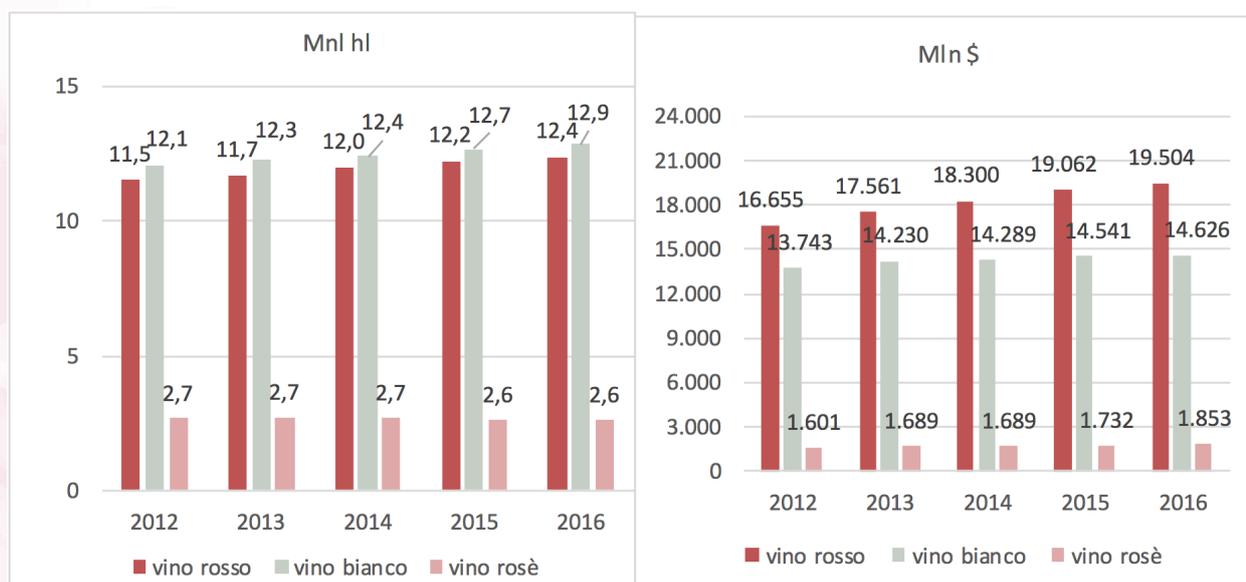
Secondo dati dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV), gli USA si posizionano al primo posto nella graduatoria dei Paesi consumatori di vino con circa 32 milioni di ettolitri, lasciandosi alle spalle la Francia. Analizzando il mercato interno statunitense, sulla base dei dati Euromonitor elaborati da Confcooperative si possono evidenziare delle tendenze molto interessanti che aiutano a leggere i nuovi fenomeni di consumo nel più grande mercato mondiale.

Con specifico riferimento ai **vini non spumanti** (che d'ora in avanti definiremo solo vini) nel periodo 2012-2016 (la disponibilità dei dati si ferma al 2016) i volumi di vendita complessivi del vino (rosso, bianco e rosé) sono passati da 26 milioni di ettolitri del 2012 a 28 milioni di ettolitri del 2016 (+6%). I vini bianchi guidano la graduatoria per volumi di vendita nel 2016 con 12,9 milioni di ettolitri (+6,4% rispetto al 2012) e precedono i vini rossi con 12,4 milioni di ettolitri (+7,5%) e i vini rosé, che detengono una quota minoritaria del mercato con 2,6 milioni di ettolitri venduti nel 2016 (-1,8%). È da sottolineare che al calo dei volumi di vini rosé è corrisposto un significativo aumento del valore delle vendite. Tale risultato è da imputare verosimilmente alle importazioni dalla Francia, dove questa tipologia di vino è molto apprezzata e può aver realizzato un significativo aumento dei prezzi all'export.

Anche sul fronte della spesa, si segnala un trend decisamente in crescita positivo delle vendite di vino. Nel complesso, tra il 2012 e il 2016, la crescita della spesa USA per vino si è attestata al +12,5%, in ragione sia dell'aumento dei consumi totali sia della crescita dei valori medi unitari all'import. Nel 2012 il valore delle vendite sfiorava i 32 miliardi di dollari, mentre nel 2016 ha raggiunto 35,9 miliardi di dollari. I rossi hanno registrato la crescita più elevata del valore delle vendite (+17,1% rispetto al 2012) e precedono i rosé (+15,8%) e i bianchi (+6,4%).

I rossi detengono la quota maggioritaria del valore delle vendite con il 54,2%, seguiti dai bianchi con il 40,6% e dai rosé con il restante 5,2%.

Le vendite dei vini negli USA

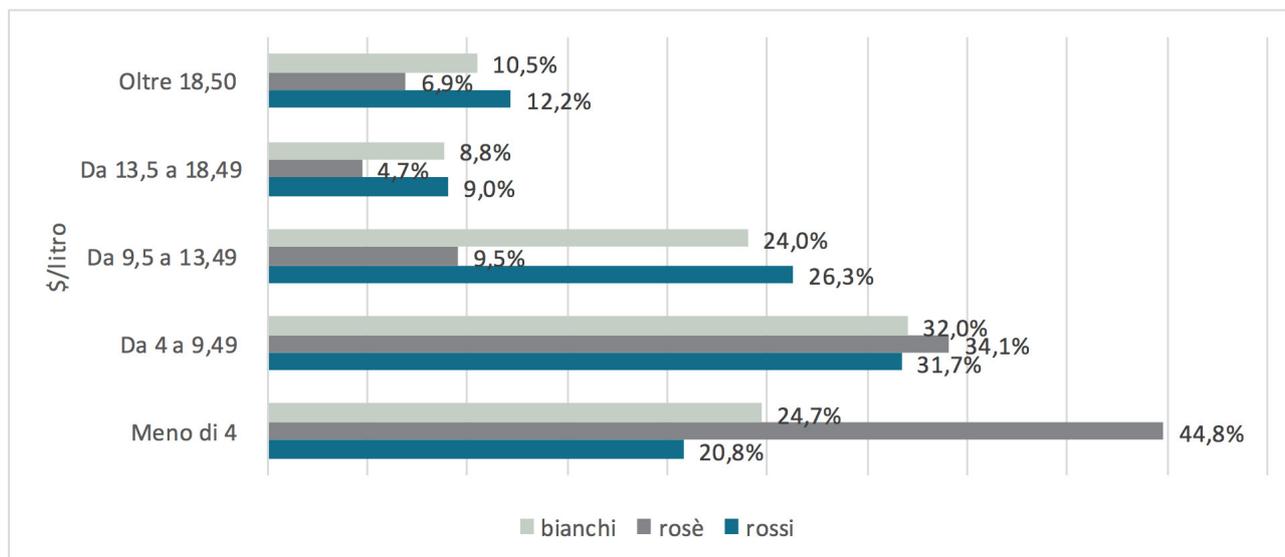


Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

Il mercato del vino è prevalentemente off-trade (**negozi specializzati, supermercati, ecc...**) sia per valore delle vendite sia, soprattutto, per volumi. Nel 2016 era riconducibile alla distribuzione off-trade oltre il 55% del valore delle vendite e l'84,3% dei volumi. Nell'ambito della distribuzione nei canali off-trade una quota rilevante, pari al 43%, fa riferimento agli esercizi specializzati, seguono i supermercati 25%, ipermercati 7%, discount 2%, altri esercizi (anche non alimentari) 21%, internet 2%.

Nel canale off-trade le vendite di vini rossi prevalgono tra le prime 3 fasce di prezzo fino a 13,49 \$/litro, mentre i vini rosè si posizionano in larga misura nella fase di prezzo più basso.

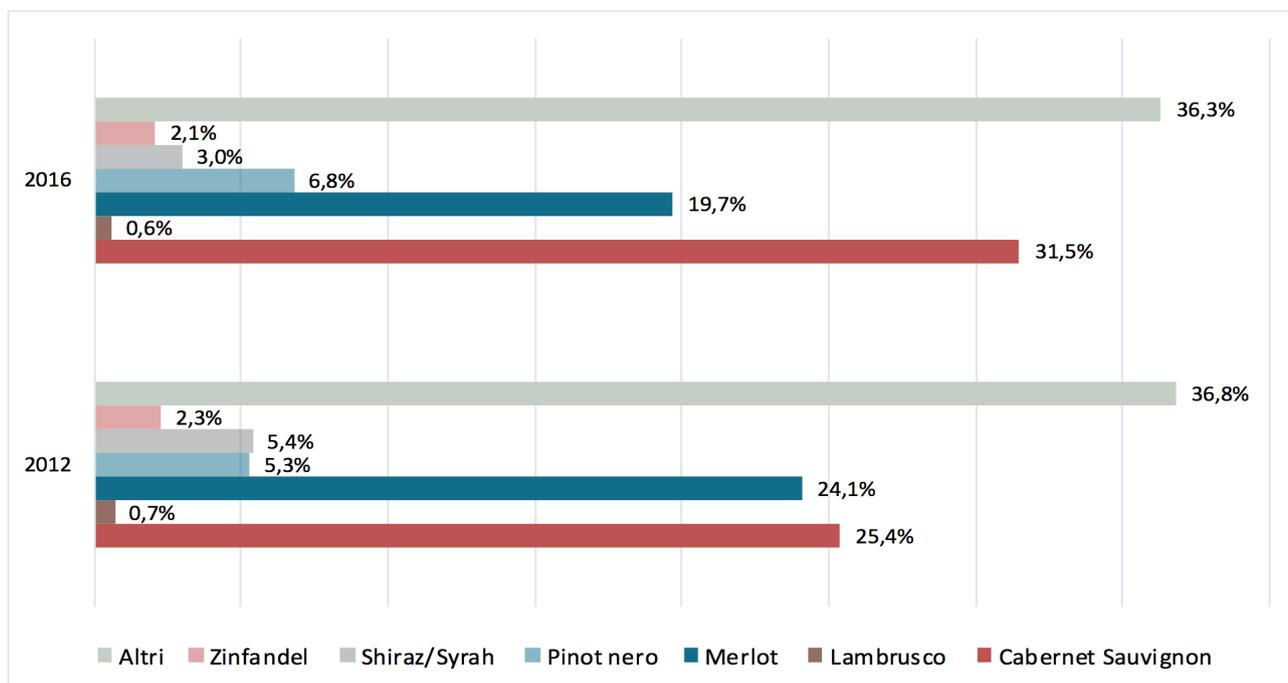
Ripartizione dei volumi di vendita off-trade 2016 dei vini negli USA per fascia di prezzo



Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

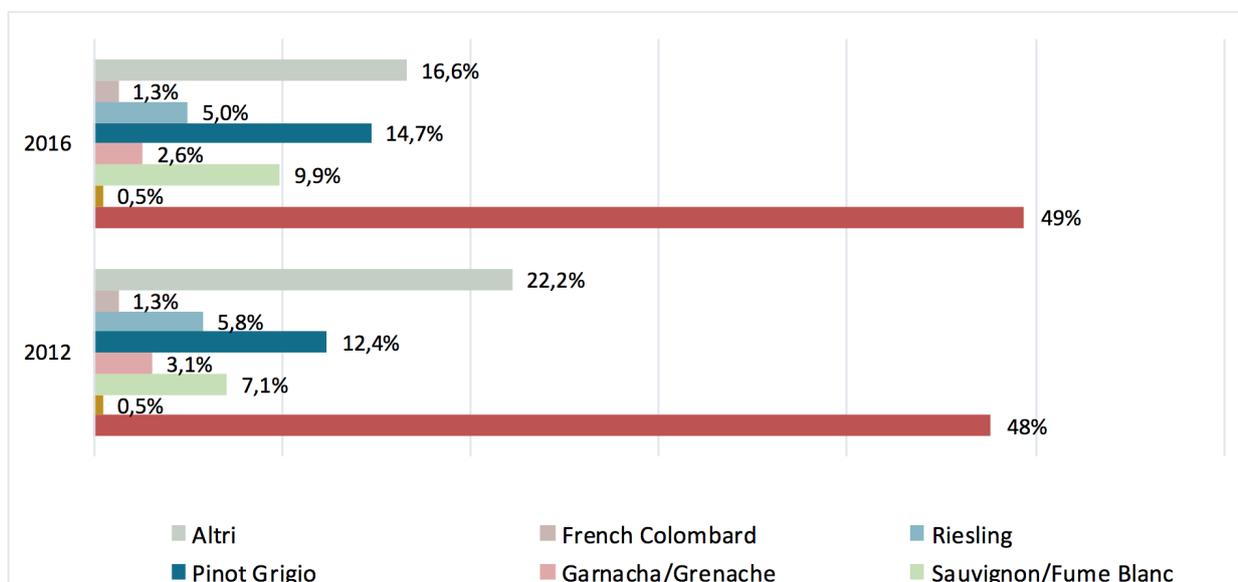
Il consumo è prevalentemente orientato ai vitigni internazionali. Il primo dei vini da vitigno autoctono è lo Zinfandel con una quota che non supera il 3%.

Vini rossi: ripartizione dei volumi di vendita off-trade negli Stati Uniti per varietà/tipologia



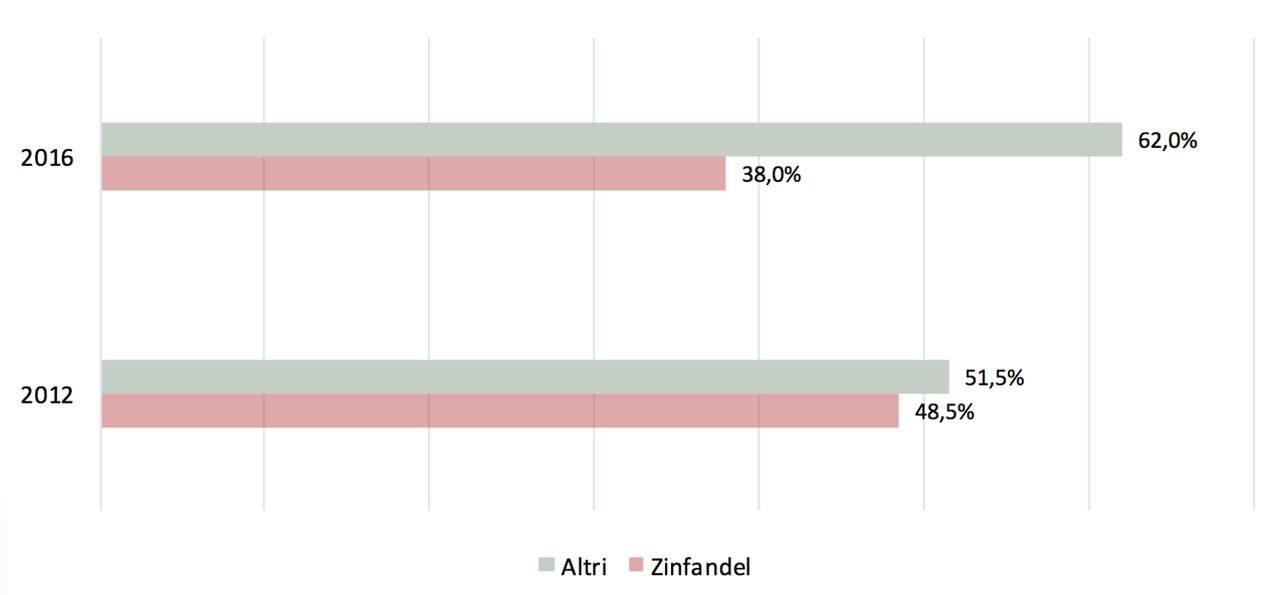
Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

Vini bianchi: ripartizione dei volumi di vendita off-trade negli USA per varietà/tipologia



Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

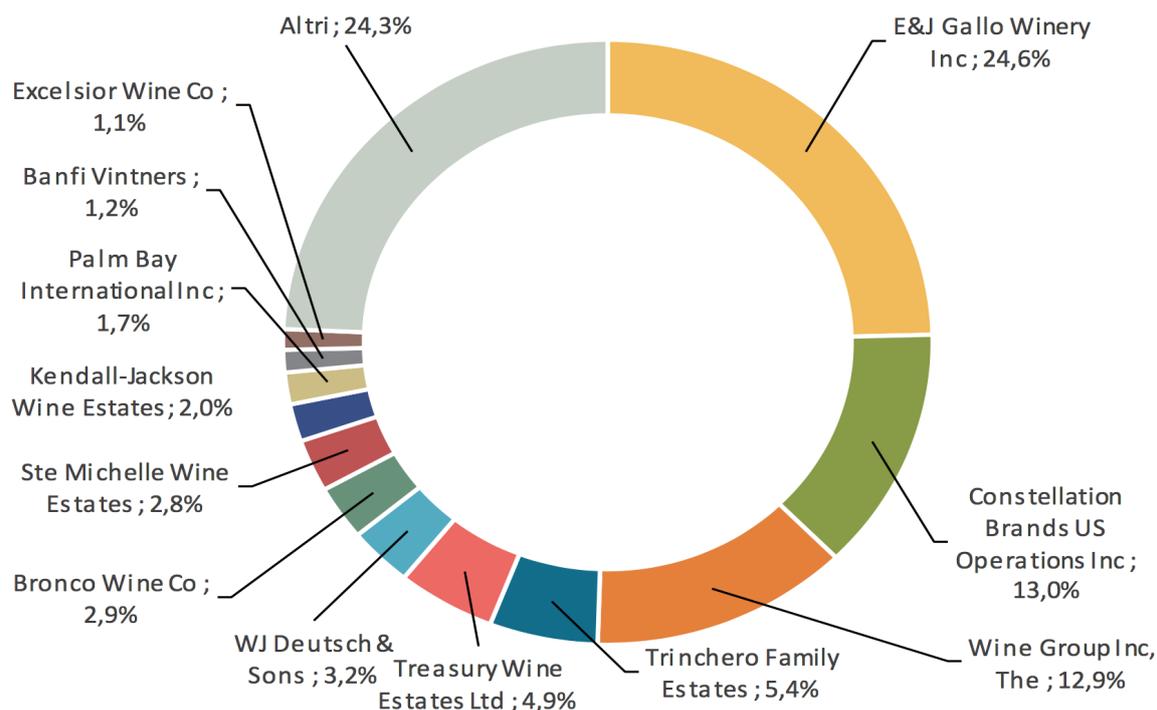
Vini rosé: ripartizione dei volumi di vendita off-trade negli Stati Uniti per varietà/tipologia



Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

Analizzando i dati rispetto alle quote del mercato USA per impresa/gruppo, si conferma, anche per il 2016, il primato di E&J Gallo winery, con il 24,6% dei volumi di vendita (era pari al 23,9% nel 2012), seguita da Constellation Brands US Operations con il 13% (era il 12,3% la quota di mercato nel 2012). Wine Group si attesta in terza posizione con il 12,9% (in flessione rispetto al 14,9% del 2012). Seguono via via tutte le altre.

Le quote di mercato del vino negli USA - per impresa/gruppo



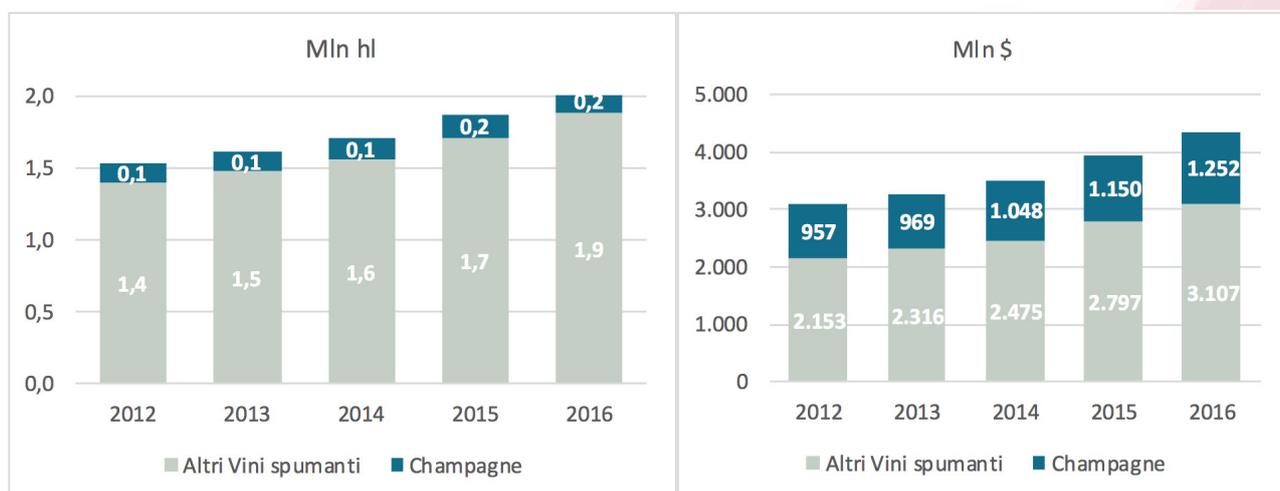
Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

Passando ad analizzare le vendite dei **vini spumanti** negli Usa, emerge come nel periodo 2012-2016 negli Stati Uniti si è registrata una crescita in termini di volume totale delle vendite (on-trade e off-trade) del 33,5%, passando da 1,5 a 2,05 milioni di ettolitri.

In particolare, lo Champagne è cresciuto del 24,1%, mentre gli altri vini spumanti del 34,3%.

Per quanto riguarda il valore delle vendite totali la categoria vini spumanti è cresciuta del 40%, passando da 3 miliardi di dollari nel 2012 a 4,4 miliardi di dollari nel 2016. Il segmento dello Champagne ha fatto segnare una crescita pari al +31%, mentre gli altri vini spumanti, segmento che contiene il Prosecco, è salito del +44%.

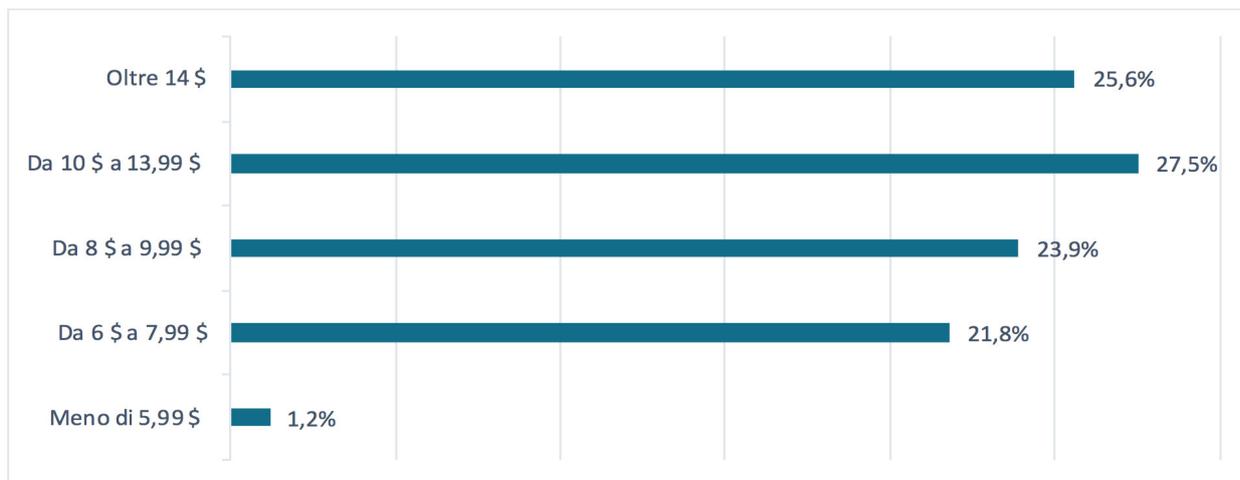
Le vendite dei vini spumanti negli USA



Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

Nel canale off-trade le vendite di vini spumanti si ripartiscono in maniera simile tra le 4 fasce di prezzo che vanno dagli 8 dollari a oltre i 14, mentre i vini con un prezzo inferiore ai 5,99 dollari occupano una quota marginale dell'1,2%.

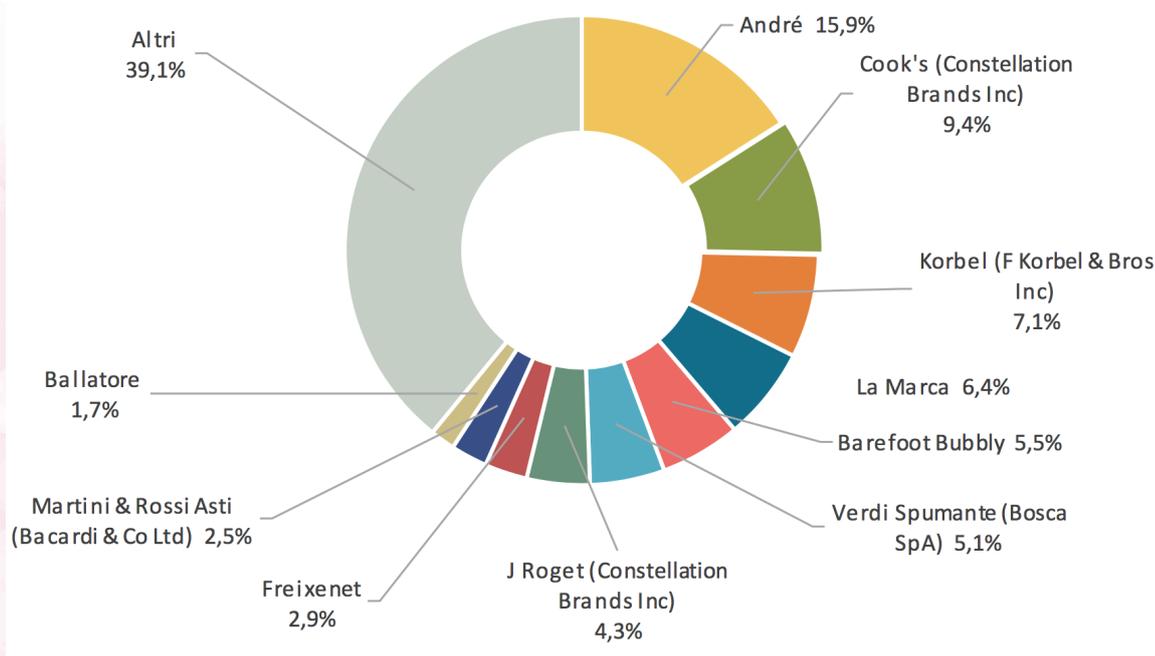
Ripartizione dei volumi di vendita off-trade nel 2016 dei vini spumanti negli USA per fascia di prezzo



Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

Nel segmento dei vini spumanti il Brand André di E&J Gallo è leader di mercato con il 15,9% delle quote. Seguono Cook's con il 9,4%, Korbel con il 7,1%, La Marca e Barefoot Bubbly, entrambi brand di E&J Gallo, con il 6,4% il primo e il 5,5% il secondo. Il brand Verdi Spumante occupa il 5,1%, seguito da J Roget con il 4,3%, Freixenet con il 2,9%, Martini & Rossi Asti con il 2,5% e Ballatore di E&J Gallo con l'1,7%. Una considerevole quota complessiva (39,1%) è detenuta da tutta una serie di altri brand che singolarmente rappresentano meno del 2%.

Le quote di mercato dei vini spumanti (esclusi gli champagne) negli USA - per impresa/gruppo



Elaborazioni: Ufficio Studi e Ricerche Fondosviluppo - Confcooperative su dati Euromonitor International

■ ACCORDI INTERNAZIONALI SUL COMMERCIO

Gli Stati Uniti hanno concluso numerosi [accordi di libero scambio](#) ([Australia \(AUFTA\)](#), [Bahrain \(BHFTA\)](#), [Repubblica Dominicana \(CAFTA-DR\)](#), [Cile \(CLFTA\)](#), [Colombia \(COTPA\)](#), [Israele \(ILFTA\)](#), [Giordania \(JOFTA\)](#), [Corea \(KORUS\)](#), [Marocco \(MAFTA\)](#), [Nord America \(NAFTA\)](#), [Oman \(OMFTA\)](#), [Panama \(PATPA\)](#), [Perù \(PETPA\)](#), [Singapore \(SGFTA\)](#)).

[Gli Stati Uniti sono membro del WTO dal 1° gennaio 1995](#)

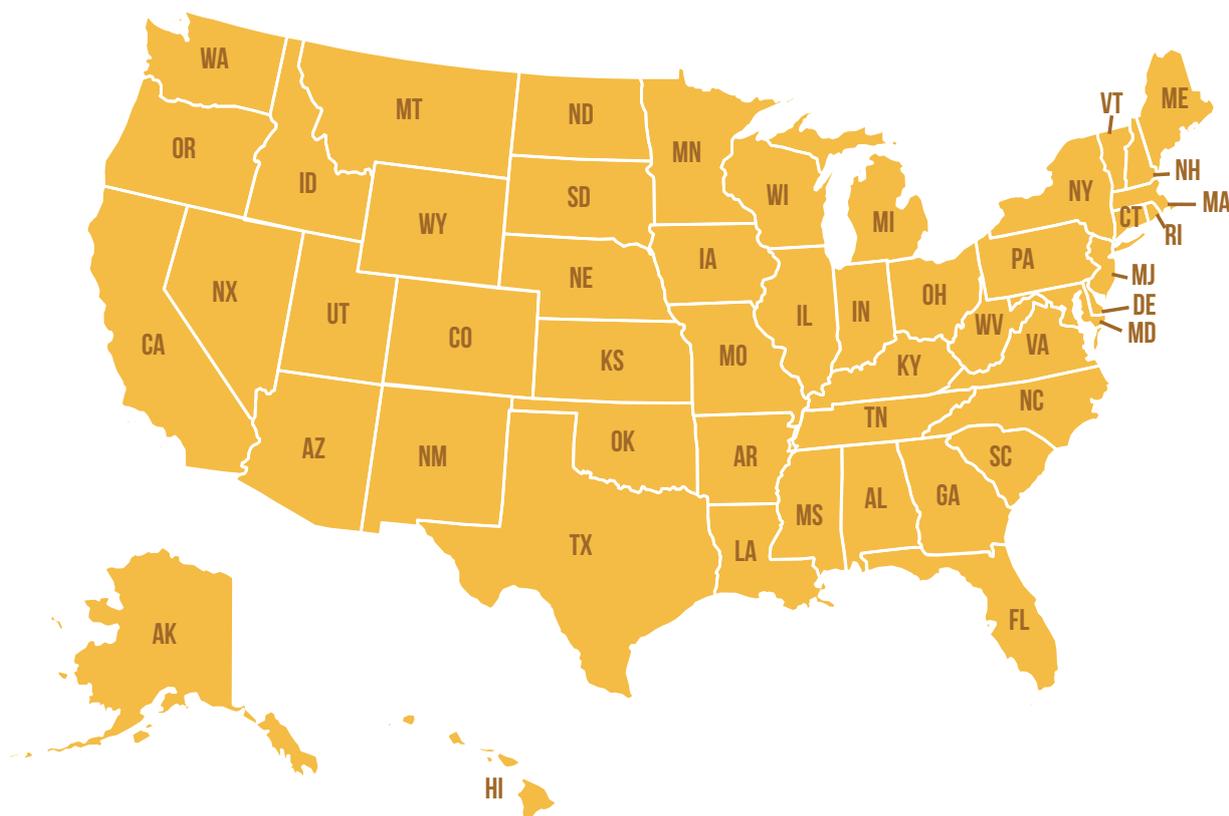
Dal 2008 è stata avviata la negoziazione di un accordo commerciale regionale Asia-Pacifico, conosciuto come [Trans-Pacific Partnership \(TPP\) Agreement](#), con l'obiettivo di migliorare il commercio nell'area America e Asia-Pacifico. Nel 2016 l'accordo è stato siglato da 12 Paesi, tuttavia nel 2017 il Presidente Trump ha comunicato il ritiro degli Stati Uniti.

La negoziazione di un accordo commerciale globale "[Transatlantic Trade and Investment Partnership \(TTIP\)](#)", tra Unione europea e Stati Uniti, è stata avviata a luglio 2013. Si tratta di un ampio accordo di libero scambio che riguarda beni, servizi, investimenti, proprietà intellettuale e appalti pubblici. L'eliminazione delle barriere non tariffarie sarà l'oggetto delle trattazioni in vista delle divergenze delle regolamentazioni tra i paesi partner.

Lo stato delle negoziazioni dell'accordo di libero scambio tra l'UE e gli Stati Uniti è consultabile sul sito della [Commissione europea – DG trade](#).

L'evoluzione delle relazioni politiche tra UE e Stati Uniti è consultabile sul sito [Azione esterna UE](#).

Porto di entrata



Le importazioni di vino sono regolamentate in generale da disposizioni federali, valide cioè sull'intero territorio statunitense. Tuttavia, a seconda degli Stati USA di importazione di vino, possono essere richiesti ulteriori prescrizioni doganali, esempio in Texas serve anche l'autorizzazione TABC (*Texas Alcoholic Beverage Commission*) (<https://www.tabc.state.tx.us/>)

Non esistono limitazioni o contingenti sull'ammontare di vino che può essere introdotto dall'estero. Il mercato interno è, tuttavia, soggetto alle regole vigenti nei singoli Stati USA e in 18 dei quali esistono forme di monopolio sulla commercializzazione al dettaglio dei prodotti alcolici.

Per i contatti dei singoli porti di entrata ed i loro codici consultare il sito:

<https://www.cbp.gov/contact/ports>

■ NORMATIVA USA

Il principale atto normativo statunitense in materia di prodotti alimentari è il [Federal Food, Drug and Cosmetic Act - FD&C Act](#) (21 United States Code—U.S.C. 321 to 394), del 1938, più volte emendato nel corso degli anni. Diversi Stati USA hanno leggi simili a quella federale e provvedono di volta in volta ad integrarle sulla base delle nuove disposizioni adottate dalla Food & Drug Administration (FDA), l'ente di controllo della commercializzazione dei prodotti alimentari.

La protezione dei consumatori ha portato all'introduzione di numerosi atti legislativi, tra cui la legge statunitense sulla sicurezza alimentare. Ai sensi di queste normative gli alimenti commercializzati devono essere tali da non nuocere alla salute e sicurezza dei consumatori e prodotti in condizioni igieniche appropriate.

Inoltre, la legge prevede che il confezionamento non contenga sostanze velenose o pericolose per la salute. Alcuni materiali, come la plastica o il vinile, possono essere considerati "additivi alimentari" e quindi essere soggetti a regolamentazione particolare.

La normativa sulla sicurezza alimentare è ulteriormente stata rafforzata, a partire dal 16 Settembre 2016, con l'obbligatorietà delle "[Final Rules](#)" previste dalla nuova legislazione statunitense sulla sicurezza alimentare, il cosiddetto "[Food Safety Modernization Act](#)" (FSMA) emanato dalla FDA, l'agenzia USA per gli alimenti.

Per commercializzare nel mercato statunitense prodotti alimentari trasformati, tutte le aziende registrate alla FDA dovranno adeguarsi alle novità legislative USA, sia nel caso esportino in USA, sia se già presenti con una propria sede o un proprio distributore sul suolo americano.

La "Final Rule" di interesse per i produttori è quella inerente i "Preventive Controls for Human Food". Si prevede che l'azienda adotti un sistema di procedure di controllo preventivo, basate sull'analisi dei rischi, meglio conosciuto come [H.A.R.P.C.](#) (Hazard Analysis and Risk Based Preventive Controls), che dovrà integrare il Piano [H.A.C.C.P.](#) sull'igiene alimentare (Hazard Analysis and Critical Control Points) già presente in azienda e che introduce tra i nuovi pericoli quelli radiologici e quelli causati intenzionalmente.

La normativa sul tema dell'importazione di prodotti alimentari negli USA è gestita e regolata da tre dipartimenti del Governo federale e dalle agenzie/bureau a essi collegati.

Department of Agriculture (USDA): <http://www.usda.gov>

Dipartimento responsabile per lo sviluppo e l'attuazione delle politiche del governo federale americano relative all'allevamento, all'agricoltura e al cibo.

Department of Health and Human Services (HHS): <http://www.hhs.gov>

Dipartimento a cui fa capo la protezione della salute dei cittadini americani che a sua volta si dirama in agenzie, tra cui:

Food and Drug Administration (FDA): <http://www.fda.gov>

Agenzia responsabile per la regolamentazione e supervisione della sicurezza di cibo, supplementi dietetici, farmaci, vaccini e prodotti medico-biologici. È l'ente di riferimento più importante in materia di export dei prodotti alimentari

Department of Homeland Security (DHS): <http://www.dhs.gov>

Dipartimento deputato alla sicurezza interna si dirama in bureau tra cui:

Bureau of Custom and Border Protection (CBP): <http://www.cbp.gov>

Organismo federale che si occupa di controllare merci e persone in ingresso alle dogane

Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB): <http://www.ttb.gov>

Dipartimento del Tesoro (Department of Treasury) si occupa attraverso delle procedure per l'importazione di bevande alcoliche e a base di malto (birra).

■ GRADO DI APERTURA DEL MERCATO

In termini di importazioni, gli Stati Uniti sono un mercato aperto, la lotta contro il terrorismo ha portato all'istituzione di una politica di sicurezza illustrata da una serie di requisiti preliminari per lo sdoganamento delle merci (comunicazione di informazioni anticipate via elettronica sul carico e la regola "10+2"¹, controllo del contenitore nei porti di imbarco, legge sul bioterrorismo, etc. Per proteggersi economicamente, gli Stati Uniti utilizzano gli strumenti di difesa commerciale, tra cui la procedura antidumping, le restrizioni e i divieti, nonché un sistema di licenze per diversi tipi di prodotti (es: prodotti di origine animale, alcool, ecc.). Inoltre, alcuni dazi doganali possono essere elevati (es: per prodotti agricoli, ecc.).

Sebbene non vi sia alcuna regola specifica o restrizione sull'importazione da parte del proprietario o dell'acquirente di beni importati, la legge confederale degli Stati Uniti consente solo agli agenti doganali autorizzati di effettuare transazioni per conto di terzi (importatori o acquirenti).

Per ulteriori informazioni consultare:

- il sito della Food and Drug Administration <https://www.fda.gov/>
- il sito della US Customs (Dogane), <http://www.cbp.gov/>

Bioterrorism Act 2002

L'importatore deve trasmettere un avviso di entrata e deposito al Servizio doganale americano in attesa della decisione di ammissibilità del prodotto.

Nel dicembre 2003 la "The United States Food and Drug Administration" (FDA) e la "The U.S bureau of Customs and Border Protection" (CBP) hanno definito una delle linee Guida ([compliance policy guide](#)) individuando una strategia che tuteli i consumatori dal bioterrorismo e nello stesso tempo non interrompa o turbi il flusso del commercio internazionale in accordo con il "[Bioterrorism Act of 2002](#)".

.....
¹ L'informazione che costituisce l'oggetto della ISF (Importer Security Filing ("ISF") è anche conosciuta come regola del "10+2", che è intesa a mettere a disposizione della CBP (U.S. Customs and Border Protection) delle informazioni aggiuntive rispetto a quelle contenute nel manifesto di carico, le quali consentiranno alle dogane di migliorare la loro capacità di individuazione delle spedizioni ad alto rischio. In particolare: 1) il piano di stivaggio merci; e 2) i container status Messages (si tratta di messaggi standardizzati che servono per facilitare lo scambio intermodale dei containers, semplificando la trasmissione di informazioni tra i soggetti coinvolti nella gestione, nel commercio e nel trasporto degli stessi; essi identificano le varie manipolazioni, movimentazioni o cambi di stato – es. estrazione delle merci o riempimento dei container).

Il controllo della Food and Drug Administration (FDA)

La FDA è avvisata dagli uffici doganali dell'entrata della merce ed è chiamata a decidere sull'ammissibilità del prodotto. Se la FDA non intende esaminare la merce, il prodotto può liberamente entrare in commercio negli Stati Uniti.

La dichiarazione di importazione

E' richiesta obbligatoriamente una dichiarazione verso la FDA l'importazione negli Stati Uniti di prodotti alimentari e bevande destinate al consumo umano.

La registrazione

E' obbligatorio, effettuare la registrazione presso FDA, a tal fine gli esportatori dovranno nominare un agente che risieda e svolga la propria attività negli Stati Uniti.

I prodotti di un'impresa estera non registrata non potranno essere ammessi negli Stati Uniti.

La registrazione presso la FDA è gratuita; è raccomandata la registrazione on-line da effettuarsi collegandosi [al sito della FDA](#) operativo 24 ore al giorno, tutti i giorni della settimana. Il sistema creato dall'agenzia è in grado di accettare la registrazione elettronica da qualsiasi parte del mondo, assegnando il numero di registrazione istantaneamente, non appena saranno inserite tutte le informazioni richieste che riguardano: la ragione sociale e l'indirizzo completo dell'azienda con l'indicazione del contatto telefonico per eventuali emergenze; in modo analogo dovranno essere riportati i dati del proprietario o del direttore dell'azienda e dell'agente designato negli Stati Uniti; le categorie di prodotti trattati, i nomi commerciali utilizzati e infine la dichiarazione di veridicità delle informazioni fornite resa da persona autorizzata.

È obbligatorio registrare ogni stabilimento, industria, laboratorio con cui il cibo destinato all'esportazione verso gli Stati Uniti sia venuto in contatto; dunque tutti quegli stabilimenti che producono, trasformano, sintetizzano, preparano, trattano, modificano o manipolano alimenti.

La FDA ha predisposto le [LINEE GUIDA PER LA REGISTRAZIONE](#).

Notifica preventiva (Prior notice)

Le imprese registrate saranno tenute a dare preavviso (**prior notice**) alla FDA di ogni spedizione di prodotti alimentari negli Stati Uniti, pena la non ammissione delle merci nel Paese e il loro blocco nel porto di arrivo. Il preavviso permetterà all'FDA di avere il tempo di esaminare e valutare le informazioni prima dell'arrivo di un prodotto alimentare, per pianificare eventuali ispezioni o bloccare gli alimenti contaminati.

Sono soggetti alla prior notice tutti i prodotti alimentari e le bevande, ad eccezione dei prodotti trasportati come bagaglio personale, di carne, pollame, uova e prodotti a base dei medesimi in quanto soggetti a normative specifiche del ministero dell'agricoltura.

La prior notice deve essere inviata elettronicamente collegandosi al Prior Notice System Interface (PNSI) della FDA (www.access.fda.gov) o tramite l'[Automated Broker Interface \(ABI\)](#), del Sistema Commerciale ACS, qualora il preavviso venga inviato da un broker doganale.

Termini per la presentazione del preavviso:

- non più di 15 giorni prima della data prevista di arrivo, per invii effettuati tramite il PNSI (Prior Notice Systems Interface);
- non più di 30 giorni prima della data prevista di arrivo, per la presentazione fatta attraverso l'ABI/ACS.

La FDA ha predisposto le [LINEE GUIDA PER LA NOTIFICA PREVENTIVA](#).

DOCUMENTI DOGANALI

Dichiarazione doganale di importazione

Di competenza dell'importatore statunitense

Fattura commerciale

Redatta in inglese, almeno in tre copie, deve contenere le seguenti informazioni:

- nome e indirizzo del venditore;
- nome e indirizzo dell'acquirente;
- nome della ditta esportatrice responsabile dell'operazione;
- luogo e data della vendita/spedizione;
- descrizione appropriata e molto dettagliata dei prodotti, tra cui: nome del prodotto, marchi, numeri e simboli per cui sono venduti e confezionati;
- quantità designate secondo le unità di peso e le misure appropriate;
- unità e prezzi totali nelle valute convenute;
- costi di imballaggio, trasporto merci o aereo, assicurazioni e commissioni varie, sconti, rimesse o ristorni;
- porto (o aeroporto) di entrata;
- paese d'origine;
- prime sei cifre della nomenclatura del sistema armonizzato (i due seguenti saranno completati dall'acquirente o dal suo spedizioniere);
- marchi, numeri e natura dei pacchetti;
- lista di imballaggio;
- impaginazione (quando sono necessari più fogli);
- qualsiasi bene o servizio fornito nella produzione della merce e non inclusi nel prezzo della fattura, sapendo che sono esclusi i beni o servizi forniti negli Stati Uniti.
- fattura, sapendo che sono esclusi i beni o servizi forniti negli Stati Uniti.

Certificato di origine

Per i vini italiani, non è richiesto il certificato d'origine.

Certificato di analisi

Non è richiesto sui vini importati dall'Italia (un accordo tra gli Stati Uniti e l'UE firmato nel marzo 2006)

esonera le esportazioni di vino dalla procedura di certificazione e di analisi - [US-EU Wine Trade Agreement](#)).

Si ricorda, tuttavia, che il TTB (*Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau*) si riserva sempre il diritto di richiedere il certificato di analisi, in funzione di eventuali avvenimenti particolari riguardanti il mercato.

DOCUMENTI DI TRASPORTO

Lettera di trasporto aereo - Air Way Bill (AWB)

Documento per trasporto via aerea emesso dal vettore aereo o dallo spedizioniere che serve ad indicare l'accettazione delle merci per il trasporto, i termini e le condizioni del trasporto. L'AWB è emesso in tre copie, una per il vettore, una per il destinatario, ed una per il mittente (o spedizioniere). Da presentare alla dogana al momento dell'entrata.

Polizza di carico marittima - Bill of Lading (B/L)

Documento per trasporto via mare è emesso dal vettore marittimo o spedizioniere per confermare il trasporto di merci a bordo. Il "Bill of Lading" è presentato in dogana al momento dell'entrata e serve a verificare che la descrizione sul "Bill of Lading" corrisponde alla descrizione e alle quantità indicate sulla fattura commerciale e sul "carrier manifest".

Lista dei colli (Packing List)

A carico dell'esportatore, redatta in inglese, la lista dei colli serve ad elencare in dettaglio la merce esportata (dimensioni, peso, marchi e numeri delle merci contenute nei colli) ed accompagna la fattura commerciale.

DAZI E IMPOSTE

I vini sono soggetti a dazi doganali ed altre tasse che variano in base alla tipologia, colore, misure contenitore, etc. Per i dazi doganali, vedere il sito web della US Customs:

<https://hts.usitc.gov/current> Cliccare su file PDF "chapter 22" (Per vini e vermouth vedere Voci doganali 2204 - 2205).

Il tariffario è diviso in due colonne: nella prima sono indicate le tariffe applicabili per le "Nazioni più favorite" (MFN), tra cui i Paesi dell'Unione Europea, mentre nella seconda è riportata la tariffa piena (statutory)

Esempio visualizzazione tabelle (Harmonized Tariff Schedule of the United States -2018)

Codice HS	Stat. Suffix	Descrizione prodotto	Quantità unitaria	Aliquota doganale		
				1		2
				Generale	Speciale (*)	
2204		Wine of fresh grapes, including fortified wines; grape must other than that of heading 2009:	19.8¢/liter 1/	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	\$1.59/liter 1/
2204.10.00	30	Sparkling wine.....	Liters		8.8¢/liter (JO)	
	65	Valued not over \$1.59/liter.....	Liters			
		Valued over \$1.59/liter.....	Liters			
		Certified organic.....	Liters			

(*) Per ciascun prodotto, le sigle in parentesi si riferiscono a specifici paesi con cui gli USA hanno concluso accordi preferenziali. La lista completa dei paesi è consultabile nella Table 1.2. Le sigle che includono il simbolo “+” o “*” generalmente si riferiscono alle eccezioni speciali che si applicano per alcuni paesi per quel prodotto.

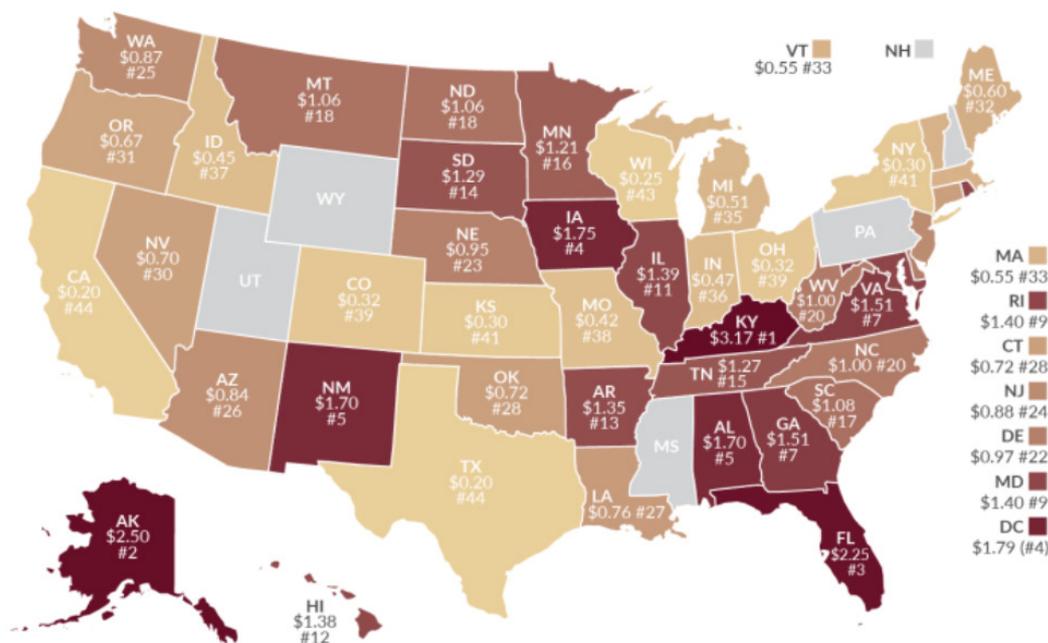
Fonte: <https://hts.usitc.gov/current>

Oltre alle suddette tariffe, le importazioni sono soggette ad altre tasse/imposte, quali: tasse di vendita, di stoccaggio portuale e le accise.

Le accise variano da Stato a Stato, come si evince dall'immagine della cartina.

How High Are Wine Taxes in Your State?

State Wine Excise Tax Rates (Dollars Per Gallon), As of January 1, 2017



Note: Rates are those applicable to off-premise sales of 11% alcohol by volume (a.b.v.) non-carbonated wine in 750ml containers. Federal rates vary by alcohol content and type of wine, ranging up to \$3.15 for 21-24 percent alcohol and \$3.40 for sparkling wine. D.C.'s rank does not affect states' ranks, but the figure in parentheses indicates where it would rank if included.

AL, AZ, CA, CO, CT, FL, GA, HI, ID, IL, IN, IA, KS, LA, ME, MA, MI, MS, MT, NE, NV, NH, NM, NC, ND, OH, OK, OR, RI, SC, SD, TX, VT, VA, WA, WV, WI, DC: Different rates also applicable to alcohol content, place of production, size of container, place purchased (on- or off-premise or on board airlines) or type of wine (carbonated, vermouth, etc.).

MS, NH, UT, PA, WY: Control states, where the government controls all sales. Products can be subject to ad valorem mark-up as well as excise taxes.

KY: Includes the wholesale tax rate of 11%, converted to a gallonage excise tax rate.

AR, MN, TN: Includes case fees and/or bottle fees which may vary with size of container.

AR, MD, MN, SD, DC: Includes sales taxes specific to alcoholic beverages.

Source: Distilled Spirits Council of the United States.

[Cliccando sulla cartina](#) è possibile “navigare” per ciascun Stato di interesse e visualizzare le relative aliquote fiscali.

Il Kentucky ha le accise sul vino più alte \$3,17 al gallone, seguito dall’Alaska (\$2,50), Florida (\$2,25), Iowa (\$1,75), New Mexico e Alabama (unite a \$1,70).

I cinque Stati con le accise più basse sono California (\$0,20), Texas (\$0,20), Wisconsin (\$0,25), Kansas (\$0,30), New York (\$0,30). Da notare che questa classifica non include gli Stati che regolano le vendite (New Hampshire, Mississippi, Pennsylvania, Utah, Wyoming).

Le accise sul vino includono tariffe per scatola o bottiglia in base alla dimensione del container, in Stati come Arkansas, Minnesota e Tennessee. In aggiunta, le tariffe possono prevedere tasse di vendita specifiche per le bevande alcoliche e tasse all’ingrosso, come in Arkansas, Maryland, Minnesota, South Dakota e District of Columbia.

Occorre notare, altresì, che molti Stati applicano tariffe variabili in base al tipo di vino, i vini con un contenuto alcolico più alto sono spesso soggetti ad un’accisa più alta. Gli stati federali si distinguono anche per tipo e contenuto alcolico, con vini fino al 14% di alcool per volume che sono tassati a \$1,07 per gallone, vini con una percentuale tra il 14 e il 21 a \$1,57 per gallone e vini tra il 14 e il 24% a \$3,15 per gallone. I vini frizzanti hanno una propria categoria di codice federale, sono tassati a \$3,40 per gallone a prescindere dal contenuto alcolico.

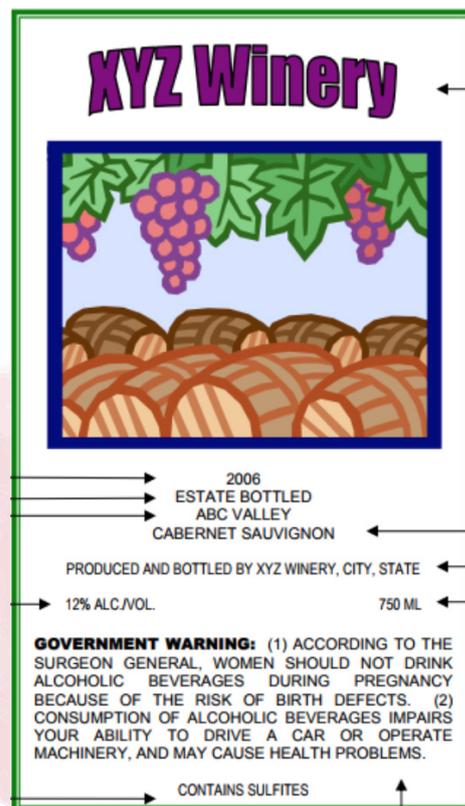
ETICHETTATURA

Per il vino l’etichettatura è disciplinata dalla Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) Per maggiori informazioni consultare il sito web seguente <https://www.ttb.gov/wine/wine-labeling.shtml>

Per la legislazione vigente consultare: “[Electronic Code of Federal Regulations](#)” (e-CFR febb.2018 - [Title 27, Chapter I, Subchapter A](#), Part 4)

Le etichette devono essere redatte in **lingua inglese** ad eccezione di quelle poste sulle confezioni di campioni presentati in fiere, esposizioni, ecc.

Le lingue straniere possono essere impiegate per le etichette dei cibi destinati al mercato americano, ma le informazioni sul PDP devono essere in inglese. Se un PDP (cioè sul riquadro principale dell’etichetta “*Principal Display Panel*”) alternativo è in lingua straniera, deve contenere anch’esso tutte le informazioni obbligatorie.



Informazioni obbligatorie

L'etichetta da apporre, ad esempio, su un vino D.O.C. dovrà riportare le seguenti diciture espresse in lingua inglese: Marca

- Tipologia di vino: nome del vino (es. Asti spumante), varietà (es. merlot, cabernet)
- Denominazione di Origine Controllata (estate bottled)
- Area geografica di provenienza (viticultural area appellation)
- Produttore (Produced and bottled in Italy at the cellars in by.....)
- Annata (anno di raccolta di almeno l'85% dell'uva)
- Paese d'origine (PRODUCT OF ITALY)
- Contenuto netto del recipiente (Net Content: 750 ml)
- Contenuto alcolico (Alcohol: 12% by Volume)
- La dizione: Contains Sulfites
- Nominativo dell'importatore (IMPORTED BY:)

Avvertimento (*Government Warning*): (1) According to the Surgeon General, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects. (2) Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery and may cause health problems.

Registrazione etichette

L'importatore americano è tenuto a registrare le etichette a nome suo presso il governo americano, prima di procedere alla spedizione commerciale dei vini.

Vedi sito web del TTB "COLAs Online":

<https://www.ttonline.gov/colasonline/registerDisplay.do>

Per la registrazione occorre aprire il formulario on line che si trova al seguente link "[TTB F 5013.2](#)", completando tutti i campi richiesti per poter ottenere una user ID e la password per accedere al sistema [TTB's COLAs Online](#). In mancanza di potere di firma o di delega per firmare i documenti richiesti occorre compilare on line anche il formulario [TTB F 5000.8](#).

Dopo averlo sottoscritto occorre inviarlo in originale a:

Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau

Advertising, Labeling and Formulation Division

1310 G Street, NW - Washington, DC 20005

1-866-927-ALFD (2533); Fax: 1-202-453-2300; E-mail: ALFD@ttb.gov

Per Assistenza e informazioni consultare: Customer Service - 1-866-927-ALFD (2533)

■ IMBALLAGGIO

Il principio generale, che vale per le spedizioni di qualunque prodotto, è quello di far in modo che la merce venga imballata in maniera ordinata, provvedendo cioè a separare accuratamente gli articoli sottoposti a tariffe diverse. Le autorità doganali statunitensi tendono, infatti, a considerare l'inserimento in un unico container, scatola o cassa di articoli diversi tra loro non appropriatamente suddivisi nei documenti di trasporto, come una violazione delle norme doganali. La conseguenza sarà, in questo caso, l'applicazione a tutti gli articoli in oggetto della tariffa doganale più elevata applicabile al momento dell'ingresso della merce negli Stati Uniti.

Gli imballaggi in legno (casce di legno, gabbie, pallets) devono essere trattati e marchiati secondo la normativa NIMP-15 FAO.

Per maggiori informazioni consultare il sito:

<https://www.ippc.int/en/countries/united-states-of-america/>

Gli imballaggi in cartone destinati agli Stati Uniti devono essere di buona qualità. La legislazione statunitense non specifica il numero di bottiglie che devono essere messe per cartone. Risultano tuttavia prevalenti sul mercato i cartoni da 9 litri nei quali sono sistemate 12 bottiglie da 750 ml oppure 6 bottiglioni da 1,5 litri.

■ SPEDIZIONE TEMPORANEA

È possibile l'esportazione temporanea negli Stati Uniti (compresi i territori del Distretto di Columbia e di Porto Rico) con la procedura dei Carnet ATA per:

- campioni commerciali,
- materiale professionale,
- merci in transito.

Gli Stati Uniti non hanno, per il momento, sottoscritto la convenzione “mostre e fiere”. Tuttavia, i Carnet Ata le cui merci sono destinate ad un evento fieristico vengono accettati dalle autorità doganali estere. In questo caso, sulla base della valutazione dei prodotti che si intendono importare, nella casella c della copertina del Carnet ATA - scopo di utilizzo - dovrà essere indicato “campioni commerciali” o “materiale professionale”.

Da sottolineare che con il termine **campione** (sample) si intende una quantità ridotta di prodotti alimentari inviati negli USA senza scopi di vendita o di consumo, ma al contrario per essere presentati a manifestazioni fieristiche o a soggetti potenzialmente interessati (come i distributori). L'invio di campionatura è equiparato alla spedizione di un qualsiasi prodotto per quanto riguarda gli obblighi di comunicazione e di documentazione; tuttavia, i campioni non devono essere etichettati secondo le normative USA. Al momento della spedizione dei campioni, è necessario specificare “*Sample – Not for sale*” sulla fattura e su ciascun singolo prodotto da spedire.

Per ulteriori informazioni consultare il [sito di Unioncamere](#).

■ CONTATTI UTILI

Italian American Chamber of Commerce Midwest

3800 Division St, Stone Park (60165) – Chicago

Tel.: +1 312-553-9137; Fax: +1 312-553-9142

<http://www.iacc-chicago.com/>; info@iacc-chicago.com

Italy-America Chamber of Commerce

11 East 44th Street STE 1400 (NY 10017) - New York

Tel.: +1 2 12 4590044, Fax: +1 2 12 4590090

<http://www.italchamber.org/>; info@italchamber.org

Italy-America Chamber of Commerce of Texas, Inc.

1800 West Loop South Suite 1120 (TX 77027) – Houston

Tel.: +1 713 626 9303, Fax: +1 713 626 9309

<http://www.iacctexas.com/>; info@iacctexas.com

Italy-America Chamber of Commerce Southeast, Inc.

2 South Biscayne Blvd., Suite 1880 (FL 33131) - Miami

Tel.: +1 305 5779868, Fax: +1 305 5773956

<http://iacc-miami.com/>; info@iacc-miami.com

Italy-America Chamber of Commerce West, Inc.

925 N La Brea Ave (90038) - Los Angeles

Tel.: 3105573017

<http://iaccw.net/>; info@iaccw.net

**RETERURALE
NAZIONALE
20142020**

RETE RURALE NAZIONALE

Autorità di gestione
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Via XX Settembre, 20 Roma

www.reterurale.it
reterurale@politicheagricole.it
[@reterurale](https://www.instagram.com/reterurale)
www.facebook.com/reterurale

Contatti:
Cosimo Montanaro: c.montanaro@isma.it
Antonietta Valente: a.valente@sicamera.camcom.it