



CONFINDUSTRIA  
SICILIA  
Sezione Agroalimentare



American Chamber of  
Commerce in Italy

## I BRAND ITALIANI: QUALI OPPORTUNITA' COMMERCIALI NEGLI USA?

Palermo, 23 novembre 2007  
Confindustria Sicilia

*Made in Sicily è bello.*

*Il Brand rappresenta una leva competitiva essenziale ed un'opportunità per il sistema agroalimentare siciliano.*

*Sulla base di questa considerazione, è necessario impostare strategie aziendali d'internazionalizzazione che siano adeguate all'attuale situazione macroeconomica, che prospetta vantaggi ma anche molti rischi e vincoli, più o meno occulti.*

*In un quadro generale connotato da una marcata instabilità dei mercati orientali, gli Stati Uniti sembrano ancora offrire enormi spazi di crescita commerciale per le nostre aziende.*

*A fronte di questi spazi, bisogna però lottare contro la dilagante concorrenza dell'"Italian food sounding", che fa trovare sui banchi dei negozi americani il pomodoro San Marzano made in California e l'Asiago o il Gorgonzola made in Wisconsin.*

*Questo seminario intende dunque affrontare il tema del Brand, mettendo in luce l'importanza di riflettere sulle metodologie commerciali più incisive, sulle politiche di marketing negli USA, sul sostegno che può provenire dal sistema bancario.*

*In collaborazione con*

**INTESA**  **SANPAOLO**

Segreteria organizzativa:  
Confindustria Sicilia  
Via A. Volta, 44 – Palermo  
T. 091 581100  
F. 091 323982  
info@confindustriasicilia.it

## Programma

Ore 10.00

Registrazione partecipanti

Ore 10.30

### Saluti

*Antonino Grippaldi – Presidente Confindustria Enna*

### Apertura lavori

*Gianmaria Sparma – Direttore Istituto Regionale Vite e Vino*

### Principali caratteristiche del mercato statunitense con particolare attenzione alle relazioni economiche USA-Italia ed al sistema distributivo

*Paolo Catalfamo – Amministratore delegato American Chamber of Commerce in Italy*

### Il valore economico del marchio

*Pier Angelo Biga, Managing Partner, ICM Advisors  
Intellectual Capital Management Advisor*

### Tipicizzazione dei prodotti in funzione del mercato statunitense

*Piero Miosi, Assessorato Regionale Agricoltura*

### Politiche della Regione Siciliana a sostegno dell'Internazionalizzazione

*Giuseppe Battaglia, Direttore SPRINT Sicilia*

### Case study: testimonianza di un imprenditore che distribuisce nel mercato statunitense

*Margherita Tomasello, Responsabile vendite estere Tomasello S.p.A.*

### Ruolo dell'Istituto di credito nell'assistenza alle transazioni commerciali

*Valter Botter – Banca Intesa Sanpaolo*

### Conclusioni

*Antonino Grippaldi – Presidente Confindustria Enna*

### Aperitivo