



Martedì 18 Febbraio 2025

[Notizie mercati esteri](#) [1]

Notizie dai mercati esteri - USA

Vinitaly debutta negli Stati Uniti: il vino italiano conquista Chicago

Lo scorso 20 e 21 ottobre 2024, Chicago ha ospitato il debutto di Vinitaly USA, il primo format fieristico dedicato esclusivamente al vino italiano negli Stati Uniti. L'evento, organizzato da Veronafi e Fiere Italiane, con il sostegno dell'Italian Trade Agency (ITA), ha visto la partecipazione di oltre 230 aziende italiane, che hanno presentato più di 1.650 etichette su una superficie espositiva di 13.000 metri quadrati.

L'obiettivo della manifestazione è stato quello di rafforzare il posizionamento del vino Made in Italy nel mercato statunitense, creando nuove opportunità di business per i produttori italiani. Il mercato americano del vino vale circa 80 miliardi di dollari, e l'Italia è già il principale esportatore negli USA, con una quota di mercato del 34%. Tuttavia, la concorrenza da parte di Francia, Spagna e produttori locali è sempre più forte, rendendo necessaria una strategia di promozione mirata.

La scelta di Chicago come sede dell'evento non è casuale: la città rappresenta un hub strategico per il commercio di vini e ospita una comunità italiana ben radicata, oltre a numerosi operatori del settore vinicolo e della ristorazione. La fiera ha incluso 30 eventi B2B, masterclass e degustazioni con buyer americani, sommelier, importatori e distributori.

Alla cerimonia di inaugurazione erano presenti il Ministro dell'Agricoltura italiano, Francesco Lollobrigida, e il Governatore dell'Illinois, Jay Robert Pritzker, che hanno sottolineato l'importanza di consolidare i legami commerciali tra Italia e Stati Uniti nel settore agroalimentare.

Vinitaly USA si è rivelato un successo e ha posto le basi per un'edizione ancora più ampia nel 2025. L'evento conferma il ruolo strategico del vino italiano nel panorama internazionale e dimostra come il Made in Italy possa espandersi con successo nel mercato americano.

Roncadin inaugura un nuovo stabilimento a Chicago: la pizza italiana conquista l'America



Il 18 novembre 2024, Roncadin, azienda friulana leader nella produzione di pizze surgelate di alta qualità, ha ufficialmente inaugurato un nuovo stabilimento a Vernon Hills, nell'area metropolitana di Chicago, Illinois.

Il nuovo impianto, frutto di un investimento di 30 milioni di euro, si estende su 7.000 metri quadrati e ha una capacità produttiva di 30 milioni di pizze surgelate all'anno. Lo stabilimento darà lavoro a circa 100 dipendenti e permetterà a Roncadin di rafforzare la propria presenza nel mercato nordamericano, che oggi vale oltre 6 miliardi di dollari nel solo segmento delle pizze surgelate.

La scelta di Chicago come base operativa è strategica: la città è considerata una delle capitali del food negli Stati Uniti e offre un'infrastruttura logistica avanzata per la distribuzione di prodotti in tutto il Midwest e oltre. Roncadin ha inoltre firmato accordi con catene della grande distribuzione americana, con l'obiettivo di aumentare la visibilità del prodotto italiano.

L'inaugurazione è avvenuta in concomitanza con la fiera PLMA di Chicago, il più grande evento nordamericano dedicato alla Private Label, un settore in cui le aziende italiane stanno guadagnando crescente attenzione.

Dario Roncadin, CEO dell'azienda, ha dichiarato:

"Questo stabilimento rappresenta un passo fondamentale per l'espansione internazionale di Roncadin. Gli Stati Uniti sono un mercato strategico per noi, e con questa nuova struttura possiamo garantire qualità, freschezza e un'autentica esperienza italiana ai consumatori americani."

L'azienda ha inoltre annunciato un piano di investimenti in sostenibilità, con la realizzazione di un sistema di produzione a basso impatto ambientale, utilizzando fonti di energia rinnovabile e materiali ecosostenibili per il packaging.

Fonte: <https://interprogettied.com/tecnologiealimentari/2024/12/roncadin-inaugu...> [2]

Made in Italy e tutela internazionale: la lotta alla contraffazione e le nuove strategie di export

Il marchio "Made in Italy" rappresenta un'eccellenza riconosciuta a livello globale, ma è anche una delle denominazioni più contraffatte al mondo. Solo nel 2024, la Guardia di Finanza ha sequestrato prodotti alimentari e tessili per un valore superiore a 200 milioni di euro, commercializzati con etichette false che simulavano l'origine italiana.

Contraffazione: un danno economico e di reputazione

Secondo Coldiretti, il fenomeno dell'Italian Sounding – ovvero l'imitazione di nomi e design italiani per prodotti di origine straniera – genera un danno di oltre 100 miliardi di euro all'anno. Paesi come Stati Uniti, Brasile e Germania sono tra i principali mercati in cui si trovano prodotti contraffatti, spesso venduti senza reali controlli di qualità.

Le istituzioni italiane stanno rispondendo con iniziative di tutela: il Ministero dello Sviluppo Economico ha lanciato una campagna internazionale per sensibilizzare i consumatori e ha rafforzato le collaborazioni con le dogane europee per bloccare le importazioni illegali.

Strategie per l'export: digitalizzazione e nuovi mercati

Parallelamente alla lotta alla contraffazione, le imprese italiane stanno adottando nuove strategie per rafforzare la loro presenza all'estero. La digitalizzazione dell'export è una delle priorità, con piattaforme di e-commerce e strumenti di certificazione blockchain che garantiscono la tracciabilità del prodotto. Inoltre, il governo sta favorendo l'ingresso delle PMI italiane in mercati emergenti come India e Vietnam, dove cresce la domanda di prodotti di alta qualità.

L'obiettivo è duplice: difendere il valore del Made in Italy e creare nuove opportunità di crescita per le aziende italiane all'estero.

Fonte: <https://www.coldiretti.it/> [3]

La Ristorazione Italiana a Chicago: Crescita, Sfide e Strategie di Successo



Chicago è una delle capitali gastronomiche degli Stati Uniti e la cucina italiana continua a essere una delle più amate dai consumatori americani. La recente crescita del turismo e della domanda di esperienze culinarie autentiche ha portato a un'espansione del numero di ristoranti italiani, con un'attenzione particolare ai prodotti certificati DOP e alle specialità regionali.

Il boom del Made in Italy nei ristoranti di Chicago

Secondo la National Restaurant Association, il mercato della ristorazione a Chicago ha superato i 20 miliardi di dollari nel 2023, con un incremento significativo delle aperture di ristoranti italiani di fascia alta. Questo trend è dovuto a diversi fattori:

- Un pubblico sempre più esigente, che cerca autenticità e qualità nei prodotti.
- L'influenza della comunità italo-americana, ancora molto presente e desiderosa di preservare la tradizione culinaria italiana.
- La crescente attenzione per la dieta mediterranea, percepita come un modello alimentare salutare e sostenibile.

Le sfide per gli imprenditori italiani

Nonostante il successo della ristorazione italiana a Chicago, ci sono anche delle sfide da affrontare:

- Costi elevati per l'importazione di prodotti autentici, con dazi doganali e difficoltà logistiche che incidono sui margini di profitto.
- Competizione con catene di ristoranti italo-americani, che offrono piatti meno autentici ma a prezzi più accessibili.
- Reclutamento di personale qualificato, un problema comune nel settore della ristorazione post-pandemia.

Strategie di successo

Per le aziende italiane che vogliono entrare nel mercato della ristorazione a Chicago, è fondamentale puntare su:

- Certificazioni DOP e IGP, che garantiscono autenticità e attraggono un pubblico di fascia alta.
- Collaborazioni con chef rinomati per eventi e degustazioni.
- Strategie di marketing digitale, con un focus su social media e storytelling del prodotto.

L'espansione della ristorazione italiana a Chicago rappresenta un'ottima opportunità per gli imprenditori italiani che vogliono portare la vera tradizione culinaria italiana negli Stati Uniti.

Fonte: <https://restaurant.org/> [4]

Made in Italy e Interior Design: Crescita del Mercato di Lusso a Chicago

Il settore dell'arredamento e del design di lusso a Chicago è in piena espansione, grazie alla crescente domanda di prodotti esclusivi e su misura. Il **Made in Italy** è sinonimo di qualità, artigianalità e design raffinato, caratteristiche sempre più ricercate nel mercato statunitense.

Il boom dell'arredamento di lusso a Chicago

Negli ultimi anni, Chicago ha visto una forte crescita del settore real estate di fascia alta, con un aumento delle richieste di arredamenti personalizzati. Quartieri come **Gold Coast, Lincoln Park e West Loop** ospitano una clientela disposta a investire in mobili e complementi d'arredo di lusso, spesso realizzati da aziende italiane.

Secondo il report di **IBISWorld**, il mercato dell'arredamento di lusso negli Stati Uniti ha raggiunto un valore di **46 miliardi di dollari nel 2023**, con una crescita costante del 5% annuo.



Opportunità per le aziende italiane

- **Espansione del retail:** apertura di showroom e punti vendita diretti per aumentare la visibilità del brand.
- **Collaborazioni con architetti e designer:** partnership con studi di progettazione per fornire soluzioni personalizzate.
- **E-commerce e digital marketing:** utilizzo di piattaforme digitali per raggiungere un pubblico più ampio.

Il **design italiano** continua a essere un elemento di grande prestigio nel mercato americano e Chicago rappresenta una delle città chiave per la sua espansione.

Fonti: <https://www.ibisworld.com/> [5]

(Contributo editoriale a cura della [Italian American Chamber of Commerce Midwest](#) [6])

Ultima modifica: Martedì 8 Aprile 2025

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: <https://www.assocamerestero.it/notizie/notizie-dai-mercati-esteri-usa-1>

Collegamenti

[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122

[2] <https://interprogettied.com/tecnologiealimentari/2024/12/roncadin-inaugura-il-nuovo-stabilimento-negli-usa/>

[3] <https://www.coldiretti.it/>

[4] <https://restaurant.org/>

[5] <https://www.ibisworld.com/>

[6] <https://www.assocamerestero.it/ccie/italian-american-chamber-of-commerce-midwest>