

SUA - ÎNDRUMAR DE AFACERI - 2020

Cuprins

PROFIL DE ȚARĂ.....	3
A. REGIUNEA NORD-EST	4
<i>Interes pentru România.</i>	5
B. REGIUNEA CENTRAL-SUDICĂ	6
<i>Interes pentru România.</i>	7
C. REGIUNEA VESTUL MIJLOCIU (DENUMITĂ ȘI ZONA INDUSTRIALĂ MIDWEST)	7
<i>Interes pentru România.</i>	9
D. REGIUNEA DE VEST	10
<i>Interes pentru România.</i>	12
ECONOMIA SUA.....	13
CONSTITUIREA SOCIETĂȚILOR ȘI REPREZENTANȚELOR COMERCIALE.....	15
SISTEMUL DE TAXARE ȘI DE COMERȚ.....	17
A. APARTENENȚA LA ORGANIZAȚII ECONOMICE GLOBALE ȘI REGIONALE	17
B. REGIMUL INVESTIȚIILOR STRĂINE. RESTRICȚII ȘI OBLIGAȚII	17
I. <i>Impozitul pe cifra de afaceri.</i>	18
II. <i>Zone de oportunități (echivalentul Zonelor defavorizate).</i>	20
III. <i>RestricȚii privind investițiile străine</i>	20
IV. <i>Obligații (cerințe) de raportare privind investițiile străine</i>	27
C. REGIMUL COMERCIAL (BARIERE TARIFARE ȘI NETARIFARE)	30
I. <i>Legi și programe de preferințe comerciale aplicate.</i>	31
II. <i>Acorduri de comerț regionale și bilaterale</i>	33
III. <i>Parteneriatul Trans-Pacific (TPP).</i>	35
IV. <i>Parteneriatul Economic Transatlantic SUA - UE</i>	35
PROGRAME DESTINATE MEDIULUI DE AFACERI.....	42
RELAȚIILE ECONOMICE ROMÂNNO-AMERICANE.....	54
TÂRGURI ȘI EXPOZIȚII INTERNAȚIONALE IMPORTANTE	57
INSTITUȚII ȘI ORGANIZAȚII ECONOMICE - DATE DE CONTACT	60
A. MISIUNILE DIPLOMATICE ALE ROMÂNIEI.....	60
B. ADRESE ALE INSTITUȚIILOR AMERICANE CU ATRIBUȚII PE LINIE ECONOMICĂ	62
C. WEB SITE-URI SPECIALIZATE PENTRU PNFORMARE ECONOMICĂ ȘI DE AFACERI.....	63
EVENIMENTE ECONOMICE IMPORTANTE.....	65
MEDIUL DE AFACERI AMERICAN	66
A. AVANTAJELE PIEȚEI AMERICANE	66
B. STRUCTURA IMPORTURILOR.....	66
C. CERCETAREA PIAȚEI ȘI IDENTIFICAREA GRUPURILOR ȚINTĂ	66
D. ACCESAREA PIEȚEI.....	67
<i>Utilizarea reprezentanților locali pentru a exporta</i>	67
<i>Vânzări prin intermediul unei sucursale locale sau a unei filiale.</i>	67
<i>Joint venture sau alianță strategică pe piața americană</i>	67
<i>Licențierea și transferul tehnologic înspre și dinspre SUA.</i>	68
<i>Prezență virtuală.</i>	68
<i>Birou propriu cu personal propriu sau personal al partenerului din SUA</i>	68
<i>Consultanți în vânzări contractuale.</i>	68
<i>Achiziția unei companii</i>	69
E. FINANȚAREA CONTRACTELOR DE EXPORT.....	69
F. PLATA ȘI ÎNCASAREA EFECTELOR DE COMERȚ	69
G. REGIMUL FISCAL.....	70

H.	REGIMUL VAMAL.....	71
I.	<i>Bariere comerciale</i>	71
II.	<i>Documente, proceduri sau restricții la import</i>	73
I.	DOCUMENTE SAU PREVEDERI SPECIFICE UNOR CATEGORII DE PRODUSE.....	74
I.	<i>Importuri temporare</i>	77
II.	<i>Importuri interzise</i>	78
III.	<i>Controlul exporturilor</i>	78
IV.	<i>Contingente de import</i>	78
V.	<i>Standarde</i>	79
VI.	<i>Ambalarea, marcarea, etichetarea</i>	79
VII.	<i>Drepturile de proprietate intelectuală</i>	80
VIII.	<i>Expedierea mărfurilor în SUA</i>	82
J.	OPORTUNITĂȚI PENTRU COMPANIILE ROMÂNEȘTI.....	83
	<i>Comerțul electronic</i>	83
K.	AMENINȚĂRI ȘI RISCURI DE AFACERI.....	83
L.	REGIMUL VIZELOR	83
M.	GHID DE COMPORTAMENT ÎN RELATIILE CU PARTENERII	84
I.	<i>Comportamentul înainte de începerea negocierilor</i>	84
II.	<i>Comportamentul în timpul negocierilor</i>	85
III.	<i>Comportamentul la sfârșitul negocierilor. Oferirea de cadouri</i>	89
IV.	<i>Comportamentul public</i>	89
V.	<i>Transmiterea ofertelor de export</i>	90
VI.	<i>Redactarea contractelor comerciale</i>	94
VII.	<i>Sfaturi utile pentru oamenii de afaceri români</i>	94
	ALTE INFORMATII UTILE	98
	SĂRBĂTORI NAȚIONALE FEDERALE.....	98
	ANEXA 1 - DATELE DE CONTACT ALE BAROURILOR	100
	ANEXA 2 - CREAREA UNEI SOCIETĂȚI COMERCIALE.....	103
	ANEXA 3 - ACORDURI COMERCIALE ALE SUA	124

PROFIL DE ȚARĂ¹

SUA reprezintă cea mai mare piață omogenă (din punct de vedere al obiceiurilor de consum) și mai complexă (din punct de vedere al gamei bunurilor și serviciilor) fiind locul unde se confruntă permanent numeroase și competitive oferte comerciale și proiecte de afaceri provenind din toate țările de pe mapamond.

În consecință, pentru a avea succes pe aceasta piață (pentru a realiza și menține legături comerciale stabile și de lungă durată cu partenerii și/sau pentru a evita măsurile anti-dumping) exportatorii români trebuie să acorde o foarte mare atenție respectării riguroase a clauzelor contractuale, a normelor de calitate, a condițiilor și, în mod special, a termenelor de livrare și să se informeze totdeauna cu privire la prețurile practicate de firmele competitori (vezi anexa 1).

În SUA, legislația aplicabilă companiilor și activităților comerciale (implicit din punctul de vedere al taxelor, impozitelor și accizelor) este diferită de la un stat la altul, ceea ce impune, suplimentar, necesitatea unei documentări mult mai aprofundate a aspectelor legale și a sistemelor de impozite, taxe și accize aplicabile la nivel federal, statal și local.

Aceste particularități ale pieței SUA atrag o serie de acțiuni specifice pe linia informării și îndrumării operatorilor economici români astfel încât, atât Birourile de Promovare Comercial - Economică (BPCE) care își desfășoară activitatea în cadrul Ambasadei și în Consulatele Generale ale României din SUA, cât și Direcția Generală Comerț Exterior din Ministerul Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri constituie surse primare de documentare și de orientare economică.

Ca urmare, întrucât entitățile de mai sus constituie primele contacte pe care orice operator economic interesat să desfășoare relații de afaceri cu parteneri din SUA ar trebui să le realizeze, în paginile care urmează sunt prezentate câteva informații utile despre cele 4 mari regiuni economice americane (conform împărțirii făcute de US Census Bureau), aceste zone constituind, în mare măsură, și spațiile jurisdicționale ale reprezentanțelor diplomatice și consulare și implicit ale reprezentării comercial-economice românești în SUA.

În contextul perturbărilor economice produse de măsurile de restricționare a activităților economice ca urmare a pandemiei de Coronavirus, Administrația SUA a publicat un ghid cuprinzând o serie de recomandări minime, necesare în vederea reluării, graduale, a activităților economice la nivelul statelor/districtelor/municipalităților, i.e. a fiecărei entități administrative locale. În preambulul acestui ghid, se menționează că planul de “redeschidere” treptată a economiei se bazează “pe date actualizate și cele rezultate din diverse modele științifice, referitoare la evoluția cazurilor de infectare în timp real, măsuri considerate minime în vederea atenuării riscului de reapariție a unor focare de Covid-19 și măsuri de protecție pentru cei mai vulnerabili cetățeni și este “aplicabil la nivel de stat sau de la district la district, decizia fiind lăsată la discreția guvernatorilor locali” (<https://www.uschamber.com/international-affairs-division/covid-dashboard>).

¹ Informațiile conținute în acest îndrumar sunt orientative și, datorită complexității legislației SUA și a particularităților legate de mediul de afaceri din fiecare stat în parte, ele trebuie verificate la momentul luării unei decizii, cu o firmă de avocatură specializată din zona SUA de interes pentru partenerul român. Autorii acestui material nu își asumă nici o răspundere legată de deciziile ce pot afecta în mod nefavorabil afacerile unei firme românești, rezultate din simpla interpretare a conținutului prezentului îndrumar.

Înainte de a începe procesul de redeschidere cu “TREI FAZE”, administrația recomandă statelor să urmărească îndeplinirea următoarelor criterii minime:

- să înregistreze o traiectorie descendentă a bolilor asemănătoare gripei și a cazurilor de Covid-19, raportate într-o perioadă de 14 zile consecutive.
- să înregistreze traiectorie descendentă a cazurilor documentate sau a testelor pozitive, ca procent din testele totale, într-o perioadă de 14 zile consecutive.
- spitalele să fie în măsură să trateze pacienții fără adoptarea unor măsuri de criză (gen în cazul lipsei de echipamente de protecție sau a personalului medical) și să poată implementa un program de testare robust pentru lucrătorii din domeniul sănătății, considerați a fi în zona de risc, inclusiv prin testarea de anticorpi.

A. Regiunea Nord-Est

Aflată în jurisdicția BPCE New York este formată dintr-un grup compact de 9 state (Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, New York, New Jersey, Pennsylvania, Rhode Island și Vermont) și prezintă următoarele caracteristici:

- este cea mai dezvoltată regiune din punct de vedere economic, constituind cea mai mare piață compactă din lume (după capacitatea de absorbție), care se întinde pe o suprafață relativ semi-circulară în zona de nord-est a SUA, cu o populație de peste 55,98 milioane locuitori (sau 17,12% din totalul populației SUA, distribuită însă doar pe 4,7% din suprafața țării) fiind cea mai dens populată regiune, dar și cea mai diversă din punct de vedere cultural/etnic, 85% din totalul populației locuind în zone urbane.

- statele New York, Pennsylvania, New Jersey, și Massachusetts se situează, în 2019, între cele mai bogate 10 state din SUA, din punct de vedere al veniturilor medii ale populației (respectiv pe locurile 3, 4, 6 și 8); în statul New York se regăsesc cele mai multe orașe (16), între primele 100 cu venitul mediu cel mai ridicat din SUA;

- statele din regiunea Nord-Est: Massachusetts, Connecticut, New Jersey și New York ocupă locul al doilea, al treilea, al patrulea și al cincilea în cheltuielile de consum personal pe cap de locuitor. Mai mult, atunci când analizăm procente de modificare a consumului pe cap de locuitor din anul 2009 până în 2019, New York a ocupat constant locul doi, având în față doar Dakota de Nord care și-a datorat „boom-ul” economic descoperirii și exploatarei gazelor de șist;

- cele 9 state au produs, împreună, un Produs Intern Brut de peste 4,35 trilioane USD (2019), reprezentând 20,02% din P.I.B.-ul total al S.U.A.; statele cu cel mai mare P.I.B. sunt (în paranteză este locul ocupat de statul respectiv în clasamentul pe S.U.A.): New York (3) după California și Texas, Pennsylvania (6), New Jersey (8), și Massachusetts (11); la finele anului 2019, trei state din această regiune se aflau între primele cinci în ceea ce privește P.I.B.-ul/locuitor, respectiv Massachusetts - pe locul 1 cu 75.258 USD/locuitor, New York - locul 2 cu 75.131 USD/locuitor și respectiv Connecticut - locul 5 cu 69.789 USD/locuitor, în timp ce media pe S.U.A. a fost de 58.100 USD/locuitor;

- zona de nord-est a S.U.A. încorporează o mare diversitate de industrii și de servicii dintre cele mai profitabile, situate în principal în centrele economice din statele Connecticut, New York, New Jersey și Massachusetts, care contribuie la dinamismul extraordinar al acestei regiuni; aici există și cea mai îndelungată experiență managerială, fiind zona unde au funcționat inițial industriile manufacturiere din Anglia și unde s-a desfășurat în cea mai mare parte comerțul dintre metropolă (Londra) și coloniile din America de Nord, înaintea declarării

independenței;

- zona metropolitană a orașului New York, care cuprinde Newark, Jersey City și zonele înconjurătoare New York-ului, respectiv și din statele New Jersey și Pennsylvania, reprezintă o zonă importantă pentru economia Statelor Unite în ansamblu. Produsul Intern Brut nominal al zonei metropolitane este de 1,8 trilioane de dolari, sau 9,62% din producția totală din America. Următorii concurenți metropolitanii sunt Los Angeles, care reprezintă 5,7% din totalul P.I.B.-ului și Chicago cu 3,74%;

- economia orașului New York ar fi cea de-a zecea cea mai mare economie din lume, mai mare decât economiile unor țări precum: Canada, Rusia, Coreea de Sud, Australia și Spania. Zona metropolitană are o populație de peste 20 de milioane de locuitori, mai mare decât alte regiuni din S.U.A., dar mult mai mică decât oricare dintre țările menționate anterior;

- zona New York - New Jersey are cea mai mare concentrare de importatori și distribuitori din SUA;

- în New York se găsește unul dintre cele mai mari și mai importante centre expoziționale din SUA (Jacob K. Javits Convention Center) unde au loc, aproape fără întrerupere pe întreg parcursul anului, manifestări expoziționale și conferințe pe teme de industrie și comerț;

- statul New Jersey are cea mai mare densitate de locuitori din SUA și cea mai mare densitate de corporații din domeniul industriei farmaceutice și biotehnologiei (14 corporații multinaționale de primă mărime își au sediul sau dețin importante unități de producție și cercetare în acest stat);

- statele New York, New Jersey, Pennsylvania, Massachusetts, Connecticut, Rhode Island și New Hampshire fac parte din elita statelor americane în ceea ce privește cercetarea-dezvoltarea în domeniul tehnologiilor de vârf. Aici sunt localizate cele 8 instituții de învățământ superior care formează Ivy League (Universitățile Harvard, Yale, Princeton, Columbia, Cornell, Brown, Dartmouth și Pennsylvania);

- regiunea Nord-Est este foarte bine deservită de o rețea de porturi maritime și fluviale, precum și de aeroporturi internaționale, între care cele mai importante sunt aeroportul J.F.K. din New York și portul New York-New Jersey-cel mai mare port de pe coasta de Est a S.U.A., după volumul traficului de mărfuri containerizate.

Interes pentru România.

Zona New York este importantă pentru România atât prin prisma aspectelor comerciale (piață de primă mărime, tradițională pentru exportul românesc), cât și prin prisma aspectelor financiare și investiționale (sediile marilor bănci, ale fondurilor de investiții, zona cu potențial de a deveni o sursă majoră de capital și de finanțare a diferitelor proiecte românești). New York City este centrul economic care reflectă „pulsul” economiei americane, prin instituțiile specializate: NYSE, NASDAQ, DOW JONES, STANDARD & POOR, MOODY’S, FITCH, precum și prin bursele de mărfuri și cele de metale prețioase.

Zona este interesantă pentru *export de bunuri românești de larg consum* (îmbrăcăminte, încălțăminte și articole din piele, sticlărie, porțelan, mobilă, alimente - în special organice și kosher - băuturi, cosmetice, farmaceutice, articole sportive, articole pentru cadouri), servicii IT, articole pentru industriile de aviație, securitate și apărare, precum și *pentru atragerea de investiții americane, cooperarea cu marile instituții financiar-bancare și de asigurări sau pentru fructificarea oportunităților oferite de sistemul de achiziții al ONU sau de către cel al autorităților locale din cele 9 state.*

Orașul New York este cel mai mare centru de afaceri din S.U.A. și din emisfera vestică, fiind numit și „Capitala Finanțelor Lumii”. Sectorul finanțelor a adus aproape 500 de miliarde de dolari în P.I.B.-ul zonei în anul 2019, având de departe și cea mai mare pondere. Prin efectele globalizării, legăturile de natură comercială, financiară, investițională etc., precum și prin cele de natură umană (unul dintre cele mai “internaționale orașe ale lumii și mai deschise accesului la afaceri pentru străini”) a devenit un centru global, care este influențat de către - sau influențează - evoluțiile economice la nivelul întregii planete.

Notă: în mod evident, New York City a fost și este epicentrul focarului pandemiei de COVID-19 din S.U.A., cu cel mai mare număr de decese din toată țara. Concentrația ridicată într-o mică parte a Coastei de Est creează, în mod eronat, tentația de a eticheta coronavirusul ca pe o problemă distinctă a metropolei New York, mai ales că „orașul care nu doarme niciodată” a rămas închis vreme îndelungată, ajungând la o rată a șomajului de peste 20% în aprilie 2020 și pierzând 8% din locurile de muncă din sistemul financiar. În același timp însă, datele statistice oficiale pun în evidență cât de mult a impulsionat orașul New York economia americană de-a lungul timpului și, totodată, aceste date oferă informații importante pentru a înțelege cum o „căzătură dură a Big Apple” ar putea îngreuna mult șansele de recuperare rapidă la nivel național a SUA. Pe măsură ce New York City începe să se redeschidă se va demonstra faptul că ceea ce este bine pentru revenirea economică a New York-ului va fi în beneficiul întregii țări.

B. Regiunea Central-Sudică

Aflată în jurisdicția **BPCE Washington DC** (din cadrul ambasadei) este formată din 20 state^[1] (Alaska, Alabama, Arkansas, Delaware, District of Columbia, Florida, Georgia, Hawaii, Kentucky, Louisiana, Maryland, Mississippi, North Carolina, Ohio, Oklahoma, South Carolina, Tennessee, Texas, Virginia și West Virginia) și prezintă următoarele particularități:

- populație: 138,4 mil. (41,7% din total SUA) în 2018; populația a crescut în această zonă în perioada 2010-2017 cu 7,6% (cea mai mare creștere între cele 4 zone prezentate); ritmul mediu anual de creștere a populației până în 2017 a depășit mult media națională; statele cu creșteri mai însemnate de populație sunt: District of Columbia, Texas, Florida și Carolina de Sud;
- PIB total: 8.111.820 mil. \$ (38% din total SUA^[2]; PIB/capita: 46.200 \$, fiind cu aproximativ 14% sub media pe SUA^[3]);
- ritmul mediu anual de creștere a PIB s-a situat peste media națională, trend care se va menține și în următorii ani, mai ales în statele cu potențial mare de creștere (Texas, Florida, Georgia și Carolina de Nord);
- zona este compusă din state cu o mare diversitate economică (unele în care predomină sectorul industrial, altele în care sectorul agroindustrial este mai dezvoltat și state în care predomină sectorul de servicii) și include mulți consumatori de origine afro-americană și hispanică; din aceste cauze, piața din regiune este mai puțin sofisticată și are șanse de a se dezvolta în continuare, putând absorbi produse de calitate medie la prețuri rezonabile;
- regiunea dispune de o serie de porturi importante (cele de la Golful Mexic

[1] Deși există Consulat General al României la Miami (pentru statele din sudul și sud-estul SUA), acesta nu are în componență și birou de promovare comercial-economică

[2] Totalul PIB al SUA pe 2018 a fost de cca 3,14 trilioane dolari

[3] Datele statistice sunt provizorii

fiind și adevărate centre de distribuție pentru America Latină și Caraibe) și de centre expoziționale permanente, specializate (High Point în Carolina de Nord, Dallas, Atlanta, Houston, Miami, Orlando);

- în ultimii ani statele Alabama și Tennessee au devenit importante centre de asamblare de autoturisme, multe firme din zona Detroit, dar și unele străine, stabilindu-și fabrici în aceste două state; de asemenea, în statele Alabama, Carolina de Nord, Texas și Florida își au sediul multe firme importatoare și distribuitoare, în principal de produse industriale;

- în același timp, piața metropolitană Washington DC reprezintă, la ora actuală, una dintre cele mai importante concentrări de firme de software de pe Coasta de Est, iar influxul din ultimii ani de populație de origine română o fac să devină din ce în ce mai accesibilă pentru exportatorii români etc.

Interes pentru România.

În afara de contactul constant cu administrația SUA, zona prezintă interes pentru România în principal pentru exportul de *bunuri de consum* (produsele cu posibilități imediate de absorbție pe această piață fiind: vinuri, ape minerale, alimente și produse organice, mobilă și articole din lemn, articole de sticlărie și ceramică, produse textile, îmbrăcăminte, încălțăminte) și *bunuri industriale* (produse chimice și siderurgice, rulmenți, robinete industriale, componente auto, părți și componente de mașini și instalații, utilaj petrolier și petrochimic, componente pentru industria navală etc.), dar și pentru exportul de servicii IT și pentru atragerea de investiții și tehnologii din domeniile petrolier și petrochimic. De asemenea, există un mare potențial de cooperare în producția de echipamente pentru explorarea și exploatarea de zăcămintele de petrol și gaze, on-shore și off-shore, atât în SUA și România, cât și mai ales pe terțe piețe (având în vedere zone pentru care combustibilii fosili fie sunt de neînlocuit, fie vor reprezenta o sursă de energie semnificativă în viitorul previzibil).

C. Regiunea Vestul Mijlociu (denumită și Zona industrială Midwest)

Aflată în **jurisdicția BPCE Chicago** este formată dintr-un grup de 11 state central nordice americane care gravitează în jurul orasului Chicago (Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, South Dakota și Wisconsin) și prezintă următoarele caracteristici:

- Populație: 68,3 milioane (21% din total SUA). Cu o medie de vârstă de 38,6 ani (38,2 ani media la nivelul SUA), aproximativ 61% din populație este populație activă, cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani (61,6% media la nivelul SUA). Încă din 2011, se înregistrează cel mai bun raport dintre numărul salariaților și populația activă. populația Statelor Unite a crescut cu 6,3% - de la 308,8 milioane la 328,2 milioane. Doar trei state din Midwest au cunoscut sau au depășit această rată de creștere: Minnesota, Dakota de Nord și Dakota de Sud. În schimb, Illinois este unul dintre cele patru state americane care au pierdut din populație, iar Connecticut, Vermont și Virginia de Vest sunt celelalte, iar conform previziunilor până în 2040 se va înregistra o creștere negativă de 12,5 %, în lipsa unor politici migraționiste încurajatoare (rata de creștere a populației până în anul 2025 va fi însă mult sub media națională).

- PIB total: 4.179.790 milioane dolari (19,5% din total SUA; PIB/persoană: 61.197\$ sub media națională de 65.296\$). Ritmul mediu anual de creștere a PIB a fost de 3,2%, situat cu mult sub nivelul național de 2,3%.

- Venit mediu/persoană: 32.593\$ - sub media națională de 33.831\$.

- Regiunea de Midwest este coloana vertebrală a industriei tradiționale americane prelucrătoare, deși ponderea acesteia în formarea PIB este în continuă scădere.

- În plus, în această regiune au sediul central peste 120 din companiile aflate în topul Fortune 500.

- Din punct de vedere economic, regiunea este împărțită între industria grea și agricultura (SUA produce 40% din producția mondială de cereale; culturile de cereale cel mai des întâlnite fiind grâul, porumbul și ovăzul, de aici și denumirea de "Coșul de pâine al Americii"), dar sectorul financiar și cel al serviciilor, precum medicina și educația, devin din ce în ce mai importante și mai relevante.

- Statele din Midwest conduc, la nivel național, și în ceea ce privește alte produse agricole, precum: carnea de porc (Iowa), carnea de vită (Nebraska), produsele lactate (Wisconsin) și ouăle de găină (Iowa).

- Suprafața ocupată de terenurile agricole au determinat ca regiunea să devină o locație excelentă pentru procesarea produselor alimentare și pentru crearea și dezvoltarea rețelelor de distribuție. Următoarele companii multinaționale au sediul central în Midwest:

- Monsanto (St. Louis, MO) - erbicide, pesticide și sămânță pentru plantat
- Archer Daniels Midland (Decatur, IL) - produse alimentare și procesare de cereale, producție de băuturi, furaje, etanol
- Cargill (Minneapolis, MN) - produse alimentare și procesare de cereale, producție de furaje
- ConAgra (Omaha, NE) - prelucrarea și distribuția produselor alimentare
- Chiquita (Cincinnati, OH) - produse alimentare, producție banane
- Kellogg (Battle Creek, MI) - produse alimentare și procesarea cerealelor
- Kraft Foods (Chicago, IL) - produse alimentare, distribuție, băuturi
- General Mills (Minneapolis, MN) - produse alimentare și procesarea cerealelor

- Locația centrală face ca zona să reprezinte un important centru pentru transportul naval, feroviar, rutier și aeronautic. Din punct de vedere politic, regiunea este împărțită între cele două partide americane și, prin urmare, este puternic contestată și deseori decisivă în alegeri.

- Sectoarele cu cea mai rapidă creștere: produse farmaceutice și chimice, instrumente, aparatură și dispozitive medicale, servicii profesionale, produse agroalimentare.

- Illinois este clasat pe locul patru în industria prelucrătoare după California, Texas și Ohio.

- Chicago, Illinois este cel mai populat oraș din Statele Unite ale Americii Midwest și cel de-al treilea cel mai mare oraș al națiunii, cu un PIB de 611 miliarde de dolari. Alte mari orașe sunt (enumerate după numărul de locuitori): Indianapolis, Detroit, Milwaukee, Kansas City, Omaha, Minneapolis, Wichita, St. Louis, St. Paul, and Cincinnati.

- Fiind unul dintre cele mai importante centre financiare la nivel global, Chicago găzduiește sediul filialei Rezervei Federale a SUA. De asemenea, este sediul central pentru Chicago Stock Exchange, Chicago Board Options Exchange (CBOE) și Chicago

Mercantile Exchange ("Merc"), care este deținută de Chicago Board of Trade (CBOT) împreună cu grupul CME din Chicago. În plus, Grupul CME deține New York Mercantile Exchange (NYMEX), Commodities Exchange Inc. (COMEX) și indicele Dow Jones. De asemenea, în Chicago au sediul central unele dintre cele mai mari companii din lume, precum (Boeing, Sears, Walgreens, Motorola Solutions, Allstate, Kraft, Abbott Laboratories, McDonalds, United Airlines, Archer Daniels Midland etc).

- Chicago rămâne centrul economic cel mai important al acestei regiuni, aici regăsindu-se și cel mai mare centru expozițional - McCormick Place, specializat în organizarea manifestărilor expoziționale, congreselor și conferințelor: Chicago Auto Show (anual, în luna februarie), International Home and Housewares Show (anual, în luna martie), National Restaurant Association (anual, în luna mai), Institute of Food Technologists (anual, în luna iulie), IMTS International Machinery Technology Show (din doi în doi ani, în anii pari, în luna septembrie), precum și Fabtech International (din doi în doi ani, în anii impari, în luna noiembrie). În ultimii ani, activitatea centrului s-a extins însă și include și manifestări promoționale dedicate energiei regenerabile, produselor organice și articolelor pentru casă și cadouri.

- Zona metropolitană din Detroit este a doua ca mărime în Midwest, cu un PIB de 268 miliarde de dolari. Detroit este sinonim cu industria auto din America unde își au sediul central cele trei mari companii din SUA - GM, Ford și Chrysler. Orașul este de asemenea unul dintre cele mai mari porturi ale SUA, numai pe Podul Ambasador fiind transportate 25% din totalul comerțului dintre Canada și Statele Unite. În 2013, orașul Detroit a depus dosarul pentru faliment, devenind cel mai mare oraș care intră în faliment din istoria Statelor Unite.

- Minneapolis / St. Paul este a treia cea mai mare zonă metropolitană din Midwest cu un PIB de aproximativ 264 miliarde de dolari. Aici își au sediul central unele dintre cele mai mari companii din SUA din comerțul cu amănuntul, precum Target și Best Buy. De asemenea, au sediul central și alte câteva companii multinaționale, cum ar fi: 3M, Xcel Energy, US Bancorp, PepsiAmericas, Medtronic și General Mills.

Interes pentru România.

Zona prezintă interes pentru România în principal pentru sectorul de înalte tehnologii și bio-tehnologii considerate ca reprezentând factori deosebiți ai creșterii economice și care au o prezență puternică în Midwest. Chicago este gazda multor companii farmaceutice din lume, inclusiv Abbott, Baxter, Hospira, Takeda și GE Health. De asemenea, sectorul IT este o componentă importantă prin prezența Motorola Solutions, Google, Groupon și Grubhub. În Indianapolis are sediul compania farmaceutică Eli Lilly încă din 1876, iar în Cincinnati se află Procter & Gamble din 1837. Minnesota este un centru global pentru dispozitive medicale, iar St. Louis este cunoscut pentru agro-tehnologie.

Midwest are una dintre cele mai avansate infrastructuri de telecomunicații din S.U.A. și din America de Nord. Unii dintre cei mai importanți operatori de telefonie din țară și furnizori de telecomunicații sunt situați în Midwest, cu venituri totale de peste 82 miliarde de dolari. Unul dintre cele mai mari centre de stocare a datelor, Lakeside Technology Center, este situat în Chicago. Companiile de vârf Motorola și U.S Cellular au sediul în Chicago, în timp ce Sprint este localizat în Kansas City. Există multe oportunități pentru comercializarea tehnologiilor software referitoare la digital marketing și strategiile aferente.

Pe domenii de activitate, activitățile cu potențial de creștere în regiune sunt grupate după cum urmează:

Illinois - medicamente bio sintetizate, asigurari, servicii financiare, dispozitive medicale, distribuție și comerț electronic;

Michigan - industria auto, industria prelucrătoare, servicii profesionale pentru afaceri, tehnologia prelucrării metalelor, educația și cercetarea;

Indiana - medicamente bio sintetizate, industria prelucrătoare, producția de petrol și gaze, siderurgia, educația și cercetarea;

Minnesota - servicii profesionale pentru afaceri, dispozitive medicale, servicii IT, distribuție și comerț electronic, servicii de marketing și design;

Wisconsin - fabricarea hârtiei și a ambalajelor, fabricarea și procesarea alimentelor, servicii IT, siderurgie, servicii și produse agricole;

Iowa - servicii financiare, asigurări, fabricarea și procesarea alimentelor, servicii și produse agricole, industria prelucrătoare;

Missouri - industria auto, industria aeronautică și de apărare, servicii profesionale pentru afaceri, servicii financiare, servicii IT.

D. Regiunea de Vest

Se află în jurisdicția BPCE Los Angeles și este formată dintr-un grup de 11 state americane (Arizona, California, Colorado, Idaho, Montana, Nevada, New Mexico, Oregon, Utah, Washington și Wyoming) având ca principale caracteristici următoarele:

- Regiunea de Vest are cea mai vastă reprezentare, acoperind mai mult de jumătate din suprafața terestră a Statelor Unite, cu o suprafață de 1.751.053,31 sq mi (5.535.207,3 km²) este, de asemenea, cea mai diversificată din punct de vedere geografic, încorporând cele mai înalte zone montane (inclusiv Munții Stâncoși și Sierra Nevada), Marea Câmpie și toate zonele deșertice deșerturile Mojave, Sonoran, Marele Bazin și Chihuahua. Regiunea este împărțită în două unități mai mici sau diviziuni de către Biroul de recensământ din S.U.A.: Statele de munte - Montana, Wyoming, Colorado, New Mexico, Idaho, Utah, Arizona și Nevada și Pacific - Washington, Oregon, California.

- Regiunea este compusă din state puternice care dețin o combinație de industrii tradiționale, high-tech, servicii și agricultură. Între acestea California este de departe cel mai mare stat (inclusiv din SUA), ocupând locul 1 atât în ceea ce privește populația, cât și PIB-ul, producția agricolă și comerțul internațional (locul 2 la total exporturi, după statul Texas). Se apreciază că diversitatea forței de muncă, a industriilor și a serviciilor, precum și a facilităților acordate de unele state, vor contribui la menținerea ritmului de creștere a acestei regiuni în următorii 5 ani.

- Populație: 78,35 mil. (cca 24,5% din total SUA, conform estimărilor din anul 2019); populația a crescut cu peste 11% în ultimii 10 ani). Zona de Sud și de Vest ale Statelor Unite au continuat să aibă orașele cu cea mai rapidă creștere a țării între 2017 și 2018, conform estimărilor populației din anul 2019.

Scăderile creșterii naturale și migrației internaționale nete au dus la o încetinire treptată a creșterii populației naționale în acest deceniu, potrivit estimărilor populației Biroului de Recensământ al SUA

În ajunul următorului deceniu, estimările populației din 2019 arată că creșterea națiunii continuă să încetinească: populația SUA este la 328,2 milioane, în creștere cu 0,48% din iulie 2018. Creșterea a încetinit în fiecare an din 2015, când populația a crescut cu 0,73% fata de anul precedent. Migrația internațională, cealaltă sursă de creștere a populației, a scăzut treptat în fiecare an din 2016. Între 2018 și 2019,

populația a crescut cu 595.000 din cauza migrației internaționale nete, comparativ cu 1.047.000 în anul 2016.

Populația medie în Regiunea de Vest este de 45 locuitori/sq mi. (17 locuitori/km²), California cu 254,3 locuitori/sq mi. (98 locuitori/km²) și Washington cu 115 locuitori/sq mi. (44 locuitori/km²) depășesc media națională de 92,9 locuitori/sq mi. conform datelor statistice din 2019.

Cel mai mare oraș din regiune este Los Angeles (13.340.068 locuitori împreună cu zona metropolitană) alte orașe de pe Coasta de Vest includ San Diego, San Jose, San Francisco, Oakland, Bakersfield, Sacramento, Seattle, Tacoma, Portland și San Bernardino. Orașele proeminente din statele montane includ Denver, Colorado Springs, Phoenix, Tucson, Albuquerque, Las Vegas, Salt Lake City, Boise, El Paso și Billings.

California a devenit statul cel mai populat și una dintre primele 10 economii din lume, situându-se pe locul 5 în anul 2019 cu un PIB de 3,137 trilioane dolari în 2019, și o creștere a acestuia cu 2,9% fata de anul precedent.

PIB-ul total SUA a crescut cu 4,1% (848,8 miliarde de dolari), în 2019, până la un nivel de 21,43 miliarde de dolari, comparativ cu o creștere de 5,4% sau 1.060,8 miliarde de dolari în 2018.

- PIB total: 5387,99 miliarde dolari, reprezentând 25,14% din total PIB SUA; PIB/capita: cca 60.228 \$, situându-se peste media SUA de 57.638 dolari în 2016). Ritmul mediu anual de creștere a PIB se va menține ridicat și în următorii ani, mai ales în state precum California (care contribuie cu peste 58% la PIB-ul regiunii), Washington, Colorado, Oregon.

Produsul intern brut brut (PIB) a crescut în toate cele 11 state din regiunea de vest în anul 2019, potrivit statisticilor SUA. Creșterea PIB-ul real a variat de la 3,8% în Washington și Utah, 3,7% în New Mexico, 3,5% în Colorado, 3,3% în Wyoming, 3,1% în Arizona, 2,9% în Nevada, 2,8% în Idaho, 2,6% în California, 2,7% în Oregon și până la 2,1% în Montana. În anul 2019, sectorul comerțului cu amănuntul a crescut cu 7,4% la nivel național și a contribuit la creșterea PIB total în toate cele 11 de state.

Finanțele și asigurările au crescut cu 5,1% la nivel național și au contribuit la creșterea PIB în toate cele 11 state, dar statul lider în acest sector este Arizona, al treilea stat cu cea mai rapidă creștere.

În sectorul guvernamental, creșterea a fost de 2,7 la sută la nivel național iar statul cu cel mai mare aport la PIB, a fost Utah, al doilea stat cu cea mai rapidă creștere.

Datele recente arată că cele unsprezece state care cuprind această regiune au generat peste 25% din totalul produsului intern brut al SUA. Numai California a generat peste 14,64% din producția totală de bunuri și servicii din S.U.A., ocupând primul loc în PIB în Statele Unite, cu o producție totală de peste 3137 miliarde de dolari, devenind astfel cea de-a 5-a economie din lume.

Analiza creșterii economice recente în Regiunea de Vest și modul în care sunt protejate terenurile publice din regiune îi conferă un avantaj competitiv privind crearea locurilor de muncă și un venit mai mare pe cap de locuitor, acest lucru reflectându-se asupra economiilor celor 11 state.

Din 2015 până în 2019, economia Regiunii de Vest, a depășit restul economiei Statelor Unite în măsuri cheie de creștere - populație, ocuparea forței de muncă și venituri personale reale; industriile serviciilor și salariile mai mari, au condus la creșterea locurilor de muncă, diversificând economia regiunii.

Serviciile cuprind o serie de sectoare, de la industriile cu salarii mici, precum serviciile de cazare și alimentație, până la industrii cu salarii mari, cum ar fi serviciile

profesionale și tehnice, inclusiv arhitecți, ingineri și programatori de calculatoare. În Regiunea de Vest, șase sectoare de servicii plătesc în medie salarii mai mari decât câștigurile totale pe loc de muncă pentru toate industriile private: informații; finanțe și asigurări; managementul companiilor și întreprinderilor; servicii profesionale, științifice și tehnice; comerț cu ridicata; și utilități.

În 2019, California a avut cel mai mare număr de angajați din Statele Unite, cu aproximativ 18,63 milioane.

Industria serviciilor sunt cel mai mare sector al ocupării forței de muncă, reprezentând 72% din creșterea globală a industriei serviciilor. Cea mai rapidă creștere a fost în domeniul asistenței medicală și sociale 60%; imobiliare, închirieri & leasing și servicii profesionale, științifice și tehnice.

Statele cu cele mai puternice economii din Regiunea de Vest sunt California (58.3%), Washington (11.13%), Colorado (7,24%) și Arizona (6,80%).

Prețurile bunurilor de consum din regiunea de Vest au crescut cu 4,3% în anul 2019, creștere influențată de prețurile mai mari pentru locuințe, alimente și îmbrăcăminte. Prețurile la energie au scăzut cu 18,7% în cursul anului, în mare parte datorită prețurilor mai mici la benzină (-32,7%). Prețurile gazelor naturale au crescut cu 7,1%, iar prețurile pentru energie electrică au crescut cu 2,7 la sută în 2019.

Pe parcursul anului, prețurile pentru toate produsele, mai puține produse alimentare și energie a crescut cu 1,9%. Printre componentele care au contribuit la aceasta creștere s-au numărat asistența medicală (6,2%), mobilași servicii gospodărești (3,7%) și locuințe (3,3%).

Interes pentru România.

Export de *bunuri de consum* (confecții de calitate superioară, încălțăminte, sticlărie, alimente și băuturi) și *industriale* (avioane de antrenament, componente de avioane, motoare electrice, componente industriale), precum și *export de servicii* (în principal IT) și *atrageră de investiții și de tehnologii din domeniul high-tech, medical sau electronic*. Cele mai importante produse exportate sunt uleiuri rafinate de petrol, automobile, piese auto și accesorii, circuite electronice integrate, telefoane mobile. Coasta de Vest reprezintă în același timp și "motorul" industriei mondiale de software și poate constitui un model de urmat pentru firmele românești din domeniu, aflate în expansiune atât pe piața internă, cât și pe cea externă. De asemenea, în această zonă există o anumită "concentrare" de evenimente de promovare comercială de mare anvergură (târguri și expoziții internaționale) în sectoare precum textile și confecții, mașini-unelte, autoturisme, mobilă și tehnologia informației, care pot constitui rampe de lansare corespunzătoare pentru agenții economici din România, interesați de a-și extinde afacerile pe piața nord-americană, Softwin SA și Gecad SA care, în 2007 (iar CoSoSys în 2008) au deschis în Silicon Valley reprezentanțe proprii pentru promovarea produselor de securitate IT- *Bit Defender*, respectiv pentru promovarea produsului *Avangate* utilizat de vânzătorii de software on-line), UiPath - primul unicorn românesc evaluat la aproximativ 1,1 miliarde dolari care are peste 100 angajați în SUA.

ECONOMIA SUA

Produsul intern brut al SUA a marcat o creștere de 2,3 %, în 2019, comparativ cu 2,9% în 2018.

Rata șomajului s-a cifrat la 5,0% la finele anului 2019, în creștere de la 3,8% la sfârșitul anului 2018.

Rata inflației s-a situat, în 2019, la 2,28%, în creștere ușoară, de la 2,1%, la finele anului anterior.

Producția industrială a înregistrat o primă scădere lunară, pe parcursul lunii decembrie 2019 (-0,3%), tendință care a continuat și primele 4 luni ale anului 2020 (în timpul epidemiei de Coronavirus), primele semne pozitive, în ceea ce privește acest index economic înregistrându-se în luna mai, care a consemnat o creștere de 1,4%.

Ratele dobânzilor. FOMC a ridicat *rata fondurilor federale* (rata primară a dobânzii) la 2,41%, rată valabilă la 1 iunie 2020, media pe termen lung fiind de 3,8%, în creștere de la 2,15% în urmă cu un an.

Prețurile la țiței și gaze. Prețul mediu al țițeiului este de 33,70 dolari/baril, în semestrul I 2019 (țițeiul Brent-Marea Nordului). Țițeiul din Texas va avea un preț mediu cu circa 3 dolari/baril mai scăzut decât țițeiul Brent.

	SUA (US)
Date geografice, demografice și politice:	
Denumirea oficială:	Statele Unite ale Americii
Capitala:	Washington, DC
Populație (milioane locuitori):	332,6
Suprafața (km ²):	9.833.517
Principalul grup religios:	protestanți 46,5%
Forma de guvernământ:	republică federală constituțională
Ponderea populației care trăiește sub pragul național de sărăcie (%):	15,1%
State dintre cele analizate cu care există dispute teritoriale:	Canada, Federația Rusă, Haiti, Cuba, Insulele Marshall, Insula Tokelau
Date economice:	
Poziția în topul mondial d.p.d.v. al valorii totale a PIB:	1
PIB total în 2017 (miliarde USD):	19.360
PIB per capita în 2017 (USD):	59.500
Rata de creștere a PIB în 2016 (%):	1,6%
Rata de creștere a PIB în 2017 (%):	2,3%
Structura PIB în 2017:	
- Agricultură (%):	0,9%
- Industrie (%):	18,9%
- Servicii (%):	80,2%
Deficit / excedent bugetar în 2017 (% din PIB):	-3,4%
Datoria publică în 2017 (% din PIB):	77,4%
Rata șomajului în 2017 (%):	4,4%
Exporturi totale în 2017 (miliarde USD):	1.416
Importuri totale în 2017 (miliarde USD):	2.342
Balanța comercială în 2017 (miliarde USD):	-926

Date privind relațiile economice și comerciale cu România:	
Valoarea exporturilor României în 2019 (milioane USD):	1.465
Evoluția exporturilor României față de anul precedent (%):	-6,7%
Valoarea importurilor României în 2019 (milioane USD):	904
Evoluția importurilor României față de anul precedent (%):	-14,7%
Totalul schimburilor comerciale bilaterale (milioane USD):	2.369
Balanța schimburilor comerciale bilaterale (milioane USD):	-9,9
Capital social total subscris în România la 31.12.2019 (milioane USD):	1.143
Număr de companii cu participare de capital la 31.12.2019:	7.921

CONSTITUIREA SOCIETĂȚILOR ȘI REPREZENTANȚELOR COMERCIALE

Pașii de urmat pentru deschiderea unei afaceri cu sediul în SUA pentru cetățenii străini (detaliile pot fi regăsite în anexa 2):

1. Alegerea formei juridice de organizare a firmei

Majoritatea cetățenilor străini aleg să înființeze o corporație de tip C (C Corporation) - o formă de înregistrare juridică unde profiturile sunt impozitate de două ori: inițial, la nivel corporativ, înainte de remiterea către acționari sub formă de dividende; ulterior, la nivel individual, acționarii sunt supuși impozitării pe veniturile personale, în funcție de nivelul dividendelor primite. Corporațiile de tip C sunt diferite de societățile de tip S (firme cu mai puțin de 100 de acționari care în anumite condiții stabilite de Fisc (IRS) sunt impozitate în calitate de ,parteneriate’) și societățile cu răspundere limitată (LLC), care separă și ele activele unei companii de acționari, dar au structuri juridice și regim fiscal diferite. În ciuda dezavantajului aparent legat de dubla impozitare, legea permite reinvestirea profiturilor în cadrul companiei la un nivel de impozitare mai mic. Totodată, în multe cazuri, managerii financiari ai firmei au posibilitatea de a deduce cheltuielile cu salariile sau cu investițiile, eliminând astfel o parte din obligațiile fiscale care decurg din dubla impozitare.

2. Alegerea statului federal pentru înregistrarea companiei

De obicei, înregistrarea firmei se face în statul unde firma își desfășoară activitatea. Pe de altă parte însă, dacă activitatea firmei are amploare regională sau națională, acționarii beneficiază de opțiunea înregistrării în state unde costurile de înregistrare sunt mai avantajoase iar regimul juridic local oferă protecție suplimentară acționarilor. În Delaware sau Nevada, de exemplu, nu se solicită o adresă fizică locală sau cont bancar la momentul înregistrării firmei.

3. Înregistrarea propriu-zisă

Formularele și celelalte cerințe pentru înregistrarea unei entități comerciale variază în funcție de stat. Spre exemplificare, vă prezentăm procedurile din statul Delaware, care servește drept model simplificat pentru multe state ale Uniunii:

a) Alegerea numelui companiei

b) Selectarea unui agent înregistrat, autorizat să primească și să transmită documentele legale ale firmei (cu excepția Californiei, o companie care deține și o adresă fizică în statul respectiv poate fi propriul său agent)

c) Compania completează un certificat de constituire (Certificate of Incorporation), care conține numele companiei, numele și adresa agentului său înregistrat, valoarea totală și valoarea nominală a acțiunilor pe care societatea este autorizată să le emită, precum și numele și adresa de corespondență ale firmei. Taxele încep de la 89 USD și cresc în funcție de volumul de acțiuni emise sau de capitalul subscris.

d) După încorporare, administratorul firmei are obligația să depună un formular general (50 USD) și să plătească impozitul anual pe franciză (valoare minimă 175 USD). În general, documentația necesară înregistrării este simplă, iar statele (de obicei prin intermediul biroului secretarului lor de stat) pun la dispoziția celor interesați ghiduri online.

4. Obținerea unui număr unic de identificare a angajatorului (Employer Identification Number - EIN)

Numărul unic de identificare a angajatorului este necesar nu doar pentru a face angajări de personal, ci și pentru a deschide un cont bancar, a plăti impozite sau pentru a obține o licență de afaceri, în multe cazuri. EIN poate fi obținut gratuit contactând direct fiscul (Internal Revenue Service - IRS).

SISTEMUL DE TAXARE ȘI DE COMERȚ

A. Apartenența la organizații economice globale și regionale

S.U.A. sunt membre ale următoarelor organisme internaționale:

- Organizația Națiunilor Unite (O.N.U.);
- Asociația Internațională pentru Dezvoltare (A.I.D.);
- Agenția Internațională pentru Energia Atomică (A.I.E.A.);
- Banca Mondială (WB)
- Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare (B.I.R.D.);
- Organizația Națiunilor Unite pentru Alimentație și Agricultură (F.A.O.);
- Fondul Internațional de Dezvoltare Agricolă (F.I.D.A.);
- Fondul Monetar Internațional (F.M.I.);
- Acordul General pentru Tarife și Comerț (G.A.T.T.), respectiv OMC;
- Organizația Interguvernamentală Consultativă a Navigației Maritime (I.M.C.O.);
- Organizația Aviației Civile Internaționale (O.A.C.I.);
- Organizația Mondială a Vămirilor (O.M.V.);
- Organizația Internațională a Muncii (O.I.M.);
- Organizația Meteorologică Mondială (O.M.M.);
- Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (O.M.P.I.);
- Organizația Mondială a Sănătății (O.M.S.);
- Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor (U.I.T.);
- Organizația Națiunilor Unite pentru Educație, Știință și Cultură (UNESCO);
- Uniunea Poștală Universală (U.P.U.);
- Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (O.C.D.E.);
- Conferința Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare (UNCTAD);
- Organizația Națiunilor Unite pentru Dezvoltare Industrială (ONUDI);
- Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (P.N.U.D.);
- Cooperarea Economică Asia-Pacific (C.E.A.P.)
- Alte circa 90 de organizații internaționale în cadrul cărora desfășoară activitate susținută, reprezentativă și cu o mare putere de influență.

B. Regimul investițiilor străine. Restricții și obligații

SUA reprezintă, în același timp, cel mai mare investitor direct în străinătate și cel mai mare beneficiar de investiții străine directe din lume. În această dublă calitate, în general, SUA nu au aplicat, până în prezent, restricții semnificative investițiilor străine și chiar le-au încurajat și facilitat, pornind de la premiza că afluxul de capital străin contribuie la sporirea PIB și la crearea de noi locuri de muncă.

În acest sens SUA a încheiat acorduri bilaterale cu o serie de state în *domeniul imigrației* (derogările de la cerințele de viză) și *al impozitării* (evitarea dublei impuneri)². Aceste acorduri, precum și Constituția SUA (în special cel de-al XIV-lea amendament) creează un cadru care, în foarte multe cazuri, permite depășirea anumitor restricții impuse investițiilor străine.

² Între România și SUA există o Convenție bilaterală pentru evitarea dublei impuneri și prevenirea evaziunii fiscale semnată la 4 decembrie 1973 și intrată în vigoare la 26 februarie 1975

De asemenea, prin intermediul corporațiilor de dezvoltare economică, care au fost create în fiecare stat american, sunt acordate diverse facilități și stimulente pentru investițiile străine efectuate la nivel regional sau local.

Cu toate acestea, în anumite domenii (industria de apărare, televiziune, companii aviatice etc.) există și *restricții specifice* impuse din considerente de securitate națională, menținerea avantajului tehnologic al SUA față de principalii săi concurenți, interese economice sau reciprocitate.

De asemenea, administrația Trump a adoptat recent un pachet legislativ fiscal care vizează stimularea investițiilor pe teritoriul american și crearea de noi locuri de muncă. Prezentăm mai jos principalele caracteristici:

I. Impozitul pe cifra de afaceri

Noua lege fiscală scade nivelul maxim al impozitului pe profit, de la 35% la 21%, cea mai mică valoare înregistrată după 1939. Conform estimărilor din piață, impactul la buget va fi minim, pentru că majoritatea firmelor americane plătesc, în medie, o rată efectivă de 18%, chiar dacă Statele Unite înregistrează unul dintre cele mai ridicate niveluri de impozitare din lume.

Legea permite creșterea nivelului deducerilor standard la 20%, pentru așa-numitele companii *pass-through*. Acestea includ societățile cu acționariat unic, parteneriatele, societățile cu răspundere limitată și corporațiile S³ - companiile imobiliare, fondurile speculative și fondurile de investiții cu capital privat. Sunt eliminate deducerile pentru profesioniștii din domeniul serviciilor, care încasează venituri de peste 157 mii USD/an/persoana (sau 315 mii USD/an/familie),

Legea limitează capacitatea corporațiilor de a deduce cheltuielile cu dobânzile până la nivelul de 30% din venituri. În primii patru ani, venitul se calculează în funcție de EBITDA (respectiv volumul total de venituri, înainte de deducerea dobânzilor la creditele primite, impozitelor și taxelor, precum și a cotelor de amortizare a activelor fixe), iar, începând cu cel de-al cincilea an, calculul veniturilor se bazează pe câștigurile nete (fără dobânzi și impozite). Specialistii apreciază că măsura va scumpi împrumuturile pentru firmele din domeniul financiar.

Legea permite firmelor să deducă costul activelor amortizabile într-un an, în loc să le amortizeze pe parcursul mai multor ani. Pentru a se califica, aceste active trebuie să fie achiziționate în intervalul 27 septembrie 2017 - 1 ianuarie 2023.

Legea înăsprește condițiile de redistribuire a profiturilor sub formă de bonus-uri de performanță. Bonus-urile de performanță sunt impozitate cu 23,8%, în timp ce impozitul pe venit este de 39,6%. În prezent, firmele trebuie să dețină activele timp de un an pentru a beneficia de rata mai avantajoasă, dar noua lege extinde termenul până la trei ani. Acest lucru ar putea afecta fondurile speculative, care tind să comercializeze frecvent, dar nu ar afecta fondurile de capital privat, care păstrează activele timp de aproximativ cinci ani. Impactul la buget înseamnă venituri suplimentare estimate de 1,2 miliarde de dolari.

Legea elimină taxa minimă alternativă - AMT⁴. Până acum, AMT-ul corporativ

³ Entitățile fiscale *pass-through* și *corporațiile S* nu plătesc impozite pe profit la nivel corporativ. În schimb, veniturile corporative sunt alocate între proprietari, iar impozitele pe profit sunt percepute numai la nivelul proprietarilor individuali și asociate declarațiilor de venit individual

⁴ Taxa minimă alternativă individuală (AMT) operează alături de impozitul obișnuit pe venit. În funcție de venitul anual obținut, o parte dintre contribuabili trebuie să-și calculeze povara fiscală de 2 ori - o dată pe baza regulilor pentru impozitul pe venit și o dată pe baza regulilor AMT - urmând ca apoi să plătească suma mai mare.

însemna o rată de impozitare de 20% care intra în vigoare automat în cazul în care povara fiscală a unei firme scădea (după deduceri, etc) sub 20%. În cadrul AMT, companiile nu aveau voie să deducă cheltuielile de cercetare și dezvoltare, sau cele cu investițiile, atunci când operau în zone defavorizate. Se estimează că eliminarea AMT pentru firme va crește deficitul bugetar cu 40 mld. USD.

Legea Trump pledează pentru schimbarea actualului sistem de impozitare "global" cu unul "teritorial". În cadrul sistemului 'global', multinaționalele sunt impozitate pe baza veniturilor obținute în străinătate în momentul în care își repatriază profiturile, dar multe corporații optează să-și lase profiturile la sursă. În cadrul sistemului 'teritorial', nu vor mai fi impozitate profiturile corporațiilor multinationale obținute în străinătate, în speranța că profitul va fi reinvestit în Statele Unite. Se estimează că această măsură va aduce beneficii majore companiilor farmaceutice și celor de IT.

Legea permite companiilor să repatrieze o sumă de aproximativ 2,6 trilioane de dolari, deținută în depozite din străinătate, platind o cota unică de 15,5% pentru numerar și 8% pentru echipamente. Specialistii afirmă că o măsură similară, implementată în 2004, și-a ratat obiectivele, pentru că firmele au distribuit atunci numerarul repatriat către acționari, nu către angajați. În schimb, repatrierea ar putea duce la creșterea randamentelor la bonuri de trezorerie (T-Bills), pentru că, în general, firmele își păstrează lichiditățile în bonuri de trezorerie cu scadența la 10 ani. O vânzare masivă ar duce la o creștere bruscă și semnificativă a randamentelor acestora.

Legea permite exploatarea petrolului în Parcul Național Arctic - Arctic Wildlife Refuge. Se estimează că măsura va crește veniturile bugetare cu 1,1 miliarde de dolari în următorii 10 ani. Cu toate acestea, exploatarea petrolului în parcurile naturale nu e profitabilă până când prețul petrolului nu atinge cel puțin 70 de dolari pe baril.

Legea menține creditele fiscale pentru vehiculele electrice și fermele eoliene.

Legea reduce nivelul deducerilor fiscale, de la 50% la 25%, pentru cercetări medicale care vizează producerea de medicamente pentru tratarea bolilor rare.

Legea reduce așa-numitele 'taxe pe păcat': taxele pe bere, vin și băuturi alcoolice.

Totodată, din punctul de vedere al firmelor înregistrate în UE, reforma fiscală introduce două dispoziții care pot constitui o preocupare potențială, din perspectiva discriminării și, prin extensie, a compatibilității cu OMC.

1. Taxa de combatere a abuzurilor (BEAT) este o taxă aplicată tuturor plăților efectuate de companii multinaționale, cu sediul în SUA și străinătate, unei companii străine afiliate, cu excepția celor implicate în producția bunurilor comercializate, peste un prag al veniturilor brute anuale de 500 milioane USD (pe o perioadă de 3 ani). Această taxă nu s-ar aplica plăților similare dintre două filiale ale unei companii multinaționale din SUA. Măsura ar putea genera o discriminare și o incompatibilitate cu normele OMC, deoarece această taxă ar putea fi, în anumite cazuri, impusă achizițiilor din străinătate, în timp ce achizițiile efectuate pe piața internă ar putea fi exceptate. Totodată, noua măsură ar putea conduce la situații de dublă impunere și ar putea afecta plățile intragrup.

2. Sistemul global de venituri intangibile reduse (GILTI) prevede că companiile americane trebuie să declare, în calitate de dividend considerat, venitul pe care companiile lor afiliate din străinătate îl obțin din venitul necorporal (există un credit fiscal pentru impozitele plătite în jurisdicția compania străină afiliată). Cu toate acestea, măsura prevede, de asemenea, o deducere pentru venitul intangibil derivat

din străinătate (FDII), egal cu 37,5% din venitul intangibil al corporației din S.U.A., înmulțit cu raportul dintre exporturile de bunuri și servicii ale societății americane și venitul brut (minus câteva excepții). Deducerea pentru venitul intangibil derivat din străinătate pare să aplice tratamentul fiscal preferențial pentru o gamă mai largă de proprietăți intelectuale decât alte regimuri acceptate pe plan internațional. Se pare că tratamentul fiscal preferențial ar fi, de asemenea, acordat proprietății intelectuale care a fost inițial creată în afara SUA. Această măsură pare să ducă la o subvenție la export, deoarece veniturile din exporturile de drepturi de proprietate intelectuală și bunuri ar fi impozitate mai puțin decât veniturile generate de vânzările interne. Faptul că deducerea ar depinde de performanța la export și este disponibilă doar pentru exporturi, pare să fie o subvenție interzisă de Acordul OMC privind subvențiile și măsurile compensatorii.

II. Zone de oportunități (echivalentul Zonelor defavorizate)

Stimulentele fiscale acordate în cadrul așa-numitelor Zone de oportunitate reprezintă nou instrument destinat investițiilor, stabilit de Congres prin Legea reducerilor fiscale și a locurilor de muncă din 2017 pentru a încuraja investițiile pe termen lung în comunitățile urbane și rurale cu venituri mici, la nivel național. Zonele de oportunitate oferă un stimulent fiscal pentru investitori pentru a-și reinvesti câștigurile de capital nerealizate în așa-numitele fonduri de oportunitate dedicate.

Guvernatorii statelor pot decide să desemneze până la 25% din total zone eligibile, care să fie considerate ca Zone de oportunitate, ținând cont de ultimele date statistice referitoare la veniturile populației din aceste regiuni; zone considerate a fi eligibile sunt cele în care rata sărăciei individuale este de cel puțin 20% sub venitul mediu familial local și nu mai mare de 80% din acest venit mediu.

Până la 5% din totalul acestor zone, care nu se încadrează totuși în segmentul zonelor cu venituri reduse, pot beneficia de o excepție, în cazul în care venitul mediu al unei familii nu depășește 125% din venitul mediu al unei familii obișnuite din regiunea geografică extinsă în care se situează potențiala Zonă de oportunitate.

Fondurile de oportunitate sunt vehicule de investiții, organizate ca niște corporații, practic, sau parteneriate, care să încurajeze investițiile în Zonele de oportunitate desemnate.

III. Restricții privind investițiile străine

La nivel federal, restricții pentru investițiile străine au fost impuse, în principal, datorită preocupărilor în ceea ce privește securitatea SUA și protecția resurselor naturale.

Unele dintre restricțiile impuse investițiilor străine în SUA își au originea în măsurile protecționiste din era marii Depresiuni economice.

În afară de aceasta, în virtutea legislației din 2007 intitulată Foreign Investment and National Security Act, Departamentul Trezoreriei, prin intermediul CFIUS (Committee on Foreign Investment in the United States) revizuieste periodic o serie de tranzacții majore legate numai de transferul proprietății sau controlului asupra unor companii sau organizații americane existente (nu și asupra investițiilor noi), în principal acolo unde se consideră că tranzacțiile respective pot constitui un risc pentru securitatea națională a SUA.

Această legislație a apărut și ca răspuns la preocuparea crescută a opiniei publice americane în cazul unor tranzacții precum tentativa de preluare de către China National Offshore Oil Corporation a UNOCAL (companie petrolieră cu sediul în California) și cea a preluării operatorului portuar nord-american P&O de către Dubai

Ports World. Ea impune un nou set de reglementări, mai precise, cu privire la raportarea investițiilor străine către CFIUS. Cel mai recent exemplu de folosire a acestei legislații chiar în timpul actualei administrații Trump este din martie 2018, atunci când preluarea liderului în telecomunicații Qualcomm de către o companie din Singapore (preluare estimată la o valoare de 142 miliarde dolari) a fost stopată, la sesizarea CFIUS, prin ordin executiv al președintelui, pe motivul reducerii avantajului tehnologic al SUA și diminuării securității naționale.

Recent, în Congresul SUA s-au introdus modificări la *Foreign Investment Risk Review Modernization Act* prin care se dorește modernizarea și întărirea autorității CFIUS (Committee on Foreign Investment in the United States) astfel încât acesta să poată să protejeze mai eficient împotriva riscurilor la adresa securității naționale a SUA puse de anumite tipuri de investiții străine. Potrivit unui comunicat de presă, această lege va extinde jurisdicția CFIUS, va actualiza definirea “tehnologiilor critice” pentru a include tehnologiile emergente care pot fi esențiale pentru menținerea avantajului tehnologic al SUA asupra altor țări care constituie amenințări, va adăuga noi factori de securitate națională în procesul de analiză (a proiectelor de investiții străine) și va întări capacitatea guvernului de a proteja infrastructura critică împotriva perturbărilor cauzate de guverne străine.

Chiar dacă în SUA nu există un regim general de licențiere a investițiilor străine, investițiile anumitor țări (Cuba, Iran, Irak, Coreea de Nord, Libia și Sudanul de Nord) sunt supuse unui regim specific de licențiere.

Legea privind modernizarea Actului privind investițiile străine din SUA a fost modificată, cu sprijin bi-partizan și votată în intervalul iulie-august 2018.

Restricțiile specifice diferitelor sectoare de activitate sunt, după cum urmează:

a. Sectorul telecomunicațiilor

Legea telecomunicațiilor, în vigoare din 1934 (amendată în 1996), restrânge proprietatea străinilor, operarea și controlul posturilor de radio și televiziune în SUA. Pe lângă licența de emisie eliberată de *Federal Communications Commission* (FCC) există cerința ca și solicitantul să fie calificat și eligibil pentru a putea lucra în SUA. Licența de emisie poate fi eliberată, unui cetățean sau unei firme străine, numai după o analiză amănunțită efectuată de către Departamentul Justiției, FBI și Departamentul Securității Teritoriului Național. Prin companie străină se înțelege o companie care 1) are cel puțin un administrator străin, sau 2) dacă cel puțin 20% din acțiuni se află în posesia străinilor. În plus, o companie este străină 3) dacă este controlată de o altă companie, care are cel puțin un director executiv străin, sau 4) cel puțin 25% din administratori sunt străini, sau 5) la care străinii dețin cel puțin 25% din acțiuni.

În ceea ce privește companiile de comunicații comerciale prin satelit, acestea nu pot avea decât administratori și directori executivi americani, iar străinii, fie persoane fizice sau juridice, nu pot deține mai mult de 20% din acțiunile aflate pe piață. Referitor la companiile de telefoane, străinii, ca și naționali, pot desfășura astfel de activități numai după obținerea unui certificat emis de FCC. Există state unde legislația locală prevede ca acționarii acestor companii să aibă domiciliul în SUA.

Legea telecomunicațiilor din 1996 nu prevede posibilitatea respingerii acordării licenței companiilor doar în virtutea faptului că acestea au directori executivi sau membri ai consiliului de administrație cetățeni străini. FCC are autoritatea de a revizui unificările între firmele de telecomunicații, bazată pe principiul interesului

public, în care deținerea sau controlul de către străini este considerat un element de importanță majoră. În plus, comisiile de servicii publice din fiecare stat au autoritatea sa reglementeze unificările de firme din acest domeniu, cumpărările și operațiunile de finanțare din serviciile de comunicații interne ale statului respectiv. Aceste autorități de reglementare pot restricționa investițiile străine prin proceduri de certificare în momentul intrării pe piață și obligativitatea unor raportări, cu ocazia obținerii licenței, ca urmare a schimbării structurii controlului asupra companiilor.

b. Transporturi aeriene

Legea federală a aviației din 1958 interzice companiilor aeriene străine să se angajeze în operațiuni de transport intern în SUA. De asemenea, ea limitează orice control sau proprietate a străinilor asupra companiilor aeriene americane, impunând obținerea de către aceștia a unui certificat de utilitate publică și de necesitate pentru operarea unei companii aeriene naționale. Aceste certificate, totuși, nu pot fi obținute decât de către cetățenii americani, definiți după cum urmează:

- firmele în comandită sunt considerate americane dacă toți comanditarii și comanditații sunt cetățeni americani;
- o corporație sau asociație este considerată americană dacă ea este organizată în baza legilor SUA sau ale oricăruia dintre statele și teritoriile sale, dacă președintele firmei este cetățean american, dacă cel puțin două treimi din administratori și directori executivi sunt cetățeni americani și cel puțin 75% din drepturile de vot sunt deținute de cetățeni americani.

O companie de aviație străină poate opera pe liniile internaționale care deservesc orice aeroport din SUA, cu condiția să obțină un permis eliberat de Departamentul de Transporturi. În ceea ce privește aviația utilitară, orice avion care zboară în SUA trebuie înregistrat de către Federal Aviation Administration (FAA). Persoanele fizice și juridice străine pot înregistra un avion numai cu condiția ca persoana fizică să fie rezident permanent al SUA sau numai dacă persoana juridică controlată de străini este organizată și își desfășoară activitatea în mod legal în SUA, iar avionul are baza-și este folosit în permanență în SUA. Companiile aeriene de transport de mărfuri, precum și operatorii străini în charter sunt exceptați de la aceste reglementări și pot fi proprietatea-sau operați-de către cetățeni sau firme străine.

Acordul „open skies” (fazele I și II) dintre SUA și UE, semnat la Washington D.C. în 2007 și intrat în vigoare la 30 martie 2008 (faza I) și semnat și intrat în vigoare la 24 iunie 2010 (faza II) permite companiilor aeriene din cele două părți să efectueze zboruri directe între oricare aeroport de pe teritoriile lor (inclusiv Elveția-pentru aeronavele americane). Deși el permite companiilor americane să opereze transportul de pasageri și între aeroporturile europene, același lucru nu este valabil pentru companiile aeriene europene ce operează pe teritoriul SUA. Faza a II-a a acordului creează o serie de oportunități de investiții și acces pe piață și conține o serie de prevederi privind cooperarea în ceea ce privește cadrul de reglementare în ceea ce privește siguranța zborurilor și protecția mediului (la el au aderat ulterior și Norvegia și Islanda-țări non-UE).

c. Industriile maritime, de pescuit și transportul pe apă.

Legea Magnuson privind conservarea și administrarea pescuitului interzice navelor străine să pescuiască în scopuri comerciale în apele teritoriale ale SUA. Ele pot pescui în interiorul zonei economice exclusive, în limitele unor cote anuale, care acordă preferință navelor americane. Zona economică exclusivă este o suprafață

adiacentă apelor teritoriale ale SUA, întinzându-se pâna la 250 de mile de la țărm. Pentru a opera în aceasta zonă, navele străine trebuie să obțină un permis de la Secretarul pentru Comerț.

În general, numai navele americane pot pescui în apele teritoriale ale SUA și pot aduce peștele, prins în afara acestora, în porturile americane, cu excepția cazurilor în care există tratate bilaterale care prevăd în mod expres această posibilitate pentru navele altor state.

Înregistrarea navelor sub pavilionul SUA este posibilă numai în cazul în care 1) acestea nu au fost înregistrate în baza legislației din alte țări și 2) dacă sunt proprietatea SUA sau a unui stat component al SUA, 3) a unui cetățean SUA sau a unei societăți în comandită simplă unde toți membrii sunt cetățeni americani, 4) a unei corporații formată în SUA al cărei președinte sau președinte al consiliului de administrație sunt cetățeni americani și ai cărei administratori străini nu reprezintă decât o minoritate în cadrul numărului necesar obținerii cvorumului.

Navelor străine le este interzis să transporte pasageri sau bunuri între porturile SUA. Legea marinei comerciale din 1920 limitează transportul de mărfuri între porturile SUA la vasele cu pavilion american, construite în SUA și proprietate a cetățenilor americani. De asemenea, remorcarea și operațiunile de salvare nu pot fi desfășurate decât de nave americane.

Legea navelor din 1916 interzice transferul ambarcațiunilor către cetățeni străini fără aprobarea Administrației Maritime (MARAD).

d. Energie

Legea energiei atomice din 1954 limitează proprietatea asupra capacităților care utilizează sau produc materiale nucleare la cetățenii americani. De asemenea, legea prevede că o astfel de capacitate trebuie să aibă o licență eliberată de Nuclear Regulatory Commission (NRC); aceasta nu va elibera o astfel de licență unui străin sau unei firme controlate sau dominate de către o persoană fizică străină, de către o companie străină sau de către un guvern al altui stat. În plus, NRC controlează transferul, livrarea, importul și exportul materiilor și materialelor nucleare din și în SUA și permite astfel de activități numai dacă ele nu constituie un pericol pentru securitatea sau sănătatea publică.

Federal Energy Regulatory Commission (FERC) interzice, de asemenea, proprietatea, operarea sau construcția de baraje și lacuri de acumulare pentru producerea de energie electrică, de către străini sau de către entități străine.

e. Energie Regenerabilă

În acest sector nu există restricții specifice privind investițiile străine. Acest sector include companii implicate în producția și exploatarea echipamentelor generatoare de energie electrică din resurse regenerabile (solară, eoliană, bioenergie, geotermală și hidro). Energia regenerabilă a reprezentat 16% din totalul producției de energie în 2017.

Deși după retragerea din Acordul de la Paris privind mediul înconjurător a SUA de către administrația Trump, în 2017, și impunerea unor prevederi federale mult mai puțin stringente cu privire la emisiile de carbon-concomitent cu reînnoirea interesului pentru industria extractivă a cărbunelui-gradul de incertitudine din acest sector a crescut, administrația unor state au adoptat o serie de contramăsuri menite să încurajeze investițiile din aceste domenii și să mențină obiectivele unui mediu mai curat.

f. Petrol si gaze

Nu există restricții oficiale pentru participarea companiilor străine la producția, rafinarea sau distribuirea petrolului și a gazelor naturale. Exportul petrolului crud este permis, într-un cadru foarte restricționat, doar în condițiile stabilite de către Departamentul Comerțului (Department of Commerce) sau în cazul unor excepții foarte limitate. Pentru exportul gazelor naturale nu sunt atâtea restricții, dar companiile trebuie să obțină un permis în acest sens, de la Departamentul Energiei (Department of Energy). Conform estimărilor Agenției pentru Informații din domeniul Energiei (EIA), investițiile în producția de petrol și gaze naturale din resurse neconvenționale vor crește semnificativ în anii următori, în detrimentul celor din surse convenționale. Primul export de gaze naturale lichefiate către Uniunea Europeană s-a efectuat în aprilie 2016, ceea ce poate semnifica sfârșitul unei ere în care gazele rusești au dominat importul de gaze în UE.

Dacă în timpul administrației Obama forajele noi au fost descurajate sau interzise în multe zone din SUA, administrația Trump nu numai că nu descurajează dar a și stimulat industria autohtonă de petrol și gaze, care urmează să aducă, în maximum 2 ani, SUA, pe primul loc la producția de petrol, devânsând liderul mondial Rusia.

g. Concesiunile miniere

Legea minelor din 1872, Legea concesiunilor miniere din 1920 și Legea platoului continental limitează dreptul străinilor de a investi în zăcămintele miniere aflate pe teren federal sau să exploreze zăcămintele miniere. În general, numai un cetățean american sau o persoană care și-a declarat intenția de a deveni cetățean american poate investi sau explora zăcămintele miniere aflate pe terenuri ale guvernului. Cu toate acestea, persoane fizice sau juridice străine pot deține concesiuni miniere indirect, prin intermediul unei companii americane, dacă țara de origine oferă condiții de reciprocitate.

h. Bănci

Sectorul bancar este extrem de reglementat, atât la nivel național, cât și internațional. Toate băncile din SUA sunt coordonate, la nivel federal de către Federal Reserve Board (FRB sau FED), de către Office of the Comptroller of the Currency (OCC) și de către Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC), iar la nivelul statului care a aprobat crearea băncii, de către inspectorul bancar al statului respectiv.

Conform legii activității bancare internaționale, băncile străine care operează în SUA sunt supuse aceluiași restricții și au aceleași oportunități ca și băncile americane. Totuși, prin Legea intensificării monitorizării băncilor străine din 1991, a fost extinsă autoritatea FRB de a reglementa activitatea băncilor străine în SUA. În acest sens investitorii străini trebuie să obțină aprobarea FRB înaintea deschiderii de filiale, sucursale, agenții sau bănci de credit comercial. Procesul de aprobare a cererii de licență de către FRB impune ca banca străină să fie supusă unei "supravegheri sau reglementări complexe, pe o bază consolidată, de către autoritățile țării de origine". În plus, FRB examinează fiecare oficiu american al unei bănci străine, cel puțin odată pe an, și are puteri extinse de a efectua inspecții la agențiile și sucursalele băncilor străine înființate la nivel federal sau statal.

Deși nu există restricții generale privind proprietatea sau controlul băncilor americane, toți administratorii și președinții băncilor trebuie să fie cetățeni americani, iar majoritatea administratorilor trebuie să fie rezidenți ai statului unde se

află banca, sau pe o rază de maximum 100 de mile.

Legea Reigle Neal privind eficiența extinderii interstatale a activității bancare și a creării de sucursale, din 1994, a relaxat și mai mult operațiunile bancare la nivel național, atât pentru băncile străine, cât și pentru cele americane, permițând desfășurarea de activități bancare în mai multe state. De acest lucru beneficiază și băncile străine care, pe baza aprobării de către OCC și FRB pot stabili, achiziționa sau opera sucursale în aceeași măsură ca și băncile naționale (federale) sau statale.

Legea Glass Steagall a dat băncilor străine și americane, cu unele excepții, posibilitatea de a subscrie, vinde sau distribui valori mobiliare.

Legea Gramm-Leach-Bliley din 1999 a creat posibilitatea asocierii între bănci și societăți de asigurare, dă posibilitatea înființării unor societăți care să aibă activități bancare, vanzare, de asigurări, investiții imobiliare și alte activități complementare. De asemenea, această lege permite băncilor naționale să achiziționeze obligațiuni municipale. Legea restricționează difuzarea de informații privind clienții privați ai băncilor și prevăd pedepse penale pentru difuzarea unor astfel de informații către terți.

Actul de combatere a spălării internaționale de bani și de anti terorism financiar din 2001. Această lege este menită să împiedice teroriști sau alte persoane să utilizeze sistemul financiar american, să transfere în mod anonim fonduri obținute din sau destinate unor activități ilegale.

i. Asigurări

Activitatea companiilor de asigurări este extrem de atent reglementată la nivelul fiecărui stat, prevăzându-se inclusiv raportări financiare complexe legate cumpărarea unor societăți de asigurări și obligativitatea obținerii aprobării din partea comisarului pentru asigurări din statul respectiv. În unele state există restricții cu privire la cetățenia sau domiciliul administratorilor companiei de asigurări. De asemenea, există unele restricții legate de existența unei garanții colaterale din partea firmelor de asigurări străine care operează în SUA. Deși există restricționări, multe societăți de asigurări din afara SUA operează pe această piață.

j. Proprietăți imobiliare

Nu există restricții generale pentru străini de a avea în proprietate pământ în SUA, deși anumite legi restricționează persoanele, din țări cu care SUA sunt în conflict, să dețină proprietăți imobiliare, după cum se aplică restricții și pentru comerțul și turismul cu aceste țări. Anumite state americane impun restricții în ceea ce privește proprietatea străinilor asupra terenului agricol.

k. Construcții

Conform reglementărilor, în vigoare, firmele străine de construcții sunt obligate să înființeze sau să achiziționeze entități juridice americane, să subcontracteze lucrările cu firme americane sau să fie reprezentate de parteneri americani în joint ventures pentru a putea opera pe piața serviciilor pentru construcții din SUA. Importul de materiale de construcții se supune reglementărilor federale și ale statelor, privind agrementarea specifică fiecărui tip de material de construcție.

l. Sectorul agroalimentar

După adoptarea *Legii bioterorismului (Bioterrorism Act)* în 2002 și punerea în aplicare a acesteia, începând cu decembrie 2003, toate facilitățile de producție,

procesare și ambalare a produselor alimentare, atât de pe teritoriul SUA cât și din cele din străinătate, care intenționează să facă exporturi în SUA, sunt supuse unui proces de înregistrare la Administrația Alimentelor și Medicamentelor (FDA). Neînregistrarea duce la imposibilitatea realizării importului efectiv pe teritoriul SUA, și reținerea mărfurilor în vamă. Această înregistrare se poate face și online. De asemenea, firmele străine trebuie să desemneze un agent local (o firmă americană, de preferință) prin intermediul căreia să se desfășoare importurile. Respectivul prevede presupun, punctual, comunicarea prealabilă de informații detaliate despre natura importului de astfel de produse, prin intermediul agentului local, precum și anunțarea (tot prealabilă) a sosirii transportului în vama americană.

În 2011 Administrația Obama a introdus legislația numită *Food Safety Modernization Act* (FSMA) menită să adapteze prevederile legale din domeniu la cerințele privind protecția sănătății populației. Ca atare *Food and Drug Administration* (FDA) a fost însărcinată să elaboreze noi reglementări care să pună accentul pe prevenirea aspectelor cu impact socio-economic major apărute ca urmare a îmbolnăvirilor cauzate de alimente, înlocuind vechea legislație care nu făcea decât să reacționeze după apariția unor astfel de cazuri. Domeniile vizate de reglementările FSMA sunt: controlul preventiv pentru alimentele destinate consumului uman, controlul preventiv pentru alimentele destinate consumului animalelor, normele de siguranță a producției de alimente, programul de verificare a furnizorului extern, acreditarea terților, normele privind securitatea transportului și cele privind compromiterea intenționată a alimentelor.

m. Corporații

În general, în afara unor mici excepții (efecte ale atentatelor teroriste din 11 septembrie 2001), nu există restricții privind proprietatea străinilor asupra corporațiilor americane. Companiile străine care fac afaceri în SUA trebuie să solicite o autorizație de a desfășura afaceri în interiorul SUA de la secretarul de stat al statului în care își desfășoară activitatea, în scopul de a putea angaja procese în tribunal sau pentru a impune respectarea drepturilor lor în acel stat. De asemenea, este recomandabilă înființarea unui punct de legătură (reprezentanțe) a companiei străine în SUA, pentru menținerea contactului direct cu diversele agenții americane care conlucrează cu mediul de afaceri.

n. Practici incorecte

Legea practicilor corupte în străinătate, din 1977, prevede limite pentru investițiile SUA de peste hotare, în ceea ce privește plata oficialilor guvernelor țărilor gazdă pentru a obține sau menține afacerile din țara respectivă. Ulterior legislația a fost extinsă astfel încât să cuprindă în sfera sa orice acțiune sau practici de corupere asupra oficialilor unui alt stat, dacă aceasta afectează interesele unei corporații americane.

o. Transferul valutei

Legea valutei și a raportării tranzacțiilor cu valută prevede ca persoanele care transportă sau expediază valută (inclusiv „money orders”, “travellers’ cheques”, obligațiuni sau bonuri de tezaur) în valoare de peste zece mii de dolari, în sau din SUA, sunt obligate să informeze vama americană asupra acestui lucru.

p. Moștenirea de către străini

Unele state nu pun în aplicare testamente prin care se lasă în moștenire unor

străini proprietari, dacă tribunalul ajunge la concluzia că țara de cetățenie a beneficiarului îl va depozita de moștenirea respectivă, sau dacă țara respectivă nu permite transmiterea prin moștenire în beneficiul unui rezident american.

r. Neelegibilitatea pentru anumite beneficii din partea Guvernului SUA.

Companiile americane aflate sub control străin nu sunt eligibile pentru a primi garanții din partea OPIC și nici asigurări de risc. De asemenea, nu sunt eligibile pentru a primi subvenții federale, atunci când activează în domenii precum transportul maritim sau pescuitul.

s. Comerțul electronic

Piața vânzărilor online este așteptată să crească semnificativ și în următoarea perioadă de timp, având în vedere schimbările demografice efectuate în structura populației americane, concomitent cu scăderea vânzărilor clasice (SUA a fost la nivelul anului 2019 a doua țară din lume, din punct de vedere al vânzărilor online, după China). Piața este, bineînțeles, omogenă, astfel încât după ce o companie străină intră pe această piață, nu va avea decât de plătit taxa de vânzare (sales tax), atunci când compania are o legătură “fizică” (de exemplu, un punct de reprezentare local) cu statul unde livrează marfa (“a vinde online în SUA înseamnă 70% cercetare, 20% planificare și 10% executare”). Pentru vânzările online⁵, cele mai importante platforme de tranzacționare sunt Amazon, e-Bay, Fruugo și Newegg.

Amazon Marketplace vine în întâmpinarea nevoilor antreprenorilor cu soluții personalizate, precum elaborarea planurilor de vânzări (0,99 dolari/lună - 39,99 dolari/lună, în funcție de gradul de personalizare) sau servicii dedicate de depozitare, colectare, împachetare și livrare de marfuri.

eBay reprezintă un alt serviciu de vânzări online global disponibil și în România. 80% din produsele vândute pe aceasta platformă sunt noi, iar 86% dintre ele sunt vândute la preț fix, fără licitație competitivă. 58% din tranzacțiile înregistrate pe eBay sunt internaționale.

O altă opțiune de comerț electronic o constituie platforma **FRUUGO**, unde milioane de produse, reprezentând mii de mărci internaționale sunt tranzacționate în 32 de țări, folosind 17 limbi și 22 de valute diferite. Compania furnizează serviciile de traducere, marketing, schimb valutar și after-market firmelor înregistrate. Firmele românești interesate să opereze pe această platformă trebuie ca fie să dețină proprietatea mărcii fie să fie autorizate să le comercializeze. Două treimi din totalul vânzărilor reprezintă tranzacții transfrontaliere, iar valoarea medie a unei comenzi este de 50,00 EUR.

NeweggBusiness reprezintă o platformă specializată în tranzacționarea de produse și servicii IT B2B și B2G. Compania numără peste 300.000 de clienți - companii, agenții guvernamentale, organizații medicale și instituții de învățământ - și oferă servicii de depozitare, *fulfilment*, transport, retur și depozitare în SUA.

IV. Obligații (cerințe) de raportare privind investițiile străine

a. Amendamentul Exon-Florio (Omnibus Trade and Competitiveness Act)

În anul 1988 Legea producției pentru apărare, din 1950, a fost amendată, în scopul de a-l autoriza pe președintele SUA să blocheze achiziționarea unei firme

⁵ “a vinde online în SUA înseamnă 70% cercetare, 20% planificare și 10% execuție

americane de către persoane fizice sau juridice străine, dacă prin aceasta se amenință securitatea națională a SUA. Implementarea acestui amendament este supervizată de către Comitetul pentru Investiții Străine în Statele Unite (CFIUS), care revizuieste și deciziile președintelui SUA de blocare a unei achiziții a unei companii americane de către o persoană sau o companie străină.

b. Raportarea din proprie inițiativă

Transmiterea unui raport în baza prevederilor amendamentului Exon-Florio este, în general, voluntară, chiar dacă CFIUS poate obliga la dezvăluirea condițiilor oricărei tranzacții care ar putea fi respinsă de către președintele SUA. În plus, achiziționarea de valori mobiliare cu drept de vot ca urmare a împărțirii acțiunilor, sau a dividendelor pro rata, sau a achizițiilor între două sucursale ale aceleiași firme sunt exceptate de la raportare.

c. Raportarea obligatorie

Legea apărării naționale în anul 1993 prevede raportarea înainte de orice achiziționare de către o entitate controlată de un guvern străin a unei companii americane care are contracte cu Departamentul Apărării, sau cu cel al Energiei. Pot fi tranzacții ce nu implică securitatea națională:

- achiziționarea unui producător de produse alimentare
- achiziționarea unui hotel
- achiziționarea unui producător de jucării
- achiziționarea unui restaurant
- achiziționarea unei firme de avocați.

d. Supravegherea investițiilor străine

Legea investițiilor străine, a comerțului și serviciului din 1976 impune raportarea tuturor investițiilor în companii americane care conduc la deținerea directă sau indirectă de către o persoană străină a 10% sau mai mult din valorile mobiliare cu drept de vot ale acestor companii.

Sunt obligate să raporteze o singură dată la începutul activității, toate investițiile directe în companii noi sau prin achiziționarea unor companii existente, unde porțiunea din capitalul companiei deținută de investitorul străin depășește 10% din totalul capitalului, cu excepția companiilor noi al căror capital nu depășește 3 milioane dolari și care nu dețin în acel moment mai mult de 200 de acri de pământ (81 de hectare).

Raportări anuale și trimestriale (acestea din urmă asupra tranzacțiilor cu societatea-mamă sunt obligate să transmită toate investițiile la care fie totalul activelor, fie cifra anuală sau estimată a vânzărilor sau veniturilor brute din activitatea de bază, fie venitul net după prelevarea impozitului pe venit, anual sau estimat, depășesc 30 de milioane de dolari.

Există și alte excepții de la raportări: proprietățile imobiliare folosite doar în scopuri personale și nu pentru profit, precum și societățile aeriene, de expediții sau de prestări de servicii similare acestora, pentru serviciile furnizate propriilor operațiuni. În caz de necompletare a raportărilor se pot aplica amenzi cu sume cuprinse între 2500-25000 dolari.

În cadrul eforturilor Administrației SUA de atragere și sprijinire a investitorilor străini, interesați să investească în economia americană, la 24 februarie 2010 a fost introdusă în Senat, de către senatorii Richard Lugar și John Kerry, așa-numita **Lege pentru Inițierea Afacerilor (Start Up Visa Bill)**, practic o modificare a actualei *Legi*

EB5 și care va fi numită pentru conformare EB6. Prin această nouă modificare a legii anterioare EB5 se urmărește crearea de noi locuri de muncă, în special în zonele grav afectate de recesiunea economică din ultimii ani, și atragerea de noi investitori din străinătate.

Actuala lege EB5 (sau viza EB5, cum este numită pe scurt) pentru imigranții investitori reprezintă o viză acordată de către SUA, creată prin Actul de Imigrare din 1990. Acest tip de viză permite obținerea *green card*-ului (permisul de rezidență permanentă) pentru cetățenii străini care investesc în SUA. În vederea obținerii acestei vize, potențialii investitori trebuie să angajeze cel puțin 1 milion dolari, care să sprijine crearea a cel puțin de 10 locuri de muncă. Prin investirea în anumite sectoare “calificate” de interes economic sau în centre regionale cu niveluri înalte de șomaj, suma minimă a fi investită poate scădea la 500 mii de dolari. Programul pilot pentru investitorii imigranți a fost creat prin Secțiunea nr. 610 a Legii Publice nr. 102-395 din 6 octombrie 1992, fiind în conformitate cu mandatul acordat de către Congresul SUA, menit a determina stimularea creșterii activității economice și a realizării de noi locuri de muncă, permițând simultan cetățenilor străini eligibili oportunitatea de a deveni, din punct de vedere legal, rezidenți permanenți pe teritoriul SUA. Deci, “Programul Pilot” a necesitat practic doar investirea a 500 mii de dolari în schimbul obținerii statutului de rezident permanent, însă investiția trebuia să primească “girul” unei anumite entități economice, denumită ca “Centru Regional de Dezvoltare”.

Un Centru Regional de Dezvoltare este definit ca orice entitate economică, publică sau privată, cu atribuțiuni de promovare a creșterii economice, îmbunătățirii productivității regionale, a creării de noi locuri de muncă și a creșterii capitalului intern pentru investiții. Legea anterioară (care cade sub incidența EB5) prevedea ca Centrul Regional să genereze o creștere a vânzărilor la export, condiție care a fost abrogată ulterior prin amendamente la statut, adoptate succesiv în 2000 și 2002. Iar persoana care obține această viză EB5 nu este obligată să se implice în mod activ, din punct de vedere managerial, în activitatea în care a fost realizată investiția.

Ca exemple de Centre Regionale în care pot fi realizate investiții care pot intra sub incidența EB5 și care, mai mult ca sigur, vor fi aplicabile și noii Legi EB6 (care ar putea fi adoptată în viitor de către Senatul SUA) pot fi amintite (de exemplu în cazul particular al statului California) entități precum: *American Logistics Regional Center*, zone geografice anume prestabilite ca *South Central Los Angeles*, orașele *Carson* sau *Compton*, părți ale orașelor *Lynwood* sau *Long Beach*, *California Investment Immigration Fund*, bazele militare din California, *California Wineries & Vineyards, LLC Regional Center*, *Imperial Regional Center*, pentru fiecare din aceste zone fiind permise investiții doar în anumite activități comerciale (atât precum cele legate de agricultură, cât și cele din domeniul spațiilor de depozitare, a infrastructurii locale, activități de natură medicală și asistență pentru persoanele în vârstă, comercială, alimentație publică, domeniul cinematografic etc.).

Deosebirea fundamentală între EB6 și de EB5 este ca prin aceasta potențialul investor poate accesa chiar suma minimă de 250 mii de dolari (inclusiv de la o sursă de finanțare din SUA), cu care să demareze o activitate economică în așa-numitele zone “defavorizate” (Centre Regionale), fiindu-i acordat automat viza pe 2 ani, iar în cazul creșterii activității afacerii pe plan local până la minim 1 milion dolari și a creării a cel puțin 5 noi locuri de muncă, investitorul străin poate obține statutul de rezident permanent în SUA.

În prezent, există un mare interes pentru accederea la facilitățile oferite de către noua *Start Up Visa (EB6)* a companiilor/individualilor proveniți din țări care au

mari disponibilități monetare, precum India (interesată de dezvoltarea afacerilor naționalilor indieni din Silicon Valley, unde aproape 40% din fondatorii companiilor tehnologice sunt născuți în străinătate), China sau Republica Coreea, însă nu sunt făcute studii de impact asupra avantajelor economice pe termen mediu și lung a aplicării acestor noi amendamente pentru economia americană.

C. Regimul comercial (bariere tarifare și netarifare)

Pornind de la premiza ca politica comercială a președintelui Trump se bazează pe cinci piloni majori:

1. Sprijinirea securității naționale a Statelor Unite; 2. Consolidarea economiei americane; 3. Negocierea de tranzacții comerciale internaționale mai avantajoase pentru SUA ; 4. Aplicarea agresivă a legilor comerciale din SUA; si 5. Reformarea Organizației Mondiale a Comerțului, raportul anual pentru 2017 și perspectivele politicii comerciale al administrației Trump pentru 2018 publicat de Oficiul Reprezentantului pentru Comerț al SUA (US Trade Representative - USTR) prevede următoarele :

- Confirma că președintele intenționează să solicite schimbarea procedurilor legislative din Congres care stabilesc obiectivele și normele de aplicare a tratatelor comerciale internaționale (Trade Promotion Authority până în 2021

- Formulează ideea ca "OMC nu funcționează în modul preconizat inițial de țările membre și în consecință subminează capacitatea [SUA] de a acționa în interesul său național" și afirmă disponibilitatea administrației Trump de a colabora cu țări terțe în vederea modificării "sistemului de soluționare a litigiilor".

- Face referire la NAFTA (înlocuit din 30 septembrie 2018 de așa-numitul Acord economic SUA-Mexic-Canada sau USMCA) și la Acordul de liber schimb SUA-Korea (subliniind dezechilibrele comerciale și amenințând cu retragerea SUA)

- Face vorbire despre disponibilitatea de a renegocia TOATE acordurile comerciale, subliniind discuțiile care se desfășoară în cadrul Grupului de lucru SUA-Regatul Unit pentru comerț și investiții

- Anunță pregătirea pentru "eventuale negocieri bilaterale în regiunile Indo-Pacific și Africa"

- Reamintește importanța reformei fiscale adoptate recent și liberalizarea cadrului de reglementare drept elemente-cheie pentru procesul de consolidare a economiei Statelor Unite

- Referitor la relațiile transatlantice SUA-UE, raportul:

1. Face referire la 'interesul redus manifestat până acum de UE privind TTIP'.

2. Face vorbire despre elaborarea unui plan comun "care să ghideze angajamentul SUA-UE pentru reducerea barierelor comerciale și pentru consolidarea cooperării în chestiunile comerciale internaționale, acordând o atenție deosebită înmulțirii provocărilor ridicate de China" și admite că au existat întâlniri între USTR și DG Comerț în 2017.

3. Amintește de colaborarea cu Comisia Europeană "în vederea depășirii barierelor costisitoare de reglementare ale UE în calea exporturilor din SUA" în domenii precum: standardele UE, cerințele UE de evaluare a conformității, netransparența proceselor de reglementare ale UE.

4. Se referă direct la discuțiile trans-atlantice privind importurile de carne de vită tratate cu hormoni.

I. Legi și programe de preferințe comerciale aplicate

- **Sistemul Generalizat de Preferințe (SGP)**

Programul SGP al SUA a fost instituit la 1 ianuarie 1976, inițial pentru o perioadă de zece ani, fiind autorizat de Congres în baza Legii Comerțului din anul 1974 (Trade Act/1974).

Înscriindu-se în obiectivul principal urmărit de UNCTAD la adoptarea SGP în anul 1968, și anume - îmbunătățirea accesului pe piețele țărilor dezvoltate (țări donatoare de preferințe vamale) pentru exporturile originare din țările în curs de dezvoltare în vederea promovării și susținerii dezvoltării economice la nivelul acestui grup de țări (țări beneficiare de preferințe), SUA au aplicat un regim preferențial de import cu exceptare de taxe vamale pentru aproape 5.000 de produse originare din 144 de țări beneficiare.

De la implementare, SUA au revizuit periodic programul SGP. Conform procedurilor aferente reviziilor anuale sunt supuse analizei și observațiilor publice modificările cu privire la lista produselor eligibile pentru importuri în SUA în regim de exceptare de taxe vamale și lista țărilor beneficiare. Revizuirea celor două liste se realizează de către USTR pe baza propunerilor, comentariilor și petițiilor prezentate de părțile autohtone interesate și se poate finaliza în sensul adăugării de noi produse și respectiv, țări beneficiare și/sau excluderea de la preferințe a produselor considerate competitive (graduare pe produse) și a unor țări beneficiare de la tratamentul preferențial (graduare pe țară). Excluderea unei țări din lista țărilor beneficiare a schemei SGP a SUA se realizează dacă pe baza petițiilor primite de USTR se decide că țara în discuție nu îndeplinește următoarele trei criterii speciale: să respecte drepturile recunoscute muncitorilor, să asigure o protecție adecvată proprietății intelectuale și să nu acorde importurilor din alte țări dezvoltate un tratament preferențial care să afecteze comerțul cu SUA.

România, ca țară în curs de dezvoltare, *până la data intrării în Uniunea Europeană*, a beneficiat, la importul în SUA, de scutiri de taxe vamale la un număr de peste 4400 de poziții tarifare. Acest tratament preferențial nerez reciproc s-a adăugat celui reciproc instituit prin acordarea "clauzei națiunii celei mai favorizate", cu caracter permanent, începând din 1996. În prezent, țara noastră beneficiază doar de Clauza Națiunii celei mai Favorizate (Most Favored Nation sau MFN), respectiv de un tratament similar tuturor celorlalte state membre UE.

- **Legea privind Oportunitatea de Dezvoltare Africană (African Growth and Opportunity Act - AGOA)**

La 18 mai 2000, cadrul legal al SGP a fost amendat prin promulgarea Legii privind Oportunitatea de Dezvoltare Africană (African Growth Opportunity Act - AGOA), care a extins regimul preferențial de import cu exceptare de taxe vamale pentru o gamă de produse importate din țări beneficiare din Africa Sub-Sahariană (ASS), produse care nu sunt considerate eligibile (cum ar fi produsele textile-îmbrăcăminte) pentru schema SGP acordată altor țări beneficiare. AGOA a fost autorizat până la 30 septembrie 2008 și a cuprins prevederi comerciale speciale pentru țările membre a trei asociații economice regionale: Comunitatea de Dezvoltare a Africii de Sud, Uniunea Economică și Monetară Vest Africană și Comisia Tripartită pentru Cooperarea Africii de Est.

După cum a fost menționat anterior, AGOA a amendat și completat programul SGP, autorizând președintele SUA să permită aplicarea unui tratament preferențial de import cu exceptare de taxe vamale și contingente tarifare fără taxe vamale pentru o

gamă de produse originare din țările ASS, în condițiile în care aceste produse nu sunt considerate sensibile în raport cu importurile totale din aceste țări. Comparativ cu schema SGP care s-a aplicat unei game de produse care acoperă 4.600 de linii tarifare, AGOA a extins nomenclatorul de produse cu 1.800 de linii tarifare suplimentare.

La 2 august 2002, prin modificările și completările aduse Legii Comerțului din acel an (Trade Act/2002), AGOA s-a dezvoltat în sensul extinderii preferințelor vamale pentru accesul pe piața SUA, adăugând prevederi speciale pentru facilitarea importurilor de textile-îmbrăcăminte originare din țările beneficiare din regiunea ASS (AGOA II).

La 13 iulie 2004, președintele SUA a promulgat Legea privind Accelerarea AGOA (AGOA III), care pentru textile-îmbrăcăminte prevede, în principal, următoarele:

- accesul preferențial pentru importurile din țările eligibile din ASS se extinde până la 30 septembrie 2015;
- clauza privind țesăturile din terțe țări va fi aplicabilă până în septembrie 2007 (inițial, AGOA II prevedea ca termen limită septembrie 2004);
- măsuri suplimentare în competența autorităților americane pentru administrarea noilor prevederi legate de importurile de textile-îmbrăcăminte.

În contextul AGOA, SUA și cele 5 țări membre ale Uniunii Vamale din Sudul Africii (Southern African Customs Union - SACU): Africa de Sud, Botswana, Lesotho, Namibia și Swaziland au lansat, la 2 iunie 2003, negocierile cu privire la încheierea unui acord de liber schimb. Prin acest acord se urmărește eliminarea tuturor barierelor comerciale dintre SUA și statele membre SACU, în comerțul reciproc cu bunuri și servicii. De asemenea, acordul vizează asigurarea condițiilor necesare promovării și protejării investițiilor, precum și întărirea protecției drepturilor de proprietate intelectuală.

- **Inițiativa Bazinului Caraibe (CBI)**

Inițiativa Bazinului Caraibe (Caribbean Basin Initiative - CBI) a fost lansată în 1982 ca un program de încurajare a exporturilor în SUA din țările din regiunea Caraibe, urmărindu-se, pe această bază, promovarea și susținerea dezvoltării economiilor naționale ale acestor țări. Păstrându-se componența comercială a CBI, la 1 ianuarie 1984, SUA au promulgat Legea privind Refacerea Economică în Bazinul Caraibe (Caribbean Basin Economic Recovery Act - CBERA), prin care o gamă largă de bunuri originare din 24 țări beneficiare din America Centrală și Bazinul Caraibe se pot exporta în SUA în regim preferențial, cu scutire sau reduceri semnificative de taxe vamale.

- **Legea privind Parteneriatul Comercial SUA - Bazinul Caraibelor (CBPTA)**

CBPTA (The United States - Caribbean Basin Trade Partnership Act) a fost promulgată la 18 mai 2000 și extinde tratamentul comercial preferențial pentru câteva categorii de produse neincluse inițial în CBERA (cum ar fi anumite articole de îmbrăcăminte). De asemenea, CBTPA prevede aplicarea unui tratament preferențial similar celui NAFTA, respectiv niveluri ale taxelor vamale echivalente celor aplicabile importurilor din Mexic cu respectarea aceluiași reguli de origine prevăzute de acordul NAFTA, pentru o serie de produse excluse anterior din CBERA și anume: pește și produse din pește din specia ton, produse petroliere, anumite articole de încălțăminte și anumite tipuri de ceasuri și părți de ceasuri. Acest program de preferințe comerciale se aplică de la 1 octombrie 2000 și urma să expire la 30

septembrie 2008 sau, anterior, în momentul în care va intra în vigoare un acord de comerț liber între SUA și țările beneficiare din Bazinul Caraibe.

- **Legea privind Preferințele Comerciale în zona Andina (ATPA)**

Această lege, Andean Trade Preference Act - ATPA, a fost promulgată de SUA la 4 decembrie 1991 urmărind promovarea dezvoltării economice de ansamblu în patru țări beneficiare (Bolivia, Columbia, Ecuador și Peru) prin încurajarea exporturilor în SUA. Astfel, acordarea unui regim preferențial de import fără taxe vamale în SUA pentru o gamă largă de produse originare din aceste țări, care să susțină dezvoltarea exporturilor, a fost considerată o alternativă viabilă pentru încasările bugetare susținute de activitățile de producție și comercializare a drogurilor din cele patru state. ATPA a expirat la 4 decembrie 2001, însă a fost reînnoită retroactiv la 6 august 2002 sub denumirea Legea privind Eradicarea Drogurilor și Promovarea Comerțului din zona Andină (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act - ATPDEA), ca parte a Legii Comerțului din anul 2002. După cum a fost amendată de ATPDEA, ATPA a fost aplicabilă până la 31 decembrie 2006.

Pentru a fi beneficiare de preferințe ATPA, cele patru țări trebuiau să îndeplinească mai multe criterii, printre care protecția drepturilor de proprietate intelectuală și drepturile recunoscute muncitorilor pe plan internațional.

II. Acorduri de comerț regionale și bilaterale

SUA a mai semnat acorduri de comerț liber și cu alte state/regiuni, respectiv cu: CAFTA (cu America Centrală și Republica Dominicană), Chile, Israel, Iordania, Singapore, Australia, Maroc, Bahrain, Peru, Oman, Republica Coreea, Columbia și Panama (detalii despre aceste acorduri pot fi regăsite în anexă și/sau accesând pagina de internet <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements>).

- **Acordul NAFTA (renegociat și redenumit USMCA, de la 30 septembrie 2018)**
<https://ustr.gov/usmca>

Începând cu 1 ianuarie 1994, a intrat în vigoare Acordul de Liber Schimb Nord - American (N.A.F.T.A.), un acord trilateral de liber schimb S.U.A. - Canada - Mexic, prin care s-a urmărit regionalizarea grupării comerciale de liber schimb în emisfera nordică a continentului american și contrabalansarea forțelor de acțiune ale pieței europene, pe de o parte, și a pieței Japoniei și țărilor din bazinul Pacificului, pe de altă parte.

Ideea creării unei zone de comerț liber în America de Nord a apărut ca o necesitate de a contrabalansa evoluțiile înregistrate în aceeași direcție la nivelul continentului european, ea fiind exprimată pentru prima dată, în mod public, la 10 iunie 1990, cu prilejul unei întâlniri realizate între președinții George Bush și Salinas de Gortari. Canada, care semnase anterior un tratat de comerț liber cu S.U.A., a aderat și ea ulterior la ideea finalizării unui astfel de proiect, inițiindu-se astfel procesul de negocieri tripartite.

Tratativele au fost demarate practic pe parcursul primului semestru din anul 1991, după ce fiecare din cele trei părți și-au creat pe plan intern structurile organizatorice necesare derulării procesului de negociere.

Tratatul NAFTA a fost ratificat în noiembrie 1993 și a intrat în vigoare la 1 ianuarie 1994.

În forma sa finală, textul Acordului de Comerț Liber cuprinde 22 capitole și 9 anexe, care reglementează derularea tranzacțiilor comerciale dintre S.U.A, Canada și Mexic, în perspectiva eliminării barierelor tarifare și netarifare.

Practic însă, prevederile documentului fac referire la 6 domenii importante de activitate, după cum urmează: accesul pe piețe; reguli de origine; reglementări comerciale; comerțul cu servicii; investiții; reguli pentru asigurarea proprietății intelectuale; soluționarea diferendelor.

Prin intrarea în vigoare a Acordului de Comerț Liber în America de Nord a fost creată o zonă de comerț liber, ce dispune de 363 milioane locuitori (la momentul semnării acordului, peste 456 milioane locuitori în prezent), situându-se, din acest punct de vedere, înaintea Comunității Economice Europene.

Încheierea acestui acord demonstrează încă o dată tendințele existente în prezent pe plan internațional de regroupare a țărilor în blocuri economice regionale.

În mod teoretic, aceste blocuri, vor stabili și dezvolta în viitor relații de inter-cooperare, astfel încât schimburile comerciale să poată fi derulate pe baza criteriului de competitivitate și nu de apartenență la una din zonele geografice.

Au fost însă exprimate și unele opinii privind riscul ca situația să evolueze spre o izolare regională ce ar putea conduce în viitor la declanșarea unui război comercial. Experții de pe continentul american consideră, însă, că o astfel de alternativă ar putea reprezenta numai un fenomen de scurtă durată, întrucât mecanismele economiilor de piață vor determina și în continuare ca schimburile comerciale să fie dictate de concurență și competitivitate.

Încă din timpul campaniei sale electorale președintele Trump s-a poziționat critic față de acordurile multilaterale la care este parte SUA (inclusiv în cadrul OMC). Acesta a fost un semnal clar că SUA vor prefera, în mandatul actualei administrații, negocierile de acorduri bilaterale, în defavoarea celor multi- și plurilaterale. Ca urmare, una din țintele sale a constituit-o NAFTA, pe care președintele Trump îl caracterizează ca un acord inechitabil și incorect față de SUA. În prezent se desfășoară negocieri privind modernizarea acestui acord în direcția unei re poziționări mai favorabile intereselor SUA., în caz contrar SUA amenințând că vor ieși din acest acord și se vor direcționa, în cel mai bun caz, spre două acorduri separate, cu Canada și Mexicul. O astfel de soluție apare mai probabilă după recenta aplicare a tarifelor suplimentare la importurile de oțel și aluminiu, care au antagonizat cei doi mari parteneri comerciali ai SUA și a suspendat, practic, negocierile trilaterale, fără a exista, pentru moment, o data privind reluarea lor, în contextul în care atât Mexicul, cât și Canada, au optat clar pentru măsuri de retaliere.

La 30 septembrie 2018 NAFTA a fost înlocuit, practic, cu un nou acord, așa-numitul Acord economic SUA - Mexic - Canada (sau USMCA), care a intrat în vigoare la 1 iulie 2020.

Principalele noi reglementări din noul acord, comparativ cu prevederile NAFTA, sunt: acces extins al fermierilor americani pe piața canadiană (în special pentru produsele lactate), dar și pentru carnea de pui sau ouă; eliminarea așa-numitelor clase 6 și 7 ale laptelui și aplicarea unor taxe de export de către Canada; stabilirea unor standarde pentru biotehnologia agricolă; angajamente semnificative de reducere a politicilor de distorsionare a schimburilor comerciale, îmbunătățirea transparenței și asigurarea unui tratament nediscriminatoriu în ceea ce privește standardele produselor agricole; angajamentul celor trei părți de a nu utiliza subvenții la export în scopul asigurării securității alimentare; reguli clare și precise care să asigure gestionarea corectă și transparentă a cotelor tarifare; angajamentul părții canadiene de a califica importul de grâu american similar celui acordat grâului provenit din

producția internă, convenirea unor discuții privind sistemele de reglementare a semințelor; standarde și servicii de clasificare nediscriminatorii pentru toate produsele agricole tranzacționate între Mexic și SUA; creșterea transparenței privind elaborarea și punerea în aplicare a măsurilor fitosanitare, stabilirea unui nou mecanism de consultări tehnice pentru rezolvarea problemelor dintre părți; punerea de acord între SUA și Mexic referitor la standardele privind indicațiile geografice (prin recunoașterea reciprocă a unor produse precum whisky Bourbon, whisky Tennessee, tequila, mezcal sau whisky canadian).

III. Parteneriatul Trans-Pacific (TPP)

<https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/trans-pacific-partnership>

Parteneriatul Economic Strategic Trans-Pacific (TPSEP sau P4) este un acord de liber schimb convenit în 2005 între 4 țări asiatice (Brunei, Chile, Noua Zeelandă și Singapore) care urmarește liberalizarea, în continuare, a economiilor acestor țări din regiunea Asia-Pacific.

În 2010, a fost lansată însă propunerea pentru crearea unui alt *Parteneriat Trans-Pacific* (TPP), o versiune modificată semnificativ a TPSEP, respectiv pentru realizarea unui *Acord extins de liber schimb* între 9 țări asiatice (Australia, Brunei, Chile, Japonia, Malaezia, Noua Zeelandă, Peru, Singapore și Vietnam) și cele 3 țări NAFTA (Canada, Mexic și Statele Unite)⁶.

TPP un acord de comerț liber "high-standard" aflat încă în negociere (au avut loc până în prezent 19 runde de negocieri, ultima în perioada 23-30 august 2013 la Bandar Seri Begawan, Brunei) care își propune în mod special reglementarea unor aspecte comerciale caracteristice în secolul 21.

Acordul a fost semnat (mult mai târziu decât se aștepta) la Auckland (Noua Zeelandă) la 4 februarie 2016. În SUA procesul de ratificare a fost amânat din cauza opoziției majorității republicane din Congres, președintele Obama sperând că va putea obține o majoritate către finele mandatului său. Câștigarea alegerilor prezidențiale de către Donald Trump-care a anunțat în campania sa că SUA vor ieși din acord în prima sa zi de mandat-a determinat Administrația Obama să nu mai insiste pentru a trece prin Congres legislația necesară ratificării acordului.

În ianuarie 2017, așa după cum a anunțat în campania sa electorală, președintele Trump a decis retragerea SUA din acord, lăsând să se înțeleagă fie preferința încheierii unor acorduri bilaterale (ex. cu Japonia), fie posibilitatea revenirii în cazul renegocierii unor prevederi care sunt considerate contrare intereselor SUA.

IV. Parteneriatul Economic Transatlantic SUA - UE

Relațiile diplomatice dintre SUA și Comunitatea Europeană au fost stabilite în anul 1953 când SUA au avut statut de observator la Comunitatea Europeană a Cărbunelui și Oțelului (CECO). În anul 1954, la Luxemburg a fost deschisă Misiunea SUA la CECO, iar la Washington, Misiunea Delegației Comisiei Europene în SUA. În anul 1961 la Bruxelles a fost înființată Misiunea Statelor Unite la Uniunea Europeană.

Relațiile de cooperare SUA - UE au fost fundamentate prin **Declarația Transatlantică** din anul 1990, care a formalizat dialogul politic programatic dintre SUA și Comunitate pe multiple planuri, inclusiv întâlniri periodice oficiale și ale

⁶ Coreea de Sud a fost solicitată de SUA să ia în considerare aderarea la TPP dar a refuzat

experților. Principalele domenii ale cooperării convenite au fost: economie, educație, știință și cultură.

Din dorința comună a părților de a dezvolta cooperarea bilaterală, la summit-ul de la Madrid din anul 1995 a fost adoptată **Noua Agendă Transatlantică (NAT)** care a stabilit patru obiective ale colaborării transatlantice:

- I. Promovarea păcii, stabilității, democrației și dezvoltării la nivel mondial;
- II. Unirea eforturilor pentru combaterea crimei organizate și traficului de droguri, conservarea mediului înconjurător și protecția stării de sănătate pe plan global;
- III. Dezvoltarea comerțului mondial în cadrul reglementat de Organizația Mondială a Comerțului (OMC) și a relațiilor economice bilaterale vizând stabilirea unei Noi Piețe Transatlantice care să favorizeze liberalizarea progresivă a fluxurilor de mărfuri, servicii și capitaluri dintre SUA și UE;
- IV. Consolidarea legăturilor transatlantice prin dezvoltarea schimburilor comerciale, culturale, științifice și educaționale.

Pentru a intensifica cooperarea în domeniul comercial în cadrul reglementat de NAT, la Summit-ul din anul 1998 de la Londra, SUA și UE au convenit un **Parteneriat Economic Transatlantic (PET)** care acoperă relațiile economice atât în plan multilateral, cât și bilateral.

PET s-a derulat în cadrul unui *Plan de Acțiune* care a prevzut organizarea de consultări și/sau de negocieri pentru atingerea obiectivelor convenite în cele două planuri. Deși pentru cele mai multe obiective stabilite în plan bilateral, termenele limită de realizare au fost fixate pentru anul 1999 cel mult, pentru o informare completa prezentam mai jos principalele domenii și activități prevazute de *Planul de Acțiune* al *PET* (multe dintre acestea fiind de actualitate în cadrul negocierilor prezente pentru realizarea unui Acord Transatlantic pentru Comerț și Investiții (TTIP-*Transatlantic Trade and Investment Partnership*):

- În plan multilateral, SUA și UE au convenit să:
 - Dețină un rol cheie pentru susținerea liberalizării comerțului internațional în cadrul reglementat de OMC prin organizarea de întâlniri periodice pentru pregătirea reuniunilor ministeriale OMC și a negocierilor multilaterale.
 - Promoveze abordări comune cu ocazia reviziilor OMC în materie de soluționarea disputelor în sensul creșterii transparenței acestor procese și asigurării funcționării mecanismelor specifice.
 - Asigure implementarea angajamentelor OMC de către toate statele membre.
 - Contribuie în egală măsură la stabilirea agendei de negocieri comerciale multilaterale pentru creșterea șanselor de succes a acestora în domeniile servicii, drepturile de proprietate intelectuală și agricultură.
 - Continue eforturile pentru noi reduceri tarifare la produsele industriale și să analizeze posibilitatea eliminării taxelor vamale de import pentru o serie de astfel produse.
 - Coopereze pentru implementarea și respectarea integrală a Acordului privind Drepturile de Proprietate Intelectuală legate de Comerț de către țările în curs de dezvoltare, să depună eforturi pentru îmbunătățirea sistemului multilateral de reglementări privind achizițiile și extinderea participării țărilor membre OMC la Acordul privind Achizițiile Guvernamentale, să conlucreze pentru implementarea și dezvoltarea regulilor OMC în domeniile: investiții, concurență, comerț electronic, comerț și mediu și standarde de bază pentru piața muncii, precum și pentru susținerea aderării de noi state membre OMC pe baze comerciale viabile.

- Evalueze progresele colaborării multilaterale în cadrul unor întâlniri periodice.

- **În plan bilateral**, cooperarea economică SUA - UE vizează mai multe domenii, convenindu-se următoarele:

Bariere tehnice

- Având în vedere angajamentul comun pentru menținerea unui nivel înalt al standardelor în materie de sănătate, siguranță și mediu, SUA și UE conlucrează pentru îmbunătățirea sistemelor de standarde și proceduri referitoare la conformitatea produselor, precum și pentru armonizarea acestora pentru care diferențele între cele două părți sunt nesemnificative.

- SUA și UE vor extinde prevederile Acordului de Recunoaștere Mutuală a activităților de evaluare a conformității pentru noi sectoare și domenii. Acest Acord a fost convenit în anul 1998 și a vizat următoarele sectoare și activități: industria producătoare de echipamente de telecomunicații, compatibilitatea electromagnetică, siguranța produselor electrice, sectorul bunurilor pentru activități recreative, inspecția produselor farmaceutice și industria producătoare de echipamente medicale.

Servicii

- SUA și UE vor urmări să liberalizeze comerțul bilateral cu servicii, asigurându-se reciproc că adoptarea de noi politici interne nu vor influența negativ furnizorii de servicii autohtoni.

- Cele două părți s-au angajat să negocieze un cadru general de principii și obiective care să servească drept model pentru negocierea unor acorduri de recunoaștere reciprocă pentru anumite categorii de servicii considerate prioritare din punct de vedere comercial de către furnizorii de servicii din SUA și UE.

Achiziții guvernamentale

- Recunoscând reciproc existența constrângerilor naționale, SUA și UE au stabilit să analizeze posibilitatea echilibrării condițiilor de acces pe cele două piețe pentru companiile autohtone, facilitând accesul acestora la sistemul de achiziții publice în egală măsură.

- Cele două părți conlucrează pentru asigurarea compatibilității sistemelor electronice proprii de notificare și licitare a achizițiilor guvernamentale.

Proprietate intelectuală

- SUA și UE au stabilit reducerea costurilor legate de protecția patentelor, au identificat aspectele de interes comun stipulate în tratatele WIPO referitoare la copyright și au semnat Protocolul de la Madrid privind mărcile de comerț.

- Pe termen lung, cele două părți au stabilit să analizeze cerințele pentru mărcile de comerț de pe Piața Unică, modalitățile pentru asigurarea protecției patentelor pentru programele informatice și posibilitățile de întărire a disciplinei pentru respectarea drepturilor de proprietate intelectuală.

Agricultura: siguranța alimentară, sănătatea plantelor și animalelor, biotehnologie

- Prin intermediul unor puncte de contact între agențiile guvernamentale responsabile pentru asigurarea siguranței alimentare, SUA și UE se vor informa reciproc despre evoluțiile în domeniu, facilitând dialogul între experții cele două părți.

- SUA și UE au convenit să implementeze un program de schimb de experiență pentru oficiali, cercetători științifici și experți tehnici în scopul familiarizării acestora cu procedurile de inspecție și control prevăzute de cealaltă parte pentru sistemele de protecție a siguranței alimentare.

- Cele două părți au stabilit să analizeze posibilitatea de a fi stabilită o legătura directă Consorțiul American pentru Evaluarea Riscului cu instituția comunitară omoloagă pentru a facilita schimbul de informații în domeniul siguranței alimentare și cel al sănătății plantelor și animalelor.

- SUA și UE au convenit să dezvolte dialogul în domeniul biotehnologiei, urmărind formarea unui grup dedicat cercetărilor biotehnologice în comun, fără însă ca acest grup să substituie sau să dubleze activitatea unei organizații guvernamentale existente.

Mediu

- SUA și UE au înființat un Grup de Mediu în cadrul PET pentru a facilita discuțiile și negocierile ce se desfășoară prin intermediul planului de acțiuni comune de mediu, ca interfață între comerț și mediu.

- Cele două părți au susținut dezvoltarea Dialogului Transatlantic pe teme de Mediu, implicând organizații neguvernamentale cu o gamă largă de activități de protecție a mediului pentru o mai bună informare a autorităților guvernamentale.

Forța de muncă

- SUA și UE se vor informa reciproc cu privire la implementarea prevederilor referitoare la drepturile muncitorilor prevăzute de Sistemul Generalizat de Preferințe aplicat de fiecare parte.

- Părțile vor continua să asigure Dialogul Transatlantic pe tema Forței de Muncă dintre angajatori, angajați și organizații neguvernamentale în baza codului de conduită voluntară inițiat în anul 1998 la Bruxelles.

- Cele două părți s-au angajat să finanțeze programul internațional al ILO pentru combaterea utilizării forței de muncă infantile.

Consumatorii

- Lansat în anul 1998, Dialogul Transatlantic al Consumatorilor converge către și susține PET.

Concurența

- SUA și UE au încheiat un Acord Amiabil privind Concurența în anul 1998, promovând respectarea practicilor loiale de ambele părți și au convenit să continue să colaboreze pentru implementarea conținutului acestui Acord în legislația națională în materie de concurență.

Comerțul Electronic

- Cele două părți au semnat o declarație comună pe tema comerțului electronic în anul 1997 și s-au angajat să revizuiască periodic evoluțiile în domeniu, inclusiv să elimine reglementările și prevederile legislative inutile, să promoveze voluntar standarde pentru asigurarea inter-operabilității, inovarea și concurența și să aplice un tratament preferențial cu scutire de taxe vamale pentru transmisiile electronice.

- SUA și UE se vor concentra să faciliteze comerțul electronic, în special prin armonizarea protocoalelor tehnice și a datelor de vamă.

În același context, pentru atingerea obiectivelor stabilite de NAT și în strânsă interdependență cu PET, pe lângă seria de dialoguri pe teme de mediu, forță de muncă și consumatori, în cadrul relațiilor de cooperare SUA - UE au fost inițiate și *Dialogul Transatlantic al Autorităților Legislative* și *Dialogul Transatlantic de Afaceri*.

Dialogul Transatlantic de Afaceri (DTA) se constituie cel mai avansat mecanism de implementare al NAT și PET, având un rol decisiv în dezvoltarea relațiilor de cooperare economică SUA - UE prin stimularea și susținerea fluxurilor comerciale, de investiții, de capital și de tehnologii. În fapt, DTA este o organizație constituită din cele mai reprezentative companii care își desfășoară activitatea atât în

SUA sau UE, cât și la nivel global. DTA urmărește să aibă o reprezentare echilibrată a membrilor săi din punct de vedere al localizării geografice, al volumului de activitate și al sectorului în care activează.

Inițiativa Economică Transatlantică (IET), lansată în 2005, are ca obiective îmbunătățirea cadrului cooperării, inclusiv convergența în materie de legislație, în scopul adâncirii integrării între UE și SUA, precum și intensificarea cooperării în următoarele domenii de interes: stimularea piețelor de capital deschise și concurențiale, acțiunile împotriva spălării banilor și finanțării terorismului, inovația și dezvoltarea tehnologică, intensificarea comerțului, turismului și a securității, eficiența energetică, protejarea efectivă și aplicarea legislației privind drepturile de proprietate intelectuală, politica privind concurența, investițiile, achizițiile și serviciile.

Cadrul pentru Dezvoltarea Integrării Economice Transatlantice (CDIET), creat ca urmare a summit-ului UE-SUA din 2007 are ca obiectiv întărirea cooperării economice transatlantice, în scopul creșterii competitivității și îmbunătățirii vieții populației.

Cu această ocazie a fost înființat **Consiliul Economic Transatlantic (CET)**, prezidat de înalți oficiali din UE și din SUA, care are ca obiective supravegherea și accelerarea progresului în vederea atingerii obiectivelor stabilite prin CDIET, adoptarea unei agende de lucru, pornind de la agenda IET din 2005, realizarea a cel puțin două sesiuni de evaluare anuale ale progresului dialogului, supravegherea finalizării rapoartelor anuale către liderii summit-ului asupra realizărilor obiectivelor, facilitarea cooperării între forurile legislative din UE și SUA.

Domeniile prioritare de acțiune în direcția promovării integrării sunt: drepturile de proprietate intelectuală, investițiile, facilitarea comerțului în condiții de securitate, piețe de capital, inovație și tehnologie.

Deși SUA și Uniunea Europeană (UE) au discutat încă din 1990 despre realizarea unui parteneriat economic transatlantic extins (o zonă liberă pentru comerțul și investițiile reciproce), iar discuțiile au fost reluate atât în 2007, cât și în 2011, doar deteriorarea situației economice la nivel mondial din ultimii ani și ascensiunea ca puteri economice a unor țări emergente (cu precădere China), au determinat ca cele două părți să demareze, în 2013, tratativele concrete pentru încheierea unui astfel de acord.

În favoarea demarării negocierilor s-a pornit de la recunoașterea faptului că relația economică dintre SUA și UE este cea mai importantă, cea mai cuprinzătoare și cea mai de succes din plan mondial:

- comerțul dintre cele două părți reprezintă două treimi din totalul schimburilor comerciale globale (2 miliarde USD schimburi comerciale zilnice);
- relația economică transatlantică reprezintă 50% din PIB-ul global, atât SUA cât și UE generând PIB-uri de peste 16 trilioane USD, iar împreună produc aproape jumătate din PIB-ul la nivel mondial;
- investițiile reciproce se ridică la circa 6 trilioane dolari (peste 2,8 trilioane USD investiții americane în UE și aproximativ tot aceeași sumă de investiții ale UE în SUA).

În context, s-a apreciat că realizarea unui astfel de acord ar putea conduce la *“suplimentarea”* schimburilor comerciale reciproce cu încă 187 miliarde USD/an (cu bunuri și servicii) și ar putea adauga cca 545 Euro/an în plus pentru fiecare familie din UE și cca. 655 Euro/an pentru o familie americană, iar domeniile care ar beneficia cel

mai mult de acest acord ar putea fi: industria auto, agricultura, transporturile și construcțiile.

Cronologie

Ideea declanșării acestor negocieri a fost decisă în cursul anului 2011, când s-a convenit crearea Grupului de lucru la nivel înalt pentru locuri de muncă și creștere economică UE - SUA (*EU-US High Level Working Group on Jobs and Growth*), format din experți americani și europeni, care au primit sarcina să analizeze oportunitatea și fezabilitatea unui astfel de acord de liber schimb și să facă propuneri în acest scop.

Ca urmare, în conformitate cu recomandările elaborate de acest grup, în discursul său despre “Starea națiunii” din 12 februarie 2013, președintele SUA Barack Obama, a solicitat Congresului acceptul pentru începerea negocierilor oficiale cu privire la realizarea unui acord de comerț liber cu UE intitulat TAFTA (*Transatlantic Free Trade Agreement*) și - în aceeași zi - președintele Consiliului European, Herman Van Rompuy și președintele Comisiei Europene, José Manuel Barroso au anunțat acordul UE pentru inițierea negocierilor.

Ulterior, după ce Congresul SUA și statele membre ale UE au dat “*undă verde*” pentru startul negocierilor unui Parteneriat Transatlantic pentru Comerț și Investiții (TTIP- *Transatlantic Trade and Investment Partnership*), la 17 iunie 2013, președintele Comisiei Europene, Jose Manuel Barroso, președintele SUA Barack Obama, președintele Consiliului European, Herman van Rompuy și primul ministru britanic, David Cameron, au lansat oficial deschiderea negocierilor pentru TTIP.

Prima rundă de negocieri în cadrul TTIP a fost convenită și a avut loc la Washington, DC în perioada 8-12 iulie 2013 când au fost puse față în față echipele de negociatori și principalii actori ai acestui acord de pe ambele maluri ale Atlanticului: Michael Froman, Reprezentantul pentru comerț al SUA și Ignacio Garcia-Bercero, negociatorul șef pentru UE.

Obiectivul principal declarat al Acordului este acela de a stimula creșterea economică și crearea de noi locuri de muncă pe ambele părți ale Atlanticului, prin stimularea comerțului și a investițiilor reciproce.

În scopul facilitării negocierilor, TTIP a fost împărțit în 15 de grupe de lucru, fiecare grupă acoperind o anumită arie specifică. Deși domeniul acoperit de TTIP este mare, cele mai importante puncte în discuție sunt:

- eliminarea tarifelor comerciale și reducerea barierelor netarifare inclusiv a restricțiilor în ceea ce privește investițiile;
- cooperarea strânsă între organismele de specialitate din cele două părți în vederea armonizării (uniformizării și/sau eliminării, cât mai mult posibil) a reglementărilor și standardelor diferite în materie de comerț și investiții⁷;
- asigurarea protecției drepturilor de proprietate intelectuală;
- restricționarea subvențiilor pentru întreprinderile de stat.

⁷ În acest sens, TTIP și-a propus să creeze cadrul care să încurajeze stabilirea de reglementări în toate sectoarele de bunuri și servicii și să sporească cooperarea partenerilor transatlantici prin:

- crearea de instrumente noi pentru evaluarea *ex-ante* a compatibilității și evaluarea *ex-post* a echivalenței;
- creșterea transparenței și a implicării tuturor părților interesate în elaborarea și /sau armonizarea reglementărilor;
- încorporarea unui mecanism instituțional care să faciliteze “*cele mai bune practici*” în planul relației transatlantice, în domeniul reglementării.

Încheierea cu succes a acordului, ar fi putut produce avantaje atât pentru Europa, cât și pentru SUA, înlăturând cele mai multe dintre obstacolele comerciale existente în numeroase sectoare economice și facilitând vânzarea și cumpărarea reciprocă de bunuri și servicii, contribuind la creșterea economică și la crearea de locuri de muncă pe ambele maluri ale Atlanticului.

Mai mult, prin finalizarea și implementarea TTIP, nu doar SUA și UE ar fi avut de câștigat, acordul urmând a exercita un puternic impact dincolo de economia transatlantică, devenind un model de urmat pentru întregul sistem comercial global bazat pe reguli.

După ce președintele ales al SUA, Donal Trump a criticat, în timpul campaniei pentru prezidențiale, acordurile de liber schimb încheiate până în prezent de către SUA, inclusiv Trans Pacific Partnership (din care SUA s-au retras în ianuarie 2017 și care încă nu fusese ratificat de către Congresul SUA), acordul TTIP, așa după cum a precizat comisarul pentru comerț al UE Cecilia Malmstrom, “va sta, probabil, ceva timp la frigider”. Opinia comun acceptată (variantea optimistă) este că negocierea acestui acord nu va fi reluată mai devreme în viitoarul apropiat. Varianta sceptică este că procesul de globalizarea ar putea intra în regres (luând în considerare semnalele politice din SUA, Marea Britanie-votul Brexit, dar și din alte state europene) ceea ce ar pune sub semnul întrebării nu numai finalizarea TTIP, dar chiar întregul eșafodaj câștigat cu atâta dificultate în ceea ce privește liberalizarea comerțului și facilitarea accesului pe piețe, dând semnalul nu numai al unei perioade protecționiste, dar deschizând drumul-având în vedere recente poziții și măsuri ale administrației Trump în această direcție-chiar spre un război vamal.

PROGRAME DESTINATE MEDIULUI DE AFACERI

Agricultural Partners and International Trade Leads

Serviciul de agricultură externă al Departamentului Agriculturii din SUA oferă o varietate de servicii de marketing la export pentru a ajuta exportatorii agricoli din SUA să găsească clienți în străinătate.

Export Control Regulatory Compliance Assistance

Biroul Industriei și Securității (BIS) oferă îndrumări de reglementare, politică și procedură întreprinderilor, pentru a le ajuta să înțeleagă și să respecte obligațiile lor de reglementare pentru exportul, reexportarea sau transferul (în țară) de articole care fac obiectul reglementărilor privind administrarea exportului.

Export Administration Regulations (EAR) Decision Tree Tools

BIS oferă instrumente online pentru a ajuta exportatorii să stabilească cerințele pentru exportul, reexportarea sau transferul articolelor care fac obiectul EAR. Exportatorii pot folosi instrumente BIS pentru a ajuta la determinarea 1) clasificării unui articol care face obiectul EAR, 2) dacă un articol este proiectat special în baza EAR, 3) dacă un articol este eligibil pentru expediere în baza autorizației strategice de comerț cu excepție de licență și, în final, , 4) dacă un articol care nu este fabricat din SUA, care se află în afara Statelor Unite, este supus EAR.

Bureau of Industry and Security (BIS) Online Training

BIS oferă o serie de instrumente de instruire on-line, inclusiv videoclipuri gratuite, module de instruire și webinarii arhivate pentru exportatorii interesați să afle mai multe despre subiectele privind controlul exporturilor, inclusiv videoclipuri introductive, sfaturi de conformitate, informații despre embargouri și sancțiuni și alte actualizări.

The Consolidated Screening List (CSL)

Lista de screening consolidată identifică părțile pentru care guvernul Statelor Unite menține restricții asupra anumitor exporturi, reexporturi sau transferuri de articole.

Export Management and Compliance Program Review

Exportatorii interesați pot utiliza resursele BIS pentru a dezvolta un program de gestionare și conformitate a exporturilor. Aceasta include capacitatea pentru un exportator de a prezenta un proiect de program de conformitate BIS pentru revizuire.

Foreign Export Control Resources

În anumite țări, personalul BIS poate desfășura activități de informare și educație și poate face legătura cu guvernele străine pe probleme de control al exporturilor. De

asemenea, BIS a întocmit o listă de resurse pentru a ajuta exportatorii să respecte practicile de control al exporturilor străine, să confirme statutul de înregistrare a companiilor și să înțeleagă mediul de afaceri local.

Emerging Markets Program for U.S. Agricultural Exports

Programul Piețe Emergente (EMP) oferă finanțare pentru activități de asistență tehnică pentru promovarea exporturilor de produse agricole și produse americane pe piețele emergente. Prin intermediul PMM, Serviciul Agricol Externe oferă finanțare din partea costurilor pentru activități de asistență tehnică, precum studii de fezabilitate, cercetări de piață, evaluări sectoriale, vizite de orientare, instruire specializată și ateliere de afaceri.

Environmental Exports Program

EXIM oferă finanțare pentru a contribui la atenuarea riscurilor pentru companiile de mediu din SUA și oferă condiții de finanțare competitive pentru cumpărătorii internaționali pentru achiziționarea de produse și servicii de mediu fabricate în SUA.

Small Business Export Credit Insurance

Această asigurare este concepută pentru a proteja creanțele unui exportator. Aceasta oferă avantaje importante, inclusiv reducerea riscului - salvagardarea împotriva pierderilor catastrofale din neplata cumpărătorului și îmbunătățirea lichidității - accelerarea fluxului de numerar prin împrumuturi din creanțe străine.

Medium and Long-Term Loan Guarantees

Garanțiile sunt concepute pentru a ajuta exportatorii din SUA să asigure finanțarea competitivă pentru partenerii lor internaționali. EXIM garantează finanțarea pe termen lung, în general, până la 12 ani, cumpărătorilor internaționali de încredere, atât în sectorul privat, cât și în sectorul public și finanțează costuri locale de până la 30%.

Working Capital Loan Guarantee

Garanția de împrumut a capitalului de lucru EXIM nu înlocuiește banca obișnuită a unui exportator; mai degrabă, funcționează cu creditorii pentru a oferi o garanție de împrumut care să înapoieze datoriile împrumutatului în cazul în care ceva se întâmplă. EXIM oferă o garanție de 90% pentru acoperirea împrumutului, scăzând riscul de rambursare și sporind disponibilitatea creditorului de a acorda un împrumut. Cu sprijinul EXIM, exportatorii pot împrumuta mai mult cu aceeași garanție.

Export Trade Certificate of Review Program

Acest program ajută întreprinderile din SUA să-și reducă costurile de export și să le sporească competitivitatea pe piețele de export. Permite formarea de întreprinderi comune de export din SUA, care ajută firmele să realizeze economii semnificative, să-și sporească puterea de negociere, să completeze comenzi mari de export și să reducă

costurile de transport, beneficiind în același timp de o protecție substanțială federală antimonopol.

Foreign Market Development Program

Programul de dezvoltare a pieței externe (FMD), cunoscut și sub denumirea de Programul Cooperator, ajută la crearea, extinderea și menținerea piețelor de export pe termen lung pentru produsele agricole din S.U.A. În cadrul programului, FAS este partener cu producătorii și procesatorii agricoli din SUA, pentru a promova mărfuri din SUA în străinătate. În fiecare an, FAS anunță perioada și criteriile de înscriere la FMD în Registrul Federal. Organizațiile aplică pentru programul FMD, prin procesul Strategiei de export unificate (UES), care permite solicitanților să solicite finanțare de la mai multe programe de dezvoltare a pieței USDA printr-o singură propunere coordonată strategic.

Manufacturing Extension Partnership (MEP)

Parteneriatul de extindere a producției (MEP) este o rețea la nivel național de centre care oferă servicii de la strategii de inovare, până la îmbunătățirea procesului de dezvoltare a forței de muncă, cu accent pe ajutarea micilor producători să dezvolte noi clienți, să se extindă pe noi piețe și să creeze noi produse.

International Business Partnership Program

Agencia americană pentru comerț și dezvoltare (USTDA) organizează conferințe și ateliere la nivel mondial pentru conectarea firmelor din SUA cu sponsorii de proiect străini. Aceste evenimente specifice sectorului sau regiunii sunt concepute pentru a prezenta cumpărătorilor străini bunuri, servicii și tehnologie Made in America.

International Buyer Program (IBP)

Programul de cumpărători internaționali (IBP) promovează prezența internațională la expozițiile majore din industria americană, ajutând expozanții americani interesați să exporte pentru a se întâlni cu parteneri comerciali de peste mări calificați. IBP sprijină, de asemenea, companiile din SUA la aceste expoziții cu o varietate de servicii, inclusiv consiliere la export, analize de marketing și servicii de match-making.

Office of Textiles and Apparel (OTEXA) Export Promotion Program

Programul de promovare a exporturilor de produse textile și îmbrăcăminte oferă asistență specializată întreprinderilor interesate de exportul în industria textilelor prin consiliere la export, seminarii, confecționarea de potriviri de afaceri, sponsorizarea misiunilor comerciale, pavilioane din SUA în evenimente majore de comerț internațional și cercetare, care identifică oportunitățile cheie de export pe piețele selectate.

Overseas Private Investment Corporation (OPIC) Financial Products

Corporația de investiții private de peste mări (OPIC) este instituția financiară pentru dezvoltare a guvernului Statelor Unite și oferă o gamă largă de servicii pentru a ajuta la rezolvarea provocărilor critice de dezvoltare din întreaga lume. Produsele financiare ale OPIC oferă finanțare pe termen mediu-lung prin împrumuturi directe și garanții de împrumut pentru proiecte de investiții eligibile în țările în curs de dezvoltare și pe piețele emergente.

Statul New York susține și încurajează creșterea afacerilor prin programe și stimulente bazate pe reducerea impozitelor, acordarea de resurse și instruire antreprenorilor și întreprinderilor care doresc să se angreneze la nivel global și, de asemenea, sprijină crearea de parteneriate între firme din diverse industrii și universități care favorizează dezvoltarea de tehnologii și produse noi/inovate. The Empire State acordă totodată și sprijin financiar, necesar pentru a ajuta întreprinderile să crească printr-o varietate de fonduri, împrumuturi, subvenții și alte stimulente financiare. Sunt sprijinite de la start-up-uri inovatoare până la mari producători, inclusiv companiile care doresc să exporte, astfel:

I. Programe cu facilități fiscale

Excelsior Jobs Program - încurajează întreprinderile să se relocheze sau să se extindă în New York, menținând în același timp standarde stricte de responsabilitate pentru a garanta că întreprinderile respectă angajamentele de angajări și investiții. Firmele care beneficiază de acest program se pot califica până la cel mult patru credite fiscale rambursabile pe o perioadă de până la 10 ani.

START-UP NY - ajută întreprinderile nou înființate și pe cele aflate în expansiune prin stimulente fiscale și parteneriate academice inovatoare. Programul oferă oportunitatea de a opera fără taxe timp de 10 ani în interiorul sau în apropierea campusurilor universitare și/sau colegiilor eligibile din statul New York. Parteneriatul cu aceste școli oferă întreprinderilor acces direct la laboratoarele de cercetare avansată, resurse de dezvoltare și experți din industrii cheie.

Empire State Jobs Retention Program - a fost creat pentru a oferi stimulente financiare pentru reținerea întreprinderilor strategice și a locurilor de muncă care riscă să părăsească statul din cauza impactului asupra operațiunilor comerciale din cauza unui dezastru natural.

Life Sciences Research and Development Tax Credit Program - este conceput pentru a încuraja și sprijini întreprinderile cu activități ce includ cercetarea și dezvoltarea în domeniul științelor, încurajându-le să se localizeze, să inventeze, să producă și să comercializeze în statul New York. Creditele din acest program sunt rambursabile și pot ajunge până la 10 milioane de dolari pe an.

Employee Training Incentive Program - oferă credite fiscale rambursabile angajatorilor din statul New York pentru calificarea și creșterea competențelor prin care se îmbunătățește productivitatea angajaților. Întreprinderile pot primi, de asemenea, credite pentru programele de internship aprobate care oferă instruire în tehnologie avansată, științe, dezvoltare de software sau energie ecologică.

Commercial Tax Credit Program - acest program de credit fiscal este conceput pentru a crește producția de filme comerciale în statul New York („NYS”). Programul se limitează la reclame înregistrate pe film, audio, video sau suport digital pentru distribuirea prin radio, televiziune, cinematografe sau internet.

New York State Film Tax Credit Program (Production) - este conceput pentru a consolida industria de producții de filme din statul New York și impactul său pozitiv asupra economiei statului. Pe măsură ce statul New York se redeschide, îndrumările specifice industriei pentru producția de media au fost lansate ca parte a celei de-a doua faze a planului de redeschidere pe etape regionale din New York.

New Markets Tax Credit Program (“NMTC Program”) - oferă capital de investiții pentru companiile care operează proiecte de dezvoltare imobiliară pentru a încuraja crearea de locuri de muncă și dezvoltarea comunităților cu venituri mici din statul New York.

II. Asistență operațională și pregătire antreprenorială pentru afaceri

Business Mentor NY - este primul program de mentorat, creat pentru a ajuta antreprenorii și întreprinderile mici, nou înființate să depășească provocările și să-și dezvolte afacerea. Voluntarii - mentori de afaceri acționează ca și consilieri pro-bono pentru proprietarii de întreprinderi mici care caută îndrumări. Mentoratul pentru întreprinderi mici oferă o soluție potențială pentru accesarea informațiilor și expertizelor necesare printr-un proces eficient.

Entrepreneurship Assistance Centers (EAC) - aceste centre de asistență antreprenorială oferă instrucțiuni, instruire, asistență tehnică și servicii de susținere noilor antreprenori ambițioși din comunitățile locale la nivelul statului New York.

Export Marketing Assistance Service Program - rețeaua globală de reprezentanți comerciali din cadrul ambasadelor S.U.A. poate ajuta companiile statului New York prin facilitarea și favorizarea unor conexiuni și relații, inclusiv prin identificarea distribuitorilor și agenților de vânzări pe piețele externe.

III. Sprijin pentru dezvoltarea inovației

Programele Departamentului pentru Știință, Tehnologie și Inovație al statului New York (NYSTAR) și incubatoarele de afaceri acordă resurse de susținere a dezvoltării inovațiilor, inclusiv stimulente financiare, pentru a încuraja colaborarea cu universitățile, cercetarea și inovarea.

Centers for Advanced Technology - NYSTAR finanțează 15 Centre pentru Tehnologie Avansată (CAT) pentru a încuraja colaborarea între industria privată și universități în dezvoltarea și aplicarea de noi tehnologii. Programul CAT, creat în 1983, facilitează un program continuu de cercetare, dezvoltare și transfer de tehnologie în mai multe domenii tehnologice. CAT-ul joacă un rol esențial în stimularea cercetării aplicate bazate pe tehnologie și dezvoltarea economică în stat; promovarea colaborării și inovării în domeniul cercetării la nivel național și internațional și utilizează expertiza de cercetare și finanțare din New York cu investiții de la guvernul federal, fundații, companii, firme de capital de risc și alte entități. NYSTAR identifică periodic

tehnologiile de importanță strategică pentru competitivitatea economică din New York și organizează concursuri pentru a desemna și include în CAT universități din New York, institute de cercetare afiliate universităților sau consorții ale unor astfel de instituții.

Centers of Excellence - NYSTAR finanțează 13 Centre de Excelență pentru a încuraja colaborarea între comunitatea de cercetare academică și sectorul de afaceri pentru a dezvolta și comercializa noi produse și tehnologii, pentru a promova investițiile critice ale sectorului privat în domenii de înaltă tehnologie emergente în statul New York și pentru a crea și extinde tehnologia avansată. Programul a fost creat pentru a îmbunătăți și accelera operațiunile centrelor, facilitând cercetarea și dezvoltarea în comun universitate-industrie, comercializarea produselor și calificarea forței de muncă.

New York Manufacturing Extension Partnership - parteneriatul de extindere a producției în New York (NY MEP) este o rețea de organizații care oferă servicii de creștere și inovare producătorilor mici și mijlocii din fiecare colț al statului pentru a-i ajuta să creeze noi locuri de muncă, să-și crească profiturile și să economisească timp și bani. Programul este sprijinit printr-o combinație de finanțări federale și de stat.

New York State Certified Business Incubators and Innovation Hot Spots - printr-un proces concurențial, NYSTAR a desemnat 10 „hot spot-uri” de inovare - una pentru fiecare dintre regiunile de dezvoltare economică din New York - și 20 incubatoare de afaceri certificate, care primesc finanțare pentru a ajunge la un număr cât mai mare de companii aflate în stadiu incipient. Această rețea de asistență a creat o cultură a inovației și a succesului în jurul statului, datorită serviciilor oferite începând cu nivelul cel mai de jos, care fac o mare diferență pentru realizarea următorilor pași ai unui start-up. Suportul poate varia în funcție de locație, dar include în general: spațiu fizic, personal administrativ comun, acces la capital, îndrumare, mentorat, conexiuni de rețea, dezvoltarea prototipurilor și acces la alte servicii tehnice. Hot Spot-urile de inovare coordonează, de asemenea, ecosistemele antreprenoriale regionale și pot oferi beneficii fiscale întreprinderilor-clienți.

Faculty Development and Technology Transfer Incentive Program - programul ajută instituțiile de învățământ superior din statul New York în recrutarea și reținerea domeniului de cercetare antreprenorială în știință și tehnologie cu potențial comercial puternic. Programul de transfer de tehnologie ajută companiile din New York să comercializeze inovații de înaltă tehnologie în parteneriat cu colegii și universități, oferind premii instituțiilor de învățământ superior pentru a transfera tehnologiile de vârf de la laboratorul de cercetare pe piață. Programul sprijină o gamă largă de activități asociate acestei comercializări, precum îmbunătățirea prototipurilor de produse și a produselor existente, dezvoltarea de noi produse, dezvoltarea proceselor de fabricație pentru produse noi și depunerea cererilor de brevete.

Matching Grants Leverage Program - programul revizuieste și coordonează cererile pentru acordarea de subvenții pentru a consolida propunerile solicitanților către agenții federale, fundații și alte organizații care acordă subvenții. Scopul acestui program este de a atrage mai multe fonduri federale de cercetare și dezvoltare

pentru a sprijini dezvoltarea tehnologiei și eforturile de comercializare în statul New York.

Defense Industry Assistance - Manufacturing and Defense Grants - portofoliul Guvernatorului pentru Tehnologie și Inovație al Oficiului de Dezvoltare Empire State - ESD se angajează să asiste industria de apărare a statului NY în a rămâne o parte integrantă a lanțului de aprovizionare. Cu ajutorul centrelor și partenerilor finanțați de NYSTAR, ESD consolidează și crește ecosistemul de apărare, lanțul de aprovizionare și industria, în general, pentru a proteja mai bine trupele și cetățenii americani.

New York Smart Cities Innovation Partnership - portofoliul Guvernatorului pentru Tehnologie și Inovație al Oficiului de Dezvoltare Empire State - ESD, în colaborare cu Autoritatea pentru Inovare din Israel (IIA), lansează Parteneriatul Orașelor Inteligente - un program pilot pentru a facilita dezvoltarea și integrarea tehnologiilor emergente în serviciile publice. În cadrul acestui program, ESD și All vor oferi finanțare până la un milion de dolari pentru sprijinirea proiectelor locale care îmbunătățesc serviciile guvernamentale și calitatea vieții rezidenților prin utilizarea tehnologiilor orașelor inteligente.

IV. Asistență pentru creșterea afacerilor

Statul New York susține și încurajează creșterea afacerilor cu o varietate de fonduri, împrumuturi, subvenții și alte stimulente financiare.

IV.a - Crearea de locuri de muncă și facilități acordate investițiilor

Statul New York este angajat să atragă și să ajute la extinderea întreprinderilor pentru a fi create locuri de muncă, în special întreprinderile de vârf și companiile producătoare care doresc să facă investiții de capital semnificative.

Empire State Economic Development Fund (EDF) - programul oferă asistență financiară pentru proiectele care promovează sănătatea economică a statului New York, facilitând crearea de locuri de muncă și/sau păstrarea sau creșterea activităților de afaceri în stat.

Linked Deposit Program (LDP) - ajută firmele existente în statul New York să obțină finanțare cu dobândă redusă, astfel încât să poată realiza investiții pentru: îmbunătățirea competitivității, extinderea piețelor de desfacere, dezvoltarea de produse noi, introducerea de tehnologii noi, facilitarea tranziției de proprietate, modernizarea echipamentelor, creșterea capacităților, extinderea facilităților, achiziționarea de imobiliare sau renovarea clădirilor.

Metropolitan Economic Revitalization Fund (MERF) - oferă împrumuturi întreprinderilor sau administrațiilor locale care investesc în proiecte ce păstrează sau creează un număr semnificativ de locuri de muncă în sectorul privat în zone aflate în dificultate economică și a celor care se află în zona geografică cunoscută sub denumirea de Autoritatea Portuară New York și New Jersey. Aceste zone includ New York City și anumite părți din regiunile Nassau, Westchester și Rockland.

Strategic Planning and Feasibility Studies Program - programul de dezvoltare urbană și comunitară al ESD promovează dezvoltarea economică în statul New York, încurajând oportunitățile de afaceri și de angajare, îndeosebi, prin stimularea dezvoltării comunităților și a zonelor urbane.

Urban and Community Development Program (UCDP) - încurajează oportunitățile economice și de angajare pentru cetățenii statului New York și stimulează dezvoltarea comunităților și a zonelor urbane.

IV.b - Fonduri de Investiții

New York Ventures administrează fondurile de investiții inovatoare ale statului New York, oferind capital financiar pentru întreprinderile bazate pe tehnologie în stadiu incipient care doresc să înceapă sau să crească în New York.

Innovate NY Fund - a fost conceput pentru a furniza capital de investiții în întreprinderile aflate în stadiul inițial care sprijină inovația, crearea de locuri de muncă și antreprenoriatul cu șanse de creștere în întreg statul New York („NYS”). Programul este susținut de o subvenție de 35,6 milioane USD de la Departamentul Trezoreriei S.U.A. și 10,3 milioane de dolari de la Goldman Sachs.

Minority and Women-Owned Business Investment Fund (the “MWBE Fund”) - a fost creat pentru a sprijini inovația, crearea de locuri de muncă și antreprenoriatul cu creștere rapidă în întregul stat New York („NYS”), investind în minorități certificate „NYS” și/sau întreprinderi comerciale deținute de femei („MWBE”) cu activitate în domeniul tehnologiilor emergente și care au un produs sau serviciu diferențiat.

New York Ventures Direct Fund (the “Fund”) - „Fund” este un fond de capital de risc de 100 de milioane de dolari care investește în întreprinderi aflate în stadiu incipient în statul New York. Fondul oferă finanțări pentru promovarea comercializării de noi tehnologii, încurajarea creării de locuri de muncă și stimularea creșterii economice.

Innovation Technology Commercialization Investment Fund (the “Innovation TC Fund”) - fondul funcționează printr-o structură de „fonduri din fonduri” în care managerii au fost selectați în mod competitiv pentru a le oferi finanțare de creștere pentru a stimula comercializarea și formarea de noi afaceri, facilitând tranziția de idei și cercetare pentru produse comercializabile. Entitățile de investiții ale Fondului TC pot face investiții de până la 100.000 USD per companie eligibilă.

IV.c - Asistență financiară pentru operațiuni

Indiferent dacă se începe o afacere, sunt adăugate locuri de muncă sau se îmbunătățesc operațiunile afacerii, există o gamă variată de împrumuturi și programe de asistență financiară pentru a fi atinse obiectivele.

Bridge to Success Loan Program - programul de împrumut „Podul către succes” își propune să ofere întreprinderilor de afaceri calificate și minorităților calificate (MWBEs) acces la împrumuturi de tip „bridge” pe termen scurt necesare pentru a executa oportunități de contractare în statul New York. Creditorii participanți sunt

încurajați să crească împrumuturile în cadrul programului „Podul către succes” prin fondul de rezervă de împrumut Empire State Development (ESD). Acest fond de 2,73 milioane dolari atenuează riscurile pe care le pot asuma creditorii programului.

Commercial District Revolving Loan Trust Fund Program - ESD a capitalizat peste 600.000 de dolari, punând fonduri la dispoziția a cinci corporații din comunitate pentru a administra și acorda împrumuturi pentru micile retailuri și întreprinderi de servicii din zonele lor de servicii.

Electric Generation Facility Cessation Mitigation Program - a fost creat pentru a oferi asistență de finanțare pentru a fi sprijinite entitățile administrațiilor locale, inclusiv regiunile, orașele, satele, raioanele școlare și raioanele speciale, afectate de plățile de energie electrică.

New York State New Farmers Grant Fund Program - oferă subvenții pentru a ajuta fermierii să-și îmbunătățească rentabilitatea fermei, prin următoarele obiective: extinderea producției agricole, diversificarea producției agricole și/sau extinderea sezonului agricol și, de asemenea, prin avansarea tehnicilor agricole inovatoare care sporesc practicile durabile precum agricultura ecologică, siguranța alimentelor, reducerea deșeurilor agricole și/sau utilizarea apei.

Photonics Attraction Fund (PAF) - statul New York a dedicat 30 de milioane de dolari pentru a încuraja companiile să-și configureze sau să își extindă operațiunile de fabricație pentru tehnologiile fotonice integrate în zona Greater Rochester. Programul PAF a fost înființat în 2018, ca parte a angajamentului de 250 de milioane de dolari de la NYS pentru American Institute for Manufacturing Integrated Photonics (AIM Photonics), un institut american, cu sediul la Rochester, sponsorizat de Departamentul Apărării.

Tourism Matching Funds Program - scopul programului este de a oferi finanțare TPA-urilor (Tourism Promotion Agencies) pentru a face reclamă destinațiilor turistice din statul New York, pentru a crește numărul de vizitatori și nivelul cheltuielilor turiștilor. Departamentul de Dezvoltare Economică al statului New York a primit 4.408.000 USD pentru a fi acordate Agențiilor de Promovare a Turismului („TPA”) prin programul anului 2020, numite fonduri de creștere a turismului.

Western New York Workforce Development Challenge - Biroul regional Empire State Development din New York a lansat Workforce Development Challenge (WDC), o inițiativă de 10 milioane de dolari a guvernatorului Andrew M. Cuomo. WDC se asigură că forța de muncă din regiune răspunde cerințelor industriei, investind în abordări inovatoare pentru formarea și calificarea forței de muncă. Bazat pe succesul din prima etapă a programului, Fundația Ralph C. Wilson, Jr. a anunțat, de asemenea, o contribuție suplimentară de 1,5 milioane USD, constituind un fond total de 11,5 milioane dolari pentru anul 2020.

IV.d - Dezvoltarea districtului comercial și/sau regional

ESD sprijină dezvoltarea unor șantiere bine pregătite pentru construcții, furnizează resurse financiare pentru a reduce costurile de dezvoltare și ajută comunitățile să faciliteze redezvoltarea proprietăților vacante.

Better Buffalo Fund (BBF) - este o inițiativă care are ca scop crearea de cartiere vibrante, de utilizare mixtă, cu densitate ridicată și este axată pe oferirea tuturor locuitorilor orașului Buffalo la un acces mai mare la centrele majore de angajare.

Regional Council Capital Fund Program (ESD Grants - REDC) - finanțarea cu granturi de la Consiliul Regional este disponibilă prin intermediul Inițiativei de Dezvoltare Economică Regională a statului, care ajută la dezvoltarea economică regională și locală în statul New York, în cooperare cu 10 Consilii Regionale de Dezvoltare Economică. Finanțarea subvențiilor este disponibilă pentru proiecte de dezvoltare economică destinate să creeze sau să păstreze locuri de muncă, prevenirea, reducerea sau eliminarea șomajului și / sau să crească activitatea economică într-o comunitate sau regiune.

Job Development Authority (JDA) Direct Loan Program - programul de împrumut direct al JDA oferă împrumuturi directe pentru creșterea producției și a altor întreprinderi eligibile din statul New York, prin asistarea la finanțarea unei porțiuni din costul achiziției și renovării clădirilor existente sau la construcția de clădiri noi (proiecte „imobiliare”) sau pentru achiziționarea de utilaje și echipamente (proiecte „M&E”).

Build Now-NY Program - programul furnizează certificarea pentru proprietățile care îndeplinesc criteriile pentru trei tipuri de dezvoltare: fabricare de înaltă tehnologie, depozit / distribuție / logistică și parcuri de afaceri și tehnologie cu mai mulți chiriași.

Verizon Media Community Benefit Fund for Niagara County - Empire State Development - a fost creat în 2015 printr-un acord între Verizon Media și Empire State Development pentru a înființa un centru de asistență pentru clienți și date în districtul Niagara. Fondul conectează suplimentar Verizon Media la comunitate prin acordarea de către Verizon Media a creditelor fiscale din cadrul Programului Excelent Jobs de la statul New York și la o alocare a energiei electrice „low-cost” de la New York Power Authority.

New York State Land Bank Program - permite municipalităților să solicite și să creeze bănci funciare în comunitățile lor. Băncile funciare sunt corporații non-profit, fără scop lucrativ, create pentru a prelua controlul și respectiv pentru reamenajarea proprietăților vacante sau abandonate pentru a servi mai bine interesului public.

IV.e - Sprijin acordat exportatorilor

Întreprinderile statului New York sunt ajutate să-și vândă produsele pe piețele externe, inclusiv Mexic, Europa, Canada, Israel, China și Africa, prin identificarea agenților și distribuitorilor de vânzări, precum și prin finanțarea costurilor de export.

Global NY Fund Grant Program - fondul Global NY de 35 de milioane de dolari oferă subvenții și împrumuturi pentru a ajuta întreprinderile mici și mijlocii ale statului New York să devină globale și să creeze noi locuri de muncă. Programul Global NY Grant Fund este deschis pentru toate companiile din statul New York, precum și organizațiilor non-profit care doresc să inițieze sau să-și extindă exporturile directe. Toate subvențiile la export sunt acordate pe o bază rambursabilă.

Global NY Fund Loan Program - fondul de împrumut este deschis companiilor din statul New York care doresc finanțare pentru inițierea sau extinderea exporturilor directe sau pentru a servi drept furnizori pentru exportatorii mai mari. Împrumuturile sunt disponibile pentru achiziționarea de echipamente, bunuri de inventar, capital de lucru pentru a susține comenzile primite, linii de export sau de credit sau finanțare pe termen lung. ESD oferă, de asemenea, împrumuturi fără dobândă pentru întreprinderile din industria băuturilor distilate și fermentate, pentru a promova industria de băuturi a statului New York la scară globală.

Global NY State Trade Expansion Program (STEP) - Empire State Development (ESD) lucrează în parteneriat cu Small Business Administration (S.B.A.) din S.U.A., pentru a crește numărul întreprinderilor mici care încep să exporte și numărul de întreprinderi mici care explorează noi oportunități comerciale semnificative. În parteneriat cu S.B.A. se acordă subvenții pentru întreprinderile mici și mijlocii pentru a crește numărul de întreprinderi care intră pe piața de export și pentru a crește valoarea exporturilor pentru întreprinderile care exportă deja.

Statul California oferă o varietate de programe de stimulare pentru a încuraja dezvoltarea afacerilor în California.

California Infrastructure and Economic Development Bank's (IBank) Export Financing Program - Programul Bancar de finanțare a exporturilor pentru infrastructură și dezvoltare economică (IBank) din California
Programul Bancar de finanțare a exporturilor de infrastructură ajută creditorii să acorde împrumuturi firmelor mici care vând mărfuri în alte țări prin intermediul Programului de garantare a împrumuturilor pentru întreprinderile mici.

Small Business Loan Guarantee Program - Programul de garantare a împrumutului pentru întreprinderi mici
Programul de garantare a împrumutului pentru întreprinderi mici oferă „acces la capital” care poate nu a fost disponibil pentru întreprinderile în dezvoltare fără această garanție. Această garanție reduce riscul de credit al creditorilor și face posibilă calificarea pentru împrumuturile pentru întreprinderile noi și existente în California.

California Capital Access Program - (CalCAP) and CalCAP Collateral Support - Programul de acces la capital din California - (CalCAP) și suportul colateral CalCAP
Programul de acces la capitalul din California încurajează creditorii să acorde împrumuturi pentru întreprinderile mici care pot avea dificultăți în obținerea de capital. Aceste programe de îmbunătățire a creditului reduc la minimum riscul de credit al creditorilor și fac posibilă calificarea întreprinderile noi și existente din California pentru obținerea unor împrumuturi pentru întreprinderile mici.

Industrial Development Bonds - Obligațiuni de dezvoltare industrială
Obligațiunile de dezvoltare industrială sunt titluri scutite de taxe emise de Banca de Infrastructură și Dezvoltare Economică (IBank), Biroul Trezoriei de Stat, Autoritățile locale de dezvoltare industrială sau de către Autoritățile comune pentru achiziția, construcția, reabilitarea și dotarea unitatilor de producție și facilităților de prelucrare pentru companii private.

California Hub for Energy Efficiency Financing Pilot Programs - California Hub pentru Programe Pilot de Finanțare a Eficienței Energetice

Trezoreria de Stat din California administrează un set de programe pilot concepute pentru a ajuta statul California să își atingă obiectivele de eficiență energetică prin creșterea disponibilității finanțărilor cu costuri mai mici pentru investiții în eficiență energetică în întregul stat.

The California Alternative Energy and Advanced Transportation Financing Authority (CAEATFA) - Autoritatea de finanțare a energiei alternative și transporturilor avansate din California (CAEATFA) -

Autoritatea de finanțare a energiei alternative și transporturilor avansate din California lucrează în colaborare cu partenerii publici și privați pentru a oferi soluții de finanțare inovatoare și eficiente pentru industriile din California, ajutând la reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, prin creșterea dezvoltarea și desfășurarea de surse de energie regenerabilă, eficiență energetică și tehnologii avansate de transport și fabricație pentru reducerea poluării aerului, conservarea energiei și promovarea dezvoltării economice și a locurilor de muncă.

U.S. Small Business Administration (SBA) - Programul de Administrare a afacerilor mici si mijlocii

Programul SBA îi ajută pe americani să înceapă, să construiască și să dezvolte afaceri printr-o serie de programe financiare. Deși SBA în sine nu acordă împrumuturi, oferă garanții pentru împrumuturi de la instituții private și alte instituții de creditare.

Dezvoltarea rurală a Departamentului Agriculturii din SUA (USDA) - USDA oferă oportunități de finanțare pentru întreprinderile mici din mediul rural prin împrumuturi, garanții pentru împrumuturi și subvenții.

RELAȚIILE ECONOMICE ROMÂNNO-AMERICANE

În anul 2019 (ultimele date statistice disponibile)⁸ România a fost cel de-al **69-lea partener comercial al SUA** (aceeași poziție în clasament ca și cea de la sfârșitul anului 2018) și reprezintă **0,08%** din totalul schimburilor comerciale bilaterale.

La export (i.e. exporturile românești în SUA) țara noastră s-a situat pe locul **63 din 234 de țări și teritorii autonome** cu care SUA întreține relații comerciale bilaterale (aceeași poziția ca și în clasamentul din 2018 și devansând țări din regiune, precum Bulgaria, Lituania, Grecia, Serbia, Croația), iar *la import* (i.e. exporturile SUA către țara noastră), România a fost cel de-al **80-lea partener comercial american** (la sfârșitul anului 2018 țara noastră s-a situat pe locul 79). Din punct de vedere al balanței comerciale, România se află pe locul **38 între partenerii comerciali** cu care Statele Unite înregistrează deficit comercial⁹ (spre comparație, în 2018 țara noastră ocupa poziția a 42-a la acest indicator).

La nivelul anului trecut (2019), **exporturile românești în SUA** se cifrau la **2,384 milioane dolari** (scădere de 7,9%, comparativ cu 2018), **importurile din SUA** la **942,5 milioane dolari** (scădere de 14,9%), volumul total al comerțului bilateral fiind de **3,326 miliarde dolari** (scădere de 10,0%), **excedentul** fiind de **1,441 miliarde dolari** în favoarea țării noastre (scădere de 2,7% față de sfârșitul anului 2018).

Cele mai importante grupe de produse exportate de țara noastră în SUA, la sfârșitul anului trecut, au fost reprezentate de (doar grupele de mărfuri cu exporturi ce depășesc 10 milioane dolari):

- mașini industriale, cu 200,5 milioane dolari;
- echipamente de telecomunicații, cu 188,8 milioane dolari;
- aparate electrice, cu 177,5 milioane dolari;
- diverse părți și accesorii pentru autovehicule, cu 170,1 milioane dolari;
- anvelope pentru autoturisme, cu 134,0 milioane dolari;
- confecții și textile, nu din lână sau bumbac, cu 110,1 milioane dolari;
- oțel și produse din acesta, cu 97,2 milioane dolari;
- generatoare, cu 92,2 milioane dolari;
- mobilă și articole de mobilier, cu 74,4 milioane dolari;
- echipamente video și tv, cu 69,1 milioane dolari;
- fier și produse din fier, cu 62,4 milioane dolari;
- instrumente de măsură și control, cu 59,0 milioane dolari;
- livrări de valoare minimă, cu 56,2 milioane dolari;
- echipamente de manevrare materiale, cu 44,1 milioane dolari;
- bauxită și aluminiu, cu 43,8 milioane dolari;
- echipamente pentru camping, cu 43,0 milioane dolari;
- confecții și textile din bumbac, cu 42,0 milioane dolari;
- motoare industriale, cu 39,3 milioane dolari;
- motoare și părți din acestea, cu 39,1 milioane dolari;
- confecții și textile din lână, cu 38,7 milioane dolari;

⁸ https://www.census.gov/foreign-trade/Press-Release/current_press_release/exh4s.txt

⁹ SUA înregistrează deficit comercial cu 101 țări și teritorii (dintr-un total de 234) cu care efectuează relații comerciale

- jucării, jocuri și articole sportive, cu 33,4 milioane dolari;
- cherestea, cu 33,3 milioane dolari;
- produse returnate, reimportate, cu 33,0 milioane dolari;
- echipamente de foraj, cu 32,7 milioane dolari;
- diverse furnituri industriale, cu 32,5 milioane dolari;
- preparate farmaceutice, cu 30,0 milioane dolari;
- echipamente medicale, cu 28,8 milioane dolari;
- motoare avioane civile, cu 28,5 milioane dolari;
- părți avioane civile, cu 26,4 milioane dolari;
- încălțăminte, cu 22,9 milioane dolari;
- lucrări de artă, antichități, cu 20,7 milioane dolari;
- plăci, table, cu 18,5 milioane dolari;
- telefoane celulare, cu 17,8 milioane dolari;
- produse petroliere, cu 16,2 milioane dolari;
- accesorii calculatoare, cu 14,1 milioane dolari;
- lemn, sticlă, plastic, cu 13,7 milioane dolari;
- mașini pentru excavat, cu 13,1 milioane dolari;
- echipamente pentru fotografiat, cu 12,1 milioane dolari;
- îmbrăcăminte sintetică, cu 11,3 milioane dolari;
- materiale plastice, cu 16,2 milioane dolari;
- lână, mătase, cu 10,1 milioane dolari.

Cumulate, aceste grupe de mărfuri reprezintă aproximativ 94,9% din totalul exporturilor românești în SUA în 2019 (nivelul similar celui de la sfârșitul anului 2018), iar din totalul produselor exportate de țara noastră, peste 62,7% sunt produse cu valoare adăugată ridicată.

Sumarizând, la nivel de 2 cifre tarifare, principalele grupe de mărfuri exportate de țara noastră pe piața americană, în 2019, au fost reprezentate de: mașinile și echipamentele electrice (24,2% din totalul exporturilor românești), mașinile și echipamentele mecanice (16,9%), cauciuc și articole din cauciuc (7,4%), articole de îmbrăcăminte, nu din cele tricotate sau croșetate (6,4%), vehicule, altele decât cele pe cale rulantă (5,4%), articole din fier sau oțel (4,6%), echipamente și dispozitive optice, fotografice sau cinematografice, instrumente de măsură și control (4,4%), fier și oțel (4,3%), diverse mărfuri neprecizate (3,6%), mobilă și articole de mic mobilier (3,3%), lemn și articole din lemn (2,4%), încălțăminte (2,4%), aluminiu și articole din aluminiu (1,9%), articole de îmbrăcăminte, din cele tricotate sau croșetate (1,4%), aeronave și părți din acestea (1,0%) și restul produselor (9,8%).

Cele mai importante grupe de produse importate de țara noastră din SUA, la sfârșitul anului trecut, au fost reprezentate de (doar grupele de mărfuri cu importuri ce depășesc 10 milioane dolari):

- echipamente de telecomunicații, cu 152,3 milioane dolari;
- mașini și echipamente agricole, cu 51,0 milioane dolari;
- cocs metalurgic, cu 50,8 milioane dolari;
- aparate electrice, cu 44,0 milioane dolari;
- părți de avioane, motoare, echipamente, cu 37,9 milioane dolari;
- instrumente de măsură și control, cu 37,2 milioane dolari;
- produse petroliere, cu 36,2 milioane dolari;
- mașini industriale, cu 35,3 milioane dolari;
- echipamente medicale, cu 30,1 milioane dolari;

- diverse părți și accesorii pentru autovehicule, cu 27,9 milioane dolari;
- combustibil, cu 24,8 milioane dolari;
- dispozitive agricole, cu 22,9 milioane dolari;
- autoturisme, cu 19,8 milioane dolari;
- forme metalice finisate, cu 19,2 milioane dolari;
- motoare industriale, cu 18,5 milioane dolari;
- nutrețuri pentru animale, cu 16,7 milioane dolari;
- diverse produse chimice, cu 15,3 milioane dolari;
- preparate farmaceutice, cu 15,0 milioane dolari;
- semiconductori, cu 14,7 milioane dolari;
- aluminiu și alumină, cu 12,7 milioane dolari;
- tutun, neprelucrat, cu 12,1 milioane dolari;
- instrumente pentru testare în laborator, cu 11,7 milioane dolari;
- diverse furnituri industriale, cu 11,2 milioane dolari;
- generatoare, cu 10,0 milioane dolari.

Cumulate, aceste grupe de mărfuri reprezintă aproximativ 77,2% din totalul importurilor românești din SUA în 2019 (nivelul similar celui de la sfârșitul anului 2018), iar din totalul produselor importate de țara noastră, peste 71,9% sunt produse cu valoare adăugată ridicată.

Sumarizând, la nivel de 2 cifre tarifare, principalele grupe de mărfuri importate de țara noastră din SUA, în 2019, au fost reprezentate de: mașinile și echipamentele electrice (24,0% din totalul importurilor românești), mașinile și echipamentele mecanice (14,0%), combustibili minerali (12,1%), vehicule, altele decât cele pe cale rulantă (9,7%), echipamente și dispozitive optice, fotografice sau cinematografice, instrumente de măsură și control (8,7%), aeronave și părți din acestea (4,4%), semințe oleaginoase și fructe oleaginoase (2,6%), articole din fier sau oțel (2,0%), plastic și articole din plastic (2,0%), reziduuri alimentare (1,7%), aluminiu și articole din aluminiu (1,6%), tutun și produse de tăbăcărie (1,4%), cauciuc și articole din cauciuc (1,3%), diverse mărfuri neprecizate (1,2%), produse farmaceutice (1,1%), produse chimice organice (1,0%) și restul produselor (10,6%).

Principalele 5 porturi/aeroporturi prin care au tranzitat bunurile ce au făcut obiectul schimburilor comerciale bilaterale pe anul trecut (2019) au fost: Portul din Charleston, cu 309,54 milioane dolari (și o creștere a acestui volum valoric cu 8,34%), Portul Neward, cu 294,3 milioane dolari (scădere de 3,81%), Aeroportul John F. Kennedy, cu 211,91 milioane dolari (creștere cu 22,19%), Portul din Houston, cu 208,05 milioane dolari (scădere de 43,31%) și Portul din Savannah, cu 136,2 milioane dolari (scădere de 1,66%).¹⁰

¹⁰ <https://www.ustradenumbers.com/country/romania/>

TÂRGURI ȘI EXPOZIȚII INTERNAȚIONALE IMPORTANTE

Baltimore Wedding Experience

<https://weddingexperience.com/show.html?show.id=7363>

Natural Product Expo West

<https://www.expowest.com/en/home.html>

Fancy Food Show

<https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/exhibiting/early-selection/>

CES- Consumer Technology Association

<https://www.ces.tech/>

SHOT SHOW

<https://shotshow.org/>

Midsize Enterprise Summit - *MES*

<https://events.thechannelco.com/content/mes-events>

WESTEC

<https://westeconline.com/>

Mobile World Congres & Expo

<https://www.mwclosangeles.com/>

International Artists 2020 Trade Show

<https://imats.net/>

Bride World Expo - Los Angeles

<https://www.brideworld.com/>

Electronic Entertainment Expo

<https://www.e3expo.com/>

American Film Market

<https://americanfilmmarket.com/>

SMX Advanced Seattle - Search Marketing Expo

<https://marketinglandevents.com/smx/advanced/>

Cosmoprof North America

<https://cosmoprofnorthamerica.com/>

Cine Gear Expo Los Angeles

<https://www.cinegearexpo.com/>

BIO International Convention - Biotechnology Industry Organization
<https://www.bio.org/events/bio-digital>

Sensors Expo & Conference
<https://www.sensorexpo.com/>

Pacific Coast Builders Conference & Expo
<https://www.pcbc.com/pcbc/public/enter.aspx>

Las Vegas International Beauty Show
<https://lv.thebeautyexperience.com/>

Houston Ultimate Women's Expo
<https://www.houstonwomensexpo.com/>

High Point Market
<https://www.highpointmarket.org/about-market>

Virginia Tech Engineering Expo
<https://expo.sec.vt.edu/>

Global AppSec Washington
<https://dc.globalappsec.org/>

AEE World Washington
<https://world.aeecenter.org/>

International Production & Processing Expo - (industria alimentară)
<https://www.ippexpo.org/>

Automotive Aftermarket Products Expo (auto)
<https://www.aapexshow.com/>

New York Shoe Expo - (pantofi)
<https://www.ffany.org/>

IMTS - The International Manufacturing Technology Show (producție industrială)
<https://www.imts.com/>

International Woodworking Fair (IWF) (mobilă)
<http://www.iwfatlanta.com/>

Offshore Technology Conference (exploatare petrol și gaze off-shore)
<http://www.otcnet.org/>

Elevated Contemporary, Apparel, Accessories and Footwear
<https://www.coteriefashionevents.com/en/show/coterie.html>

Young Contemporary and Trend-Driven Fashion and Accessories
<https://www.coteriefashionevents.com/en/show/sole-commerce.html>

Accessible RTW, Year-Round Lifestyle Collections and Accessories

<https://www.coteriefashionevents.com/en/show/moda.html>

New York Fashion Week

<https://fashionweekdates.com/new-york-fashion-week-dates-schedule.html>

The International Contemporary Furniture Fair at New York City's Javits Center

<https://icff.com>

KosherFest

<https://www.kosherfest.com>

Vinexpo New York

<https://www.vinexponeويورك.com>

The New York Times Travel Show

<https://nytttravelshow.com>

INSTITUȚII ȘI ORGANIZAȚII ECONOMICE - DATE DE CONTACT

A. Misiunile diplomatice ale României

1. Ambasada României la Washington

George Cristian Maior, Ambasador
1607 23rd Street, NW Washington D.C., 20008
<http://washington.mae.ro/>
Tel.: +1-202-232.3694
Fax: +1-202-232.4748
E-mail: washington@mae.ro

BPCE Washington
Răzvan Dumitrescu, Ministru consilier
Matei Bălăiță, Consilier economic
Tel.: +1-202-232.6593
Fax: +1-202-332.4858
E-mail: washington.economic@mae.ro
E-mail: washington.economic1@mae.ro

BPCE Washington este responsabil direct de zona care include următoarele 20 state americane (incluzând aici și Districtul Columbia, district federal): Alaska, Alabama, Arkansas, Delaware, District of Columbia, Florida, Georgia, Hawaii, Kentucky, Louisiana, Maryland, Mississippi, North Carolina, Ohio, Oklahoma, South Carolina, Tennessee, Texas, Virginia și West Virginia.

2. Consulatul General al României la New York

Post vacant, Consul General
200 East 38th Street
New York, NY 10016
<http://newyork.mae.ro/>
Tel.: +1-212-682.9120, +1-212-682.9211
Fax: +1-212-972.8463
E-mail: newyork@mae.ro

BPCE New York
Gabriel Duțu, Ministru consilier
Tel.: +1-212-681.1988
E-mail: gabriel.dutu@romconsny.org

BPCE New York este responsabil de zona care include următoarele 9 state americane: Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, New York, New Jersey, Pennsylvania, Rhode Island și Vermont

3. Consulatul General al României la Los Angeles

Dr. Cosmin Dumitrescu, Consul General
11766 Wilshire Blvd., Suite 560 Los Angeles CA 90025

<http://losangeles.mae.ro/>

Tel.: +1-310-444.0043

Fax: +1-310-445.0043

E-rmail: losangeles@mae.ro

BPCE Los Angeles

Simona Steriu, ministru consilier

Tel.: +1-310-444.0043

Fax: +1-310-445.0043

E-mail: losangeles.economic@mae.ro

BPCE Los Angeles este responsabil de zona care include următoarele 11 state americane: Arizona, California, Colorado, Idaho, Montana, Nevada, New Mexico, Oregon, Utah, Washington și Wyoming.

4. Consulatul General al României la Chicago

Tiberiu Trifan, Consul General
737 North Michigan Avenue, Suite 2105
Chicago, Illinois 60611

<http://chicago.mae.ro/>

Tel.: +1-312-573.1315 sau +1-312-573.1436

Fax: +1-312-573.9771

E-mail: chicago@mae.ro

BPCE Chicago

Post vacant

BPCE Chicago este responsabil de zona care include următoarele 11 state americane: Indiana, Illinois, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, South Dakota și Wisconsin.

5. Consulatul General al României la Miami

Cătălin Ghenea, Consul General
1101 Brickell Ave, Suite N600
Miami, Florida 33131

<http://miami.mae.ro/>

Tel.: +1-305-763.8880

Fax: +1-305-763.8799

E-mail: miami@mae.ro

BPCE Miami

Nu există post de atașat economic

Pentru informații în legătură cu acordarea vizei pentru SUA, trebuie contactată secția consulară a Ambasadei SUA la București:

Adresa: Str. Dr. Liviu Librescu nr. 4-6, sector 1

Tel.: +40-317-800.260

e-mail: visasbucharest@state.gov (informații generale)

bvisasbucharest@state.gov (informații despre vizele de afaceri).

B. Adrese ale instituțiilor americane cu atribuții pe linie economică

US Department of Commerce

14th Constitution Ave, NW, Washington, DC 20230

Office of European Country Affairs

Tshanda Kalombo, Desk Officer for Romania

Tel.: +1-202-482.6435

Fax: +1-202-482.4505

E-mail: blake.murray@trade.gov

US Trade and Development Agency

1621 N. Kent St., Suite 200, Arlington, VA 20009-2131

Tel.: +1-703-875.4357

Fax: +1-703-875.4009

US Trade Representative

600 17th Street, NW, Washington, DC 20508

Tel.: +1-202-395.9470

Fax: +1-202-395.3974

E-mail: LErrion@ustr.gov

US Food & Drug Administration

5600 Fishers Lane, Rockville, MD 20857

Tel.: +1-301-827.3097

Fax: +1-301-827.0003

US Department of Agriculture

400 Independence Ave, SW, Room 3241 S. Bldg, Washington, DC 20250

Tel.: +1-202-690.4053

Eximbank USA

811 Vermont Avenue, NW, Washington, DC 20571

Mr. Margaret Kostic, Director, Southeast Europe

Tel.: +1-202-565.3556

Fax: +1-202-565.3930

E-mail: margaret.kostic@exim.gov

US Patent and Trademark Office

Crystal Plaza 3, Room 2C02, Washington, DC 20231

Tel.: +1-703-308.4357

Web page: www.uspto.gov

E-mail: usptoinfo@uspto.gov

C. Web Site-uri specializate pentru informare economică și de afaceri

1. Departamentul de Comerț al SUA

1.1 Serviciul comercial

www.commerce.gov

www.buyusa.com

www.export.gov

1.2 Administrația de Comerț Internațional

www.trade.gov

www.tradeinfo.doc.gov

1.3 Tariful vamal armonizat al SUA

http://63.173.254.11/tariff_chapters_2004/toc.html

1.4 U.S. Trade Representative

www.ustr.gov

1.5 International Trade Commission

www.usitc.gov

1.6 Agentia pentru Comerț și Dezvoltare

www.tda.gov

1.7 Statistici de comerț exterior a SUA

www.census.gov/foreign-trade

1.9 Trade Compliance Center

www.tcc.mac.doc.gov/cgi-bin/doit.cgi?218:54:1:5

1.10 Federal Register

www.usaid.gov

2. Departamentul Agriculturii

www.usda.gov

3. Departamentul Energiei

www.energy.gov/engine/content.do

4. Vama americană

www.customs.gov

5. **Monitorul Oficial al SUA**
www.gpoaccess.gov/fr/index.html
6. **U.S. Securities and Exchange Commission**
www.sec.gov/index.htm
7. **National Information Center**
www.ffiiec.gov/nic/
8. **Economic Statistics Briefing Room (White House)**
www.whitehouse.gov/fsbr/esbr.html
9. **The World Factbook (CIA)**
www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/us.html
10. **Camera de Comerț a SUA**
www.uschamber.com

EVENIMENTE ECONOMICE IMPORTANTE

Select USA

<https://www.selectusa.gov/selectusa-summit>

Select LA Invest Summit

<https://www.wtcla.org/events/2020-select-la-investment-summit>

SMPTE Annual Technical Conference & Exhibition 2020 - Society of Motion Picture & Television Engineers

<https://www.smpite.org/news-events/events/smpite-2020-annual-technical-conference-exhibition>

MWC Americas 2020 - Mobile World Congress Americas, Los Angeles

<https://www.mwclosangeles.com/>

International Conference on PharmScience Research & Development

<https://pharma-rd.com/>

Electronic Entertainment Expo

<https://e3expo.com/>

Milken Institute Conference

<https://milkeninstitute.org/events/global-conference-2020>

2020 Autonomous Vehicle Sensors Conference, San Jose

<https://www.autonomoustechconf.com/>

The Chicago Council on Global Affairs

<https://www.thechicagocouncil.org/globalcities>

MEDIUL DE AFACERI AMERICAN

A. Avantajele pieței americane

Statele Unite sunt cea mai mare, cea mai competitivă și avansată economie din lume. Produsul intern brut (PIB) din SUA a înregistrat o creștere constantă de 1,8% sau mai mult începând din 2011.

SUA este cea mai mare piață din lume și are cel mai mare sector privat din lume. De asemenea are:

- bariere de reglementare scăzute;
- bariere lingvistice minime;
- acces la lanțul global de aprovizionare, ceea ce poate duce la exporturi pe alte piețe (piețe terțe);
- un stat de drept puternic.

B. Structura importurilor

Primele 10 sectoare economice care înregistrează importuri în SUA sunt cele de:

- utilaje și echipamente electrice,
- mașini și aparate mecanice,
- vehicule,
- combustibili minerali și uleiuri,
- produse farmaceutice,
- echipamente optice, fotografice, cinematografice, de măsurare și precizie,
- mobilier, saltele și mobilier moale,
- perle, pietre și metale prețioase și semiprețioase,
- produse chimice organice,
- materiale plastice.

C. Cercetarea pieței și identificarea grupurilor țintă

Este necesară cât mai multă cercetare și planificare de piață înainte de a începe să vindeți produsele și serviciile dvs. în SUA, folosind atât cercetări din birou, cât și vizite pe piață. O planificare bună este esențială, deoarece acest lucru vă va proteja împotriva litigiilor și a expunerii la datorii către furnizori.

Litigiile sunt evitate cel mai bine prin înțelegerea bună a standardelor comerciale din SUA și adaptarea practicilor companiei la aceste standarde.

Pentru a evita expunerea la datoriile către furnizori, trebuie să:

- evaluați cerințele guvernului american, standardele voluntare și practicile industriei pentru produsul dvs.;
- evaluați-vă procesele interne existente pentru dezvoltarea și siguranța produselor, raportarea incidentelor, investigarea și rezultatul.

SUA nu este o piață națională unică; este un sistem federal. Trebuie să tratați fiecare stat ca o entitate separată cu proceduri proprii. Trebuie să evaluați implicațiile dezvoltării afacerii dvs. într-un anumit stat sau dacă este posibilă intrarea la nivel național pentru produsul sau serviciul dvs.

Trebuie să evaluați dacă:

- există o piață pentru produsul sau serviciul dvs.;
- prețul dvs. este competitiv;
- trebuie să localizați produsul.

D. Accesarea pieței

Există mai multe opțiuni pentru a intra pe piața americană. Trebuie să luați în considerare care dintre ele va sprijini cel mai bine introducerea cu succes a anumitor produse sau servicii pe piață.

Utilizarea reprezentanților locali pentru a exporta

Stabilirea reprezentării locale poate fi o modalitate bună de testare a pieței pe termen scurt. Va trebui să găsiți partenerul (partenerii) corespunzători, având în vedere intenția de a vinde doar în anumite state americane sau în întreaga țară. Vânzările directe prin reprezentare locală implică colaborarea cu o companie din SUA:

- agent sau reprezentant;
- distribuitor sau dealer.

Trebuie să vă asigurați că sunteți la curent cu diferențele dintre aceste opțiuni și dacă aranjamentele exclusive funcționează cel mai bine sau nu.

Ar trebui să efectuați verificări de diligență (investigarea unei persoane sau a unei companii înainte de a semna un contract sau un acord financiar) necesare asupra reprezentantului dvs. prin intermediul unui avocat din SUA.

Ar trebui să preluați și să păstrați inițiativa în redactarea contractelor și rezumatelor fără caracter obligatoriu ale termenilor cheie sau „scrisoare de intenție” cu reprezentantul dvs. pentru a asigura un contract bun.

Vânzări prin intermediul unei sucursale locale sau a unei filiale

Înființarea unei filiale americane sau a unei societăți comerciale este cea mai bună alegere pentru un angajament pe termen lung față de piața americană, deoarece oferă control asupra mărcii tale. Cu toate acestea, această opțiune implică luarea în considerare a unor costuri suplimentare.

Diferite state oferă opțiuni diferite asupra tipului entității de afaceri. Pentru companiile românești, cea mai bună alegere a tipului de entitate americane, este corporația, în comparație cu înființarea unei sucursale a entității existente în România (pentru mai multe informații verificați anexa 2).

Întreprinderile din România trebuie să ia în considerare:

- cât de aproape trebuie să fie de clienți;
- unde va stabili sediul companiei în scopuri fiscale;
- unde să găsească angajați calificați corespunzător;
- ce fus orar se potrivește activității lor.

SelectUSA vă poate ajuta cu introducerea în organizațiile de dezvoltare economică corespunzătoare (EDO) din SUA.

Trebuie să primiți sfaturi de la un avocat local cu privire la cea mai bună entitate de afaceri potrivită pentru taxele și impozitele dvs. sau alte cerințe fiscale.

Joint venture sau alianță strategică pe piața americană

Este necesară alegerea unui partener potrivit pentru a înființa o societate în comun (JV) pentru a lucra pe piața din SUA. Ar trebui să stabiliți cu avocatul dumneavoastră

din SUA investigarea potențialului partener. Un contabil este esențial pentru planificarea fiscală.

Vânzarea online

Veți putea vinde produsele și serviciile pe internet (on-line) prin:

- propriul site web, care va trebui adaptat pentru a susține plăți electronice / carduri de credit din SUA, adrese din SUA și coduri zip;
- o piață online.

Nu trebuie să percepeți taxa pe valoarea adăugată (TVA) pentru vânzările online către SUA. Trebuie să completați o declarație vamală atunci când expediați produsele și să păstrați „dovada exportului”.

Licențierea și transferul tehnologic înspre și dinspre SUA

Pentru a obține cu succes licența asupra tehnologiei din SUA, trebuie să vă asigurați ca:

- Proprietatea dvs. intelectuală (IP) este protejată înainte de a negocia un acord;
- investigarea candidaților licenței prin intermediul avocatului dumneavoastră din SUA;
- controlul întocmirii contractului folosind o scrisoare de intenți ca prim document de negociere;
- contractul să fie întocmit astfel încât să se reducă la minimum riscurile de încălcare a anti-monopolului, a abuzului de brevet sau a altor legi;
- contractul să vă protejeze drepturile asupra oricărei mărci comerciale;
- contractul să specifice alegerea tribunalului și a legii;
- se are în vedere impactul fiscal.

Trebuie să fiți conștienți de legislația federală și de franciză de stat dacă intenționați să licențați soft de computer sau să stabiliți acorduri de re-vânzare autorizate.

Prezență virtuală

Aceasta presupune un fel de prezență în SUA în cadrul unui birou virtual sau al unui angajat care vă reprezintă interesele într-un mod mai mult sau mai puțin permanent. Aceasta prezență virtuală poate fi un număr de telefon american „1-800”, care conectează apelanții din SUA direct la biroul din România pentru o taxă minimă lunară sau taxa per apel. De asemenea, puteți avea o adresă de corespondență în SUA folosind oricare dintre numeroasele servicii de casută poștală existente în toate cele 50 de state.

Birou propriu cu personal propriu sau personal al partenerului din SUA

Puteți angaja propriii manageri și personal pe teritoriul SUA și puteți avea un birou sau puteți lucra prin intermediul unui partener printr-un acord de marketing comun sau alianță strategică. Ambele opțiuni au avantaje și dezavantaje, inclusiv obținerea vizelor dacă angajați personal din România în SUA.

Consultanți în vânzări contractuale

Puteți angaja un grup de persoane, prin intermediul unei firme de consultanță de marketing, a unor agenți de vânzări contractuali sau a unei organizații de marketing pentru o perioadă determinată care să vă găsească oferte și oportunități partenoriale pentru dvs. în SUA și să vă le în căutarea de oportunități pentru dvs. în SUA și pe care să vi le transmită.

Achiziția unei companii

Puteți obține cotă de piață sub forma unui concurent sau furnizor care este deja în SUA. Acest lucru vă oferă prezență instantanee, informații de piață, acces la clienți și control complet al calității și infrastructură.

E. Finanțarea contractelor de export

Schemele de finanțare sunt disponibile companiilor din RO care vând produse și servicii în SUA pentru a duce la îndeplinire un contract de export și implicit își cresc cifra de afaceri. Se poate contacta banca sau organizațiile financiare de specialitate pentru asistență.

EXIMBANK RO Finanțarea are o capacitate semnificativă de risc pentru a sprijini exporturile în SUA. Puteți contacta unul dintre consultanții financiari de export EXIMBANK pentru sfaturi gratuite cu privire la opțiunile de finanțare.

F. Plata și încasarea efectelor de comerț

Contractul va specifica condițiile de plată. Dacă va apărea vreo dispută, va trebui să vă adresați sistemului juridic american pentru soluționare, în general, în statul american specificat în contract, care se derulează respectând legile acestuia.

Trebuie să fiți încrezător că veți fi plătit pentru contractul de export. Vă puteți adresa unuia dintre consilierii financiari de export de la Eximbank pentru sfaturi gratuite cu privire la opțiunile de asigurare sau puteți contacta unul dintre birourile EximAsig ”.

Riscuri valutare

Când încheiați contractul trebuie să stabiliți prețul de vânzare în moneda cea mai profitabilă, luând în considerare cursul de schimb, comparând variantele și optând pentru cea mai avantajoasă.

Puteți lua în considerare „acoperirea hedging” a contractului, dacă vă expuneți riscului unui contract „forward” cu o bancă.

Transferul de bani

Capitalul poate fi mutat în și în afara SUA fără nicio restricție, cu toate acestea, sumele care depășesc o anumită valoare pot fi semnalate de bănci altor instituții. În mod normal, toate bancile prezintă un Raport de Tranzacții Valutare către Sistemul de Supraveghere a Infracțiunilor Financiare la transferul sumelor de peste 10.000 USD.

Deschiderea unui cont bancar

Deschiderea unui cont bancar în SUA poate fi dificilă, deoarece nu aveți o istorie a creditului în SUA. Unele bănci americane pot oferi conturi companiilor din RO care au conturi într-o bancă afiliată sau parteneră în RO. Contactați sucursala locală a băncii la care aveți cont și întrebați despre opțiunile pentru deschiderea unui cont în SUA.

Asigurare în SUA

Din cauza complexității modului de soluționare a litigiilor din SUA și a legii privind extinderea răspunderii este posibil să aflați că asiguratorul RO nu vă poate acoperi solicitările/cerințele prevăzute prin contract. Puteți colabora cu un asigurator sau un broker american, chiar dacă nu aveți o prezență fizică în SUA.

Legea privind răspunderea produsului din SUA

Trebuie să vă asigurați de înțelegerea și respectarea legii privind răspunderea produsului și să vă luați măsuri de precauție pentru reducerea acestui risc. Această responsabilitate implică o investiție de timp și bani și reprezintă un cost suplimentar pentru a face afaceri în SUA.

Puteți reduce riscul prin:

- proceduri de control al calității;
- să răspundeți prompt la reclamațiile din exploatare și să ai o documentație clară ca dovadă a răspunsului tău;
- audituri periodice ale termenilor și condițiilor de utilizare a produsului pentru a asigura instrucțiuni clare de folosire în siguranță;
- gestionarea eficientă a riscurilor pentru a fi în conformitate cu regulile de utilizare în siguranță;
- păstrarea documentelor și pregătirea personalului în ceea ce privește proiectarea, fabricarea și comercializarea produsului precum și experiența exploatării produsului;
- asigurare de răspundere civilă a produsului.

G. Regimul fiscal

Sistemul fiscal din SUA este deosebit de complex. Impozitele pot fi impuse atât de guvernul federal al SUA, cât și de statele individuale, state și/sau orașe. Fiscul american (IRS) guvernează impozitele federale din SUA.

Companiile românești cu clienți din SUA pot fi supuse impozitelor directe sau indirecte ale SUA. Acest lucru depinde, în general, de natura și durata relațiilor de afaceri ale companiei românești în SUA și poate varia dacă are afaceri:

- printr-un birou din SUA sau angajați sau agenți cu sediul în SUA;
- prin intermediul unei filiale americane;
- direct din România.

Dacă efectuați tranzacții americane în totalitate din România, puteți fi clasificat ca reținând impozitul federal pe venit din SUA. Puteți fi eligibil pentru prestații conform [tratatului privind impozitul pe venit din SUA](#). În anumite circumstanțe, puteți fi scutit integral sau parțial de anumite impozite federale din SUA pe baza acestui tratat.

România și SUA au semnat un acord de evitare a dublei impunerii, asigurând că același venit nu este impozitat în mai multe țări.

Veți avea nevoie de consultanță fiscală personalizată de la un contabil sau avocat fiscal cu privire la consecințele fiscale dacă compania dvs. din România desfășoară activități în SUA sau tranzacții cu clienții din SUA. Situația fiscală va depinde de faptele și circumstanțele specifice fiecărei situații.

Impozitul pe vânzări în SUA

Nu există nicio taxă pe valoarea adăugată (TVA) în SUA. Fiecare stat determină și colectează taxa pe vânzări individual. Puteți găsi informații fiscale de stat de la [Federația Administratorilor Fiscali](#).

Dacă sunteți înregistrat în scopuri de TVA, puteți aplica TVA zero la majoritatea mărfurilor pe care le exportați în SUA. Va trebui să obțineți dovezi ale exportului în termen de 3 luni de la data vânzării.

Aflați mai multe despre TVA la exporturile în țări din afara UE și despre condițiile pentru TVA zero.

Citiți mai multe despre impozitul pe vânzări în SUA de pe <http://www.salestaxstates.com/>.

H. Regimul vamal

I. Bariere comerciale

În ceea ce privește regimul vamal din SUA, toate bunurile de îngrijire sunt introduse pe teritoriul vamal american (îngrijirea sunt importate) trebuie să fie vămuite și să presupunem mai multe taxe vamale, dacă nu există decât prin lege. Conform prevederilor Sistemului Armonizat al SUA (Programul tarifar armonizat al Statelor Unite), importatorul este responsabil pentru clasificarea corectă a vânzărilor mărfurilor, în condițiile în care se încadrează în materie de taxă aferentă. Vămuirea implică o serie de etape succesive, astfel: introducerea bunurilor pe teritoriul vamal, inspecția, evaluarea și clasificarea situației și lichidarea (liberul de vamă).

Următoarele documente sunt în general necesare pentru importul de mărfuri în Statele Unite:

- documentul de transport calea aerului;
- conșament;
- hotărâre obligatorie;
- document de livrare cargo simplificat;
- dovada plății comisioanelor vamale;
- declarație vamală de import;
- documentul privind dovada intrării / livrării imediate;
- declarația de conformitate a importatorului și cerințele suplimentare ale transportatorului;
- lista produselor expediate via transport aerian;
- lista produselor expediate via transport maritime.

Folosiți baza de date a Comisiei pentru comerț internațional din SUA (ITC) pentru a determina nivelul de plată al taxelor vamale.

Puteți afla mai multe despre condițiile de import din SUA în baza de date de acces pe piață (Market Access Database).

Dacă știți locul de intrare pentru mărfurile firmei proprii în SUA, puteți lua legătura cu un agent vamal din portul de intrare sau să angajați un broker vamal autorizat. Un broker vă poate ajuta cu procedurile federale și poate trimite informații și plată către CBP (Vama americană) în numele companiei dvs.

Intrarea bunurilor pe teritoriul vamal. Termenul de "*intrare în SUA*", conform Serviciului Vamal american, nu înseamnă neapărat sosirea bunurilor în portul de destinație, ci doar procesul de prezentare a documentelor pentru vămuire.

Majoritatea mărfurilor pot fi **importate** fără restricții, însă unele bunuri de consum trebuie să corespundă standardelor federale de siguranță și sănătate. Înaintea efectuării importurilor, importatorii trebuie să se documenteze dacă pot respecta aceste standarde. Conform Serviciului Vamal din SUA, un importator nu trebuie să prezinte neapărat o licență sau o autorizație pentru import. Alte agenții pot cere însă existența unor autorizații, licențe sau certificate specifice, în funcție de produsul care este importat.

Inspekția. Toate bunurile care intră pe teritoriul SUA sunt supuse examinării autorităților vamale pentru a se determina dacă se respectă legile federale și reglementările SUA.

Importatorii utilizează frecvent serviciile agenților vamali pentru îndeplinirea formalităților vamale. Agentul vamal este, de obicei, angajat ca reprezentant al exportatorilor și importatorilor și trebuie să fie autorizat pentru această activitate.

Evaluarea și clasificarea bunurilor importate. Importatorul trebuie să declare valoarea taxabilă a mărfurilor. Evaluarea în vamă se face conform unei proceduri tehnice sofisticate care nu implică neapărat utilizarea datelor din facturi sau prețurile de cumpărare. Oficialitățile vamale americane folosesc valori de referință de bază pentru evaluarea vamală. Trebuie reținut că prețul de cost al produsului importat nu poate depăși prețul de referință utilizat în evaluarea vamală. Taxele vamale pot fi plătite și în avans, dacă se solicită în prealabil determinarea acestora la Comisia Vamală.

SUA este parte semnatară la Acordul de Evaluare Vamală din cadrul OMC. Acest acord stipulează reguli detaliate pentru determinarea valorii în vamă.

Mai mult de jumătate din importurile destinate consumului în Statele Unite sunt efectuate fără taxe vamale. Deși majoritatea taxelor sunt calculate *ad valorem*, la unele articole importate se aplică taxa pe unitate sau pe cantitate.

Ratele taxelor vamale pentru bunurile importate pot varia în funcție de țara de origine. Majoritatea mărfurilor sunt taxabile conform clauzei națiunii celei mai favorizate.

Una din cele mai frecvente exceptări de la taxe se referă la bunurile din cadrul Acordului SGP. Mărfurile eligibile pentru SGP sunt scutite de taxe vamale, dacă sunt importate din țările în curs de dezvoltare beneficiare și îndeplinesc anumite condiții.

Evaluarea finală este realizată de Biroul Vamal, iar valoarea declarată a mărfurilor servește ca primă bază de evaluare. Această valoare reprezintă prețul actual plătit de către cumpărător vânzătorului pentru bunurile importate. Când valoarea tranzacției nu poate fi determinată, valoarea evaluată a bunurilor importate este valoarea tranzacției unor mărfuri identice. În măsura în care costul transportului direct până la punctul de acces al mărfii în Statele Unite nu este inclus în prețul tranzacției, valoarea declarată în vama americană nu trebuie să includă, obligatoriu, acest cost.

În legătură cu clasificarea marfurilor importate, cu evaluarea și cu calcularea taxelor vamale, o atenție particulară trebuie acordată de exportatori posibilității existenței unor **taxe antidumping**. Conform prevederilor **Legii antidumping**, Departamentul Comerțului impune taxe suplimentare la importurile de mărfuri al căror preț se situează sub media prețurilor din terțe țări, în caz că nu există preț de referință în țara respectivă. Măsura se aplică în cazul în care Comisia pentru Comerț Internațional (International Trade Commission - ITC) decide că importurile respective aduc, sau este posibil să aducă, prejudicii industriei producătoare de produse similare în Statele Unite. Guvernul încasează diferența de preț ca taxă antidumping. Dacă exportatorul străin și importatorul american sunt firme asociate, determinarea prețului de dumping nu se face pe baza facturii exportatorului, ci pe baza prețului ajustat de vânzare pe piață stabilit de importator. Dacă firma importatoare asociată nu stabilește un preț real care să facă posibilă o comparație de preț, regulamentul prevede că Administrația pentru Comerț Internațional din cadrul Departamentului Comerțului, poate folosi un preț „construit”, pentru a se constata dacă vânzarea s-a efectuat sub prețul normal practicat pe piață.

Liberul de vamă (clearance). Bunurile importate sunt considerate intrate legal pe teritoriul SUA numai după ce transportul a sosit la portul de intrare, Biroul Vamal a autorizat livrarea mărfurilor (prin completarea documentelor corespunzătoare, fie de către importator, fie de către agentul importatorului), iar taxele vamale aferente mărfii au fost plătite.

Pentru a grăbi acest proces, documentele de intrare în vamă pot fi prezentate înainte de sosirea mărfurilor, dar intrarea nu are loc decât după ce mărfurile sosesc în port în termenii prezentați în documente. Funcție de specificul mărfii exportate, importatorul este ținut să contacteze, în prealabil, alte agenții federale care reglementează importul unor bunuri precum produse agroalimentare, arme de foc și muniții, tutun și produse din tutun, animale vii, piei și blănuri ale animalelor sălbatice, autovehicule ș.a. pentru care vama americană doar aplică legislația respectivă.

Serviciul Vamal al SUA nu anunță importatorul despre sosirea mărfurilor, căraușul (transportatorul) fiind cel care are această responsabilitate. Mărfurile importate care nu au fost supuse vămuirii în termen de 15 zile lucrătoare de la sosirea în punctul de intrare în SUA (port, aeroport) sunt transmise de către Serviciul Vamal pentru a fi păstrate în depozite aflate în apropierea punctului vamal.

II. Documente, proceduri sau restricții la import

Detalii pot fi obținute accesând pagina de internet: <https://www.trade.gov/us-export-regulations>

Licența de import. Nu există cerințe specifice. Totuși, pentru anumite bunuri (produse agricole, arme, muniții și explozivi) poate fi cerută o licență sau o autorizație de import de la o agenție guvernamentală corespunzătoare.

O licență de export în SUA este necesară pentru:

- mărfuri de pe lista militară a autorităților române;
- articole cele mai sensibile din lista de utilizare dublă a UE (o serie de mărfuri, împreună cu tehnologiile asociate lor, care pot fi utilizate atât în scopuri civile cât și militare);
- bunuri care ar putea fi utilizate pentru reținere, reprimare sau tratament inuman.

Verificați cu Departamentul roman autorizat pentru controlul exporturilor (ANCEX) dacă aveți nevoie de o licență de export pentru produsele dvs.

Certificate de origine. Canada, Mexic și SUA au convenit să formuleze un certificat de origine uniform, care să certifice faptul că bunurile importate pe teritoriul lor din cele 3 țări se califică pentru un tratament preferențial acordat de acordul NAFTA (actualmente USMCA).

Factura comercială. Este folosită în scopuri vamale. Trebuie să cuprindă: portul de intrare al mărfurilor; locul și numele cumpărătorului și vânzătorului (dacă mărfurile sunt vândute); o descriere detaliată a mărfurilor; cantitățile în greutate și unitățile de măsură; tipul valutei folosite în tranzacție; taxele, incluzând transportul, asigurarea, comisionul și alte cheltuieli; toate reducerile, rabaturile și gratificațiile; țara de origine.

Factura pro-formă. Dacă factura comercială cerută nu este completată la momentul vămuirii mărfurilor, trebuie completată de către importator la momentul intrării în vamă o declarație sub forma unei *facturi pro-formă*. Deși o factură pro-formă nu este realizată de către exportator, este în interesul acestuia, deoarece prezintă informațiile necesare în scopul vămuirii.

Facturi speciale. Anumite mărfuri au nevoie de facturi speciale pentru intrarea lor pe teritoriul SUA.

Documente de transport. În termen de 10 zile de la efectuarea importurilor, importatorii trebuie să prezinte anumite documente autorităților vamale, chiar dacă mărfurile importate sunt scutite de taxe vamale.

Aceste documente sunt:

- un document de intrare pentru a asigura livrarea imediată;
- un document cu specificația sumară a mărfurilor importate, valoarea acestora și pozițiile de încadrare în nomenclatorul vamal al SUA;
- conosamente;
- garanție vamală pentru plata taxelor;
- un document de împuternicire pentru agentul vamal.

Regulamentul « 10+2 ». Începând din 2010, vama americană a pus în aplicare acest regulament, în virtutea căruia importatorii americani sunt obligați să completeze un set de date (10+2 puncte de completat) referitoare la mărfurile importate, înainte ca transportul să părăsească portul din țara de expediție.

Sistemul Automated Commercial Environment (ACE). La finele anului 2016 a intrat în operare (în competența vamei americane-Customs and Border Protection) sistemul ACE (Automated Commercial Environment) menit să activeze ca „single window” pentru importul și exportul bunurilor către/dispre SUA, constând în eliminarea documentelor întocmite manual pe suport hârtie și înlocuirea acestora printr-un sistem automat care să se poată conforma mai ușor și mai rapid legilor și normelor SUA care afectează astfel de operațiuni.

I. Documente sau prevederi specifice unor categorii de produse

Următoarele produse trebuie să respecte reglementările unor agenții specifice: produse de artă; proprietate culturală; materiale periculoase, toxice, inflamabile; articole casnice; anumite produse electronice; jucării și articole pentru copii. În prezent, un număr crescând de bunuri și produse cum ar fi textile, îmbrăcăminte,

automobile, bărci, aparate radio, TV, CD playere, aparate medicale, sunt supuse unor standarde, declarații, certificare, marcare și etichetare speciale.

Arme, muniții, explozivi. Aceste produse sunt interzise a fi importate fără a avea o licență eliberată de Biroul de Alcool, Tutun și Arme de Foc, din cadrul Departamentului Justiției sau fără a fi conforme reglementărilor departamentului. Pentru importul temporar și exportul de arme și muniții este necesară o licență eliberată de Oficiul pentru Controlul Munițiilor, Departamentul de Stat.

Reglementările internaționale privind traficul armelor din SUA (ITAR) reprezintă un set de reglementări guvernamentale americane, care controlează exportul și importul anumitor articole și servicii legate de apărare din Lista de muniții a Statelor Unite (USML).

Înainte de a încerca să exporte bunuri militare sau cu dublă utilizare în SUA, companiile românești ar trebui să verifice dacă aceste articole fac obiectul unor eventuale restricții ale ITAR. Înainte de a încheia orice contract formal, trebuie să luați în considerare orice restricții viitoare, care pot afecta exportul dvs. ca urmare a reglementărilor ITAR.

Contactați Organizația de Apărare și Securitate (DSO) pentru mai multe informații despre ITAR și cum ar putea aceste reglementări specifice să vă afecteze exporturile.

Verificați lista articolelor interzise și restricționate, furnizată de autoritățile vamale americane (CBP), pentru a verifica reglementările americane privind importul anumitor mărfuri.

Brânză, lapte și produse lactate. Brânza și produsele din brânză trebuie să îndeplinească cerințele Administrației Alimentelor și Medicamentelor și ale Departamentului Agriculturii. Majoritatea importurilor de brânză trebuie să fie însoțite de o licență de import și sunt supuse la contingente administrate de Departamentul Agriculturii.

Importul de lapte și frișcă trebuie să îndeplinească cerințele Actului cu privire la Alimente, Medicamente și produse Cosmetice și Actului cu privire la Laptele de Import. Aceste produse pot fi importate doar de posesorii unei autorizații de la Departamentul Sănătății și Servicii Umane și Departamentul Agriculturii.

Băuturi spirtoase distilate. Băuturile spirtoase distilate, importate în containere voluminoase, cu o capacitate de peste 1 galon (cca 3,78 litri), pot fi ridicate din custodia vămii doar de persoane autorizate de a vinde sau a dispune de asemenea produse în cantități mari.

Orice persoană sau firmă care dorește să se angajeze în afaceri cu privire la importul de băuturi spirtoase distilate și vin în SUA trebuie să obțină mai întâi o autorizație de importator de la Biroul de Alcool, Tutun și Arme de Foc, Departamentul Justiției.

Autoritățile vamale americane nu vor elibera băuturile alcoolice destinate oricărui stat pentru folosirea acestora în contradicție cu legile statale. Și importul de băuturi prin poștă este interzis.

Fruite, legume și nuci. Anumite produse agricole (inclusiv roșii proaspete, avocado, mango, lămâi verzi, portocale, grapefruit, ardei verde, cartofi, castraveți, vinete, ceapă uscată, nuci, prune uscate, stafide, măslina conservate) trebuie să îndeplinească cerințele de import ale SUA cu privire la grad, mărime, calitate. Aceste produse sunt inspectate, drept urmare trebuie să fie însoțite de un certificat de inspecție eliberat de Serviciul de Calitate și Siguranța Alimentelor din Departamentul Agriculturii. Restricții adiționale pot fi impuse de Serviciul de Inspecție al Sănătății Animalelor și Plantelor, Departamentul Agriculturii.

Animale vii. Trebuie să fie respectate condițiile Serviciului de Inspecție al Sănătății Animalelor și Plantelor referitoare la cerințele de inspecție și carantină pentru importul de:

- animale rumegetoare: cai, oi, căprioare, antilope, cămile și girafe;
- porci, inclusiv anumite tipuri de porci sălbatici și carne de porc;
- cai, măgari, catâri, zebre;
- produse din animale: piele, lână, păr, oase, glande, organe;
- fân și paie.

Înainte de transportul din țara de origine, acestea trebuie să fie însoțite de o autorizație de import, cu excepția Canadei și anumite state din nordul Mexicului.

Carne și produse din carne. Toate importurile de carne și produse de carne trebuie să respecte reglementările Departamentului Agriculturii și trebuie să fie inspectate de Serviciul de Inspecție al Sănătății Animalelor și Plantelor și Serviciul de Calitatea și Siguranța Alimentelor, înainte de vâmuire.

Păsările domestice, ouăle și produsele din ouă sunt supuse reglementărilor Serviciului de Inspecție al Sănătății Animalelor și Plantelor și Serviciul de Calitatea și Siguranța Alimentelor din Departamentul Agriculturii. Pentru importul acestor produse sunt necesare autorizații, condiții de etichetare și marcarea speciale și, în anumite cazuri, certificate de inspecție din țara de origine.

Plante și produse din plante. Importul de plante și produse din plante trebuie să respecte reglementările Departamentului Agriculturii și pot fi restricționate sau interzise. Trebuie să fie însoțite de autorizații de import. Anumite specii de plante în curs de dispariție pot fi, de asemenea, interzise la import sau să necesite certificate sau autorizații.

Semințe. Importul în SUA de semințe agricole și vegetale trebuie să respecte reglementările Serviciului de Marketing Agricol din Departamentul Agriculturii.

Nota: Începând cu 12 decembrie 2003 au intrat în vigoare prevederi specifice Legii Bioterrorismului (Bioterrorism Act), care presupun angajarea unui agent (cu domiciliul stabil pe teritoriul american) - pentru fiecare facilitate de producție/exportatoare străină, prin care să se desfășoare importurile de produse agro-alimentare în SUA. Informații suplimentare pot fi accesate pe site-ul www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.htm.

Produse textile. Produsele textile realizate în anumite țări și importate în SUA trebuie să fie însoțite de documentul Electronic Visa Information System Transmission (ELVIS). Acest document certifică țara de origine și autorizează transportul taxabil pentru anumite grupe de import. Acest document este folosit în prezent de Singapore, Filipine și Hong Kong.

La 5 octombrie 2005, autoritățile vamale americane (US Customs and Protection Border - CBP) au publicat în Registrul Federal un set de amendamente la reglementările CBP referitoare la declararea țării de origine pentru produsele textile-îmbrăcăminte importate în SUA.

- Amendamentele inițiate sunt datorate necesității îmbunătățirii sistemului de evidențe vamale după expirarea Acordului OMC privind Textilele și Îmbrăcămintea la 1 ianuarie 2005 și, în consecință, eliminarea cotelor de textile-îmbrăcăminte la importurile în SUA din țările membre OMC, precum și deciziei autorităților vamale americane de a renunța la declarația privind textilele pentru a simplifica documentația necesară importurilor de textile-îmbrăcăminte.

- Pe acest fond, pentru o mai bună evidență a informațiilor referitoare la identitatea producătorului de la care au fost importate în SUA produsele textile și articolele de îmbrăcăminte, setul de amendamente prevede necesitatea ca importatorii să identifice producătorul-furnizor de asemenea produse prin intermediul unui cod MID (*Manufacturer Identification Code*).

- Toate importurile de textile-îmbrăcăminte cuprinse în capitolele de la 50 la 63 (inclusiv) din Nomenclatorul de mărfuri în Sistem Armonizat al Tarifului Vamal de Import al SUA trebuie să aibă specificat codul MID atât în formularele de vamă nr. 3461 și 7501, cât și în toate documentele de furnizare informații în format electronic care solicită identificarea producătorului (cele două formulare anexate se pot completa on-line la www.customs.gov, secțiunea forms).

- Aplicabilitatea existenței codului MID se răsfrânge asupra tuturor producătorilor furnizori de textile-îmbrăcăminte în SUA, indiferent dacă activitatea de producție este localizată într-o țară membră sau ne-membră OMC.

- Codul MID are până la 15 caractere.

Substanțele toxice. Importatorii trebuie să prezinte certificate specifice pentru substanțele chimice supuse Legii cu privire la Substanțele Toxice. Importurile nu sunt eliberate din custodia vămii decât în momentul în care este prezentat un certificat din care rezultă fie conformitatea mărfii cu prevederile acestei legi, fie ca produsul importat nu face obiectul legii respective.

Certificate de greutate

Exportatorul trebuie să elibereze un certificat de greutate care să confirme că greutatea bunurilor este conformă cu greutatea specificată în contractul de vânzare la momentul transportului. Începând cu 1 iulie 2016, orice container expedit din oricare port al lumii către SUA trebuie însoțit de un document, fie în format electronic, fie pe suport hârtie, semnat de către expeditorul prevăzut în conosament (B/L), și care să precizeze greutatea brută verificată a containerului înainte de încărcarea acestuia pe vapor.

I. Importuri temporare

Un Carnet ATA reprezintă un document vamal internațional pe care un transportator poate să-l folosească temporar pentru a importa anumite bunuri dintr-o țară, fără a se angaja în formalitățile vamale și fără a plăti taxele sau TVA asupra bunurilor. SUA permite importul temporar pentru mostre comerciale, echipamente profesionale și anumite materiale de publicitate de către un individ nerezident.

Există mai multe opțiuni pentru a expedia eșantioane comerciale (mostre) în și din afara Statelor Unite:

- plata taxei vamale aferente;

- importul temporar sub obligația de a-l reexporta (TIB);
- Carnet ATA.

Dacă aduceți / trimiteți livrări de mostre în SUA pentru a expune la o expoziție, veți avea nevoie de:

- documentația oficială care arată data și locația expoziției;
- confirmarea că sunteți expozant;
- documentație care indică valoarea articolelor care urmează a fi expuse;
- marcarea articolelor cu eticheta „nu sunt de vânzare” sau efectuarea unor operațiuni specifice, care să le facă improprietate pentru vânzarea ulterioară;
- contactarea portului de intrare înainte de sosirea în SUA;
- consultați agenția guvernamentală americană care va permite utilizarea produselor în scopuri non-comerciale și evitarea eventualelor restricții sau a unor documentații necesare;
- obțineți codul produsului din Tariful vamal armonizat al SUA (HTSUS) pentru articolele dvs.

II. Importuri interzise

Importul unor anumite categorii de mărfuri din anumite țări sunt interzise sau limitate. Printre acestea, sunt absolut interzise unele medicamente și mărfuri produse cu forța de muncă din lagăre sau închisori. Totodată sunt interzise importuri din anumite țări: Cuba, Coasta de Fildeș, RD Congo, Iran, Myanmar, Coreea de Nord, Siria, Venezuela, Zimbabwe; ele se aplică produselor de origine din țările mai sus-menționate, indiferent unde și cum au fost ele achiziționate.

III. Controlul exporturilor

Majoritatea exporturilor nu sunt restricționate de guvernul american. Legea Administrării Exporturilor (The Export Administration Act) a impus, totuși, unele prevederi privind reglementarea exporturilor de mărfuri, tehnologii și date tehnice-inclusiv cele cu dublă destinație, civilă și militară- pentru a nu fi afectate interesele naționale de securitate. Conform legii, secretarul pentru comerț (ministrul comerțului) întocmește lista cu mărfurile supuse controlului la export și pentru care este nevoie de o licență de export emisă de Departamentul Comerțului. Legea interzice, de asemenea, companiilor să se implice în practici comerciale restrictive sau în boicouri inițiate de alte țări.

IV. Contingente de import

Importurile pot fi restricționate prin două tipuri de cote: contingente și cote tarifare. Contingentul precizează cantitatea maximă în care poate fi importată o anumită marfă, într-o perioadă de timp dată (de obicei 1 an), exemplu contingentele la importul de zahăr, arahide și alcool etilic. Mărfurile importate în afara contingentului pot fi păstrate în zone libere sau în depozite, până se aprobă următoarele cote. Cotele tarifare permit importul unei anumite cantități de marfă, într-o perioadă dată de timp, cu taxe vamale reduse. Depășirea cotelor cu o anumită cantitate se poate face plătind taxe mai ridicate.

Următoarele mărfuri sunt supuse la contingente de import: scrumbie, alcool etilic, miel, țevi și conducte din oțel, lapte și smântână, măsline, mandarine, ton, bumbac superior, bare cu profil rotund subțire din fier și oțel.

Contingentele tarifare în baza acordului GATT se referă la următoarele produse: lapte și smântână, lapte praf și cremă de frișcă, produse lactate, lapte condensat, brânză canadiană, alune, zahăr (inclusiv trestie de zahăr), praf de cacao,

ciocolată, aluaturi, unt de arahide și paste de alune, condimente combinate, înghețată, furaje animaliere, tutun, bumbac, fibre de bumbac.

Anumite produse lactate sunt supuse la contingente de import anuale, administrate de Departamentul Agriculturii: unt și smântână, lapte praf, praf de frișcă, substituenți din unt, brânză și substituenți din brânză, brânză de tip american, brânză Edam și Gouda, brânză Cheddar, brânză de tip italian, brânză elvețiană sau Emmentaler.

V. Standarde

Serviciul vamal al SUA este responsabil pentru aplicarea standardelor și reglementărilor federale. Importatorul trebuie să respecte reglementările de standarde, cerințele de etichetare și marcarea. Standardele ISO 9000 sunt utilizate și în SUA. Prevederile acordului NAFTA (acum redenumit USMCA) cu privire la standarde necesită măsuri adiționale pentru asigurarea transparenței sistemului de dezvoltare a standardelor.

Toate alimentele, băuturile, medicamentele și produsele cosmetice importate trebuie să respecte prevederile Administrației Alimentelor și Medicamentelor, Departamentul Sănătății și Serviciilor Umane.

Trebuie să verificați că produsul dvs. îndeplinește toate cerințele legale din SUA și să aveți toate licențele necesare. Nerespectarea acestor cerințe poate conduce la un eventual proces.

Accesați baza de date a Institutului Național de Standarde și Tehnologie pentru mai multe informații privind standardele legale.

Verificați legislația și reglementările din SUA privind alimentația și drogurile (FDA) referitoare la alimente și băuturi, medicamente, dispozitive medicale și produse cosmetice.

Anumite produse pot fi testate și certificate pentru piața americană de către organizațiile din industria privată.

VI. Ambalarea, marcarea, etichetarea

SUA au adoptat în 1992 Actul cu privire la Etichetare și Ambalare, prin care se solicită ca toate produsele care necesită înscrierea pe ambalaje a unităților de măsură să folosească unitățile duale (americane/europene).

Legile vamale americane cer ca fiecare articol importat produs în afara SUA să aibă scris în engleză numele țării de origine. Din 5 august 1996, termenul "asamblat în" poate fi folosit ca termen de origine, dacă țara de origine este ultima unde a fost asamblat produsul final.

Anumite produse sunt supuse la cerințe de marcarea speciale cu privire la țara de origine.

De asemenea, includerea pe eticheta unor produse a mențiunilor „produs natural” sau „în întregime natural” (și alte variante de exprimare a aceleiași noțiuni) , sau „organic”, „ecologic” etc. este în curs de clarificare și reglementare de către autoritățile americane competente.

FDA reglementează ambalarea și etichetarea alimentelor, produselor farmaceutice și produselor cosmetice la nivel federal. Statele sau jurisdicțiile locale au introdus reglementări privind utilizarea și eliminarea anumitor materiale de ambalare și au stabilit cerințe minime de reciclare.

Reglementările și legile americane privind etichetarea sunt complexe, deoarece sistemul funcționează prin:

- reglementări federale și de stat;

- reglementări privind categoria și substanța active a produselor;
- standarde și acte de siguranță.

Cerințele de etichetare pentru mărfurile de consum sunt controlate prin Legea ambalajelor și a ambalării. Acesta este pus în aplicare de FDA și Federal Trade Commission (FTC) și necesită:

- identificarea produsului;
- numele, locul de desfășurare al producătorului, al ambalatorului sau al distribuitorului;
- cantitatea netă de conținut (atât dpdv metric, cât și în unități obișnuite din SUA);
- FDA are cerințe specifice de etichetare pentru alimente, medicamente, produse cosmetice și echipamente medicale. De asemenea, produsele cosmetice trebuie să se conformeze Legii privind produsele alimentare, drogurile și produsele cosmetice și Legea privind siguranța produselor cosmetice din 2011.

Citiți mai multe despre cerințele de etichetare pe site-ul FDA (www.fda.gov).

Verificați pagina de internet a [FTC](#) pentru informații privind cerințele de etichetare a mărfurilor.

Verificați cerințele de etichetare stabilite de [Consumer Product Safety Commission](#) (CPSC).

Consultați [biroul de afaceri statal](#) pentru informații despre reglementările locale.

VII. Drepturile de proprietate intelectuală

SUA are legi complete privind proprietatea intelectuală (IP), cu aplicarea de sancțiuni legale împotriva infracțiunilor, oferind un standard ridicat de protecție pentru proprietarii de drepturi intelectuale.

Ar trebui să monitorizați activ piața pentru orice utilizare neautorizată a drepturilor dvs. de proprietate intelectuală, inclusiv online. Ar trebui să contractați serviciile unei companii de consultanță juridică specializată înainte de a contacta un potențial infractor sau a urmări orice fel de litigiu. Legea pentru respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în SUA este complexă și ar trebui utilizată doar atunci când alte metode de aplicare au eșuat.

Dacă intenționați să vindeți bunuri sau servicii în SUA, ar trebui să luați în considerare cererea de protecție a mărcilor comerciale din SUA. De asemenea, trebuie să verificați dacă marca dvs. comercială nu încalcă drepturile niciunei mărci existente, locale. În SUA, numele unei companii nu este același ca o marcă comercială și va oferi doar o protecție limitată.

Aflați mai multe despre protejarea brevetelor și mărcilor comerciale la Oficiul pentru Brevete și Mărci din Statele Unite (USPTO).

Puteți înregistra drepturile de autor la Oficiul pentru Drepturi de Autor din Statele Unite.

SUA este membră a Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale (OMPI), a Convenției de la Paris cu privire la Protecția Proprietății Intelectuale, Convenția Universală a Drepturilor de Autor, Convenția Drepturilor de Autor de la Buenos Aires și Tratatul de Cooperare privind Patentele.

- **Patentele**

Patentele acordate de Statele Unite inventatorului îi dau acestuia dreptul exclusiv de a produce, utiliza și comercializa invențiile brevetate și îl protejează legal față de folosirea neautorizată de către terți a invențiilor sale.

Pentru a fi brevetabil, un produs sau o tehnologie trebuie să fie nou(ă), original(ă) și util(ă), iar solicitantul brevetului trebuie să fie cel care a făcut invenția.

Drepturile de brevete, care sunt controlate de guvernul federal, sunt acordate, de obicei, pe o durată de 20 de ani. Deoarece protecția patentului începe după acordarea acestuia, invenția nu este protejată pe perioada procedurilor de aprobare.

Cererea pentru obținerea aprobării trebuie depusă la Comisarul pentru Brevete și Mărci. Această procedură este cunoscută sub denumirea de „procurement” sau „prosecution”. De obicei, se solicită desenele și descrierea modului de realizare a produsului brevetabil (în limba engleză). Pentru obținerea aprobărilor necesare sunt angajați, în mod curent, avocați familiarizați cu procedurile necesare obținerii brevetului.

În Statele Unite nu se impun, de regulă, restricții privind cuantumul redevențelor pe care le pretinde deținătorul brevetului pentru utilizarea sau licențierea acestuia, dar utilizatorului i se percepe plata unei taxe care se reține din plățile efectuate către inventator.

- **Mărcile de comerț**

Mărcile de produs sunt cuvinte, simboluri sau semne, care sunt adoptate de către producători sau comercianți pentru a-și identifica mărfurile și a le distinge de altele. Numele de marcă identifică anumiți producători sau dealeri. Sunt protejate legal patru tipuri de mărci:

- mărci de produs, pentru mărfuri;
- mărci de servicii, pentru servicii;
- mărci de certificare, pentru certificarea de mărfuri și servicii;
- mărci colective, folosite pentru a indica apartenența la un grup.

O marcă dă proprietarului dreptul exclusiv de a utiliza anumite nume, simboluri, scheme sau combinații ale acestora pentru produse sau servicii, pe o perioadă de 20 de ani. Pentru a înregistra o marcă, solicitantul trebuie să depună o cerere scrisă, inclusiv un desen al mărcii sau simbolului, la Comisarul pentru Brevete și Mărci. Un solicitant străin trebuie să împuternicească în acest sens un avocat local specializat sau un alt reprezentant, cu domiciliul în Statele Unite.

Într-o anumită perioadă după înregistrare, proprietarul mărcii trebuie să depună o declarație prin care să confirme că marca este utilizată, sau să explice cu argumente justificate de ce nu este utilizată. În caz contrar, înregistrarea este anulată. Înregistrarea poate fi prelungită pentru încă 20 de ani cu respectarea aceleiași proceduri.

- **Drepturile de autor**

Drepturile de autor protejează autorii și creatorii față de reproducerea neautorizată sau utilizarea scrierilor sau a altor lucrări originale pe toată durata vieții autorului și 50 de ani după moartea acestuia. În baza doctrinei „lucrare făcută pentru angajare” un patron poate fi considerat autor al unei lucrări realizate de un salariat cu scopul de a fi angajat, dacă nu se convine altfel.

Materialele pentru care se acordă drepturi de autor includ: lucrări literare, compoziții muzicale sau piese de teatru, lucrări grafice, sculpturi sau picturi, filme sau alte lucrări audio-vizuale, înregistrări.

Tehnologia informației

Atât tehnologia hardware, cât și cea software, sunt eligibile pentru aceleași protecții legale, ca și celelalte proprietăți intelectuale.

Alte proprietăți intelectuale protejate prin lege

Marea majoritate a tehnologiilor de vârf nu sunt brevetate. În fapt, aproape toate acordurile de transfer de tehnologie conțin prevederi privind transferul de know-how nebrevetat. Know-how-ul este recunoscut ca un drept de proprietate care poate fi transferat prin contract și protejat prin lege față de practicile neconcurențiale în aceleași condiții ca și patentele.

Aranjamentele de licențiere

Licențierea de tehnologie în Statele Unite oferă un mijloc atractiv companiilor străine de a penetra pe această piață. Pentru a licenția utilizarea tehnologiei, companiile nu sunt obligate să facă investiții de capital sau să mențină angajați permanenți. Licențierea poate fi o alternativă viabilă în situațiile în care mărfurile nu pot fi importate datorită dimensiunilor agabaritice, volumului sau barierelor tarifare și netarifare. Sistemul de licențiere al brevetelor și mărcilor, practicat în Statele Unite, asigură străinilor protecția prin lege pentru perioade de timp stabile.

VIII. Expedierea mărfurilor în SUA

Dacă nu aveți cunoștințe despre procedurile de transport internațional, puteți utiliza un expeditor pentru a vă expedia marfa. Expeditorul va avea cunoștințe vaste despre documentația solicitată, reglementări, costuri de transport și practicile bancare din SUA.

De obicei, puteți trimite mostre de bunuri ale afacerii dvs. prin intermediul sistemului poștal normal. Oficiul poștal local poate fi utilizat pentru a exporta mici comenzi în SUA, care sunt ambalate cu ușurință și se încadrează în restricțiile de greutate actuale.

Dacă trimiteți mărfuri prin poștă, trebuie să verificați dacă articolele nu sunt interzise sau restricționate de serviciile de poștă din România și SUA.

Aflați mai multe despre articolele interzise sau restricționate din SUA pe site-ul Poștei naționale americane (www.usps.com).

Când utilizați servicii poștale pe o bază comercială, trebuie să completați formularul vamal necesar cu codul mărfii, care se referă la mărfurile pe care le utilizați pentru a exporta.

Pentru comenzi mai mari, majoritatea întreprinderilor folosesc un curier sau un expeditor.

Dacă transportați mărfuri periculoase în SUA se aplică reguli special, iar drept condiții de livrare contractul dvs. ar trebui să includă un acord privind condițiile de livrare folosind reglementările Incoterms.

J. Oportunități pentru companiile românești

Comerțul electronic

Washington DC și New York găzduiesc Banca Mondială și Națiunile Unite. Aceste organizații pot oferi oportunități excelente companiilor din RO. Banca Mondială, Organizația Națiunilor Unite și alte organizații de într-ajutorare cheltuiesc peste 180 de miliarde de dolari pentru bunuri și servicii în fiecare an.

Trimiteti un e-mail echipei de export pe piața americană care vă poate ajuta să intrați pe această piață.

Contactați ANCEX pentru mai multe informații despre exportul produselor din domeniile apărării și securității în SUA și pentru a afla cum ar putea afecta reglementările ITAR exporturile dvs. Aflați mai multe despre exportul de bunuri militare și cu dublă utilizare.

K. Amenințări și riscuri de afaceri

SUA constituie o piață vastă pentru afaceri. Aceasta poate duce la provocări unice:

- mari diferențe regionale între cele 50 de piețe / state
- concurență puternică, provocând saturație, fie de produse, fie de servicii
- așteptări ridicate ale clienților
- costul ridicat al vieții în marile orașe
- diferență de fus orar semnificativă (între 5 și 10 ore)
- costuri ridicate de asigurare a afacerilor
- litigiile sunt foarte uzuale
- proces costisitor și îndelungat pentru obținerea vizelor/permiselor de muncă

Ar trebui să vă asigurați că luați măsurile necesare pentru a respecta cerințele legilor anticorupție.

L. Regimul vizelor

Dacă intenționați să vizitați SUA pentru afaceri, puteți găsi informații despre vizele SUA la [Ambasada SUA](#), din București.

Dacă intenționați să lucrați în SUA, veți avea nevoie de viză pentru non-emigranți. Trebuie să explorați procedurile și intervalul de timp înainte de a călători în SUA.

Sfaturi de călătorie pentru SUA

Dacă călătoriți în SUA pentru afaceri, [consultați mai întâi](#) sfatul de călătorie al Ministerului Afacerilor Externe (MAE).

Persoane de contact

Trimiteti e-mail echipei [BPCE din SUA](#) pentru ajutor și asistență înainte de a începe exportul.

M. Ghid de comportament în relațiile cu partenerii

În ceea ce privește modul de abordare de către exportatorii români a potențialilor parteneri de afaceri americani, sugeram însușirea și respectarea instrucțiunilor cuprinse în ghidul comportamental prezentat în continuare, ghid care a fost alcătuit în baza observațiilor generalizate despre cultura de business din SUA și a unor experiențe practice în acest domeniu.

I. Comportamentul înainte de începerea negocierilor

Perfectarea întâlnirilor de afaceri

Pentru perfectarea întâlnirilor de afaceri cu parteneri din SUA este necesară, în toate cazurile, programarea întâlnirilor cu mult timp înainte și eventual reconfirmarea telefonică a acestora în ziua care precede data programată. Acordați însă multă atenție formulării solicitărilor de întâlniri și exprimării (mai ales în scris) a datei calendaristice deoarece multe confuzii sunt făcute frecvent întrucât americanii scriu mai întâi luna, apoi ziua și la urmă anul (ex. 5 Decembrie 2003 este scris 12/5/03). De asemenea, pentru orele de întâlnire americanii folosesc foarte des prefixele AM și PM (exprimând, spre exemplu, drept 2:00 PM orele 14:00).

Încercați, pe cât posibil, să respectați programul de lucru al partenerilor (de luni până vineri, între orele 8:30 (9:00) AM - 17:00 (18:00)), chiar dacă mulți dintre aceștia muncesc și peste acest program.

Deoarece în SUA protestantismul/catolicismul sunt predominante, ziua de duminică reprezintă principala zi de repaus a familiei și nu se recomandă a se insista pentru programarea de acțiuni în această zi (în majoritatea cazurilor veți primi refuzuri categorice). Cele mai multe dintre magazine, restaurante, muzee, cinematografe etc. sunt însă deschise în cursul acestei zile, astfel încât se recomandă a vă petrece timpul în afara preocupărilor de afaceri.

Pe de altă parte foarte mulți oameni de afaceri de origine evreiască respectă *shabbat*-ul, astfel încât de vineri de la prânz și până duminică nu se poate comunica cu aceștia; de asemenea, trebuie avute în vedere sărbătorile evreiești de pe parcursul anului, atunci când sunt programate întâlniri, iar dacă partenerii evrei sunt invitați la masă la restaurant, pentru siguranță trebuie avute în vedere restaurante cu meniu *kosher*, altfel partenerul nu va putea servi masa.

Punctualitatea este extrem de importantă în cazul întâlnirilor de afaceri programate (inclusiv atunci când sunteți invitat la masă). Deoarece problemele de trafic în multe orașe americane sunt dificil de anticipat, luați-vă măsurile de siguranță din timp și, dacă realizați că veți întârzia, faceți tot posibilul să vă anunțați telefonic partenerul.

În cazul recepțiilor sau al petrecerilor mai mult sau mai puțin formale (cocktail party), punctualitatea nu este absolut necesară, iar obligația de a telefona organizatorului, în prealabil, este exclusă. Se poate aprecia totuși că o întârziere de peste 30 minute nu este firească.

Când se poate aborda o apropiere de succes față de partener

Pentru discuții și negocieri americanii folosesc toate momentele posibile ale zilei și preferă de multe ori depășirea cadrului oferit de sălile de protocol sau de birouri.

Astfel, micul dejun este un prilej foarte mult folosit de americani pentru discuțiile de afaceri și acesta poate începe chiar de la orele 7:30 AM. Dejunul, la fel de des utilizat în acest scop poate începe între orele 12:00-14:00 (dar nu mai târziu) și poate consta dintr-un meniu ușor (deoarece munca continuă după acesta), la care se poate servi și un pahar de vin sau o bere. Cina, care la americani este principala masă a zilei, poate începe între orele 5:30 și 8:00 PM și nu trebuie să dureze, în mod normal, mai mult de 2-2 1/2 ore.

În weekend, mulți parteneri preferă "brunch-ul", o combinație între mic dejun și dejun care se poate desfășura oricând în intervalul 11:00-14:00 și constituie un excelent moment de discuții.

Dacă sunteți invitat la discuții într-un astfel de cadru, de regulă plătitor este cel care a făcut invitația. Trebuie să fiți însă pregătit să vă puteți plăti singur consumația în orice moment, chiar dacă ați fost invitat. Uneori se face împărțirea cheltuielilor de masă între participanți, intenția partenerilor în acest sens putând fi sesizată din dialogul cu ospătarul privind "getting separate checks", sau din formularile "going Dutch", or "splitting the bill." În cazul unor contacte premergătoare unor posibile relații contractuale, această modalitate de plată este indicată, având în vedere atât posibilitatea unei interpretări greșite a insistenței de a plăti consumația, cât și mai ales legislația SUA destul de complicată și severă cu cazurile/tentativele de corupție implicând oferirea repetată de bunuri/servicii de restaurant/hotel/recreere, în valoare substanțială.

Dacă Dvs. sunteți cel care adresează invitația la o masă este bine să precizați clar de la început cine va face plata. Adesea, acest lucru constituie un stimulent foarte serios pentru un partener de a vă accepta invitația.

În timpul mesei americanii sunt, în general, foarte sociabili și primesc cu mult entuziasm să învețe chiar un toast din România. Formalismul și ritualul oficial de utilizare a tacâmurilor este rar respectat de americani, acest lucru nefiind însă o invitație pentru Dvs. de a vă schimba stilul decent.

Dacă sunteți invitat acasă la parteneri, nu trebuie să fiți surprinși dacă soția acestora este parte activă la conversații, inclusiv pe teme de afaceri. În astfel de ocazii este de recomandat să telefonați gazdei înaintea plecării Dvs. către punctul de întâlnire și să oferiți flori sau o sticlă de bautură (vin sau lichior). Dacă sunteți invitat la masă, nu vă sfiiți să refuzați un anumit sort de mâncare sau băutură când nu este pe gustul Dvs. În cele mai multe cazuri însă nu trebuie să vă așteptați să fiți invitat la masă, familiile americane neavând acest obicei (invitându-vă în acest sens, eventual, la un restaurant din apropiere). De reținut, de asemenea, că în SUA nu este considerată lipsă de etichetă dacă mâncați mergând pe stradă sau dacă mergeți la restaurante de tip fast food.

II. Comportamentul în timpul negocierilor

Modul de adresare

Indiferent de gradul de cunoaștere a partenerului de afaceri este recomandabil a vă adresa întotdeauna pe un ton respectuos acestora, indiferent de poziția pe care o dețin în companie.

De reținut că în SUA prezentarea numelui către parteneri (introducerea) se face în următoarea ordine: numele propriu, numele mijlociu și numele de familie. La prima întâlnire și apelare a partenerului este bine să folosiți mai întâi titlul acestuia (funcția) și apoi numele de familie. Dacă acesta vă invită și insistă să-l apelați în continuare pe numele mic (lucru foarte frecvent în societatea americană, unde acest lucru este mai mult o normă culturală decât un semn de intimitate), căutați să mențineți totuși o atmosferă oficială (chiar dacă americanii nu recunosc, această atitudine a dvs. este mult apreciată).

În adresare și prezentare (inclusiv în scris) se folosesc întotdeauna apelativele "Doctor", "Miss", "Ms.", "Misses", sau "Mister", urmate de numele de familie. Când nu cunoașteți statutul civil al unei partenere, folosiți adresarea "Ms." (pronunțat "Miz") căci, dacă persoana în cauză nu va agree această formulare, vă va spune cu siguranță cum să vă adresați.

Uneori puteți folosi și porecla uzuală a interlocutorului (însa numai când veți fi încurajat în acest sens, de cele mai multe ori, chiar de acesta). Porecla la americani - o prescurtare consacrată a unor nume foarte frecvent întâlnite în societate - nu este o banalizare, ci este chiar un semn de distincție formală și, uneori, este chiar numele (porecla) pe care angajații unei corporații îl folosesc-ca un semn de respect-pentru șefii lor ierarhici.

Atenție că prescurtarea sau adăugarea la numele interlocutorului a formulărilor (Junior) sau a numeralelor Romanice (III, IV) nu înseamnă o poziție mai mică în cadrul companiei, ci faptul că aceștia au primit numele părinților și/sau că reprezintă o altă generație cu un nume identic.

Asigurați-vă că, la rândul lor, interlocutorii vi se adresează în formula preferată de dvs. și nu ezitați să precizați aceasta încă din startul conversațiilor.

Ținuta, îmbrăcămintea

Cât privește ținuta în timpul întâlnirilor de afaceri, o îmbrăcămintă mai "conservatoare" este absolut necesară și uzuală, mai ales la prima întâlnire cu partenerul. Există însă, în acest domeniu, diferențe vizibile între regiunile americane (în estul SUA formalismul este mult mai pronunțat, pe când o îmbrăcămintă mai relaxantă nu este ofensatoare în vest) dar, în general, cu cât nivelul interlocutorului în companie este mai ridicat, cu atât se recomandă folosirea unui costum mai formal.

Costumele de afaceri standard, chiar și pentru femei (taior și fustă semilungă sau pantalon și accesoryzate cu podoabe ușoare) sunt practica cea mai răspândită în întâlnirile de afaceri și reprezintă ținuta obișnuită a americanilor la locurile lor de muncă.

În weekend sau în afara cadrului formal, îmbrăcămintea casual este acceptată și nu trebuie să fiți surprinși dacă partenerul dvs. de afaceri, într-o astfel de împrejurare, poartă pantaloni scurți, tricou, teniși etc.

Comportamentul la începerea negocierilor

Se recomandă înmânarea câte unei cărți de vizită fiecăruia dintre interlocutorii de afaceri prezenți. Este însă posibil să nu primiți (la schimb) toate cărțile de vizită ale partenerilor, ceea ce nu trebuie să vă ofenseze deoarece acest lucru se poate întâmpla chiar și la un moment ulterior (când, de regulă, se vădesc posibilități de continuare a colaborării în afaceri), după cum nu este o lipsă de respect dacă interlocutorul nu citește cartea dvs. de vizită, ci o pune firesc în buzunar.

Există regula, mai ales atunci când negocierile-sau vizita-se desfășoară la sediul partenerilor și acela este într-o clădire mai mare și cu multe etaje, ca musafirilor să li

se explice, înainte de a începe discuțiile propriu-zise, care sunt căile de evacuare în cazul unei situații de urgență (incendiu, explozie etc.). Acest lucru nu trebuie tratat ca o glumă în nici un caz, deoarece în mai multe state aceasta nu reprezintă numai un semn de grijă față de partenerii de discuții, ci și o obligație legală.

Comportamentul în timpul discuțiilor

În mod normal, discuțiile de afaceri în SUA se desfășoară într-un ritm alert și după un ritual relativ generalizat; astfel, participanții vor începe discuțiile de afaceri printr-o scurtă conversație informală (despre vreme, trafic, călătoria făcută până la locul de întâlnire etc.), după care se intră direct în discuțiile concrete de afaceri.

Deoarece conceptul "*time is money*" este de origine americană și este foarte serios luat în considerare de toți interlocutorii de afaceri (indiferent de poziția pe care aceștia o au în companie) este bine de a se intra rapid în subiectul principal de discuție.

Trebuie cunoscut faptul că americanii pot apărea încă de la început ca având o atitudine arogantă deoarece, în majoritate, aceștia sunt marcați de recunoașterea faptului că țara lor este cea mai mare și cea mai puternică economie și democrație din lume și, ca urmare, sunt ferm convinși că modul lor de lucru și de conducere a afacerilor este cel mai corect și mai eficient, așteptând o recunoaștere implicită (și chiar explicită) din partea partenerilor de afaceri străini. Această atitudine americană generalizată conduce, de cele mai multe ori, la o lipsă de interes vizibil față de informațiile curente despre problemele, obiceiurile și cultura altor țări (cu atât mai mult când aceștia provin din țările mai mici), iar americanii nu se străduiesc să se comporte "de fațadă" sau să respecte ritualuri sau formalități care pot fi considerate de importanță în alte culturi de afaceri.

În fapt, în SUA cultura de afaceri este extrem de etnocentrică și ermetică la cele mai multe "informații exterioare" ceea ce face ca gândirea americanilor să fie cât mai analitică, conceptele să fie rapid abstractizate, iar "regula universală" să fie preferată, în detrimentul nuanțelor. Astfel, indiferent de interlocutor și de personalitatea acestuia, în relațiile de afaceri întotdeauna este urmată cu strictețe politică și strategiile comerciale ale companiei pe care acesta o reprezintă, americanii urmând reguli rigide de comportament la toate nivelurile de conducere sau de execuție din companie. De aceea, în cadrul discuțiilor, punctele forte se acumulează numai în baza unor factori obiectivi și în legătură cu argumente strict circumscrise propunerii de afaceri respective (prețul fiind cheia primordială care trebuie utilizată în afacerile cu aceștia), subiectivismul participanților nefiind aproape deloc un factor pe care trebuie contat: în acest sens este de precizat că, deși problema banilor este la fel de importantă și pentru americani, ei nu pot înțelege cum străinii de alte culturi pot uneori sacrifica statutul, protocolul, interesul companiilor din care fac parte și onoarea națională, pentru câștiguri financiare facile, exterioare afacerii.

În argumentație cei mai mulți americani pun întotdeauna accentul pe puterea financiară a companiilor și pe poziția lor dominantă în acel domeniu (sugerând chiar că mai au mulți alți clienți cu ofertă similară celei propuse de dvs.), utilizând fără ezitare principiul majorității și neașteptând neapărat consensul. Ei privesc negocierea ca pe o problemă rezolvabilă prin formula "mai dau ceva, mai primesc ceva", negândind deloc ca interlocutorii lor pot avea, uneori, doar o singură poziție, fără flexibilitate. Ei sunt totuși oportuniști și predispuși la a-și asuma și unele riscuri când simt că afacerea ar putea fi profitabilă și pot merge până la preluarea cu dezinvoltură a celei mai mari părți a afacerii, chiar 100% atunci când este posibil. Cu toate

acestea, americanii urmează întotdeauna cu sfințenie un plan strategic de negociere pentru acea afacere și au un plan financiar de la care nu se îndepărtează prea mult.

Se poate întâmpla uneori ca, la chiar prima întâlnire cu un client nou (dar despre care a primit informații în prealabil) partenerul american să aducă și să pună deja pe masă contractul final deoarece, în cele mai multe din firmele americane, contractele în valori sub 10.000 dolari pot fi aprobate și semnate de un reprezentant de nivel mediu de conducere. Este însă important de reținut că, deoarece SUA este cea mai litigioasă societate din lume (existând avocați specializați în aproape toate segmentele industriale și din societate), nu trebuie apreciat ofensator sau timorant faptul că avocații partenerului sunt prezenți la discuții.

Unele plusuri de apreciere pentru afacerea propusă de dvs. pot fi aduse pe măsura creșterii încrederii partenerului în respectarea principiilor democrației, ale capitalismului și ale economiei de piață de către compania și/sau țara pe care le reprezentați. Ei nu vor ezita însă să spună tranșant "NU", sau să fie foarte direcți în a spune că nu sunt de acord cu poziția dvs., ceea ce nu trebuie să vă supere. Ca regulă generalizată, americanii vor încerca întotdeauna să găsească și să extragă de la dvs. un argument oral favorabil lor încă de la prima discuție, pe care să-l folosească apoi ulterior, cu insistență, în negocieri.

Momentele de tăcere îndelungată sau întreruperea discuțiilor pentru alte subiecte exterioare afacerii nu sunt pe placul americanilor, aceștia fiind obișnuiți să decidă rapid și decisiv și așteptând același răspuns comportamental din partea dvs.

Uneori, persistența lor pe un anumit aspect al discuțiilor sau pentru o anumită finalizare, poate fi apreciată drept jenantă dar, pentru ei, prevalează convingerea că există întotdeauna o soluție de compromis și vor încerca ei însuși să exploreze și alte opțiuni atunci când partenerul de negociere este în impas.

Este de recomandat a vă reprimă dorința de a discuta probleme personale (intime și de familie) cu interlocutorii în timpul discuțiilor de afaceri, chiar dacă unii dintre dâșii par că agreează aceste subiecte sau vorbesc ei înșiși despre familiile lor.

Plictiseala poate să apară spre finalul negocierilor, iar americanii nu se străduiesc să escamoteze astfel de momente.

Consistența este o caracteristică de bază a comportamentului de afaceri al partenerilor americani: când au agreeat ceva, afacerea este definitiv încheiată și rar se poate întâmpla ca aceștia să își schimbe părerea. Ei tind să arate că sunt orientați spre viitor și inovația prevalează de multe ori față de tradiție.

Conversația

Cei mai mulți dintre americani nu vorbesc o altă limbă străină decât engleza, iar întrebarea acestora "*What do you do?*" nu este decât pretextul pentru începerea unei conversații și nu trebuie considerată o formula banală sau insinuantă.

Subiectele de discuție uzuale în SUA, în afară de cele care privesc domeniul și de tema negocierilor dintre parteneri, sunt cele legate de vreme, locul de muncă, sport, turism, muzică, filme, cărți, artă etc.

Subiectele de discuție care trebuie evitate întotdeauna în SUA, chiar și atunci când vă cunoașteți foarte bine cu partenerul, sunt cele legate de politică, religie sau de alte teme controversate (avort, rasism, sex). De asemenea, sunt de evitat întrebările despre starea civilă a interlocutorilor (mai ales când este vorba despre femei). Dacă aceștia vorbesc totuși despre familiile lor, o întrebare politicoasă despre copii poate fi un mijloc de a relega și continua discuția, deși acest lucru nu este absolut necesar.

Deși unele resentimente față de diferite etnii pot fi percepute uneori la

partenerii de discuție, nu trebuie stimulată conversația pe această temă deoarece egalitatea în fața legii este strict respectată în SUA, iar discriminarea este penalizată cu fermitate. De asemenea, deși rolul tradițional al sexelor se schimbă cu rapiditate în SUA, femeile încă mai au de luptat pentru a obține egalitate de tratament (de plată și autoritate) în societate.

Cultura americană pune accent pe inițiativă și pe realizările personale. Ca urmare, mulți parteneri americani pot fi foarte competitivi, atât la locul de muncă, cât și la distracție.

La locurile de muncă sunt însă mari diferențieri între diferitele categorii din structura de personal, dar acest lucru nu este expus vederii deoarece egalitatea persoanei este garantată de lege. Fiecare lucrător este potențial de înlocuit în orice clipă și de pe orice poziție.

Americanii obișnuiesc să facă deseori complimente partenerilor de afaceri, dar fiți avizat că în SUA un compliment adresat unei femei nu trebuie să facă referire la aspectul fizic, ci la îmbrăcămintea sau la calitățile sportive ale acesteia.

De asemenea, deși americanii au simțul umorului și râd, uneori, în hohote, nu trebuie să interpretați acest lucru drept o invitație la a spune glume (pe teme religioase, etnice sau legate de sexe), deoarece nu sunt deloc pe gustul acestora.

Sporturile preferate în SUA sunt baseball, baschet și *football* (care este însă diferit de fotbalul european denumit aici "soccer"). Golful este însă cel mai popular sport în rândul oamenilor de afaceri americani și constituie un subiect și un cadru admirabil pentru discuțiile de afaceri.

III. Comportamentul la sfârșitul negocierilor. Oferirea de cadouri

Oferirea unor cadouri partenerilor americani sunt fapte normal acceptate, dar nu așteptate de aceștia. Ca urmare, nu trebuie să vă gândiți la o reciprocitate din partea acestora deși, de cele mai multe ori, gestul dvs. este "întors" fie imediat, fie la o întâlnire ulterioară.

Cadourile se oferă după ce discuțiile de afaceri au fost încheiate și de regulă pachetele se deschid pe loc și se arată și celorlalți (cu excepția unor cadouri primite în perioada sărbătorilor de iarnă pentru care veți fi probabil sfătuit să le desfăceți numai în ziua de Crăciun). De altfel, în perioada sărbătorilor de iarnă se utilizează foarte frecvent în SUA trimiterea către parteneri a unor cadouri cu titlu personal (vin, lichior, cărți, etc), cele mai apreciate fiind cele provenind direct din România.

Dacă doriți să oferiți flori este mult apreciat gestul de a le trimite prin curier înainte de sosirea dvs.

Dacă sunteți găzduit pentru mai multe zile la partener (acasă sau în altă parte, dar pe cheltuiala acestuia), se recomandă oferirea unui cadou mai substanțial, eventual însoțit și de o scrisoare de mulțumiri. Deoarece trebuie să evitați a oferi parfum, îmbrăcăminte sau jucării pentru copii (apreciate prea intime), invitarea familiei partenerului la un restaurant poate fi o soluție la îndemână (se practică foarte frecvent în astfel de cazuri).

IV. Comportamentul public

Fumatul este interzis în mai toate instituțiile publice și în majoritatea companiilor (inclusiv în hoteluri și restaurante), dar dacă totuși fumatul este permis, întrebați partenerii, înainte de a aprinde țigara, dacă acest lucru nu-i deranjează.

Strângerea de mână este uzuală la întâlnirile cu interlocutorii, bărbați sau femei deopotrivă (deși, în cazul femeilor, trebuie așteptat mai întâi să întindă

acestea mâna). Alte contacte fizice cu interlocutorul (îmbrățișări, sărutatul mâinilor etc.) nu sunt agreate și/sau practicate de americani, fiind chiar recomandabil a se menține o distanță de minim un metru față de interlocutori și de a evita privirile insistente spre aceștia (mai ales femei) sau indicarea unor obiecte cu degetul arătător. De asemenea, nu fiți indus în eroare de poziția la masă a interlocutorului american (care adesea afișează relaxarea prin ridicarea picioarelor pe spatăru scaunului sau pe masa) și păstrați totdeauna o poziție clasică.

Înmânarea unui material sau a unui cadou se face, de regulă, cu o singură mână.

Dacă aveți prilejul sau doriți să conduceți personal o mașină în SUA este bine să vă acomodați cu traficul american înainte de intrarea pe o autostradă (și să țineți cont de faptul că mașinile cu opțiunea de cutie manuală sunt rar întâlnite pe piața americană, fiind preferate autovehiculele cu cutie automată). De asemenea, vă recomandăm cu strictețe respectarea tuturor regulilor de circulație, precum și atenție sporită în ceea ce privește parcare pe carosabil. Există restricții, în general între orele 7:00 A.M. - 6:30 P.M., amenzile fiind deosebit de usturătoare.

V. Transmiterea ofertelor de export

Pentru vânzările (exporturile) pe piața SUA, principalele modalități prin care vânzătorii români pot transmite oferte și pot intra în relații de afaceri cu cumpărătorii americani sunt:

1. Marketing Direct (vânzare directă)

Deși această cale - care presupune transmiterea către cumpărătorul extern a ofertei companiei dvs. în formă letrică (o scrisoare cu antet oficial, însoțită, acolo unde este cazul, de broșuri, cataloage și/sau de specificațiile aferente produselor oferite) - este mare consumatoare de timp, ea rămâne calea cea mai eficientă prin care vânzătorii (exportatorii români) pot să intre în legătură cu cumpărătorii (importatorii) americani și să îi convingă pe aceștia să cumpere (să importe) mărfurile oferite.

2. Vânzarea prin utilizarea de portaluri sau website-uri de afaceri (B2B Web Sites)

În ultimii 15 ani, odată cu introducerea și generalizarea utilizării Internetului în scop de afaceri, modalitățile prin care produsele sunt vândute astăzi importatorilor americani s-au schimbat dramatic. Pentru a putea fi competitiv și eficient în efectuarea de vânzări (exporturi) pe piața SUA, este însă absolut necesar ca firmele românești să se familiarizeze din ce în ce mai bine și să utilizeze din ce în ce mai mult astfel de căi. Una dintre aceste modalități moderne este crearea și menținerea unor pagini proprii de Web (fie individuale, fie în cadrul unor portaluri mai ample, specializate pe produse/servicii) prin care să fie prezentată oferta specifică a companiei dvs. (de preferat, utilizarea unor firme specializate, profesionale, în crearea/administrarea de pagini web, care să acorde atenția necesară și corectă unei astfel de căi de promovare).

3. Marketing prin transmiterea de e-mail-uri

Transmiterea de mesaje și/sau de oferte de vânzare prin e-mail (poșta electronică) poate fi o cale ușor accesibilă, ieftină și rapidă, dar poate fi o modalitate eficientă numai în măsura în care exportatorii români reușesc să facă aceste oferte

electronice respectând toate regulile și practicile în materie de comunicare prin Internet, precum și eticheta de afaceri. Orice “scăpare” și/sau greșeală în utilizarea corectă a acestei căi duce la penalizarea drastică a exportatorilor în cauză, mesajele acestora putând fi foarte ușor clasificate drept “spam” (corespondența nesolicitată), iar importatorii nu agreează deloc acest gen de corespondență. Este de recomandat ca, înainte de a se transmite e-mail-ul respectiv, partenerul să fie avertizat și chiar să i se ceară să introducă adresa trimitătorului în lista sa de contacte “sigure”, astfel încât comunicarea să nu ajungă în căsuța de “spam”, sau să fie blocată de un filtru chiar în serverul destinatarului.

4. Marketing prin fax

Această formă clasică de vânzare este mai puțin pretențioasă decât vânzarea prin e-mail, dar astăzi nu mai reprezintă o cale uzuală, deoarece transmișorile prin fax sunt, de regulă, în alb-negru, iar numărul paginilor transmise/de recepționate este considerat mic și limitat. În plus, cu cheltuieli relativ egale cu costul legăturii telefonice *long distance/international* folosite pentru transmiterea unui fax în SUA, exportatorul român poate să își transmită astăzi oferta prin poștă, sigur și direct la destinatar.

Cu referire la fiecare dintre căile de vânzare de mai sus, vă prezentăm în continuare câteva sfaturi practice de utilitate pentru companiile românești care doresc să exporte în SUA:

1. În legătură cu Marketigul direct

a) *Scrisorile (mesajele) dvs. trebuie să fie scurte și concise*

În principiu, scrisoarea dvs. trebuie să conțină nu mai mult de 4 paragrafe:

- un paragraf care să capteze atenția cumpărătorului asupra companiei și ofertei dvs. (aveți la dispoziție pentru aceasta 7 secunde);
- alt paragraf care trebuie să spună concis ce puteți face dvs. (vânzătorul) pentru cumpărător (ce îi oferiți acestuia: produsul, serviciul în cauză)
- următorul paragraf care să detalieze trăsăturile definitorii ale produsului oferit (eventual cu accentuarea avantajelor comparative ale ofertei dvs.);
- ultimul paragraf, trebuie să prevadă cu claritate ce trebuie să facă importatorul pentru a comanda produsele oferite de dvs. și/ sau unde/cum poate obține alte informații suplimentare. Este recomandabil ca, în contextul de mai sus, acesta să se concretizeze prin adresarea unei invitații cumpărătorului de a vizita pagina web a companiei dvs.

b) *Cataloagele proprii de prezentare să nu depășească 2 pagini*

Dacă decideți să includeți o broșură/un catalog de prezentare a companiei dvs. în corespondența adresată importatorului (alături de scrisoarea de bază) este foarte important ca aceste materiale, pe lângă calități grafice deosebite, să fie cât mai concise și să nu depășească 2 pagini (în caz contrar, pe lângă cheltuielile suplimentare generate de editarea unor materiale stufoase, din partea importatorului este o pierdere de timp pe care acesta nu și-o permite). Este recomandabil ca informațiile respective să apară și în pagina web a companiei dvs. (unde pot fi modificate și actualizate în funcție de schimbările de pe piață). Cataloagele este bine să indice prețurile produselor și eventualele detalii tehnice despre standardele de calitate, materiale și tehnologii folosite.

Există la producătorii români tendința de a insista asupra dotărilor tehnice și a nu acorda suficientă atenție mărturiilor asupra calității și satisfacției consumatorilor (așa-numitele „testimonials”). Este bine de știut că importatorii/distribuitorii americani sunt mai puțin impresionați de dotările tehnice, și acordă mai mare atenție respectării termenelor și condițiilor de livrare, precum și modului în care sunt tratate și rezolvate doleanțele și eventualele lor sesizări.

Pentru un client potențial, scrisoarea primită de la dvs. este imaginea proprie a companiei dvs: dacă scrisoarea arată bine și compania dvs. este apreciată corespunzător. Ca urmare, înainte de transmitere, verificați scrisorile pentru a nu avea greșeli de gramatică și/sau de ortografie, folosind instrumentele de corectare oferite de procesorul WORD și nu folosiți deloc abrevieri (“*pls*” în loc de “*please*”, “*u*” în loc de “*you*” etc).

2. În legătură cu Marketingul prin pagina web proprie companiei dvs.

Exportatorii români care nu au pagină proprie de web sunt clar dezavantajați pe piața americană și de aceea, dacă doriți cu adevărat să penetrați și/sau să vă mențineți pe această piață, este absolut necesar să faceți tot posibilul pentru a vă deschide o astfel de pagină (indiferent de costuri) cât mai sugestivă și cât mai interesantă. Pagina trebuie să conțină toate elementele de interes pentru importatorii (potențialii clienți) vizați de compania dvs, de la prezentarea produselor sau serviciilor oferite, până la condițiile tehnice și comerciale generale ale ofertei făcute (inclusiv modalitățile de plată și de livrare utilizate de compania dvs.) și instrucțiuni privind procedurile și modalitățile de urmat de către importatori în transmiterea comenzilor externe (reiterăm recomandarea ca, în cazul în care nu dispuneți de un departament specializat în tehnologia informației, să apelați la o firmă profesionistă).

3. În legătură cu Marketingul prin e-mail-uri

Dacă decideți să utilizați această cale, este recomandabil să intrați în legătură cu companiile importatoare (folosind datele electronice de contact ale acestora identificate în diverse baze de date), înainte de a transmite oferta companiei dvs, pentru a-i informa că urmează să le transmiteți (sau pentru a le cere permisiunea să le transmiteți) oferta respectivă. În acest mod, companiile importatoare vor fi în așteptarea noului dvs. mesaj și nu vor trata corespondanța respectivă drept *spam* - pe fondul exacerbarii transmiterii de viruși electronici, în contextul în care ofertele de export sunt cel mai adesea însoțite de specificații care se transmit ca attachment-uri/anexe la materialele de bază, există rezerve serioase din partea companiilor receptoare de a deschide astfel de e-mailuri, mai ales cele sosite de la adrese necunoscute.

O strategie bună de marketing prin e-mail poate fi eficientă în identificarea de noi clienți, dar fiecare mesaj elaborat trebuie să fie personalizat, trebuie adresat direct numai unei singure companii și trebuie transmis individual. Acesta este *abc-ul* comunicărilor e-mail în SUA unde, nu numai că importatorii refuză să deschidă mesajele sosite din surse necunoscute, dar transmiterea de corespondență nesolicitată/*spam* este interzisă prin lege. De aceea nu se recomandă niciodată să adunați adrese de e-mail ale potențialilor importatori americani cărora să le transmiteți, la grămadă, ofertele dvs.

La elaborarea și transmiterea mesajelor prin e-mail se recomandă să aveți în vedere următoarele:

- Asigurați-vă că aveți permisiunea destinatarului de a-i transmite mesajul.
- Străduiți-vă să transmiteți mesaje cât mai interesante și cât mai scurte.
- În finalul mesajului, precizați cum trebuie să procedeze destinatarul în caz că nu mai dorește să primească, în continuare, mesaje de la dvs.
- Răspundeți imediat (nu întârziați nici măcar o zi) tuturor mesajelor recepționate în legătura cu ofertele făcute de dvs; în cazul în care nu sunteți la birou sau nu aveți acces la e-mail, asigurați-vă că un mesaj corespunzător este transmis partenerului american ca răspuns la comunicarea acestuia, sau că altcineva de la birou are acces la adresa dvs. de e-mail și poate răspunde operativ; americanii devin suspicioși atunci când nu primesc răspuns, în termen rezonabil, la e-mail-urile lor.
- Folosiți cât mai mult adrese de e-mail care să identifice și să individualizeze prin ele însele compania dvs. (ex: *export@goldentextile.com*) sau chiar departamentul de unde vine/unde se va direcționa răspunsul (la ce persoană anume sau la ce compartiment), evitând adresele e-mail oferite gratuit de anumite site-uri (ex: *goldentextile@hotmail.com.*).
- Nu folosiți în mesajele e-mail litere mari de tipar, abrevieri, culori sau mărimi de litere diferite și nici fonduri colorate (folosiți întotdeauna litere negre de aceeași mărime, pe fond alb).

4. În legătură cu Marketingul prin fax

Întrucât majoritatea companiilor din SUA nu mai folosește pe scară largă comunicările prin fax, se recomandă utilizarea selectivă a acestei modalități de comunicare și de transmitere de oferte, în special în cazul companiilor cu care s-a mai comunicat anterior pe aceeași cale.

5. Recomandări general valabile:

- ***Începutul scrisorilor/mesajelor.*** Nu începeți niciodată scrisoarea dvs. prin "*We would like to introduce ourselves*" și evitați folosirea cuvântului "*introduce*" în scrisori sau mesaje e-mail deoarece acesta are efecte absolut opuse celor din prezentările *live* (se sugerează din start că expeditorul vrea să vândă ceva destinatarului);
- ***Încheierea scrisorilor/mesajelor.*** Nu încercați să forțați mâna importatorului prin fraze de genul "*I am looking forward to your favorable reply*" sau prin folosirea unor cuvinte care sugerează presiune ("*prompt*", "*ASAP*", "*at your earliest convenience*" etc.), deoarece acestea sunt considerate nepoliticoase, iar importatorii americani răspund scrisorilor primite nu pentru că sunt forțați, ci din considerente pure de afaceri.
- ***Folosiți întotdeauna cuvinte moderne în scrisori, pagini web și/sau în mesajele e-mail.*** Importatorii americani vor întotdeauna să facă afaceri cu acei exportatori care dovedesc deschidere și deplină adaptabilitate la nou și care demonstrează această *image modernă* inclusiv în scris, prin vocabularul (cuvintele moderne) folosite în corespondența directă. Deși încă mulți exportatori români consideră că utilizarea unor formule învățate cândva la școală (formule deja învechite) conduce la creșterea gradului de polițete al mesajelor transmise, spiritul pragmatic american nu agreează astfel de formulări. De aceea folosiți întotdeauna "*Please*" în loc de "*Kindly...*" sau în loc de "*Would you be so kind as to ...*" și "*I have receive ...*" în loc de învechitul "*Acknowledge receipt of ...*".

Prezentam o listă cu astfel de fraze sau cuvinte de evitat/utilizat :

Cuvinte și fraze care <u>nu trebuie</u> folosite	Cuvinte și fraze care <u>trebuie</u> folosite
<i>Would you be so kind</i>	<i>Please</i>
<i>I would like to take this opportunity to... thank you for</i>	Nu folosiți această exprimare și începeți scrisoarea: <i>Thank you for...</i>
<i>Kindly</i>	<i>Please</i>
<i>Thank you in advance</i>	Nu folosiți această exprimare
<i>Acknowledge receipt of</i>	<i>Thank you for</i>
<i>Advise</i>	<i>say, tell, let us know</i>
<i>Under separate cover please find...</i>	Nu folosiți această exprimare
<i>I am in receipt of</i>	<i>I have received</i>
<i>As per</i>	<i>As, according to</i>
<i>At this time</i>	<i>Now</i>
<i>Due to the fact that</i>	<i>As, because, since,</i>
<i>Duly</i>	Nu folosiți această exprimare
<i>Enclosed please find</i>	<i>Enclosed, here</i>

VI. Redactarea contractelor comerciale

Firmele românești trebuie să acorde o atenție deosebită la redactarea contractelor de export, import, reprezentare, licențiere, etc. Întrucât asociațiile de distribuitori precum și marile lanțuri de magazine (care au mare putere de negociere) doresc să își impună contractele lor tip.

Este însă recomandabil ca înainte să semnați un asemenea contract, să consultați un avocat local care să vă explice clauzele contractuale și să vă sugereze negocierea (atunci când este posibil) a unui adendum la contractul tip.

Precizați în contract dacă litigiile comerciale și/sau diferendele de afaceri se supun arbitrajului sau tribunalelor și - în funcție de metoda aleasă - indicați instanța arbitrală sau tribunalul competent care să judece cauza. Rolul avocatului local în acest context este esențial deoarece multe state din SUA - deși folosesc același Cod Comercial Uniform - au prevederi specifice incluse în legislația statală care se aplică la anumite spețe, chiar și atunci când una dintre părțile contractante este străină.

Încercați așadar să negociați cu partenerii americani unele clauze de limitare a răspunderii sau a termenului de garanție (mai ales în cazul produselor medicale), și introduceți clauze clare privind drepturile de proprietate intelectuală.

Acordați mare atenție paragrafelor care definesc anumiți termeni, și examinați notele de subsol (scrise cu litere mici), care pot ascunde prevederi ce nu pot fi sesizate ușor de către nespecialiști.

VII. Sfaturi utile pentru oamenii de afaceri români

În procesul de fundamentare a deciziilor privind realizarea de operațiuni comerciale de export - import cu parteneri din SUA, oamenii de afaceri din România trebuie să ia în considerare faptul că distanța geografică mare (care impune costuri sporite de transport și de asigurare), existența unei acerbe competiții pe piața SUA din partea companiilor din celelalte două țări membre USMCA (Canada și Mexic), preferința crescută a americanilor pentru piețele naturale din America Latină și din Asia, precum și valoarea mai scăzută a dolarului SUA în raport cu moneda euro și cu

moneda noastră națională, descurajează și limitează destul de serios șansele de creștere a volumului și a numărului de produse exportate de România în această zonă, în condiții de eficiență.

Ca urmare, abordarea eventuală a unor nișe de piață pe care România mai păstrează încă avantaje comparative, ar putea fi o soluție recomandabilă, în special pentru produse etnice, articole de cadouri și de artizanat, produse alimentare organice, produse IT, îmbrăcăminte și încălțăminte pentru boutique-uri etc.

În plus, având în vedere că majoritatea celorlalte industrii din SUA apelează deja în proporție însemnată la outsourcing și la subcontractare¹¹, exportatorii romani pe această piață ar putea nu numai să țină cont de aspectele prezentate în lucrarea de față, ci chiar să încerce să identifice măsurile cele mai adecvate pentru a putea impune firmele furnizoare românești ca baze europene de producție pentru firmele americane.

În același timp însă, mai ales în situația actuală de revenire lentă după recesiunea economică din perioada 2007-2009, trebuie avute în vedere și următoarele considerații:

- multe firme americane urmăresc obținerea de profituri cu orice preț nemaifiind fidele partenerilor tradiționali, iar importatorii și distribuitorii se confruntă din ce în ce mai mult cu probleme financiare nemaîntâlnite până acum, ceea ce amplifică riscul întârzierii de către aceștia a plăților, riscul de neplată, sau chiar riscul unor reclamații comerciale nejustificate;

- întrucât la produsele de masă, China, India și alte țări asiatice vor spori cu certitudine presiunea asupra restului exportatorilor pe această piață (având în vedere că reducerea cheltuielilor de consum în SUA va implica și o reducere a importurilor¹²) competitivitatea de preț va fi principala armă a exportatorilor pentru a pătrunde sau a se menține pe această piață;

- majoritatea firmelor mari americane sunt deschise să achiziționeze bunuri sau componente din orice țară, cu condiția ca preturile de achiziție să fie stimulative, iar partenerii externi să îndeplinească o serie de condiții (uneori foarte stricte) pentru a fi incluși între potențialii furnizori;

- majoritatea firmelor specializate de outsourcing organizează licitații electronice sau licitații inverse pentru a obține prețuri cât mai reduse și solicită respectarea unor criterii stricte de calificare a furnizorilor (ca urmare, se impune o atenție sporită față de intermediarii care promet efectuarea plății mărfii numai după acceptarea acesteia de către beneficiarul final);

- aproape nu există grupă de produse pentru care agențiile de specialitate din SUA să nu solicite și o certificare/aprobare prealabilă, pentru ca acestea să poată fi distribuite pe piața americană. Deși acest lucru este costisitor, îndeplinirea acestor cerințe de către exportatorii români poate conduce la asigurarea unor contracte de livrări pe termen îndelungat. Între exemple menționăm importurile de produse agro-alimentare, medicamente și produse chimice pentru care trebuie obținute aprobări anticipate de la FDA¹³, produsele electrice și electronice pentru care trebuie obținute certificările UL și NEMA, precum și echipamentele și componentele din industria petrolieră și petrochimică, aviație, căi ferate etc. pentru care trebuie să fie respectate standardele americane API, ANSI și FAA;

¹¹ de exemplu, în industria electronică procentul trece de 85%

¹² SUA nu au avut, până de curând, interes să avanseze acuzații de dumping împotriva Chinei atât timp cât consumatorul american a putut să achiziționeze bunuri la prețuri scăzute, neafectându-i nivelul de trai

¹³ iar legea privind bio-terorismul îngreunează și mai mult importul acestora în SUA

- în același sens, trebuie ținut seama și de faptul că, exceptând magazinele cu specific etnic, există o înaltă doză de “protecționism voalat” în cadrul marilor lanțuri de magazine în cadrul cărora produsele de origine americană ocupă cel mai bun spațiu de expunere;

- multe firme mari americane au intrat în diverse scheme și aranjamente de aprovizionare comună, achiziționând produsele numai pe baza de licitații electronice și solicitând furnizorului să aibă capacitatea de a face schimb electronic de documente și de a aplica codul de bare pe produse.

Pe același palier de importanță, exportatorii români în SUA trebuie să fie avizați despre tendințele noi care se manifestă pe linia canalelor de distribuție și a consumatorului american, unde se remarcă:

- trecerea la integrarea serviciilor și a produselor și la convergența diferitelor formate de distribuție către conceptul “*totul sub același acoperiș*”, precum și amplificarea vânzărilor la distanță și multicanal (la care apelează peste 50% dintre consumatorii americani)¹⁴;

- deși consumatorul american încearcă să se diferențieze de ceilalți, este un consumator care se uită serios la preț (dorește să cumpere cât mai ieftin, dar și cât mai bun), fiind în căutare de produse etnice, dar și foarte schimbător în preferințe, în funcție de stilul său de viață; deși este un consumator informat, care își exercită puterea de alegere, este și extrem de grăbit, preferând efectuarea de cumpărături într-un singur loc (*totul sub același acoperiș*);

- mai ales la lansarea de noi produse pe această piață, trebuie luat în calcul faptul că *generația baby-boom* trece din ce în ce mai mult pe planul secund, locul acesteia fiind luat acum de consumatorii din *generația Mileniului* care sunt mai elevați (consumatori clasici care au evoluat în planul valorilor: sănătate, bunăstare, autenticitate, responsabilitate civică etc.).

- desigur, ținta pe această piață trebuie să o constituie în continuare gospodăriile familiale cu venituri de peste 75.000 \$ (consumatori cu vârste cuprinse între 38 și 55 ani) localizate cu precădere în zonele periferice bogate ale marilor metropole, precum și în unele concentrări urbane americane cu venituri foarte mari, între care enumerăm nelimitativ: Bdrigeport-Stamford-Norwalk (CT); San Francisco-Oakland-Fremont (CA); San Jose-Sunnyvale-Sta. Clara (CA) ; Washington-Arlington-Alexandria (DC-VA-MD-WV); Boston-Cambridge-Quincy (MA-NH); Naples-Marco Island (FL); Trenton-Ewing (NJ); Boulder (CO); N.York-N.Jersey-Long Island (NY-NJ-PA); Vero Beach (FL).

În același timp, pe lângă acordarea unei atenții prioritare aspectelor privind cercetarea prealabilă a pieței, demararea afacerilor și derularea acestora (incluzând aici respectarea recomandărilor rezultate din prezentul ghid de afaceri și îndeplinirea de către companiile producătoare și exportatoare a condițiilor tehnice și a standardelor de calitate necesare pentru a produce și a exporta în SUA), mai sunt necesare acțiuni susținute de promovare care pot fi realizate numai printr-un parteneriat public - privat continuu, care trebuie să vizeze:

- stabilirea de contacte directe și cât mai eficiente cu camerele de comerț și cu asociațiile profesionale din SUA, pentru identificarea celor mai bune oportunități de afaceri din plan local;

¹⁴ În fapt, peste 20% din vânzările cu amănuntul în SUA sunt generate astăzi de vânzările la distanță pe bază de catalog, telefon și tele-shopping (îmbrăcăminte, accesorii de modă, cărți, muzică, video, jucării, electronice, mobilă de birou, diverse servicii), circa 5% sunt vânzări originale on-line, iar cca 35% sunt cumpărături multicanal

- există în prezent o tendință a oamenilor de afaceri străini de a investi pe piața SUA, prin crearea de start-up-uri, în special în domeniile tehnologice de vârf: de exemplu, nu mai puțin de 300 de mii de locuri de muncă erau datorate, la nivelul anului 2014, de start-up-urile doar din New York, locuri de muncă ce însemnau un total de 30 de miliarde dolari în salarii brute pentru angajații respectivi; alte “centre de putere” în domeniul tehnologic sunt regiunea Silicon Valley, Seattle, San Francisco sau Dallas; nu există o însă “rețetă unică” pentru succesul unei astfel de demers de realizare a unui start-up în New York; firmele care doresc să investească în sectorul IT din New York, sau să identifice oportunități de colaborare cu fonduri de investiții de genul celor angel investors, trebuie să își pregătească în detaliu planul de afaceri pentru a-l prezenta potențialilor parteneri de afaceri, dar și să se înarmeze cu “răbdare”, nefiind garantat succesul imediat al unui astfel de demers, existând anumite impedimente privind stabilirea unor firme străine în New York (și în SUA, în general), cea mai spinoasă fiind legată de obținerea vizei specifice, o alta fiind legată de comisionul de eliberare a vizei anuale, în cuantum de 65 dolari;

- selectarea și monitorizarea riguroasă a misiunilor economice, a târgurilor și expozițiilor la care ar urma să participe firmele românești (sub pavilion național, sau pe cont propriu) pentru maximizarea eficienței în stabilirea de contacte utile cu parteneri americani. În acest cadru, trebuie să se țină cont de așa-numitele “*zone specializate de expunere/promovare*” din SUA, cum ar fi Magic Show Las Vegas pentru textile și confecții, mobilă și high-tech, High Point pentru mobilă, Chicago pentru mașini unelte, Houston pentru utilaj petrolier, etc., evitându-se participarea la acțiuni lipsite de relevanță.

ALTE INFORMATII UTILE

Sărbători naționale federale

- Anul Nou (1 ianuarie)
- Ziua lui Martin Luther King (a 3-a zi de luni din ianuarie)
- Aniversarea lui Abraham Lincoln (12 februarie)
- Ziua lui Washington (numită și Ziua Președinților (a 3-a zi de luni din luna februarie)
- Ziua Memoriei (ultima zi de luni din luna mai)
- Ziua Independenței (4 iulie)
- Ziua Muncii (prima zi de luni din luna septembrie)
- Ziua lui Columb (a 2-a zi de luni din luna octombrie)
- Ziua Veteranilor (11 noiembrie)
- Ziua Recunoștinței (a 4-a zi de joi din luna noiembrie)
- Crăciunul (25 decembrie)

Anexa 1 - Datele de contact ale barourilor

Alabama	The State Bar of Alabama 415 Dexter Ave Montgomery, AL 36104 Tel: +1-334.269.1515/ +1-888.857.8571 www.alabar.org	Alaska	Alaska Bar Association PO Box 100279 Anchorage, AK 99510-0279 Tel: +1-907.272.7469/ +1-907.272.0352 www.alaskabar.org/
American Samoa	American Samoa Bar Association PO Box 23, Pago Pago, American Samoa 96799 Tel: +1-684.633.1101 www.asbar.org Email: asbar@asbar.org	Arizona	The State Bar of Arizona 4201 N. 24th Street, Suite 100 Phoenix, Arizona 85016-6266 Tel: +1-602.252.4804 / +1-602.258.1212 www.azbar.org/
Arkansas	Arkansas State Bar Association 2224 Cottdale Lane Little Rock, AR 72202 Tel: +1-501.375.4606/ +1-800.952.9243 www.arkbar.com	California	The State Bar of California 180 Howard St. San Francisco, CA 94105 Tel +1-415.538.2000/ +1-866.442.2529 www.calbar.ca.gov/
Colorado	Colorado Bar Association 1900 Grant St, 9th Floor Denver, CO 80203 Tel: +1-303.860.1115/ +1-303.764.1400 www.cobar.org/	Connecticut	Connecticut Bar Association 30 Bank Street New Britain, CT 06050 Tel: +1-860.223.4400/ +1-203.335.4116 www.ctbar.org Email: msc@ctbar.org
Delaware	Delaware State Bar Association 405 N. King Street, Suite 100 Wilmington, DE 19801 Tel: +1-302.658.5279/ +1-302.478.8850 www.dsba.org/	District of Columbia	The District of Columbia Bar 1101 K Street NW, Suite 200 Washington, D.C. 20005 Tel: +1-202.737.4700/ +1-202.296.7845 www.dcbbar.org
Florida	The Florida Bar 651 E. Jefferson Street Tallahassee, FL 32399-2300 Tel: +1-850.561.5600/ +1-800.342.8011 www.flabar.org	Georgia	State Bar of Georgia 104 Marietta St. NW, Suite 100 Atlanta, GA 30303 Tel: +1-404.527.8700/ +1-404.521.0781 www.gabar.org/
Guam	Guam Bar Association Supreme Court of Guam, Suite 300, 120 West O'Brien Drive, Hagatna, Guam 96910-5174 Tel: +1-671.475.3396 www.guambar.org/ Email: info@guambar.org	Hawaii	Hawaii State Bar Association Alakea Corporate Tower, 1100 Alakea Street, Ste. 1000, Honolulu, HI 96813 Tel: +1-808.537.1868/ +1-808.537.1868 www.hsba.org Email: LRIS@hsba.org
Idaho	Idaho State Bar Lawyer Referral Service, PO Box 895, Boise, ID 83701 Tel: +1-208.334.4500/ +1-208.334.4500 www.isb.idaho.gov/	Illinois	Illinois State Bar Association 424 S. Second Street Springfield, IL 62701-1779 Tel: +1-217.525.1760/ +1-800.922.8757 www.isba.org
Indiana	Indiana State Bar Association 1 Indiana Square, Suite 350 Indianapolis, IN 46204 Tel: +1-317.639.5465/ +1-260.724.2129 www.inbar.org	Iowa	The Iowa State Bar Association 625 East Court Avenue, Des Moines, IA 50309 Tel: +1-515.243.2511/ +1-515.243.2151 www.iowabar.org/

Kansas	Kansas Bar Association 1200 SW Harrison St Topeka, KS 66612-1806 Tel: +1-785.234.5696/ +1-800.928.3111 www.ksbar.org	Kentucky	Kentucky Bar Association 514 W Main Street Frankfort, KY 40601-1812 Tel: +1-502.564.3795/ +1-859.781.1525 www.kybar.org
Louisiana	Louisiana State Bar Association 601 St Charles Avenue New Orleans, LA 70130 Tel: +1-504.566.1600/ +1-504.561.8828 www.lsba.org/	Maine	Maine Bar Association PO Box 788, Augusta, ME 04332-0788 Tel: +1-207.622.7523/ +1-800.860.1460 www.mainebar.org Email: lrs@mainebar.org
Maryland	Maryland State Bar Association 520 W Fayette St, Baltimore, MD 21201 Tel: +1-410.685.7878/ +1-410.547.6537 www.msba.org	Massachusetts	Massachusetts Bar Association MBA Boston Office, 20 West St, Boston, MA 02111-1204 Tel: +1-617.338.0500 / +1-866.627.7577 www.massbar.org
Michigan	State Bar of Michigan 306 Townsend Street, Lansing, MI 48933-2012 Tel: +1-517.346.6300/ +1-800.968.0738 www.michbar.org	Minnesota	Minnesota State Bar Association 600 Nicollet Mall, Suite 380, Minneapolis, MN 55402 Tel: +1-612.333.1183/ +1-651.224.1775 www.mnbar.org
Mississippi	The Mississippi Bar 643 North State Street, Jackson, MS 39202 Tel: +1-601.948.4471/ +1-800.498.1804 www.msbar.org	Missouri	The Missouri Bar 326 Monroe, PO Box 119, Jefferson City, MO 65102-0119 Tel: +1-573.635.4128/ +1-573.636.3635 www.mobar.org
Montana	State Bar of Montana 7 W 6th Avenue, Suite 2B, PO Box 577, Helena, MT 59624 Tel: +1-406.442.7660/ +1-406.449.6577 www.montanabar.org	Nebraska	Nebraska State Bar Association 635 S 14th St, Suite 200, Lincoln, NE 68508 Tel: +1-402.475.7091/ +1-800.927.0117 www.nebar.com
Nevada	State Bar of Nevada 3100 W Charleston Blvd, Suite 100, Las Vegas, NV 89102 Tel: +1-702.382.2200/ +1-702.382.0504 www.nvbar.org	New Hampshire	New Hampshire Bar Association 2 Pilsbury Street, Suite 300, Concord, NH 03301 Tel: +1-603.224.6942/ +1-603.229.0002 www.nhbar.org
New Jersey	New Jersey State Bar Association 1 Constitution Square, New Brunswick, NJ 08901-1520 Tel: +1-732.249.5000/ +1-609.345.3444 www.njsba.org	New Mexico	State Bar of New Mexico PO Box 92860 Albuquerque, NM 87199-2860 Tel: +1-505.797.6000/ +1-505.797.6066 www.nmbar.org/
New York	New York State Bar Association 1 Elk Street, Albany, NY 12207 Tel: +1-518.463.3200/ +1-518.487.5709 www.nysba.org Email: lrs@nysba.org	North Carolina	North Carolina Bar Association PO Box 3688, Cary, NC 27519 Tel: +1-919.677.8574/ +1-800.662.7660 www.ncbar.org
North Dakota	State Bar Association of North Dakota 1661 Capitol Way, Suite 104LL, Bismarck, ND 58501 Tel: +1 701 255 1404/ +1 866 450 9579 www.sband.org	Northern Mariana Islands	CNMI Bar Association PO Box 504539 Saipan, MP 96950 Tel: +1 670 235 4529 www.cnmibar.net

Ohio	Ohio State Bar Association 1700 Lake Shore Drive Columbus, OH 43204 Tel: +1 614 487 2050/ +1 614 221 0754 www.ohiobar.org	Oklahoma	Oklahoma Bar Association 1901 N Lincoln Blvd, PO Box 53036 Oklahoma City, OK 73152 Tel: +1 405 416 7000/ +1 918 584 5243 www.okbar.org/
Oregon	Oregon State Bar PO Box 231935 Tigard, OR 97281-1935 Tel: +1 503 620 0222/ +1 503 684 3763 www.osbar.org	Pennsylvania	Pennsylvania Bar Association 100 South Street, Harrisburg, PA 17101 Tel: +1 800 932 0311/ +1 800 692 7375 www.pabar.org
Puerto Rico	Puerto Rican Bar Association Colegio de Abogado, Avenida Juan Ponce de León, San Juan, PR 00907 Tel: +1 787 721 3358/ +1 787 721 3350 www.prbany.com	Rhode Island	Rhode Island Bar Association 41 Sharp Drive, Cranston, RI 02920 Tel: +1 401 421 5740/ +1 401 421 7799 www.ribar.com
South Carolina	South Carolina Bar Lawyer Referral Service, PO Box 608, Columbia, SC 29202 Tel: +1 803 799 6653/ +1 803 799 7100 www.scbar.org	South Dakota	State Bar of South Dakota 222E Capitol Avenue #3, Pierre, SD 57501 Tel: +1 605 224 7554/ +1 800 952 2333 www.sdbar.org
Tennessee	Tennessee Bar Association 221 4th Avenue N, Suite 400, Nashville, TN 37219 Tel: +1 615 383 7421/ +1 615 242 6546 www.tba.org	Texas	State Bar of Texas P.O. Box 12487 Austin, Texas 78711 Tel: + 1 512 427 1463/ +1 800 252 9690 www.texasbar.com
US Virgin Islands	Virgin Islands Bar Association PO Box 224108, Christiansted, VI 00822 Tel: +1 340 778 7497 www.vibar.org	Utah	Utah State Bar 645 South 200 East, Salt Lake City, UT 84111 Tel: +1 801 531 9077/ +1 801 297 7049 www.utahbar.org
Vermont	Vermont Bar Association PO Box 100, Montpelier, VT 05601-0100 Tel: +1 802 223 2020/ +1 800 639 7036 www.vtbar.org	Virginia	Virginia State Bar 1111 East Main Street, Suite 700, Richmond, VA 23219-0026 Tel: +1 804 775 0500/ +1 800 552 7977 www.vsb.org
Washington	Washington State Bar Association 1325 4th Avenue #600, Seattle, WA 98101 Tel: +1 206 443 9722/ +1 360 695 0599 www.wsba.org	West Virginia	The West Virginia State Bar 2000 Deitrick Blvd, Charleston, WV 25311 Tel: +1 304 553 7220/ +1 800 642 3617 www.wvbar.org
Wisconsin	The State Bar of Wisconsin PO Box 7158, Madison, WI 53707-7158 Tel: +1 608 257 3838/ +1 800 362 9082 www.wisbar.org	Wyoming	Wyoming State Bar PO Box 109 Cheyenne, WY 82003 Tel: + 1 307 632 9061/ +1 307 432 2107 www.wyomingbar.org/

Anexa 2 - Crearea unei societăți comerciale

Există trei considerente principale când se dorește crearea unei entități legale în Statele Unite ale Americii („SUA”)

1. Consecințele fiscale ale creării entității.
2. Locația constituirii entității și locul tranzacției.
3. Modelul de afaceri dorit și impactul legal al acestuia.
4. Compararea modelelor de afaceri

1. Considerente fiscale

Înainte de a încorpora orice formă de afaceri în SUA, trebuie solicitată consultanță de la un avocat specializat pe problematica fiscală sau de la un contabil. Există implicații fiscal inerente, care pot afecta marja de profit a activității companiei incorporate pe plan local.

Impozitarea unei entități se aplică pe două niveluri, respectiv cel federal și cel de stat. Unele state nu au impozite pe venit, respective în state precum Washington, Nevada, Alaska, Florida, Wyoming, Dakota de Sud și Texas. State precum New Hampshire și Tennessee impozitează numai veniturile din dobânzi, dividende și investiții financiare. Pe lângă plata impozitelor către statul unde își are reședința compania, aceasta va fi în continuare supusă și impozitului federal pe venit.

Pentru a evita plata unor impozite inutile, puteți considera înființarea unei firme locale, care să țină cont de un plan bine gândit de reducere a impozitelor și puteți dezvolta mai multe strategii de reducere a impozitelor, bazate pe utilizarea corectă a regulilor și reglementărilor fiscale ale statului respective (statul de reședință).

2. Alegerea celei mai bune locații pentru incorporare (înregistrare)

Alegerea locului de incorporare (înregistrare) a firmei va avea impact asupra afacerii dvs. din punct de vedere juridic și fiscal. Așa cum am menționat mai sus, unele state nu au impozit pe venit, ceea ce poate crește marja de profit a unei afaceri.

Alte aspecte ale incorporării sunt de ordin litigios. Peste șaiseci la sută dintre companiile din cadrul Fortune 500 sunt înregistrate (incorporate) în Delaware sau în Nevada. Nevada și Delaware oferă o serie de beneficii pro-business care fac aceste state sedii favorabile pentru întreprinderi.

DELAWARE

Firmele cu capital de risc și cele de tip „Angels” (providențiale) preferă startup-urile incorporate în Delaware.

Înainte de a oferi finanțare, firmele cu capital de risc solicită, de obicei, ca startup-urile să fie înregistrate în Delaware, fiind în general, mai familiarizate cu legile corporative din Delaware.

Rezultate mai previzibile în cazul litigiilor din cazurile anterioare

Volumul mare de cazuri din Delaware presupune că sunt șanse mari să se poată identifica cazuri similare, în care consilierii pot găsi precedente și hotărâri juridice privind cazuri din trecut și pot crea înțelegeri care să aibă rezultate previzibile și cât mai puține incertitudini în cazul unui litigiu.

Delaware are o curte separată care se ocupă de dosare cu probleme corporative. Având în vedere că acești judecători au cunoștințe de drept corporativ, cazurile pot fi decise rapid și fără jurii lipsite de experiență.

Avocații corporativi sunt mai familiarizați cu legislația din Delaware

Majoritatea avocaților corporativi fiind familiarizați cu legile de afaceri din Delaware se pot mișca mai eficient și vă pot economisi banii.

Beneficiile taxelor fiscale în Delaware

Nu există impozit pe profit în Delaware dacă faceți afaceri într-un alt stat. De asemenea,

De asemenea, nu există taxe pe redevențe sau pe alte „active intangibile”.

Acțiunile nu sunt impozitate dacă proprietarii lor nu au reședința în statul Delaware.

Companiile ce dețin un număr mare de acțiuni și structuri complexe de capitalizare beneficiază de impozitare favorabilă.

Nerezidenții nu plătesc impozit pe veniturile personale.

Un se plătesc impozite pe acțiuni pentru rezidenții din afara statului Delaware.

Depunerea dosarului este mai ușoară și mai rapidă în Delaware

Dosarele sunt procesate în mai puțin de o oră, în timp ce în California, există o opțiune de procesare de 24 de ore, dar nu este garantată să fie finalizată, iar procesarea rapidă este mai scumpă decât în Delaware.

Legile pro-afaceri

Delaware are o legislație mai flexibilă privind organizarea corporației, drepturile și îndatoririle membrilor consiliului de administrație și ale acționarilor. Ca exemplu: în Delaware, o persoană poate fi director, acționar și funcționar, dar în alte state ar trebui să fie cel puțin trei persoane pentru a ocupa aceste funcții.

Investitorii preferă corporațiile din Delaware pentru IPO

Investitorii solicită de obicei unei companii să se încorporeze în Delaware înainte de a deveni publică.

Relocarea companiei este mai puțin costisitoare.

Relocarea societății ar putea fi mai puțin costisitoare - impozitul anual pe franciză în Delaware poate fi până la 125 \$/an (incluzând taxele de raportare), în timp ce în California impozitul anual pe franciză este de 800 USD.

NEVADA

Beneficii fiscale

Nevada oferă următoarele avantaje fiscale:

- Nu se aplică impozit pe profit
- Nu se aplică impozit pe acțiuni
- Nu se impun taxe la transferul acțiunilor
- Fără impozit pe acțiunile de capital
- Fără taxe pe franciză
- Nu există acorduri de divulgare a informațiilor cu IRS

Firmele sunt însă supuse impozitelor federale.

Confidențialitate și anonimat

Acționarii pot fi confidențiali în Nevada și, cu excepția unui director numit și al agenților înregistrați, numele altor angajați/reprezentanți dintr-o corporație din Nevada sunt protejate și private în conformitate cu legea.

Corporațiile din Nevada își pot organiza reuniunile anuale oriunde, chiar și într-o țară străină, cu o majoritate necesară pentru cvorum pentru orice acțiune. Aceste întâlniri pot fi organizate telefonic sau prin alte mijloace „moderne”, teleconferințe, internet etc.

Directorul trebuie să fie dezvăluit public, iar acesta poate fi singurul nominalizat ca singurul funcționar publicat sau reprezentant al corporației (împreună cu agenții înregistrați).

Majoritatea directorilor sau a angajaților/reprezentanților desemnați au, de regulă, o autoritate semnatară minimă în cadrul corporației, fără a controla fondurile corporative sau a avea controlul operațional al corporației și pot fi concediați în orice moment de către acționarul majoritar sau conducerea corporației.

Răspundere personală limitată și protecție statutară

Răspunderea acționarilor este limitată în mod expres în funcție de suma investită în corporația din Nevada. Administratorii sau reprezentanții corporației nu sunt răspunzători individual pentru o datorie sau o obligație a unei corporații, cu excepția cazului în care acționează ca un „alter ego” al corporației.

Instanțele din Nevada sunt reticente în a permite devoalarea corporației, cu excepția cazurilor extreme de fraudă sau în cazurile care este implicată o nesocotire completă a formalităților corporative.

Nu se transmit informații către IRS

Nu există un acord de dezvăluire a informațiilor cu IRS și nu sunt furnizate înregistrări financiare personale sau corporative către IRS. Nu există transmitere reciprocă a datelor financiare sau de afaceri.

Flexibilitatea acțiunilor

Corporațiile din Nevada pot emite serii de acțiuni diferite, cu valori și drepturi diferite, deși trebuie să existe uniformitate în cadrul fiecărei serii, iar aceste valori și drepturi trebuie descrise în actul constitutiv sau în rezoluția consiliului de administrație. Acțiunile unei corporații din Nevada pot fi chiar și sub formă de „acțiuni la purtător”. Acestea pot asigura proprietatea directă a corporației chiar de către deținătorul majorității acestora, fiind o caracteristică benefică pentru confidențialitate și protecția activelor.

Procedură prietenoasă și ușoară

Nu există o cerință minimă de capitalizare a corporației (în afară de taxa inițială de depunere) și nici un număr minim de persoane necesare pentru ocuparea diferitelor funcții în cadrul corporației - în Nevada, o persoană poate ocupa toate funcțiile dintr-o corporație dacă dorește acest lucru. Taxa de depunere este de aproximativ 125 USD (dacă valoarea netă este de 75.000 USD sau mai puțin) și o taxă corporativă anuală de doar 85 USD pentru o depunere a unei liste de directori și reprezentanți.

Cerințe de rezidență

Nu există nicio cerință de rezidență. În afară de vârsta legală minimă de 18 ani, un proprietar al unei corporații în Nevada poate trăi în orice alt stat sau poate fi literalmente un străin dintr-o altă țară. Cu toate acestea, pentru a maximiza beneficiile de reducere a impozitelor unei corporații din Nevada, aceasta trebuie să fie „rezidentă” și trebuie să aibă o prezență fizică în Nevada.

Confidențialitate

Angajații și directorii corporației trebuie să fie înregistrați și sunt înregistrați public. Aceștia vor trebui, de asemenea, să fie nominalizați într-un raport anual. Legea permite, de asemenea, numirea angajaților și directorilor „desemnați”. Un director sau un angajat nominalizat este cel care se află în locul „adevăratului” proprietar sau entitate de control a corporației. Un director sau un angajat nominalizat poate fi în funcție ca singurul public sau reprezentant al corporației, împreună cu agentul înregistrat. Majoritatea directorilor sau angajaților desemnați nu au autoritate semnatară, nu au control asupra fondurilor corporative, nu au un control operațional și pot fi concediați în orice moment de către acționarul majoritar.

**** Chiar dacă alegeți Delaware sau Nevada pentru înregistrarea inițială, este posibil să vi se solicite să vă înregistrați ca entitate străină, în statul în care efectuați activitățile. Tranzacțiile de afaceri înseamnă, de exemplu, dar fără a se limita la, locația în care aveți angajați, un birou, locul unde țineți întâlnirile, unde scrieți cecurile. Aceste lucruri pot duce adesea la costuri mai mari de conformitate și înregistrare. Trebuie să plătiți taxe de depunere, taxe de conformitate, atât în

Delaware / Nevada, cât și în statul în care efectuați tranzacțiile. Acest stat poate avea, de asemenea, cerințe de confidențialitate diferite, ceea ce anulează discreția pe care încercați să o obțineți în Delaware / Nevada. Prin urmare, trebuie să evaluați dezideratele afacerii dvs. înainte de a vă incorpora în Delaware sau Nevada și să vă consultați cu un avocat pentru a discerne și a alege cea mai bună variantă.

3. BUSINESS FORMS IN USA.

Există mai multe forme legale de a înregistra o societate comercială în Statele Unite.

A. CORPORAȚIA GENERALĂ de tip C

Cum se face înregistrarea

În SUA, corporațiile sunt formate conform legilor unui stat. Actul corporativ al acestui stat guvernează procedura. De exemplu, în Illinois, Legea privind corporațiile de afaceri din Illinois este legea care reglementează o corporație. În Delaware este Delaware Business Corporation Act și în Nevada Procedurile variază foarte mult în funcție de stat. Majoritatea statelor permit formarea corporațiilor prin depunerea electronică pe site-ul web al secretarului de stat respectiv:

Illinois: www.cyberdriveillinois.com

Delaware: icis.corp.delaware.gov/Ecorp/EntitySearch/NameSearch.aspx

Nevada: www.nvsos.gov

California: <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/how-form-corporation-california.html>

Puteți, de asemenea, să mergeți personal la secretarul de stat din pentru a depune dosarul.

Toate statele necesită plata unei taxe (adesea sub 200 USD). La constituire, corporațiilor le sunt emise un „Act constitutiv”. Numele poate varia în funcție de fiecare stat, de exemplu în Delaware un astfel de document se numește „Certificat de Formare”. Fiecare stat are un act care guvernează constituirea corporației și documentele sale de conducere. Fiecare entitate odată formată trebuie să aibă statut, rezoluții și rapoarte. Majoritatea legilor statului impun cel puțin un director și cel puțin doi angajați, care pot fi aceeași persoană. În general, nu există cerințe de rezidență pentru personal sau directori.

Înainte de a depune dosarul, trebuie să aveți pregătite următoarele informații:

Informații necesare pentru încorporare

Numele companiei

Numele dorit trebuie să includă, de obicei, un identificator corporativ, cum ar fi „Corporation”, „Incorporated”, „Company” sau o prescurtare, cum ar fi „Inc.” Ar trebui să efectuați o căutare preliminară privind disponibilitatea numelor înainte de a trimite actele constitutive. Dacă încorporați online, serviciul de încorporare pe care îl achiziționați va include de obicei acest lucru. Secretarul de stat va da aprobarea finală pentru a se asigura că numele ales nu este deja utilizat sau „similar” cu unul în uz.

Scopul afacerii

Acest lucru explică care este scopul activității de afacere al entității dvs. - ceea ce intenționați să faceți cu afacerea. Există două tipuri de clauze cu scopuri de afaceri: General. Unele state acceptă o clauză de scop general, care indică faptul că compania este formată pentru a se angaja în „toate activitățile legale”.

Specific. Unele state necesită o explicație mai completă a produselor și/sau serviciilor pe care compania dvs. le va oferi.

Numele companiei

Numele dorit trebuie să fie inclus, de obicei, cu un identificator corporativ, cum ar fi „Corporation”, „Incorporated”, „Company” sau o prescurtare, cum ar fi „Inc.” Ar trebui să efectuați o căutare preliminară privind disponibilitatea numelor înainte de a trimite actele constitutive. Dacă încorporați online, serviciul de încorporare pe care îl achiziționați va include de obicei acest lucru. Secretarul de stat va da aprobarea finală pentru a se asigura că un nume nu este deja utilizat sau „înșelător similar” cu unul în uz.

Scopul afacerii

Acest lucru explică care este scopul de afaceri al entității dvs. - ceea ce intenționați să faceți cu afacerea. Există două tipuri de clauze cu scopuri de afaceri:

General. Unele state acceptă o clauză de scop general, care indică faptul că compania este formată pentru a se angaja în „toate activitățile legale”.

Specific. Unele state necesită o explicație mai completă a produselor și / sau serviciilor pe care compania dvs. le va oferi.

Agent înregistrat

Toate statele solicită corporațiilor să aibă un agent înregistrat în statul de constituire. Agentul înregistrat primește și este însoțit de documente legale și fiscale pentru corporație. Agentul înregistrat trebuie să aibă o adresă fizică (fără casute postale. P.O.) în starea de încorporare și să fie disponibil în timpul programului normal de lucru. Există furnizori de servicii, agenți înregistrați pe care îi puteți folosi.

Incorporator

Aceasta este persoana sau compania care pregătește și depune Actul constitutiv la stat. Majoritatea statelor necesită includerea numelui, semnăturii și adresei încorporatorului. Dacă vă încorporați online, încorporarea va fi un reprezentant al furnizorului de servicii de încorporare.

Numărul de acțiuni autorizate

Corporațiile trebuie să contureze numărul de acțiuni pe care intenționează să le autorizeze. Toate corporațiile au acțiuni, ceea ce reprezintă proprietatea corporației. Pe măsură ce luați în considerare câte acțiuni autorizați, nu uitați că o societate nu trebuie să emită numărul total de acțiuni autorizate. Unii dețin acțiuni needitate pentru a adăuga mai târziu proprietari sau pentru a crește procentul de proprietate pentru un acționar curent. Unele state determină impozitele pe franciză pe baza acțiunilor restante, așa că ia în considerare acest lucru înainte de a emite cantități mari de acțiuni.

Partajare valoare nominală

Valoarea nominală a unei acțiuni este valoarea minimă declarată și de obicei nu se corelează cu valoarea reală. Valorile nominale obișnuite sunt 0,01 USD, 1,00 USD sau fără egal. Valoarea reală a unei acțiuni este valoarea sa justă de piață sau valoarea pe care cineva este dispus să plătească pentru aceasta.

Acțiuni preferentiale

Dacă o corporație intenționează să autorizeze acțiuni comune și preferentiale de acțiuni, acestea trebuie incluse (împreună cu informațiile privind drepturile de vot) în actul constitutiv. Acțiunile preferentiale se acordă în mod obișnuit acționarilor care primesc plăți preferențiale de dividende sau distribuție de active, dacă compania încheie operațiunile.

Directori

Multe state necesită în documentele de încorporare numele și adresele directorilor inițiali ai corporației. Directorii sunt responsabili pentru supravegherea afacerilor corporației, inclusiv pentru deciziile corporative majore. Aceștia sunt aleși de acționari și responsabili de numirea ofițerilor.

Ofițerii corporativi

Ofițerii corporativi sunt președintele, vicepreședintele, secretarul și trezorerul. Aceștia sunt responsabili pentru operațiunile cotidiene ale corporației. Deși includerea informațiilor despre ofițerii corporativi este opțională în multe state, în alte state este solicitată.

Adresa juridică a companiei

Furnizarea adresei legale sau adresa principală a afacerii este opțională în multe state, dar unii o solicită.

Documente adiționale

După depunerea actului constitutiv, avocatul trebuie să redacteze următoarele documente suplimentare care nu sunt depuse la secretarul de stat:

- Regulamentul de funcționare (Bylaws), care este documentul de conducere care conține regulile de funcționare ale corporației;
- Rezoluții inițiale ale acționarilor și ale consiliului de administrație, care conturează modul de funcționare, valoarea nominală și alte formalități corporative.

Implicații fiscale

Corporația de tip C (C-Corp) are cea mai largă gamă de deduceri și cheltuieli dintre toate tipurile de corporații. Corporația de tip C își poate reporta pierderile de la un an fiscal la altul. Oamenii cred adesea că corporația C este supusă „dublei impozitări”, ceea ce este adevărat. Cu toate acestea, chiar și cu dubla impozitare, există multe opțiuni de a reduce impozitele. Ați avea nevoie de un avocat care să vă sfătuiască cu privire la implicațiile și consecințele fiscale ale unei corporații de tip C.

B. CORPORAȚIA de tip „S”

Alternativa la Corporația de tip C este Corporația de tip S. O corporație de tip S este doar o alegere fiscală federală. Pentru a deveni o corporație de tip S, primul pas este să se încorporeze ca o corporație de tip C și, ulterior, să facă depunerea unui dosar pentru a deveni corporație de tip S la nivel federal.

Este important să distingem „alegerile fiscale” federale de depunerea implicită a statului. O corporație nu poate selecta o denumire „C” sau „S” la nivel de stat. După încorporare, compania va rămâne C-Corporation sau va face „alegerea S” pe IRS FORM 2553 la IRS în termen de 75 de zile de la încorporare.

Într-o Corporație de tip S, profiturile și pierderile trec prin corporație pentru a evita dubla impozitare a veniturilor corporative. Pentru a deveni o corporație de tip S, toți acționarii trebuie să fie persoane fizice (cetățeni sau deținători de green carduri), să aibă mai puțin de 100 de acționari care îndeplinesc anumite cerințe și să aibă doar o clasă de acțiuni (sau poate avea 2 clase în care singura diferență este cu vot sau fără vot). Unele corporații sunt neeligibile, cum ar fi instituțiile financiare, companiile de asigurări și corporațiile interne de vânzări internaționale. Ar trebui să trimiteți un formular 2553 semnat de toți acționarii pentru a alege tipul de corporație S. (SRL-urile, care încep ca proprietăți unice sau parteneriate, în conformitate cu reglementările pot alege ca, corporația „S” sau chiar corporația „C” să fie impozitate ca o corporație, menținând structura LLC în scopuri interne).

[https://www.irs.gov/site-index-](https://www.irs.gov/site-index-search?search=2553+FORM&field_pup_historical_1=1&field_pup_historical=1)

[search?search=2553+FORM&field_pup_historical_1=1&field_pup_historical=1](https://www.irs.gov/site-index-search?search=2553+FORM&field_pup_historical_1=1&field_pup_historical=1)

C. SOCIETATE CU RĂSPUNDERE LIMITATĂ („SRL”-„LLC”).

SRL-urile oferă un teren de mijloc care îi protejează pe proprietari de răspunderea personală, oferind în același timp flexibilitatea administrării afacerii dvs. fără birocrația corporativă.

Proprietatea SRL

Proprietarii unui SRL sunt numiți „membri” și nu parteneri sau acționari. Membrii sunt guvernați printr-un acord de operare („OA”). LLC poate fi deținută de persoane fizice, corporații, corporații S, alte SRL-uri, trusturi și planuri de pensii.

Pe lângă faptul că este deținut de una sau mai multe persoane fizice, un LLC poate fi, de asemenea, deținut de o altă entitate de afaceri, inclusiv o corporație sau un alt LLC. Proprietarii SRL nu sunt angajați.

Managementul SRL

Un SRL poate fi administrat fie de un (de obicei) proprietar, fie de un manager profesionist. Dacă unul dintre proprietari este administratorul, persoana respectivă poate primi salariu ca angajat.

Fiscalitate SRL

Un SRL nu este recunoscut ca entitate fiscală de către IRS. În schimb, SRL-urile sunt impozitate fie ca o singură proprietate, fie ca un parteneriat, pe baza numărului de membri. În ambele cazuri, proprietarii individuali sunt cei care sunt impozitați, nu SRL-ul; impozitul trece la declarația de impozit pe venitul personal al proprietarului. Dacă SRL are un membru, se numește SRL cu un singur membru și este impozitat ca proprietate unică.

Dacă SRL are mai mulți membri, acesta este impozitat ca parteneriat.

SRL poate alege, de asemenea, să fie impozitat ca societate sau ca societate S.

Tipuri de SRL-uri

În plus față de tipul comun LLC de bază, există alte două tipuri de SRL-uri:

Un Professional LLC (PLLC) este un LLC înființat și deținut de anumite tipuri de profesioniști. De obicei, profesioniștii medicali, contabili, ingineri și arhitecți pot forma un PLLC. Lista de profesioniști variază în funcție de stat.

O serie LLC este un tip de SRL care are un LLC principal și alte LLC separate în el. Acestea sunt separate în scopuri de răspundere. Seriile LLC sunt adesea utilizate pentru deținerea proprietăților imobiliare, fiecare LLC din serie deținând o proprietate diferită.

Legile care înconjoară SRL-urile diferă în fiecare stat.

AVANTAJELE LLC

Răspundere personală limitată

Obligațiile membrilor pentru datoriile și obligațiile SRL sunt limitate la propria investiție. Cel mult, puteți pierde doar banii investiți.

Membrii pot fi răspunzători pentru comportamentul infracțional sau dacă neglijează respectarea anumitor reguli privind managementul afacerilor.

Impozitarea prin transfer

În scopuri de impozitare, veniturile din afacerea dvs. pot fi tratate ca venituri personale proprii și, prin urmare, nu sunt supuse anumitor taxe federale pentru care răspund societățile.

Proprietate nelimitată

Unele structuri legale limitează numărul de persoane care pot fi depuse ca proprietari. Cu un SRL, nu există nicio limită la numărul de proprietari. Un SRL poate avea un membru sau sute de membri.

Flexibilitatea alocării

Într-un SRL, suma de bani pe care proprietarii o investesc în afacere nu trebuie să egaleze procentul de proprietate. Când se formează un SRL, membrii creează un acord de funcționare, în care procente diferite din profiturile și pierderile companiei pot fi atribuite proprietarilor, indiferent de sumele investițiilor inițiale. Așadar, puteți face o înțelegere cu un investitor pentru a-i finanța jumătate din afacerea dvs., fără să fie neapărat proprietarul afacerii dvs.

Libertatea în management

Spre deosebire de corporațiile standard, SRL-urile nu sunt obligate să aibă un consiliu de administrație, întruniri anuale sau cerințe stricte de contabilitate. Acest lucru poate elibera mult timp și stres pentru a vă permite să vă conduceți afacerea în condiții proprii. După cum vă puteți imagina, acesta poate fi, de asemenea, un avantaj important al unei companii cu răspundere limitată.

DEZVANTAJELE SRL

Construirea capitalului

SRL-urile trebuie să depună mai mult efort pentru a găsi investitori și surse de capital datorită obligațiilor legale mai mari și a înregistrărilor de stat implicite pentru a adăuga un nou membru la un LLC. Dacă aveți o companie de internet cu creștere rapidă care are nevoie de capital de risc la scară, această limitare este unul dintre dezavantajele majore ale unei companii cu răspundere limitată.

Taxe mai mari

În mod obișnuit, SRL-urile trebuie să plătească mai multe taxe pentru a fi înregistrate ca SRL-uri în comparație cu unele alte entități comerciale sau proprietate exclusivă. În plus, multe state necesită taxe de reînnoire anuală. Cu toate acestea, aceste taxe sunt de obicei mai mici decât cele pe care trebuie să le plătească o societate C.

Regulamentul guvernamental

Din cauza protecțiilor acordate SRL-urilor, unele tipuri de companii sunt neeligibile pentru a fi înregistrate ca SRL-uri. Băncile, companiile de asigurări și companiile de servicii medicale sunt exemple de afaceri care pot fi interzise depunerii în statul dumneavoastră. Totuși, aceste reguli pot varia de la o stare la alta. Aflați, așadar, de la un avocat expert în înființarea afacerilor dacă un SRL este o opțiune pentru compania dvs.

Taxarea

Deși SRL-urile permit proprietarilor să evite impozitele federale, firma dvs. poate ajunge să plătească mai mult decât dacă ar fi de tip diferit, în funcție de cerințele de impozit pe venit ale statului dvs. și de natura afacerii. Angajarea unui contabil și/sau unui avocat fiscal este o idee foarte bună atunci când vă planificați afacerea și vă formați LLC.

D. PARTENERIAT

Parteneriatele limitate (LP) și parteneriatele cu răspundere limitată (LLP) sunt ambele cu mai mult de un proprietar, dar spre deosebire de parteneriatele generale, parteneriatele și asociațiile cu răspundere limitată oferă unora dintre proprietarii lor responsabilitatea personală limitată pentru datoriile comerciale.

În cadrul parteneriatelor limitate (LP), cel puțin unul dintre proprietari este considerat un partener „general” care ia decizii de afaceri și răspunde personal de datoriile comerciale. Dar LP-urile au, de asemenea, cel puțin un partener „limitat”, care investește bani în afacere, dar are un control minim asupra deciziilor și operațiunilor zilnice de afaceri. Avantajul acestor parteneri limitați este faptul că nu sunt responsabili personal pentru datoriile comerciale.

Parteneriatul cu răspundere limitată (LLP) este o structură de afaceri similară, dar nu are parteneri generali. Toți proprietarii unui LLP au o răspundere personală limitată pentru datoriile comerciale.

Parteneriat general

Un parteneriat general este o afacere care are mai mulți proprietari și care nu a depus acte cu statul pentru a crea o entitate specifică, cum ar fi o corporație sau o societate cu răspundere limitată (LLC).

TOTI partenerii (numiți parteneri generali) sunt responsabili personal pentru toate datoriile comerciale, inclusiv hotărârile judecătorești, fiecare partener în parte poate fi trimis în judecată pentru suma totală a oricărei datorii comerciale (deși partenerul respectiv poate, la rândul său, să dea în judecată pe ceilalți parteneri pentru cota lor de datorie) și fiecare partener are „autoritatea agenției” pentru parteneriat - adică fiecare partener poate lega întreaga afacere de un contract sau de o afacere de afaceri.

Parteneriate limitate

Un parteneriat limitat are cel puțin un partener general și cel puțin un partener limitat. Partenerul general are același rol ca într-un parteneriat general: controlul operațiunilor cotidiene ale companiei și răspunderea personală pentru datoriile comerciale.

Cu toate acestea, rolul partenerilor sociali diferă în câteva moduri:

Partenerii limitați nu joacă un rol activ în afaceri. Partenerii limitați (majoritatea LP-urilor au mai mult de un partener limitat) contribuie financiar la afaceri (de exemplu, un partener limitat poate investi 100.000 USD într-un parteneriat imobiliar), dar au un control minim asupra deciziilor sau operațiunilor de afaceri și, în mod normal, nu pot lega parteneriatul la oferte de afaceri.

Partenerii limitați nu sunt responsabili personal. În schimbul renunțării la puterea de administrare, partenerii limitați beneficiază de protecție împotriva răspunderii personale. Aceasta înseamnă că un partener limitat nu poate fi obligat să achite datoriile comerciale sau creanțele cu active personale. Un partener limitat poate însă să-și piardă investiția financiară în afacere.

Partenerii limitați se confruntă cu reguli fiscale ușor diferite în scopul impozitului pe venit, societățile comerciale pe acțiuni sunt tratate în general ca parteneriate generale, toți partenerii raportând și plătind individual impozite pe cota lor din profituri în fiecare an. De regulă, partenerii limitați nu trebuie să plătească impozitele pe activități independente; întrucât nu activează în afacere, ponderea lor din veniturile din parteneriat nu este considerată „venit obținut” în scopul impozitului pe activități independente.

Partenerii minoritari trebuie să înțeleagă că pot deveni responsabili personal dacă nu respectă rolul lor pasiv. Dacă un partener pe acțiuni începe să ia un rol activ în afacere, răspunderea partenerului poate deveni nelimitată. Dacă un creditor poate dovedi că un partener limitat a luat acte care l-au determinat pe creditor să creadă că a fost partener general, acel partener poate fi răspunzător integral și personal pentru creanțele creditorului.

Unele state au exclus excepții de la regula „rolului activ în afaceri”. Aceste excepții permit, de regulă, unui partener limitat să voteze problemele care afectează structura de bază a parteneriatului, inclusiv înlăturarea partenerilor generali, încetarea parteneriatului, modificarea acordului de parteneriat sau vânzarea tuturor

sau majorității activelor parteneriatului, fără a pune în pericol statutul de partener limitat.

Parteneriate cu răspundere limitată

Un alt tip de parteneriat, numit parteneriat cu răspundere limitată sau uneori numit parteneriat înregistrat cu răspundere limitată (RLLP), oferă tuturor proprietarilor săi o răspundere personală limitată. LLP-urile sunt foarte potrivite în special grupurilor profesionale, precum avocații și contabilii. De fapt, în unele state, LLP-urile sunt disponibile numai pentru profesioniști.

Profesioniștii preferă deseori LLP-urile decât parteneriate generale, corporații sau SRL-uri, deoarece nu doresc să fie responsabili personal pentru problemele unui alt partener - în special cele care implică pretenții de malpraxis. Un LLP protejează fiecare partener de datoriile împotriva parteneriatului care rezultă din procesele de malpraxis profesional împotriva altui partener. (Un partener care pierde un proces de malpraxis pentru greșelile sale, totuși, nu scapă de răspundere.) Formarea unei corporații pentru a proteja bunurile personale poate avea prea multe probleme, iar unele state (inclusiv California) nu vor permite formării profesioniștilor autorizați un SRL.

Formarea unui LP sau LLP

Crearea unui parteneriat limitat sau a unei societăți cu răspundere limitată se realizează la nivel de stat. Fiecare stat are propriile reguli, dar, în general, trebuie să plătiți o taxă și să depuneți documente cu statul, de obicei un „certificat de societate pe acțiuni” sau „certificat de societate cu răspundere limitată”. Acest document este similar cu articolele (sau certificatul) depuse de o corporație sau un LLC și include informații despre partenerii generali și pe acțiuni. Taxele de depunere pentru LP și LLP sunt similare cu cele pentru corporații și SRL-uri.

Avantaje fiscale

Indivizii dintr-un parteneriat sunt în mod normal răspunzători pentru depunerea de impozite pe venit personal, impozite pe activități independente și impozite estimate. Parteneriatul în sine nu este responsabil pentru plata impozitelor. Creditele și deducerile companiei sunt trecute către parteneri pentru a depune declarațiile fiscale individuale. Creditele și deducerile sunt împărțite la procentul de interes individual pe care fiecare partener îl are în cadrul companiei. Acest lucru poate fi benefic pentru partenerii care au un interes limitat pentru companie sau cerințe fiscale speciale datorită intereselor lor în alte afaceri.

Avantaj: flexibilitate

Parteneriatele cu răspundere limitată oferă participanților flexibilitate în calitatea de proprietate a întreprinderii. Partenerii au autoritatea de a decide modul în care vor contribui individual la operațiunile de afaceri. Atribuțiile manageriale pot fi împărțite în mod egal sau separate în funcție de experiența fiecărui partener.

În plus, partenerii care au un interes financiar în cadrul companiei pot alege să nu dețină nicio autoritate în privința deciziilor de afaceri, dar să mențină în continuare drepturi de proprietate pe baza procentajului lor în cadrul companiei. Flexibilitatea operațiunilor de afaceri poate deveni un dezavantaj atunci când partenerii iau decizii bazate pe interese personale și nu pe interesul parteneriatului în ansamblu.

Dezavantaj: Considerații fiscale speciale

Datorită structurii speciale a parteneriatelor cu răspundere limitată și a cerințelor de depunere a impozitelor extrem de complexe, autoritățile fiscale din unele state recunosc structura ca fiind un parteneriat în scopuri fiscale. Acest lucru ar putea fi un dezavantaj pentru partenerii care necesită o taxă specială. Unele state interzic în totalitate LLP-urile din cauza complexităților fiscale.

Dezavantaj: nu este recunoscut în fiecare stat

Spre deosebire de parteneriatele generale, parteneriatele cu răspundere limitată nu sunt recunoscute ca structuri juridice de afaceri în fiecare stat. Unele state limitează crearea unui parteneriat cu răspundere limitată pentru profesioniști precum medici sau avocați.

Alte state permit formarea unui LLP, dar vor impune limite impozite grele entității, atât atunci când sunt formate, cât și în curs de desfășurare. În plus, indiferent de starea în care își desfășoară activitatea, multe părți percep că LLP-urile au mai puțină credibilitate drept „adevărate afaceri” decât corporațiile.

Dezavantaj: Un partener poate fi responsabil pentru ceilalți

Un alt dezavantaj este că partenerii individuali nu sunt obligați să se consulte cu alți participanți la anumite acorduri de afaceri. Pentru protejarea integrității generale a companiei, ar trebui să creați un acord de parteneriat care descrie în mod specific ceea ce fiecare partener limitat poate și nu poate face atunci când ia decizii de afaceri. Situațiile financiare ale LLP-urilor trebuie, de asemenea, dezvăluite public, ceea ce poate crea o problemă pentru anumiți parteneri.

4. COMPARAREA MODELELOR DE AFACERI

A. CORPORAȚIE V. PROPRIETAR UNIC

I. AVANTAJELE DE A DEVENI O ENTITATE LEGALĂ

Răspundere personală limitată

Principalul avantaj al incorporării este protecția oferită proprietarilor și administratorilor. În calitate de proprietar unic, proprietarul este răspunzător personal pentru acțiunile respectivei afaceri. Într-o corporație, corporația răspunde pentru acțiunile companiei. În general, compania este cea care este trimisă în judecată, nu acționarii. Dacă compania are fonduri insuficiente, răspunderea unui acționar individual este limitată la suma pe care a investit-o în companie.

Dacă sunteți unic proprietar, activele dvs. personale, cum ar fi casa și mașina pot fi confiscate pentru a plăti datoriile afacerii dvs.; ca acționar al unei corporații, nu puteți fi responsabil pentru datoriile corporației decât dacă ai depus o garanție personală.

Longevitate

Spre deosebire de proprietarul unic, care se încheie cu moartea persoanei, o societate va continua să existe chiar dacă unii acționarii mor sau părăsesc afacerea.

Achiziționarea de capital suplimentar

Spre deosebire de proprietarul unic, corporațiile au, de asemenea, și alte forme de a obține fonduri de finanțare suplimentare. Pe lângă un împrumut, aceștia pot vinde acțiuni din corporație investitorilor providențiali (angels) sau capitalului de risc.

Consecințe fiscale favorabile

Ca persoană juridică, puteți determina când și cum să primiți venituri din afacere, ceea ce vă oferă un avantaj fiscal. În loc să luați un salariu de la companie atunci când afacerea are venituri, înregistrarea vă permite să vă luați veniturile într-un moment în care acest lucru vă aduce un beneficiu fiscal. De asemenea, puteți primi venituri dintr-o afacere incorporată sub formă de dividende, mai degrabă decât salariu, ceea ce vă va ușura plata taxelor fiscale.

Opțiunea de amânare

Devenind incorporat aveți posibilitatea de a amâna plata impozitului dacă aveți venituri mari. Ratele de impozitare a afacerilor sunt mult mai mici decât cele ale impozitelor personale, astfel încât, dacă cota dvs. de impozitare individuală este ridicată și nu aveți nevoie de fonduri pentru uz personal, puteți alege să lăsați banii în afacere și să-i scoateți la o dată ulterioară când cota fiscală personală este mai mică.

Credibilitate

Având Ltd., Inc., LLC sau Corp, ca parte a numelui companiei dvs., vă poate crește afacerea, deoarece oamenii percep societățile ca fiind mai stabile decât întreprinderile neîncorporate. Dacă sunteți antreprenor, este posibil să aflați, de asemenea, că unele companii vor face afaceri doar cu companii încorporate, din cauza problemelor de răspundere sau a dorinței de a avea o relație mai puternică.

Protecția numelui de afaceri

Atunci când vă înregistrați afacerea într-un stat sau provincie, numele companiei pe care o alegeți este rezervat doar utilizării dvs. în acel stat sau provincie sau dacă vă încorporați afacerea la nivel federal, aveți dreptul să folosiți numele afacerii dvs. în toată țara.

Proprietarul unic și parteneriatul nu au absolut nicio protecție asupra numelui de afaceri. Dacă afacerea dvs. nu este incorporată, oricine poate începe o afacere cu un nume similar. Totuși, acest lucru nu elimină posibilitatea înregistrării numelui ca marcă comercială la Oficiul pentru Brevete și Mărci Comerciale din Statele Unite.

B. DEZAVANTAJELE INCORPORĂRII

O altă declarație fiscală

Când vă înregistrați, va trebui să depuneți două declarații fiscale în fiecare an, una pentru veniturile personale și alta pentru corporație. Aceasta presupune creșterea taxelor. Spre deosebire de proprietarul unic sau parteneriat, pierderile corporative nu pot fi deduse din veniturile personale ale proprietarului.

Creșterea numărului de documente

Există mult mai multe documente implicate în menținerea unei corporații decât pentru proprietar unic sau parteneriat. Corporațiile, de exemplu, trebuie să mențină un dosar cu minute care să conțină statuturile corporative și minutele de la întâlnirile corporative. Alte documente corporative care trebuie păstrate la zi în orice moment includ registrul directorilor, registrul acțiunilor și registrul transferurilor.

Fără facilități de creditare la taxele fiscale personale

Corporațiile nu sunt eligibile pentru a beneficia de facilități la plata taxelor fiscale personale. Fiecare dolar pe care îl câștigă o corporație este impozitat. Ca unic

proprietar, este posibil să fiți capabil să solicitați facilități de creditare la plata taxelor fiscale pe care o corporație nu le poate obține.

Flexibilitate fiscală mai mică

O corporație nu are aceeași flexibilitate în gestionarea pierderilor de afaceri ca un proprietar unic sau un parteneriat. Ca proprietar unic, dacă afacerea înregistrează pierderi operaționale, puteți utiliza pierderea pentru a reduce alte tipuri de venituri personale în anul în care apar. Într-o corporație, aceste pierderi pot fi reportate pentru a reduce veniturile corporației din alți ani.

Răspunderea poate să nu fie la fel de limitată cum credeți

Avantajul principal al înregistrării - răspunderea limitată poate fi redusă prin garanții personale și/sau contracte de credit. Răspunderea limitată foarte îndepărtată a corporației este irelevantă dacă nimeni nu va acorda credit corporației.

Atunci când o corporație are ceea ce instituțiile de creditare consideră că sunt active insuficiente pentru a asigura finanțarea datoriei, ele insistă adesea asupra garanțiilor personale ale proprietarului (proprietarilor) afacerii. Așa că, deși tehnic, corporația are o răspundere limitată, proprietarul continuă să fie responsabil personal dacă corporația nu își poate îndeplini obligațiile de rambursare.

Înregistrarea unei corporații este costisitoare

Corporațiile și LLC-urile costă mai mult pentru a fi înființate. O corporație sau LLC are o structură juridică mai complexă decât proprietarul unic sau un parteneriat, deci este logic ca și crearea acestora să fie mai complicată și mai costisitoare.

Taxele pentru încorporarea unei întreprinderi mici într-un stat / provincie sau la nivel federal costă sute de dolari, pe lângă taxele de întreținere menționate anterior și taxele aferente, cum ar fi și costurile crescute de contabilitate.

Închiderea unei corporații este mai dificilă

Închiderea unei corporații sau LLC necesită adoptarea unei rezoluții de dizolvare a corporației/LLC, lichidarea conturilor de salarizare și trimiterea unei copii a certificatului de dizolvare către autoritățile de stat. De asemenea, va trebui să depuneți declarațiile fiscale finale pentru corporație/LLC.

Înființarea unui LLC.

După ce ați discutat cu un avocat și un contabil beneficiile, dar și aspectele negative ale formării unui LLC, puteți continua să formați entitatea.

Formarea unui LLC se realizează prin intermediul site-ului secretarului de stat ca și al unei corporații C/S. În primul rând se va completa și depune Articolul de Organizare și se va plăti taxa respectivă asociată cu depunerea.

În continuare, trebuie să redactați acordul de operare („OA”), care guvernează operațiunile activității și rolurile persoanelor fizice ale entității. OA ar trebui să contureze potențialele dezacorduri legate de problemele ce ar putea apare, distribuția activității și alte aspecte operaționale ale activității.

C. CORPORAȚIA VS. SOCIETATEA CU RĂSPUNDERE LIMITATĂ

RAPORTUL FISCAL AL FIECAREI ENTITĂȚI

CORPORAȚIA C

Corporația de tip C (C-Corp) are cea mai largă gamă de deduceri și cheltuieli dintre toate tipurile de entități înregistrate. Acest lucru este valabil mai ales în cazul beneficiilor acordate angajaților. Dacă dețineți o companie C, puteți configura rambursări medicale și alte beneficii pentru angajați și puteți deduce costurile asociate acestor programe din impozitele dvs. corporative. De asemenea, este de remarcat faptul că, pentru corporație C, plătiți o rată de 15% din câștiguri de până la 50.000 USD.

În timp ce aveți acces la o gamă largă de deduceri precum și capacitatea de a crea beneficii angajaților fără impozitare, cel mai mare dezavantaj fiscal al C-Corp este problema „dublei impunerii”. Dubla impozitare poate apărea atunci când corporația are profit la sfârșitul anului pe care ar dori să îl distribuie acționarilor săi. Deși corporația C a plătit impozitul pe profit, odată ce este distribuit acționarilor, aceștia trebuie să declare dividendele pe care le primesc în cadrul declarațiilor de impozit personal și să plătească propria cotă de impozit.

De asemenea, puteți lua în considerare corporația de tip S (S-Corp) dacă produsul principal al companiei dvs. este destinat serviciilor adresate publicului, dar veți fi impozitat PSC (Personal Service Corporations), cu o rată de 35% în loc de 15%. IRS face acest lucru pentru a împiedica oamenii să folosească o corporație pentru a plăti impozite mai mici.

CORPORAȚIA S

Corporația de tip S (S-Corp) este ceea ce se numește o entitate „flow-through” (cu rulajmare și inclusiv cifra de afaceri mare), fiind similară cu un LLC. Spre deosebire de corporația C, o corporație S nu plătește impozit în plan corporativ. Acționarii trebuie să plătească impozite numai la nivel individual. Acest lucru poate fi benefic în unele cazuri, dar acționarii care realizează un venit mare din distribuția câștigurilor vor plăti impozite mai mari. Din punct de vedere al beneficiilor, S-Corp poate totuși compensa taxele plătite pentru venituri, însă acționarii care controlează mai mult de 2% din entitate trebuie să plătească impozite mai mari pentru beneficiile pe care le primesc.

Corporațiile S sunt utilizate în mod obișnuit pentru a evita cota de impozit PSC (Personal Service Corporations) stabilită de IRS. O corporație este considerată Corporație de Servicii Personale (PSC) de către IRS dacă mai mult de 20% din compensațiile corporației pentru activitățile sale de prestare a serviciilor sunt pentru serviciile efectuate de către angajați/proprietari, iar angajatul/proprietarul deține 10% sau mai mult din acțiuni. Serviciile includ orice activitate desfășurată în domeniul contabilității, problemelor financiare și asigurărilor, arhitecturii, consultanței, ingineriei, sănătății (inclusiv serviciilor veterinare), dreptului și avocatului, artei și organizării de evenimente artistice.

Având în vedere că o S-Corp este o entitate de tip „flow-through”, iar acționarii plătesc impozite la nivel individual, un salariu modest cu venituri pasive poate însemna o impozitare mai mică. Pentru a stabili ce este cel mai bine pentru dvs. și afacerea dvs., trebuie să discutați întotdeauna cu CPA (Contabil Public Autorizat) sau cu consilierul legal.

LLC

LLC-urile pot alege modul de impozitare - fie ca o entitate unică (caz în care impozitul se calculează pe venitul personal al proprietarului unic), fie ca un

parteneriat cu mai mulți membri. LLC-urile pot fi, de asemenea, impozitate ca S-Corp sau C-Corp. Nicio altă entitate nu are această flexibilitate.

MANAGEMENT

LLC

LLC are o structură de management flexibilă. Entitatea poate fi administrată de către membrii săi sau de un grup de manageri și orice membru poate acționa ca manager al LLC. De asemenea, LLC poate alege să nu facă distincție între proprietar și managerul afacerii. Datorită naturii sale flexibile, managementul LLC este mai puțin formal, ceea ce îl poate face o entitate ideală pentru unii antreprenori.

Un LLC este fie „administrat de manageri”, fie „administrat de membri”. Într-un LLC administrat de membri, proprietarii efectuează/supraveghează desfășurarea operațiunilor zilnice, în timp ce un LLC administrat de manageri are, în general, investitori care nu se implică direct și nu au niciun rol activ în afacere.

CORPORAȚIE

Structura de conducere a unei corporații este mult mai strictă. O societate trebuie să aibă o structură formală cu un Consiliu de Administrație care se ocupă de responsabilitățile de conducere pentru generarea de profituri pentru acționari. Angajații corporativi sunt desemnați să se ocupe de operațiunile cotidiene ale afacerii. Acționarii sunt considerați proprietari ai corporației, dar rămân în afara deciziilor de afaceri și operațiunilor zilnice ale corporației (cu excepția aprobării unor decizii corporative majore).

Cu toate acestea, acționarii își păstrează puterea de a alege directori, iar dintre acționari pot fi aleși directori sau numiți angajați în diverse funcții. Normele de desfășurare a activităților și obligațiilor individuale ale oricărei corporații sunt dictate de statutul său, care este un set detaliat de reguli adoptate de Consiliul de Administrație după constituirea corporației.

ACȚIONARI ȘI PROPRIETARI

C-CORP

Corporațiile C permit un număr nelimitat de acționari, nu există nicio limitare cu privire la cine poate deține acțiuni și nici o restricție cu privire la ce tipuri de acțiuni pot fi deținute (cum ar fi cele preferențiale vs. comune). C-Corp este perfectă pentru o companie care dorește să fie listată pe bursă.

S CORP

Corporațiile S sunt ceva mai restricționante. Toți acționarii unui S-Corp trebuie să fie cetățeni americani și puteți avea doar 100 de acțiuni emise, iar acestea pot fi doar de un singur tip, LLC.

LLC

Un LLC nu emite acțiuni, dar poate avea mai mulți proprietari fiecare având un procent din companie.

PROTECȚIA ACTIVELOR PENTRU FIECARE AFACERE

CORPORAȚIILE C&S

O corporație este o entitate juridică complet separată și independentă de proprietarii (sau acționarii) săi, cu separare distinctă între proprietate și conducere. Ca atare, conducerea și acționarii unei corporații nu sunt răspunzători pentru responsabilitățile și obligațiile corporației. Deși acționarii unei corporații pot fi responsabili pentru suma pe care au investit-o, activele personale sunt de obicei protejate. Această caracteristică de răspundere limitată se aplică și directorilor, funcționarilor și angajaților din companie.

C-CORP

Un lucru trebuie luat în considerare în protecția activelor unei corporații. Dacă deții acțiuni într-o corporație și ești trimis în judecată (după un accident de masină de exemplu), un judecător de credit poate să-ți atace acțiunile din corporație. Dacă esti proprietarul majorității acțiunilor, judecătorul de credit îți poate controla afacerea prin dreptul pe care îl are de a controla acțiunile. Nevada este singurul stat care extinde protecția propriii acțiunilor corporației (ca într-un LLC).

LLC

O caracteristică cheie a unui LLC este protecția propriii. În state puternice precum Nevada sau Wyoming, în cazul în care proprietarul unei afaceri este trimis în judecată, un acuzator nu poate primi decât o poprire (un drept asupra distribuției din LLC). Dacă nu există distribuții clare, acuzatorul nu primește nimic. Poprirea, în majoritatea cazurilor, se aplică entităților care au cel puțin doi proprietari, dar Nevada și Wyoming au protecție și pentru LLC-urile cu un singur proprietar.

Trebuie menționat că în unele state, cum ar fi California, Georgia și New York, instanța ar putea totuși să ordone vânzarea bunurilor afacerilor.

CE ESTE MAI BINE PENTRU INVESTITORII STRĂINI?

Dacă esti un investitor străin, afacerea pe care o alegi va fi determinată cel mai probabil de sistemul fiscal din țara de origine.

CORPORAȚIA C

C-Corp sunt bune pentru investitorii străini din aceleași motive menționate în secțiunile de mai sus, dar pot fi mai avantajoase în țările care au un sistem de impozitare similar. De exemplu, majoritatea canadienilor preferă să folosească o corporație C, deoarece impozitarea unei corporații C este similară cu cea din țara de origine. Când sistemele sunt similare, sunt mai ușor de gestionat.

CORPORAȚIA S

S-Corp sunt singurele entități (afaceri) din S.U.A. care nu pot fi utilizate de investitori străini.

LLC

În general, indiferent dacă ești un investitor imobiliar străin sau unul din S.U.A., compania cu răspundere limitată este cea mai bună pentru această afacere. LLC este excelentă atât pentru protecția activelor, cât și pentru că are un sistem de impozitare diferit, fiind ușor de înființat și de gestionat. Deoarece are impozitarea flexibilă, poate fi înființată în așa fel încât să aibă o gestionare mai ușoară, inclusiv în ceea ce privește impozitarea. Adesea, canadienii folosesc LLC sau C-Corp fiind mai ușor de gestionat, iar australienii le folosesc pentru investițiile imobiliare ale fondurilor lor de pensie. Este întotdeauna mai bine să consultați contabilul dvs. în

legatura cu ce sistem de impozitare s-ar potrivi cel mai bine afacerii dvs.

D. CORPORAȚIE VS PARTENERIAT

Răspunderea

Proprietarii unei corporații C au protecție în cadrul proceselor intentate afacerii lor, responsabilității și altor datorii ale corporației. Cu alte cuvinte, activele personale ale unui proprietar al unei corporații C nu pot fi luate drept compensații pentru datoriile corporației.

Parteneriatele expun toți partenerii la o răspundere personală nelimitată, ceea ce înseamnă că toți partenerii sunt responsabili solidar pentru orice datorii ale parteneriatului. Aceasta înseamnă că, în cazul în care afacerea este trimisă în judecată, un partener își poate pierde locuința, mașina și alte bunuri personale pentru a satisface obligațiile parteneriatului.

Impozitare

Corporațiile C sunt impozitate de două ori pe profitul companiei. C-Corp trebuie să depună declarațiile de venit, iar proprietarii unei corporații C trebuie să raporteze banii primiți de la companie pe declarațiile de venit individuale sau comune.

Dacă esti membru al unui parteneriat, IRS consideră venitul tău ca pe cel al unui contractor independent. Aceasta înseamnă că esti responsabil pentru plata impozitului ca și un contractor independent și, în plus, pentru plata impozitului pe venit. Deoarece sunt angajați pe cont propriu, partenerii nu au bani reținuți de către un angajator, ceea ce înseamnă că, de obicei, ei înșiși trebuie să-și plătească impozitele estimate. Un parteneriat este cunoscut ca o structură de afaceri care reduce taxarea dublă și care permite unui partener al afacerii să raporteze cota de pierderi și profituri ale companiei pe declarația sa de impozit pe venit. O afacere de parteneriat nu depune declarație fiscală IRS (Internal Revenue Service).

Înființare

Înființarea unei corporații necesită depunerea de taxe și depunerea documentelor la secretarul de stat al statului respectiv.

Formarea unui parteneriat nu necesită nici o documentație. De fapt, poți crea un parteneriat fără să intenționezi să faci acest lucru, efectiv dacă tu și o altă persoană începeți să lucrați împreună la o afacere.

Structura

Proprietarii unei corporații C nu participă la activitățile cotidiene ale companiei. În schimb, C-Corp sunt gestionate de directorii și angajații companiei. Corporațiile sunt obligate să selecteze membrii consiliului, să aleagă funcționarii companiei, să țină cel puțin o ședință anuală și să țină evidența tuturor activităților de afaceri.

Parteneriatele oferă mai multă flexibilitate în ceea ce privește structura companiei, atât în gestionare, cât și în alocarea profitului și a pierderilor. Regula este ca toți partenerii să aibă un cuvânt egal, indiferent de cota de proprietate, dar partenerii pot fi de acord și cu un alt aranjament. O afacere de parteneriat este administrată de partenerii companiei. Fiecărui partener i se pot atribui roluri și responsabilități care sunt stabilite prin acordul de parteneriat al companiei. Parteneriatele nu sunt obligate să selecteze directorii, să organizeze întâlniri, să depună rapoarte anuale sau situații financiare.

Finanțele

Corporațiile C pot avea condiții financiare mult mai bune în comparație cu un parteneriat, deoarece o corporație C are capacitatea de a emite acțiuni. C-Corp pot atrage capital suplimentar prin lansarea companiei pe bursă, printr-o ofertă publică inițială (IPO). Corporațiile C pot avea mai multe clase de acțiuni care au diverse privilegii de profit și de vot pentru proprietarii acțiunilor companiei.

Parteneriatele nu au capacitatea de a emite acțiuni, limitând astfel capacitatea companiei de a strânge fonduri. O afacere de parteneriat poate fi obligată să se bazeze pe activele personale ale partenerilor companiei sau pe împrumuturi personale pentru a asigura finanțarea afacerii.

Longevitate

Corporațiile C pot dura pentru totdeauna, fără a ține cont cine sunt proprietarii companiei la un anumit moment dat. Această caracteristică le convine investitorilor, deoarece o corporație C nu își va încheia activitatea dacă un proprietar decide să se retragă.

Parteneriatele se pot încheia atunci când partenerii companiei decid să se retragă sau dacă un partener moare. Cu toate acestea, un acord de vânzare-cumpărare poate conține dispoziții care să permită unui parteneriat să continue să funcționeze în cazul decesului sau retragerii partenerului.

E. LLC VS. PARTENERIAT CU RĂSPUNDERE LIMITATĂ („LLP”)

Administrare

Membrii unui LLC au două opțiuni pentru a stabili structura de conducere a companiei: pot administra ei înșiși compania sau pot angaja sau numi manageri externi fără participării în cadrul companiei.

Într-un LLP, partenerii gestionează afacerile parteneriatului. Dacă membrii LLC aleg să administreze compania, aceștia o gestionează în același mod în care partenerii LLP gestionează parteneriatul, partenerii având drepturi de vot bazate pe contribuția lor în cadrul companiei.

Impozitarea

LLC-urile pot fi impozitate fie ca un parteneriat, fie ca o corporație. Deoarece IRS nu are o clasificare fiscală specifică pentru LLC-uri, LLC-urile cu mai mulți membri sunt impozitate automat ca parteneriate. LLP-urile sunt impozitate automat ca parteneriate. LLP-urile sunt impozitate ca parteneriate, în care profiturile și pierderile din afaceri ale partenerilor trebuie raportate la impozitele pe veniturile personale. LLC-urile pot avea un singur membru, în timp ce un LLP trebuie să aibă cel puțin doi parteneri. Un LLC cu un singur membru poate fi impozitat ca proprietar unic sau corporație.

Răspunderea

LLC-urile și LLP-urile au unele asemănări prin faptul că limitează responsabilitatea membrilor și a partenerilor. Membrii unui LLC nu pot fi de obicei responsabili pentru datoriile sau răspunderea LLC-ului. Această protecție este de obicei denumită „văl corporativ” sau „scut corporativ”. Cu toate acestea, în unele cazuri - care implică de obicei fraudă sau înșelăciune - membrii LLC pot fi responsabili pentru acțiunile LLC-

ului. În schimb, LLP-urile delimitează răspunderile partenerilor. Cu alte cuvinte, fiecare partener este responsabil pentru datoriile sau actele neglijente - în cazul în care este trimis în judecată de celălalt partener. Această departajare a răspunderii este adesea potrivită pentru avocați, medici și contabili, în cazul în care un partener dorește protecția împotriva oricărei potențiale greșeli pe care celălalt partener o poate comite. Cu toate acestea, partenerii sunt în general răspunzători pentru datoriile și contractele încheiate de LLP.

Anexa 3 - Acorduri comerciale ale SUA

- **Acordul CAFTA-DR (SUA, America Centrală și Republica Dominicană)**

Acordul de comerț liber CAFTA-DR a fost semnat la 5 august 2004, reprezentând o extindere a Acordului de Comerț Liber SUA - America Centrală (CAFTA), semnat în luna mai 2004 între SUA, pe de o parte și Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Guatemala și Honduras, pe de altă parte, prin aderarea Republicii Dominicane la zona de comerț liber inițiată anterior.

Acordul include, cu prioritate, prevederi legate de protecția drepturilor de proprietate intelectuală, achizițiile guvernamentale, investiții, comerțul cu servicii, simplificarea procedurilor vamale și îmbunătățirea condițiilor de acces pe piețele țărilor semnatare pentru bunuri, servicii, persoane și capital.

Acordul a intrat în vigoare pentru Statele Unite, El Salvador, Guatemala, Honduras și Nicaragua în cursul anului 2006, pentru Republica Dominicană la 1 martie 2007, iar pentru Costa Rica la 1 ianuarie 2009. Prin adaugarea Costa Rica, CAFTA-DR este în vigoare pentru toate cele șapte țări care au semnat initial acordul.

Dacă anterior semnării acestui acord, exporturile țărilor din America Centrală în SUA erau derulate în regim preferențial (mergând până la scutirea totală de taxe vamale pentru o gamă largă de mărfuri în virtutea tratamentelor comerciale CBI, SGP sau clauza națiunii celei mai favorizate), intrarea în vigoare a acordului CAFTA-DR a îmbunătățit substanțial accesul exporturilor SUA pe această importantă piață regională.

La data intrării sale în vigoare, CAFTA-DR a prevăzut eliminarea taxelor vamale pentru mai mult de 80% din exporturile de mărfuri industriale și bunuri de consum livrate de SUA, urmând ca pentru restul produselor eliminarea completă a taxelor vamale să se realizeze gradual pe o perioadă de zece ani.

- **Acordul de Comerț Liber SUA - Chile**

După treisprezece ani de discuții și două negocieri bilaterale, Acordul de Comerț Liber SUA - Chile a intrat în vigoare la 1 ianuarie 2004. Începând cu acea dată, taxele vamale au fost eliminate pentru 90% din liniile tarifare ale nomenclatorului de mărfuri exportate de SUA în Chile și 95% din cele ale nomenclatorului de export al statului Chile în SUA, iar liberalizarea completă a comerțului bilateral se va realiza în decurs de 12 ani. În topul partenerilor SUA la export, Chile reprezenta cea de-a 36 piață de desfacere, în momentul semnării acordului, ajungând la sfârșitul anului 2011 pe locul 19 în topul acestor parteneri externi. Pe lângă prevederile legate de îmbunătățirea accesului reciproc pentru mărfuri și servicii pe cele două piețe, acordul acoperă și domenii precum protecția drepturilor de autor și a mărcilor de comerț pentru produsele IT, liberalizarea achizițiilor guvernamentale și transparența reglementărilor în materie de comerț și investiții.

Chile este considerată cea mai deschisă economie din America de Sud. De altfel, Chile a încheiat acorduri comerciale bilaterale cu Canada în 1997 și cu UE și Coreea de Sud la începutul anului 2002.

Fiind o țară de 15 milioane de locuitori (cu un PIB mediu pe locuitor de aproape 7.100 USD în 2005), Chile este foarte dependentă de export, pentru produse cum ar fi cele ale industriei miniere, agriculturii, sectorului forestier și al pescuitului. SUA au considerat acest acord un model pentru încheierea de alte astfel de acorduri. Astfel, în ianuarie 2003 au început negocierile cu alte 5 țări din America Centrală, precum și

cu Columbia (în vigoare din 15 mai 2012), Singapore (încheiat), Maroc (încheiat), Africa de Sud (încheiat) și Australia (încheiat).

- **Acordul de Comerț Liber SUA - Canada (CUSTA)**

Intrat în vigoare la 1 ianuarie 1989, acest acord avea ca scop eliminarea tuturor barierelor comerciale dintre Canada și SUA. Aproape toate taxele dintre cele două țări au fost eliminate la 1 ianuarie 1998 (mai puțin lichiorul, produsele din tutun și anumite produse protejate - zahăr și textile - conțin taxe vamale).

La 1 ianuarie 1995, odată cu intrarea în vigoare a acordului NAFTA, s-a convenit ca acesta din urmă să aibă prioritate față de acordul CUSTA.

La 30 septembrie 2018 NAFTA a fost înlocuit, practic, cu un nou acord, așa-numitul Acord economic SUA - Mexic - Canada (sau USMCA), care urma să fie supus aprobării legislative din cele trei țări partenere.

- **Acordul de Comerț Liber SUA - Israel**

Acest acord de liber schimb (cel mai vechi acord american în acest domeniu) a luat ființă pentru a acorda un tratament preferențial (fără taxe vamale) pentru mărfurile produse în Israel, cu scopul de a stimula comerțul dintre cele două țări. Acordul a fost autorizat de Actul pentru Tarife și Comerț din 1984, intrat în vigoare la 1 septembrie 1985, fără a avea o dată de expirare.

Actul de Implementare a Zonei de Comerț Liber a fost revizuit la 2 octombrie 1996, autorizând președintele SUA de a implementa anumite schimbări care afectează statutul taxabil al bunurilor din West-Bank, Fâșia Gaza (Gaza Strip), și al zonelor industriale calitative (aceste zone cuprind porțiuni din teritoriul Israelului și Iordaniei sau Israelului și Egiptului, și au fost desemnate de autoritățile locale ca fiind zone unde mărfurile pot intra fără plata de taxe vamale sau de accize). Majoritatea produselor sunt incluse în Sistemul Armonizat al SUA.

- **Acordul de Comerț Liber SUA - Iordania**

Între cele două țări a existat un parteneriat economic anterior (aprobat de Congresul SUA încă din anul 1996) dar un Acord de liber schimb SUA - Iordania a intrat în vigoare abia la data de 1 ianuarie 2010.

Principalul obiectiv al acestui acord îl reprezintă eliminarea reciprocă a tuturor barierelor tarifare și netarifare în comerțul bilateral cu bunuri și servicii originare din cele două țări, în decursul a zece ani de la aplicare.

- **Acordul de Comerț Liber SUA - Singapore**

Acordul a fost semnat la 6 mai 2003 și a fost primul de acest gen încheiat de Statele Unite cu o țară din Asia. Intrat în vigoare în ianuarie 2004, acordul prevede eliminarea taxelor îndeosebi la comerțul cu produse electronice și IT&C, cuprinzând referiri exprese asupra dreptului de proprietate intelectuală.

- **Acordul de Comerț Liber SUA - Australia**

Acordul a fost semnat la 8 februarie 2004 și a intrat în vigoare la 1 ianuarie 2005, dată de la care mai mult de 99% din exporturile de bunuri manufacturate realizate de SUA în Australia se realizează în regim de scutire totală de taxe vamale. Aceste exporturi reprezintă aproximativ 93% din totalul exporturilor SUA în Australia.

- **Acordul de comerț liber SUA - Maroc**

Acordul între cele două parti a fost semnat la 15 iunie 2004 și a intrat în vigoare la 1 ianuarie 2006.

În virtutea acestuia, mai mult de 95% din comerțul bilateral cu produse industriale și de larg consum se livrează pe cele două piețe în regim de import cu scutire de taxe vamale, iar liberalizarea completă a schimburilor comerciale SUA - Maroc pentru aceste categorii de produse ar urma să se realizeze în decursul unei perioade de nouă ani.

- **Acordul de comerț liber SUA - Bahrain**

SUA și Bahrein au început negocierile unui acord de comerț liber la 26 ianuarie 2004, iar textul final al acestui acord a fost semnat la 14 septembrie 2004, intrând în vigoare la 11 ianuarie 2006.

Prin acord, Bahrein acordă SUA un regim preferențial de import fără taxe vamale pentru 98% de linii tarifare reprezentând produse agricole, pentru restul produselor din această categorie urmând să se ajungă la un astfel de regim în decursul unei perioade de zece ani.

În același timp, SUA aplică regimul preferențial de import fără taxe vamale pentru toate exporturile de produse agricole, industriale și de larg consum pe care Bahrein le realizează în SUA în mod curent. Comerțul reciproc cu textile-îmbrăcăminte este complet liberalizat pentru acele articole care au fost produse pe bază de fibre sau țesături originare din SUA sau Bahrein. Comerțul reciproc cu articolele de textile-îmbrăcăminte care nu întrunesc această condiție urmează să fie liberalizat după o perioadă de tranziție.

- **Acordul de comerț liber SUA - Peru**

Acordul de comerț liber SUA - Peru (*the US-Peru Trade Promotion Agreement Implementation Act*) a fost semnat la data de 14 decembrie 2007 de către președintele George W. Bush și președintele peruan Alan Garcia și a intrat în vigoare la data de 1 februarie 2009. Intrarea sa în vigoare a dat un imbold serios pentru finalizarea dezbaterilor și pentru aprobarea de către Congresul american a 3 noi acorduri similare de liber schimb între SUA și **Panama, Columbia și Coreea de Sud** începând din anul 2008.

- **Acordul de comerț liber SUA - Oman**

Acordul a intrat în vigoare la 1 ianuarie 2009 și are drept scop principal încurajarea reformelor și a investițiilor în zona Orientului Mijlociu.

- **Acordul de comerț liber SUA - Coreea de Sud**

Acordul a intrat în vigoare la 15 martie 2012. De la data intrării în vigoare a acestui acord de liber schimb, circa 80% din exporturile americane de produse industriale destinate Coreei de Sud - inclusiv echipament aerospațial, utilaje agricole, componente auto, materiale de construcție, produse chimice, bunuri de consum, echipament electric, articole pentru protecția mediului, încălțăminte și bunuri destinate călătoriilor, produse de papetărie, echipament pentru cercetări științifice și echipament de transport-beneficiază sunt scutite de taxe vamale de import. În același timp, circa două treimi din exporturile de produse agricole americane - inclusiv grâu, porumb, soia pentru procesare, zer pentru hrana animalelor, piei de animale și blănuri, bumbac, cireșe, fistic, alune, suc de portocale, de struguri și vin sunt și ele scutite de taxe vamale la importul în Coreea de Sud.

- **Acordul de comerț liber SUA - Columbia**

Acordul a fost semnat pe data de 22 noiembrie 2006 și a intrat în vigoare la data de 15 mai 2012. După semnare 80% dintre produsele comercializate la nivel bilateral au devenit libere de taxe vamale, fiind urmate în decurs de 5 ani de alte 7%. Restul produselor va fi complet liberalizat la 10 ani de la implementarea acordului de liber schimb.

- **Acordul de comerț liber SUA - Panama**

Acordul de comerț liber SUA - Panama a fost semnat pe data de 28 iunie 2007, dar a intrat în vigoare abia la data de 31 octombrie 2012, după aprobarea acestuia de către Congresul SUA la 12 octombrie 2011 (parlamentul panamez aprobase acordul cu aproape 5 ani în urmă, la 11 iulie 2007).