ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ &
ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

DOING BUSINESS IN THE USA

ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ: ΓΡΑΦΕΙΑ ΟΕΥ ΑΓΙΟΥ ΦΡΑΓΚΙΣΚΟΥ, ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ, ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ, ΣΙΚΑΓΟΥ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΕΥ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ

ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2020

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο εν λόγω επιχειρηματικός οδηγός συντάχθηκε ως βάση ενημέρωσης της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας, περιλαμβάνοντας γενικές κατευθύνσεις και πληροφορίες.

Για αναλυτικότερη πληροφόρηση αναφορικά με την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στις ΗΠΑ και την εισαγωγή προϊόντων στην αμερικανική αγορά, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στην εξαιρετικά χρηστική ιστοσελίδα της αμερικανικής διοίκησης https://www.usa.gov/, όπου συγκεντρώνονται όλες οι επιμέρους ιστοσελίδες των αρμόδιων αμερικανικών Υπηρεσιών. Στον εν λόγω κόμβο πληροφόρησης συμπεριλαμβάνονται γενικές κατηγορίες πληροφοριών (Start a Business, Register a Business, Business Types & Industries), αλλά και ειδικότερες πληροφορίες (φορολογικά θέματα, διαφήμιση, μάρκετινγκ), έως και για το θεσμικό πλαίσιο και τις αρμόδιες Υπηρεσίες ανά Πολιτεία (State & Local). Σημειώνεται ότι στις ΗΠΑ παρατηρείται μεγάλη διαφοροποίηση στο ρυθμιστικό πλαίσιο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης ανά Πολιτεία αλλά και στις επιμέρους κομητείες (counties).

Α. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων]

1. Γενικά Χαρακτηριστικά[1]

Οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ) είναι η τρίτη μεγαλύτερη σε έκταση χώρα παγκοσμίως (μετά τη Ρωσία και τον Καναδά), με συνολική επιφάνεια 9.826.675 τετρ. χλμ. Περιλαμβάνει πενήντα Πολιτείες και μια ομοσπονδιακή περιφέρεια (District of Columbia - DC) ενώ, επίσης, κατέχει αρκετά εδάφη στον Ειρηνικό και την Καραϊβική. Πρωτεύουσα της χώρας είναι η Washington, DC.

Ο πληθυσμός των ΗΠΑ εκτιμάται σε 329.655.139 κατοίκους (Μάιος 2020), κατέχοντας την 3η θέση παγκοσμίως, μετά από την Κίνα και την Ινδία. Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού συγκεντρώνεται στην περιοχή του Νότου (125.580.448 κάτ.), αν και πολυπληθέστερη Πολιτεία είναι η California στη Δυτική ακτή (39,512,223 κατ.).

Δεν καταγράφεται επίσημη γλώσσα σε ομοσπονδιακό επίπεδο. Η αγγλική είναι η de facto γλώσσα της αμερικανικής Κυβέρνησης και χρησιμοποιείται από το 79% του πληθυσμού, ενώ η ισπανική είναι η δεύτερη συχνότερα ομιλούμενη γλώσσα, την οποία χρησιμοποιεί το 13% του πληθυσμού.

Το Πολίτευμα της χώρας είναι Ομοσπονδιακή Προεδρική Συνταγματική Δημοκρατία. Παράλληλα με την ομοσπονδιακή κυβέρνηση, υπάρχουν και πολιτειακές κυβερνήσεις, οι οποίες έχουν ορισμένο βαθμό αυτονομίας από την ομοσπονδιακή. Την εκτελεστική εξουσία ασκούν ο Πρόεδρος και το Υπουργικό Συμβούλιο (ορίζεται από τον Πρόεδρο και εγκρίνεται από την Γερουσία). Το Νομοθετικό Σώμα είναι το Κογκρέσο, το οποίο αποτελείται από τη Γερουσία (100 έδρες, 2 μέλη από κάθε Πολιτεία εκλεγμένα για 6ετή θητεία) και τη Βουλή Αντιπροσώπων (435 έδρες, μέλη εκλεγμένα για 2ετή θητεία).

Κατά την 59η προεδρική εκλογή, που έλαβε χώρα στις 3.11.2020, επικράτησε ο υποψήφιος των Δημοκρατικών Joe Biden, έναντι του υποψηφίου των Ρεπουμπλικανών, νυν Προέδρου Donald Trump, και πρόκειται να ορκιστεί 46ος Πρόεδρος των ΗΠΑ τον Ιανουάριο 2021.

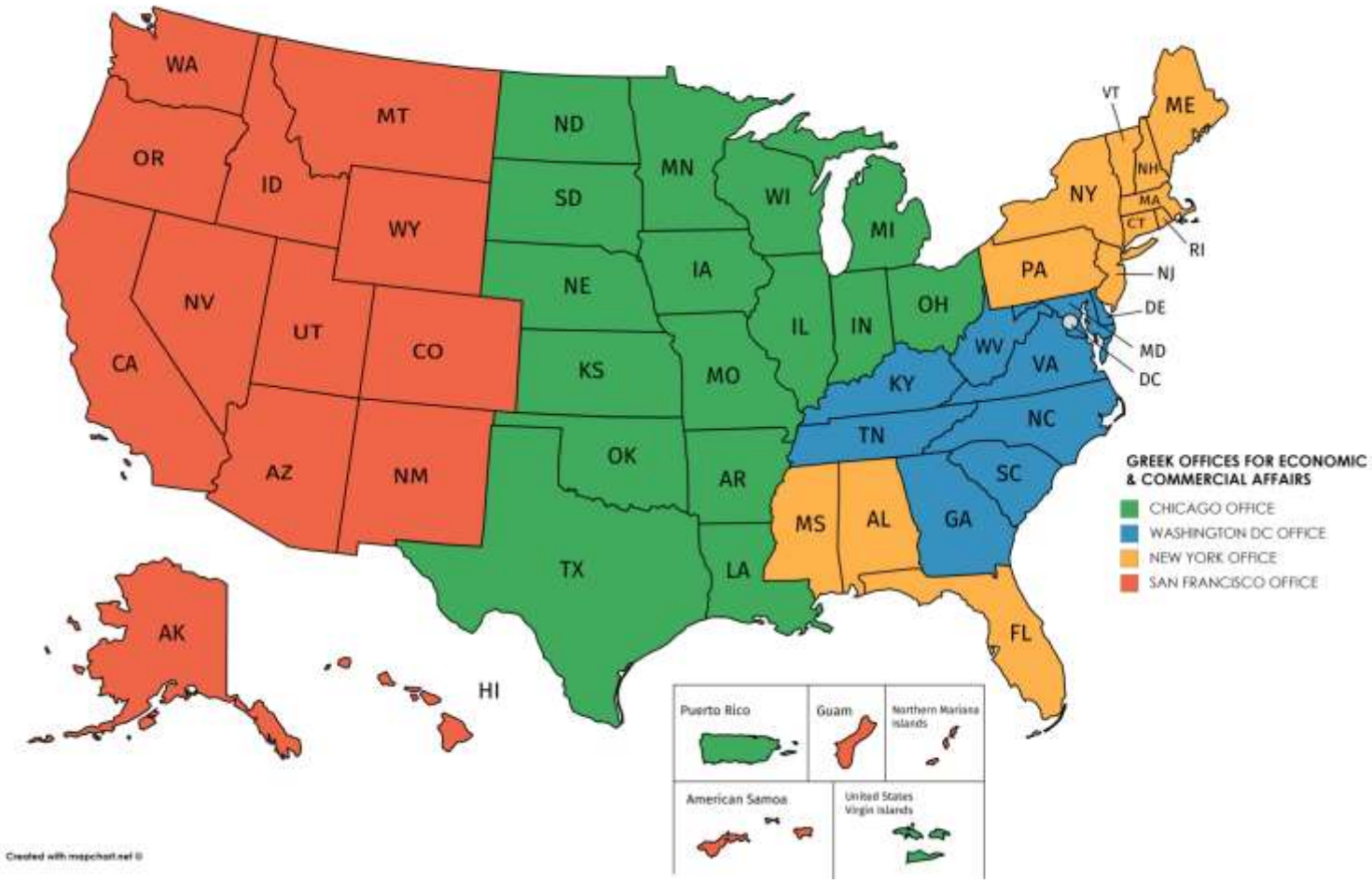
Οι ΗΠΑ δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως μία αγορά, καθώς κάθε Πολιτεία ή/και περιοχή έχει διαφορετικά καταναλωτικά πρότυπα και αγοραστικές συνήθειες, και σε ορισμένο βαθμό διαφορετικό θεσμικό πλαίσιο και κανάλια διανομής.

[1] Πηγή: Ετήσια Έκθεση για τις ΗΠΑ 2019 [www.agora.mfa.gr]

Στις ΗΠΑ λειτουργούν 4 Γραφεία Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων (Γραφεία ΟΕΥ):

- Γραφείο ΟΕΥ Πρεσβείας Ουάσιγκτων
- Γραφείο ΟΕΥ Γενικού Προξενείου Αγίου Φραγκίσκου
- Γραφείο ΟΕΥ Γενικού Προξενείου Νέας Υόρκης
- Γραφείο ΟΕΥ Γενικού Προξενείου Σικάγο

Τα στοιχεία επικοινωνίας των Γραφείων ΟΕΥ στις ΗΠΑ βρίσκονται αναρτημένα στη διαδικτυακή πύλη του Υπουργείου Εξωτερικών AGORA στην ιστοσελίδα www.agora.mfa.gr. Η περιοχή αρμοδιότητας κάθε Γραφείου ΟΕΥ απεικονίζεται στον παρακάτω χάρτη.



2. Βασικά Μακροοικονομικά μεγέθη

Όπως αναφέρεται στην ετήσια Οικονομική Έκθεση του Προέδρου των ΗΠΑ (Economic Report of the President, 2/2020), οι επιδόσεις της αμερικανικής οικονομίας υπερέβησαν το 2019 τις αρχικές προβλέψεις του Congressional Budget Office (CBO), καθώς ο ρυθμός ανάπτυξης ανήλθε σε 2,3%, συμπληρώνοντας τον Δεκέμβριο του 2019 εκατόν είκοσι επτά (127) συνεχόμενους μήνες ανάπτυξης (σχεδόν 11ετία), ενώ οι ΗΠΑ είχαν εκ νέου τον υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης μεταξύ των χωρών G7. Ιδιαιτέρως σημαντική ήταν, επίσης, η επίτευξη του χαμηλότερου ποσοστού ανεργίας των τελευταίων 50 ετών, τάξης μόλις 3,5%, ενώ υπολογίζεται ότι από το 2016 έως τα τέλη του 2019 προστέθηκαν περίπου 2 εκατ. νέες θέσεις εργασίας. Παραδοσιακά, η ιδιωτική κατανάλωση (consumer spending), συνιστώντας περίπου 70% του συνόλου της οικονομικής δραστηριότητας, παρέμεινε κινητήριος δύναμη της αμερικανικής οικονομίας.

Εν συνεχεία, λόγω της κρίσης της πανδημίας του κορωνοϊού, το ΑΕΠ των ΗΠΑ εμφάνισε (βάσει στοιχείων BEA / Bureau of Economic Analysis) διαδοχικές μειώσεις 5% το α' τρίμηνο του 2020 (σωρευτικά σε ετήσια βάση) και 31,4% το β' τρίμηνο, κάμψη τριπλάσια σε μέγεθος από τη χειρότερη αντίστοιχη επίδοση οιουδήποτε τριμήνου από το 1947, συγκρίσιμη μόνο ως προς ορισμένα τρίμηνα κατά την Μεγάλη Ύφεση (Great Depression, 1933). Σημειώνεται ότι, σε αντίθεση με τις προηγούμενες κρίσεις κατά τις οποίες οι τομείς που επλήγησαν περισσότερο ήταν ο βιομηχανικός και κατασκευαστικός, κατά την τρέχουσα περίοδο κρίσης κορωνοϊού ο τομέας που επλήγη περισσότερο είναι αυτός των υπηρεσιών. Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση (29/10) προσωρινών στοιχείων BEA, κατά το γ' τρίμηνο 2020 το ΑΕΠ εμφάνισε πλέον αύξηση 33,1%. Συναφώς, υπήρξε αύξηση του ονομαστικού ΑΕΠ κατά 38%, ή $ 1,64 τρισ., σε συνολικό ονομαστικό επίπεδο γ' τριμήνου $ 21,16 τρισ., έναντι μείωσης 32,8%, ή $ 2,04 τρισ. το β' τρίμηνο ονομαστικού ΑΕΠ $ 19,52 τρισ.

Ως προς την εκτέλεση προϋπολογισμού ΗΠΑ, σύμφωνα με σχετικά ανακοινωθέντα στοιχεία (10/2020, Γραφείου OMB / Office of Management and Budget, Λευκού Οίκου), για το σύνολο του οικονομικού έτους 2020 (σ.σ. περίοδος υπολογισμού προϋπολογισμού: 1/10 - 30/9 εκάστου έτους αναφοράς), κατεγράφη έλλειμα ύψους $ 3,1 τρισ., υψηλότερο του αντίστοιχου του 2019 κατά $ 2,1 τρισ.

Σύμφωνα με έκθεση (9/2020) του Γραφείου Προϋπολογισμού του Κογκρέσου (CBO / Congressional Budget Office), προοπτικών της α/οικονομίας "An Update to the Budget Outlook: 2020 to 2030", το έλλειμμα του ομοσπονδιακού προϋπολογισμού είναι τριπλάσιο από το αντίστοιχο του 2019, λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας κορωνοϊού και της θέσπισης των δημοσιονομικών μέτρων αντιμετώπισής της. Το εν λόγω έλλειμμα 2020 ανέρχεται σε 16% του ΑΕΠ (μεγαλύτερο που έχει καταγραφεί ποτέ από το 1945), ενώ για το 2021 εκτιμάται μείωσή του σε 8,6%, και εν συνεχεία σταδιακή αποκλιμάκωση έως το 2027 αλλά εκ νέου αύξηση τάξης 5,3% του ΑΕΠ έως το 2030. Συνεπεία αυτών των ελλειμμάτων, κατά το 2020 εκτιμάται απότομη αύξηση του δημόσιου χρέους σε 98% του ΑΕΠ, έναντι 79% το 2019, ή 35% το 2007 πριν την έναρξη της προηγούμενης ύφεσης. Εκτιμάται θα υπερβεί το 100% το 2021 και θα αυξηθεί σε 107% το 2023, ως υψηλότερο καταγεγραμμένο ποσοστό στην ιστορία ΗΠΑ (με προηγούμενη κορύφωση μόνο το 1946 λόγω των υψηλών δημοσιονομικών ελλειμμάτων Β'ΠΠ). Το 2030 το δημόσιο χρέος υπολογίζεται θα ανέλθει σε 109% του ΑΕΠ.

Σύμφωνα με πρόσφατη ανακοίνωση (16/9) της Fed, Κεντρικής Τράπεζας ΗΠΑ, προβλέπεται βελτίωση της οικονομίας το 2021, καθώς και του ποσοστού ανεργίας βραχυπρόθεσμα, αν και, ομολογουμένως, η εξέλιξη της πανδημίας κορωνοϊού και οι επιπτώσεις της παραμένουν άγνωστοι παράγοντες.

Η α/οικονομία θεωρείται ότι πράγματι ανακάμπτει, λαμβανομένης υπόψη της αύξησης του ΑΕΠ κατά το γ' τρίμηνο 2020, αλλά ανισοβαρώς και μερικώς, ενώ η μερική αυτή ανάκαμψη ήταν μέχρι στιγμής ταχύτερη του αναμενόμενου αλλά ήδη παρατηρείται σημαντική επιβράδυνση. Γενικώς θεωρείται ότι η ανάκαμψη δεν συνδέεται ουσιαστικά με την ανόρθωση της α/ οικονομίας, οποία απέχει μακράν, ενώ το Κογκρέσο και η ομοσπονδιακή Κυβέρνηση πρέπει να παράσχουν "σημαντική επιπλέον στήριξη" (Stimulus Bill) για διασφάλιση της μέχρι στιγμής, σταδιακής έστω, βελτίωσης της οικονομικής συγκυρίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Βασικοί Μακροοικονομικοί Δείκτες ([2])

	2017	2018	2019
Πραγματικό ΑΕΠ (τρισ. δολ.)	18,05	18,56	21,43
Ρυθμός Ανάπτυξης (%)	2,3	2,9	2,3
Κατά κεφαλή ΑΕΠ (δολ.)	59,984	62,853	60,704
Ανεργία (%)	4,4	3,9	3,7
Πληθωρισμός - CPI (%)	2,1	2,4	1,8
Δημόσιο Χρέος (% ΑΕΠ)[3]	74,4%	77,1%	79,2%
Ισοζύγιο Γενικής Κυβέρνησης (έλλειμμα, % ΑΕΠ)	-3,5	-3,8	-4,6
Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών (% ΑΕΠ)	-2,4	-2,38	-2,3
Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών (δισ. δολ.)	-466,2	-488,4	-498,4
Εξαγωγές (προϊόντων-υπηρεσιών, τρισ. δολ.)	2,35	2,50	3,76
Εισαγωγές (προϊόντων-υπηρεσιών, τρισ. δολ.)	2,90	3,12	4,26
Βραχυπρόθεσμο Επιτόκιο (total, per annum)	1,15	2,19	2,21
Μακροπρόθεσμο Επιτόκιο (total, per annum)	2,33	2,91	2,14

Πηγές: White House, OECD, BEA, BLS, CBO, FED of St. Louis.

Β. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων]

1. Θεσμικό Πλαίσιο

1.1 Διαδικασία σύστασης εταιρείας

Η αρμόδια αμερικανική αρχή για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (SBA) συνοψίζει 10 βασικά βήματα για τη σύσταση εταιρείας στις ΗΠΑ[4]:

1) *Έρευνα αγοράς* (Market Research): Έρευνα και καταγραφή των ευκαιριών στην αγορά-στόχο και προσδιορισμός του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

2) *Επιχειρηματικό σχέδιο* (Business Plan): Σχέδιο/roadmap για τη δημιουργία – λειτουργία και ανάπτυξη της επιχείρησης. Αποτελεί βάση για ενδεχόμενη προσέλκυση επενδυτών.

3) *Εξασφάλιση χρηματοδότησης*: Εύρεση τρόπων χρηματοδότησης (βλ. κεφάλαιο Δ.1 Επενδυτικά Κίνητρα). Εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης περιλαμβάνουν: εύρεση επενδυτή (Venture

[2] Πηγή: Ετήσια Έκθεση για τις ΗΠΑ 2019 [www.agora.mfa.gr].
[3] Σημειώνουμε ότι οι αμερικανικές αρχές όταν αναφέρονται στο δημόσιο χρέος, εννοούν το ομοσπονδιακό χρέος, το οποίο δεν περιλαμβάνει το χρέος των Πολιτειών και της τοπικής αυτοδιοίκησης.
[4] SBA: https://www.sba.gov/business-guide/10-steps-start-your-business/#step-1.

Capital από επενδυτές), αξιοποίηση διαδικτυακών εργαλείων crowdfundind, τραπεζικό δάνειο, επενδυτικά προγράμματα οργανισμού SBA.

4) *Επιλογή τοποθεσίας*: Κατά την επιλογή της τοποθεσίας/ μέρους για τη σύσταση της εταιρείας θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι διαφοροποιήσεις στο θεσμικό πλαίσιο (φορολογία εταιρειών κλπ.) ανά Πολιτεία (State), ή ακόμη και κομητεία (County).

5) *Επιλογή νομικής μορφής εταιρείας*: Αναλόγως νομικής μορφής της εταιρείας διαφοροποιούνται οι προϋποθέσεις εταιρικής εγγραφής, η φορολογία, η ευθύνη εταίρων, καθώς και η συμμετοχή στα κέρδη της εταιρείας (βλ. κεφ. Β. 1.2).

6) *Επιλογή επωνυμίας*: Μετά την επιλογή της τοποθεσίας, στην ιστοσελίδα του Γραμματέα (Secretary) της κάθε Πολιτείας (ομοίως με Περιφερειάρχη Ελλάδα), υπάρχει δυνατότητα ηλεκτρονικής κατοχύρωσης επωνυμίας, διερευνώντας εάν μία επωνυμία χρησιμοποιείται ήδη[5] (σ.σ. για καταχώρηση σημάτων /trademarks βλ. Κεφάλαιο Β. 1.3).

7) *Εγγραφή-Καταχώρηση της εταιρείας* (Registration)[6]: Αναλόγως της έδρας, δομής και δραστηριοτήτων είναι απαραίτητη προϋπόθεση η εγγραφή-καταχώρηση στις αρμόδιες αμερικανικές αρχές, οπωσδήποτε σε επίπεδο Πολιτείας (Γραφείο Secretary of State) για εταιρικούς τύπους LLC, corporation, partnership ή nonprofit corporation.

8) Σε *ομοσπονδιακό επίπεδο, αλλά και σε πολιτειακό για* ορισμένες μόνο Πολιτείες, η εγγραφή ολοκληρώνεται με την έκδοση *αριθμού φορολογικού μητρώου* στην Υπηρεσίας IRS (federal/state tax ID, επίσης γνωστό ως EIN / Employer Identification Number – βλ. Κεφάλαιο Γ περί φορολογίας).

9) *Λήψη ειδικών αδειών* (licenses and permits), από ομοσπονδιακές ή πολιτειακές αρχές, υπό προϋποθέσεις αναλόγως έδρας, δραστηριοτήτων και κανονισμών.

10) *Άνοιγμα εταιρικού τραπεζικού λογαριασμού*.

1.2 Νομικές Μορφές Εταιρειών

Το αμερικανικό θεσμικό πλαίσιο προβλέπει τις κάτωθι βασικές κατηγορίες εταιρειών[7]:

→ Sole Proprietorship (Ατομική Επιχείρηση)

→ Partnership – οι πιο δημοφιλείς υποκατηγορίες είναι:

- Limited Partnerships – LP
- Limited Liability Partnerships – LLP

→ Limited Liability Company – LLC (συνδυασμός Corporation και Partnership - ΕΠΕ)

→ Corporations – οι σημαντικότερες υποκατηγορίες είναι:

- C Corp – υψηλότερο κόστος σύστασης – όχι προσωπική ευθύνη εταίρων

---

[5] Π.χ. για καταχώρηση επωνυμίας σε Πολιτεία **Maryland**, στην ιστοσελίδα του Secretary of State https://sos.maryland.gov/Pages/default.aspx υπάρχει ξεχωριστός σύνδεσμος με οδηγίες για καταχώρηση επωνυμίας, σήματος κλπ >> https://sos.maryland.gov/Documents/Trademark.pdf. Αντίστοιχα, στην Πολιτεία **Delaware** η ιστοσελίδα του State Secretary προσφέρει τη δυνατότητα ελέγχου online της επωνυμίας (κατά πόσο χρησιμοποιείται ήδη) >> https://icis.corp.delaware.gov/Ecorp/NameReserv/NameReservation.aspx.

[6] SBA: https://www.sba.gov/business-guide/launch-your-business/register-your-business.

[7] URL: https://www.sba.gov/business-guide/launch-your-business/choose-business-structure.

- S Corp – περιορισμοί στον αριθμό των μετόχων
- B Corp – Benefit Corporation – συνδυασμός κοινωφελούς και κερδοσκοπικού χαρακτήρα
- Close Corporation – όπως οι B Corp, αλλά μικρότερες
- Nonprofit Corporation – γνωστές ως εταιρείες του άρθρου 501(c)(3) – μη κερδοσκοπικές

→ Cooperative – ομοιότητες με συνεταιρισμούς και συλλογικές επιχειρήσεις

1.3 Διαδικασίες Εισαγωγής – Περιορισμοί

Οι προϋποθέσεις για την εισαγωγή συγκεκριμένων αγαθών στις ΗΠΑ σχετίζονται με ένα ευρύ κατάλογο ποικίλων κριτηρίων (π.χ. ποσοστώσεις, χαμηλοί εισαγωγικοί δασμοί, απαγόρευση εισαγωγής προϊόντος λόγω επιβολής κυρώσεων), για τον προσδιορισμό των οποίων ο εξαγωγέας θα πρέπει να γνωρίζει τη δασμολογική κατηγορία του προϊόντος σύμφωνα με το Αμερικανικό Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών (US Harmonized Tariff Schedule/HTS classification number). Για τον καθορισμό του κωδικού HTS βλ. https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm.

Υπάρχουν ειδικές απαιτήσεις που σχετίζονται με καθορισμένα από τις σχετικές υπηρεσίες, ασφάλειας, υγείας κλπ., πρότυπα. Τα προϊόντα που υπάγονται στους ειδικούς κανονισμούς των διαφόρων υπηρεσιών δεν μπορούν να εισαχθούν χωρίς άδεια από την αρμόδια υπηρεσία[8].

Άδειες Εισαγωγής

Η Υπηρεσία Τελωνείων και Προστασίας των Συνόρων (U.S. Customs and Border Protection/CBP) δεν απαιτεί από τον εισαγωγέα να διαθέτει άδεια, άλλες Υπηρεσίες όμως μπορεί να ζητήσουν άδεια ή άλλη πιστοποίηση, ανάλογα με το προς εισαγωγή αγαθό/προϊόν (βλ. σχετικά ειδικό Παράρτημα του οδηγού Importing Into the U.S., http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf).

Εν τούτοις, ο εισαγωγέας μπορεί να χρειασθεί άδεια από τις τοπικές ή πολιτειακές Αρχές προκειμένου να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά.

Σε κάθε περίπτωση, η Υπηρεσία CBP θα ζητήσει από τον εισαγωγέα τον αριθμό εισαγωγής, ο οποίος μπορεί να είναι: ο αριθμός φορολογικής δήλωσης της εταιρείας (IRS business registration number), ή ο αριθμός κοινωνικής ασφάλισης (social security number) εάν ο εισαγωγέας δεν έχει εγγράψει την εταιρεία στο IRS ή δεν έχει ακόμα ιδρύσει εταιρεία. Εναλλακτικά, ο εισαγωγέας μπορεί να συμπληρώσει μία αίτηση (CBP Form 5106) προκειμένου να λάβει έναν ειδικό αριθμό ταξινόμησης τελωνείου (CBP assigned number) τον οποίο και παρουσιάζει στο σημείο εισόδου (Entry Branch at a CBP port of entry).

Διευκρινίζοντας ότι τη διεκπεραίωση των διαδικασιών εισαγωγής αναλαμβάνει ο εκάστοτε εδώ εισαγωγέας, για πληρέστερη ενημέρωση σχετικά με τις διαδικασίες εισαγωγής στις ΗΠΑ βλ. στην Υπηρεσία Τελωνείων ΗΠΑ https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export.

[8] Βλ. το κεφάλαιο με τις Ειδικές Προϋποθέσεις - Special Requirements του οδηγού "Importing Into the U.S." http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf

Βασικά βήματα για ορθό εκτελωνισμό προϊόντων

- Συμπεριλάβετε όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες στο τιμολόγιο εκτελωνισμού.
- Προετοιμάστε προσεκτικά το τιμολόγιο, συμπληρώστε με ευκρινείς χαρακτήρες και αναγράψτε τα δεδομένα στις αντίστοιχες στήλες.
- Βεβαιωθείτε ότι το τιμολόγιο περιέχει τις πληροφορίες που εμφανίζονται στο δελτίο αποστολής.
- Επισημάνετε και αριθμήστε κάθε πακέτο, έτσι ώστε να υπάρχει ταύτιση των επισημάνσεων και αριθμών των πακέτων με τα αντίστοιχα που εμφανίζονται στο τιμολόγιο.
- Καταγράψτε αναλυτικά στο τιμολόγιο κάθε τεμάχιο εμπορεύματος που περιέχεται σε κάθε πακέτο.
- Επισημάνετε τα αγαθά ευκρινώς και εμφανώς σύμφωνα με τις απαιτήσεις που ορίζονται από τους νόμους σήμανσης ΗΠΑ (Κεφ. 29 & 30 αναφερθέντος Οδηγού "Importing Into the U.S.").
- Συμμορφωθείτε με τις διατάξεις των ειδικών κανονισμών που μπορεί να ισχύουν για τα προϊόντα, όπως σχετικά με τρόφιμα, φάρμακα, καλλυντικά, αλκοολούχα ποτά, ραδιενεργά υλικά κ.ά. (Κεφάλαια 33, 34 & 35 ανωτέρω Οδηγού).
- Ακολουθήστε προσεκτικά τις οδηγίες αναφορικά με την τιμολόγηση, συσκευασία, σήμανση κ.λπ. που σας έχουν δοθεί από τον πελάτη στις ΗΠΑ. Ο πελάτης ή παραγγελιοδόχος πιθανότατα θα ελέγξει προσεκτικά αν το παραδοτέο εμπόρευμα ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές.
- Συνεργαστείτε με την CBP για τα πρότυπα συσκευασίας των προϊόντων (packing standards).
- Δώστε προσοχή στις διαδικασίες ασφάλειας κατά την μεταφορά των προϊόντων για φόρτωση. Μην επιτρέψετε λαθραία αγαθά να εισέλθουν στην φορτωτική σας.
- Επιλέξτε μεταφορέα που συμμετέχει στο Automated Manifest System (AMS).
- Εάν έχετε διορίσει επίσημο τελωνειακό πράκτορα για την συναλλαγή σας χρησιμοποιήστε εταιρεία που συμμετέχει στο Automated Broker Interface (ABI).

Εισαγωγή Τροφίμων

Το σύνολο των υποχρεώσεων/προϋποθέσεων για εισαγωγή τροφίμων στις ΗΠΑ παρατίθεται στην ιστοσελίδα της ομοσπονδιακής Αρχής US Food & Drug Administration (FDA), https://www.fda.gov/industry/import-program-food-and-drug-administration-fda όπου περιγράφονται αναλυτικά τα απαραίτητα βήματα και διαδικασίες:

- Importing FDA-Regulated Products
- Entry Submission Process
- Common Entry Errors

Στον προαναφερθέντα σύνδεσμο διατίθενται αναλυτικές πληροφορίες για την εισαγωγή/διάθεση τροφίμων στην εγχώρια αγορά όπως πχ. οι περιπτώσεις "παρέμβασης" της Υπηρεσίας FDA στις τελωνειακές διαδικασίες (δειγματοληψία, έλεγχος καταλληλόλητας τροφίμων και τελική έγκριση εισαγωγής), η σήμανση τροφίμων με ετικέτα συστατικών (ingredients) και διατροφικών στοιχείων (nutrition facts), η διαδικασία προηγούμενης ειδοποίησης αποστολής φορτίου "Prior Notice of Imported Foods" κλπ.

Η FDA έχει θέσει σε ισχύ τέσσερις κανονισμούς εμπορίας τροφίμων στην επικράτεια ΗΠΑ, κατ' εφαρμογή του νόμου Bioterrorism Act για την προστασία της αλυσίδας προμήθειας τροφίμων/κτηνοτροφών από τρομοκρατική επίθεση. Συγκεκριμένα:

1) Registration of Food/Feed Facilities

2) Prior Notice of Imported Food Shipments

3) Administrative Detention and Maintenance

4) Inspection of Records

Σύμφωνα με τους δύο πρώτους κανονισμούς οι εξαγωγείς τροφίμων απαιτείται να εγγράφονται σε ειδικό μητρώο της υπηρεσίας FDA, καθώς και να ειδοποιούν τις τελωνειακές αρχές πριν από κάθε αποστολή φορτίου.

Καταχώριση - Εγγραφή εταιρείας/μονάδας παραγωγής τροφίμων

Από το 2003, όλες οι εταιρείες που εξάγουν προϊόντα στις ΗΠΑ πρέπει να εγγράψουν το εργοστάσιο παραγωγής τους, οπωσδήποτε, προ της αποστολής / εισαγωγής προϊόντων, μέσω του ηλεκτρονικού συστήματος της FDA. Ειδικότερα, ο εξαγωγέας πρέπει να εγγραφεί και να πάρει αριθμό άδειας εισαγωγής από την FDA (Υπουργείο Υγείας), ο οποίος δεν ισοδυναμεί με άδεια εισαγωγής των προϊόντων. Η εν λόγω δήλωση, γνωστή ως "Food Facility Registration Form No 3537", υποβάλλεται μέσω διαδικτύου και είναι διαθέσιμη στην ιστοσελίδα www.access.fda.gov. ΓΙΑ τη διαδικασία εγγραφής, ο ιδιώτης ή η εταιρεία ή οποιοδήποτε εξουσιοδοτημένο άτομο που αναλαμβάνει εκ μέρους του εξαγωγέα την εγγραφή, μπορεί να ΧΡΗΣΙΜΠΟΠΟΙΕΙ ΤΗΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ LOGIN/CREAT ACCOUNT στην ιστοσελίδα https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/foodfacilityregistration/default.htm. Μέσω του παραπάνω ηλεκτρονικού συστήματος μπορούν επίσης να επικαιροποιηθούν τα στοιχεία της εταιρείας ή να ακυρωθεί μια εγγραφή (π.χ. εξαιτίας αλλαγής της εταιρικής ιδιοκτησίας ή παύση λόγω χρεοκοπίας).

Η εν λόγω διαδικασία είναι υποχρεωτική ενώ, σύμφωνα με νεότερους κανονισμούς, στο πλαίσιο των διατάξεων του Νόμου περί Εκσυγχρονισμού της Ασφάλειας Τροφίμων - FSMA (παρ. 102)[9] η επανεγγραφή όλων των εγκαταστάσεων τροφίμων που εξάγουν προϊόντα στις ΗΠΑ πρέπει να πραγματοποιείται ανά διετία, από 1ης Οκτωβρίου έως 31ης Δεκεμβρίου εκάστου έτους αναφοράς, κατά το 2020 υποχρεωτικά εν προκειμένω.

Επισημαίνεται ότι όλες οι επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των ελληνικών, πρέπει να αποκτήσουν επιπλέον και Μοναδικό Αναγνωριστικό Εταιρείας (Unique Facility Identifiers / UFIs), για να ανανεώσουν την εγγραφή τους στην FDA. Η προϋπόθεση αυτή εισάγεται πρώτη φορά στη διαδικασία ανανέωσης, ενώ το μοναδικό τέτοιο εταιρικό αναγνωριστικό UFI που γίνεται δεκτό από την FDA είναι οι λεγόμενοι αριθμοί DUNS (Data Universal Number System), οι οποίοι είναι μοναδικοί για κάθε εταιρεία και χρησιμοποιούνται ευρέως στις ΗΠΑ. Επομένως, για έκδοση αριθμού UFI / DUNS βλ. σύνδεσμο https://www.dnb.com/duns-number.html (να ακολουθείται η επιλογή "I' m a U.S. Government Contractor or Grantee" και εν συνεχεία επιλέγεται ως χώρα εγκατάστασης της ενδιαφερόμενης επιχείρησης η Ελλάδα από τον σχετικό κατάλογο).

Η εγγραφή, η ανανέωση εγγραφής, η επικαιροποίηση στοιχείων, ή η ακύρωση είναι υποχρεωτικές [βάσει διάταξης Section 301(dd), FD&C Act]. Μη συμμόρφωση θεωρείται ποινικό αδίκημα με όλες τις νομικές συνέπειες. Εάν τα τρόφιμα που εισάγονται στις ΗΠΑ προέρχονται από ξένη

[9] URL: https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/fsma/ucm247548.htm (FSMA - full text)

εγκατάσταση για την οποία η εγγραφή δεν έχει υποβληθεί, τα τρόφιμα κατάσχονται στον λιμένα εισόδου και δεν παραδίδονται στον εισαγωγέα, τον ιδιοκτήτη, ή τον παραλήπτη των τροφίμων, έως καταχώρισης της ξένης εγκατάστασης. Εντούτοις τα τρόφιμα μπορεί να μεταφερθούν σε ασφαλή εγκατάσταση από την FDA ή την Υπηρεσία Τελωνείων και Προστασίας Συνόρων (CBP).

Η FDA μπορεί να αναστείλει μία εγγραφή [Section 415(b), FD&C Act], στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- Όταν θεωρεί ότι τα τρόφιμα που παρασκευάζονται, υπόκεινται σε επεξεργασία, συσκευάζονται, ή διατηρούνται σε μια εγγεγραμμένη εγκατάσταση ενδέχεται να προκαλέσουν (βάσει αντικειμενικών στοιχείων) σοβαρές δυσμενείς συνέπειες στην υγεία, ή θάνατο σε ανθρώπους ή ζώα
- Η συγκεκριμένη εγκατάσταση προκάλεσε ή ευθύνεται με οποιονδήποτε τρόπο για το ανωτέρω ενδεχόμενο, ή
- γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει για τέτοιο ενδεχόμενο

Σε περίπτωση αναστολής της εγγραφής μιας εγκατάστασης τροφίμων, κανείς δεν μπορεί να εισάγει ή να εξάγει τα τρόφιμα στις ΗΠΑ σε διακρατικό ή διαπολιτειακό επίπεδο [Section 415(b)(4), FD&C Act]. Ωστόσο, παρέχεται στον εγγεγραμμένο η δυνατότητα άτυπης ακρόασης, η οποία δίδεται προκειμένου η εγγεγραμμένη επιχείρηση να προβεί σε προβλεπόμενες ενέργειες εκ νέου καταχώρισης της εγγραφής και ενεργοποίησης της νέας καταχώρισης. Η FDA μπορεί επίσης να καταχωρίσει εκ νέου μια εγγραφή εάν θεωρήσει, βάσει στοιχείων, ότι δεν υπάρχουν επαρκείς λόγοι παράτασης της αναστολής της εγγραφής [Section 415(b)(4), FD&C Act].

Εξαιρούνται της υποχρέωσης εγγραφής οι υπαίθριες αγορές, ενώ αγροκτήματα ξένης χώρας που αποστέλλουν τρόφιμα απευθείας στις ΗΠΑ απαλλάσσονται των απαιτήσεων εγγραφής όπως προβλέπεται [Section 415, FD&C Act,]. Για διευκρινήσεις επί εξαιρέσεων και για αναλυτικότερη σχετική πληροφόρηση για την υποχρέωση εγγραφής βλ. "Questions & Answers Regarding Food Facility Registration (Seventh Edition): Guidance for Industry" στην ιστοσελίδα https://www.fda.gov/media/85043/download (σελ. 4). Επισημαίνεται ότι ως εγκατάσταση τροφίμων ορίζεται η εγχώρια ή ξένη εγκατάσταση όπου υπόκεινται σε επεξεργασία, συσκευάζονται ή διατηρούνται τρόφιμα για ανθρώπινη ή ζωική κατανάλωση στην αγορά ΗΠΑ (21 CFR 1.225). Δεν περιλαμβάνονται αγροκτήματα, εστιατόρια, και καταστήματα λιανικής [παρ. 415(c)(1) του FD&C Act], αλλά όμως περιλαμβάνονται τα κέντρα διανομής λιανοπωλητών.

Εισαγωγή τροφίμων μέσω e-shop

Καταρχήν, ανεξαρτήτως του "μέσου" που χρησιμοποιείται (συμβατικό ή ηλεκτρονικό εμπόριο), για κάθε προϊόν που εισέρχεται από οποιαδήποτε τρίτη χώρα στην αμερικανική αγορά, πρέπει, ως εισαγόμενο, να ακολουθούνται κανονισμοί και διαδικασίες που αναλόγως προβλέπονται. Υπεύθυνος προϋποθέσεων εισαγωγής (ειδικές άδειες, δασμοί, ποσοστώσεις) είναι ο αγοραστής/εισαγωγέας (ο εισαγωγέας επιβαρύνεται και με τους εισαγωγικούς δασμούς).

Για αναλυτικές πληροφορίες όσον αφορά στις διαδικτυακές εμπορικές συναλλαγές βλ. https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export/internet-purchases. Για απαγορευμένα ή περιορισμένης εισαγωγής αγαθά, σε κάθε περίπτωση, βλ. https://www.cbp.gov/travel/us-citizens/know-before-you-go/prohibited-and-restricted-items. Για διεθνείς διαδικτυακές πωλήσεις προσφέρεται οδηγός επιχειρείν στο https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/electronic-commerce-selling-internationally-guide-businesses (συμφωνία ΗΠΑ με 28 χώρες, μεταξύ των οποίων η Ελλάδα, για σεβασμό βασικών αρχών στο χώρο του e-

commerce).

Τα εμπορεύματα που αποστέλλονται μέσω διεθνούς ταχυδρομικής υπηρεσίας προωθούνται, άμα τη αφίξει τους, στα σημεία εισόδου (U.S. Customs and Border Protection International Mail Branches) για εκκαθάριση. Σε παραπάνω σύνδεσμο "Internet Purchases" της αμερικανικής αρχής τελωνείων CBP, διευκρινίζεται ότι εμπορεύματα που αποστέλλονται μέσω διαδικτυακών πωλήσεων διακρίνονται, με βάση τη διαδικασία εισόδου, σε 3 κατηγορίες:

1. Είσοδος ταχυδρομείου (mail entry): Εάν η αξία του εμπορεύματος είναι μικρότερη των $ 2.000 και αυτό δεν υπόκειται σε ποσοστώσεις ή δεν είναι προϊόν περιορισμένης εισαγωγής ή απαγορευμένο, η Υπηρεσία CBP διεκπεραιώνει τη γραφειοκρατική διαδικασία εισαγωγής, επιβάλλει τον κατάλληλο δασμό, και απελευθερώνει για παράδοση.

2. Είσοδος προϊόντων de minimis αξίας: Για εμπορεύματα αξίας μικρότερης των $ 800 η CBP ακολουθεί απλοποιημένη διαδικασία, χωρίς περαιτέρω έγγραφα ή επιβολή δασμού, ωστόσο η Υπηρεσία διατηρεί πάντα το δικαίωμα να απαιτήσει επίσημη είσοδο για οποιαδήποτε εισαγωγή (συνήθως εάν υπάρχει κάτι ασυνήθιστο ή λείπουν σημαντικά έγγραφα, π.χ. τιμολόγιο).

3. Είσοδος εμπορευμάτων που έχουν αποσταλεί με courier, express, ή άλλη εμπορική υπηρεσία: οι τελευταίοι συνήθως χρησιμοποιούν / προσλαμβάνουν διαμεσολαβητές "customs brokers", οι οποίοι χρεώνουν για τις υπηρεσίες τους ανάλογα τον αγοραστή ή τον πωλητή. Ομοίως για εναέρια, θαλάσσια ή οδική μεταφορά / αποστολή εμπορευμάτων.

Εάν επιβληθεί δασμός η CBP θα χρεώσει για την εκκαθάριση και θα αποστείλει τα στοιχεία (δασμό και τέλος εκκαθάρισης) στο τοπικό ταχυδρομείο, συνήθως, όπου αποστέλλεται το εμπόρευμα. Για επιτάχυνση της όλης διαδικασίας στο σημείο εισόδου ο πωλητής πρέπει να επισυνάψει την αίτηση *CN 22 ή CN 23* (*U.S. Customs and Border Protection Declaration Form*) στη συσκευασία του εμπορεύματος. Εάν η αξία του εμπορεύματος είναι μεγαλύτερη των $ 800 το προϊόν θα παρακρατηθεί έως ότου ολοκληρωθεί η διαδικασία επίσημης εισόδου.

Περιορισμοί εισαγωγών

- *Μη Δασμολογικά Εμπόδια Πρόσβασης Προϊόντων.*

Επισημαίνεται ότι δεν επιτρέπεται η εισαγωγή ορισμένων αγροδιατροφικών προϊόντων στις ΗΠΑ χωρίς προηγούμενη ειδική έγκριση της αμερικανικής πλευράς[10].

Φυτά και φρέσκα φρούτα / λαχανικά (πρωτόκολλα εισαγωγής). Για την εισαγωγή των εν λόγω προϊόντων απαιτείται έγκριση πρωτοκόλλου εισαγωγής της Υπηρεσίας APHIS / Animal and Plant Health Inspection Service (α/Υπουργείου Γεωργίας USDA), κατόπιν υποβολής αιτήματος από ενδιαφερόμενη χώρα. Σε αυτό το πλαίσιο, διαμεσολαβούμε έναντι αρμόδιων Υπηρεσίας APHIS και ΥΠΑΑΤ ως προς υποβληθέντα ελληνικά αιτήματα (επί του παρόντος επιτρέπονται ελληνικές εξαγωγές ορισμένων μόνο εν λόγω προϊόντων).

Κρέας, πουλερικά και προϊόντα αυγών (έγκριση ισοδυναμίας). Για την εισαγωγή εν λόγω προϊόντων απαιτείται αναγνώριση ισοδυναμίας (equivalence) προδιαγραφών και συστημάτων ελέγχου παραγωγής (της ενδιαφερόμενης χώρας εξαγωγής). Η διαδικασία έγκρισης, αρμοδιότητας Υπηρεσίας FSIS / Food Safety and Inspection Service (α/Υπουργείου Γεωργίας USDA), δρομολογείται σε διμερές επίπεδο μεταξύ ΗΠΑ και κάθε κ-μ της ΕΕ ξεχωριστά. Σε αυτό το

[10] Οι περιορισμοί αφορούν σε φρέσκα / νωπά προϊόντα και όχι σε μεταποιημένα τρόφιμα, εφόσον τα τελευταία πληρούν τις προδιαγραφές και διαδικασίες που ορίζονται, ανά κατηγορία προϊόντων, από την υπηρεσία Food & Drug Administration (FDA) του α/Υπουργείου Υγείας.

πλαίσιο, διαμεσολαβούμε έναντι αρμόδιων Υπηρεσίας FSIS και ΥΠΑΑΤ ως προς υποβληθέντα ελληνικά αιτήματα. Επί του παρόντος δεν επιτρέπονται ελληνικές εξαγωγές εν λόγω προϊόντων ρυθμιστικής αρμοδιότητας FSIS.

Αλιεύματα / ιχθυηρά (τήρηση καταλόγου LOFF). Για εισαγόμενα αλιεύματα MMPA / Marine Mammal Protection Act, Fish and Fish Products Import Provisions, έχουν ζητηθεί πληροφορίες αλιευτικής πολιτικής από όλες τις χώρες εξαγωγής εν λόγω προϊόντων στις ΗΠΑ, ενώ ενδιαφερόμενες χώρες θα μπορούν εξάγουν προϊόντα, ειδικού για τα αλιεύματα, καταλόγου LOFF / List of Foreign Fisheries μόνο κατόπιν βεβαίωσης ολοκλήρωσης "έρευνας συγκρισιμότητας" (comparability report), αρμοδιότητας Υπηρεσίας NOAA / National Oceanic and Atmospheric Administration. Σε αυτό το πλαίσιο, διαμεσολαβούμε έναντι αρμόδιων Υπηρεσίας NOAA και ΥΠΑΑΤ ως προς τήρηση προϋποθέσεων α/κανονισμού εισαγόμενων αλιευμάτων. Επί του παρόντος, η Ελλάδα εξάγει προϊόντα αλιείας και υδατοκαλλιέργειας στις ΗΠΑ, οποίες εξαγωγές θα συνεχιστούν απρόσκοπτα έως 31.12.2022. Στο μεταξύ το ΥΠΑΑΤ συνεργάζεται με NOAA, παρέχοντας όλα τα απαραίτητα στοιχεία, προκειμένου να ολοκληρωθεί η διαδικασία συγκρισιμότητας επιτυχώς για τη χώρα μας και να συνεχίσουν απρόσκοπτα οι εξαγωγές από 1.1.2023.

- *Δασμολογικά Εμπόδια Πρόσβασης Προϊόντων.*

α) Επιβολή πρόσθετων δασμών "Section 232" σε εισαγόμενα προϊόντα χάλυβα (25%) και αλουμινίου (10%) στις ΗΠΑ. Παρακολουθείται θέμα εν λόγω δασμών, οι οποίοι για τα κ-μ ΕΕ ισχύουν από 1.6.2018, προς ενημέρωση αρμόδιων ελληνικών αρχών και διαμεσολάβηση έναντι αμερικανικών αρχών ως προς συναφή ζητήματα ελληνικών επιχειρήσεων.

β) Επιβολή πρόσθετων δασμών “Section 301” σε εισαγόμενα προϊόντα από την ΕΕ, 10% για αεροσκάφη (για 4 χώρες σχήματος Airbus) και 25% σε σειρά άλλων προϊόντων, και αγροδιατροφικών ελληνικού ενδιαφέροντος, λόγω της υπόθεσης ΠΟΕ επιδοτήσεων σε Airbus. Παρακολουθείται θέμα εν λόγω δασμών, οι οποίοι ισχύουν από 18.10.2019, προς ενημέρωση αρμόδιων ελληνικών αρχών και διαμεσολάβηση έναντι αμερικανικών αρχών ως προς συναφή ζητήματα ελληνικών επιχειρήσεων. Σε παρούσα φάση, έχουν πραγματοποιηθεί δύο αναθεωρήσεις επί των δασμών Airbus (Φεβρουάριο και Αύγουστο 2020), ενώ, σύμφωνα με το σχετικό χρονοδιάγραμμα, η επόμενη αναμένεται για το Φεβρουάριο 2021. Οι εν λόγω δασμοί επιβαρύνουν 15 δασμολογικούς κωδικούς (κατηγορίες) ελληνικών προϊόντων.

γ) Δασμοί αντιντάμπινγκ (ή έρευνες αντιντάμπινγκ), σε προϊόντα ε/εταιρειών χάλυβα και αλουμινίου.
Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων διαμεσολαβεί, ενεργώντας κατά περίπτωση, έναντι αρμόδιων α/Αρχών (Υπηρεσιών ITA / International Trade Administration και ITC / International Trade Commission), προς αντιμετώπιση συναφών προβλημάτων ελληνικών επιχειρήσεων.

1.4 Σήμανση – Ετικέτες προϊόντων

Τα εισαγόμενα προϊόντα πρέπει απαραιτήτως να φέρουν σήμανση χώρας προέλευσης (country of origin label). Αρμόδια Υπηρεσία για την έγκριση της ετικέτας είναι η Αμερικανική Υπηρεσία Τροφίμων και Φαρμάκων / FDA (www.fda.gov) η οποία και παρέχει τους κανονισμούς σήμανσης για συμβατικά τρόφιμα[11]. Η FDA μπορεί να απαγορεύσει τον εκτελωνισμό τροφίμων

[11] Πηγές:

(α) http://www.fda.gov/food/ingredientspackaginglabeling/labelingnutrition/ucm2006860.htm, Labeling & Nutrition

σε περίπτωση "misbranding" (εσφαλμένων πληροφοριών στις ετικέτες).

Η ετικέτα θα πρέπει, υποχρεωτικά, να αναφέρει, στην αγγλική, τα εξής στοιχεία:

- Όνομα του προϊόντος (Statement of product - Identity) με έντονους χαρακτήρες.
- Το βάρος του προϊόντος, σύμφωνα με το Αμερικανικό Μετρικό Σύστημα[12].
- Τον πλήρη κατάλογο των συστατικών, κατά σειρά σημαντικότητας.
- Warning Statement: για ορισμένα προϊόντα είναι απαραίτητο να αναγράφεται εάν η συσκευασία είναι αεροστεγής, εάν υπάρχουν διαιτητικά ιχνοστοιχεία, εάν περιέχεται σακχαρίνη ή να γίνεται μνεία, εάν υπάρχουν, υλικών που επηρεάζουν την υγεία.

Επισημαίνεται ότι η FDA έχει εκδώσει, με ημερομηνία έναρξης ισχύος από 26.7.2019, νέους κανόνες σήμανσης (labelling requirements) αγροδιατροφικών προϊόντων (τρόφιμα, ποτά και συμπληρώματα διατροφής), με οποίους επιβάλλονται σημαντικές αλλαγές. Συγκεκριμένα, η ετικέτα πρέπει να αντικατοπτρίζει τα επιστημονικά δεδομένα που συνδέουν την διατροφή με χρόνιες παθήσεις, όπως η παχυσαρκία και οι καρδιοπάθειες. Οι ετικέτες διευκολύνουν την συνειδητή επιλογή ενός προϊόντος από τον καταναλωτή με βάση την διατροφική αξία.

Επιπλέον, στις ΗΠΑ είναι υποχρεωτική η αναγραφή στις ετικέτες των τροφίμων συνόλου στοιχείων συμπεριλαμβανομένων των: θερμίδων, μερίδων ανά πακέτο, λιπαρών (κορεσμένων και trans), χοληστερόλης, νατρίου, καλίου, υδατανθράκων (σάκχαρα και φυτικές ίνες), πρωτεΐνης, βιταμίνης D, ασβεστίου και σιδήρου. Οι πληροφορίες αυτές παρουσιάζονται σε έναν πίνακα στο πίσω μέρος της συσκευασίας, με τρόπο ευανάγνωστο για τον καταναλωτή.

Βασικά σημεία νέας νομοθεσίας σήμανσης προϊόντων

- Guidance for Industry: Guide for Developing and Using Data Bases for Nutrition Labeling, https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/guidance-industry-guide-developing-and-using-data-bases-nutrition-labeling
- Changes to the Nutrition Facts Label, https://www.fda.gov/food/food-labeling-nutrition/changes-nutrition-facts-label
- Industry Resources on the Changes to the Nutrition Facts Label, https://www.fda.gov/food/food-labeling-nutrition/industry-resources-changes-nutrition-facts-label
- Side-by-Side Comparison (Label, Original vs. Old), https://www.fda.gov/media/97999/download

- Εμφανισιακά η ετικέτα παραμένει η ίδια, αλλά οι δηλώσεις “Θερμίδες”, “Μερίδες ανά Πακέτο”, και “Μερίδα” τονίζονται πλέον ιδιαίτερα. Υποχρεωτική είναι επίσης η δήλωση της ακριβούς ποσότητας αλλά και του ποσοστού της καθημερινής διατροφικής αξίας βιταμινών και ανόργανων συστατικών. Η δήλωση “Περιλαμβάνει Χ g Πρόσθετα Σάκχαρα” προστίθεται ακριβώς κάτω από την κατηγορία “Ολικά σάκχαρα”. Αναλυτικότερα:

- Food Labeling and Nutrition Overview
(β) http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm, Changes to the Nutrition Facts Label
(γ) https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/guidancedocumentsregulatoryinformation/ucm063113.htm. , Guidance for Industry: A Food Labeling Guide

[12] Για το Αμερικανικό Μετρικό Σύστημα, βλ. National Bureau of Standards (NBS): Office of Weights and Measures/Metric Program, National Institute of Standards and Technology, URL: http://www.nist.gov/metric)

- Αύξηση του μεγέθους της γραμματοσειράς για "Θερμίδες", "Μερίδες ανά Πακέτο", και "Μερίδα". Έντονη σήμανση του αριθμού θερμίδων και της "Μερίδας".
- Καταγραφή της πραγματικής ποσότητας, επιπλέον της καταγραφής του ακριβούς ποσοστού της Ενδεικτικής Ημερήσιας Πρόσληψης, σε βιταμίνη D, ασβέστιο, σίδηρο και κάλιο, έτσι ώστε ο καταναλωτής να είναι σε θέση να γνωρίζει τι ποσοστό ακριβώς καταναλώνει. Προαιρετική η καταγραφή των γραμμαρίων για άλλες βιταμίνες και μέταλλα.
- Στην υποσημείωση εξηγείται διακριτά το ποσοστό των ημερήσιων αναγκών ενός μέσου ανθρώπου για ορισμένα θρεπτικά συστατικά που καλύπτεται από μία μερίδα του τρόφιμου (% Daily Value για δίαιτα 2.000 θερμίδων). Συγκεκριμένα, αναγράφεται: *"The % Daily Value tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice"*.

<u>Πληροφορίες διατροφικής αξίας</u>

- "Πρόσθετα σάκχαρα" σε γραμμάρια και % σε ημερήσια αξία περιλαμβάνονται πλέον στην ετικέτα, βάσει των νέων οδηγιών για την δίαιτα των Αμερικανών (βλ. 2015-2020 Dietary Guidelines for Americans). Ο τελικός κανόνας προβλέπει η δήλωση "Περιλαμβάνει X g Πρόσθετα Σάκχαρα"[13] προστίθεται ακριβώς κάτω από την κατηγορία "Ολικά σάκχαρα", ώστε οι καταναλωτές να αντιλαμβάνονται πόση ζάχαρη έχει προστεθεί στο προϊόν.
- Επικαιροποιείται η κατάσταση των θρεπτικών ουσιών που πρέπει ή μπορεί να δηλώνονται. Η Βιταμίνη D και το Κάλιο πρέπει πλέον να δηλώνονται στην ετικέτα (βάσει ερευνών που καταδεικνύουν επιδράσεις στην υγεία, βλ. https://www.cdc.gov/nchs/nhanes/). Το Ασβέστιο και ο Σίδηρος εξακολουθούν να δηλώνονται. Οι Βιταμίνες A και C δηλώνονται προαιρετικά και δεν είναι πλέον υποχρεωτική η καταγραφή τους.
- Καταγράφεται η συνολική ποσότητα λιπαρών που περιέχει το τρόφιμο, ήτοι πολυακόρεστα, μονοακόρεστα και κορεσμένα λιπαρά, αλλά δεν είναι πλέον υποχρεωτική η δήλωση του ποσοστού ενέργειας (σε θερμίδες) που προσλαμβάνεται από λίπος ("Calories from Fat").
- Επικαιροποιούνται οι ημερήσιες αξίες θρεπτικών συστατικών, όπως νάτριο, φυτικές ίνες και βιταμίνη D, με βάση νεότερα επιστημονικά στοιχεία (2015-2020 Dietary Guidelines for Americans).
- Βάσει του νόμου, τα μεγέθη των μερίδων πρέπει να βασίζονται στις ποσότητες (τροφίμων / ποτών) που ο χρήστης καταναλώνει πραγματικά και όχι στις ποσότητες που θα μπορούσε να καταναλώσει. Τα εν λόγω κριτήρια μεγέθους μερίδας άλλαξαν από τα προηγούμενα του 1993.
- Το ανάλογο ισχύει και για τα μεγέθη συσκευασίας (τι καταναλώνουν οι Αμερικανοί). Έτσι, για συσκευασίες που περιλαμβάνουν μεταξύ μίας και δύο μερίδων, οι θερμίδες και τα άλλα θρεπτικά συστατικά θα πρέπει να επισημανθούν ως μία μερίδα.
- Για ορισμένα προϊόντα που διατίθενται ως άνω της μίας μερίδας, αλλά που θα μπορούσαν να καταναλωθούν σταδιακά, οι συσκευαστές θα πρέπει να συμπεριλάβουν στην ετικέτα "διπλή" στήλη υποδεικνύοντας την ποσότητα των θερμίδων και θρεπτικών συστατικών τόσο "ανά μερίδα" όσο και ανά πακέτο/μονάδα (per serving and per package/per unit).

[13] Ο ορισμός των πρόσθετων σακχάρων περιλαμβάνει σάκχαρα που προστίθενται είτε κατά την επεξεργασία των τροφίμων, ή συσκευασμένων τροφίμων που περιέχουν σάκχαρα (ελεύθερα σάκχαρα, μονοσακχαρίτες και δισακχαρίτες), τα σάκχαρα από σιρόπια και μέλι, και τα σάκχαρα από συμπυκνωμένους χυμούς φρούτων ή λαχανικών (Nutrition Facts Label Final Rule, p. 897)

1.5 Τελωνειακή Νομοθεσία

Το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών (US HTS) είναι το πλαίσιο αναφοράς του εθνικού δασμολογίου ΗΠΑ, αντιστοίχισης προϊόντος με ποσοστό δασμού (βλ. http://www.cbp.gov/trade/trade-community/duty-tariff-rates/determining-duty-rates). Για απευθείας ενημέρωση σχετικά με τους δασμούς εισαγωγής προϊόντων στις ΗΠΑ, βλ. σε ιδιαίτερα εύχρηστη βάση δεδομένων "Interactive Tariff and Trade Data Web" της Υπηρεσίας US International Trade Commission https://dataweb.usitc.gov/, όπως αναφέρεται αναλυτικότερα, σχετικά με δασμούς, στο Κεφάλαιο Γ (Φορολογία – Δασμολόγηση), Ενότητα 6 (Δασμοί) του ανά χείρας οδηγού.

Πέραν των δασμών υπάρχουν και άλλοι φόροι και τέλη που συλλέγει η Υπηρεσία Τελωνείων και Συνοριακής Προστασίας ΗΠΑ (U.S. Customs and Border Protection / CBP) για εισαγόμενα αγαθά, καθόσον συλλέγονται ομοσπονδιακοί φόροι και τέλη εκ μέρους άλλων Ομοσπονδιακών Υπηρεσιών υπό τον Νόμο Consolidated Omnibus Budget Reconciliation Act (COBRA). Η επιβολή ή μη επιπρόσθετου φόρου εξαρτάται από το είδος του εισαγόμενου αγαθού. Για παράδειγμα, τα αλκοολούχα ποτά και τα προϊόντα καπνού υπόκεινται σε ομοσπονδιακούς έμμεσους φόρους (Federal Excise Tax). Η Φορολογική Υπηρεσία (IRS) καθορίζει το ύψος του φόρου και η CBP εισπράττει τον φόρο εκ μέρους της IRS. Ο εξαγωγέας χρειάζεται να επικοινωνήσει με κάποιον ειδικό επί των εισαγωγών στο σημείο εισόδου των προϊόντων, ώστε να πληροφορηθεί εάν απαιτούνται επιπλέον φόροι ή/και τέλη και το ύψος αυτών (εφόσον απαιτούνται) για τα συγκεκριμένα αγαθά που πρόκειται να εισαχθούν στις ΗΠΑ.

2. Στρατηγική Εισόδου – Δίκτυα Διανομής

Λόγω της πολυπλοκότητας και του μεγέθους της αμερικανικής αγοράς, θεωρούμε ιδιαιτέρως χρήσιμη την επικοινωνία κάθε επιχειρηματία/ενδιαφερόμενου με συλλογικούς/κλαδικούς φορείς του υπό διερεύνηση τομέα δραστηριοτήτων, δεδομένου ότι στις ΗΠΑ υφίστανται σύνδεσμοι/φορείς σχεδόν για κάθε κλάδο/δραστηριότητα. Αρκετοί εξ΄ αυτών εδρεύουν στην πρωτεύουσα Washington DC δραστηριοποιούμενοι σε ομοσπονδιακό επίπεδο ενώ, ωστόσο, έντονη δραστηριότητα αναπτύσσουν και εκείνοι που δραστηριοποιούνται σε πολιτειακό επίπεδο.

Μία από τις βασικές προκλήσεις εισόδου σε ξένες αγορές είναι η εύρεση κατάλληλου δικτύου διανομής, σε συνάρτηση με την επιλογή του σημείου εισόδου. Παραδοσιακά, για τα ελληνικά προϊόντα βασικά σημεία εισόδου είναι οι περιοχές όπου συγκεντρώνεται η πλειοψηφία του ομογενειακού πληθυσμού, ήτοι οι περιοχές Νέας Υόρκης (συμπ. New Jersey) και Σικάγο, ενώ σημαντικά εμπορικά, διαμετακομιστικά και επιχειρηματικά κέντρα είναι επίσης η Βαλτιμόρη, το Μαϊάμι, το Σαν Φρανσίσκο (Άγιος Φραγκίσκος), η Ατλάντα κ.λπ.

Ένας από τους βασικούς παράγοντες που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την επιλογή του δικτύου διανομής είναι, καταρχάς, η τιμολόγηση του προϊόντος. Τα παραδοσιακά κανάλια διανομής που συμπεριλαμβάνουν ενδιάμεσους, εισαγωγείς και διανομείς, αναπόφευκτα οδηγούν σε σημαντική προσαύξηση της τελικής τιμής του προϊόντος στον καταναλωτή.

Παραθέτουμε, ενδεικτικά, τους βασικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του κατάλληλου δικτύου διανομής:

- Ο αριθμός των πελατών /- σε μικρό αριθμό πελατών ενδεχομένως είναι σκόπιμη η απευθείας πώληση σε αυτούς.

- Η τοποθεσία του πελάτη /- κατά πόσο οι πελάτες είναι συγκεντρωμένοι σε μία περιοχή ή διασκορπισμένοι σε μεγάλη γεωγραφική έκταση.
- Η τιμή του προϊόντος /- θα πρέπει να διαφοροποιείται η προσέγγιση για ένα προϊόν μεγάλου όγκου και μικρής τιμής από ένα προϊόν υψηλής αξίας και μικρού όγκου, ενώ τα "ακριβά" προϊόντα συνήθως διακινούνται μέσω brokers ή εκπροσώπων μέσω απευθείας αποστολής.
- Η πολυπλοκότητα των προϊόντων /- συνήθως οι εκπρόσωποι και brokers δεν προσφέρουν after sales υπηρεσίες στους πελάτες, γι' αυτό το λόγο σε περιπτώσεις πολύπλοκων προϊόντων, όταν απαιτείται συνεχής επικοινωνία με τον πελάτη, ενδέχεται χρειαστεί η σύσταση τοπικού γραφείου κοντά στην περιοχή των πελατών.
- Το θεσμικό πλαίσιο στην Πολιτεία αγορά-στόχο /- ανάλογα με το αντικείμενο/τομέα δραστηριοτήτων, ενδεχομένως ορισμένες Πολιτείες διαθέτουν προβλέψεις για συγκεκριμένο δίκτυο διανομής (π.χ. για το κρασί).
- Το κόστος μεταφοράς και αποθήκευσης /- σε ορισμένες περιπτώσεις ενδέχεται να είναι πιο επικερδής η παραγωγή του προϊόντος εντός ΗΠΑ παρά η αποστολή τους από την Ελλάδα.

Ενδεικτικά, αναφέρουμε ορισμένες <u>εναλλακτικές επιλογές</u> ως προς δίκτυα διανομής:

- Απευθείας πώληση στον πελάτη: σε περιπτώσεις που το επιτρέπουν τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, είναι η προτιμότερη επιλογή, με το χαμηλότερο κόστος.
- ηλεκτρονικό εμπόριο και κατάλογοι: αφορά κυρίως τις περιπτώσεις όπου ο εξαγωγέας δύναται να απευθυνθεί απευθείας στον πελάτη/καταναλωτή, σε συνεργασία με εταιρείες courier όπως FedEx.
- Fulfillment Warehouses (αποθήκες διεκπεραίωσης παραγγελιών): Αρκετές αποθήκες προσφέρουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες logistics, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών εκτελωνισμού, αποθήκευσης, εκτέλεσης της παραγγελίας, επεξεργασίας τιμολογίων, ακόμη και την εξυπηρέτηση πελατών.
- Αντιπρόσωπος/Sales Agent/ Broker: Αρκετές φορές οι αντιπρόσωποι και οι εταιρείες πώλησης/διανομής εξειδικεύονται σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές. Κατά την πλειοψηφία τους αμείβονται με ποσοστό επί των πωλήσεων, ενώ το προϊόν δεν περιέρχεται ποτέ στην ιδιοκτησία τους και συνήθως δεν φέρουν ευθύνη για την αποθήκευση και αποστολή των προϊόντων.
- Διανομείς: Οι διανομείς προσφέρουν μεγάλο εύρος υπηρεσιών, από την εκτέλεση της εισαγωγής έως και το μάρκετινγκ. Συνήθως, όμως, ζητούν δικαιώματα αποκλειστικής διανομής και εκπροσώπησης στη χώρα ή τουλάχιστον σε συγκεκριμένη περιοχή (Πολιτείες). Αρκετές φορές οι διανομείς ζητούν και τον αποκλειστικό έλεγχο της τιμολογιακής πολιτικής – έλεγχο στην τελική τιμή του προϊόντος. Σε περίπτωση αποκλειστικής συνεργασίας με συγκεκριμένο διανομέα, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στο ενδεχόμενο η ίδια εταιρεία να εκπροσωπεί και ανταγωνιστικά προϊόντα, οπότε μέσω μιας αποκλειστικής συμφωνίας να προσπαθήσει να περιορίσει ή και να αποκλείσει την είσοδο του νέου ανταγωνιστικού προϊόντος στην αγορά. Πριν από την υπογραφή οποιασδήποτε συμφωνίας, κρίνεται σκόπιμη η συνδρομή δικηγόρου που γνωρίζει το αμερικανικό θεσμικό πλαίσιο.

Θεσμικό πλαίσιο FDA για τον Τοπικό Πράκτορα (Agents/Brokers)

Σύμφωνα με την Υπηρεσία FDA (αρμόδια για τρόφιμα και φάρμακα) κάθε ξένη επιχείρηση επιτρέπεται να έχει μόνο έναν agent υπεύθυνο για θέματα καταχώρισης/εγγραφής της επιχείρησης (establishment registration). Ωστόσο, αυτό αφορά μόνο τη διαδικασία εγγραφής και δεν αποκλείει σε μια εταιρεία τη δυνατότητα να διαθέτει διάφορους brokers για άλλου είδους επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Η αλλοδαπή επιχείρηση μπορεί να αλλάξει τον επιτόπιο agent οποιαδήποτε στιγμή. Πρέπει όμως να επικαιροποιήσει τα στοιχεία που έχει δώσει κατά την εγγραφή της και εν προκειμένω για τον νέο εκπρόσωπό της (agent), μέσα σε 60 ημερολογιακές ημέρες από την αλλαγής [21 CFR 1.234(a)][14].

Από πλευράς FDA, και για λόγους καταχώρισης, είναι επαρκής η δήλωση του ονόματος και των στοιχείων επικοινωνίας του επιτόπιου του επιτόπιου εκπροσώπου / πράκτορα κατά την εγγραφή. Κατ' αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να "εξουσιοδοτήσει τον ατζέντη". Ωστόσο, από επιχειρηματική άποψη, η εταιρεία μπορεί να επισημοποιήσει τη σχέση με τον πράκτορα υπογράφοντας κάποιο είδος γραπτής συμφωνίας. Ανεξαρτήτως επίσημης ή ανεπίσημης συμφωνίας μεταξύ της εταιρείας και του πράκτορα, η FDA θεωρεί ότι το άτομο που έχει οριστεί εκπρόσωπος κατά την εγγραφή/καταχώριση της εν λόγω εταιρείας έχει πιστοποιηθεί να φέρεται ως τέτοιος από την ίδια την εταιρεία.

3. Βιομηχανική Ιδιοκτησία

Αρμόδια αμερικανική Υπηρεσία για ζητήματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας είναι το Γραφείο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας και Εμπορικών Σημάτων, USPTO / United States Patent and Trademark Office (https://www.uspto.gov), το οποίο τηρεί εθνικό μητρώο καταχώρισης ευρεσιτεχνιών, εμπορικών σημάτων και βιομηχανικών σχεδίων, εξυπηρετώντας, εν προκειμένω, τα συμφέροντα ιδιωτών και επιχειρήσεων αναφορικά με εφευρέσεις και εταιρικά προϊόντα.

Αιτήσεις για διπλώματα ευρεσιτεχνίας και καταχωρίσεις εμπορικών σημάτων και βιομηχανικών σχεδίων μπορούν να κατατεθούν ηλεκτρονικά μέσω του ιδιαίτερα χρηστικού κόμβου διαδικτύου του φορέα USPTO. Συνιστάται ιδιαιτέρως η ενημέρωση των ενδιαφερόμενων μέσω των βασικών θεματικών ενοτήτων "Patents Basics" και "Trademark basics".

Γενικά, οι διαδικασίες καταχώρισης και προστασίας βιομηχανικής ιδιοκτησίας στις ΗΠΑ είναι παρόμοιες με τις αντίστοιχες στην ΕΕ ενώ, ωστόσο, οι διαδικασίες επίλυσης αστικών διαφορών προς επιβολή του νομοθετικού πλαισίου προστασίας θεωρούνται πιο επιθετικές και δαπανηρές.

Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (patents)

Οι ΗΠΑ είναι συμβαλλόμενο μέρος της διεθνούς Σύμβασης Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας PCPIP / Paris Convention for the Protection of Industrial Property. Εγχωρίως διατίθενται τρεις μορφές προστασίας διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας: "utility" (για καινοτόμες εφευρέσεις ή διεργασίες, διάρκειας προστασίας 20 ετών), "design" (για βιομηχανικά σχέδια, διάρκειας προστασίας 15 ετών), "plant" (για νέα φυτά, διάρκειας προστασίας 20 ετών).

Για αιτήματα χορήγησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας, στην αμερικανική νομοθεσία δεν υπάρχουν διακρίσεις ως προς την ιθαγένεια του εφευρέτη, ωστόσο, εφιστάται ιδιαίτερη προσοχή σε ορισμένα σημεία ιδιαίτερου ενδιαφέροντος για αιτούντες που εδρεύουν σε ξένες χώρες.

[14] URL: https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/foodfacilityregistration/default.htm

Δεδομένου ότι η διαδικασία υποβολής και έγκρισης αιτημάτων διπλώματος ευρεσιτεχνίας στο Γραφείο USPTO θεωρείται τεχνικά περίπλοκη, προϋποθέτοντας όχι μόνο γνώση του δικαίου και των κανόνων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας αλλά και της πρακτικής και των διαδικασιών του εν λόγω Γραφείου, συνιστάται η χρήση δικηγορικού γραφείου με εξειδίκευση σε θέματα διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, ενώ κατάλογος εγγεγραμμένων τέτοιων γραφείων παρατίθεται από το ίδιο Γραφείο USPTO στην ιστοσελίδα https://oedci.uspto.gov/OEDCI/.

Εμπορικά Σήματα (trademarks) – Προστασία Γεωγραφικών Ενδείξεων

Στις ΗΠΑ, το σύστημα προστασίας εμπορικών σημάτων υιοθετήθηκε πριν τη χρήση του όρου "ΓΕ / Γεωγραφικές Ενδείξεις" (GIs / Geographical Indications), με τη Συμφωνία για τα Δικαιώματα Διανοητικής Ιδιοκτησίας (TRIPS) του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ) το 1995. Ως εκ τούτου, στις ΗΠΑ η καταχώρηση ενός εμπορικού σήματος δεν εκλαμβάνεται ως ΓΕ, συμπεριλαμβανομένων των σημάτων τα οποία όντως θεωρούνται ΓΕ σύμφωνα με τη Συμφωνία TRIPS.

Εν προκειμένω, οι γεωγραφικοί προσδιορισμοί δύνανται να προστατευθούν μέσω του γενικού συστήματος προστασίας εμπορικών σημάτων (trademarks) και θεωρούνται υποκατηγορία αυτών, καθώς, κατά το αμερικανικό δίκαιο, οι ονομασίες γεωγραφικού προσδιορισμού όπως και τα εμπορικά σήματα: πιστοποιούν καταγωγή, επιβεβαιώνουν ποιότητα, παραπέμπουν σε σημαντικό επιχειρηματικό κέρδος.

Αν και, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, οι ΓΕ δεν εγγράφονται ως εμπορικά σήματα, εντούτοις, με την πάροδο του χρόνου οι καταναλωτές αναγνωρίζουν τον γεωγραφικό προσδιορισμό όχι μόνο ως προέλευση αλλά και "πηγή" των αγαθών. Έτσι η ΓΕ αποκτά σταδιακά "δευτεροβάθμια έννοια" (secondary meaning), του παραγωγού ή κατασκευαστή, πέραν της βασικής έννοιας του γεωγραφικού τόπου προέλευσης, και, λόγω αυτής της πρόβλεψης στο υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο εμπορικών σημάτων, οι ΓΕ δύνανται, υπό προϋποθέσεις, να προστατεύονται ως εμπορικά ή συλλογικά σήματα. Σημειώνεται ότι στις ΗΠΑ δεν προστατεύονται προϊόντα και υπηρεσίες που θεωρούνται γενικευμένης χρήσης (generic), των οποίων, δηλαδή, η χρήση είναι τόσο διαδεδομένη ώστε θεωρούνται πλέον συνώνυμα μιας ολόκληρης κατηγορίας προϊόντων/υπηρεσιών, χωρίς όμως ιδιαίτερη γεωγραφική προέλευση στη συνείδηση των καταναλωτών (όπως π.χ. τυριά φέτα ή παρμεζάνα τα οποία μπορεί να παραχθούν από οιονδήποτε παραγωγό του τυροκομικού κλάδου).

Για ενημέρωση σχετικά με ζητήματα προστασίας ΓΕ στις ΗΠΑ οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στην υποενότητα "Geographical Indications" (https://www.uspto.gov/learning-and-resources/ip-policy/geographical-indications/geographical-indications-faqs), εν συνεχεία προαναφερθείσης ενότητας "Trademark basics" στον ιστότοπο του USPTO.

Συλλογικά Σήματα (collective marks). Τα συλλογικά σήματα υιοθετούνται υπό συλλογική ηγεσία (ένωση, συνεταιρισμό, οργανισμό) για χρήση σήματος αποκλειστικά από τα μέλη, προσδιορίζοντας προϊόντα/υπηρεσίες παραγόμενα από αυτά, σε αντιδιαστολή με άλλα ομοειδή προϊόντα διαφορετικού παραγωγού ή συλλογικού φορέα. Ειδικότερα, συλλογικά σήματα συμμετοχής (collective membership marks) υιοθετούνται από μέλη συλλογικού φορέα ως ενδεικτικά μόνο της συμμετοχής χωρίς όμως να αναφέρονται σε παραγωγή προϊόντων/υπηρεσιών.

Σήματα Πιστοποίησης (certification mark) - Τοπικά Σήματα Πιστοποίησης (regional certification mark). Τα σήματα πιστοποίησης μπορεί να υποδεικνύουν α) γεωγραφική προέλευση προϊόντος, β) συμβατότητα με συγκεκριμένα πρότυπα, ως προς ποιότητα, υλικά ή/και μέθοδο παραγωγής, και γ) διαδικασία παραγωγής από μέλος φορέα ή ένωσης. Για αναλυτικότερη πληροφόρηση επί

εν λόγω σημάτων και διαδικασιών υποβολής σχετικών αιτημάτων αναγνώρισης οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στην υποενότητα "Certification Marks" (https://www.uspto.gov/trademarks-getting-started/trademark-basics/certification-mark-applications), εν συνεχεία προαναφερθείσης ενότητας "Trademark basics" στον ιστότοπο του USPTO.

Δικηγορικά γραφεία με εξειδίκευση σε θέματα εμπορικών σημάτων. Συνιστάται, για εγγραφή εμπορικών σημάτων στο Γραφείο USPTO, η χρήση δικηγορικού γραφείου με εξειδίκευση σε θεματολογία trademarks, για αποτελεσματικότητα κατά τις διαδικασίες και παρακολούθηση τυχόν ζητημάτων επιβολής των συναφών δικαιωμάτων προστασίας. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στην υποενότητα "Why Hire a Private Trademark Attorney" (https://www.uspto.gov/trademarks-getting-started/why-hire-private-trademark-attorney) για περαιτέρω σχετική πληροφόρηση, όπου εντοπίζεται και πληροφόρηση "How to find a qualified private trademark attorney".

Γ. ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ – ΔΑΣΜΟΛΟΓΗΣΗ [Γραφείο ΟΕΥ Αγίου Φραγκίσκου]

1. Συμφωνίες αποφυγής διπλής φορολογίας

Οι ΗΠΑ έχουν υπογράψει με μια σειρά κρατών συμβάσεις αποφυγής διπλής φορολογίας. Γενικές πληροφορίες για τις συμβάσεις αυτές και πλήρης κατάλογος των εν λόγω χωρών είναι διαθέσιμες στους συνδέσμους:
https://www.irs.gov/individuals/international-taxpayers/tax-treaties
https://www.irs.gov/businesses/international-businesses/united-states-income-tax-treaties-a-to-z

Μεταξύ της Ελλάδας και των ΗΠΑ ισχύει η "Σύμβαση περί αποφυγής της διπλής φορολογίας και την αποτροπής της φορολογικής διαφυγής εν σχέσει προς τους φόρους επί του εισοδήματος" του 1950 (Convention with Greece for avoidance of double taxation and prevention of fiscal evasion with respect to taxes on income) (Ν.Δ. 2548/53, ΦΕΚ 231/27.8.1953/ τ. Α' – Διορθώσεις σε ΦΕΚ 333/16.11.1953). Το κείμενο της Συμφωνίας είναι διαθέσιμο στους εξής συνδέσμους: https://www.aade.gr/sites/default/files/2017-03/FEK_HPA.pdf και https://www.irs.gov/pub/irs-trty/greece.pdf .

2. Φορολογία φυσικών προσώπων

Τα φυσικά πρόσωπα στις ΗΠΑ υπόκεινται σε ομοσπονδιακούς, πολιτειακούς και τοπικούς (federal, state και local αντίστοιχα) φόρους που διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από περιοχή σε περιοχή. Οι αλλαγές στο φορολογικό σύστημα που επέφερε η φορολογική μεταρρύθμιση του Προέδρου Trump ("Tax Cuts and Jobs Act", υπεγράφη στις 22 Δεκεμβρίου 2017) και ισχύουν από 1/1/2018 έχουν ως αποτέλεσμα την μείωση της φορολογίας εισοδήματος φυσικών προσώπων στην κατηγορία του μέγιστου εισοδήματος από το 39.6% στο 37%, με μικρότερες μειώσεις να ισχύουν για τις χαμηλότερες κατηγορίες εισοδήματος.

Το εισόδημα χωρίζεται σε 7 κατηγορίες όσον αφορά τον υπολογισμό του ομοσπονδιακού φόρου εισοδήματος. Τα ποσοστά που αντιστοιχούν στις κατηγορίες αυτές είναι 10%, 12%, 22%, 24%, 32%, 35% και 37%. Το ποσό του φόρου εξαρτάται επίσης από την οικογενειακή κατάσταση. Οι μειωμένοι αυτοί φορολογικοί συντελεστές θα ισχύουν ως έχουν έως το 2015 εκτός εάν ψηφιστεί τότε η επιμήκυνση της ισχύος τους.

Σε περίπτωση αύξησης του εισοδήματος ενός φορολογουμένου, μόνο το ποσό που ανήκει στην αμέσως επόμενη κλίμακα θα φορολογηθεί με το αντίστοιχο ποσοστό και όχι το σύνολο του εισοδήματος.

Σημειώνεται επίσης ότι με την ως άνω φορολογική μεταρρύθμιση μειώθηκε ο φόρος κληρονομιάς και οι φόροι σε κέρδη από δραστηριότητες στο εξωτερικό, και καταργήθηκαν οι κυρώσεις για όσους δεν θα διαθέτουν ασφάλιση υγείας από το 2019.

3. Φορολογία επιχειρήσεων

Οι βασικοί ομοσπονδιακοί φόροι που βαρύνουν εν γένει τις επιχειρήσεις στις ΗΠΑ είναι οι εξής: Income Tax, Estimated Taxes, Self-Employment Tax, Employment Taxes και Excise Tax.

Όσον αφορά τους πολιτειακούς φόρους, αυτοί καθορίζονται από το είδος της επιχείρησης. Επί παραδείγματι, οι επιχειρήσεις που έχουν τη νομική μορφή του Corporation, φορολογούνται ανεξάρτητα από τους ιδιοκτήτες, ενώ μονοπρόσωπες εταιρείες χρησιμοποιούν την ίδια φορολογική δήλωση για τον ιδιοκτήτη και την εταιρεία.

Στη γενική περίπτωση, οι ιδιοκτήτες εταιρειών που έχουν υπαλλήλους υποχρεούνται να καταβάλουν πολιτειακούς φόρους για τους υπαλλήλους τους (state employment taxes). Αυτοί διαφέρουν από Πολιτεία σε Πολιτεία και αφορούν φόρους ασφάλειας των εργαζομένων (workers' compensation insurance, unemployment insurance taxes και temporary disability insurance).
Ανάλογα με το είδος της εταιρείας (Partnership, LLC, Corporation κ.α.) επιβάλλονται διαφορετικά ποσοστά φόρων. Οι σχετικές πληροφορίες παρουσιάζονται στον εξής σύνδεσμο:
https://www.sba.gov/business-guide/manage-your-business/pay-taxes#section-header-3

Στην ιστοσελίδα είναι διαθέσιμες οδηγίες προκειμένου μια επιχείρηση να ενημερωθεί για τους φόρους που καλείται να καταβάλει αναλόγως με την νομική της μορφή.

Οι επιχειρήσεις που υπάγονται στην αμερικανική φορολογική νομοθεσία έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν ποια θα είναι η 12μηνη περίοδος υπολογισμού των φορολογικών τους υποχρεώσεων (fiscal tax year). Οι εταιρείες δύνανται να τροποποιήσουν την αρχική τους επιλογή, κατόπιν έγκρισης της αμερικανικής αρμόδιας υπηρεσίας IRS.

Στα τέλη του 2017 ψηφίστηκε η φορολογική μεταρρύθμιση στις ΗΠΑ, η οποία εφαρμόζεται από 1/1/2018. Σύμφωνα με αυτήν μειώθηκε η φορολογία των επιχειρήσεων από 35% σε 21%. Εξάλλου η φορολογική μεταρρύθμιση εξάλειψε τον εταιρικό εναλλακτικό ελάχιστο φόρο (Alternative Minimum Tax) του 20% για τις κερδοφόρες επιχειρήσεις.

4. ΦΠΑ

Στις ΗΠΑ δεν επιβάλλεται ΦΠΑ σε ομοσπονδιακό επίπεδο. Οι ΗΠΑ είναι από τις ελάχιστες χώρες που δεν διαθέτουν ομοσπονδιακό έμμεσο φόρο σε πωλήσεις αγαθών και παροχή υπηρεσιών. Τέτοιου είδους φόροι υπάρχουν σε πολιτειακό ή/και τοπικό επίπεδο με μεγάλες γεωγραφικές διακυμάνσεις (sales taxes).

5. Ειδικότεροι φόροι

Πέραν των φόρων φυσικών και νομικών προσώπων υπάρχουν επιπλέον φόροι και τέλη που συλλέγει η Υπηρεσία Τελωνειακής και Συνοριακής Προστασίας των ΗΠΑ (U.S. Customs and Border Protection - CBP) για εισαγόμενα αγαθά. Η CBP συλλέγει ομοσπονδιακούς φόρους και τέλη εκ μέρους άλλων Ομοσπονδιακών Υπηρεσιών και υπό τον νόμο "Consolidated Omnibus Budget Reconciliation Act (COBRA)". Η επιβολή ή μη επιπρόσθετου φόρου εξαρτάται από το

είδος του εισαγόμενου αγαθού, για παράδειγμα, τα αλκοολούχα ποτά και τα προϊόντα καπνού υπόκεινται σε ομοσπονδιακούς έμμεσους φόρους (Federal Excise Tax). Η Φορολογική Υπηρεσία (IRS) καθορίζει το ύψος του φόρου και η CBP εισπράττει τον φόρο εκ μέρους της IRS.

Ξένοι υπήκοοι ή εταιρείες που δραστηριοποιούνται στις ΗΠΑ υπόκεινται και στον φόρο Foreign Investment in Real Property Tax. Πρόκειται για φόρο για τη μεταβίβαση ακίνητης περιουσίας ανεξάρτητα από την φορολογική κατοικία του φορολογούμενου ή την παρουσία την μόνιμή του εγκατάσταση στις ΗΠΑ.

6. Δασμοί

Κάθε προϊόν που εισάγεται στις ΗΠΑ ανήκει σε μια δασμολογική κατηγορία σύμφωνα με το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών. Το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών των ΗΠΑ (Harmonized Tariff Schedule of the United States) περιγράφει τα ποσοστά των δασμών ανά προϊόν, αποτελώντας ουσιαστικά ένα εγχειρίδιο αντιστοίχισης του προϊόντος με το σωστό ποσοστό δασμού, διαθέσιμο στον σύνδεσμο: https://hts.usitc.gov/current και στον https://www.usitc.gov/tariff_affairs/tariff_databases.htm (εύρεση δασμού ανά κωδικό συνδυασμένης ονοματολογίας)

Αναλυτικές πληροφορίες για τους δασμούς εισαγωγής των προϊόντων στις ΗΠΑ περιέχονται στην εύχρηστη βάση δεδομένων Interactive Tariff and Trade DataWeb της αρμόδιας υπηρεσίας US International Trade Commission, στον ηλεκτρονικό σύνδεσμο: dataweb.usitc.gov

Συμπληρώνοντας στο κατάλληλο πεδίο τον κωδικό HTS (Harmonized Tariff Schedule) (για μεγαλύτερη ακρίβεια) ή την περιγραφή του προϊόντος (περισσότερα αποτελέσματα), μπορεί κανείς να πληροφορηθεί:

α) τον υπό διερεύνηση δασμό

β) την αξία των εισαγωγών για την τελευταία τετραετία κατά προέλευση (χώρα εξαγωγής),

γ) τις εισαγωγές κατά κατηγορία δασμολογικού προγράμματος, και

δ) τις εισαγωγές κατά τελωνειακό σημείο εισόδου

Χρήσιμος σχετικός σύνδεσμος είναι και ο εξής: https://help.cbp.gov/app/answers/detail/a_id/277/~/harmonized-tariff-schedule---determining-duty-rates

Διευκρινίζοντας ότι τη διεκπεραίωση των διαδικασιών εισαγωγής αναλαμβάνει ο εκάστοτε εδώ εισαγωγέας, για πληρέστερη ενημέρωση σχετικά με τις διαδικασίες εισαγωγής στις ΗΠΑ μπορεί κανείς να ανατρέξει στην ιστοσελίδα https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export της Υπηρεσίας Τελωνείων των ΗΠΑ.

Στις 9 Οκτωβρίου 2020 ανακοινώθηκε από το αμερικανικό Υπουργείο Εμπορίου η απόφαση διαπίστωσης πρακτικών dumping προϊόντων αλουμινίου CCAS (Common Alloy Aluminum Sheet) από 18 ξένες χώρες συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας. Συναφώς επιβλήθηκαν δασμοί antidumping, οι οποίοι για την Ελλάδα τέθηκαν στο 2,72%. Οι δασμοί αυτοί θεωρούνται προσωρινοί και η τελική απόφαση για το ύψος τους αναμένεται να ληφθεί τον Φεβρουάριο του 2021. Σχετικές αναλυτικές πληροφορίες είναι διαθέσιμες στον εξής σύνδεσμο: https://www.trade.gov/faq/preliminary-determination-antidumping-duty-investigation-common-alloy-aluminum-sheet-bahrain

Στις 12 Αυγούστου 2020 το Γραφείο Εμπορικού Αντιπροσώπου των ΗΠΑ (US Trade Representative) ανακοίνωσε την 2η αναθεώρηση των δασμολογικών αντιποίνων εις βάρος

ευρωπαϊκών προϊόντων συγκεκριμένων κλάδων που έχουν επιβληθεί ως αντίποινα ευρωπαϊκών επιδοτήσεων της εταιρείας Airbus. Υπενθυμίζεται ότι από τους αυξημένους δασμούς που έχουν επιβάλει οι ΗΠΑ στα αγροτικά προϊόντα από την Ευρωπαϊκή Ένωση εξαιρούνται το ελαιόλαδο, οι βρώσιμες ελιές και το κρασί από την Ελλάδα. Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες μέσω του κάτωθι συνδέσμου: https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2020/august/ustr-modifies-75-billion-wto-award-implementation-relating-illegal-airbus-subsidies

Χώρες με προτιμησιακό δασμολογικό καθεστώς

Οι ΗΠΑ επιτρέπουν τις εισαγωγές προϊόντων άνευ δασμών από μια σειρά χωρών προκειμένου να ενισχύσουν την ανάπτυξη των οικονομιών τους, μέσω του προγράμματος Generalized System of Preferences (GSP) που βρίσκεται σε ισχύ από το 1974. Γενικές πληροφορίες για το εν λόγω πρόγραμμα είναι διαθέσιμες στους εξής συνδέσμους: https://ustr.gov/issue-areas/trade-development/preference-programs/generalized-system-preference-gsp
https://ustr.gov/sites/default/files/IssueAreas/gsp/GSP_Guidebook-December_2019.pdf

7. Φορολογικοί οδηγοί

Χρήσιμες πληροφορίες για ταξιδιώτες με προορισμό τις ΗΠΑ όσον αφορά φόρους που ενδέχεται να τους επιβληθούν για προϊόντα τα οποία μεταφέρουν, είναι διαθέσιμες στον εξής σύνδεσμο: https://www.cbp.gov/travel/international-visitors/kbyg/customs-duty-info

Οδηγός επί φορολογικών θεμάτων για ξένους υπηκόους στις ΗΠΑ από την έγκριτη εταιρεία συμβούλων KPNG και είναι ελεύθερα διαθέσιμος μέσω του συνδέσμου: https://tax.kpmg.us/content/dam/tax/en/pdfs/2019/2019-us-taxation-of-foreign-citizens.pdf

Γενικός οδηγός επί φορολογικών θεμάτων στις ΗΠΑ από την PWC (2020) - Doing business in the United States - A guide to the key tax issues είναι ελεύθερα διαθέσιμος μέσω του συνδέσμου: https://www.pwc.com/us/en/services/tax/assets/pwc-doing-business-in-the-united-states.pdf

Αναλυτική παρουσίαση του φορολογικού συστήματος των ΗΠΑ παρουσιάζεται στο αντίστοιχο κεφάλαιο (Taxes) του οδηγού Investor Guide (έκδοση Ιουνίου 2020) που είναι διαθέσιμος στην ιστοσελίδα της αμερικανικής Υπηρεσίας προσέλκυσης επενδύσεων Select USA: https://www.selectusa.gov/investor-guide

8. Φορολογικός "παράδεισος" για startup επιχειρήσεις: Πολιτεία Delaware[15]

Η πολιτεία του Delaware δεν υποχρεώνει στην καταβολή φόρου “state corporate income tax”, όταν μια εταιρεία δεν διαθέτει εμπορική δραστηριότητα. Επιβάλει μόνο τον φόρο “standard franchise tax” οποίος για νέες εταιρείες ανέρχεται σε περί τα $400 σε ετήσια βάση. Ο ομοσπονδιακός φόρος “Federal income tax” υπολογίζεται ως ποσοστό επί των ετήσιων εσόδων της εταιρείας.

Η πολιτεία του Delaware αποτελεί πόλο έλξης νεοφυών εταιρειών στις ΗΠΑ, ενώ η διαδικασία σύστασης (incorporating) περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

[15] Τα στοιχεία μας παρείχε η δικηγόρος Χριστίνα Τσάκωνα, Δικηγορικό Γραφείο Lawtive, San Francisco, Καλιφόρνια.

- Κατάθεση του “Certificate of Formation”, στο Γραφείο Delaware Secretary of State. Στο έγγραφο αυτό ορίζεται μεταξύ άλλων και ο αριθμός των μετοχών που μπορεί η εταιρεία να εκδώσει.
- Εξεύρεση ενός “registered agent” στην πολιτεία Delaware, εταιρείας που παρέχει μια διεύθυνση-έδρας.
- Σύνταξη καταστατικών εγγράφων (bylaws) για ρύθμιση εσωτερικές εταιρικών διαδικασιών (π.χ. ορισμός Διευθύνοντος Συμβούλου και των άλλων ρόλων όπως CFO, CTO, COO, διαδικασίες σύγκλισης του Διοικητικού Συμβουλίου, προβλέψεις για την περίπτωση λύσης της εταιρείας κ.α.).
- Ορισμός του προσωρινού Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρείας, μέσω του εγγράφου “Action of Sole Incorporator”, έως ότου πραγματοποιηθεί η πρώτη ετήσια συνάντηση των μετόχων.
- Έκδοση των stock certificates στους μετόχους (συνήθως ιδρυτές της startup).

Μια εταιρεία, ωστόσο, που έχει συσταθεί στην Πολιτεία Delaware και έχει δραστηριότητα σε μια άλλη Πολιτεία (πχ. Καλιφόρνια) επιβαρύνεται με τον λεγόμενο “franchise tax”. Σε κάθε περίπτωση, η σύσταση μιας startup στην Πολιτεία του Delaware, θεωρείται ιδιαίτερα χρήσιμη όσον αφορά την αναζήτηση χρηματοδότησης από εταιρείες Venture Capital, καθώς οι τελευταίες φαίνεται να δείχνουν προτίμηση στις εταιρείες με έδρα την Πολιτεία αυτή.

9. Ειδικές Οικονομικές Ζώνες (FTZ)

Στα περισσότερα λιμάνια και γενικά σημεία εισόδου εισαγόμενων προϊόντων λειτουργούν FTZ Ζώνες Εξωτερικού Εμπορίου (Foreign Trade Zones), εντός των ορίων των οποίων τα προϊόντα δεν υπόκεινται σε δασμούς και φόρους και μπορούν να υποστούν επεξεργασία προτού εισέλθουν επίσημα στην αγορά των ΗΠΑ. Προϊόντα μπορούν να παραμείνουν έως και πέντε χρόνια εντός των ορίων των FTZ δίχως να τους επιβληθούν δασμοί. Αναλυτικές πληροφορίες είναι διαθέσιμες στον εξής σύνδεσμο: https://www.cbp.gov/border-security/ports-entry/cargo-security/cargo-control/foreign-trade-zones/about

10. Φορολογικά κίνητρα για την ίδρυση εταιρειών στην Πολιτεία της Καλιφόρνια

Στον φορολογικό οδηγό California Business Investment Guide (Ιανουάριος 2020) της αρμόδιας Υπηρεσίας της Πολιτείας της Καλιφόρνια GO-Biz (California Governor’s Office of Business and Economic Development) και συγκεκριμένα στο κεφάλαιο State tax credits and exemptions παρουσιάζονται αναλυτικά τα φορολογικά κίνητρα που έχει θεσπίσει η Πολιτεία της Καλιφόρνια προκειμένου να προσελκύσει εταιρείες είτε από άλλες περιοχές των ΗΠΑ είτε από το εξωτερικό. Σημειώνεται ότι ιδιαίτερα κίνητρα δίδονται για Έρευνα & Ανάπτυξη (R&D) εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην Καλιφόρνια. Επίσης ενισχυμένα φορολογικά κίνητρα δίδονται για κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές, βιομηχανική παραγωγή (manufacturing) και γεωργία. Ο εν λόγω οδηγός είναι διαθέσιμος στον κάτωθι σύνδεσμο: https://static.business.ca.gov/wp-content/uploads/2020/01/2020-CAL-BIG-January-Revise.pdf

11. Σύλλογοι και ενώσεις φοροτεχνικών και λογιστών στις ΗΠΑ

National Society of Accountants: www.nsacct.org

American Academy of Attorney – Certified Public Accountants: www.attorney-cpa.com

American Institute of Certified Public Accountants: www.aicpa.org

National Association of Enrolled Agents: www.naea.org

National Association of Tax Professionals: www.natptax.com

National Society of Tax Professionals: www.nstp.org

12. Πηγές ενημέρωσης επί θεμάτων φορολογίας/δασμών στις ΗΠΑ

Internal Revenue Service: www.irs.gov

US Trade Representative: www.ustr.gov

US Customs and Border Protection: www.cbp.gov

United States International Trade Commission: www.usitc.gov

US Department of the Treasury: www.treasury.gov

13. Πηγές ενημέρωσης επί θεμάτων φορολογίας/δασμών στην Καλιφόρνια

California Competes Tax Credit: https://business.ca.gov/calcompetes

New Employment Credit: https://www.ftb.ca.gov/file/business/credits/new-employment credit/index.html

Research & Development Tax Credit: https://www.ftb.ca.gov/file/business/credits/california-research.html

California Film & Television Tax Credit Program: http://www.film.ca.gov/Incentives.htm

Sales and Use Tax Exemption for Manufacturing: https://www.cdtfa.ca.gov/industry/manufacturing-exemptions.htm

Sales and Use Tax Exemption for Agriculture: https://www.cdtfa.ca.gov/industry/agriculture.htm

Advanced Transportation and Manufacturing Sales and Use Tax Exclusion: http://www.treasurer.ca.gov/caeatfa/ste/index.asp

Δ. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ [Γραφεία ΟΕΥ Ουάσιγκτων και Σικάγου]

1. Γενικά – [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων]

Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (FDI) έχουν εξέχουσα σημασία στην εθνική οικονομία, από ίδρυσης των ΗΠΑ, και ο ρόλος των επενδυτών θεωρείται κρίσιμος για τη διασφάλιση οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας. Η χώρα κατατάσσεται διαχρονικά μεταξύ των καλύτερων αγορών παγκοσμίως, ως προς τον βαθμό ανταγωνιστικότητας και την ευκολία ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, διαθέτοντας ελκυστικό συνδυασμό παραγόντων προσέλκυσης μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων, όπως μέγεθος αγοράς, ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον και πρόσβαση σε χρηματοοικονομικούς πόρους (μέσω ευρέως φάσματος πηγών χρηματοδότησης για επιχειρηματική επέκταση), ενώ η επιτυχία στην αγορά ΗΠΑ μπορεί να οδηγήσει σε επιτυχία και αναγνώριση διεθνώς.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα στηρίζεται από αναπτυξιακούς οργανισμούς, σε ομοσπονδιακό και πολιτειακό επίπεδο, ενώ το κανονιστικό σύστημα παρέχει προβλεψιμότητα και λειτουργική ελευθερία. Οι ξένες και εγχώριες επιχειρήσεις αντιμετωπίζονται εξίσου, ενώπιον του νόμου, και

η αντιμετώπιση των ξένων επενδυτών είναι αμερόληπτη, σε όλους σχεδόν τους τομείς, βάσει ισότιμων όρων ανταγωνισμού.

Η Ομοσπονδιακή Κυβέρνηση παρέχει σειρά υπηρεσιών και προγραμμάτων για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις ΗΠΑ, ενώ οι πολιτειακές, περιφερειακές και τοπικές Αρχές αποτελούν πολύτιμη πηγή ειδικής βοήθειας στήριξης επιχειρήσεων για ανάπτυξη νέων ή επέκταση υφιστάμενων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

SelectUSA. Ο οργανισμός SelectUSA (https://www.selectusa.gov) είναι ο αρμόδιος εθνικός φορέας προσέλκυσης ξένων επενδύσεων, υπαγόμενος στο Υπουργείο Εμπορίου, και λειτουργεί σε συνεργασία με άλλες ομοσπονδιακές υπηρεσίες με στόχο τη διαμόρφωση εθνικού επενδυτικού περιβάλλοντος ανάπτυξης και επέκτασης επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο αυτό, συνεργάζεται με τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις για αντιμετώπιση σειράς ζητημάτων, σε ομοσπονδιακό επίπεδο, που προκύπτουν αναφορικά με κανονισμούς, προγράμματα ή δραστηριότητες ως προς υφιστάμενες ή μελλοντικές επενδύσεις. Μέσω της συνεργασίας με τον φορέα SelectUSA, οι επενδυτές αναπτύσσουν καλύτερη κατανόηση των τρόπων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στο ρυθμιστικό περιβάλλον των ΗΠΑ, καθώς ειδικοί σύμβουλοι επενδύσεων καθοδηγούν τις επιχειρήσεις κατά την πλοήγηση τους σε ένα αρχικά άγνωστο σύστημα, παρέχοντας γενική και ειδική πληροφόρηση σε ευρεία θεματολογία (εθνική οικονομία, οικονομικοί τομείς ειδικότερου ενδιαφέροντος, τάσεις στην αγορά, εργατικό δυναμικό, εφοδιαστικές αλυσίδες, διαθέσιμες ομοσπονδιακές ή πολιτειακές πηγές χρηματοδότησης κλπ.).

Ομοσπονδιακή Διυπουργική Ομάδα Εργασίας για τις Επενδύσεις (FIIWG / Federal Interagency Investment Working Group). Η Ομάδα Εργασίας FIIWG δημιουργήθηκε το 2011 και διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων, μέσω συντονισμού των δραστηριοτήτων όλων των εθνικών φορέων υποστήριξης επενδύσεων, για καλύτερη αξιοποίηση των πόρων επενδυτικής στήριξης που μπορεί να προσφέρει έκαστος φορέας, καθώς και για συνεχή βελτίωση των ομοσπονδιακών επενδυτικών προγραμμάτων. Ο φορέας SelectUSA ασκεί την Προεδρία της ΟΕ FIIWG (βλ. μέλη https://www.selectusa.gov/iiwg), για συνεργασία των συναρμόδιων ομοσπονδιακών υπηρεσιών στην αντιμετώπιση επενδυτικών ζητημάτων, παρέχοντας επίσης υπηρεσίες διαμεσολαβητή (ombudsman).

Ομοσπονδιακά προγράμματα στήριξης επενδύσεων (βάση δεδομένων "Federal Programs and Incentives"). Για πληροφόρηση σχετικά με ομοσπονδιακά προγράμματα στήριξης επενδύσεων και ειδικά κίνητρα, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στην βάση δεδομένων "Federal Programs and Incentives" (https://www.selectusa.gov/federal_incentives), όπου παρατίθεται σωρεία αναλυτικών στοιχείων για σχετικά προγράμματα κυβερνητικών υπηρεσιών επιχειρηματικής υποστήριξης.

Πολιτειακοί Οργανισμοί Οικονομικής Ανάπτυξης - EDOs / Economic Development Organizations. Για πληροφόρηση επί του ρυθμιστικού περιβάλλοντος και διασύνδεση με τις αρμόδιες Αρχές σε πολιτειακό / περιφερειακό επίπεδο, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στις πηγές ειδικής ενημέρωσης που διατίθενται μέσω των πολιτειακών και περιφερειακών ειδικών οργανισμών οικονομικής ανάπτυξης. Ο ειδικός εθνικός συντονιστικός φορέας SelectUSA παρέχει άμεσες παραπομπές στους περιφερειακούς Οργανισμούς Οικονομικής Ανάπτυξης (EDOs), στους βασικούς δηλαδή τοπικούς εταίρους κάθε επενδυτή, βλ. σχετικά "State Investment Officials Directory" (https://www.selectusa.gov/State-InvestmentOfficials). Οι εκπρόσωποι / σύμβουλοι των οργανισμών EDOs παρέχουν καθοδήγηση, ενημέρωση για ειδικά επενδυτικά κίνητρα και σειρά συναφών υπηρεσιών υποστήριξης σε τοπικό επίπεδο.

Επενδυτικά Κίνητρα ανά Πολιτεία (βάσεις δεδομένων BIOST και SBID). Για ειδική πληροφόρηση περί επενδυτικών κινήτρων σε πολιτειακό / περιφερειακό επίπεδο, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στις βάσεις δεδομένων: α) BIOST / "Business

Incentives Offered by States and Territories" (https://www.selectusa.gov/stateincentives), και β) SBID /"State Business Incentives Database" (http://selectusa.stateincentives.org/?referrer=selectusa), υπό την εποπτεία του C2ER / Council for Community and Economic Research.

2. Η περίπτωση της Πολιτείας Illinois [Γραφείο ΟΕΥ Σικάγου]

Σύσταση εταιρείας στο Σικάγο και στην Πολιτεία Illinois

Η διαδικασία σύστασης εταιρείας στο Σικάγο και την Πολιτεία του Illinois εξαρτάται από την νομική μορφή της εταιρείας που θέλει να ιδρύσει ο ενδιαφερόμενος.

1. Για την περίπτωση σύστασης εταιρείας με μορφή Corporation ή LLC (Limited Liability Company), η εταιρεία πρέπει να εγγραφεί στην Πολιτεία του Illinois (You have to register the company with the Secretary of State). Γενικές οδηγίες περιλαμβάνονται στην ηλεκτρονική σελίδα www.cyberdriveillinois.com . Επιλέγεται από το menu η ένδειξη Services και Business.

Οι οδηγίες για την εγγραφή και εγκατάσταση:

α) ξένης νομικής προσωπικότητας εταιρειών με μορφή corporation περιλαμβάνονται στο σύνδεσμο : http://www.cyberdriveillinois.com/publications/pdf_publications/c216.pdf

β) εγχώριας νομικής προσωπικότητας εταιρειών με την μορφή της corporation περιλαμβάνονται στο σύνδεσμο : http://www.cyberdriveillinois.com/publications/pdf_publications/c179.pdf

γ) εταιρειών με την μορφή LLC (Limited Liability Company), περιλαμβάνονται στο σύνδεσμο: https://www.cyberdriveillinois.com/publications/pdf_publications/c334.pdf

Και οι δύο αυτές μορφές πρέπει να εγγραφούν (απόκτηση αριθμού φορολογικού μητρώου) στο IRS στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.irs.gov . Με την είσοδο στην ηλεκτρονική διεύθυνση, στο τετραγωνίδιο με την ένδειξη search, πρέπει να τυπωθούν τα αρχικά FEIN (Federal Employer Identification Number (EIN) Online) και συνεχίζεται η διαδικασία στην ένδειξη Apply for an Employer Identification Number για να αποκτηθεί ο σχετικός αριθμός. Για επόμενα στάδια θα χρειασθεί λογιστής.

2. Για την περίπτωση σύστασης εταιρείας με τη μορφή Sole proprietorship ή General Partnership δεν χρειάζεται να γίνει εγγραφή στην Πολιτεία του Illinois. Πρέπει όμως να γίνει εγγραφή στο County (Reserve your name in the County) στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.cookcountyclerk.com όπου ακολουθούνται οι ενδείξεις Vital Records , Business/Notary – Assumed Business Name Registration - όπου προβλέπονται όλα τα βήματα που πρέπει να ακολουθηθούν (How to Apply – Application). Το κόστος της εγγραφής αυτής είναι 50 δολάρια.

3. Ολες οι μορφές εταιρειών, στην περίπτωση που ασχολούνται με το εμπόριο πρέπει να εγράφονται, για φορολογικούς σκοπούς, στην Πολιτεία του Illinois στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.revenue.state.il.us/ , όπου επιλέγεται η ένδειξη Businesses. Στη συνέχεια επιλέγεται η ένδειξη How do I register ? και οι σχετικές οδηγίες για την απόκτηση αριθμού (My Tax Illinois ή Form REG 1).

4. Εάν η ιδρυόμενη εταιρεία (όλες οι μορφές) θα απασχολήσει μισθωτούς, τότε πρέπει να ακολουθηθούν οι οδηγίες οι οποίες παρέχονται στην ηλεκτρονική διεύθυνση Https://www.sba.gov/content/hire-your-first-employee για την απόκτηση του σχετικού αριθμού Απασχόλησης (Employment Identification Number) και την ολοκλήρωση των διαδικασιών που

προβλέπονται στη διεύθυνση αυτή σχετικά με την πρόσληψη υπαλλήλου (-ων) στην επιχείρηση. Η διαδικασία αυτή αφορά την πρόσληψη υπαλλήλων που έχουν την αμερικανική ιθαγένεια.

Στην περίπτωση που θα προσληφθούν αλλοεθνείς, τότε αρμόδιο είναι το προξενικό τμήμα της αμερικανικής Πρεσβείας που βρίσκεται στη χώρα του υπό πρόσληψη υπαλλήλου.

5. Άδειες λειτουργίας (business license, όλες οι μορφές εταιρειών). Κάθε Δήμος έχει δική του διαδικασία έκδοσης αδειών λειτουργίας. Ο Δήμος Σικάγου την έχει στην ηλεκτρονική διεύθυνση https://www.cityofchicago.org/city/en/depts/bacp.html. Ακολουθούνται κατά σειρά οι ενδείξεις 1. I want to , 2.Apply for , 3. Business Licenses και κατόπιν η επιλογή της ένδειξης Business Licensing : what do I need ? . Στη συνέχεια υπάρχουν οδηγίες κατά περίπτωση.

7. Για κάθε άλλη σχετική λεπτομέρεια και ειδική διαδικασία, η οποία ακολουθείται από τις δημοτικές και περιφερειακές Αρχές της Πολιτείας του Illinois, σχετικά με την έναρξη λειτουργίας της εταιρείας σας αλλά ακόμα και μετά το πέρας αυτής, μπορεί ο ενδιαφερόμενος να απευθυνθεί εκτός από το Γραφείο ΟΕΥ Σικάγου και στο :

CHICAGOLAND CHAMBER OF COMMERCE

Illinois Small Business Development Center

Wrigley Building

410 North Michigan Avenue

Suite 900

CHICAGO, IL. 60611

Ms. Stacey Caldwell, Phone: 312-4946790, 312-4946792.

E-mail.: SCaldwell@chicagolandchamber.org

www.chicagolandchamber.org

8. Για την διαδικασία σύστασης Μη Κυβερνητικού Οργανισμού στην Πολιτεία του Illinois, οι χρήσιμες πληροφορίες για την διαδικασία σύστασής του περιλαμβάνονται στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις :

1. http://www.nolo.com/legal-encyclopedia/forming-nonprofit-corporation-illinois-36061.html

2. http://www.illinoislegalaid.org/index.cfm?fuseaction=home.dsp_content&contentID=7796#a=intro

Παρεχόμενα κίνητρα προσέλκυσης άμεσων επενδύσεων σε Πολιτεία Illinois

Η Πολιτεία Illinois παρέχει μια σειρά από κίνητρα για την εγκατάσταση και την επέκταση μιας επιχείρησης σε αυτήν. Προσφέρει εκπτώσεις φόρου (tax credits) και απαλλαγές (tax exemptions) και επιχορηγήσεις επαγγελματικής κατάρτισης (job training grants) για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων και τη δημιουργία θέσεων εργασίας στην Πολιτεία αυτή. Μέσω πρόσθετων προγραμμάτων επιχορηγήσεων (grants) και προγραμμάτων που δίδουν την δυνατότητα προσβάσεων σε δάνεια (Capital Access Programs, Participation Loan Program, Department of Transportation Truck Access Route Program, Finance Authority Participation Loan Program), η Πολιτεία μπορεί να προσφέρει χρηματοδοτήσεις με την μορφή κεφαλαίων κίνησης (working capital), απόκτησης μηχανημάτων και μηχανολογικού εξοπλισμού (machinery and equipment), απόκτησης γηπέδων (land acquisition), κατασκευής κτιρίων (building construction)

και βελτίωσης δημόσιων υποδομών (public infrastructure improvements).

Ειδικά κίνητρα δίδονται για νέες επιχειρήσεις καινοτομίας και ειδικών ποιοτικών τεχνολογιών για την εγκατάστασή τους και λειτουργία τους στην Πολιτεία του Illinois (early stage investment incentives).

Ο κατάλογος με τα ως άνω προγράμματα-κίνητρα καθώς και οι λεπτομέρειες εκάστου εντοπίζονται συνοπτικά στην ιστοσελίδα: https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Pages/ProgramServicesGuide.aspx και ειδικά για τα early stage incentives στις ιστοσελίδες: http://ilsbdc.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/780/track/AvOE~Qr6Dv8S~cH9Gvse~yI9j~8qAC75Mv~X~zj~PP8e, https://www.ilgif.com/ .

Όλα τα παρεχόμενα κίνητρα επενδύσεων απευθύνονται και στους εγχώριους και στους ξένους επενδυτές. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να απευθύνουν συγκεκριμένα ερωτήματα στην σχετική Υπηρεσία για τις ξένες επενδύσεις της Πολιτείας του Illinois, η οποία εντοπίζεται στην ιστοσελίδα: http://www.illinois.gov/dceo/ExpandRelocate/ForeignDirectInvestment/Pages/default.aspx όπου παρατίθενται και οι Ζώνες Εξωτερικού Εμπορίου (Foreign Trade Zones) στις οποίες τα αλλοδαπά εμπορεύματα δεν καταβάλλουν δασμούς.

Συμπληρωματικά παρατίθενται:

1. Οδηγός εγκατάστασης επιχείρησης – εταιρείας στο Σικάγο, του μη κερδοσκοπικού Οργανισμού World Business Chicago, ο οποίος είναι προϊόν σύμπραξης Δημοσίου και Ιδιωτικού τομέα με σκοπό την παροχή βοηθείας προς εγχώριες και ξένες επιχειρήσεις για την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης της περιοχής και ο οποίος προεδρεύεται από τον Δήμαρχο του Σικάγου (www.worldbusinesschicago.com).
   Εντοπίζεται στην ιστοσελίδα: https://mail.mfa.gr/service/home/~/?auth=co&loc=el&id=17446&part=2.
2. Πίνακας συνοπτικής περιγραφής των κυριοτέρων προγραμμάτων παροχής κινήτρων, τα οποία ζητούναι ως επί το πλείστον από τους επενδυτές (6 κίνητρα που προσφέρονται από την Πολιτεία του Illinois ή τον Δήμο του Σικάγου ή όμορων κομητειών) σύμφωνα με τον ίδιο Οργανισμό World Business Chicago: Εντοπίζεται στην ιστοσελίδα: https://mail.mfa.gr/service/home/~/?auth=co&loc=el&id=17446&part=3.

Ε. ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ – ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων]

Οι ΗΠΑ είναι συμβαλλόμενο μέρος της πλειομερούς ΣΔΣ / Συμφωνίας για τις Δημόσιες Συμβάσεις (Agreement on Government Procurement / GPA) του ΠΟΕ, για διασφάλιση θεσμικής διαφάνειας και λειτουργικότητας των αγορών δημοσίων προμηθειών.

Εγχώρια, εντοπίζονται πολλαπλές πηγές διερεύνησης και αναζήτησης διαγωνισμών δημόσιων προμηθειών τόσο σε ομοσπονδιακό όσο και σε πολιτειακό επίπεδο, για μεγάλες ή/και μικρές επιχειρήσεις, καθόσον διατίθεται σειρά πηγών πληροφόρησης / βάσεων δεδομένων τις οποίες χρησιμοποιούν οι κυβερνητικές υπηρεσίες και ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις για προγραμματισμό και υλοποίηση συμβάσεων.

Δυναμική Αναζήτηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (DSBS). Μέσω της βάσης δεδομένων DSBS / Dynamic Small Business Search (https://web.sba.gov/pro-net/search/dsp_dsbs.cfm), του αρμόδιου φορέα SBA / Small Business Administration, κρατικοί φορείς, οι οποίοι

προγραμματίζουν διαγωνισμούς δημόσιων προμηθειών, μπορούν να αναζητήσουν πληροφορίες ΜΜΕπιχ. που ενδιαφέρονται για αναδοχή σύμβασης, ενώ η υπηρεσία DSBS μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για αναζήτηση άλλων ΜΜΕπιχ. προς διαμόρφωση συνεργειών και κοινοπρακτική συμμετοχή σε διαγωνισμούς. Για αξιοποίηση της βάσης δεδομένων DSBS απαιτείται εγγραφή της ενδιαφερόμενης επιχείρησης στο Σύστημα SAM / System for Award Management (https://www.sam.gov/SAM/pages/public/index.jsf), από οποίο τροφοδοτείται η υπηρεσία DSBS, και γι' αυτό σκόπιμη η καταχώριση πλήρους και περιεκτικού εταιρικού προφίλ στο σύστημα SAM.

Ομοσπονδιακές Επιχειρηματικές Ευκαιρίες (FBO). Για αναζήτηση διαγωνισμών προμηθειών κυβερνητικών υπηρεσιών σε ομοσπονδιακό επίπεδο οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να διερευνούν τις πληροφορίες που παρατίθενται στη βάση δεδομένων FBO / Federal Business Opportunities (https://www.fbo.gov/), όπου απαιτείται η καταχώριση / δημοσιοποίηση όλων των διαγωνισμών άνω των $ 25.000 δολ.

Αρχή Γενικών Υπηρεσιών (GSA). Η πώληση αγαθών / υπηρεσιών στην Κυβέρνηση ΗΠΑ είναι δυνατή μέσω σύναψης σύμβασης με την αμερικανική Αρχή GSA / General Services Administration (https://www.gsa.gov) η οποία λειτουργεί ως φορέας διασύνδεσης αγοραστών δημόσιου τομέα και εργολάβων ιδιωτικού τομέα. Η εξασφάλιση μιας σύμβασης συναλλαγών (αγορών ή/και πωλήσεων) με την GSA συνιστά "είσοδο στο Πρόγραμμα GSA", δηλαδή έγκριση συνεργασίας με κυβερνητικές υπηρεσίες. Οι ενδιαφερόμενοι για συμμετοχή στο Πρόγραμμα GSA μπορούν να ζητήσουν, έναντι αντιτίμου, τη σύνταξη έκθεσης "Past Performance Evaluation" (https://www.supplierriskmanager.com/ppe-order/login) βάσει της οποίας αξιολογείται το υφιστάμενο εταιρικό δυναμικό, έναντι άλλων επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου (απαιτείται εγγραφή στο σύστημα και υποβολή στοιχείων επικοινωνίας 6-20 άλλων πελατών).

Ευκαιρίες Υπεργολαβίας (SubNet). Η βάση δεδομένων SubNet / Subcontracting Network (https://eweb1.sba.gov/subnet/client/dsp_Landing.cfm) προσφέρεται για αναζήτηση ευκαιριών υπεργολαβίας οι οποίες δημοσιοποιούνται (αναρτώνται στη βάση) από μεγάλους εργολάβους που αναζητούν ΜΜΕπιχ. για παραχώρηση υπεργολαβιών. Παράλληλα:

Ο φορέας Small Business Administration (SBA) διατηρεί βάση δεδομένων των κύριων εργολάβων της ομοσπονδιακής κυβέρνησης, οι οποίοι έχουν ανακοινώσει πρόθεση χρήσης υπεργολαβιών, βλ. "Directory of federal government prime contractors with subcontracting plans"(https://www.sba.gov/document/support--directory-federal-government-prime-contractors-subcontracting-plans)

Ο προαναφερθείσα Αρχή GSA επίσης διατηρεί ελεύθερα προσβάσιμο κατάλογο υπεργολαβιών “Subcontracting Directory” (https://www.gsa.gov/small-business/find-and-pursue-government-contracts/seek-opportunities/subcontracting-directory-for-small-businesses) μέσω του οποίου ΜΜΕπιχ. μπορούν να αναζητούν ευκαιρίες υπεργολαβίας από αναδόχους εργολάβους, δεδομένου ότι ο κατάλογος απαριθμεί μεγάλους εργολάβους οι οποίοι υποχρεούνται να καθορίσουν σχέδια και στόχους παραχώρησης υπεργολαβιών σε ΜΜΕπιχ.

Το Υπουργείο Άμυνας ΗΠΑ (DoD) διατηρεί παρόμοιο κατάλογο κύριων εργολάβων “Prime Contractor Directory”, ο οποίος μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί από ΜΜΕπιχ. για αναζήτηση ευκαιριών υπεργολαβιών (https://business.defense.gov/Acquisition/Subcontracting/Subcontracting-For-Small-Business).

Ομοσπονδιακό Σύστημα Δεδομένων Προμηθειών. Η εν λόγω βάση δεδομένων “Federal Procurement Data System - Next Generation” (https://www.fpds.gov/fpdsng_cms/index.php/en/) συνιστά αποθετήριο όλων των προγραμματιζόμενων ομοσπονδιακών συμβάσεων άνω των $

25.000 δολ. Σε αυτό το σύστημα παρέχεται πληροφόρηση για φορείς και συμβάσεις τους με αναδόχους, πεδία / αντικείμενα συναλλαγών των φορέων, ή αναδόχους συμβάσεων.

Δημόσιες επενδύσεις (USASpending). Στη βάση δεδομένων "USASpending" τηρούνται στοιχεία κρατικών δαπανών από κατακυρωμένες συμβάσεις (https://www.usaspending.gov). Το σύστημα προσφέρεται για ενημέρωση περί της τάσης δημόσιων προμηθειών των κυβερνητικών υπηρεσιών και των συναφών ευκαιριών.

Γραφεία ΜΜΕπιχ. Πολλές ομοσπονδιακές υπηρεσίες διαθέτουν γραφεία υποστήριξης "Office of Small and Disadvantaged Business Use (OSDBU)" ή "Office of Small Business Programs (OSBP)", τα οποία λειτουργούν για εντοπισμό δυνατοτήτων συμβάσεων ειδικά με ΜΜΕπιχ. Λαμβανομένου υπόψη ότι οι κρατικοί φορείς δημοσιεύουν σχετική "πρόβλεψη προμηθειών" (procurement forecast), σε οποία περιλαμβάνονται ευκαιρίες σύναψης συμβάσεων με ΜΜΕπιχ., οι ενδιαφερόμενοι, αφού κάνουν χρήση των διατιθέμενων συστημάτων πληροφόρησης, όπως των προαναφερθέντων "Federal Procurement Data System - Next Generation" και "USASpending", προς εντοπισμό συγκεκριμένων ευκαιριών, μπορούν να επικοινωνήσουν με το εν λόγω Γραφείο ΜΜΕπιχ. ενός συγκεκριμένου φορέα για σχετική δικτύωση και υποστήριξη.

ΣΤ. ΚΛΑΔΟΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ [Γραφείο ΟΕΥ Νέας Υόρκης]

1. Τρόφιμα

1.1 Δομή Αγοράς – Ιδιαιτερότητες αναφορικά με ελληνικά προϊόντα

Τα μείζονος σημασίας χαρακτηριστικά της δομής της αγοράς, των καταναλωτικών τάσεων και των εξαγωγικών προοπτικών για τον κλάδο τροφίμων και ποτών στις Η.Π.Α. είναι τα ακόλουθα:

1. Το βασικό χαρακτηριστικό που, εν συντομία, διαφοροποιεί την αμερικανική αγορά έναντι άλλων, είναι το "μεγάλο μέγεθος", υπό πάσα έννοια του όρου, ήτοι σε όρους (α) γεωγραφικών αποστάσεων, (β) αριθμού καταναλωτών, (γ) εισοδηματικής στάθμης, ιδίως στα μεγάλα αστικά κέντρα της Ανατολικής και Δυτικής Ακτής.

   Με άλλα λόγια, πρόκειται για τη μοναδική αγορά παγκοσμίως, που διαθέτει τέτοια σύνθεση μεγάλου πληθυσμιακού μεγέθους, διάσπαρτου σε μεγάλες γεωγραφικές αποστάσεις, με ταυτόχρονη (πολύ) υψηλή εισοδηματική στάθμη.

2. Η μέχρι τώρα πρακτική των αμερικανικών αρχών απέναντι στις εισαγωγές προϊόντων από μη γειτονικές χώρες (εξαιρούμε τις γειτονικές, λόγω του ευνοϊκού καθεστώτος που έχει διαμορφωθεί από σειρά διμερών και πολυμερών συμφωνιών), μπορεί να αποδοθεί με τον όρο "προστατευτισμός κατά περίσταση".

   Οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων και ποτών, παρά τις αντιξοότητες και μεγάλες προκλήσεις που εμφανίζει η αγορά των Η.Π.Α., στις οποίες θα πραγματοποιηθεί αναλυτικότερη αναφορά παρακάτω (ενδεικτικά εντονότατος ανταγωνισμός, μεγάλο κόστος υλοποίησης δράσεων προβολής-προώθησης, μη αναγνώριση ενδείξεων Π.Ο.Π. – Π.Γ.Ε. κ.ά.) παρουσιάζουν σταθερά αυξητική τάση (29% του συνόλου των εξαγόμενων προϊόντων το 2019, έναντι 25% το 2018), η οποία μπορεί να αποδοθεί στους εξής παράγοντες:

- Υψηλή ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος.
- Ισχυρή παρουσία της ελληνικής ομογένειας στον κλάδο της εστίασης και εισαγωγής/εμπορίας/διακίνησης προϊόντων διατροφής ελληνικής (και όχι μόνο) προέλευσης, η οποία λειτουργεί, τρόπον τινά, ως "προγεφύρωμα" για τα ελληνικά προϊόντα.

- Ισχυρή παρουσία κοινοτήτων μεσογειακής καταγωγής (π.χ. Ιταλοί, Άραβες κλπ), οι οποίοι είναι εξοικειωμένοι με τη μεσογειακή διατροφή και τα σχετικά υλικά παρασκευής εδεσμάτων.
- Ταύτιση της "μεσογειακής διατροφής" με την υγιεινή διατροφή, τάση η οποία είναι εντονότερη και ενισχύεται συνεχώς στις πολιτείες της Β. Ανατολικής Ακτής (Νέα Υόρκη, Μασαχουσέτη και Νέα Αγγλία συνολικά), στις οποίες κατοικούν μεγάλοι πληθυσμοί υψηλής μορφωτικής και εισοδηματικής στάθμης.
- Θετικοί συνειρμοί που προκαλούνται στον Αμερικανό καταναλωτή από την αναφορά *"Greek"* σε κάποιο προϊόν (ιδιαίτερης αξίας είναι σε αυτό το πεδίο η επιτυχία του όρου *"Greek Yogurt"*, ασχέτως εάν, λόγω εγχώριου καθεστώτος προστασίας, δεν ανταποκρίνεται σε ελληνικής προέλευσης γιαούρτι, αλλά σε συγκεκριμένη μέθοδο παρασκευής, ήτοι στο στραγγιστό γιαούρτι).

Το Γραφείο Ο.Ε.Υ. Νέας Υόρκης εκτιμά εντούτοις, ότι τα ελληνικά τρόφιμα, λαμβάνοντας υπόψη την σαφή υπεροχή τους έναντι της πλειοψηφίας των εισαγόμενων ανταγωνιστικών (π.χ. ιταλικά, ισπανικά, γαλλικά) σε όρους κόστους/ποιότητας, δεν έχουν ακόμη κατακτήσει τη θέση που τους αρμόζει στο "ράφι" του μέσου αμερικάνικου Σούπερ-Μάρκετ. Ως εκ τούτου, οι προοπτικές περαιτέρω διείσδυσης τους στην αγορά των ΗΠΑ είναι υπαρκτές και ευνοϊκές, υπό συγκεκριμένες ωστόσο προϋποθέσεις.

Ειδικότερα, προκειμένου να επιτευχθεί αύξηση του μεριδίου αγοράς ελληνικών προϊόντων, θα πρέπει καταρχήν να ληφθούν υπ' όψιν οι εξής παράγοντες:

- Η δομή της αμερικανικής αγοράς τροφίμων, λόγω μεγέθους και έκτασης, χαρακτηρίζεται από αλλεπάλληλα επίπεδα εμπλεκομένων, οι οποίοι μεσολαβούν προκειμένου το προϊόν να καταλήξει από την παραγωγή/εισαγωγή του στο ράφι του "Super Market". Οι τρεις βασικοί εμπλεκόμενοι είναι ο εισαγωγέας ή/και διανομέας (δεν είναι απαραίτητο να ταυτίζονται στο ίδιο πρόσωπο/εταιρεία), ο "food broker", ο οποίος λειτουργεί ως, τρόπον τινά, "πλασιέ" του προϊόντος και αποτελεί το πρόσωπο κλειδί για την προώθησή του σε μια μεγάλη εμπορική αλυσίδα και τέλος ο εξειδικευμένος υπάλληλος – "αγοραστής" ("buyer") της εταιρείας/αλυσίδας "Super Market", τον οποίο προσεγγίζει είτε απευθείας ο διανομέας, είτε ο"food broker" και ο οποίος αποφασίζει αν θα αποδεχθεί και εγκρίνει το προϊόν, με σκοπό την τοποθέτησή του στο ράφι.
- Τα ελληνικά τρόφιμα, όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, διαθέτουν ήδη στην Ανατολική Ακτή (και όχι μόνο) ένα σταθερό "προγεφύρωμα" ελληνοαμερικανικών εταιρειών εισαγωγής/διανομής τους, με μακρά και επιτυχημένη παρουσία στον χώρο, οι οποίες εισάγουν ιδιαίτερα μεγάλο εύρος ελληνικών "ετικετών".
- Είναι όμως τέτοια η δομή των εταιρειών αυτών και οι αντικειμενικές τους δυνατότητες, ώστε παρατηρείται ένα κενό/αδυναμία προσέγγισης των κατάλληλων "food brokers" ή/και "buyers", με αποτέλεσμα τα περισσότερα ελληνικά προϊόντα να παραμένουν εγκλωβισμένα στην λεγόμενη "ethnic market" και να μην έχουν εισέτι επιτύχει την σε ευρεία κλίμακα επέκταση/τοποθέτησή τους σε μεγάλες αλυσίδες "Super Market" που απευθύνονται στον μέσο Αμερικανό καταναλωτή.
- Λόγω ακριβώς του τεράστιου μεγέθους της αμερικανικής αγοράς, τόσο σε όρους έκτασης, όσο και σε όρους πληθυσμού, προκειμένου ένα προϊόν αρχικά να τοποθετηθεί στο ράφι, αλλά και ακολούθως να τύχει της προτίμησης του καταναλωτικού κοινού και διατήρησης της δυναμικής αυτής, θα πρέπει να προηγηθεί συνεχής, συνεπής, οργανωμένη και μακρόχρονη προσέγγιση των δικτύων διανομής/λιανικής πώλησης, καθώς επίσης ταυτόχρονα και υλοποίηση δράσεων προβολής-προώθησής του, για χρονικό διάστημα από πέντε (5) έως δέκα (10) κατά προσέγγιση έτη (ανάλογα με τη γεωγραφική έκταση/περιοχή που "στοχεύει" το προϊόν), γεγονός που συνεπάγεται ασφαλώς υψηλό κόστος.
- Η υψηλή εισοδηματική στάθμη και το μεγάλο μέγεθος της αμερικανικής αγοράς είναι ταυτόχρονα ευκαιρία αλλά και τεράστια πρόκληση, διότι έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση τεράστιου

ανταγωνισμού από ομοειδή προϊόντα άλλων χωρών που επιδιώκουν επίσης την τοποθέτηση ή διατήρησή τους στο ράφι, ενίοτε προσφερόμενα σε (σημαντικά) χαμηλότερη τιμή έναντι των αντίστοιχων ελληνικών (π.χ. περίπτωση μελιού, όπως αναλύεται σε σχετική Έρευνα Αγοράς του Γραφείου μας).

1.2 Στρατηγική – Τακτικές διείσδυσης ελληνικών προϊόντων στην αγορά.

Για τους παραπάνω λόγους, οι λέξεις-"κλειδιά" που θα πρέπει να χαρακτηρίζουν την όποια προσπάθεια διείσδυσης στην ευρεία αμερικανική αγορά είναι "επιμονή" και "συνέπεια".

"Επιμονή" λόγω του πολύ μεγάλου ανταγωνισμού, όπως προαναφέρθηκε, τόσο από εγχώριες εταιρείες, όσο και από αλλοδαπές, οι οποίες γνωρίζουν ότι λόγω μεγέθους αγοράς, ακόμη και η απόσπαση μικρού μεριδίου ενός και μόνο προϊόντος, δύναται να αποτελέσει την ειδοποιό διαφορά για το σύνολο των εξαγωγών του εν λόγω προϊόντος.

"Συνέπεια", τόσο ως προς τους χρόνους/προθεσμίες παράδοσης των προσφερόμενων προϊόντων, όσο και ως προς τις τιμές και την ποιότητα αυτών, δεδομένου ότι οι μεγάλες αλυσίδες τροφίμων επιβάλλουν ασφυκτικά συμβατικά περιθώρια, με απόλυτο προσδιορισμό των χρόνων παράδοσης, των απαιτούμενων ποσοτήτων και των προδιαγραφών ποιότητας.

Οποιαδήποτε παρέκκλιση από αυτά τα προαπαιτούμενα επιφέρει βαρύτατες ρήτρες εις βάρος του εξαγωγέα και πιθανότατα οριστικό αποκλεισμό του από το πελατολόγιο της εταιρείας.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, προκειμένου να διευρυνθεί το μερίδιο των ελληνικών προϊόντων στην αμερικανική αγορά, επιβεβλημένες κρίνονται δράσεις που θα στοχεύουν ταυτοχρόνως, με χρονική συνέπεια και εις βάθος χρόνου σε:

- Πρώτον, συνεχή, επίμονη και επαναλαμβανόμενη προσέγγιση επαγγελματιών του κλάδου τροφίμων και ποτών στις Η.Π.Α., ήτοι εισαγωγέων, διανομέων, “food brokers”, εκπροσώπων εστιατορίων, “food bloggers”, “buyers” μεγάλων αλυσίδων “Super Markets”.
- Δεύτερον, συνεχείς, επίμονες, επαναλαμβανόμενες και στοχευμένες δράσεις προώθησης – προβολής τους στο καταναλωτικό κοινό, προβάλλοντας τα αδιαμφισβήτητα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους, με σκοπό την “επιμόρφωση” του ευρύτερου αμερικανικού καταναλωτικού κοινού, ώστε αυτό να είναι διατεθειμένο να τα επιλέξει έναντι ευρύτερα γνωστών και εδραιωμένων στην αγορά, και ενδεχομένως φθηνότερων, ανταγωνιστικών.
- Οι δράσεις αυτές θα μπορούσαν, επί παραδείγματι, να περιλαμβάνουν γευσιγνωσίες, δειγματισμούς σε μεγάλες αλυσίδες “Super Markets”, διαφημίσεις σε έντυπα του ειδικού τύπου,“open house events” ελληνικής (όχι γενικώς “μεσογειακής”) κουζίνας, δημιουργίας “ελληνικών ραφιών” σε επιλεγμένα καταστήματα μεγάλων διατροφικών αλυσίδων, κατά το πρότυπο αντίστοιχων ιταλικών και γαλλικών δράσεων κ.ά.
- Λαμβάνοντας όμως υπόψη το υψηλό κόστος των εν λόγω δράσεων, καθώς επίσης και το ικανό χρονικό διάστημα για το οποίο αυτές θα πρέπει να υλοποιηθούν (όπως προαναφέρθηκε 5-10 έτη), προκειμένου ένα ελληνικό προϊόν να αποκτήσει “αναγνωρισιμότητα” στον μέσο Αμερικανό καταναλωτή, εκτίμησή μας είναι ότι αυτές μπορούν πλέον να αναληφθούν από πολύ μικρό αριθμό μεμονωμένων ελληνικών εταιρειών, αφενός λόγω του μικρού, για τα αμερικανικά δεδομένα, μεγέθους τους, αφετέρου λόγω της οικονομικής συγκυρίας στη χώρα μας.
- Για το λόγο θεωρούμε ότι δέον είναι όπως διευρυνθεί η βέλτιστη δυνατή αξιοποίηση σχετικών κονδυλίων προβολής-προώθησης ελληνικών προϊόντων που διατίθενται από ευρωπαϊκούς (κοινοτικούς) κυρίως πόρους/ταμεία, τα οποία θα πρέπει να διοχετευτούν στη σύναψη συμφωνιών συνεργασίας με αμερικανικές εταιρείες marketing-δημοσίων σχέσεων που εξειδικεύονται στο εν λόγω αντικείμενο, κατά αντίστοιχη πρακτική άλλων χωρών, όπως η Ιταλία και η Ισπανία.

- Κρίνοντας από την έως τώρα εμπειρία μας από ελληνικά προϊόντα που έχουν ήδη καταγράψει επιτυχημένη πορεία στην αμερικανική αγορά, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο πλέον ενδεδειγμένος τρόπος για την τοποθέτηση ενός επώνυμου ("branded") ελληνικού προϊόντος στο ράφι, είναι η αναζήτηση και εντοπισμός από μία επιχείρηση επιτόπιου εκπροσώπου/συνεργάτη, εν είδει αποκλειστικού salesman, ο οποίος θα ασχολείται συστηματικά και με επιμονή προς της κατεύθυνση δειγματισμού του/των προϊόντος/-ων, με σκοπό την εν τέλει τοποθέτησή τους στο "ράφι".
- Υπογραμμίζεται εν προκειμένω ότι η επιτόπια παρουσία αποτελεί κρίσιμη παράμετρο για τη δια ζώσης συστηματική επαφή με δυνητικούς αγοραστές, για την άμεση επίλυση αναφυόμενων προβλημάτων, για την συστηματική καλλιέργεια διαπροσωπικών σχέσεων με επαγγελματίες του χώρου (μείζονος σημασίας παράμετρος στην αγορά των Η.Π.Α.), ενώ επιπλέον προσδίδει αίσθηση σοβαρότητας στην όλη προσπάθεια διείσδυσης του προϊόντος.
- Ιδανικά, πεποίθησή του Γραφείου Ο.Ε.Υ. Νέας Υόρκης, είναι ότι η βέλτιστη δυνατή προώθηση-προβολή των ελληνικών τροφίμων και ποτών μπορεί να επιτευχθεί με τη δημιουργία μόνιμων εκθεσιακών χώρων προβολής, προώθησης, διαφήμισης, εμπορίας, αλλά ακόμη και επιτόπιας κατανάλωσής τους, κατά το πρότυπο αντίστοιχων, εξαιρετικά επιτυχημένων εγχειρημάτων της Ιταλίας (περίπτωση "Eataly") και της Γαλλίας (περίπτωση "Le District").
- Αυτονόητο είναι ότι η ανάληψη ενός τέτοιου εγχειρήματος, που αποτελεί την ιδανική περίπτωση προώθησης και προβολής ελληνικών προϊόντων στην αμερικανική αγορά, ενέχει ωστόσο εξαιρετικά υψηλό κόστος, πολλώ δε μάλλον αν υλοποιηθεί σε αστικά κέντρα υψηλού κόστους διαβίωσης/ενοικίων (π.χ. Νέα Υόρκη, Βοστώνη, Σαν Φρανσίσκο, Σικάγο). Ως εκ τούτου, θεωρούμε ότι θα μπορούσε να αναληφθεί μόνον μέσω συνέργειας και συγχρηματοδότησης περισσότερων του ενός εταιρειών και φορέων, τόσο του ιδιωτικού, όσο και του δημοσίου τομέα, με ενδεχόμενη αξιοποίηση/συγχρηματοδότηση ευρωπαϊκών κονδυλίων.

1.3 Το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Λαμβάνοντας υπόψη τις δυσκολίες, περιορισμούς και υψηλό κόστος διείσδυσης στην εξόχως ανταγωνιστική αμερικανική αγορά που προαναφέρθηκαν, πολλώ δε μάλλον για μικρού/μεσαίου μεγέθους ελληνικές εταιρείες, το Γραφείο Ο.Ε.Υ. Νέας Υόρκης αξιολογεί ότι σημαντικές προοπτικές διανοίγονται μέσω της αξιοποίησης της νέας, πολλά υποσχόμενης και ταχέως αναπτυσσόμενης αγοράς του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αναφέρεται ενδεικτικά ότι το 2019 οι διαδικτυακές πωλήσεις ανήλθαν σε 602 δισ. δολ. ΗΠΑ, έναντι 524 δισ. δολ. ΗΠΑ το 2018 και 461 δισ. δολ. ΗΠΑ το 2017. Επίσης, το ποσοστό των Αμερικανών καταναλωτών που προμηθεύτηκαν αγαθά διαδικτυακά αυξήθηκε δραματικά τα τελευταία 20 έτη, από 22% το 2000, σε 79% το 2020.

Σε ότι αφορά δε ειδικότερα στις διαδικτυακές πωλήσεις τροφίμων, η ισχυρή τάση ανόδου αναμένεται να συνεχιστεί και στο μέλλον, δεδομένου ότι σύμφωνα με μελέτη της εταιρείας συμβούλων L.E.K, οι πωλήσεις αναμένεται να δεκαπλασιαστούν, από 2% επί του συνόλου των πωλήσεων τροφίμων το 2016, σε 15-20% το 2025. Όμοια μελέτη της εταιρείας συμβούλων "Acosta's", που δημοσιεύτηκε το 2019, καταδεικνύει ότι οι διαδικτυακές πωλήσεις τροφίμων αναμένεται να τριπλασιαστούν έως το 2023, ανερχόμενες στα 74 δισ. δολ. ΗΠΑ.

Η ταχεία αύξηση των διαδικτυακών πωλήσεων αποδίδεται κατά κύριο λόγο στη σταδιακή δημογραφική επικράτηση των νεότερων γενεών καταναλωτών (Millennials, Gen-X, Gen-Z), οι οποίο κομίζουν εντελώς νέα καταναλωτική νοοτροπία και παράλληλα διατηρούν τα υψηλότερα ποσοστά εξοικείωσης με την τεχνολογία. Οι κατηγορίες δε τροφίμων και ποτών που έχουν περιθώριο μεγάλης ανάπτυξης μέσω διαδικτυακών πωλήσεων είναι τα υψηλής ποιότητας ("specialty") συσκευασμένα τρόφιμα μακράς διαρκείας, και πιο συγκεκριμένα προϊόντα στα οποία

η χώρα μας έχει ιδιαίτερη παράδοση ποιότητας (ζυμαρικά, μέλια, snacks, νερά και λοιπά μη αλκοολούχα ποτά, κονσερβοποιημένα λαχανικά και φρούτα κ.λ.π.). Οι πωλήσεις στη συγκεκριμένη αγορά αυξήθηκαν κατά 24% το 2018 και αναμένεται να έχουν διπλασιαστεί έως το 2022.

Οι πολλά υποσχόμενες δε προοπτικές του κλάδου του ηλεκτρονικού εμπορίου αναδείχθηκαν και επιταχύνθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας του κορωνοϊού. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι διαδικτυακές πωλήσεις της μεγάλης αλυσίδας λιανεμπορίου Target αυξήθηκαν κατά 33% τον Φεβρουάριο, κατά 100% τον Μάρτιο και κατά 282% τον Απρίλιο, διαμορφώνοντας μια εκρηκτική συνολική αύξηση 141% για το σύνολο του ανωτέρω 4μήνου, ενώ οι καταναλωτές αγόρασαν προϊόντα διατροφής αξίας περίπου 700 εκ. δολ. μέσω της πλατφόρμας Instacart στις πρώτες δύο εβδομάδες του Απριλίου, ποσό που συνιστά αύξηση κατά 450% σε σχέση με τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους.

Περισσότερες, αναλυτικές πληροφορίες αναφορικά με την εξέλιξη και τις προοπτικές των διαδικτυακών πωλήσεων τροφίμων στην αγορά των ΗΠΑ, βρίσκονται διαθέσιμες στη σχετική Έρευνα Αγοράς του Γραφείου Ο.Ε.Υ. Νέας Υόρκης, στον εξής σύνδεσμο: http://agora.mfa.gr/ta-grafeia-oikonomikon-emporikon-upotheseon/grafeia-ana-xora/infofile/68741

Ζ. ΧΡΗΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων]

1. Ελληνικές Αρχές

Πρεσβεία Ελλάδος στην Ουάσιγκτων
2217 Massachusetts Ave. NW, Washington, DC 20008
Τηλ. (+1) 202 939 1300
Website: https://www.mfa.gr/usa/en/the-embassy/
E-mail: gremb.was@mfa.gr
Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων
2217 Massachusetts Ave. NW, Washington, DC 20008
Τηλ: (+1) 202 939 1305, 1308
E-mail: ecocom-washingotn@mfa.gr
Για περισσότερες λεπτομέρειες περί ελληνικών Αρχών σε ΗΠΑ βλ. ΥΠΕΞ:
https://www.mfa.gr/blog/dimereis-sheseis-tis-ellados/usa/
Ε.Ο.Τ., Γραφείο Νέας Υόρκης
800 Third Avenue, 23 FL., New York, New York 10022
Tel: (+1) 212 421-5777
Website: www.visitgreece.gr

2. Ομογενειακοί Φορείς

AHI / American Hellenic Institute: https://www.ahiworld.org/
1220 16th Street, NW Washington, DC 20036
Tel: (+1) 202 785-8430
AHEPA / American Hellenic Educational Progressive Association: https://ahepa.org/
1909 Q St NW, Washington, D.C. 20009
Tel: (+1) 202 232-6300

HALC / Hellenic American Leadership Council: https://www.hellenicleaders.com/
233 S. Wacker Drive Suite 8400, Chicago, Illinois 60606
Tel: (+1) 312 283-8616
SPGH / Society for the Preservation of the Greek Heritage: https://www.spghworld.org/
PO Box 53341, Washington, DC 20009
Tel: (+1) 434-987-2649

3. Φορείς Ευρωπαϊκής Ένωσης

Delegation of the European Union to the United States
2175 K Street, NW, Washington, DC 20037
Tel: (+1) 202.862.9500
Website: https://eeas.europa.eu/delegations/united-states-america_en
European Parliament Liaison Office in Washington DC
2175 K Street, NW, Suite 600 Washington, DC 20037,
Tel: (+1) 202 862 4734
Website: http://www.europarl.europa.eu/unitedstates/en/
European Central Bank (ECB) Representation in Washington DC
700 19th Street, NW, Suite 570
Washington, DC 20431
Tel: (+1) (202) 623-8351
Website: https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html

4. Αμερικανικές Αρχές

Κυβέρνηση ΗΠΑ.
White House: https://www.whitehouse.gov/
President Trump's Cabinet:
https://www.whitehouse.gov/the-trump-administration/the-cabinet/

Ομοσπονδιακές Αρχές & Υπηρεσίες (ενδεικτικά).
USA GOV / Official Guide to Government Information: https://www.usa.gov/
US Government Departments and Agencies: https://www.usa.gov/federal-agencies
US Department of State: www.state.gov
US Department of Commerce: www.commerce.gov
US Department of Treasury: www.ustreas.gov
US Department of Energy: www.energy.gov
US Department of Agriculture: www.usda.gov
USTR / US Trade Representative: http://www.ustr.gov/
ITC / International Trade Commission: https://www.usitc.gov/
ITA / International Trade Administration: www.trade.gov
BEA / Bureau of Economic Analysis: http://www.bea.gov/
CBP / Customs and Border Protection: https://www.cbp.gov/
Census Bureau: https://www.census.gov/
STATS America: http://www.statsamerica.org/
USAID / US Agency for International Development: https://www.usaid.gov/

Πολιτειακές Αρχές.
National Governors Association: https://www.nga.org/
US Local Governments: https://www.usa.gov/local-governments
Government of the District of Columbia (DC): https://dc.gov/

5. Ξένες Διπλωματικές Αποστολές

Government of the District of Columbia, Embassies in DC:
https://os.dc.gov/service/dc-embassies
Embassy.org:
https://www.embassy.org/embassies/

6. Διεθνείς Οργανισμοί

THE WORLD BANK GROUP:
http://www.worldbank.org/
International Bank for Reconstruction and Development (IBRD):
http://www.worldbank.org/en/who-we-are/ibrd
International Development Association:
http://ida.worldbank.org/
International Finance Corporation:
https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/home
Multilateral Investment Guarantee Agency:
https://www.miga.org/
International Centre for Settlement of Investment Disputes:
https://icsid.worldbank.org/en/
International Monetary Fund:
http://www.imf.org

7. Εμπορικά & Βιομηχανικά Επιμελητήρια

US Chamber of Commerce: www.uschamber.com
American-Hellenic Chamber of Commerce: https://www.amcham.gr/
Hellenic-American Chamber of Commerce: www.hellenicamerican.cc
US Chambers of Commerce (Official USA):
https://www.officialusa.com/stateguides/chambers/
Council of State Chambers (COSC): https://www.statechambers.org/
Association of Chamber Of Commerce Executives (ACCE): https://secure.acce.org/

8. Τράπεζες

American Bankers Association (ABA): https://www.aba.com/Pages/default.aspx
US Bank Directory: http://usbanksdirectory.com/
Export-Import Bank: https://www.exim.gov/

9. Διοργανωτές Εκθέσεων

International Association of Exhibitions and Events (IAEE): https://www.iaee.com/

Trade Fair Dates: https://www.tradefairdates.com/Fairs-USA-Z228-S1.html
The Ultimate Trade Show Directory: https://www.tsnn.com/
Expodatabase: https://www.expodatabase.com/trade-shows-america/usa/
Trade Shows Worldwide: https://www.eventseye.com/

10. Ξενοδοχεία

US Travel Directory: http://ustraveldirectory.com/
Booking Holdings Inc.: http://www.booking.com
Ενδεικτικός Κατάλογος για Ουάσιγκτων:
Embassy Suites: https://www.ritzcarlton.com/
The Ritz-Carlton Hotel: https://www.ritzcarlton.com/
Hilton Washington: https://www.hilton.com/
Hyatt Regency Washington on Capitol Hill: https://www.hyatt.com/
Willard InterContinental Washington: https://washington.intercontinental.com/

11. Δικηγορικά & Φοροτεχνικά Γραφεία

American Bar Association: https://www.americanbar.org/**National Lawyers Association:** https://www.nla.org/
IRS Tax Pro Association Partners: https://www.irs.gov/tax-professionals/irs-tax-pro-association-partners

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: Κατάλογος δικαιολογητικών για εγγραφή εταιρείας (ανά νομική μορφή)

(σ.σ. Ο Παρακάτω κατάλογος είναι ενδεικτικός)

Business structure	Document	Description
LLC	Articles of organization	Articles of organization is a simple document that describes the basics of your LLC. It includes business information like the company name, address, member names, and the registered agent.
LLC	LLC operating agreement	An operating agreement describes the structure of your company's financial and functional decisions. It defines how key business decisions are made, as well as each member's duties, powers, and responsibilities. It's widely recommended to create one to protect yourself and your business, even if your state doesn't mandate it.
Limited partnership	Certificate of limited partnership	This simple document describes the basics of your limited partnership. It notifies the state of the partnership's existence and contains basic business information like the company name, address, and partner names. Not all states require it, and some states call it by a different name.
Limited partnership	Limited partnership agreement	A limited partnership agreement is an internally binding document between all partners that defines how business decisions get made, each partner's duties, powers, and responsibilities. It's widely recommended to create one to protect yourself and your business, even if your state doesn't mandate it.
Limited liability partnership	Certificate of limited liability partnership	This simple document describes the basics of your limited liability partnership. It notifies the state of the partnership's existence and contains basic business information like the company name, address, and partner names. Not all states require it, and some states call it by a different name.
Limited liability partnership	Limited liability partnership agreement	A limited liability partnership agreement is an internally binding document between all partners that defines how business decisions get made, each partner's duties, powers, and responsibilities. It's widely recommended to create one to protect yourself and your business, even if your state doesn't mandate it.
Corporation (any kind)	Articles of incorporation	The articles of incorporation — or a certificate of incorporation — is a comprehensive legal document that lays out the basic outline of your business. It's required by every state when you incorporate. The most common information included is the company name, business purpose, number of shares offered, value of shares, directors, and officers.
Corporation (any kind)	Bylaws or resolutions	Bylaws (called resolutions for nonprofits) are the internal governance documents of a corporation. They define how key business decisions are made, as well as officer and shareholders' duties, powers, and responsibilities. It's widely recommended to create one to protect yourself and your business, even if your state doesn't mandate it.

Πηγή: https://www.sba.gov/business-guide/launch-your-business/register-your-business

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: Σήμανση - Ετικέτες

Παράδειγμα ετικέτας: Σύγκριση παλιάς με νέας ετικέτας

Nutrition Facts
Serving Size 2/3 cup (55g)
Servings Per Container About 8

Amount Per Serving	
Calories 230	Calories from Fat 72
	% Daily Value*
Total Fat 8g	**12%**
Saturated Fat 1g	**5%**
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	**0%**
Sodium 160mg	**7%**
Total Carbohydrate 37g	**12%**
Dietary Fiber 4g	**16%**
Sugars 1g	
Protein 3g	
Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Nutrition Facts
8 servings per container
Serving size **2/3 cup (55g)**

Amount per serving	
Calories	**230**
	% Daily Value*
Total Fat 8g	**10%**
Saturated Fat 1g	**5%**
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	**0%**
Sodium 160mg	**7%**
Total Carbohydrate 37g	**13%**
Dietary Fiber 4g	**14%**
Total Sugars 12g	
Includes 10g Added Sugars	**20%**
Protein 3g	
Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 260mg	20%
Iron 8mg	45%
Potassium 235mg	6%

* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

Note: *The images above are meant for illustrative purposes to show how the new Nutrition Facts label might look compared to the old label. Both labels represent fictional products. When the original hypothetical label was developed in 2014 (the image on the left-hand side), added sugars was not yet proposed so the "original" label shows 1g of sugar as an example. The image created for the "new" label (shown on the right-hand side) lists 12g total sugar and 10g added sugar to give an example of how added sugars would be broken out with a % Daily Value.*

Πηγή: FDA (Original versus New Label - Side-by-Side Comparison)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ: Δικηγορικά γραφεία με εξειδίκευση σε θέματα εμπορικών σημάτων (DC)

Arent Fox LLP
1050 Connecticut Avenue, NW, Washington, DC 20036-5339
Τηλ.: +1 202 857 6000 Φαξ: +1 202 857 6395
http://www.arentfox.com

Day Pitney LLP
1100 New York Avenue, NW, Suite 300, Washington, DC 20005
Τηλ.: +1 202 218 3900, Φαξ: +1 202 218 3910
www.daypitney.com

EMP&A/ Erik M. Pelton & Associates, PLLC
Τηλ.: +1 703 525 8009, Φαξ: +1 703 997 5349
www.erikpelton.com
Contact person: Erik Pelton (emp@tm4smallbiz.com)

Finnegan
901 New York Avenue, NW Washington, DC 20001-4413
Τηλ.: +1 202 408 4000 Φαξ: +1 202 408 4400
Email: info@finnegan.com
http://www.finnegan.com

Foley & Lardner LLP
3000 K Street, N.W., Suite 600, Washington, DC 20007-5109
Τηλ.: +1 202 672 5300, Φαξ: +1 202 672 5399
http://www.foley.com

Frommer Lawrence & Haug LLP
1667 K Street, NW,, Washington, DC 20006
Τηλ.: +1 202 292 1530, Φαξ: +1 202 292 1531
http://www.flhlaw.com

Greenberg & Lieberman
2141 Wisconsin Ave. NW, Suite C-2, Washington, DC 20007 USA Τηλ.: (202) 625-7000
Toll Free: +1 888 275 2757, Φαξ: +1 202 625 7001
Email: questions@aplegal.com http://www.aplegal.com

Hogan Lovells US LLP
Columbia Square, 555 13th Str., NW, Washington DC 20004
Τηλ.: +1 202 637 5600 Φαξ: +1 202 637 5910
www.hoganlovells.com

McNeely, Hare & War LLP
5335 Wisconsin Ave, NW, Suite 440, Washington, D.C. 20015 U.S.A.
Τηλ.: +1 202 274 0214 Φαξ: +1 202 478 1813
Email: info@miplaw.com http://www.patentek.com

Staas & Halsey LLP
1201 New York Avenue, N.W., 7th Floor Washington, D.C. 20005
Τηλ.: +1 202 434 1500, Φαξ: +1 202 434 1501
http://www.staasandhalsey.co m/
Contact person: William Herbert (**wherbert@s-n-h.com**)

Sterne, Kessler, Goldstein & Fox.
1100 New York Avenue, Washington, DC 20005
Τηλ.: +1 202 371 2600, Φαξ: +1 202 371 2540
http://www.skgf.com

Traverse Legal Attorneys & Advisors
Lexington Park, Maryland Office: 22776 Three Notch Rd, Suite 201
Τηλ.: +1 866 936 7447
http://www.traverselegal.com

Venable LLP
575 7th Street, NW, Washington, DC 20004
Τηλ.: +1 202 344 4969, Φαξ: +1 202 344 8300
www.Venable.com
Contact person: *Marcia A. Auberger, Esq.* (MAAuberger@Venable.com)

Wilmer Cutler Pickering Hale and Dorr LLP
1875 Pennsylvania Avenue, NW Washington, DC 20006
Τηλ.: +1 202 663 6000 Φαξ: +1 202 663 6363
http://www.wilmerhale.com/