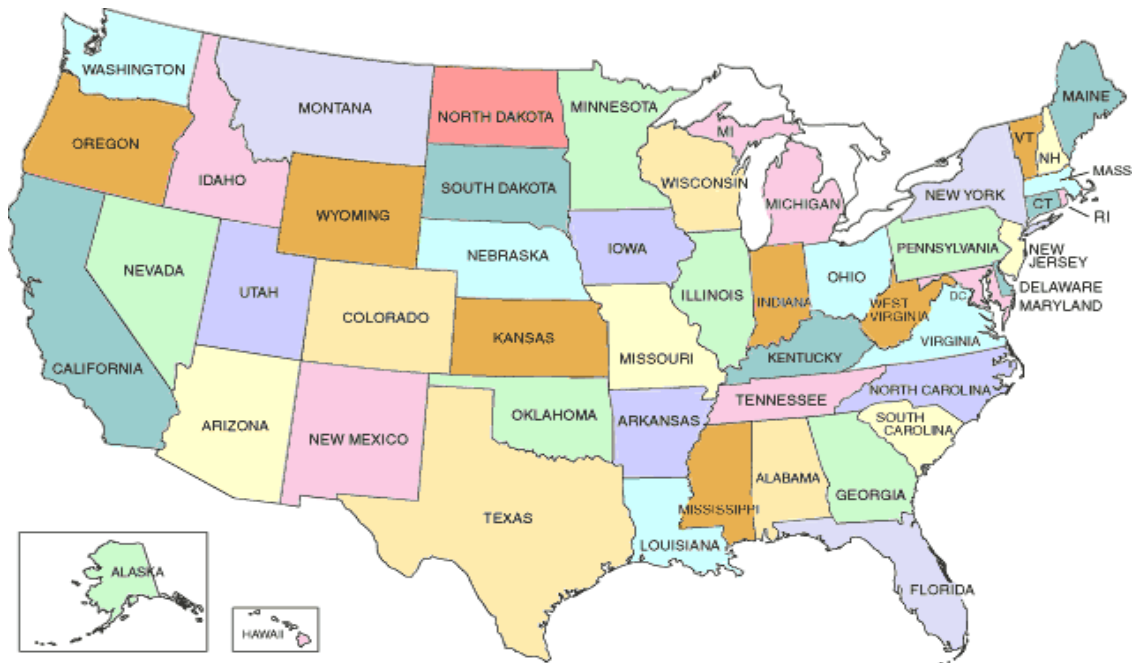




ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ &  
ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

**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, ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2018**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>4</b>
<b>A. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ [ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΕΥ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ]</b> .....	<b>4</b>
1. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	4
2. ΒΑΣΙΚΑ ΜΑΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ.....	5
<b>B. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ [ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΕΥ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ - ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΕΥ ΣΙΚΑΓΟ ΓΙΑ ΠΟΛΙΤΕΙΑ ILLINOIS ΣΕ 1.1]</b> .....	<b>6</b>
1. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	6
1.1 Διαδικασία σύστασης εταιρείας.....	6
1.2 Νομικές Μορφές Εταιρειών.....	8
1.3 Διαδικασίες Εισαγωγής – Περιορισμοί.....	9
1.4 Σήμανση – Ετικέτες προϊόντων.....	14
1.5 Τελωνειακή Νομοθεσία.....	16
2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΙΣΟΔΟΥ – ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ.....	17
3. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ.....	18
<b>Γ. ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ – ΔΑΣΜΟΛΟΓΗΣΗ [ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΕΥ ΑΓΙΟΥ ΦΡΑΓΚΙΣΚΟΥ]</b> .....	<b>20</b>
1. ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΑΠΟΦΥΓΗΣ ΔΙΠΛΗΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑΣ.....	20
2. ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΡΟΣΩΠΩΝ.....	21
3. ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	21
4. ΦΠΑ.....	22
5. ΕΙΔΙΚΟΙ ΦΟΡΟΙ.....	22
6. ΔΑΣΜΟΙ.....	22
7. ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ.....	23
8. ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΣ “ΠΑΡΑΔΕΙΣΟΣ” ΓΙΑ STARTUP ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΟΛΙΤΕΙΑ DELAWARE.....	24
9. ΕΙΔΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΖΩΝΕΣ (FTZ).....	24
10. ΣΥΛΛΟΓΟΙ ΚΑΙ ΕΝΩΣΕΙΣ ΦΟΡΟΤΕΧΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ.....	24
11. ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΠΙ ΘΕΜΑΤΩΝ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑΣ/ΔΑΣΜΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ:.....	25

<b>Δ. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ [ΓΡΑΦΕΪΟ ΟΕΥ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ ΚΑΙ ΣΙΚΑΓΟΥ]</b> .....	<b>25</b>
<b>1. ΓΕΝΙΚΑ – [ΓΡΑΦΕΪΟ ΟΕΥ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ]</b> .....	<b>25</b>
<b>2. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ ΙΛΛΙΝΟΙΣ [ΓΡΑΦΕΪΟ ΟΕΥ ΣΙΚΑΓΟΥ]</b> .....	<b>26</b>
<b>Ε. ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ – ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ [ΓΡΑΦΕΪΟ ΟΕΥ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ]</b> .....	<b>28</b>
<b>ΣΤ. ΚΛΑΔΟΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ [ΓΡΑΦΕΪΟ ΟΕΥ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ]</b> .....	<b>29</b>
<b>1. ΤΡΟΦΙΜΑ</b> .....	<b>29</b>
<i>1.1 Δομή Αγοράς – Ιδιαιτερότητες αναφορικά με ελληνικά προϊόντα</i> .....	<i>29</i>
<i>1.2 Στρατηγική – Τακτικές διείσδυσης ελληνικών προϊόντων στην αγορά</i> .....	<i>31</i>
<b>Ζ. ΧΡΗΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ [ΓΡΑΦΕΪΟ ΟΕΥ ΟΥΑΣΙΓΚΤΩΝ]</b> .....	<b>33</b>
<b>1. ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΑΡΧΕΣ</b> .....	<b>33</b>
<b>2. ΟΜΟΓΕΝΕΙΑΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ</b> .....	<b>33</b>
<b>3. ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ</b> .....	<b>33</b>
<b>4. ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ</b> .....	<b>34</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο εν λόγω επιχειρηματικός οδηγός συντάχθηκε ως βασική ενημέρωση της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας, περιλαμβάνοντας γενικές κυρίως 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. Στην εν λόγω ιστοσελίδα συμπεριλαμβάνονται γενικές κατηγορίες πληροφοριών (Start a Business, Register a Business, Business Types & Industries), αλλά και ειδικότερες πληροφορίες (ασφάλιση επιχείρησης, φορολογικά θέματα, διαφήμιση/μάρκετινγκ), ακόμα 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 ανάλογα με την Πολιτεία αλλά και τις επιμέρους κομητείες (Counties).

## A. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων]

### 1. Γενικά Χαρακτηριστικά <sup>(1)</sup>

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). Επίσης, κατέχει αρκετά εδάφη στον Ειρηνικό και στην Καραϊβική. Πρωτεύουσα της χώρας είναι η Washington, DC.

Ο πληθυσμός των ΗΠΑ εκτιμάται σε 327.554.947 (Απρίλιος 2017), στην 3<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως, μετά την Κίνα και την Ινδία. Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού συγκεντρώνεται στην περιοχή του Νότου (123.658.624 κατ.), αν και πολυπληθέστερη Πολιτεία είναι η California στη Δυτική ακτή (39.536.653 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, από 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 ένα βαθμό αυτονομίας έναντι της ομοσπονδιακής. 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 δετή θητεία) και τη Βουλή των Αντιπροσώπων (435 έδρες, εκλεγμένα μέλη για 2ετή θητεία).

Στις 20/1/2017, ο Donald Trump ορκίστηκε 45<sup>ος</sup> Πρόεδρος των ΗΠΑ, μετά τη νίκη του έναντι της υποψήφιας των Δημοκρατικών, Hillary Clinton, κατά την 58<sup>η</sup> προεδρική εκλογή που έλαβε χώρα στις 8/11/2016.

<sup>1</sup> Πηγή: Ετήσια Έκθεση για τις ΗΠΑ 2017 [www.agora.mfa.gr].

Οι ΗΠΑ δεν νοούνται ως ενιαία αγορά, καθώς κάθε Πολιτεία χαρακτηρίζεται από διαφορετικά καταναλωτικά πρότυπα και αγοραστικές συνήθειες και, σε ορισμένο βαθμό, διαφορετικό θεσμικό πλαίσιο και κανάλια διανομής.

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 Σικάγου

Τα στοιχεία επικοινωνίας των Γραφείων ΟΕΥ στις ΗΠΑ διατίθενται στη διαδικτυακή πύλη του Υπουργείου Εξωτερικών AGORA, [www.agora.mfa.gr](http://www.agora.mfa.gr), ενώ η περιοχή αρμοδιότητας κάθε Γραφείου ΟΕΥ απεικονίζεται ως ακολούθως:

## 2. Βασικά Μακροοικονομικά Μεγέθη

Το 2017 η οικονομική ανάπτυξη των ΗΠΑ ξεπέρασε τις αρχικές προσδοκίες, καταγράφοντας ρυθμό 2,3%. Ωστόσο, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας παρέμεινε σημαντική πρόκληση για την αμερικανική οικονομία. Η βελτίωση της παραγωγικότητας ήταν περιορισμένη και χαμηλότερου ρυθμού σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Σύμφωνα με εκτιμήσεις αναλυτών, προκειμένου η οικονομία των ΗΠΑ να παραμείνει σε αναπτυξιακή πορεία πρέπει να ενισχυθεί η παραγωγικότητα, βελτιώνοντας το επιχειρηματικό περιβάλλον και ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα.

Το επίπεδο ευημερίας στις ΗΠΑ, σύμφωνα με στοιχεία ΟΟΣΑ, είναι ικανοποιητικό, χάρη στην συνεχή οικονομική ανάπτυξη των τελευταίων ετών, με βελτίωση του διαθέσιμου εισοδήματος και του πλούτου του γενικού πληθυσμού, των συνθηκών αγοράς εργασίας και διαβίωσης των Αμερικανών πολιτών εν γένει.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Βασικοί Μακροοικονομικοί Δείκτες <sup>(2)</sup>

	2015	2016	2017
<b>Πραγματικό ΑΕΠ</b>	18.120,7	18.624,7	19.390,6
<b>Ρυθμός Ανάπτυξης (%)</b>	2,9	1,5	2,3
<b>Κατά κεφαλή ΑΕΠ (δισ. δολ.)</b>	51,91	52,32	53,13
<b>Ανεργία (%)</b>	5,3	4,9	4,4
<b>Πληθωρισμός (%)</b>	0,1	1,2	1,9
<b>Δημόσιο Χρέος (%ΑΕΠ) <sup>(3)</sup></b>	105,4	107,1	107,8
<b>Ισοζύγιο Γενικής Κυβέρνησης (Έλλειμμα, %ΑΕΠ)</b>	-4,2	-4,9	μ/δ
<b>Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών (%ΑΕΠ)</b>	-2,40	-2,43	-2,40
<b>Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών (δισ. δολ.)</b>	-434,6	-451,6	-466,2
<b>Εξαγωγές (τρις. δολ.)</b>	1,451	1,546	6,60%
<b>Εισαγωγές (τρις. δολ.)</b>	2,174	2,330	7,20%

<sup>2</sup> Πηγή: Ετήσια Έκθεση για τις ΗΠΑ 2017 [[www.agora.mfa.gr](http://www.agora.mfa.gr)].

<sup>3</sup> Σημειώνεται ότι όταν οι αμερικανικές αρχές αναφέρονται στο δημόσιο χρέος, εννοούν το ομοσπονδιακό χρέος, το οποίο δεν περιλαμβάνει το χρέος των Πολιτειών και της τοπικής αυτοδιοίκησης.

<b>Βραχυπρόθεσμο Επιτόκιο</b>	0,2	0,6	1,1
<b>Μακροπρόθεσμο Επιτόκιο</b>	2,1	1,8	2,3

## B. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων – Γραφείο ΟΕΥ Σικάγο σε 1.1 για Πολιτεία Illinois]

### 1. Θεσμικό Πλαίσιο

#### 1.1 Διαδικασία σύστασης εταιρείας

Η αρμόδια αμερικανική Αρχή μικρομεσαίων επιχειρήσεων / ΜΜΕπιχ. (SBA) συνοψίζει 10 βασικά βήματα για σύσταση εταιρείας στις ΗΠΑ <sup>(4)</sup>:

- 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 Capital), αξιοποίηση διαδικτυακών εργαλείων crowdfundind, τραπεζικό δάνειο, επενδυτικά προγράμματα φορέα στήριξης ΜΜΕπιχ.
- 4) *Επιλογή έδρας*: Κατά την επιλογή της τοποθεσίας / έδρας για σύσταση εταιρείας θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι διαφοροποιήσεις θεσμικού πλαισίου (φορολογία εταιρειών κλπ.) ανά Πολιτεία (State), ή ακόμα και ανά κομητεία (County).
- 5) *Επιλογή νομικής μορφής εταιρείας*: Ανάλογα με τη νομική μορφή της εταιρείας διαφοροποιούνται οι προϋποθέσεις εγγραφής εταιρείας, η φορολόγηση, η ευθύνη των εταίρων, καθώς και η συμμετοχή στα κέρδη (βλ. κεφ. Β. 1.2).
- 6) *Επιλογή επωνυμίας*: Μετά την επιλογή έδρας, υπάρχει δυνατότητα ηλεκτρονικής κατοχύρωσης επωνυμίας, στην ιστοσελίδα του Γραμματέα εκάστης Πολιτείας (State Secretary, σε αντιστοιχία με Περιφερειάρχη στην Ελλάδα), καθώς και διερεύνησης ήδη χρήσης εταιρικής επωνυμίας <sup>(5)</sup> - (ενώ, σ.σ., για καταχώριση σημάτων / trademarks βλ. Κεφάλαιο Β. 1.3).
- 7) *Εγγραφή-Καταχώριση εταιρείας / Registration* <sup>(6)</sup>: Απαραίτητη προϋπόθεση νόμιμης λειτουργίας εταιρειών είναι η εγγραφή σε ειδικό μητρώο αρμόδιων αρχών, ανάλογα με τις δραστηριότητες της επιχείρησης, σε επίπεδο Πολιτείας (Γραφείο Γραμματέα Πολιτείας / Secretary of State) και Ομοσπονδίας.

<sup>4</sup> SBA: <https://www.sba.gov/business-guide/10-steps-start-your-business/#step-1>.

<sup>5</sup> Π.χ. για καταχώριση επωνυμίας στην Πολιτεία Maryland, στην ιστοσελίδα του Secretary of State <https://sos.maryland.gov/Pages/default.aspx> υπάρχει ξεχωριστός υπερσύνδεσμος με οδηγίες καταχώρισης επωνυμίας, σήματος κλπ., βλ. <https://sos.maryland.gov/Documents/Trademark.pdf>. Αντίστοιχα, στην Πολιτεία Delaware η ιστοσελίδα του State Secretary προσφέρει τη δυνατότητα ελέγχου (online) της επωνυμίας, βλ. <https://icis.corp.delaware.gov/Ecorp/NameReserv/NameReservation.aspx>.

<sup>6</sup> SBA: <https://www.sba.gov/business-guide/launch-your-business/register-your-business>.

Σε ομοσπονδιακό επίπεδο και για ορισμένες περιπτώσεις η εγγραφή ολοκληρώνεται απλώς με την έκδοση αριθμού φορολογικού μητρώου στην Υπηρεσία [IRS](#) (federal tax ID – βλ. Κεφάλαιο Γ περί φορολογίας). Όσον αφορά στην καταχώριση της εταιρείας στις *Πολιτειακές Αρχές*, συνήθως, το κόστος δεν ξεπερνάει τα \$300. Επισημαίνεται ότι απαραίτητη προϋπόθεση για την εγγραφή εταιρείας τύπου LLC, corporation, partnership ή nonprofit corporation είναι η συνεργασία με εγγεγραμμένο παροχέα υπηρεσιών “agent”.

## Η περίπτωση της Πολιτείας Illinois [Γραφείο ΟΕΥ Σικάγου]

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](http://www.cyberdriveillinois.com). Επιλέγεται από το menu η ένδειξη Corp Search.

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](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](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](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](http://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](http://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. Όλες οι μορφές εταιρειών, στην περίπτωση που ασχολούνται με το εμπόριο πρέπει να εγγράφονται, για φορολογικούς σκοπούς, στην Πολιτεία του Illinois στην ηλεκτρονική διεύθυνση [www.revenue.state.il.us/](http://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 ([www.chicagolandchamber.org](http://www.chicagolandchamber.org))

Illinois Small Business Development Center

Ms. Stacey Caldwell, Phone: 312-4946790, 312-4946792, [SCaldwell@chicagolandchamber.org](mailto:SCaldwell@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 :

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

[http://www.illinoislegalaid.org/index.cfm?fuseaction=home.dsp\\_content&contentID=7796#a=intro](http://www.illinoislegalaid.org/index.cfm?fuseaction=home.dsp_content&contentID=7796#a=intro)

## **1.2 Νομικές Μορφές Εταιρειών**

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

- Sole Proprietorship (Ατομική Επιχείρηση)
- Partnership – με πιο δημοφιλείς υποκατηγορίες:
  - Limited Partnerships – LP
  - Limited Liability Partnerships – LLP
- Limited Liability Company – LLC (συνδυασμός Corporation και Partnership - ΕΠΕ)
- Corporations – με σημαντικότερες υποκατηγορίες:
  - C Corp – υψηλότερο κόστος σύστασης – όχι προσωπική ευθύνη εταίρων
  - 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 Άρθρου 501(c)(3) – μη κερδοσκοπικές

<sup>7</sup> SBA: <https://www.sba.gov/business-guide/launch-your-business/choose-business-structure>.



→ Cooperative – ομοιότητες με συνεταιρισμούς και συλλογικές επιχειρήσεις

### **1.3 Διαδικασίες Εισαγωγής – Περιορισμοί**

Οι προϋποθέσεις εισαγωγής συγκεκριμένων αγαθών στις ΗΠΑ σχετίζονται με ευρύ κατάλογο ποικίλων κριτηρίων (π.χ. ποσοτώσεις, χαμηλοί εισαγωγικοί δασμοί, απαγόρευση εισαγωγής λόγω κυρώσεων), για προσδιορισμό των οποίων ο εξαγωγέας θα πρέπει να γνωρίζει τη δασμολογική κλάση του προϊόντος σύμφωνα με το Αμερικανικό Εναρμονισμένο Δασμολόγιο (US Harmonized Tariff Schedule / HTS classification number). Για 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 σε ειδικούς κανονισμούς διαφόρων υπηρεσιών δεν μπορούν να εισαχθούν χωρίς άδεια από την αρμόδια υπηρεσία <sup>(8)</sup>.

#### 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. ειδικό Παράρτημα 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. σχετική πληροφόρηση Υπηρεσίας Τελωνείων ΗΠΑ <https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export>.

#### Βασικά στοιχεία ορθού εκτελωνισμού προϊόντων

- Συμπεριλάβετε όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες στο τιμολόγιο εκτελωνισμού.
- Προετοιμάστε προσεκτικά το τιμολόγιό σας, συμπληρώστε το με ευκρινείς χαρακτήρες και αναγράψτε τα δεδομένα στις αντίστοιχες στήλες.
- Βεβαιωθείτε ότι το τιμολόγιό σας περιέχει τις πληροφορίες που εμφανίζονται στο δελτίο αποστολής και φροντίστε να είναι καλά προετοιμασμένο.

<sup>8</sup> Βλ. κεφάλαιο Ειδικών Προϋποθέσεων - Special Requirements, του οδηγού "Importing Into the U.S." <http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf>.

- Επισημάνετε και αριθμήστε κάθε πακέτο, έτσι ώστε να υπάρχει ταύτιση των επισημάνσεων και αριθμών πακέτων με τα αντίστοιχα που εμφανίζονται στο τιμολόγιο.
- Καταγράψτε αναλυτικά στο τιμολόγιό σας κάθε τεμάχιο εμπορεύματος που περιέχεται σε κάθε πακέτο.
- Επισημάνετε τα αγαθά σας ευκρινώς και εμφανώς σύμφωνα με τις απαιτήσεις που ορίζονται από τη νομοθεσία σήμανσης ΗΠΑ (Κεφ. 29 & 30 του αναφερθέντος Οδηγού “Importing Into the U.S.”).
- Συμμορφωθείτε με τις διατάξεις των ειδικών κανονισμών που μπορεί να ισχύουν για τα προϊόντα σας, όπως ως προς τρόφιμα, φάρμακα, καλλυντικά, αλκοολούχα ποτά, ραδιενεργά υλικά κ.α. (Κεφάλαια 33, 34 & 35 του ανωτέρω Οδηγού).
- Ακολουθείστε προσεκτικά τις οδηγίες αναφορικά με την τιμολόγηση, συσκευασία, σήμανση, κ.λπ., που σας έχουν δοθεί από τον πελάτη σας στις ΗΠΑ. Ο πελάτης ή παραγγελιοδόχος πιθανότατα θα ελέγξει προσεκτικά εάν το παραδοτέο εμπόρευμα ανταποκρίνεται στις αναγκαίες προδιαγραφές.
- Συνεργαστείτε με την CBP για τα πρότυπα συσκευασίας των προϊόντων σας (packing standards).
- Δώστε προσοχή στις διαδικασίες ασφάλειας κατά την μεταφορά των προϊόντων σας για φόρτωση. Μην επιτρέψετε λαθραία αγαθά να εισέλθουν στην φορτωτική σας.
- Επιλέξτε μεταφορέα που συμμετέχει στο Automated Manifest System (AMS).
- Εάν έχετε διορίσει επίσημο τελωνιακό πράκτορα για την συναλλαγή σας, χρησιμοποιήστε εταιρεία που να συμμετέχει στο Automated Broker Interface (ABI).

### Εισαγωγή Τροφίμων

Το σύνολο των υποχρεώσεων/προϋποθέσεων εισαγωγής τροφίμων στις ΗΠΑ διατίθεται στην ιστοσελίδα της ομοσπονδιακής Αρχής US Food & Drug Administration (FDA): <https://www.fda.gov/Food/ResourcesForYou/Industry/ucm366356.htm>, όπου περιγράφονται αναλυτικά οι σχετικές διαδικασίες:

- [FDA’s Import Program](#)
- [Food](#)
- [Registration](#)
- [Prior Notice](#)
- [Cosmetics](#)
- [Additional Resources](#)
- [Clearance/review legend](#)

Στον προαναφερθέντα σύνδεσμο διατίθενται αναλυτικές πληροφορίες για την εισαγωγή/διάθεση τροφίμων στην εγχώρια αγορά, όπως πχ., μεταξύ άλλων, περιπτώσεις “παρέμβασης” της Υπηρεσίας FDA στις τελωνιακές διαδικασίες (δειγματοληψία, έλεγχος καταλληλότητας τροφίμων και τελική έγκριση εισαγωγής), σήμανση τροφίμων με ετικέτα συστατικών (ingredients) και διατροφικών στοιχείων (nutrition facts), 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 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, και
- 4) Inspection of Records

Σύμφωνα με τους δύο πρώτους οι εξαγωγείς τροφίμων απαιτείται να εγγράφονται σε ειδικό μητρώο της υπηρεσίας FDA, καθώς και να ειδοποιούν τις τελωνειακές αρχές πριν από κάθε αποστολή φορτίου (<sup>9</sup>).

#### Καταχώριση - Εγγραφή εταιρείας/μονάδας παραγωγής τροφίμων

Από το 2002, 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 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](http://www.access.fda.gov).

Η εν λόγω διαδικασία είναι υποχρεωτική ενώ, σύμφωνα με νεότερους κανονισμούς (στο πλαίσιο των νέων διατάξεων του Νόμου FSMA, περί Εκσυγχρονισμού της Ασφάλειας Τροφίμων, παρ. 102 (<sup>10</sup>)), όλες οι εγκαταστάσεις τροφίμων που εξάγουν προϊόντα στις ΗΠΑ πρέπει να επανεγγράφονται κάθε δύο χρόνια, κατά τη διάρκεια της περιόδου μεταξύ 1ης Οκτωβρίου και 31ης Δεκεμβρίου κάθε άρτιου έτους.

Ως προς τη διαδικασία εγγραφής, ο ιδιώτης ή η εταιρεία ή οποιοδήποτε εξουσιοδοτημένο άτομο, που αναλαμβάνει εκ μέρους του εξαγωγέα την εγγραφή, μπορεί να υποβάλει την αίτηση 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. λόγω αλλαγής εταιρικής ιδιοκτησίας ή παύση της λόγω χρεοκοπίας). Εναλλακτικά, μπορεί να χρησιμοποιηθεί η αίτηση FDA 3537, βλ. ιστοσελίδα <https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/foodfacilityregistration/default.htm>.

Η εγγραφή, η ανανέωση εγγραφής, η επικαιροποίηση στοιχείων, ή η ακύρωση είναι υποχρεωτικές βάσει διατάξεων νόμου Section 301(dd) και 21 U.S.C. 331(dd), ενώ η μη συμμόρφωση θεωρείται ποινικό αδίκημα με όλες τις νομικές συνέπειες (21 CFR 1.241a). Εάν τρόφιμα που εισάγονται στις ΗΠΑ προέρχονται από ξένη εγκατάσταση για την οποία δεν έχει υποβληθεί εγγραφή, τα τρόφιμα κατάσχονται στον λιμένα εισόδου και δεν παραδίδονται στον εισαγωγέα, τον ιδιοκτήτη, ή τον παραλήπτη των τροφίμων, έως ότου καταχωρισθεί η ξένη εγκατάσταση. Εντούτοις, τα τρόφιμα μπορεί να μεταφερθούν σε ασφαλή εγκατάσταση, από την FDA ή την Υπηρεσία Τελωνείων και Προστασίας Συνόρων.

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

<sup>9</sup> Για αναλυτικές πληροφορίες βλ. ιστοσελίδα [www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.html](http://www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.html).

<sup>10</sup> FDA - FSMA: <https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/fsma/ucm247548.htm> (full text).

και 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 εγγραφής μιας εγκατάστασης τροφίμων, κανένας 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 επανεκκίνησης της νέας καταχώρισης. Η FDA μπορεί επίσης να καταχωρίσει εκ νέου μια εγγραφή εάν θεωρήσει, βάσει στοιχείων, ότι δεν υπάρχουν επαρκείς λόγοι συνέχισης της αναστολής 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 προβλέπονται στην παρ. 415, FD&C Act (21 U.S.C. 350d; 21 CFR 1.227(b)(3)). Εντούτοις, εάν πριν την αποστολή του εμπορεύματος στις ΗΠΑ το αγρόκτημα αποστέλλει τρόφιμα σε άλλη ξένη εγκατάσταση που παρασκευάζει, συσκευάζει ή τα διατηρεί, η δεύτερη εγκατάσταση πρέπει να εγγραφεί, εκτός αν τα τρόφιμα υποβάλλονται ακολούθως σε περαιτέρω επεξεργασία σε άλλη ξένη εγκατάσταση.

Επισημαίνεται ότι ως εγκατάσταση τροφίμων ορίζεται η εγχώρια ή ξένη εγκατάσταση όπου υπόκεινται σε επεξεργασία, συσκευάζονται ή διατηρούνται τρόφιμα προς ανθρώπινη ή ζωική κατανάλωση στην αγορά των ΗΠΑ (21 CFR 1.225). Δεν περιλαμβάνει αγροκτήματα, εστιατόρια, και καταστήματα λιανικής (παρ. 415(c)(1), FD&C Act; 21 CFR 1.226) , αλλά όμως περιλαμβάνει κέντρα διανομής λιανοπωλητών.

### Εισαγωγή τροφίμων μέσω e-shop <sup>(11)</sup>

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

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. Αν η αξία του εμπορεύματος είναι μικρότερη των \$ 2.000 δολ. και 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. Αυτή η διαδικασία αναφέρεται γενικά ως είσοδος ταχυδρομείου.

<sup>11</sup> Για αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με εμπορικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου, βλ. <https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export/internet-purchases>. Για απαγορευμένα, ή περιορισμένης εισαγωγής αγαθά, βλ. <https://www.cbp.gov/travel/us-citizens/know-before-you-go/prohibited-and-restricted-items>. Για διεθνείς διαδικτυακές πωλήσεις προσφέρονται οδηγοί επιχειρείν στη δ/νση <http://export.gov/sellingonline/> (πληροφορίες για αμερικανικές επιχειρήσεις που εξάγουν προϊόντα μέσω διαδικτύου) και στην <http://business.ftc.gov/documents/alt067-electronic-commerce-selling-internationally-guide-businesses> (συμφωνία ΗΠΑ με 28 χώρες, μεταξύ των οποίων η Ελλάδα, για σεβασμό βασικών αρχών στο χώρο e-commerce).

Για εμπορεύματα αξίας κάτω των \$ 200 δολ. δεν εφαρμόζεται πρόσθετη γραφειοκρατική διαδικασία. Εντούτοις, η CBP διατηρεί πάντα το δικαίωμα να απαιτήσει επίσημη είσοδο για οποιαδήποτε εισαγωγή (συνήθως εάν υπάρχει κάτι ασυνήθιστο, ή λείπουν σημαντικά έγγραφα, π.χ. τιμολόγιο). Αν 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*) πάνω στη συσκευασία του εμπορεύματος. Εάν η αξία του εμπορεύματος είναι μεγαλύτερη των \$ 200 δολ., το προϊόν θα παρακρατηθεί έως ότου ολοκληρωθεί η διαδικασία επίσημης εισόδου.

Για αποστολή εμπορευμάτων 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.

### 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 <sup>(12)</sup>.

*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.

*Κρέας, πουλερικά και αυγά (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 ΕΕ ξεχωριστά. Σε αυτό το πλαίσιο, διαμεσολαβούμε έναντι αρμόδιων Υπηρεσίας FSIS και ΥΠΑΑΤ ως προς υποβληθέντα ελληνικά αιτήματα.

*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

<sup>12</sup> 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.

αλιευμάτων.

#### Δασμολογικά.

*Επιβολή δασμών σε εισαγόμενα προϊόντα χάλυβα (25%) και αλουμινίου (10%) στις ΗΠΑ.* Παρακολουθείται θέμα εν λόγω δασμών, γνωστών ως "Section 232", σε εισαγωγές σχετικών προϊόντων στις ΗΠΑ, 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.

*Αναταξινόμηση εισαγόμενων πρόβειων τυριών υπό κατηγορία με δασμολογική επιβάρυνση.* Παρακολουθείται εν εξελίξει θέμα, αρμοδιότητας α/Υπηρεσίας Τελωνείων (CBP), προταθείσης ανακατάταξης ορισμένων εισαγόμενων πρόβειων τυριών από δασμολογικό κωδικό με μηδενικό δασμό σε κωδικό με δασμολογική επιβάρυνση.

#### **1.4 Σήμανση – Ετικέτες προϊόντων**

Τα εισαγόμενα προϊόντα πρέπει απαραίτητως να φέρουν σήμανση χώρας προέλευσης (country of origin label). Αρμόδια Υπηρεσία για την έγκριση ετικέτας είναι η Αμερικανική Υπηρεσία Τροφίμων και Φαρμάκων / FDA ([www.fda.gov](http://www.fda.gov)) η οποία τηρεί τους κανονισμούς σήμανσης για συμβατικά τρόφιμα <sup>(13)</sup>. Η FDA μπορεί να απαγορεύσει τον εκτελωνισμό τροφίμων 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.
- Βάρος του προϊόντος, σύμφωνα με το Αμερικανικό Μετρικό Σύστημα <sup>(14)</sup>.
- Πλήρη κατάλογο 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.

Στις 27.5.2016 η FDA δημοσίευσε το τελικό σχέδιο κανονισμού σήμανσης συσκευασμένων τροφίμων. Οι νέες διατάξεις προβλέπουν αλλαγές τόσο στο περιεχόμενο της ετικέτας όσο και στη μορφή αποτύπωσης των διατροφικών στοιχείων. Συγκεκριμένα, η νέα ετικέτα πρέπει να αντικατοπτρίζει τα νέα επιστημονικά δεδομένα που συνδέουν την διατροφή με τις χρόνιες παθήσεις, όπως η παχυσαρκία και οι καρδιοπάθειες. Οι ετικέτες έχουν σαν στόχο ο καταναλωτής να μπορεί να επιλέγει συνειδητά ένα προϊόν με βάση την διατροφική αξία.

Στις ΗΠΑ είναι υποχρεωτική η αναγραφή, στις ετικέτες των τροφίμων, ενός συνόλου στοιχείων συμπεριλαμβανομένων των: θερμίδων, μερίδων ανά πακέτο, λιπαρών (κορεσμένων και trans),

<sup>13</sup> Πηγές:

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

<sup>14</sup> Για το Αμερικανικό Μετρικό Σύστημα, βλ. National Bureau of Standards (NBS): Office of Weights and Measures/Metric Program, National Institute of Standards and Technology, <http://www.nist.gov/metric>.

χοληστερόλης, νατρίου, καλίου, υδατανθράκων (σάκχαρα και φυτικές ίνες), πρωτεΐνης, βιταμίνης D, ασβεστίου και σιδήρου. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να παρουσιάζονται σε πίνακα στο πίσω μέρος της συσκευασίας, με τρόπο ευανάγνωστο για τον καταναλωτή.

Η βιομηχανία πρέπει να συμμορφωθεί με τους νέους κανονισμούς εντός δύο ετών από της προαναφερθείσης δημοσίευσης, δηλαδή από 26.5.2018. Ωστόσο, η εν λόγω προθεσμία έχει παραταθεί κατά ένα έτος για επιχειρήσεις με ετήσιες πωλήσεις κάτω των \$ 10 εκ. δολ.

#### Βασικά σημεία νέας νομοθεσίας για ετικέτες

- Βλ. “Original versus New Label - Side-by-Side Comparison (FDA)” <https://www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/UCM501646.pdf>
- Βλ. “Changes to the Nutrition Facts Label” <https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm>
- Εμφανισιακά η ετικέτα παραμένει 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 X g Πρόσθετα Σάκχαρα” προστίθεται ακριβώς κάτω από την κατηγορία “Ολικά σάκχαρα”. Αναλυτικότερα:
- 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 γνωρίζει τι ποσοστό ακριβώς καταναλώνει. Προαιρετική η καταγραφή του ποσού γραμμαρίων για άλλες βιταμίνες και μέταλλα.
- Στην υποσημείωση εξηγείται διακριτά ποιο ποσοστό ημερήσιων αναγκών ενός μέσου ανθρώπου, για ορισμένα θρεπτικά συστατικά, καλύπτεται από μία μερίδα του τροφίμου (% 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.*”

#### Πληροφορίες σχετικές με την επιστήμη της διατροφής

- “Πρόσθετα σάκχαρα” σε γραμμάρια και % σε ημερήσια αξία περιλαμβάνονται πλέον στην ετικέτα, βάσει των νέων οδηγιών διαίτης των Αμερικανών (βλ. 2015-2020 Dietary Guidelines for Americans). Ο τελικός κανόνας προβλέπει η δήλωση “Περιλαμβάνει X g Πρόσθετα Σάκχαρα” να προστίθεται ακριβώς κάτω από την κατηγορία “Ολικά σάκχαρα”, ώστε οι καταναλωτές να κατανοήσουν πόση ζάχαρη έχει προστεθεί στο προϊόν.
- Επικαιροποιείται η κατάσταση 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. <http://www.cdc.gov/nchs/nhanes/>). Το Ασβέστιο και το Σίδηρο 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 τα νεότερα επιστημονικά στοιχεία από το Ινστιτούτο Ιατρικής και άλλες εκθέσεις όπως η έκθεση “2015 Dietary Guidelines Advisory Committee Report”, βάσει της οποίας συντάχθηκαν οι κατευθυντήριες γραμμές διαίτης των Αμερικανών (2015-2020 Dietary Guidelines for Americans).
- Βάσει νόμου, τα μεγέθη των μερίδων πρέπει να βασίζονται στις ποσότητες τροφίμων και ποτών που οι άνθρωποι καταναλώνουν πραγματικά, και όχι στις ποσότητες που θα έπρεπε να καταναλώνουν. Τα εν λόγω κριτήρια μεγέθους μερίδας έχουν αλλάξει από εκείνα που είχαν δημοσιευθεί το 1993.
- Το ανάλογο ισχύει 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 θα μπορούσαν να καταναλωθούν σταδιακά, οι συσκευαστές πρέπει να συμπεριλάβουν στην ετικέτα “διπλή” στήλη όπου θα υποδεικνύεται η ποσότητα θερμίδων και θρεπτικών συστατικών τόσο “ανά μερίδα” όσο και ανά πακέτο/ανά μονάδα (per serving and per package/per unit).

### **1.5 Τελωνειακή Νομοθεσία**

Το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών (US HTS) είναι πλαίσιο αναφοράς του εθνικού δασμολογίου, του εγχειριδίου 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. την πολύ 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 Τελωνειακής και Συνοριακής Προστασίας των ΗΠΑ (U.S. Customs and Border Protection-CBP) για εισαγόμενα αγαθά, καθόσον συλλέγονται ομοσπονδιακοί φόροι 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. 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 ιδιαίτερος 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, και δραστηριοποιούνται σε ομοσπονδιακό επίπεδο, 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 Σικάγου, 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, βασικούς παράγοντες επιλογής κατάλληλου δικτύου διανομής:

- i. Πλήθος πελατών. Σε μικρό πλήθος πελατών ενδεχομένως είναι σκόπιμη η απευθείας πώληση.
- ii. Τοποθεσία πελάτη. Αναλόγως πελατειακής συγκέντρωσης σε μια περιοχή ή διασποράς σε μεγάλη γεωγραφική έκταση.
- iii. Τιμή προϊόντος. Πρέπει να διαφοροποιείται η προσέγγιση για ένα προϊόν μεγάλου όγκου και μικρής τιμής από ένα προϊόν υψηλής αξίας και μικρού όγκου – τα “ακριβά” προϊόντα συνήθως διακινούνται μέσω brokers ή εκπροσώπων.
- iv. Πολυπλοκότητα προϊόντων. Συνήθως οι εκπρόσωποι και οι brokers δεν προσφέρουν after sales υπηρεσίες στους πελάτες, γι' αυτό σε περιπτώσεις πολύπλοκων προϊόντων, όταν απαιτείται συνεχής επικοινωνία με τον πελάτη, ενδέχεται να χρειαστεί η σύσταση τοπικού γραφείου εξυπηρέτησης πελατών.
- v. Θεσμικό πλαίσιο Πολιτείας / αγοράς-στόχου. Ανάλογα με το αντικείμενο/τομέα δραστηριοτήτων, ορισμένες Πολιτείες μπορεί να έχουν προβλέψεις για συγκεκριμένο δίκτυο διανομής (π.χ. για κρασί).
- vi. Κόστος μεταφοράς και αποθήκευσης. Σε ορισμένες περιπτώσεις ενδέχεται να είναι πιο επικερδής η παραγωγή του προϊόντος εντός ΗΠΑ, παρά η αποστολή τους από τη χώρα εξαγωγής.

Ενδεικτικά, αναφέρουμε ορισμένες εναλλακτικές επιλογές ως προς δίκτυα διανομής:

- Απευθείας πώληση στον πελάτη: όταν το επιτρέπουν τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, η προτιμότερη επιλογή με χαμηλότερο κόστος.
- Ηλεκτρονικό εμπόριο και κατάλογοι: κυρίως για περιπτώσεις όταν 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, έως και εξυπηρέτησης πελατών.
- Αντιπρόσωπος/Sales Agent/ Broker: συχνά οι αντιπρόσωποι και οι εταιρείες πώλησης/διανομής εξειδικεύονται σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές, κατά πλειοψηφία αμειβόμενοι με ποσοστό επί

των πωλήσεων, ενώ το προϊόν δεν περιέρχεται ποτέ στην ιδιοκτησία τους και συνήθως δεν φέρουν ευθύνη αποθήκευσης και αποστολής προϊόντων.

- Διανομείς: Προσφέρουν μεγάλο εύρος υπηρεσιών, από εκτέλεση της εισαγωγής έως μάρκετινγκ. Συνήθως, όμως, ζητούν δικαιώματα αποκλειστικής διανομής και εκπροσώπησης στη χώρα ή τουλάχιστον σε συγκεκριμένη περιοχή (Πολιτείες). Αρκετές φορές οι διανομείς ζητούν 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 εμπορικό δίκαιο και θεσμικό πλαίσιο.

### Θεσμικό πλαίσιο FDA Τοπικού 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 στη 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 αλλαγή [21 CFR 1.234(a) <sup>(15)</sup>].

Από πλευράς FDA, και για λόγους καταχώρισης, είναι επαρκής η δήλωση του ονόματος και των στοιχείων επικοινωνίας του επιτόπιου εκπροσώπου / πράκτορα κατά την εγγραφή. Κατ' αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να “εξουσιοδοτήσει” τον πράκτορα. 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 ιδιαίτερος η ενημέρωση των ενδιαφερόμενων μέσω των βασικών θεματικών ενότητων “Patents Basics” και “Trademark basics”.

---

<sup>15</sup> FDA, <https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/foodfacilityregistration/default.htm>

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. 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 δικηγорικού 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 καταχώριση 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 συμβάσεις αποφυγής διπλής φορολογίας με σειρά κρατών. 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 Ελλάδας και ΗΠΑ ισχύει η “Σύμβαση περί αποφυγής της διπλής φορολογίας και της 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: [http://www.gsis.gr/gsis/export/sites/default/gsis\\_site/ddos/sadf/FEK\\_HPA.pdf](http://www.gsis.gr/gsis/export/sites/default/gsis_site/ddos/sadf/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), σε ισχύ από 1/1/2018, έχουν αποτέλεσμα τη μείωση της φορολογίας εισοδήματος φυσικών προσώπων στην κατηγορία του μέγιστου εισοδήματος από το 39,6% στο 37%, με μικρότερες μειώσεις για χαμηλότερες κατηγορίες εισοδήματος. Το εισόδημα χωρίζεται σε 7 κατηγορίες, όσον αφορά στον υπολογισμό του ομοσπονδιακού φόρου εισοδήματος. Τα ποσοστά που αντιστοιχούν στις κατηγορίες αυτές είναι 10%, 12%, 22%, 24%, 32%, 35% και 37%, ενώ το ποσό του φόρου εξαρτάται επίσης από την οικογενειακή κατάσταση. Οι μειωμένοι αυτοί φορολογικοί συντελεστές θα ισχύουν ως έχουν έως το 2025 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 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 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>, όπου διατίθενται 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), ενώ η αρχική αυτή επιλογή μπορεί να τροποποιηθεί 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 20% (Alternative Minimum Tax) για τις κερδοφόρες επιχειρήσεις.

#### **4. ΦΠΑ**

---

Στις ΗΠΑ δεν επιβάλλεται ΦΠΑ σε ομοσπονδιακό επίπεδο, ενώ η χώρα είναι από τις ελάχιστες 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. Ειδικοί 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 υπό τον νόμο “Consolidated Omnibus Budget Reconciliation Act” (COBRA). Η επιβολή ή μη πρόσθετου 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 στον φόρο Foreign Investment in Real Property Tax. Πρόκειται για φόρο μεταβίβασης ακίνητης περιουσίας ανεξάρτητα από την φορολογική κατοικία του φορολογούμενου ή την μόνιμή του εγκατάσταση στις ΗΠΑ.

#### **6. Δασμοί**

---

Κάθε προϊόν που εισάγεται στις ΗΠΑ ανήκει σε μια δασμολογική κλάση σύμφωνα με το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών. Το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών ΗΠΑ (Harmonized Tariff Schedule of the United States) περιγράφει τα ποσοστά των δασμών ανά προϊόν, αποτελώντας ουσιαστικά ένα εγχειρίδιο αντιστοίχισης του προϊόντος με ποσοστό δασμού, βλ. <https://hts.usitc.gov/current> και [https://www.usitc.gov/tariff\\_affairs/tariff\\_databases.htm](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: <https://dataweb.usitc.gov/>. Συμπληρώνοντας στο κατάλληλο πεδίο τον κωδικό HTS (για μεγαλύτερη ακρίβεια) ή την περιγραφή του προϊόντος (περισσότερα αποτελέσματα), μπορεί κανείς να πληροφορηθεί:

- α) τον υπό διερεύνηση δασμό
- β) την αξία των εισαγωγών τελευταίας τετραετίας, κατά προέλευση (χώρα εξαγωγής)

- γ) τις εισαγωγές κατά κατηγορία δασμολογικού προγράμματος, και
- δ) τις εισαγωγές κατά τελωνειακό σημείο εισόδου

Διευκρινίζοντας ότι τη διεκπεραίωση των διαδικασιών εισαγωγής αναλαμβάνει ο εκάστοτε εδώ εισαγωγέας, για πληρέστερη ενημέρωση σχετικά με τις διαδικασίες εισαγωγής στις ΗΠΑ οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται ανατρέχουν σε ιστοσελίδα <https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export> Υπηρεσίας Τελωνείων ΗΠΑ.

Στα πλαίσια της εμπορικής πολιτικής προστατευτισμού της κυβέρνησης Trump, τον Μάρτιο του 2018 επιβλήθηκαν υψηλοί δασμοί στα εισαγόμενα προϊόντα χάλυβα και αλουμινίου, ύψους 25% και 10% αντίστοιχα, για προϊόντα προερχόμενα από σειρά χωρών. Σε ισχύ, κατόπιν προσωρινής αναστολής δασμών για τον Καναδά, το Μεξικό και την ΕΕ, από την 1<sup>η</sup> Ιουνίου 2018. Ισχύει δυνατότητα υποβολής αίτησης εξαίρεσης των δασμών και πληθώρα εταιρειών έχει υποβάλλει σχετικές αιτήσεις.

Σημειώνεται ότι έχει δρομολογηθεί, από την αρμόδια Υπηρεσία Τελωνείων CBP (US Customs and Border Protection), αλλαγή στους δασμούς που επιβάλλονται σε εισαγόμενα πρόβεια τυριά, γεγονός που αναμένεται να έχει δυσμενείς επιπτώσεις στις εισαγωγές φέτας από την Ελλάδα. Βλ. σχετική ανακοίνωση σε τεύχος εβδομαδιαίας έκδοσης Customs Bulletin Weekly (26 Σεπτεμβρίου 2018), [https://www.cbp.gov/sites/default/files/assets/documents/2018-Oct/Vol\\_52\\_No\\_39\\_Index\\_0.pdf](https://www.cbp.gov/sites/default/files/assets/documents/2018-Oct/Vol_52_No_39_Index_0.pdf), ενώ η τελική απόφαση της Υπηρεσίας CBP αναμένεται εντός του πρώτου τριμήνου 2019.

### Χώρες με προτιμησιακό δασμολογικό καθεστώς

Οι ΗΠΑ επιτρέπουν τις εισαγωγές προϊόντων άνευ δασμών από σειρά χωρών προκειμένου να ενισχύσουν την ανάπτυξη των εθνικών 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 συνδέσμους:

<https://ustr.gov/issue-areas/trade-development/preference-programs/generalized-system-preference-gsp> και <https://ustr.gov/sites/default/files/gsp/GSP%20Guidebook%20March%202017.pdf>.

## **7. Φορολογικοί οδηγοί**

Ως προς φόρους που ενδέχεται να επιβληθούν σε ταξιδιώτες στις ΗΠΑ, για προϊόντα τα οποία μεταφέρουν, χρήσιμες πληροφορίες διατίθενται στον σύνδεσμο <https://www.cbp.gov/travel/international-visitors/kbyg/customs-duty-info>.

Οδηγός φορολογικών θεμάτων για ξένους υπηκόους στις ΗΠΑ διατίθεται, με ελεύθερη πρόσβαση, από την έγκριτη εταιρεία συμβούλων KPNG μέσω του συνδέσμου <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/us/pdf/2017/06/ustfc-jan-2017-final.pdf>.

Γενικός οδηγός επί φορολογικών θεμάτων στις ΗΠΑ “Doing business in the United States - A guide to the key tax issues” επίσης διατίθεται από την PWC (2017-2018), σε ελεύθερη πρόσβαση, μέσω του συνδέσμου <https://www.pwc.com/us/en/tax-services-multinationals/assets/pwc-doing-business-in-the-us-2017-2018.pdf>.

## 8. Φορολογικός “παράδεισος” για startup επιχειρήσεις: Πολιτεία Delaware <sup>(16)</sup>

---

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

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

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

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

## 9. Ειδικές Οικονομικές Ζώνες (FTZ)

---

Στα περισσότερα λιμάνια και σημεία εισόδου προϊόντων λειτουργούν Ελεύθερες / Ειδικές Οικονομικές Ζώνες (EOZ), στις ΗΠΑ γνωστές ως FTZ / 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 εγχώρια αγορά. Προϊόντα μπορούν να παραμείνουν έως και πέντε χρόνια εντός των FTZ χωρίς να επιβληθούν δασμοί. Βλ. αναλυτικές πληροφορίες <https://www.cbp.gov/border-security/ports-entry/cargo-security/cargo-control/foreign-trade-zones/about>.

## 10. Σύλλογοι και ενώσεις φοροτεχνικών και λογιστών στις ΗΠΑ

---

National Society of Accountants: [www.nscact.org](http://www.nscact.org).

American Academy of Attorney – Certified Public Accountants: [www.attorney-cpa.com](http://www.attorney-cpa.com).

American Institute of Certified Public Accountants: [www.aicpa.org](http://www.aicpa.org).

National Association of Enrolled Agents: [www.naea.org](http://www.naea.org).

National Association of Tax Professionals: [www.natptax.com](http://www.natptax.com).

National Society of Tax Professionals: [www.nstptax.org](http://www.nstptax.org).

---

<sup>16</sup> Τα στοιχεία παρείχε η δικηγόρος Χριστίνα Τσάκωνα, Δικηγορικό Γραφείο Lawtive, [www.lawtive.com](http://www.lawtive.com), San Francisco, Καλιφόρνια.



## 11. Πηγές ενημέρωσης επί θεμάτων φορολογίας/δασμών στις ΗΠΑ:

---

Internal Revenue Service – [www.irs.gov](http://www.irs.gov).

US Trade Representative - [www.ustr.gov](http://www.ustr.gov).

US Customs and Border Protection - [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov).

United States International Trade Commission - [www.usitc.gov](http://www.usitc.gov).

US Department of the Treasury – [www.treasury.gov](http://www.treasury.gov).

## 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 πλοήγησή 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](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-Investment-Officials>). 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 BINST και SBID). Για ειδική πληροφόρηση περί επενδυτικών κινήτρων σε πολιτειακό / περιφερειακό επίπεδο, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ανατρέχουν στις βάσεις δεδομένων: α) BINST / “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]**

### Κίνητρα προσέλκυσης άμεσων επενδύσεων σε Πολιτεία Illinois

Η Πολιτεία του 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~zi~PP8e](http://ilsbdc.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/780/track/AvOE~Qr6Dv8S~cH9Gvse~yI9j~8qAC75Mv~X~zi~PP8e) και <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:

- 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 βοήθειας 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](http://www.worldbusinesschicago.com)).

Εντοπίζεται στην ιστοσελίδα:

<https://mail.mfa.gr/service/home/~/?auth=co&loc=el&id=17446&part=2>

- Πίνακας συνοπτικής περιγραφής των κυριοτέρων προγραμμάτων παροχής κινήτρων, τα οποία ζητούνται 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> —

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 δημοσίων 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 ([http://web.sba.gov/pro-net/search/dsp\\_dsbs.cfm](http://web.sba.gov/pro-net/search/dsp_dsbs.cfm)), του αρμόδιου φορέα SBA / Small Business Administration, κρατικοί φορείς, οι οποίοι προγραμματίζουν διαγωνισμούς δημοσίων 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 (προϊόντων-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](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 (FPDS). 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 Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. 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 περίπτωση” (βλ. Κεφάλαιο 1.2).

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 (25% του συνόλου των εξαγόμενων προϊόντων το 2017, έναντι 24% το 2016), 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’ όψη οι εξής παράγοντες:

- Η δομή της αμερικανικής αγοράς τροφίμων, λόγω μεγέθους και έκτασης, χαρακτηρίζεται από αλληπάλληλα επίπεδα εμπλεκόμενων, 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 γευστιγνωσίες, 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 δυσμενούς 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 επίμονη 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 ωστόσο, ότι η ανάληψη ενός τέτοιου εγχειρήματος αποτελεί μεν 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.

Προς την κατεύθυνση αυτή ενδεικτική είναι η ιδιωτική πρωτοβουλία του πολυχώρου έκθεσης, εμπορίας, κατανάλωσης ελληνικών προϊόντων “Yoleni’s”, το αρχικό κατάστημα του οποίου ιδρύθηκε στην Αθήνα και από το Μάρτιο 2018 έχει επεκταθεί με παράρτημα/υποκατάστημα στο Providence της Πολιτείας Rhode Island.

## Z. ΧΡΗΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ [Γραφείο ΟΕΥ Ουάσιγκτων]

### 1. Ελληνικές και ευρωπαϊκές Αρχές

---

#### **Πρεσβεία Ελλάδος στην Ουάσιγκτων**

Ταχ. Δ/ση: 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](mailto:gremb.was@mfa.gr)

#### **Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων**

Ταχ. Δ/ση: 2217 Massachusetts Ave. NW, Washington, DC 20008

Τηλ: (+1)-202-939-1365

E-mail: [ecocom-washington@mfa.gr](mailto:ecocom-washington@mfa.gr)

#### **Αντιπροσωπεία ΕΕ στην Ουάσιγκτων**

Ταχ. Δ/ση: 2175 K Street, NW, Washington, DC 20037

Τηλ.: (+1) 202.862.9500

Fax: (+1) 202.429-1766

Website: [https://eeas.europa.eu/delegations/united-states-america\\_en](https://eeas.europa.eu/delegations/united-states-america_en)

### 2. Ομογενειακοί Φορείς

---

**AHI WORLD:** <https://www.aheworld.org/>

**AHEPA:** <https://ahepa.org/>

**HALC:** <https://www.hellenicleaders.com/>

**SPGH:** <https://www.spghworld.org/>

### 3. Αμερικανικές Αρχές

---

**USA GOV / Official Guide to Government Information:** <https://www.usa.gov/>

**Index of Government Departments and Agencies:** <https://www.usa.gov/federal-agencies>

**U.S. Department of State:** [www.state.gov](http://www.state.gov)

**U.S. Department of Commerce:** [www.commerce.gov](http://www.commerce.gov) και [www.trade.gov](http://www.trade.gov)

**U.S. Department of Treasury:** [www.ustreas.gov](http://www.ustreas.gov)  
**U.S. Department of Energy:** [www.energy.gov](http://www.energy.gov)  
**U.S. Department of Agriculture:** [www.usda.gov](http://www.usda.gov)  
**USTR / U.S. Trade Representative:** <http://www.ustr.gov/>  
**U.S. ITC / International Trade Commission:** <https://www.usitc.gov/>  
**U.S. BEA / Bureau of Economic Analysis:** <http://www.bea.gov/>  
**U.S. Customs and Border Protection:** <https://www.cbp.gov/>

#### **4. Επιμελητήρια**

---

**U.S. Chamber of Commerce:** [www.uschamber.com](http://www.uschamber.com)  
**American – Hellenic Chamber of Commerce:** [www.amcham.gr](http://www.amcham.gr)  
**Hellenic American Chamber:** [www.hellenicamerican.cc](http://www.hellenicamerican.cc)