

News - 26/05/2025

Dazi USA sospesi: pricing strategico o occasione persa?

Come una pausa daziaria può trasformarsi in un vantaggio competitivo per chi produce beni strumentali

Materiale elaborato a partire da un articolo di Cristina Mariani

EXECUTIVE SUMMARY

Negli ultimi mesi, l'amministrazione USA aveva colpito duramente l'import europeo con **dazi fino al 20% sui macchinari industriali**, mettendo in crisi la competitività di molte aziende italiane del settore beni strumentali.

Il 10 aprile 2025 è arrivata una svolta inaspettata: **i dazi sono stati sospesi per tre mesi** per permettere l'avvio di nuovi negoziati con l'Unione Europea.

Una finestra temporanea che non va sprecata.

Per molte aziende del settore beni strumentali, questa non è solo una tregua, ma un'opportunità concreta per ripensare la propria strategia commerciale e di pricing.

Attraverso un caso aziendale ispirato a situazioni reali, ti mostriamo:

- Le differenze pratiche tra approccio **Full Costing** e **Direct Costing**
- Le decisioni strategiche da prendere nei 90 giorni di sospensione
- Come utilizzare un **test di autovalutazione gratuito** per verificare la prontezza della tua azienda

IL CASO: MACCHINITALIA E LA STRATEGIA NEI 90 GIORNI DI TREGUA

MacchinItalia SpA (nome di fantasia) è un'azienda italiana che esporta macchinari per il packaging alimentare negli Stati Uniti. Quando arriva la notizia della **sospensione dei dazi per tre mesi**, il comitato esecutivo si riunisce d'urgenza.

"Abbiamo respiro, ma solo per poco. Come possiamo sfruttarlo al meglio?" – Roberto Conti, CEO

Mentre il CFO insiste sulla prudenza, Marta Bellini (VP Sales) propone un approccio più flessibile: usare il **direct costing** per ottimizzare il pricing in modo selettivo.

Confronto tra approcci:

	Full Costing	Direct Costing
Prezzo	€100.000	€100.000
Costi diretti	€55.000	€55.000
Costi fissi allocati	€23.000	–
Margine	€22.000 (22%)	€45.000 (45%)

Il direct costing mostra margini più alti e consente margini di manovra per strategie di sconto, differenziazione per segmento, assorbimento selettivo dei dazi. Ma non tutti sono d'accordo: il COO ricorda che i costi fissi esistono comunque, e l'HR evidenzia che il sistema premiante attuale si basa sul full costing.

Lucia (Marketing) propone di differenziarsi dai concorrenti comunicando un approccio orientato al valore, mentre R&D suggerisce di aumentare il contenuto USA nei macchinari per beneficiare di esenzioni parziali in futuro.

La discussione si chiude con una riflessione del CEO che invita il team a decidere se conservare l'impostazione attuale o cogliere l'opportunità per rinnovarsi.

"La sospensione è un'opportunità. Non possiamo permetterci di sprecarla." – CEO MacchinItalia

DISCUSSIONI APERTE IN AZIENDA

- È il momento giusto per testare un pricing segmentato?
- Come comunicare scelte diverse tra clienti senza generare confusione?
- Meglio usare questi tre mesi per consolidare il passato o per prepararsi al futuro?

GLI STRUMENTI GIUSTI PER DECIDERE MEGLIO

Per supportare questo tipo di riflessioni, abbiamo trasformato il caso in un **test di autovalutazione aziendale** gratuito.

Scaricalo ora:

- Formato PDF
- Formato Word

Il test ti aiuterà a valutare:

- La maturità del tuo sistema di pricing
- Le capacità di segmentazione clienti/prodotti
- La tua preparazione all'assorbimento strategico dei dazi

APPROFONDISCI CON IL CORSO DEDICATO

Se questo caso ti ha fatto riflettere, vai oltre il test. Abbiamo strutturato un corso pratico pensato proprio per chi esporta macchinari italiani e vuole trasformare i dazi da problema a **leva competitiva**.

"Oltre i dazi: strategie di pricing per l'esportazione di macchinari italiani"

Ottimizzare prezzi, marginalità e competitività nell'export di macchinari italiani, trasformando i costi aggiuntivi in leve di valore per il cliente.

Cosa imparerai:

- Value-based pricing e analisi TCO
- Strategie di unbundling e segmentazione del pricing
- Tecniche di difesa del prezzo nei confronti di clienti sensibili al dazio

Vai al programma completo: **PROGRAMMA**



è un marchio di S.A.L.A. Srl a Socio Unico - Via Fossa Buracchione 84 - 41126 Modena(MO) - Tel: 059 512 108