



SCHEDA PAESE ITALIA



PRESENTAZIONE ITALIA

GEOGRAFIA

Capitale : Roma

Superficie : 301.340 km₂

Lingua ufficiale : italiano

Altre lingue : Va notato che l'uso dei dialetti persiste in questo paese. Uno studio ISTAT stima che il 45,9% della popolazione sopra i 6 anni (cioè 26,3 milioni di persone) si esprime in italiano in famiglia e il 32,2% sia in italiano che in dialetto. Solo il 14% della popolazione utilizza principalmente il dialetto.

Tra le persone che conoscono una o più lingue straniere, il 48% conosce l'inglese, il 29% il francese e l'11% lo spagnolo.

Lingua commerciale : Sempre più persone conoscono l'inglese. Per un primo contatto, si consiglia di scrivere in italiano. Ciò potrebbe accelerare la comunicazione ed evitare malintesi. La maggior parte delle aziende sono in grado di comunicare in inglese. Tra le persone che conoscono una o più lingue straniere, il 48% conosce l'inglese, il 29% il francese e l'11% lo spagnolo.



Natura dello Stato : Repubblica fondata su una democrazia parlamentare.

Presidente : Sergio Mattarella (dal 3 febbraio 2015)

Primo Ministro (Presidente del Consiglio dei Ministri) : Mario Draghi (2021)

BREVE QUADRO ECONOMICO E POLITICO

Tessuto economico in Italia:

- Le piccole e medie imprese sono il motore del tessuto imprenditoriale italiano. L'Italia ha il numero di microimprese, piccole e medie imprese più elevato d'Europa: in numero di 4,4 milioni, rappresentano circa il 99% del sistema produttivo italiano, ossia la quasi totalità.
- L'Italia è il secondo paese manifatturiero d'Europa grazie ad un'industria di successo. La dimensione e la gestione familiare delle imprese le rendono flessibili e reattive.
- Le imprese sono spesso raggruppate in «distretti industriali». Questo modello molto efficiente ha permesso alle imprese di far fronte ad un aumento della domanda dopo gli anni '70 raggruppando la capacità produttiva di diverse imprese. L'Italia conta ormai oltre 200 distretti raggruppati per aree geografiche e settori di attività che rendono le imprese flessibili in termini di volume di produzione e flessibili in termini di differenziazione dei prodotti.

Forti disparità regionali:

- Nord-Ovest: regione di Milano, Torino e Genova, caratterizzata da una forte presenza industriale e da un PIL pro capite molto elevato.
- Nord-Est: regione molto dinamica con PMI industriali storiche che resistono bene alla crisi.
- Centro: l'industria e il turismo sono fortemente sviluppati.
- Sud e isole: caratterizzati dalla presenza di TPE e di industrie agroalimentari che soffrono della mancanza di infrastrutture e della presenza di un'importante economia sommersa. Il Sud è stato particolarmente colpito dalla crisi (tasso di disoccupazione di quasi il 20 %).

DEMOGRAFIA

Popolazione totale : 59, 64 milioni (ISTAT 2020)

Popolazione urbana : 69,1% (2019)

Età media : 45,7 anni (2020)

Forza lavoro : 22,8 milioni (ISTAT - 2020)

PRINCIPALI INDICATORI

Tasso di disoccupazione : 10,2 % (ISTAT – febbraio 2021)

PIB per abitante: 26.187€ (ISTAT 2020)

Tasso di crescita PIB: +4,2 % (FMI estimation 2021)

Tasso d'inflazione : + 0,3% (ISTAT – febbraio 2021)

Esportazione verso la Francia : 10,5% (OMC – Organizzazione Mondiale del Commercio ; Banca Mondiale, ultimi dati disponibili)

Importazioni francesi : 8,6% (OMC - Organizzazione Mondiale del Commercio ; Banca Mondiale, ultimi dati disponibili)

Posizione della Francia : 2° fornitore e 2° cliente in Italia (*Comtrade, ultimi dati disponibili*)

IDE : 24 mds in entrata nel 2018 e 21 mds in uscita nel 2018.

SCAMBI TRA FRANCIA E ITALIA

I principali prodotti importati dalla Francia in Italia sono :

- Auto 7,6%
- Parti di veicoli 2,4%
- Medicinali imballati 5,7%
- Camion di consegna 1,6%
- Velivoli, elicotteri e veicoli spaziali 1,3%
- Motori a combustione 1,5%
- Bovini 2,8%
- Elettricità 3%
- Pelle 1,6%
- Cosmetici 1,5%
- Gas di petrolio 1,7%
- Gioielli 1%

I principali prodotti esportati in Francia dall'Italia sono :

- Auto 3,5%
- Camion di consegna 3%
- Parti di veicoli 2,8%
- Medicinali confezionati 2%
- Pelle 2,6%
- Scarpe in pelle 2,5%
- Altri mobili 1,7%
- Ceramica senza vetri 1,3%
- Petrolio raffinato 1,6%
- Valvole 1,1%
- Formaggi 1,1%
- Gioielli 1%

Fonte : OEC – 2017

SETTORI CHIAVE IN ITALIA

Agricoltura e industrie agroalimentari

- L'Italia è un grande paese agricolo e la sua industria alimentare gode di grande fama internazionale
- Tuttavia, l'Italia è strutturalmente deficitaria sui prodotti agricoli grezzi, sui prodotti per la sua agricoltura e su molti prodotti alimentari.
- Gli italiani rimangono dei buongustai, i piaceri della tavola sono fortemente radicati nella loro cultura, e hanno un'immagine molto positiva della Francia.

Status sociale e salute

- Nell'industria farmaceutica, l'Italia è diventata il primo produttore dell'Unione europea in termini di valore, grazie alle sue competenze industriali e alla flessibilità dei subappaltatori. Tuttavia, il paese è importatore netto di specialità farmaceutiche e tecnologie biomediche.
- Nel settore del benessere, l'offerta francese è apprezzata. I distributori sono particolarmente alla ricerca di prodotti dermocosmetici naturali con connotazione «salute» e «efficacia». Nella decorazione, la Francia è sinonimo di natura e tradizione con un gusto forte per lo stile country/provenzale.
- Presso le gioiellerie, si nota una forte domanda di prodotti «premium» e di lusso realizzati con materiali preziosi.

Industrie e Cleantech

- L'Italia è la settima potenza manifatturiera mondiale. La sua industria si occupa principalmente della metallurgia e della fabbricazione di macchinari e attrezzature, nonché dell'automobile e dell'aeronautica. Le fabbriche italiane beneficiano di uno dei più alti gradi di automazione al mondo. Gli italiani sono molto interessati alle soluzioni innovative proposte dalle società francesi.
- L'Italia è uno dei principali mercati europei nel settore delle energie rinnovabili e dell'efficienza energetica. Il mercato è in evoluzione e chiede nuove soluzioni in tutti i settori: fotovoltaico, eolico, ma soprattutto idroelettrico e bioenergia.

Tecnologie e servizi

- L'industria digitale continua a crescere per il terzo anno consecutivo, con effetti positivi sull'economia e sull'occupazione.
- Stimolata dal «Digital» e dalle soluzioni mobili, la trasformazione digitale delle imprese favorisce la nascita di prodotti e servizi sempre più intelligenti, anche nei settori tradizionali più consolidati.

- L'e-commerce e la pubblicità online sono i due settori che maggiormente contribuiscono alla crescita del settore Digital in Italia. Gli investimenti aziendali nei settori cloud, IoT, mobile sono i più diffusi. Cybersec/big data/wearable/piattaforme di gestione web: sono valori di mercato più modesti, con tassi di crescita interessanti. I trend emergenti: blockchain e AI/cognitiva.

OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

- Per affrontare la globalizzazione dell'economia e il passaggio generazionale, molte aziende familiari sono disposte a considerare una cessione a società straniere meglio strutturate e più capitalizzate.
- Questo approccio consente anche di acquisire rapidamente una struttura commerciale e quote di mercato difficili da ottenere in un paese regionalizzato e maturo come l'Italia.
- Acquisizioni da parte di società francesi avvengono regolarmente in tutti i settori di attività.

CONTESTO IMPRENDITORIALE

- Il mercato italiano è molto più regionalizzato e frammentato che in Francia. È raro che gli operatori locali abbiano una copertura nazionale. L'Italia è un mercato che privilegia la vicinanza. I grossisti, i distributori e gli agenti sono spesso tenuti ad affidarsi a sub-distributori o sub-agenti ben stabiliti a livello locale.
- Gli italiani privilegiano negli affari la rete di conoscenze e di relazioni personali che hanno intessuto nel tempo. Nelle piccole società familiari, che rappresentano la grande maggioranza delle strutture industriali e commerciali italiane, si ha spesso un rapporto diretto con il proprietario e i membri della sua famiglia.

Fonte (Business France 2018)

CONSIGLI PER UN'AZIENDA CHE VUOLE APPROCCIARSI AL PAESE

- Parlare idealmente l'italiano. Le relazioni umane sono molto importanti in Italia. Bisogna creare un rapporto con l'interlocutore prima di fare affari. Essere cortesi, dare importanza all'interlocutore e alla storia dell'impresa. (info: la CCI Francia Italia propone formazioni interculturali Francia Italia)
- Studiare bene il mercato e le normative per sapere come si posiziona il proprio prodotto sul mercato italiano e rispetto alla concorrenza.
- Prendere contatto con le istituzioni in loco per essere accompagnato al meglio (CCI France Italia, Business France etc.) e farsi assistere a livello giuridico e fiscale.

CCI FRANCE ITALIE

Contatti:

CCI France Italie - Camera di Commercio

Via Leone XIII, 14 – 20145 Milano (MI) Italia

Service d'appui aux entreprises

Email : ccifranceitalie@chambre.it

Tel: +39 02.72.53.72.13