

MỤC LỤC

Chương 1: Kinh doanh tại Ý.....	6
Thách thức của thị trường.....	12
Cơ hội thị trường	13
Chiến lược thâm nhập thị trường.....	14
Chương 2: Môi trường chính trị và kinh tế.....	16
Chính trị.....	16
Kinh tế	23
Chương 3: Bán sản phẩm và dịch vụ tại Ý	37
Sử dụng đại lý hoặc nhà Phân phối	37
Thành lập văn phòng	39
Thiết lập một công ty Ý từ nước ngoài.....	40
Nhượng quyền kinh doanh	40
Tiếp thị trực tiếp	41
Dữ liệu cá nhân của khách hàng.....	41
Luật về bán hàng từ xa	41
Dịch vụ tài chính bán hàng từ xa.....	42
Thương mại điện tử	44
Liên doanh/ Cấp giấy phép.....	46
Các đối tượng kinh doanh - Hình thức doanh nghiệp	46
Cấp phép bản quyền	47
Bán hàng cho chính phủ	48
Kênh phân phối và bán hàng	49

Xúc tiến thương mại và quảng cáo	51
Báo giá và thời hạn thanh toán	54
Dịch vụ bán hàng và hỗ trợ khách hàng	55
Bảo hành và dịch vụ hậu mãi	56
Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ	56
Nguồn thông tin hữu ích	58
 Chương 4: Quan hệ song phương giữa Việt Nam và Ý	62
Quan hệ chính trị Việt Nam – Ý	62
Quan hệ thương mại song phương Việt Nam - Ý	67
Cơ hội thâm nhập thị trường Ý	99
Đầu tư	100
 Chương 5: Các quy định và tiêu chuẩn thương mại	103
Thuế nhập khẩu	103
Chống bán phá giá	104
Hạn ngạch	106
Rào cản thương mại	106
Các yêu cầu nhập khẩu và chứng từ	106
Tạm nhập	114
Hàng hóa quá cảnh	116
Gia công trong và ngoài nước	117
Yêu cầu về nhãn mác và ký hiệu hàng hóa	117
Hàng cấm nhập và hạn chế nhập khẩu	117
Các quy định hải quan và thông tin liên hệ	118
Các tiêu chuẩn	121

Các thỏa thuận thương mại.....	133
Các nguồn thông tin hữu ích.....	134
Chương 6: Môi trường đầu tư	136
Sơ lược và tổng quan	136
Mở cửa cho đầu tư nước ngoài	137
Đánh giá và xếp hạng thế giới	138
Chính sách chuyển đổi và chuyển tiền	138
Sung công và bồi thường.....	139
Giải quyết tranh chấp.....	139
Quy định hoạt động/ Ưu đãi/ Thuế.....	140
Quyền sở hữu tư nhân và thành lập doanh nghiệp	141
Bảo vệ quyền sở hữu	141
Tính minh bạch của hệ thống pháp quy.....	142
Thị trường vốn và danh mục vốn đầu tư hiệu quả.....	143
Cạnh tranh từ các doanh nghiệp nhà nước	145
Trách nhiệm xã hội	145
Tham nhũng.....	146
Hiệp định đầu tư song phương	150
Lao động.....	150
Các khu ngoại thương/ Các cảng tự do	152
Thống kê đầu tư trực tiếp nước ngoài.....	153
Các chỉ số FDI	153
Điều cần xem xét nếu bạn đầu tư vào Ý.....	156
Chương 7: Tài trợ thương mại và dự án	160

Phương thức thanh toán.....	160
Hệ thống ngân hàng.....	161
Kiểm soát ngoại hối.....	163
Tài trợ dự án	163

Chương 8: Đi lại.....168

Vài nét về văn hóa kinh doanh tại Ý	168
Hướng dẫn đi lại	175
Giao thông vận tải.....	175
Các yêu cầu về thị thực.....	180
Viễn thông	183
Quy định về tiền tệ khi nhập cảnh	184
Y tế	184
Thời tiết	184
Giờ làm việc	184
Các ngày lễ	185
Tạm nhập nguyên vật liệu và tài sản cá nhân.....	186
Các trang web tham khảo	187

Chương 9: Đầu mối liên lạc, nghiên cứu thị trường và các sự kiện thương mại.....188

Các cơ quan chính phủ	188
Các hiệp hội thương mại Ý.....	190
Đầu mối liên lạc tại EU	202
Các Hiệp hội lĩnh vực tư nhân.....	206
Các website chính liên quan đến châu Âu.....	208



Nghiên cứu thị trường.....	209
Các sự kiện thương mại	210

Chương 1: Kinh doanh tại Ý

Tổng quan thị trường

Tên đầy đủ: Cộng hòa Ý

Quốc khánh: 02/6

Thủ đô: Rome

Múi giờ: UTC+1

Diện tích: 301.340 km²

- Đất liền: 294.140 km²
- Nước: 7.200 km²



Biên giới đất liền: 1.836,4 km. Cách Áo 404 km, Pháp 476 km, Holy See (Vatican City) 3.4 km, San Marino 37 km, Slovenia 218 km, Thụy Sĩ 698 km.

Đường bờ biển: 7.600 km

Vị trí địa lý: Nằm ở phía Nam châu Âu, ba mặt giáp biển Địa Trung Hải, phần biên giới phía Bắc là đất liền giáp với Áo, Pháp, Thụy Sĩ, Slovenia. Ngoài ra, trong lòng nước Ý tồn tại 2 quốc gia nhỏ là Vatican (nằm trong thủ đô Roma) và San Marino (miền Trung Ý).

Khí hậu: Khí hậu ôn hoà đặc trưng vùng Địa Trung Hải, trong đó miền Bắc lạnh hơn do ảnh hưởng của vùng núi An-pơ, miền Nam nóng và khô hơn.

Tài nguyên thiên nhiên: than, thủy ngân, kẽm, khoáng sản chứa kali, đá cẩm thạch, barit, amiăng, pumice, fluorspar, fenspat, pyrit (lưu huỳnh), khí tự nhiên và dự trữ dầu thô, cá, đất canh tác

Đất sử dụng (ước tính năm 2011):

- Đất nông nghiệp: 47,1% (Đất trồng trọt: 22,8%; Đất trồng thường xuyên: 8,6%; đồng cỏ cố định: 15,7%)

- Đất rừng: 31,4%
- Đất khác: 21,5%

Phân bố dân số: mặc dù có sự khác biệt về mô hình công nghiệp miền bắc và nông nghiệp miền nam nhưng vẫn có sự phân bố dân số khá rõ ràng hầu hết ở các nơi trên cả nước, với các khu vực ven biển, Thung lũng sông Po và các trung tâm đô thị (đặc biệt là Milan, Rome và Naples), thu hút nhiều dân số hơn với mật độ dày đặc.

Các vấn đề hiện tại về môi trường: ô nhiễm không khí từ khí thải công nghiệp như sulfur dioxide; các con sông ven biển và nội địa bị ô nhiễm từ nước thải công nghiệp và nông nghiệp; mưa axit gây hại hồ; cơ sở xử lý và thải bỏ chất thải công nghiệp không đầy đủ

Dân số (ước tính năm tháng 7/2017): 62.137.802

Các nhóm sắc tộc: gồm các cụm nhỏ người Đức, Pháp, và người Ý gốc Slovene ở phía bắc và người Ý gốc Albania và người Ý gốc Hy Lạp ở phía nam.

Ngôn ngữ: Tiếng Ý (chính thức), tiếng Đức (vùng Trentino-Alto Adige chủ yếu là tiếng Đức), Pháp (thiểu số nói tiếng Pháp nhỏ ở vùng Valle d'Aosta), Slovene (thiểu số tiếng Slovenia ở vùng Trieste-Gorizia)

Tôn giáo:

- Cơ đốc giáo: 80%
- Đạo hồi: khoảng 800.000 đến 1 triệu
- Vô thần và thuyết bất khả tri: 20%

Cấu trúc tuổi (theo ước tính năm 2017):

- 0 – 14 tuổi: 13,65% (4.334.457 nam/ 4.146.726 nữ)
- 15 – 24 tuổi: 9,66% (3.008.228 nam/ 2.996.854 nữ)
- 25 – 54 tuổi: 42,16% (12.933.634 nam/ 13.265.541 nữ)

- 55 – 64 tuổi: 12,99% (3.914.061 nam/ 4.159.859 nữ)
- ≥ 65 tuổi: 21,53% (5.758.197 nam/ 7.620.245 nữ)

Tỉ lệ phụ thuộc (theo ước tính năm 2015):

- Tỷ lệ phụ thuộc hoàn toàn: 56,5%
- Tỷ lệ phụ thuộc trẻ: 21,5%
- Tỷ lệ phụ thuộc già: 35%
- Tỷ số hỗ trợ tiềm năng: 2,9%

Độ tuổi trung bình (theo ước tính năm 2017): 45,5 tuổi

- Nam: 44,4 tuổi
- Nữ: 46,5 tuổi

Tỷ lệ tăng dân số: 0,19% (ước tính năm 2017)**Chi tiêu cho giáo dục: 4,1% GDP (ước tính năm 2014)**

Số người dùng internet: 30.025.661 người, chiếm 61,3% dân số (theo ước tính tháng 7/2016)

Cảng hàng không: 129 (năm 2013)**Các cảng và bến:**

- Cảng biển chính: Augusta, Cagliari, Genoa, Livorno, Taranto, Trieste, Venice
- Cảng dầu: Melilli (Santa Panagia) oil terminal, Sarroch oil terminal
- Cảng container (TEUs): Genoa (2,297,917), Gioia Tauro (2,797,000) (2016)
- Cảng nhập khẩu khí thiên nhiên hóa lỏng (LNG): La Spezia, Panigaglia, Porto Levante

Nền kinh tế của Ý bị ảnh hưởng nặng nề bởi cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu:

giảm hơn 9% kể từ năm 2007 và trải qua 13 quý suy thoái. Nền kinh tế của Ý nổi lên từ cuộc suy thoái năm 2015, tăng trưởng năm 2017 tăng nhanh, đạt 1,5% GDP nhờ nhu cầu trong nước gia tăng và nền ngoại thương năng động. Ở cấp độ ngành, giá trị gia tăng của ngành công nghiệp năm 2017 tăng 2%, tiếp theo tăng 1,5% trong lĩnh vực dịch vụ và 0,8% trong xây dựng, giảm 4,4% trong ngành nông nghiệp. Năm 2018, các nhà phân tích của IMF dự báo tăng trưởng GDP là 1,1%. Nợ công ở mức 131,6% GDP năm 2017, vẫn nằm trong nhóm cao nhất thế giới, mặc dù dự kiến giảm xuống còn 127,7% vào năm 2019. Thâm hụt ngân sách là 2,3% vào năm 2017 và sẽ giảm còn 1,6% và 1,1% tương ứng vào năm 2018 và 2019.

Tỷ lệ lạm phát sẽ tiếp tục ổn định trong vài năm tới, vào khoảng 1,4%. Nếu GDP bình quân đầu người tăng mạnh trong những năm gần đây, thì phần lớn là do dân số đang giảm ở Ý. Tháng 12/2017, Ý có khoảng 100.000 người, ít hơn so với năm trước, đây là năm thứ ba liên tiếp có dân số giảm, do tỷ lệ sinh giảm. Tỷ lệ thất nghiệp gia tăng kể từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, ở mức 11,2%, nhưng tỷ lệ thất nghiệp trẻ vẫn cao ở mức 37,1%. Bất bình đẳng trong khu vực giữa nền công nghiệp hóa và năng động cao của miền Bắc và người nghèo ở các khu vực nông thôn miền Nam Mezzogiorno vẫn còn cao, và tội phạm có tổ chức vẫn là một vấn đề.

Chính phủ hiện tại của Ý được thành lập vào tháng 12/2016 khi Bộ trưởng Ngoại giao Paolo Gentiloni thay thế Matteo Renzi làm Thủ tướng, sau khi Renzi từ chức do thất bại trong cải cách hiến pháp. Renzi vẫn là người đứng đầu Đảng Dân chủ (PD) trung tả, tiếp tục lãnh đạo liên minh cầm quyền, bao gồm cả đảng Trung hữu Mới (NCD) do Ngoại trưởng Angelino Alfano và các đảng nhỏ khác làm lãnh đạo.

Chính phủ Gentiloni đã tìm cách tiếp tục chương trình cải cách của Renzi, tập trung vào việc nâng cao tiềm năng tăng trưởng của Ý thông qua việc thực hiện thị trường lao động, hành chính công, công bằng dân sự và cải cách giáo dục, đặc biệt tập trung vào việc chấm dứt khoảng cách việc làm ở miền Nam.

Tuy nhiên, những nỗ lực của Renzi để hợp lý hóa các thể chế chính trị của Ý đã thất bại, do đó bất ổn chính trị có thể sẽ tiếp tục hạn chế khả năng Ý thực hiện cải cách cơ cấu.

Đầu tư FDI tích lũy của Ý chiếm 17% GDP, thấp hơn mức trung bình của EU là 49%, trong năm 2014, phần lớn là do các vấn đề về cơ cấu gây ảnh hưởng đến đầu tư trong nước cũng như nước ngoài.

Hoạt động của ngành công nghiệp Ý được tập trung ở miền bắc, chạy dài từ Turin ở phía Tây xuyên suốt Milan đến Venice ở phía Đông. Đây là một trong những vùng có nền công nghiệp và là vùng thịnh vượng nhất trong khu vực châu Âu và chiếm hơn 50% tổng thu nhập quốc gia. Trong khi đó, vùng phía Nam của Ý, còn được gọi là “Mezzogiono” kém phát triển hơn. Ý là thành viên của Liên minh châu Âu (EU) và sử dụng đồng Euro là đồng tiền chung của quốc gia.

Chính sách kinh tế đối ngoại của Ý hiện nay gắn với chính sách kinh tế chung của EU, trong đó Ý tăng cường quan hệ và củng cố vị trí của mình trong Liên minh.

Quan hệ kinh tế của Ý chủ yếu với EU, các nước châu Âu khác và Mỹ. Bên cạnh đó Ý cũng đang rất chú ý phát triển quan hệ với các nước châu Á – Thái Bình Dương. Ý là thành viên sáng lập Liên minh châu Âu và sử dụng đồng Euro làm nội tệ.

Chính phủ hiện nay của Ý được thành lập vào ngày 22/2/2014 khi thị trưởng Florence và lãnh đạo Đảng Dân chủ (PD), ông Matteo Renzi 39 tuổi lên thay thế ông Enrico Letta làm thủ tướng.

Theo quy định mới và luật được thông qua bởi chính phủ mới, mở ra nhiều cơ hội mới.

Cuối tháng 2/2015, chính phủ Ý đã thông qua một kế hoạch đầu tư 260 triệu euro để thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của nước này trên thế giới, nhằm tăng cường xuất khẩu và thu hút thêm đầu tư nước ngoài.

Bộ trưởng Phát triển kinh tế Ý, Federica Guidi, đã ký sắc lệnh trên vào ngày 26/2. Mục tiêu chính của sắc lệnh là nhằm đưa kim ngạch xuất khẩu hàng hóa do Ý sản xuất đạt mức 50 tỷ euro trong ba năm, đồng thời thu hút 20 tỷ euro đầu tư nước ngoài.

Chính phủ Ý cũng hy vọng sẽ gia tăng số doanh nghiệp xuất khẩu trong nước lên khoảng 20.000 doanh nghiệp. Trong những năm gần đây, khoảng 200.000 doanh

nghiệp của Ý đang hoạt động ở nước ngoài.

Sắc lệnh trên được đưa ra sau khi một công ty tư vấn ở Milan cho biết một số công ty bán hàng xa xỉ của Ý như Tod's, Brunello Cucinelli và Luxottica đều thông báo những tín hiệu tăng trưởng tích cực, từ tăng trưởng ít đến tăng trưởng nhiều trên thị trường thế giới trong chín tháng đầu năm 2014.

Theo dự báo mới nhất của Ủy ban châu Âu (EC), kinh tế Italy sẽ dần khôi phục trong năm nay do xuất khẩu gia tăng và các hộ gia đình có nhiều tiền hơn để chi tiêu vì giá năng lượng thấp.

Trong khi nhu cầu đối với hàng hóa của Italy ở nước ngoài được dự đoán là sẽ gia tăng, nhu cầu nội địa chỉ được dự báo gia tăng ở mức độ khiêm tốn.

Bên cạnh đó, chương trình kích thích tăng trưởng được Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) công bố hồi giữa tháng 1/2015 cũng sẽ giúp thúc đẩy kinh tế Ý.

Theo đánh giá của EC, khoản tiết kiệm của các hộ gia đình Italy có được do giá năng lượng thấp sẽ giúp chi tiêu tăng nhẹ.

Áp lực về chi phí lao động được dự đoán sẽ giảm nhờ chương trình cắt giảm thuế, trong khi năng suất lao động cũng được dự báo là sẽ tăng nhẹ.

Tuy nhiên, EC cho rằng dù tỷ lệ thất nghiệp của Italy giảm nhẹ xuống còn 12,9% trong tháng 12/2014, nhưng số người tham gia thị trường lao động gia tăng nên sẽ tiếp tục giữ tỷ lệ thất nghiệp “cao ở mức kỷ lục” trong năm.

Nền kinh tế Ý được thúc đẩy phần lớn nhờ vào sản xuất hàng tiêu dùng chất lượng cao được sản xuất bởi các doanh nghiệp vừa và nhỏ, nhiều doanh nghiệp thuộc sở hữu gia đình.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) chiếm lĩnh nền kinh tế Ý trong đó có nhiều doanh nghiệp gia đình, bao gồm 99% doanh nghiệp Ý và sản xuất chiếm 68% GDP của Ý.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Ý có tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng lao động ít hơn 10 người cao hơn so với mức trung bình của EU. Các công ty này đóng góp gần 1/2 tổng

số việc làm và 1/3 giá trị cho nền kinh tế.

Ý xếp thứ 50 trong số 190 quốc gia trong Báo cáo Kinh doanh của Ngân hàng Thế giới và xếp vị trí thứ 60 trong số 176 quốc gia về Chỉ số Nhận thức Tham nhũng của Tổ chức Minh bạch Quốc tế.

Ý là nước xuất khẩu lớn thứ 10 và là nước nhập khẩu lớn thứ 11 trên thế giới, với thương mại chiếm gần 57% GDP (theo số liệu của Ngân hàng Thế giới năm 2016). Hàng hóa được sản xuất chiếm hơn 90% lượng hàng xuất khẩu của cả nước.

Kể từ khi cuộc khủng hoảng nợ của chính phủ năm 2010 và sau nhiều năm thâm hụt thương mại, Ý đã thay đổi và được ghi nhận cán cân thương mại có xu hướng tăng lên trong những năm gần đây.

Trong năm 2017, các công ty Ý xuất khẩu 448,1 tỷ USD hàng hóa (+ 5,4% vào năm 2016) và nhập khẩu 400,6 tỷ EUR (+ 5,3%), kết quả là cán cân thương mại tăng lên đạt 47,5 tỷ EUR (thặng dư cao thứ ba trong EU sau Đức và Hà Lan).

Các mặt hàng xuất khẩu chính là dược phẩm, ô tô và phụ tùng xe, dầu mỏ tinh chế, đồ nội thất. Năm 2017 đạt mức kỷ lục trong ngành công nghiệp chế biến của Ý, trong đó xuất khẩu đạt 41 tỷ euro.

Các đối tác thương mại chính của Ý là Đức, Pháp, Hoa Kỳ và Vương quốc Anh.

Ý nhập khẩu chủ yếu là ô tô, dầu thô, khí và dược phẩm, các nhà cung cấp hàng đầu là Đức, Pháp, Trung Quốc và Tây Ban Nha.

Thách thức của thị trường

Mức tăng trưởng của Ý thấp hơn mức trung bình của EU mặc dù tiêu thụ nội địa đang hồi phục. GDP của Ý tăng nhẹ trong năm 2016 và tỷ lệ thất nghiệp vẫn cao hơn mức trung bình của EU.

Ý là một thị trường trưởng thành và phức tạp. Do đó, các doanh nghiệp mới xâm nhập vào thị trường này phải đối mặt với một sự cạnh tranh mạnh mẽ không những từ các doanh nghiệp của Ý mà còn cả các doanh nghiệp khác của châu Âu ở mọi phân khúc

thị trường.

Môi trường pháp luật của Ý phức tạp, rắc rối và đôi khi thiếu minh bạch, rõ ràng, hiệu quả như tại các nước có nền kinh tế phát triển khác.

Các sản phẩm liên quan tới sức khỏe, an toàn hoặc môi trường thường phải đối mặt với những quy định khá nghiêm ngặt tại thị trường này. Trong khi những quy định chung của khối Châu Âu đã được áp dụng rộng rãi thì luật của Ý đã vượt xa những yêu cầu cơ bản của EU.

Ý có mức độ xâm nhập internet thấp nhất trong tất cả các nước châu Âu. Mặc dù có xu hướng gia tăng nhưng tỷ lệ số hóa của các công ty Ý khá thấp, và phần lớn các công ty vừa và nhỏ thì đang tiếp cận internet.

Thương mại điện tử vẫn kém phát triển ở Ý do nhiều yếu tố như mức độ gian lận thể tín dụng cao, thiếu niềm tin vào hệ thống bưu chính, hạn chế trong kết nối băng thông rộng. Tuy nhiên, người Ý sử dụng internet nhiều đối với thông tin và mạng xã hội.

Nền kinh tế của Ý bị chi phối bởi những doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), trong đó phần lớn là công ty gia đình, chiếm đến 99,9% công ty ở Ý và sản xuất 68% trong GDP của Ý.

Lĩnh vực SME của Ý có tỉ lệ các công ty sử dụng lao động dưới 10 nhân viên, cao hơn so với mức trung bình của EU. Các công ty này đóng góp gần một nửa việc làm và 1/3 giá trị gia tăng cho nền kinh tế.

Cơ hội thị trường

Đặc điểm kinh tế của Ý là các doanh nghiệp vừa và nhỏ làm nên tảng, đóng góp tới 2/3 GDP. Các doanh nghiệp này tuy năng động hiệu quả nhưng phần lớn không đủ sức mạnh vươn ra nước ngoài. Một đặc điểm đáng kể nữa là các doanh nghiệp Ý phân bố trên toàn bộ 20 vùng lãnh thổ, mỗi vùng đều có Phòng thương mại tổ chức xúc tiến thương mại theo ngành.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Ý phần lớn ưa mua bán ngay, ngại bỏ vốn lâu dài để đầu tư vào những thị trường xa xôi, khác xa địa lý, xã hội và văn hóa.

Tuy nhiên trong thời gian gần đây, các doanh nghiệp đã tỏ ra mạnh dạn hơn do nhu cầu thoát khỏi sự trì trệ kinh tế trong nước, do sự hấp dẫn ngày càng tăng của các thị trường vùng Châu Á – Thái Bình Dương.

Những lĩnh vực tiềm năng của Việt Nam tại thị trường Ý gồm thủy hải sản, trà, cà phê, các loại bột ngũ cốc, dệt may, phụ kiện, đồ gỗ, đèn, bảng, tín hiệu.

Nhân khẩu học và lối sống đang thay đổi của Ý cũng tạo ra những cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam vào thị trường này. Tỷ lệ sinh đẻ của Ý thấp và dân số thì đang già đi. Số người trong độ tuổi lao động đa số là phụ nữ.

Ý là nơi tổ chức nhiều triển lãm thương mại quan trọng mà thu hút rất nhiều nhà mua hàng từ khắp châu Âu, Địa Trung Hải và nhiều vùng khác.

Năm 2013 là kỉ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa 2 nước, Ý mong muốn tăng cường hợp tác với Việt Nam trên mọi lĩnh vực, đặc biệt là kinh tế; coi Việt Nam là đối tác quan trọng ở khu vực châu Á và sẽ là một đối tác tin cậy, có trách nhiệm trong hợp tác phát triển với Việt Nam

Chiến lược thâm nhập thị trường

Ý có quan hệ buôn bán với hơn 100 nước trên thế giới. Thị trường chính của Ý là EU và Mỹ. Quan hệ thương mại của Ý với châu Á chủ yếu tập trung vào Trung Quốc, Ấn Độ, Nhật Bản.

Việc xây dựng và duy trì những mối quan hệ cá nhân là một phần quan trọng khi làm kinh doanh ở Ý. Do đó, tìm được một đại lý, nhà phân phối hay đối tác kinh doanh phù hợp của Ý là rất cần thiết khi gia nhập thị trường này.

Thường không hiệu quả nếu chỉ dựa vào nhà phân phối hoặc các đại lý ở các thị trường láng giềng, vì mặc dù tồn tại một thị trường chung EU nhưng thị trường Ý vẫn rất riêng biệt.

Các doanh nghiệp muốn thâm nhập vào thị trường Ý nên chuẩn bị một hệ thống quen biết rộng rãi để mở cửa vào thị trường. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng cần hiểu rõ những đặc tính kinh doanh của địa phương và những luật lệ của thị trường Ý.

Đối với những sản phẩm kỹ thuật, các đối tác tiềm năng nên có một sự chuẩn bị tốt để cung cấp cho khách hàng của Ý các dịch vụ hậu mãi tốt. Đặc biệt những dịch vụ này đòi hỏi sự nhẫn nại vì việc này có thể đòi hỏi mất 2 hay 3 lần sửa chữa hoặc làm hài lòng khách hàng.

Chương 2: Môi trường chính trị và kinh tế

Chính trị

➤ Thể chế Nhà nước

Thể chế nhà nước: Cộng hòa nghị viện

Hiến pháp: Thông qua ngày 01/1/1948, quy định chế độ Cộng hoà đại nghị, tách rời Thiên chúa giáo. Tổng thống là Nguyên thủ quốc gia, do hai viện Quốc hội và 58 đại diện vùng bầu ra, nhiệm kỳ 7 năm.

Đứng đầu cơ quan hành pháp là Thủ tướng (tên gọi chính thức là Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng) do Tổng thống bổ nhiệm và được Quốc hội thông qua.

Cơ quan lập pháp: Theo mô hình lưỡng viện:

- **Thượng viện:** 315 ghế (trong đó 5 ghế là các thượng nghị sĩ được chỉ định suốt đời), nhiệm kỳ 5 năm.
- **Hạ viện:** 630 ghế (trong đó 475 ghế được bầu gián tiếp, 155 ghế được bầu theo đại diện tỷ lệ của các vùng), nhiệm kỳ 5 năm.

Bầu cử: Theo luật bầu cử Ý, đảng ứng cử đạt ít nhất 40% số phiếu sẽ được trao 55% số ghế; trong trường hợp không đảng/ liên minh nào đạt được 40% số phiếu sẽ áp dụng chia số ghế theo tỉ lệ, tuy nhiên để có ghế tại Quốc hội thì mỗi đảng phải đạt ít nhất 3% số phiếu. Công dân đi bầu cử Hạ viện phải từ 18 tuổi trở lên, bầu cử Thượng viện 24 tuổi trở lên.

Cơ quan tư pháp: Tòa án Hiến pháp gồm 15 thẩm phán (1/3 do Tổng thống bổ nhiệm, 1/3 do Quốc hội bầu, 1/3 do các tòa án tối cao về hành chính và thông thường bầu).

➤ Các đảng phái chính trị

Cánh hữu: Tiến lên Ý (FI), Trung hữu mới (NCD), Liên đoàn phương Bắc (Lega

Nord), Những người anh em Ý (FdI)

Cánh tả: Đảng Dân chủ (PD); Đảng Tự do và Công bằng; Đảng Cánh tả, Môi trường và Tự do (SEL), Đảng Trung dung Dân chủ.

Trung đảng: Đảng Liên hiệp Thiên chúa giáo Trung dung (Unione di Centro) và Đảng Tương lai và Tự do (FLI).

Dân túy: Phong trào 5 sao (M5S)

➤ Chính phủ hiện nay

Tổng thống: Sergio Mattarella

Thủ tướng: Giuseppe Conte

Chủ tịch Hạ viện: Roberto Fico

Bộ trưởng Kinh tế Ý: ông Giovanni Tria

Phó Tổng vụ trưởng Phụ trách các vấn đề toàn cầu Bộ ngoại giao Ý: Ugo Astuto

Tổng lãnh sự Ý tại Việt Nam: ông Dante Brandi

Tuỳ viên Ban Kinh tế và Thương mại (Đại sứ Quán Italia tại Việt Nam): ông Antonio Castellano

➤ Chính sách đối ngoại

Trong những năm gần đây, Ý thực hiện chính sách ngoại giao năng động trong bối cảnh phải đối mặt với nhiều thách thức lớn như khủng hoảng người nhập cư và bất ổn tài chính. Chính phủ của cựu Thủ tướng Matteo Renzi đã ban hành Sách trắng về quốc phòng, xác định chiến lược trung hạn coi châu Âu - Địa Trung Hải là khu vực ưu tiên hàng đầu của chính sách quốc phòng nhằm đảm bảo an ninh cho khu vực.

Với EU, Ý giữ vai trò chủ động, tích cực, tăng cường phối hợp với Đức và Pháp (nhất là từ sau Brexit), đặt ra mục tiêu hàng đầu là đạt được thoả thuận với EU về nới lỏng các chính sách “thắt lưng buộc bụng” để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và phối hợp giải

quyết vấn đề người nhập cư.

Với khu vực Địa Trung Hải, Ý muốn đóng vai trung tâm, hợp tác chặt chẽ với các nước trong khu vực, đặc biệt là Lybia và Tuynidi, nhằm tìm ra giải pháp cho vấn đề nhập cư của Italia và ngăn chặn chủ nghĩa khủng bố.

Với Mỹ, Ý tiếp tục khẳng định quan hệ đồng minh chiến lược, duy trì trao đổi đoàn cấp cao và tham vấn thường xuyên.

Với Nga, Ý duy trì mối quan hệ thân thiết, mong muốn giữ vai trò trung gian hòa giải giữa Nga và EU.

Với khu vực châu Á, Ý tăng cường quan hệ với Trung Quốc và Nhật Bản và các nước ASEAN nhằm tăng sự hiện diện trong khu vực và thúc đẩy quan hệ thương mại, đầu tư.

Năm 2018, Ý đảm nhận vai trò Chủ tịch luân phiên của Tổ chức an ninh và hợp tác châu Âu OSCE. Những ưu tiên trong nhiệm kỳ Chủ tịch OSCE của Italia bao gồm: Tìm kiếm giải pháp cho cuộc khủng hoảng tại Ucraina, tăng cường hợp tác chặt chẽ tại khu vực Địa Trung Hải nhằm ứng phó với vấn đề nhập cư, chủ động ứng phó với những thách thức an ninh xuyên quốc gia (khủng bố, an ninh mạng, buôn bán bất hợp pháp) trên cơ sở 3 trụ cột an ninh của OSCE gồm chính trị - quốc phòng, kinh tế - môi trường và nhân quyền.

➤ Chính sách hợp tác phát triển

Ý xem hợp tác phát triển là bộ phận tất yếu của chính sách đối ngoại (Luật số 125/2014) gồm các lĩnh vực ưu tiên hợp tác: phát triển con người (y tế và giáo dục cơ bản); nhân quyền và quản trị (bình đẳng giới, thanh niên, thể chế); phát triển nông thôn (an ninh lương thực, nông nghiệp bền vững); doanh nghiệp tư nhân (ủng hộ các SMEs, hợp tác xã...). Bộ Ngoại giao Ý là cơ quan chịu trách nhiệm về viện trợ phát triển. Ý là nước có mức cam kết cho viện trợ phát triển thấp, so với chỉ tiêu 0,7% GDP do Liên hợp quốc đề ra (chỉ đạt 0,13%) và đứng thứ 20/21 trong số các nước cung cấp ODA tính theo đầu người). Hơn 50% ODA của Ý là viện trợ có điều kiện (mua hàng

hoá và dịch vụ của Ý), 80% ODA của Ý là dành cho các nước có thu nhập thấp nhất, thông qua EU và các tổ chức quốc tế hơn là hỗ trợ song phương.

Trong giai đoạn 2009 - 2015, Ý ưu tiên thực hiện các mục tiêu Thiên niên kỷ đến 2015, cho khu vực châu Phi Sahara, Balkans (Kosovo, Macedonia), Bắc Phi (Tunisi, Ai Cập), Trung Đông (Palestin, Libăng, Irắc) và châu Á (Pakistan, Afghanistan, Myanmar, Việt Nam).

Để thực hiện các mục tiêu của Chương trình nghị sự 2030, Ý đã cải cách bộ máy Hợp tác phát triển, thành lập Cơ quan Hợp tác phát triển và chủ trương kết hợp với phương thức tài trợ mô hình PPP. Năm 2016, ODA của Italia đạt khoảng 3,8 tỷ Euro.

➤ Chính sách viện trợ phát triển

Bộ Ngoại giao Ý là cơ quan chịu trách nhiệm về viện trợ phát triển. Trong một thời gian dài, Ý không quan tâm nhiều đến cách thức thực hiện hợp tác phát triển và chỉ hành động trong các trường hợp khẩn cấp. Từ 1980 - 1990, viện trợ phát triển của Ý đạt mức 0,4% GDP. Tuy nhiên từ 1992 đến nay, do tình hình chính trị và tài chính khó khăn, Ý đã phải điều chỉnh chính sách viện trợ phát triển.

Theo ước tính, ODA của Ý (1999-2001) là khoảng 0,15% GDP, rất thấp so với mức 0,7% quy định của Ủy ban viện trợ phát triển Liên hiệp quốc. (Ý là nước đứng thứ 20/21 trong số các nước cung cấp viện trợ phát triển tính theo chi phí cho ODA/người).

Đấu tranh xoá đói giảm nghèo là lĩnh vực ưu tiên, nhất là cho châu Phi, Balkans, châu Mỹ La tinh và châu Á). Ý đã giành 100 triệu USD cho vấn đề này. Các nước được ưu tiên nhận viện trợ phát triển của Ý là Madagascar, Mozambique, Haiti, Uganda và Ethiopie.

Ở châu Á, các nước được ưu tiên hàng đầu là Ấn Độ và Philippines. Hơn 50% ODA của Ý là viện trợ có điều kiện để mua hàng hoá và dịch vụ của Ý; 80% ODA của Ý là dành cho các nước có thu nhập thấp nhất, trong đó Ý chú trọng tới viện trợ phát triển thông qua EU và các tổ chức quốc tế hơn là hỗ trợ song phương.

➤ **Tình hình chính trị hiện nay**

Ý rơi vào khủng hoảng chính trị sau khi không có chính đảng hoặc liên minh nào giành được đa số ghế trong cuộc bầu cử quốc hội ngày 04/3/2018 để tự đứng ra thành lập chính phủ.

Ngày 23/3/2018, Quốc hội Ý đã họp phiên đầu tiên để tìm giải pháp cho bế tắc chính trị của đất nước từ cuộc bầu cử ngày 04/3/2018; tuy nhiên, sau 02 vòng bỏ phiếu, tình hình vẫn rơi vào bế tắc, chưa bầu ra được lãnh đạo của hai viện. Trước tình hình đó, các bên đi đến thống nhất đàm phán, thương lượng tìm ra phương án tốt nhất. Sau 02 ngày đàm phán, các bên đã lựa chọn được người đứng đầu Hạ viện và Thượng viện. Theo đó, ông Roberto Fico, 43 tuổi, thành viên của M5S được bầu làm Chủ tịch Hạ viện Italia, với 422/620 phiếu; bà Lisabetta Alberti Casellati, 71 tuổi, thành viên của Đảng FI, một phần của liên minh cánh hữu được bầu làm Chủ tịch Thượng viện Italia, với 240/319 phiếu bầu.

Ba tháng kể từ sau cuộc bầu cử quốc hội ngày 4/3/2018, Ý cuối cùng cũng đã có Thủ tướng mới, tạm thời chấm dứt những bế tắc chính trị sau bầu cử ở nước này.

Quyết định phê chuẩn ông Giuseppe Conte làm Thủ tướng Ý chính thức được Tổng thống Ý, ông Sergio Mattarella, đưa ra trong chiều ngày 23/5/2018 tại thủ đô Ý, hai ngày sau khi liên minh hai đảng “Phong trào 5 sao” và “Liên đoàn phương Bắc” đề cử ông Conte làm Thủ tướng Chính phủ liên minh mới tại Ý. Ngày 01/6/2018, ông Giuseppe Conte chính thức tuyên thệ nhậm chức, trở thành tân Thủ tướng Italy.

Với 350 phiếu thuận, 236 phiếu chống và 35 phiếu trắng, chính phủ của tân Thủ tướng Giuseppe Conte dễ dàng vượt qua cuộc bỏ phiếu tín nhiệm tại Hạ viện (630 ghế). Trước đó, Chính phủ của ông Conte cũng đã giành thắng lợi trong cuộc bỏ phiếu tín nhiệm tại Thượng viện. Chính phủ liên minh của đảng dân túy Phong trào 5 Sao (M5S) và đảng cực hữu Liên đoàn ngày 06/6/2018 đã vượt qua trở ngại cuối cùng tại Quốc hội, lên nắm quyền ở Ý. Theo đó, lãnh đạo Đảng 5 Sao Luigi Di Maio sẽ giữ chức Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Lao động và Phát triển Kinh tế trong chính phủ mới. Trong khi đó, người đứng đầu Đảng Liên đoàn Matteo Salvini đảm nhiệm chức Phó Thủ tướng kiêm nhiệm Bộ trưởng Nội vụ.

- **Về đối nội**

Chính phủ mới sẽ phải nỗ lực nhằm thực hiện các cam kết mang tính “dân túy” được đưa ra khi vận động tranh cử, như thúc đẩy tăng trưởng cho nền kinh tế vốn đang trì trệ, giảm thuế, nâng cao đời sống của người dân, giảm bớt tình trạng thất nghiệp, nợ công và thâm hụt ngân sách, củng cố hệ thống ngân hàng vốn đang có những gánh nặng nợ xấu khổng lồ và giải quyết vấn đề người di cư. Thực tế hiện nay, các doanh nghiệp và người tiêu dùng Ý phải chịu một mức lãi suất cho vay thực tế (tỷ lệ này đã được điều chỉnh theo tỷ lệ lạm phát 0,6%) là trên 2%. Lãi suất cho vay này là quá cao, trong khi năng suất của nền kinh tế đã bị trì trệ trong nhiều năm, kết hợp với sự sụt giảm mạnh về đầu tư, tăng trưởng GDP dự báo sẽ thấp hơn 1% mỗi năm, trong vòng từ 3 đến 5 năm tới. Bên cạnh đó, do đà tăng trưởng của thương mại thế giới đang chậm lại, kinh tế Italy dễ rơi vào tình trạng suy thoái. Thuế của chính phủ sẽ giảm, khiến cho việc trả nợ công ngày càng trở nên khó khăn hơn. Nếu không giải quyết được bài toán này, cử tri Ý sẽ quay lưng lại với liên minh cầm quyền.

Thủ tướng G. Conte cam kết sẽ xóa bỏ khoảng cách chênh lệch về tăng trưởng giữa nước này với EU nhưng vẫn bảo đảm được tình trạng ổn định về tài chính và sự tín nhiệm của các thị trường. Chính phủ Ý không có kế hoạch rời khỏi Eurozone, đồng thời cam kết ngăn chặn hoạt động đưa người di cư bất hợp pháp vào Ý, giảm bớt tỷ lệ nợ công thông qua các biện pháp thúc đẩy tăng trưởng chứ không phải bằng các biện pháp “thắt lưng buộc bụng”.

Ý có kế hoạch tập trung cắt giảm nợ công, quan tâm tới thúc đẩy tăng trưởng và việc làm. Các mục tiêu và dự báo kinh tế mới của chính phủ sẽ được công bố vào tháng 9 tới và các chỉ số này sẽ gắn liền với việc tiếp tục lộ trình giảm tỷ lệ nợ công/GDP. Thực tế, sau nhiều năm kinh tế Ý rơi vào tình trạng trì trệ và thiếu động lực cải cách, các khoản nợ của chính phủ Italy đã lên tới trên 2.000 tỷ euro (2,3 nghìn tỷ USD), tương đương với hơn 130% GDP.

Về vấn đề nhập cư, Ý mong muốn châu Âu áp dụng một hệ thống tự động và bắt buộc mọi nước thành viên EU phải tiếp nhận các đơn của người tị nạn. Thủ tướng Ý cũng yêu cầu các đối tác châu Âu chia sẻ gánh nặng vấn đề di cư công bằng hơn.

- **Về đối ngoại**

Việc chính phủ mới ở Ý có quan điểm chống nhập cư, hoài nghi châu Âu đang khiến giới chức EU quan ngại. Mặc dù tân Thủ tướng Ý tuyên bố nước này không có ý định rời khỏi Eurozone, nhưng các chính sách tài khóa mang tính dân túy, cực hữu của chính phủ mới sẽ khiến quan hệ giữa Ý với các nước EU trở nên khá căng thẳng trong thời gian tới. Nguyên nhân là do Ý có thể đề cao các giá trị của nước này và phớt lờ những quy định của EU.

Việc một chính phủ dân túy lên cầm quyền ở Italy đã tác động trực tiếp đến Pháp và tham vọng của Paris trong việc thúc đẩy cải cách EU. Trước đây, đã từng tồn tại quan điểm ở Pháp cho rằng, Paris cần coi trọng đối tác Ý bởi có thể học hỏi được nhiều điều từ sự thành công của quốc gia này. Ngay sau sự kiện Brexit, một số chuyên gia còn cho rằng, Ý có khả năng sẽ thay thế Anh tham gia nhóm “Bộ Tam” lãnh đạo EU cùng với Đức và Pháp. Tuy nhiên, kỳ vọng này đã bị lu mờ cùng với các diễn biến gần đây trên chính trường Ý và Ý thậm chí có thể sẽ trở thành “con đau đầu mới” đối với EU.

Có hai thách thức lớn từ Ý có thể làm suy yếu EU. Đó là sự chia rẽ Bắc - Nam liên quan đến vấn đề kinh tế và sự chia rẽ Đông - Tây liên quan đến các giá trị cốt lõi của EU. Sự chia rẽ Bắc - Nam không chỉ tác động tiêu cực về mặt kinh tế và văn hóa mà còn tác động tới chính trường Ý. Trong cuộc tổng tuyển cử ngày 04/3 vừa qua, những người ủng hộ 2 đảng phái vừa liên minh thành lập chính phủ là Phong trào 5 sao (M5S) và đảng Liên đoàn tập trung chủ yếu ở miền Bắc và miền Nam Ý. Mặc dù vậy, tại Ý cũng đang tồn tại sự chia rẽ Đông - Tây giữa các đảng phái truyền thống trung tả và trung hữu.

Lần đầu tiên, liên minh giữa các lực lượng chính trị chống EU, chống các đảng phái truyền thống lên nắm quyền ở Ý - một trong các nước thành viên sáng lập EU. Lựa chọn này của người dân Ý có thể sẽ tác động tiêu cực tới tiến trình phát triển của toàn bộ “dự án EU”. Ý gần đây tuyên bố sẽ không phê chuẩn Hiệp định Kinh tế và Thương mại Toàn diện giữa EU với Canada (CETA), điều này có khả năng làm gián đoạn một hiệp định lớn nhất của EU trong nhiều năm tới. Nếu quốc gia Nam Âu này xích lại gần

hơn với các nước Đông Âu bằng việc theo đuổi các mô hình ở Hungary hay Ba Lan thì không chỉ Bắc Âu, mà cả Tây Âu sẽ phải đối mặt với nguy cơ gia tăng ảnh hưởng của “mô hình dân chủ trong khuôn khổ”. Mỗi nguy hiểm thực sự không phải là nguy cơ Ý sẽ rời EU giống như Anh bởi đa số người dân nước này không sẵn sàng cho việc lập lại kịch bản tương tự Brexit. Vấn đề là Ý, giống như Hungary và Ba Lan, vẫn tham gia EU nhưng lại xem thường và không tuân thủ các quy định và giá trị cốt lõi của liên minh. Việc Thủ tướng G. Conte bổ nhiệm kinh tế gia P. Savona có tư tưởng hoài nghi châu Âu làm Bộ trưởng phụ trách các vấn đề châu Âu càng thổi bùng các quan ngại đó theo cái nhìn của những người ủng hộ châu Âu.

Tuy nhiên, chính sách đối ngoại của Italy đối với châu Âu sẽ không thay đổi nhiều so với các chính sách của chính phủ tiền nhiệm. Bởi việc bổ nhiệm ông Enzo Moavero Milanesi làm Ngoại trưởng Ý được xem là bước đi củng cố lòng tin, trong bối cảnh nội các mới bổ nhiệm quá nhiều gương mặt bất ngờ, thì riêng nhân sự đối ngoại cho thấy “đây là lĩnh vực mà chính phủ mới không muốn thay đổi”. Vị trí ngoại trưởng là bộ mặt của đất nước trên thế giới và việc bổ nhiệm một nhân vật được biết đến và đáng kính trọng vào vị trí này là rất quan trọng. Gần đây, ông P. Savona cũng bày tỏ quan điểm rằng, việc duy trì đồng euro là “tuyệt đối cần thiết”.

Bên ngoài EU, Ý sẽ phải giải quyết thận trọng mối quan hệ với các cường quốc lớn trên thế giới, đặc biệt là Mỹ. Tuy nhiên, với một nền kinh tế chủ yếu dựa vào xuất khẩu, Ý sẽ đặc biệt “tỉnh táo” trước các chính sách của Mỹ có thể gây ảnh hưởng tới lĩnh vực xuất khẩu của Italy.

Kinh tế

Ý có nền kinh tế công nghiệp đa dạng, vốn được chia làm 2 miền bắc và nam. Miền bắc phát triển hơn, được nổi lên bởi các công ty tư nhân trong khi miền nam kém phát triển hơn, nền kinh tế phụ thuộc vào nông nghiệp và tỷ lệ thất nghiệp cao hơn. Nền kinh tế Ý được dẫn dắt chủ yếu bằng hoạt động sản xuất hàng tiêu dùng chất lượng cao bởi các doanh nghiệp vừa và nhỏ, nhiều trong số các doanh nghiệp này là các công ty gia đình.

Nước Ý cũng có một nền kinh tế ngầm khá lớn, với ước tính chiếm khoảng 17% GDP. Những hoạt động này phổ biến nhất trong lĩnh vực nông nghiệp, xây dựng và dịch vụ. Ý là nền kinh tế trong khu vực đồng euro có nợ công đặc biệt cao và những trở ngại về cơ cấu, tốc độ tăng trưởng làm cho thị trường tài chính bị ảnh hưởng.

Ngày nay Ý là một trong những quốc gia phát triển nhất trên thế giới. Nhờ vào sự sáng tạo của người Ý, họ đã đưa thành công nhiều sản phẩm ra thế giới. Thương hiệu Made in Italy đã khẳng định được vị thế trong mọi lĩnh vực: từ máy móc và ngành công nghiệp ô tô (FIAT, Ferrari, Alfa Romeo) đến xe máy (Aprilia, Piaggio, Ducati); từ đồ điện gia dụng (Zanussi, Candy, Ariston) đến bảo hiểm (Generali), từ những sản phẩm nội thất, nổi tiếng với kiểu dáng độc đáo, đến xăm lốp ô tô (Pirelli). Thêm vào đó là các mặt hàng thực phẩm: cà phê (Lavazza Lily), bánh kẹo (Ferrero, Algida), mì Ý (Barilla), phô mai, thịt nguội, trái cây, dầu oliu, rượu... và cuối cùng không thể bỏ qua lĩnh vực thời trang: có rất nhiều những thương hiệu thời trang lớn của Ý nổi tiếng trên toàn thế giới, chuyên sản xuất các mặt hàng quần áo, giày dép và phụ kiện chất lượng cao.

Ngành dịch vụ rất phát triển và chiếm hơn 60% việc làm. Trong đó có thể kể đến ngành truyền thông, một trong những nhân tố tích cực của nền kinh tế Ý: những doanh nghiệp như Telecom Italia và Fininvest (thuộc sở hữu của gia đình Berlusconi) là một trong những doanh nghiệp lớn nhất châu Âu. Ngành du lịch của Ý cũng được xem là rất quan trọng với hơn 100 triệu lượt du khách mỗi năm, họ đến Ý không chỉ chiêm ngưỡng vẻ đẹp tự nhiên và những tác phẩm nghệ thuật của đất nước mà còn để tham quan những hội chợ thương mại mang tầm quốc tế.

Ngân hàng trung ương Ý vừa nâng mức dự báo tăng trưởng Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) năm 2017 từ mức 0,9% lên 1,4% nhờ đẩy nhanh hoạt động kinh tế hồi đầu năm nay, cũng như xu hướng thuận lợi trong các ngành công nghiệp và dịch vụ.

Theo Ngân hàng trung ương Ý, tăng trưởng GDP trong quý 2/2017 của nước này đạt 0,4%, bằng với quý trước đó, nhờ những tiến triển thuận lợi về nhu cầu của bên ngoài và trên thị trường năng lượng, nguyên vật liệu. Đây là mức tăng trưởng khá khiêm tốn so với nhiều nước khác, nhưng là mức tăng trưởng quý cao nhất trong vòng 5 năm qua

tại Ý, đồng thời là cơ sở để nâng dự báo tăng trưởng GDP của cả năm 2017. Cơ quan Thống kê quốc gia Ý (ISTAT) cho biết, số việc làm tiếp tục tăng lên, bất chấp chính phủ chấm dứt các ưu đãi về thuế đối với những công ty sử dụng nhân công dài hạn, trong khi tín dụng đối với các hộ gia đình chỉ tăng trưởng ở mức khiêm tốn. Tỷ lệ thất nghiệp ở Ý đang có chiều hướng giảm ở mức 11,1%; trong khi lòng tin của người tiêu dùng tăng lên. Ngân hàng trung ương Italy dự báo nền kinh tế nước này sẽ tiếp tục tăng trưởng ở mức 1,3% trong năm 2018 và 1,2% vào năm 2019, tăng so với dự báo hồi đầu năm là tăng trưởng GDP 0,9% trong năm 2017 và 1,1% trong hai năm 2018 và 2019.

Trước đó, Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) cũng nâng dự báo tăng trưởng kinh tế của Italy từ mức 1% lên 1,3% cho năm 2017. IMF cho biết nền kinh tế Ý sẽ tăng trưởng cao hơn so với mức dự báo 0,8% mà tổ chức này đưa ra trước đó nhờ đà phục hồi mạnh mẽ hơn ở Khu vực đồng euro (Eurozone) cũng như chính sách tài chính và tiền tệ hỗ trợ. Tuy nhiên, theo IMF, tăng trưởng kinh tế ở Ý sẽ chậm lại và đạt mức tăng khoảng 1% trong giai đoạn 2018 – 2020. IMF cho rằng những yếu kém về cơ cấu, nợ công cao, nợ xấu của các ngân hàng cũng như đầu tư thấp là những yếu tố kéo lùi đà tăng trưởng kinh tế của nước này. Nợ công của Ý ở mức gần 2,28 nghìn tỷ euro trong tháng 5/2017, tăng mạnh so với mức 2,25 nghìn tỷ euro cách đó một năm. Với mức nợ công tương đương 132% GDP, Ý vẫn là một trong những nước có mức nợ công cao nhất Eurozone.

Trong khi đó, các ngân hàng của nước này cũng đang gánh khoản nợ xấu khổng lồ, lên tới 350 tỷ euro. Chính phủ Ý vừa thông báo sẽ chi tới 17 tỷ euro để giải cứu hai ngân hàng Veneto Banca và Banca Popolare di Vicenza đang bên bờ vực phá sản. Từ cuối tháng 6, Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) đã chấm dứt việc cung cấp tài chính cho hai ngân hàng Veneto Banca và Banca Popolare di Vicenza.

Về lĩnh vực tài chính công, IMF đánh giá mục tiêu chính thức của Ý giảm thâm hụt ngân sách xuống còn 1,2% GDP vào năm 2018 là phù hợp, mặc dù chính phủ nước này gần đây đã đề xuất một mục tiêu ít tham vọng hơn là thâm hụt ngân sách 2,1% GDP.

Dự báo, thâm hụt ngân sách cơ cấu của Ý sẽ tăng ở mức 0,8% Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) vào năm 2019.

Chính phủ Ý cho biết kế hoạch cắt giảm thuế và tăng phúc lợi sẽ giúp đẩy mạnh tăng trưởng. Ý hiện đặt mục tiêu tăng trưởng ở mức 1,5% trong năm tới, 1,6% và 1,4% lần lượt vào năm 2020 và 2021. Chính phủ Ý có thể thu hẹp khoảng cách tăng trưởng của nước này trong Khu vực đồng tiền chung châu Âu (Eurozone), cũng như lần đầu tiên giảm mạnh được tỷ lệ nợ trong 3 năm tới.

Năm 2018, ước tính “núi nợ công khổng lồ” của Ý hiện đã lên tới 2.700 tỷ euro, tương đương hơn 132% Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của nước này. Nền kinh tế Italy, hiện lớn thứ 3 Eurozone, đang bị kéo lùi bởi khoản nợ công cao nhất trong số các nước thành viên Liên minh châu Âu, ngoại trừ Hy Lạp và gấp đôi mức trần mà Liên minh châu Âu đã đặt ra cho các nước thành viên. Hiện Ý cũng là nước có tốc độ tăng trưởng kinh tế thấp nhất trong Khu vực đồng Eurozone, dự kiến chỉ đạt 1,4% trong năm nay và 8,3% dân số nước này sống dưới mức nghèo khổ.

Chính phủ Ý vừa đưa ra kế hoạch ngân sách cho năm 2019, theo đó gia tăng chi tiêu cũng như nâng mức thâm hụt ngân sách lên tương đương 2,4% GDP. Thâm hụt ngân sách 2,4% GDP của Ý vẫn còn thấp hơn mức trần 3% GDP của EU. kế hoạch ngân sách mới của Ý sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, gia tăng thu nhập và cho phép nợ công giảm khoảng 1% GDP.

Tháng 10/2018, hãng xếp hạng tín nhiệm Moody's đã bất ngờ hạ 1 bậc xếp hạng nợ quốc gia của Ý xuống Baa3. Theo thang xếp hạng hiện tại của Moody's thì bậc Baa được xem là chất lượng trung bình, với một vài yếu tố đầu cơ và rủi ro tín dụng đáng kể, trong đó hạng 3 (bậc Baa3) được đánh giá khả năng trả nợ ngắn hạn ở mức chấp nhận. Bậc Baa3 cũng là xếp hạng thấp nhất trong bậc đầu tư, tức chỉ cao hơn đúng một bậc so với thang xếp hạng bậc đầu cơ (trái phiếu của những nước nằm trong bậc đầu cơ còn gọi là trái phiếu rác). Theo Moody's viện dẫn thì sự yếu kém trong chính sách tài khóa của Ý và quyết định của chính phủ nhắm đến mục tiêu thâm hụt ngân sách cao hơn trong những năm tới là lý do chính cho việc hạ bậc tín nhiệm. Công ty xếp hạng này cũng nói thêm rằng các đề xuất chính sách của chính phủ đã không đưa

ra một loạt các cải cách kèm theo có thể giúp Ý tăng trưởng kinh tế.

➤ **Kế hoạch Quốc gia "Cách mạng Công nghiệp 4.0"**

Bộ Phát triển Kinh tế Italia phối hợp cùng các Bộ ngành, quỹ triển khai từ các năm trước chính sách "Nuova Sabatini" là một chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa SME để hạn chế các tiêu cực của khủng hoảng kinh tế tài chính thế giới đến các doanh nghiệp SME.

Gần đây cùng với các làn sóng startup và Cách mạng Công nghiệp 4.0 thì Chính phủ Italia đã tăng cường các biện pháp hỗ trợ mới cho các doanh nghiệp nhằm thúc đẩy nhanh hơn Cách mạng Công nghiệp 4.0.

Kế hoạch Quốc gia "Cách mạng Công nghiệp 4.0" đưa ra hàng loạt chính sách và công cụ để hỗ trợ và thúc đẩy đầu tư nâng cao tính sáng tạo và cạnh tranh của nền kinh tế. Cụ thể:

Hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào tài sản cố định và lưu động mới, tài sản vô hình (phần mềm và hệ thống công nghệ thông tin) để chuyển đổi công nghệ và số hóa các quy trình sản xuất của họ.

- + **Siêu khấu hao 250%:** nhằm mục đích để tính khấu hao. Các doanh nghiệp đầu tư vào tài sản cố định và lưu động mới, tài sản vô hình (phần mềm và hệ thống công nghệ thông tin) để chuyển đổi công nghệ và số hóa các quy trình sản xuất của họ nhằm triển khai thực hiện "Cách mạng Công nghiệp 4.0" thì sẽ được tính nâng lên 250% trị giá đầu tư của họ.

Doanh nghiệp có thể được hưởng ưu đãi thuế khi đặt mua thiết bị hàng hóa và đã trả tối thiểu 20% trị giá, trước 31/12/2017 và hàng phải được giao chậm nhất 30/6/2018.

- + **Khấu hao nóng 140%:** nhằm mục đích để tính khấu hao. Cho các dự án đầu tư hơn 500.000euro cần phải có báo cáo kỹ thuật được chuyên gia hoặc kỹ sư chuyên ngành phù hợp đã được đăng ký với các cơ quan chuyên môn, phù hợp với quy định của Phụ lục A hoặc B của Nghị định về Tài chính năm 2017.

Các biện pháp hỗ trợ hơn cho sáng tạo "Nuova Sabatini" dành cho các doanh nghiệp vay vốn ngân hàng đầu tư mua sắm tài sản cố định, máy móc thiết bị để sản xuất phần cứng và phần mềm của công nghệ số. hỗ trợ cho một phần lãi suất do doanh nghiệp trả cho ngân hàng cho phần vay từ 20.000 đến 2 triệu euro, từ các ngân hàng được Bộ Phát triển Kinh tế duyệt.

Hỗ trợ được tính trên cơ sở khấu hao 5 năm với lãi suất 2.75%/năm và tăng 30% trong trường hợp đầu tư vào các ngành công nghệ của Cách mạng 4.0. Được ưu tiên tiếp cận nguồn Quỹ bảo lãnh Trung ương, tối đa tới 80%. Các ưu đãi này có thể được kết hợp với các ưu đãi siêu khấu hao và khấu hao nóng.

Hỗ trợ khuyến khích cho doanh nghiệp startup sáng tạo và doanh nghiệp nhỏ và vừa -SME: áp dụng cho tất cả các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa trong tất cả các ngành và phải nộp hồ sơ chậm nhất 31/12/2018 theo mẫu quy định của Bộ PTKT của đơn đề nghị được vay vốn ngân hàng, được ngân hàng chấp thuận và gửi tới Bộ PTKT để dành một khoản hỗ trợ sẵn cho dự án đó.

Trong vòng 5 ngày làm việc, Bộ PTKT phải trả lời ngân hàng về việc có sẵn một phần hoặc toàn bộ nguồn vốn hỗ trợ cho dự án đó trên cơ sở " đăng ký trước được trước".

Hỗ trợ cho thanh toán lãi suất từ 2.75-3.57% cho dự án Nghiên cứu và phát triển R&D: cho các dự án đầu tư vào Tương lai. Khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào R&D và tăng tính cạnh tranh của doanh nghiệp trong tương lai. Giảm 50% thuế trên phần tăng tổng chi phí nghiên cứu R&D tối đa tới 20 triệu euro/năm, tính trên chi phí trung bình cho R&D trong giai đoạn 2012-2014.

Các hỗ trợ này cũng áp dụng cho các chi phí R&D trong giai đoạn 2017-2020 và có thể kết hợp với các biện pháp Khấu hao nóng và Siêu khấu hao.

Hỗ trợ trên áp dụng cho doanh nghiệp đặt tại Ý hoặc chi nhánh của công ty Ý tại nước ngoài hoặc các dự án đưa về Ý các công nghệ thiết bị của các công ty nước ngoài.

Giảm thuế cho phần tăng đầu tư vào R&D: 50%.

+ **Sáng chế:**

Biển Italia thành thị trường hấp dẫn hơn cho các nhà đầu tư dài hạn nội địa và từ nước ngoài bằng việc giảm thuế thu nhập từ tài sản sở hữu trí tuệ, khuyến khích các doanh nghiệp đem tài sản vô hình, tài sản lưu động từ nước ngoài về Ý, khuyến khích giữ các tài sản này ở Ý mà không mang ra nước ngoài. Khuyến khích đầu tư hơn nữa vào R&D.

Ưu đãi đặc biệt hơn nữa cho thu nhập từ sử dụng tài sản vô hình như quyền sáng chế công nghiệp, thương hiệu bản quyền, mẫu và thiết kế công nghiệp, bản quyền knowhow và phần mềm. Ưu đãi đặc biệt bao gồm giảm 50% thuế thu nhập doanh nghiệp (IRES) và thuế sản xuất khu vực (IRAP) bắt đầu từ 2017, đối với thuế thu nhập doanh nghiệp liên quan tới việc sử dụng tài sản lưu động, tài sản vô hình dính trực tiếp hoặc gián tiếp tới đối tác thứ ba. Lợi ích cụ thể cho các doanh nghiệp tiến hành R&D liên quan với phát triển và duy trì các tài sản lưu động, tài sản vô hình.

Có các hướng dẫn chi tiết đến cách tính toán chi phí và lợi ích được hưởng.

Miễn giảm được áp dụng cho thời hạn 5 năm và có thể được gia hạn tiếp.

Giảm 50% thuế thu nhập doanh nghiệp (IRES) và thuế sản xuất khu vực (IRAP) cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, startup sáng tạo:

Hỗ trợ các doanh nghiệp sáng tạo trong suốt vòng đời sản phẩm. Duy trì sự phát triển của hệ sinh thái các doanh nghiệp startup.

Truyền bá văn hóa doanh nghiệp mới dựa trên làm việc theo nhóm (teamwork), sáng tạo và cởi mở hướng đến thị trường toàn cầu.

Lợi ích: Quy trình thành lập và hoạt động được làm trên mạng, miễn phí. Miễn áp dụng các quy định về các công ty thường xuyên hoạt động kém hiệu quả hoặc thua lỗ triền miên. khả năng cho phép các công ty TNHH được phát hành cổ phần được miễn thuế hoặc cơ chế phát hành cổ phần theo công việc. Ưu đãi cho các đầu tư trong nguồn vốn đầu tư rủi ro: giảm 30% cho thuế thu nhập cá nhân cho khoản đầu tư tới 1 triệu euro hoặc 30% giảm cho thuế thu nhập doanh nghiệp, cho tới 1,8 triệu euro. Tiếp cận nhanh, đơn giản hóa thủ tục và miễn phí tới Quỹ bảo lãnh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME). Ưu đãi cho các dự án gọi vốn cộng đồng mạo hiểm (crowdfunding).

Đặc biệt có áp dụng visa startup vào Italia cho các doanh nhân sáng tạo từ khắp mọi nơi trên thế giới đầu tư vào Italia.

Cho phép khả năng chuyển lỗ báo cáo từ doanh nghiệp startup sang các công ty lớn trên thị trường chứng khoán có sở hữu tối thiểu 20% cổ phần của startup. Trường hợp bị lỗ, phá sản: cho phép miễn trừ khỏi các thủ tục phá sản thông thường.

Trường hợp thành công: quy trình nâng cấp dễ dàng và nhanh chóng lên quy chế "doanh nghiệp SME sáng tạo", và vẫn được hưởng các lợi ích của cơ chế startup.

Các lợi ích này được hưởng đồng thời các cơ chế: khấu hao nóng, siêu khấu hao, Nuova Sabatini và giảm thuế cho R&D

+ **Hộp Sáng chế:**

Các startup sáng tạo: các công ty TNHH mới thành lập chưa lên sàn chứng khoán có tổng trị giá sản xuất năm dưới 5 triệu euro, và có mục đích rõ ràng về sáng tạo. Để chứng minh yêu cầu này, công ty phải đáp ứng tiêu chí: 15% chi phí hàng năm là dành cho R&D. 2/3 nhóm là cử nhân hoặc 1/3 là tiến sỹ, nghiên cứu sinh tiến sỹ hoặc nhà nghiên cứu. Có sở hữu ít nhất một bằng sáng chế hoặc phần mềm.

SME Sáng tạo: doanh nghiệp nhỏ và vừa được thành lập như công ty TNHH có các báo cáo tài chính kiểm toán. Ngoài ra các doanh nghiệp này phải đáp ứng ít nhất hai tiêu chí sau: 3% chi phí hàng năm là dành cho R&D, 1/3 nhóm là cử nhân hoặc 1/5 là tiến sỹ, nghiên cứu sinh tiến sỹ hoặc nhà nghiên cứu. Có sở hữu ít nhất một bằng sáng chế hoặc phần mềm.

Cơ chế startup được hưởng không quá 5 năm kể từ ngày thành lập doanh nghiệp đó.

Miễn thuế cho đầu tư vào startup: tới 30% quỹ bảo lãnh cho SME.

Áp dụng cho các doanh nghiệp và các cá nhân khó khăn tiếp cận với vay vốn ngân hàng vì họ không có đủ bảo lãnh. Lợi ích cụ thể là được bảo lãnh công tới tối đa 80% khoản vay, ngắn tới trung và dài hạn cho cả hai nguồn là tiền mặt và cho mục đích đầu tư.

Bảo lãnh quỹ cho mỗi doanh nghiệp hoặc cá nhân với tối đa 2,5 triệu euro để dùng cho một hoặc nhiều hoạt động phù hợp với trần quy định, và không hạn chế số lượng hoạt động của doanh nghiệp hoặc cá nhân. Hạn chế chỉ liên quan đến trị giá được bảo lãnh tối đa chứ không hạn chế mức trần của tổng giá trị vốn vay.

Các lợi ích này được hưởng đồng thời các cơ chế: khấu hao nóng, siêu khấu hao, Nuova Sabatini và giảm thuế cho R&D.

Các khuyến khích cho vốn hóa doanh nghiệp, khuyến khích cho đầu tư vào các SME và startup sáng tạo.

Hưởng lợi là các doanh nghiệp siêu nhỏ, SME và các cá nhân nhà chuyên môn có đăng ký hoặc đăng ký trong các hiệp hội đã đăng ký với Bộ Phát triển Kinh tế. Người hưởng lợi là các doanh nghiệp, cá nhân trong mọi ngành nghề, trừ ngành tài chính, và chứng minh được tính khả thi và hiệu quả kinh tế.

Để được hưởng chính sách này, bên liên quan phải xuất trình hồ sơ của ngân hàng hoặc tổ chức tài chính liên quan và đề nghị vay vốn, dưới dạng bảo lãnh công. Ngân hàng hoặc tổ chức tài chính đó sẽ gửi tới Ngân hàng Banca del Mezzogiorno SPA, là tổ chức điều hành hệ thống này. Quy trình và thủ tục rất nhanh gọn và rõ ràng nên các yêu cầu này sẽ được kiểm tra và ra quyết định rất nhanh.

Trường hợp người vay vốn thua lỗ thì ngân hàng hoặc tổ chức tín dụng cho vay sẽ được nhận bồi thường từ Quỹ bảo lãnh.

Bảo lãnh công cho vốn vay: 80% ACE (hạn mức cho tài sản doanh nghiệp) thúc đẩy vốn hóa doanh nghiệp

Nhằm mục đích khuyến khích và củng cố bằng biện pháp tài chính của chính doanh nghiệp để đạt được cân bằng tốt hơn các nguồn lực và chi phí, rủi ro về vốn và nợ, để doanh nghiệp cạnh tranh hơn.

Lợi ích: giảm trừ từ thu nhập doanh nghiệp một lượng tương ứng với mức thu hồi trên vốn tài sản mới (đóng góp từ nguồn tiền mặt và lợi nhuận đối với dự trữ), tính trên cơ sở mức tăng tư bản trên tổng tài sản của năm kết thúc tài khóa vào 31/12/2010, vốn và

tài chính đi vay. Mức thu hồi cơ bản của vốn mới là 2.3% cho năm 2017 và 2.7% cho năm 2018.

Áp dụng cho tất cả các doanh nghiệp có thu nhập, kể cả doanh nghiệp một người phụ thuộc vào thuế thu nhập cá nhân (IRI), dựa trên cơ sở để tính thuế ở Ý cho các công ty ở nước ngoài, không phụ thuộc vào loại hình, quy mô và lĩnh vực kinh doanh.

Nhằm mục đích giảm áp lực tài chính cho doanh nghiệp đầu tư vào tương lai bằng cách giữ lợi nhuận lại công ty.

Lợi ích cụ thể là giảm thuế thu nhập doanh nghiệp từ 27.5% xuống còn 24%, tương đương mức chung của EU. Cơ hội cho doanh nghiệp cá nhân và công ty quyền lựa chọn đơn mức thuế 24% thay cho thuế lũy tiến tới tận 43%.

Mức thuế này được áp dụng 5 năm và có thể được gia hạn.

Biện pháp này áp dụng không phải chỉ cho SME mà cho tất cả các loại hình doanh nghiệp để tăng mức tài sản của họ lên, đồng thời vẫn dành ưu tiên cho chọn hình thức thành lập doanh nghiệp (doanh nghiệp cá thể, công ty TNHH và cổ phần).

Biện pháp này dành cho: Thuế thu nhập doanh nghiệp IRES cho các doanh nghiệp cổ phần, tổ chức phi thương mại, hợp tác xã.

Thuế thu nhập đơn vị IRI dành cho các đơn vị như doanh nghiệp cá thể, hợp tác kinh doanh sử dụng hệ thống kế toán đơn giản và cũng có thể sử dụng cho các doanh nghiệp như công ty TNHH, hợp tác xã có doanh thu không hơn 5 triệu euro và cơ cấu sở hữu hẹp. dành cho hệ thống kế toán tiền mặt với hệ thống kế toán đơn giản.

Thuế thu nhập doanh nghiệp IRES và đơn vị IRI đều được hưởng mức 24% và dành được nguồn lực để tăng lương cho CBCNV (tăng phúc lợi xã hội, hưu trí, thêm bảo hiểm y tế...) Tăng khả năng tham gia của công nhân vào tổ chức của mình.

Lợi ích khác như: một mức thuế 10% chung cho các phần thưởng cho tăng năng suất lao động. Mức trần của tiền thưởng là 3000 euro cho cá nhân hoặc 4000 euro nếu công nhân cùng tham gia vào đội. Thưởng được tính trả bằng tiền, hàng hóa hoặc dịch vụ.

Người được hưởng: người làm thuê trong lĩnh vực tư nhân có thu nhập không hơn

80.000 euro trong năm trước đó. Doanh nghiệp đạt thành tích hiệu quả, năng suất, chất lượng và sáng tạo.

➤ **Các chỉ số kinh tế**

GDP theo sức mua:

- 2,311 nghìn tỉ USD (ước tính năm 2017)
- 2,291 nghìn tỉ USD (ước tính năm 2016)
- 2,27 nghìn tỉ USD (ước tính năm 2015)

GDP được tính theo tỉ giá hối đoái: 1,938 nghìn tỉ USD (ước tính năm 2017)

Tỉ lệ tăng trưởng thực của GDP:

- 1,5% (ước tính năm 2017)
- 0,9% (ước tính năm 2016)
- 1% (ước tính năm 2015)

GDP tính theo đầu người (PPP):

- 38.100 USD (ước tính năm 2017)
- 37.800 USD (ước tính năm 2016)
- 37.300 USD (ước tính năm 2015)

Tổng ngạch tiết kiệm quốc dân:

- 20,4% GDP (ước tính năm 2017)
- 19,8% GDP (ước tính năm 2016)
- 18,9% GDP (ước tính năm 2015)

GDP theo tiêu dùng (ước tính năm 2017):

- Tiêu dùng theo hộ gia đình: 60,2%
- Tiêu dùng của chính phủ: 18,7%
- Đầu tư vào tài sản cố định: 17,2%
- Đầu tư vào hàng tồn kho: 0,1%
- Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ: 31,8%
- Nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ: -28%

GDP theo ngành: (ước tính năm 2017)

- Nông nghiệp: 2,1%
- Công nghiệp: 24%
- Dịch vụ: 73,9%

Sản phẩm nông nghiệp: trái cây, rau, nho, khoai tây, củ cải đường, đậu nành, ngũ cốc, ô liu; thịt bò, sản phẩm từ sữa; cá

Các ngành công nghiệp: du lịch, máy móc, sắt thép, hóa chất, chế biến thực phẩm, dệt may, xe có động cơ, quần áo, giày dép, đồ gốm

Tốc độ tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 0,8% (ước tính năm 2017)

Lực lượng lao động: 25,94 triệu (ước tính năm 2017)

Lực lượng lao động theo lĩnh vực: (ước tính năm 2011)

- Nông nghiệp: 3,9%
- Công nghiệp: 28,3%
- Dịch vụ: 67,8%

Tỷ lệ thất nghiệp: 11,1% (ước tính năm 2017)

Tỷ lệ thất nghiệp, độ tuổi từ 15 – 24 tuổi: 37,8% (ước tính năm 2016)

- Nam: 36,5%
- Nữ: 39,6%

Ngân sách nhà nước (ước tính năm 2017):

- Doanh thu: 884,4 tỉ USD
- Chi tiêu: 927,7 tỉ USD

Thuế và các khoản thu khác: 46% GDP (ước tính năm 2017)

Thặng dư (+) hoặc thâm hụt (-) ngân sách: -2,3% GDP (ước tính năm 2017)

Nợ công: 131,5% GDP (ước tính năm 2017)

Tỷ lệ lạm phát (giá tiêu dùng): 1,9% (ước tính năm 2017)

Lãi suất cho vay của ngân hàng thương mại:

- 3,3% (ước tính đến ngày 31/12/2017)
- 3,5% (ước tính đến ngày 31/12/2016)

Xuất khẩu:

- 499,1 tỉ USD (ước tính năm 2017)
- 454,1 tỉ USD (ước tính năm 2016)

Hàng hóa xuất khẩu: sản phẩm kỹ thuật, dệt may và quần áo, máy móc sản xuất, phương tiện cơ giới, thiết bị vận tải, hóa chất; thực phẩm, đồ uống và thuốc lá; khoáng sản, kim loại màu

Đối tác xuất khẩu (theo ước tính năm 2017):

- Đức: 12,5%
- Pháp: 10,3%
- Hoa Kỳ: 9%

- Tây Ban Nha: 5,2%
- Anh: 5,2%
- Thụy Sĩ: 4,6%

Nhập khẩu:

- 426,7 tỉ USD (ước tính năm 2017)
- 387,1 tỉ USD (ước tính năm 2016)

Hàng hóa nhập khẩu: sản phẩm kỹ thuật, hóa chất, thiết bị vận tải, sản phẩm năng lượng, khoáng sản và kim loại màu, dệt may và quần áo; thực phẩm, đồ uống, thuốc lá

Đối tác nhập khẩu (theo ước tính năm 2017):

- Đức: 16,3%
- Pháp: 8,8%
- Trung Quốc: 7,1%
- Hà Lan: 5,6%
- Tây Ban Nha: 5,3%
- Bỉ: 4,5%

Tỷ giá hối đoái: 1 euros (EUR) = 0,89 USD (ước tính năm 2017)

2013	2014	2015	2016	2017
0,76	0,89	0,92	0,9	0,89

Chương 3: Bán sản phẩm và dịch vụ tại Ý

Sử dụng đại lý hoặc nhà Phân phối

Các công ty có nhu cầu sử dụng hệ thống phân phối, nhượng quyền thương mại hay tìm kiếm đại diện thương mại cần chắc chắn rằng các thỏa thuận, điều khoản ký kết phải phù hợp với các quy định của EU và pháp luật của các quốc gia thành viên. Chỉ thị số 86/653/EEC của Hội đồng Châu Âu thiết lập một số tiêu chuẩn tối thiểu về bảo vệ các chủ đại diện thương mại trong việc thay mặt cho bên ủy nhiệm xác lập giao dịch bán hoặc mua hàng hoá. Về bản chất, Chỉ thị này của EC thiết lập các quyền và nghĩa vụ của bên ủy nhiệm và các đại diện thương mại của mình; tiền thù lao của đại diện thương mại; giải quyết và chấm dứt hợp đồng đại diện, bao gồm các điều khoản về bồi thường phải trả cho đại lý. Các công ty cần phải đặc biệt lưu ý rằng Chỉ thị này quy định các bên không được vi phạm các yêu cầu riêng. Theo đó, cần thêm điều khoản quy định cụ thể cơ quan luật thay thế để tránh trường hợp tranh chấp có thể bị phán quyết vô hiệu bởi tòa án châu Âu.

Thông tin thêm:

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31986L0653:EN:HTML>

Cục Cạnh tranh của Ủy ban châu Âu là đơn vị thực thi pháp luật có liên quan đến những ảnh hưởng về cạnh tranh trong thị trường EU đối với các “thỏa thuận hạn chế cạnh tranh theo chiều dọc – vertical agreement”. Các công ty vừa và nhỏ (SMEs) được miễn thực thi các quy định này bởi vì các thỏa thuận của họ có khả năng được xếp vào loại “thỏa thuận không quan trọng,” có nghĩa là họ được coi là không có khả năng ảnh hưởng đến cạnh tranh ở cấp độ EU nhưng hữu ích cho việc hợp tác giữa các doanh nghiệp nhỏ. Nói chung, các công ty có ít hơn 250 nhân viên và doanh thu hàng năm dưới 50 triệu € được coi là các công ty vừa và nhỏ (SMEs). Ngoài ra, các thỏa thuận mà ảnh hưởng dưới 10% đến một thị trường thì cũng không thuộc đối tượng điều chỉnh của quy định trên (Thông báo 2001/C 368/07 của Hội đồng châu Âu).

Xem thêm thông tin tại trang web:

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2001/c368/c36820011222en00130015.pdf>

EU cũng có chế tài đối với sự chậm trễ trong thanh toán bằng Chỉ thị 2000/35/EC, mà đã được điều chỉnh trong năm 2010. Chỉ thị này, sau khi được điều chỉnh, bao gồm tất cả các giao dịch thương mại trong EU, cả trong lĩnh vực tư nhân hay nhà nước, chủ yếu giải quyết hậu quả của việc chậm thanh toán. Tuy nhiên, các giao dịch thương mại với người tiêu dùng không thuộc phạm vi điều chỉnh của Chỉ thị này. Tóm lại, Chỉ thị này - bản đã được sửa đổi bổ sung - cho phép người bán hàng không được thanh toán hàng hoá, dịch vụ trong vòng 30 ngày kể từ ngày hết thời hạn thanh toán được tính thêm lãi suất quá hạn thanh toán (lãi suất Ngân hàng Trung ương châu Âu cộng thêm 8%) cùng với 40 Euro chi phí thu hồi nợ quá hạn. Đối với các giao dịch B2B có thể thương lượng gia hạn nợ thanh toán trong vòng 60 ngày. Người bán cũng có thể giữ lại hàng hoá cho đến khi thanh toán được hoàn tất và có thể yêu cầu bồi thường đầy đủ các chi phí liên quan.

Thông tin thêm:

- http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/documents/late-payments/index_en.htm
- <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0374+0+DOC+XML+V0//EN&language=EN#BKMD-20>

Các đại lý và nhà phân phối của các công ty có thể nhờ đến Thanh tra châu Âu (European Ombudsman) khi cho rằng mình là nạn nhân của việc quản lý thiếu hiệu quả của một tổ chức thuộc EU. Các doanh nghiệp và các tổ chức có văn phòng đăng ký tại EU có thể gửi khiếu nại của mình tới Thanh tra châu Âu. Thanh tra sau có thể thực thi giải quyết các khiếu nại bằng cách mở các cuộc điều tra đối với các tổ chức của EU không thực hiện đúng theo quy định của pháp luật, không tôn trọng các nguyên tắc quản lý, hoặc vi phạm các quyền cơ bản. Ngoài ra, SOLVIT, một mạng lưới giải quyết trực tuyến các vấn đề giữa các quốc gia thành viên EU, cũng hỗ trợ

trực tuyến cho người dân và doanh nghiệp đã gặp phải vấn đề về giao dịch trong phạm vi thị trường EU.

Thông tin chi tiết có thể tìm thấy tại:

<http://www.ombudsman.europa.eu/home/en/default.htm>

Thành lập văn phòng

Ý có một môi trường tốt để phát triển kinh doanh với cơ sở hạ tầng kinh doanh được tổ chức tốt, nền kinh tế ổn định và quan trọng nhất là có chính sách khuyến khích đầu tư nước ngoài rõ ràng. Việc thành lập công ty ở Ý không mất quá nhiều thời gian cũng như chi phí.

Một công dân nước ngoài muốn xin tạm trú hoặc thường trú tại Ý để kinh doanh hoặc quản lý một công ty sẽ được Lãnh sự quán Ý tại quốc gia của công dân đó cấp thị thực kinh doanh. Tất cả các cá nhân, doanh nghiệp muốn kinh doanh ở Ý phải đăng ký với Phòng Thương mại, Công nghiệp và Nông nghiệp địa phương. Đây là một văn phòng thuộc Chính phủ quản lý, hoạt động như một văn phòng chức năng của Bộ Kinh tế Phát triển. Để đăng ký với văn phòng này, đại diện thương mại cho một công ty nước ngoài phải có giấy uỷ quyền công chứng hợp lệ được thực hiện bởi một viên chức lãnh sự, ngoại giao Ý tại nước của công ty uỷ nhiệm.

Trước khi đăng ký thành lập một công ty, các sáng lập viên của công ty phải mở một tài khoản ngân hàng và ký quỹ ít nhất là 25% vốn đóng góp bằng tiền mặt và có được một giấy chứng nhận. Bước tiếp theo bao gồm xây dựng điều lệ hoạt động về việc thành lập trước khi công chứng viên công chứng. Ngoài ra những người sáng lập phải xây dựng hệ thống sổ sách kế toán của công ty. Theo Bộ luật dân sự, một công ty trách nhiệm hữu hạn phải có sổ biên bản của cuộc họp cổ đông và một cho các cuộc họp Hội đồng quản trị, và một cuốn sách nhỏ của Kiểm soát viên hội đồng quản trị theo luật định, tất cả đều phải được chứng thực. Một công ty chứng khoán phải có sổ nhật ký và sổ kiểm kê. Doanh nhân có thể mua những cuốn sách này thông qua một công chứng viên công cộng, hoặc từ các cửa hàng văn phòng phẩm. Ngoài ra, trước khi đăng ký, thành viên sáng lập của công ty phải trả một khoản tiền chi phí thư tín

cho chính phủ, do Văn phòng Doanh thu thu hàng năm.

Để đăng ký một công ty, các sáng lập viên phải nộp đơn điện tử cho cơ quan Đăng ký kinh doanh. Mẫu này bao gồm cả đơn xin cấp mã số thuế, mã số thuế giá trị gia tăng và đăng ký với Cục An ninh Xã hội và Văn phòng Bảo hiểm tai nạn. Sau khi biên nhận, công ty sẽ nhận được hồ sơ chấp thuận thành lập công ty trong một tuần. Sau khi đăng ký xong, công ty phải thông báo cho Văn phòng Lao động về việc tuyển dụng lao động nếu có. Thủ tục rất nhanh và có thể gửi thông báo bằng e-mail.

Thiết lập một công ty Ý từ nước ngoài

Trong thực tế, có nhiều doanh nhân nước ngoài chọn Ý để đầu tư do họ có nhiều sự lựa chọn ngành nghề và ở Ý có sự đối xử bình đẳng giữa các doanh nhân trong và ngoài nước. Việc thành lập một công ty Ý có thể được thực hiện từ nước ngoài, do các thủ tục thành lập công ty thông qua hệ thống điện tử, và rất dễ dàng. Pháp luật Ý không áp đặt bất kỳ hạn chế đối với việc hồi hương vốn, cũng không bắt buộc doanh nhân phải cư trú tại Ý.

Toàn bộ quá trình thành lập một công ty ở Ý khá đơn giản và mất rất ít thời gian. Ngoại trừ công đoạn đăng ký thành lập với cơ quan. Đăng ký kinh doanh là phải mất 5 ngày, việc ký quỹ tiền gửi ngân hàng tối thiểu, mua hồ sơ tài liệu cho công ty chỉ mất một ngày cho mỗi công đoạn. Thông thường, thời gian để hoàn thành công việc hành chính đăng ký thành lập một công ty Ý sẽ mất khoảng 10 ngày.

Nhượng quyền kinh doanh

Hình thức kinh doanh bằng cách nhượng quyền thương mại ở Liên minh châu Âu phát triển khá mạnh mẽ và có một hệ thống nhượng quyền thương mại rõ ràng. Tại châu Âu có một số luật chi phối hoạt động của các thương hiệu trong lãnh thổ EU, nhưng những luật lệ này tương đối rộng và thường không hạn chế các vị trí cạnh tranh của các doanh nghiệp nước ngoài. Tuy nhiên, khi tiến hành hoạt động kinh doanh này, các doanh nghiệp phải đặc biệt chú ý tới không chỉ các quy định của EU, mà còn các luật địa phương liên quan đến nhượng quyền kinh doanh.

Tiếp thị trực tiếp

Có hàng loạt các quy định pháp luật của EU liên quan đến lĩnh vực tiếp thị trực tiếp. Yêu cầu tuân thủ rất phức tạp đối với lĩnh vực tiếp thị và bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng tư nhân. Các doanh nghiệp cần đặc biệt coi trọng đến sự rõ ràng và đầy đủ của thông tin mà họ cung cấp cho người tiêu dùng trước khi mua và về các phương pháp thu thập, sử dụng dữ liệu cá nhân của khách hàng.

Cũng cần phải lưu ý rằng EU hiện đang xem xét chỉnh sửa các quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng (Kết hợp bốn Chỉ thị hiện hành thành một bộ luật duy nhất - Chỉ thị quyền của người tiêu dùng- đã được đệ trình và sẽ được xem xét trong năm 2011). Các công ty nên tham khảo thông tin trên các website của Cơ quan Thương vụ Việt Nam và các nước tại Liên minh châu Âu để được hướng dẫn cụ thể hơn.

Dữ liệu cá nhân của khách hàng

EU có luật lệ nghiêm ngặt về việc bảo vệ dữ liệu cá nhân của khách hàng, bao gồm cả việc sử dụng và chuyển dữ liệu đó trong các hoạt động tiếp thị trực tiếp.

Luật về bán hàng từ xa

Chỉ thị của EU về bán hàng từ xa cho người tiêu dùng (số 97/7/EC, và các bản sửa đổi) đề ra một số nghĩa vụ đối với công ty kinh doanh ở xa người tiêu dùng. Chỉ thị này có thể là một tập hợp những điều "nên làm" và "không nên làm" đầy khó khăn, nhưng nhiều khi chỉ cần tạo được mối quan hệ khách hàng tốt sẽ đạt được hiệu quả nhất định về mặt pháp lý. Các nhà tiếp thị trực tiếp phải cung cấp thông tin rõ ràng về chính mình cũng như các nhà cung cấp, chi tiết đầy đủ về giá bao gồm cả chi phí giao hàng, và hiệu lực về thời gian của bản chào giá trước khi hợp đồng được ký kết. Khách hàng thường có quyền trả lại hàng hoá trong vòng bảy ngày, và vẫn có quyền đòi bồi thường đối với hàng hóa bị lỗi sau đó.

Chỉ thị về bán hàng giao tại nhà, 85/577/EEC, được đề ra để bảo vệ người tiêu dùng khi việc bán hàng diễn ra bên ngoài của một cơ sở kinh doanh bình thường và đảm bảo sự công bằng trong quá trình thực hiện hợp đồng.

Trong năm 2011, EU xem xét lại toàn bộ luật bảo vệ người tiêu dùng và sáp nhập một số quy định hiện hành thành một quy tắc duy nhất – Chỉ thị quyền tiêu dùng. Các quy định của Chỉ thị này được áp dụng đối với các hợp đồng ký kết sau ngày 13/6/2014, và sẽ thay thế các quy định hiện hành của EU đối với hình thức bán hàng từ xa cho người tiêu dùng và bán hàng ngay cửa cùng với các điều khoản hợp đồng không công bằng về hàng tiêu dùng và các bảo đảm kèm theo.

Trong năm 2013, EU đã thông qua quy định về Hình thức Giải quyết tranh chấp thay thế, cung cấp cho người tiêu dùng quyền hạn để chuyển đến các đơn vị giải quyết tranh chấp thay thế đối với tất cả các loại giao dịch bao gồm tất cả các tranh chấp hợp đồng mua hàng online hoặc offline, trong nước hoặc bên kia biên giới. Quy chế giải quyết tranh chấp online được thiết lập trên toàn EU để giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng phát sinh trong các giao dịch trực tuyến và quy chế này sẽ đi vào hoạt động vào cuối năm 2015.

Thông tin chi tiết:

- Hội người tiêu dùng: http://ec.europa.eu/consumers/index_en.htm
- Quyền tiêu dùng:
http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/rights-contracts/directive/index_en.htm

Dịch vụ tài chính bán hàng từ xa

- **Bán hàng từ xa:**
http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/dist_sell/index_en.htm
- **Bán hàng tận nhà:**
 - + http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/door_sell/index_en.htm
 - + <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002L0065:EN:NOT>

- **Tiếp thị từ xa dịch vụ tài chính**

Chỉ thị 2002/65/EC của Nghị viện Châu Âu và của Hội đồng của ngày 23 tháng Chín năm 2002 liên quan đến việc tiếp thị từ xa của người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Chỉ thị được thiết kế để đảm bảo rằng người tiêu dùng được bảo vệ một cách thích hợp đối với các giao dịch tài chính đang diễn ra khi người tiêu dùng và nhà cung cấp không trực tiếp gặp mặt. Ngoài ra có các điều khoản cấm hoạt động tiếp thị có nội dung không phù hợp. Do tính chất đặc biệt của thị trường tài chính, chi tiết cụ thể cũng được đặt ra trong trường hợp hủy bỏ hợp đồng.

Thông tin chi tiết về tiếp thị từ xa dịch vụ tài chính có sẵn tại:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002L0065:EN:NOT>

- **Tiếp thị trực tiếp qua Internet**

Về khung pháp luật, EU đã ban hành chỉ thị số 199/93/EC về chữ ký điện tử và chỉ thị số 2000/31/EC về thương mại điện tử. Hai chỉ thị này đã điều chỉnh 6 nội dung chính liên quan đến việc ký kết và thực hiện hợp đồng điện tử tại EU bao gồm chữ ký điện tử, công nghệ của chữ ký điện tử, trách nhiệm của các bên liên quan và chữ ký điện tử có yếu tố nước ngoài. Bên cạnh đó, chỉ thị cũng có những biện pháp khuyến khích việc sử dụng hợp đồng điện tử và ký kết hợp đồng điện tử tại các nước thành viên. EU đã tiến hành một số hoạt động, sáng kiến, chương trình điển hình để ký kết hợp đồng điện tử trong các ngành hàng phù hợp như ngành dệt, sản xuất ô tô, sản xuất đồ đạc gia đình, sản xuất đồ văn phòng phẩm. EU đã triển khai các dự án chuyên sâu về ký kết hợp đồng điện tử, điển hình là dự án eCONTRACT do Ủy ban Châu Âu cấp vốn và thực hiện. Bên cạnh đó, EU cũng đã xây dựng được cơ sở pháp lý hạ tầng công nghệ để triển khai rộng rãi dịch vụ chứng thực điện tử.

Chỉ thị thương mại điện tử (2000/31/EC) đề ra một số yêu cầu cụ thể đối với các doanh nghiệp tiếp thị trực tiếp. Các hình thức khuyến mại không được lừa dối khách hàng và các điều khoản phải được đáp ứng đủ điều kiện cho khách hàng có thể dễ dàng truy cập và rõ ràng. Chỉ thị này quy định tiếp thị qua e-mail phải xác định cụ thể

người nhận và yêu cầu các công ty nhắm mục tiêu khách hàng trực tuyến thường xuyên phải tham khảo ý kiến khách hàng. Khi một đơn hàng được đặt, các nhà cung cấp dịch vụ phải nhận một cách nhanh chóng và bằng phương tiện điện tử. Các nhà cung cấp dịch vụ điện tử (chẳng hạn như phần mềm, EU sẽ xem xét đó là một dịch vụ và không phải là hàng hóa) cũng phải nộp thuế giá trị gia tăng.

Thông tin tại: http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/index_en.htm

Thương mại điện tử

➤ Truy cập Internet

Ý là nền kinh tế lớn thứ 3 và là nước đông dân thứ 3 ở EU. Ước tính năm 2017, Ý có 49,9 triệu dân trực tuyến từ 15 tuổi trở lên. Ước tính số lượng người dùng điện thoại thông minh ở Ý năm 2017 đạt 39,3 triệu, với tỷ lệ thâm nhập 65,8% (theo Báo cáo thị trường di động toàn cầu năm 2017 của Newzoo). Các công cụ tìm kiếm web phổ biến nhất ở Ý là Google.it, Bing và Yahoo, với Google chiếm lĩnh thị trường với thị phần gần 93,5%.

➤ Thị trường thương mại điện tử

Doanh thu thị trường thương mại điện tử của Ý tăng 17% trong năm 2017, đạt 23,6 tỷ EUR. Nhìn chung, thị trường thương mại điện tử của Ý đang tăng trưởng ổn định: số lượng người mua sắm điện tử đạt 22 triệu trong năm 2017, tăng 10% so với năm trước. Trong lịch sử, hầu hết doanh thu thương mại điện tử ở Ý được tạo ra từ các dịch vụ. Tuy nhiên, trong năm 2017 lần đầu tiên doanh số bán sản phẩm (12,2 tỷ euro, + 28%) đã vượt qua doanh số dịch vụ (+ 7%). Ngành công nghiệp thương mại điện tử được ước tính chiếm 5,7% tổng doanh thu ngành bán lẻ của Ý. Khi xếp hạng theo lượt khách truy cập mỗi tháng, Zalando là trang web thương mại điện tử B2C lớn nhất ở Ý, tiếp theo là Amazon, Euronics, IBS và BonPrix. Một trang web thương mại điện tử rất phổ biến khác là Yoox. Du lịch và vận tải là loại hình thương mại điện tử phổ biến nhất ở Ý, với doanh thu 9,2 tỷ EUR và tăng trưởng 7% trong năm 2017. Các lĩnh vực thương mại điện tử lớn khác bao gồm điện tử gia dụng (tăng 28%) và quần áo (tăng

28%). Các ngành mới đang nổi lên, bao gồm thực phẩm và hàng tạp hóa (tăng 43%) và đồ nội thất và sinh hoạt gia đình (tăng 31%). Năm 2017, 2/3 giao dịch mua sắm trực tuyến được hoàn thành bằng máy tính để bàn hoặc máy tính xách tay, trong khi 1/3 việc mua sắm được thực hiện thông qua thiết bị di động hoặc máy tính bảng; việc sử dụng điện thoại thông minh tăng từ 4% trong năm 2013 lên gần 25% trong năm 2017, tổng giá trị mua sắm hàng hóa thu về 5,8 tỷ Euro (tăng 65%). Tại Ý, ước tính có 65,3% cửa hàng trực tuyến bán hàng xuyên biên giới.

➤ Khách hàng và doanh thu thương mại điện tử

Trong số 22 triệu người mua sắm trực tuyến thì số người mua sắm thường xuyên (tức là những người mua sắm trực tuyến ít nhất một lần một tháng) ước tính đạt 16,2 triệu và chiếm 93% tổng nhu cầu, chi tiêu trung bình từ 1 EUR đến 357 EUR mỗi năm. Người mua sắm không thường xuyên chiếm 7% còn lại và ước tính chi tiêu trung bình 284 EUR mỗi năm. Mua sắm hàng hóa khoảng 150 triệu lượt mỗi năm, với giá trị trung bình 85 EUR. Mua sắm dịch vụ khoảng 50 triệu lượt mỗi năm, với giá trị trung bình trên 200 EUR. Người tiêu dùng điện tử Ý thường sống ở các thành phố. Người tiêu dùng điện tử chi tiêu nhiều hơn thường trong độ tuổi từ 35 đến 54, với tỉ lệ nam giới mua sắm thường nhiều hơn nữ giới. Lý do chính khiến người Ý mua hàng trực tuyến là tìm kiếm giá thấp hơn. Trong năm 2017, giá trị bán hàng trên trang web của Ý cho người tiêu dùng nước ngoài đạt giá trị 3,5 tỷ EUR và chiếm gần 15% tổng doanh thu mua sắm thương mại điện tử (với hàng hóa chiếm 67% giá trị). Khi nói đến sở thích, 47% người mua sắm trực tuyến ở Ý thích thanh toán bằng PayPal hoặc các dịch vụ tương tự. Các phương thức thanh toán trực tuyến phổ biến khác ở Ý là thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng (31%). Cùng với MasterCard và VISA, thẻ tín dụng Ý CartaSi là thẻ tín dụng được sử dụng thường xuyên nhất ở Ý để mua hàng trực tuyến. Thẻ tín dụng Ý - CartaSi chiếm 40% thị phần và hơn 7 triệu người Ý sở hữu một chiếc thẻ như vậy. Việc thanh toán tiền mặt khi nhận hàng cũng được sử dụng rộng rãi.

➤ Truyền thông xã hội

Hơn 34 triệu người Ý sử dụng phương tiện truyền thông xã hội, với số lượng người

dùng tăng lên 3 triệu trong năm 2017 (tăng 10% hàng năm). Trong số này, hơn 30 triệu đang hoạt động thông qua điện thoại thông minh. Facebook và YouTube dẫn đầu thị trường truyền thông xã hội, với 30 và 24 triệu người dùng hoạt động trên các nền tảng này. Instagram xếp thứ 3 với 16 triệu. Twitter (7 triệu), Google+ (6 triệu), Pinterest (4,7 triệu) và LinkedIn (4,5 triệu) cũng được sử dụng rộng rãi. Năm 2017, thị trường nền tảng tin nhắn bị chi phối bởi WhatsApp (22 triệu người dùng), tiếp theo là Facebook Messenger (15 triệu) và Skype (8 triệu).

Liên doanh/ Cấp giấy phép

Hoạt động kinh doanh có thể được thực hiện bằng tất cả các cách thông thường, từ cấp giấy phép cho tới mở các công ty con. Một công ty con thường được hình thành để tận dụng ưu đãi đầu tư của Ý và để giảm thuế. Mở chi nhánh đôi khi được lựa chọn vì đơn giản và chi phí đăng ký và duy trì hoạt động thấp hơn.

Các đối tượng kinh doanh - Hình thức doanh nghiệp

➤ **Società per Azioni (SpA)**

Là công ty mà cổ đông được giới hạn trách nhiệm bằng giá trị cổ phần nắm giữ. Đây là hình thức phổ biến của các doanh nghiệp lớn và thường được ưa thích bởi các nhà đầu tư nước ngoài.

➤ **Società a Responsabilità Limitata (Srl)**

Là công ty mà cổ đông được giới hạn trách nhiệm bằng giá trị cổ phần nắm giữ. Srl thường là hình thức của các doanh nghiệp nhỏ và các tổ chức kinh doanh có vốn hạn chế và được tổ chức bởi các thành viên có mối liên hệ gần gũi với nhau.

➤ **Società in Nome Collettivo (Snc):** Là công ty nói chung và không hạn chế trách nhiệm.

➤ **Società in Accomandita Semplice (Sas):**

Là công ty, trong đó trách nhiệm của một số các đối tác bị hạn chế bởi thỏa thuận với số tiền góp vốn của họ.

➤ **Società in Accomandita per Azioni (SApA):**

Là công ty kết hợp, với trách nhiệm của các đối tác nhất định là không có giới hạn.

➤ **Công ty châu Âu**

Là một công cụ pháp lý dựa trên luật Cộng đồng châu Âu mà cho phép các công ty quyền lựa chọn thành lập một Công ty châu Âu – tên gọi chính thức theo tiếng Latin là 'Societas Europae' (SE). Một SE có thể hoạt động trên cơ sở toàn cộng đồng châu Âu và được điều chỉnh bởi luật pháp của EU có hiệu lực trong tất cả các nước thành viên.

➤ **Liên Doanh**

Associazione In Partecipazione (Công ty liên doanh) không được quy định cụ thể, nhưng pháp luật Ý có quy định một số loại hợp đồng mà có thể được sử dụng cho việc thành lập liên doanh.

Liên doanh là thỏa thuận bằng hợp đồng của hai hoặc nhiều bên để cùng thực hiện hoạt động kinh tế, mà hoạt động này được đồng kiểm soát bởi các bên góp vốn liên doanh. Người hoạt động quản lý kinh doanh và tự chịu trách nhiệm về các nghĩa vụ mà họ đảm đương cho bên thứ ba. Người góp vốn có trách nhiệm đối với bất kỳ tổn thất theo tỷ lệ chia sẻ lợi nhuận. Tuy nhiên, giá trị này chỉ giới hạn trong giá trị góp vốn đầu tư ban đầu.

Các liên doanh có thể là các giao dịch có thời hạn xác định hay còn gọi là liên doanh bằng hợp đồng hoặc hợp tác lâu dài giữa các nhóm riêng biệt thông qua một công ty cổ phần (liên doanh công ty). Hình thức liên doanh công ty hiện rất phổ biến ở Ý.

Cấp phép bản quyền

Ý cho phép các tổ chức nước ngoài thu lợi nhuận từ việc cấp phép chuyển giao công thức, quy trình công nghệ, hoặc bằng sáng chế mà không cần phải đầu tư vốn đáng kể.

Chính phủ Ý không giới hạn kiểm soát hối đoái đối với việc chuyển tiền bản quyền tác giả ra nước ngoài.

Bảo vệ việc sử dụng và quyền sở hữu công nghệ được chuyển giao phải được bao gồm trong các điều khoản của thỏa thuận cấp phép sử dụng bản quyền.

Bán hàng cho chính phủ

Thị trường mua sắm công EU, bao gồm cả các tổ chức EU và các nước thành viên, ước tính khoảng 1.600 tỷ EUR. Thị trường này được quy định bởi ba chỉ thị:

- Chỉ thị 2004/18 về điều phối các thủ tục xét thầu công trình công cộng, dịch vụ và Hợp đồng cung cấp.
- Chỉ thị 2004/17 về điều phối các thủ tục điều hành trong lĩnh vực tiện ích, trong đó bao gồm các lĩnh vực sau: nước, năng lượng, vận tải và các dịch vụ bưu chính.
- Chỉ thị 2009/81 về điều phối các thủ tục xét thầu một số công trình, hợp đồng cung cấp và dịch vụ bởi các nhà chức trách ký hợp đồng trong các lĩnh vực quốc phòng, an ninh (được thực hiện theo luật quốc gia của các thành viên EU từ tháng 8 năm 2011)

Các chỉ thị cũng bao gồm phương tiện pháp lý cho những công ty bị phân biệt đối xử trong việc bán hàng cho khu vực công. Các chỉ thị này cũng được thực thi trong luật đấu thầu quốc gia của 27 nước thành viên EU.

Mua sắm công tại Ý

Hệ thống mua sắm công của Ý bị ràng buộc bởi hai văn bản: Hiệp định WTO về Mua sắm Chính phủ (GPA) và các chỉ thị mua sắm công của EU. Bằng việc đưa ra một loạt các nghị định pháp luật kể từ khi GPA trở thành một phần của pháp luật EU vào tháng Giêng năm 1996, nói chung luật mua sắm công của Ý đã tuân thủ các nghĩa vụ quốc tế trên. Ý có hơn 22.000 hợp đồng mua sắm công từ trung ương đến địa phương phải tuân thủ Chỉ thị EU về mua sắm công.

Các bộ của chính phủ Ý là các cơ quan trung ương ký hợp đồng chính. Ở cấp địa phương, cơ quan ký hợp đồng chủ yếu bao gồm:

- Các vùng, các tỉnh, thành phố
- Các sở ngành được kiểm soát bởi chính quyền đô thị,
- Các cơ quan y tế địa phương.

Chính phủ Ý không thường mua hàng hoá, dịch vụ của nước ngoài, trừ khi họ không thể mua được tại địa phương thông qua các nguồn trong nước, trong đó sẽ bao gồm các công ty con, chi nhánh và đại lý của các công ty nước ngoài. Để có thể xâm nhập được vào thị trường mua sắm của chính phủ Ý, các công ty nước ngoài nên thông qua các đại diện thương mại hay đại lý/nhà phân phối thay vì cố gắng làm việc trực tiếp với các cơ quan chính phủ Ý.

Kênh phân phối và bán hàng

Tại Ý, cũng tương tự như các quốc gia châu Âu khác, có hệ thống phân phối cả bán lẻ và bán buôn. Tại đây cũng có các trung tâm bán hàng nhỏ, các cửa hàng gia đình. Tuy nhiên, kênh phân phối chính là các đại siêu thị, và các trung tâm thương mại lớn.

➤ Các loại hình đại lý

- Cửa hàng bách hóa: Bán quần áo, mỹ phẩm, đồ trang sức, thực phẩm, gồm cửa hàng [La Rinascente](#), [Coin](#) ở Rome, Milan, Naples
- Siêu thị và đại siêu thị: [Pam](#), [Conad](#), [Panorama](#), [Auchan](#) ở Rome, Milan, Turin
- Cửa hàng giảm giá: Bán thực phẩm và đồ uống, gồm [Dico](#), [Lidl](#) ở Rome, Milan
- Các trung tâm về nhà ở: Bán đồ nội thất và trang trí, gồm [Ikea](#), [Ovvio](#) ở Rome, Milan
- Hợp tác xã: Bán 80% thực phẩm và 20% sản phẩm và quần áo hàng ngày, gồm [Coop](#) trên toàn nước Ý

➤ Sự phát triển của ngành bán lẻ

• Tăng trưởng và Quy định

Theo Euromonitor, năm 2016 doanh số bán hàng của các nhà bán lẻ tạp hóa là 128,8 tỷ euro. Năm 2016, tất cả các công ty lớn tập trung vào việc đổi mới các đại siêu thị của họ và khai thác không gian cửa hàng nhằm nâng cao trải nghiệm mua sắm của người tiêu dùng để tăng doanh số bán hàng. Các công ty lớn như Carrefour và Pam, từng hoạt động trong các đại siêu thị và siêu thị, đã quyết thực hiện việc mở rộng cửa hàng thông qua các quảng cáo nhỏ hơn với tên là Carrefour Express và Pam Local, thường đặt ở các địa điểm chính của trung tâm thành phố. Các cửa hàng tạp hóa bán lẻ truyền thống ở Ý tiếp tục chiếm thị phần lớn nhất trong các cửa hàng. Trong khi cửa hàng tạp hóa hiện đại có khoảng 30.000 cửa hàng trong năm 2016, thì có hơn 224.000 cửa hàng tạp hóa truyền thống. Năm 2016, số lượng các nhà cửa hàng độc lập tiếp tục giảm mặc dù người tiêu dùng Ý vẫn đánh giá cao các cửa hàng thực phẩm truyền thống. Việc gia tăng mua các sản phẩm hữu cơ được thúc đẩy bởi các mối quan tâm về sức khỏe thể chất và tinh thần là phương tiện cho sự phát triển của Natura Sì, với số lượng cửa hàng tăng từ 163 lên 222 vào năm 2016.

• Thị phần

Thị trường phân phối và bán lẻ thực phẩm của Ý có tính cạnh tranh cao. Những nhà bán lẻ hàng đầu trên thị trường này là Coop Italia (9,7% thị phần), Conad (9,5% thị phần), Selex (6,9% thị phần), Esselunga (5,1% thị phần), Gruppo Auchan (4,4% thị phần), Carrefour (3,4% thị phần), Eurospin (3,4% thị phần), Despar, Sigma và Gruppo Pam. Mặc dù luôn có sự hiện diện của các cửa hàng truyền thống, cũng như sự cạnh tranh gia tăng từ các nhà bán lẻ trong nước và quốc tế, nhưng các nhà bán lẻ này lại chiếm vị trí thống lĩnh trên thị trường. 4 trong số những nhà bán lẻ hàng đầu là Coop Italia, Interdis, SPAR và Conad tồn tại như một nhóm các nhà khai thác nhỏ hơn và đạt được thành công nhờ có hiểu biết chi tiết về các yêu cầu của địa phương và sở thích của người mua sắm. Các nhà bán lẻ tạp hóa lớn khác tính theo doanh số bán hàng bao gồm Esselunga và Gruppo Pam. Các nhà đầu tư nước ngoài chính là các nhà

bán lẻ lớn của Pháp - Carrefour và Auchan.

- **Tổ chức ngành bán lẻ**

- + [CONFIDA](#)

- + [Federi](#)

- + [Lega Coop](#)

Xúc tiến thương mại và quảng cáo

➤ Luật lệ chung

Luật về cấm quảng cáo gây hiểu nhầm được quy định rất khác nhau giữa các quốc gia thành viên EU. Để khắc phục tình trạng này, Ủy ban châu Âu đã thông qua một chỉ thị, có hiệu lực từ tháng 10 năm 1986, thiết lập các tiêu chuẩn tối thiểu và khách quan về mức độ trung thực trong quảng cáo.

Chỉ thị đã được sửa đổi vào tháng 10 năm 1997 để thêm các quy định điều chỉnh các hành vi quảng cáo mang tính chất so sánh. Theo Chỉ thị này, quảng cáo gây hiểu lầm được định nghĩa là bất kỳ hành vi quảng cáo "bằng bất kỳ hình thức nào mà lừa dối hoặc có khả năng lừa dối đối tượng quảng cáo muốn nhắm tới. Sự lừa dối này có khả năng ảnh hưởng đến hành vi thương mại của khách hàng hoặc làm tổn thương đối thủ cạnh tranh. Các quốc gia thành viên EU có quyền bảo vệ nhiều hơn bằng luật quốc gia của mình.

Quảng cáo so sánh được định nghĩa là "hình thức quảng cáo mà rõ ràng hay ngụ ý nói đến một đối thủ cạnh tranh hoặc hàng hóa, dịch vụ của đối thủ cạnh tranh." Các nước thành viên có thể, và trong một số trường hợp đã, hạn chế quảng cáo gây hiểu lầm hoặc so sánh.

Chỉ thị của EU về Dịch vụ truyền thông nghe nhìn cho phép các hoạt động phát thanh truyền hình trong EU. Chỉ thị quy định về thời lượng quảng cáo tối đa đối với các loại quảng cáo trên các chương trình truyền hình, đặc biệt là các chương trình dành cho trẻ

em.

Được thông qua năm 1999, Chỉ thị 1999/44/EC về việc mua bán hàng tiêu dùng và các đảm bảo có liên quan, đặc tính sản phẩm, khi được quy định trong quảng cáo, hiện được coi là nghĩa vụ pháp lý bắt buộc đối với người bán.

EU đã thông qua Chỉ thị 2005/29/EC về hành vi thương mại không lành mạnh của thương nhân đối với người tiêu dùng tại thị trường nội địa. Chỉ thị này được đề ra với nỗ lực thắt chặt các quy tắc bảo vệ người tiêu dùng.

Những quy tắc này đưa một số hành vi quảng cáo bán hàng mang tính lừa đảo ra trước pháp luật, bao gồm:

- + Bán hàng đa cấp
- + "Bán thanh lý" khi cửa hàng không đóng cửa
- + Hình thức bán hàng giảm giá ảo.

Ngoài ra, cũng có một số quy tắc liên quan đến quảng cáo đối với trẻ em. Để biết thêm thông tin, xin truy cập trang web:

- + http://ec.europa.eu/comm/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/index_en.htm
- + http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index_en.htm

➤ **Được phẩm**

Việc quảng cáo dược phẩm dùng cho người được quy định bởi Chỉ thị 2001/83/EC và được sửa đổi bằng Chỉ thị 2004/27/EC. Nói chung, quảng cáo dược phẩm bị cấm nếu chưa được cơ quan quản lý thị trường cấp phép hoặc nếu sản phẩm đó là loại thuốc chỉ được bán theo toa chỉ định của bác sĩ. Các hướng dẫn sử dụng để tự điều trị cũng không được phép. Pháp luật cũng không cho phép phân phối thuốc mẫu miễn phí cho công chúng. Nội dung quảng cáo phải tương thích với các đặc điểm ghi trên nhãn sản phẩm, và phải có khuyến cáo liều dùng thích hợp. EU cấm các hãng thuốc sử dụng

hình thức khuyến khích kê đơn hưởng hoa hồng và hạn chế việc cung cấp các mẫu thuốc miễn phí.

Năm 2008, EU đã đề ra một quy định mới về cung cấp thông tin đối với các loại thuốc cho bệnh nhân. Quy định này, vẫn còn nhiều tranh cãi, sẽ cho phép ngành công nghiệp dược cung cấp thông tin (không mang hình thức quảng cáo) về các sản phẩm thuốc của họ nhưng vẫn tuân thủ nghiêm ngặt các quy định và phải tuân thủ hệ thống kiểm soát và đảm bảo chất lượng hiệu quả.

Thông tin chi tiết tại:

http://ec.europa.eu/health/human-use/information-to-patient/index_en.htm

➤ **Yêu cầu dinh dưỡng và sức khỏe**

Ngày 01 tháng 7 năm 2007, quy định về yêu cầu dinh dưỡng và sức khỏe 1924/2006 đã có hiệu lực trên toàn EU. Theo đó, quy định đưa ra các yêu cầu khi sử dụng các cụm từ về dinh dưỡng như "ít chất béo" hay "giàu vitamin C" và về sức khỏe như "giúp giảm cholesterol". Quy định này áp dụng cho mọi sản phẩm thực phẩm hoặc đồ uống được sản xuất dành cho con người mà quảng bá hoặc lưu hành trên thị trường EU.

Chỉ có loại thực phẩm phù hợp với thành phần dinh dưỡng nhất định (đường, muối và/hoặc chất béo) mới được phép lưu hành. Các yêu cầu dinh dưỡng được lập trên thực phẩm sẽ chỉ được phép nếu chúng được liệt kê trong các danh sách không bị cấm của EU.

Sản phẩm thực phẩm thực hiện theo yêu cầu dinh dưỡng và sức khỏe phải tuân thủ các điều khoản của Chỉ thị ghi nhãn dinh dưỡng 90/496/EC và phiên bản sửa đổi có hiệu lực từ năm 2011.

Tài liệu hướng dẫn các công ty áp dụng những yêu cầu về sức khỏe có thể được tìm thấy tại địa chỉ:

http://www.efsa.europa.eu/EFSA/ScientificPanels/NDA/efsa_locale-1178620753812_1178684448831.htm

➤ Thực phẩm bổ sung

Quy định 1925/2006, áp dụng từ 01 tháng 7 năm 2007, về việc bổ sung các vitamin và khoáng chất vào thực phẩm. Quy định này đưa ra danh sách các vitamin và khoáng chất có thể được thêm vào thức ăn. Danh sách này được sửa đổi thường xuyên và lần cập nhật gần đây nhất là tháng 10 năm 2009. Danh sách các chất ngoài vitamin và khoáng chất chưa có trong quy định này. Tuy nhiên, luật của các nước thành viên EU sẽ quy định việc sử dụng các chất này.

Thông tin chi tiết tại:

http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/supplements/index_en.htm

➤ Thuốc lá

Chỉ thị EU về Quảng cáo thuốc lá cấm quảng cáo thuốc lá trên các ấn bản truyền thông, phát thanh, và internet cũng như tài trợ cho các sự kiện xuyên biên giới hoặc các hoạt động khác. Tuy nhiên, EU cho phép quảng cáo tại rạp chiếu phim và trên bảng, biển hoặc tại chỗ bán hàng, mặc dù chúng đã bị cấm ở nhiều quốc gia thành viên. Quảng cáo thuốc lá trên truyền hình đã bị cấm ở EU kể từ đầu những năm 1990. EU có kế hoạch sửa đổi Chỉ thị sản phẩm thuốc lá vào năm 2012 với những thay đổi có thể bao gồm như cảnh báo sức khỏe hình ảnh lớn hơn và cả trên hai mặt của bao thuốc.

Thông tin chi tiết tại:

http://ec.europa.eu/health/tobacco/law/advertising/index_en.htm

Báo giá và thời hạn thanh toán

Nhà nhập khẩu thường thích báo giá trên cơ sở giá CIF hoặc CIP. Tuy nhiên, các công ty và các cửa hàng lớn của Ý có thể thích mua theo các điều khoản khác hơn khi họ thu xếp được việc vận chuyển và bảo hiểm hàng hoá. Báo giá và hóa đơn thường sử dụng đồng tiền đã được thỏa thuận.

Báo giá của các doanh nghiệp Việt Nam, thường bằng USD hoặc Euro, giá FOB, hoàn

toàn được người mua hàng Ý chấp nhận.

Người mua hàng Ý có thể yêu cầu báo giá hoặc vận chuyển hàng hóa theo các điều khoản thương mại quốc tế INCOTERMS khác. Đây là một bộ quy tắc quốc tế xác định các điều khoản và thực hành thương mại quan trọng. Bằng việc tham chiếu INCOTERMS trong hợp đồng hoặc hóa đơn, cả người mua và người bán sẽ có một sự hiểu biết thống nhất trách nhiệm của mình trong một thỏa thuận.

Các nhà xuất khẩu cũng có thể có được thông tin từ website của Phòng Thương mại quốc tế: <http://www.iccwbo.org/incoterms/id3045/index.html>

Hàng hóa có thể được kiểm tra bởi các nhà nhập khẩu Ý cho mục đích kiểm kê trước khi thông quan. Hàng hoá không thể được thông quan nếu không có chứng từ giao hàng và chưa thanh toán thuế hải quan, thuế giá trị gia tăng và thuế tiêu thụ đặc biệt. Người nhập khẩu phải thực hiện các thủ tục này tại thời điểm thông quan. Giấy phép nhập khẩu, nếu cần thiết, nên được trình bởi nhà nhập.

Dịch vụ bán hàng và hỗ trợ khách hàng

Ý thức về sự khác nhau giữa các nước thành viên trong việc ghi nhãn sản phẩm, sử dụng ngôn ngữ, bảo đảm pháp lý, và trách nhiệm, các tổ chức EU đã đưa ra một số sáng kiến nhằm hài hoà luật pháp quốc gia. Các nhà cung cấp trong và ngoài EU cần phải hiểu pháp luật hiện hành ảnh hưởng đến doanh số bán hàng, dịch vụ và hỗ trợ khách hàng.

➤ Trách nhiệm sản phẩm

Theo Chỉ thị 1985 về trách nhiệm của các sản phẩm bị lỗi, sửa đổi vào năm 1999, nhà sản xuất chịu trách nhiệm về thiệt hại do khiếm khuyết trong sản phẩm của mình. Các nạn nhân phải chứng minh sự tồn tại của lỗi sản phẩm và những hậu quả của nó. Trách nhiệm của nhà sản xuất được giảm trong các trường hợp một phần do sự sơ suất của khách hàng.

Thông tin chi tiết tại:

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/product-liability/>

➤ An toàn sản phẩm

Chỉ thị An toàn Chung về Sản phẩm - General Product Safety Directive, GPSD (2001/95/EC) qui định tất cả các sản phẩm được đề cập trong Chỉ thị (trong đó có rau quả chế biến và bảo quản) chỉ được tiêu thụ trên thị trường EU (trong đó có Ý) nếu sản phẩm đó an toàn cho người tiêu dùng.

Ý thực thi các nội dung của Chỉ thị này bằng việc ban hành văn bản pháp luật liên quan (Nghị định số 172 ngày 21/5/2004).

Thông tin chi tiết tại:

http://ec.europa.eu/consumers/safety/prod_legis/index_en.htm

Bảo hành và dịch vụ hậu mãi

Theo Chỉ thị 1999 về Bán Hàng tiêu dùng và bảo hành, người bán hàng chuyên nghiệp được yêu cầu phải bảo hành tối thiểu 2 năm cho tất cả các mặt hàng tiêu dùng được bán cho người tiêu dùng (người mua hàng không với mục đích thương mại, kinh doanh hoặc phục vụ nghề nghiệp), như đã được định rõ trong Chỉ thị. Các biện pháp khắc phục cho người tiêu dùng trong trường hợp không bằng lòng gồm:

- Sửa chữa;
- Thay thế;
- Giảm giá; hoặc
- Hủy bỏ hợp đồng bán hàng.

Thông tin chi tiết tại:

http://ec.europa.eu/comm/consumers/cons_int/safe_shop/guarantees/index_en.htm

Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ

Là thành viên sáng lập của Liên minh Châu Âu, Ý đi đầu trong lĩnh vực phát triển IPR của châu Âu và có một nguồn lực sở hữu trí tuệ thực tiễn hiện đại nhất và cập nhật nhất trên thế giới.

Nhà đầu tư nước ngoài vào thị trường Ý có thể áp dụng cùng một luật bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ (IPR) trao cho các công ty Ý. Những quyền này mở rộng cho tất cả các lĩnh vực chính - bằng sáng chế, nhãn hiệu, bản quyền, và thiết kế mà các công ty vẫn sử dụng ở nước họ. Ý tôn trọng tất cả các thỏa thuận quốc tế về IPR.

Những đổi mới gần đây được quan tâm bao gồm việc giới thiệu các biện pháp mới để chống lại sao chép bản quyền, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ có liên quan đến Internet, hợp nhất và đơn giản bằng sáng chế và nhãn hiệu thương mại quy định, và có thể nộp đơn xin bồi hoàn trực tuyến.

➤ Luật bằng sáng chế

Theo quy định của Ý, một người có thể có bằng sáng chế độc quyền cho các sản phẩm hay các quy trình mới trong bất kỳ lĩnh vực công nghệ nào. Tuy nhiên, một người có thể không có bằng sáng chế cho phương pháp trị liệu cho con người hoặc động vật, giống cây trồng, hoặc các phương pháp sinh học chủ yếu cho sản xuất giống cây trồng hoặc chăn nuôi gia súc.

Để được cấp bằng sáng chế cần phải có:

- Một ứng dụng công nghiệp: trong một hoặc nhiều lĩnh vực
- Tính mới lạ: các bên nộp hồ sơ không tiết lộ bất kỳ thông tin nào trước khi nộp hồ sơ xin cấp bằng sáng chế về các ứng dụng.
- Tính phát minh: các sáng chế phải đại diện cho một công nghệ tiên tiến mà có thể chưa có một chuyên gia trong lĩnh vực của ngành công nghiệp đó liên quan.

➤ Luật thương hiệu

Hệ thống thương hiệu của Ý cấp cho các chủ sở hữu thương hiệu độc quyền, quyền sử

dụng mới, hợp pháp và có khả năng phân biệt bằng dấu hiệu đồ họa riêng. Điều này bao gồm quyền yêu cầu tịch thu bất kỳ hàng hóa nào vi phạm, như trong Hiệp định TRIPS

Theo luật pháp Ý, dấu hiệu ba chiều, âm thanh thể hiện, sự kết hợp của màu sắc và màu sắc ban đầu cũng là dấu hiệu để thực thi hiệu lực.

Một thương hiệu sẽ được bảo vệ khi đệ trình với Cơ quan quản lý sáng kiến và thương hiệu của Ý. Việc bảo vệ cũng được áp dụng cho các hàng hoá không đăng ký nhãn hiệu hàng hoá, theo Hiệp ước Paris về cạnh tranh không công bằng.

Đăng ký tên thương hiệu cho một sản phẩm có hiệu lực trong vòng mười năm kể từ ngày nộp đơn, có thể gia hạn thêm mười năm. Có thể chuyển nhượng hoặc cấp phép thương hiệu cho tất cả hay một phần của hàng hóa và / hoặc các dịch vụ liên quan đến nó.

➤ **Bảo vệ thiết kế:**

Bảo vệ thiết kế sẽ có đủ điều kiện khi:

- + Tính mới lạ: chưa có thiết kế đưa ra công chúng trước khi nộp đơn
- + Đặc tính riêng: khác với bất kỳ thiết kế nào đã được công bố công khai

➤ **Luật bản quyền**

Luật quyền tác giả của Ý dựa trên các nguyên tắc của Công ước Berne cho việc bảo vệ các tác phẩm văn học và nghệ thuật. Tác phẩm của tác giả được bảo vệ theo luật bản quyền từ lúc nó được tạo ra.

Các tác phẩm được bảo vệ quyền tác giả của tác phẩm văn học bao gồm các tác phẩm, hình ảnh, tác phẩm âm nhạc, bản ghi âm, phần mềm, cơ sở dữ liệu, công trình kiến trúc, và bản vẽ. Thời gian bảo vệ kéo dài suốt đời cho các tác giả cộng với thêm bảy mươi năm sau khi tác giả qua đời.

Nguồn thông tin hữu ích

Để kết hợp luật của các quốc gia thành viên liên quan đến những bên đại diện thương mại độc lập, Hội đồng châu Âu đã ban hành chỉ thị số 86/653/EEC ngày 18/12/1986 về những bên đại diện thương mại:

[http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31986L0653:EN:HTML)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31986L0653:EN:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31986L0653:EN:HTML)

- Quy định về thanh toán trễ hạn:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/documents/late-payments/index_en.htm

- Thanh tra châu Âu:

<http://www.ombudsman.europa.eu/home/en/default.htm>

- Chỉ thị số 95/46/EC của Nghị viện châu Âu về bảo vệ dữ liệu cá nhân:

http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/index_en.htm

- Thông tin về hợp đồng chuyển giao dữ liệu ngoài EU

http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/modelcontracts/index_en.htm

- Bảo vệ dữ liệu EU:

http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/index_en.htm

- Quy định bán hàng từ xa:

http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/dist_sell/index_en.htm

- Tiếp thị từ xa dịch vụ tài chính

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002L0065:EN:NOT>

- Chỉ thị về thương mại điện tử (2000/31/EC):

http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/index_en.htm

- Thuế VAT đối với dịch vụ điện tử:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/vat/how_vat_works/e-services/index_en.htm

- Chỉ thị 2005/29/EC về hành vi thương mại không lành mạnh:

http://ec.europa.eu/comm/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bU.S._pract/index_en.htm

- Quy định (EC) 1924/2006 các yêu cầu sức khỏe trên thực phẩm bị cấm

- Chỉ thị 90/496/EEC về ghi nhãn dinh dưỡng ([Nutritional Labeling Directive 90/496/EC](#)). Quy định về trách nhiệm sản phẩm:

http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/l32012_en.htm

- Quy định về an toàn sản phẩm:

http://ec.europa.eu/consumers/safety/prod_legis/index_en.htm

- Bảo hành và dịch vụ hậu mãi:

http://ec.europa.eu/comm/consumers/cons_int/safe_shop/guarantees/index_en.htm

- Bản quyền:

http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/documents/documents_en.htm

- Chỉ thị của EU 2001/29/EC về hài hoà một số khía cạnh bản quyền và các quyền liên quan trong xã hội thông tin:

http://eurlex.europa.eu/pri/en/oj/dat/2001/l_167/l_16720010622en00100019.pdf

- Sở hữu công nghiệp:

http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/index_en.htm

- Văn phòng Sáng chế châu Âu (EPO): <http://www.european-patent-office.org>

- Văn phòng Hải hòa thị trường nội địa (OHIM): <http://oami.europa.eu/>
- Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO): <http://www.wipo.int/madrid/en>
- Chỉ thị về Hải hòa Luật Thương hiệu:
http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/tm/index_en.htm

Chương 4: Quan hệ song phương giữa Việt Nam và Ý

Quan hệ chính trị Việt Nam – Ý

Việt Nam và Ý chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 23/3/1973. Quan hệ chính trị giữa hai nước từ đầu những năm 90 được củng cố và phát triển. Ý là nước Tây Âu đầu tiên tích cực ủng hộ việc tăng cường hợp tác giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu, trên các diễn đàn quốc tế lớn cũng như việc bình thường hoá quan hệ giữa Việt Nam và các tổ chức tài chính, thương mại, tiền tệ quốc tế đầu những năm 90. Trong các cuộc tiếp xúc, Lãnh đạo cấp cao Ý khẳng định quyết tâm thúc đẩy quan hệ hợp tác nhiều mặt với Việt Nam, coi Việt Nam là nước ưu tiên phát triển quan hệ ở khu vực Đông Nam Á.

Ngày 21/01/2013, Việt Nam và Ý đã ký Tuyên bố chung về thiết lập quan hệ Đối tác chiến lược nhân chuyến thăm Ý cấp Nhà nước của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng. Hai bên đã xây dựng được nhiều cơ chế phối hợp như Đối thoại chiến lược cấp Thứ trưởng Ngoại giao, Đối thoại chính sách quốc phòng cấp Thứ trưởng Quốc phòng, Ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế.

Hai bên duy trì thường xuyên các chuyến thăm cấp cao, những năm gần đây có:

➤ Các đoàn Việt Nam thăm Ý:

- Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng (01/2013)
- Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải (9/2013)
- Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Sinh Hùng (3/2014)
- Bộ trưởng Công an Trần Đại Quang (7/2014)
- Chủ tịch UBTWMTTQ Việt Nam Nguyễn Thiện Nhân (7/2015)
- Phó Chủ tịch Quốc hội Tòng Thị Phóng (5/2016)
- Chủ tịch nước Trần Đại Quang (11/2016).

➤ **Các đoàn Ý thăm Việt Nam:**

- Bộ trưởng Quốc phòng Giampaolo di Paola (01/2013)
- Phó Chủ tịch Hạ viện Marina Sereni (01/2014)
- Thủ tướng Matteo Renzi (6/2014)
- Cựu Thủ tướng Enrico Letta (1/2015)
- Tổng thống Sergio Mattarella (11/2015)
- Bộ trưởng Bộ Hạ tầng và Giao thông Graziano Delrio (9/2016)
- Bộ trưởng Bộ Tư pháp Andrea Orlando (10/2016).

➤ **Các cuộc tiếp xúc bên lề các hội nghị đa phương:**

- Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng dự ASEM10 tại Milan và hội đàm với Thủ tướng Matteo Renzi bên lề Hội nghị (10/2014)
- Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc gặp Thủ tướng Matteo Renzi bên lề HN G7 mở rộng (5/2016)
- Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Phạm Bình Minh gặp Bộ trưởng Ngoại giao Paolo Gentiloni bên lề ASEM11 (7/2016)
- Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Phạm Bình Minh gặp Chủ nhiệm UBĐN Hạ viện Ý và Chủ nhiệm UBĐN Thượng viện Ý bên lề Đại hội đồng Liên hợp quốc (New York, 9/2016).

Hai bên phối hợp chặt chẽ trên các diễn đàn quốc tế và đa phương như Liên hợp quốc, ASEM, ASEAN – EU, IPU...

Lễ kỷ niệm 45 năm quan hệ ngoại giao Việt Nam - Ý (23/03/1973-23/03/2018) đã được tổ chức tại thủ đô Roma, Ý vào ngày 30/3/2018.

➤ **Ủy ban Hỗn hợp về Hợp tác Kinh tế Việt Nam - Ý**

Việt Nam và Ý đã thành lập Ủy ban Hỗn hợp về Hợp tác Kinh tế vào năm 2014 do Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ Phát triển Kinh tế Ý chủ trì. Khóa họp lần thứ 1 đã diễn ra tại Hà Nội vào ngày 25/11/2014; Khóa họp lần II được tổ chức tại Ý vào ngày 16/10/2015; Khóa họp lần III cũng diễn ra tại Ý vào ngày 22/11/2016 trong khuôn khổ chuyến thăm của Chủ tịch nước Trần Đại Quang sang thăm Ý.

Hai bên đã thỏa thuận và thống nhất hợp tác trong nhiều lĩnh vực kinh tế, thương mại, đặc biệt tập trung thúc đẩy quan hệ hợp tác địa phương giữa các vùng, tỉnh của Việt Nam và Ý như hợp tác giữa vùng Lazio và thành phố Hà Nội, hợp tác giữa vùng Veneto và tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu, hợp tác giữa tỉnh Massa-Carrara và tỉnh Yên Bái...

➤ Về hợp tác phát triển

Ý bắt đầu cung cấp ODA cho Việt Nam vào những năm 1980 trong các lĩnh vực hợp tác ưu tiên giữa Ý và Việt Nam gồm: cấp thoát nước, bảo vệ môi trường, phát triển nguồn nhân lực, y tế, hỗ trợ thể chế...

Ủy ban Hỗn hợp về Hợp tác Phát triển Việt Nam – Ý khởi động lại hợp tác tại Roma tháng 12/2009 đã thông qua một số dự án trong các lĩnh vực ưu tiên (y tế, bảo vệ môi trường và hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ).

Tháng 3/2014, Ý thông báo dừng cam kết viện trợ phát triển cho Việt Nam cho từng giai đoạn như trước đây và chuyển sang chương trình hỗ trợ theo dự án, tùy thời điểm và điều kiện tài chính, cho các lĩnh vực: đào tạo nghề và phát triển nguồn nhân lực, bảo vệ môi trường và quản lý nguồn nước, hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, y tế. Một số dự án đã được Ý cam kết tài trợ gồm: Dự án nâng cao năng lực sản xuất và cạnh tranh của doanh nghiệp của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh Đồng Nai và Bình Dương, dự án “Hỗ trợ tạo việc làm và hòa nhập xã hội tại các trường dạy nghề Việt Nam”...

➤ Hợp tác địa phương

Bộ Ngoại giao đã chủ trì và phối hợp tổ chức các buổi tọa đàm, hội nghị kết nối các địa phương Việt Nam với cơ quan đại diện của Ý và Hiệp hội doanh nghiệp Ý, cụ thể:

- Thúc đẩy và thu xếp Đại sứ và Tổng Lãnh sự Ý tại Thành phố Hồ Chí Minh tham dự các hoạt động do phía Việt Nam tổ chức như: Đoàn nguyên Chủ tịch nước Trương Tấn Sang đi quây góp xây dựng 07 cây cầu tại Long An, Tọa đàm “Nâng cao vai trò Lãnh đạo nữ trong thời kỳ hội nhập quốc tế sâu rộng của các địa phương”, Tọa đàm xúc tiến đầu tư nước ngoài của tỉnh Ninh Thuận (28/9-01/10/2016) trong khuôn khổ Lễ hội Nho và Vang Ninh Thuận 2016, Tọa đàm Xúc tiến đầu tư tỉnh Thừa Thiên Huế (7/2016).
- Tăng cường quan hệ cấp địa phương Việt Nam và Ý thông qua việc hỗ trợ tổ chức các chuyến thăm và làm việc của Đại sứ, Tổng Lãnh sự Ý với lãnh đạo các địa phương Việt Nam (các tỉnh Phú Thọ, Vĩnh Phúc, Ninh Thuận và Bắc Ninh) và Đoàn chuyên gia vùng Tuscany về nho và rượu vang đến tìm hiểu hỗ trợ phát triển ngành trồng nho của tỉnh Ninh Thuận (8/2017).

Một số thỏa thuận giữa các địa phương nước đã được ký kết như MOU hợp tác giữa Hà Nội – vùng Lazio/ Roma; Hải Phòng – vùng Liguria / Genova; Vĩnh Phúc – Toscana (Tuscany); Bình Dương – vùng Emilia-Rômanha; Thành phố Hồ Chí Minh – Turin (Torino).

Ngoài ra, Yên Bái, Phú Thọ, Bà Rịa – Vũng Tàu... cũng đang xúc tiến ký thỏa thuận hợp tác với các địa phương của Ý.

➤ Về văn hóa, giáo dục và khoa học – công nghệ

Hai bên thường xuyên tổ chức các tuần lễ/tháng văn hoá tại Ý và Việt Nam. Hai nước đã tổ chức thành công sự kiện Năm Việt Nam tại Ý và Năm Ý tại Việt Nam 2013 nhân dịp kỷ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao (1973-2013). Việt Nam đã tham dự tích cực tại Triển lãm Toàn cầu Expo 2015 được tổ chức tại Milan (01/5-31/10/2015), có Nhà triển lãm được đánh giá là một trong những nhà trưng bày đẹp nhất tại Expo. Từ năm 2003 đến 2013, Chính phủ Ý phối hợp với UNESCO giúp đỡ Việt Nam trùng tu khu di tích Mỹ Sơn với tổng kinh phí 1,5 triệu USD.

Số lượng sinh viên tại Ý tăng nhanh trong một vài năm gần đây, khoảng 1000 sinh viên và nghiên cứu sinh đang học tập tại Italia, tập trung chủ yếu tại khu vực miền Bắc

Ý (Milan 447 người, Trento 213 người, Turin 161 người...). Việt Nam và Ý đã ký kết và hợp tác 72 dự án giáo dục, đào tạo. Hàng năm, Bộ Ngoại giao Ý dành cho Việt Nam một số học bổng cho các khoá học tiếng Ý và cao học, mở các khoá học tiếng Ý tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh.

Hai bên triển khai tích cực Chương trình hợp tác về khoa học – công nghệ theo giai đoạn. Thông qua 5 chương trình từ 1998 đến nay, 80 dự án hợp tác nghiên cứu chung đã được ký kết, triển khai trong các lĩnh vực: bảo tồn, phục chế di tích cổ, công nghệ sinh học và nông nghiệp, nghiên cứu cơ bản và công nghệ thông tin. Chương trình giai đoạn 2017 - 2019 được ký kết vào tháng 11/2016.

➤ **Cộng đồng người Việt Nam tại Ý**

Hiện có khoảng gần 5 nghìn người Việt Nam cư trú ổn định tại Ý, phần lớn tại các tỉnh phía Bắc Ý là nơi có ngành công nghiệp phát triển, có nhiều cơ hội việc làm. Tại Roma, có khoảng 200 người là tu sĩ, giáo dân làm việc cho các cơ quan giáo hội Vatican.

➤ **Một số hiệp định ký kết**

- Hiệp định khung về Hợp tác Kinh tế, Công nghiệp và Kỹ thuật (1989)
- Hiệp định Khuyến khích và Bảo hộ đầu tư (1990)
- Hiệp định Hợp tác Văn hoá (1990)
- Hiệp định khung về hợp tác khoa học – công nghệ (1992)
- Hiệp định hoãn nợ (8/1994)
- Hiệp định tránh đánh thuế hai lần (11/1996)
- Hiệp định Hợp tác về Con nuôi (13/6/2003)
- Hiệp định về Hợp tác Du lịch (2009)
- Hiệp định miễn thị thực cho người mang hộ chiếu ngoại giao (2010)

- Hiệp định chuyển đổi nợ (2010)
- Hiệp định hợp tác giữa Việt Nam và Vùng Lombardia (2010)
- Hiệp định vận tải hàng không (2013)
- Hiệp định về hợp tác đấu tranh phòng, chống tội phạm (2014)
- Hiệp định hợp tác và tương trợ hành chính trong lĩnh vực hải quan (2015)
- Kế hoạch hành động triển khai quan hệ Đối tác chiến lược Việt Nam – Ý giai đoạn 2017 - 2018 (11/2016).

Quan hệ thương mại song phương Việt Nam - Ý

Từ năm 2013 đến nay, quý 3 mỗi năm, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ý đều trên 2 tỷ USD, tăng trưởng không ổn định.

Riêng quý 3 năm 2018, kim ngạch này giảm 6,76% so với quý 3 năm 2017, ứng với 2,08 tỷ USD.



Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ý giảm so cùng kỳ năm ngoái, bởi một số mặt hàng chính bị giảm về kim ngạch, cụ thể như điện thoại các loại và linh kiện (-28,62%, ứng với 520,60 triệu USD), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện

(-22,97%, ứng với 120,56 triệu USD), cao su (-22,41%, ứng với 14,97 triệu USD), hàng thủy sản (-14,86%, ứng với 91,29 triệu USD), cà phê (-8,78%, ứng với 196,26 triệu USD).

Riêng tháng 9 năm 2018, kim ngạch này đạt 288,90 triệu USD, tăng 91,55% so với tháng 9 năm 2017. Nguyên nhân chính là những mặt hàng có kim ngạch cao tăng hơn so với cùng kỳ năm ngoái, như điện thoại các loại và linh kiện (tăng 79,52 lần, ứng với 134,46 triệu USD), máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện (+38,60%, ứng với 21,71 triệu USD), máy móc thiết bị dụng cụ phụ tùng khác (+32,75%, ứng với 19,45 triệu USD).

➤ **Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ý tháng 9/2018 và 9 tháng năm 2018**

Đơn vị tính: triệu USD

Mặt hàng	Kim ngạch T9/2018	Tăng trưởng so với T9/2017 (%)	Kim ngạch 9T/2018	Tăng trưởng so với 9T/2017 (%)
Điện thoại các loại và linh kiện	134,46	7.851,80	520,60	-28,62
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	21,71	38,60	120,56	-22,97
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	19,45	32,75	145,78	28,73
Giày dép các loại	18,22	-3,74	218,08	1,02
Cà phê	15,94	-10,15	196,26	-8,78
Hàng dệt, may	15,83	-1,78	191,18	11,07

Hàng thủy sản	9,67	-34,49	92,29	-14,86
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	5,72	-7,68	42,24	0,86
Phương tiện vận tải và phụ tùng	5,53	-19,5	127,74	-5,4
Sắt thép các loại	4,42	-21,68	59,20	121,3
Hạt điều	4,27	16,9	43,27	41,75
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	3,31	17,93	27,62	6,36
Sản phẩm từ sắt thép	2,96	68,16	24,35	2,14
Sản phẩm từ cao su	2,43	86,21	13,97	24,45
Hóa chất	1,86	10,15	13,38	6,4
Gỗ và sản phẩm gỗ	1,64	-2,49	18,95	-0,65
Cao su	1,50	-25,72	14,97	-22,41
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	1,41	-7,53	12,76	39,69
Xơ, sợi dệt các loại	1,38	110,35	10,45	54,17
Sản phẩm từ chất dẻo	1,08	-18,28	16,32	1,52

Nguồn: Vietnamexport

➤ Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam xuất khẩu sang Ý, tháng 9/2018

Đơn vị tính: triệu USD

Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Tháng 9/2018		Cộng dồn đến hết tháng 9/2018	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
Tổng xuất khẩu			288.902.192		2.079.602.507
Hàng thủy sản	USD		9.673.460		92.292.281
Hàng rau quả	USD		247.485		3.702.234
Hạt điều	Tấn	651	4.273.030	5.855	43.274.296
Cà phê	Tấn	9.770	15.937.606	107.703	196.259.930
Hạt tiêu	Tấn	58	192.065	790	2.900.046
Hóa chất	USD		1.858.752		13.382.384
Chất dẻo nguyên liệu	Tấn	20	49.270	131	254.986
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		1.075.508		16.321.495
Cao su	Tấn	1.250	1.499.177	10.862	14.976.561
Sản phẩm từ cao su	USD		2.432.422		13.972.764
Túi xách, vali, ví, mũ, ô, dù	USD		5.722.523		42.235.560
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	USD		487.329		4.627.840

Gỗ và sản phẩm gỗ	USD		1.636.225		18.953.360
Xơ, sợi dệt các loại	Tấn	234	1.380.022	2.236	10.448.882
Hàng dệt, may	USD		15.827.980		191.181.418
Giày, dép các loại	USD		18.220.970		218.080.060
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	USD		3.314.559		27.619.359
Sản phẩm gốm, sứ	USD		621.844		8.309.659
Sắt thép các loại	Tấn	1.837	4.423.418	55.923	59.195.040
Sản phẩm từ sắt thép	USD		2.958.263		24.348.450
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		21.714.551		120.557.981
Điện thoại các loại và linh kiện	USD		134.458.204		520.604.746
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	USD		19.452.066		145.780.297
Phương tiện vận tải và phụ tùng	USD		5.526.747		127.740.027
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	USD		1.411.298		12.756.669

Nguồn: Tổng Cục Hải quan

➤ **Cán cân thương mại Việt Nam – Ý giai đoạn 2013 - 2017**

Đơn vị tính: nghìn USD

Năm	2013	2014	2015	2016	2017
Xuất khẩu	2.891.228	2.986.681	2.950.583	3.288.744	2.863.698
Nhập khẩu	893.431	970.569	1.211.612	1.157.782	1.321.809
Kim ngạch xuất nhập khẩu	3.784.659	3.957.250	4.162.195	4.446.526	4.185.507
Cán cân thương mại	-1.997.797	-2.016.112	-1.738.971	-2.130.962	-1.541.889

Nguồn: Trademap 2017

➤ **Xuất khẩu của Việt Nam sang Ý năm 2017**

Năm 2017, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ý đạt giá trị 2,86 tỷ USD, giảm 13% so với năm 2016, và tăng 1% trung bình mỗi năm trong giai đoạn từ năm 2013 – 2017. Việt Nam xuất khẩu nhiều mặt hàng sang Ý chiếm thị phần 0,6% trong tổng nhập khẩu của Ý từ thế giới. Việt Nam xếp thứ 12 trong tổng số các quốc gia và vùng lãnh thổ cung cấp hàng hóa sang thị trường Ý.

Nhóm hàng chiếm thị phần lớn nhất trong tổng số các nhóm hàng Ý nhập khẩu từ Việt Nam là Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị (HS 09), với 14% thị phần.

Bên cạnh các nhóm hàng đạt giá trị xuất khẩu cao trong năm 2017, còn có một số nhóm hàng đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao trong giai đoạn 2013 – 2017, cụ thể là: Nhóm hàng tàu thủy, thuyền và các kết cấu nổi (HS 89), tăng trưởng 209%; Bông (HS 52), tăng 155%; Đồng và các sản phẩm bằng đồng (HS 74) tăng 121%; Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm (HS 76), tăng 117%; Các chất chiết xuất làm thuốc nhuộm hoặc thuộc da... (HS 32), tăng 112%; và Kẽm và các sản phẩm bằng kẽm (HS 79), tăng 109%.

Các nhóm hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Ý trong năm 2017 là:

- Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ tùng của các loại máy trên (HS 85)
- Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự (HS 64)
- Cà phê, chè, chè paragoay và các loại gia vị (HS 09)
- Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng (HS 84)
- Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS 62)
- Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ tùng của chúng (HS 87)
- Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS 03)
- Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS 61)
- Các sản phẩm làm bằng da thuộc; bộ đồ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ ruột con tằm) (HS 42)
- Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nhồi tương tự; đèn và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép (HS 94)

➤ **Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Ý năm 2017**

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Trị giá (ngàn USD)		% tăng giảm năm 2013 - 2017	% tăng giảm năm 2016 - 2017
		2016	2017		

<i>Tổng cộng</i>					
85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ tùng của các loại máy trên	1.431.574	903.587	-4	-37
64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên	412.803	365.040	5	-12
09	Cà phê, chè, gia vị	252.369	273.210	1	8
84	Máy móc, lò phản ứng hạt nhân, lò hơi, máy và thiết bị cơ khí	247.035	220.436	-12	-20
62	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	121.733	137.567	6	13
87	Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ tùng của chúng	108.846	132.837	33	22
03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	108.523	119.713	-3	10
61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	78.826	94.012	26	19
42	Các sản phẩm bằng da thuộc; bộ đồ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ từ ruột con tằm)	58.474	74.575	11	28

94	Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nhồi tương tự; đèn và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép	44.019	47.278	3	7
----	---	--------	--------	---	---

Nguồn: Trade map 2017

➤ Các mặt hàng xuất khẩu chính

- Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên (Thiết bị điện – điện tử) (HS 85)**

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	32.600.457	32.675.135	31.443.177	31.281.877	34.531.920
Nhập khẩu từ Việt Nam	1.269.826	1.083.514	1.112.098	1.431.574	903.587

Nguồn: Trade map 2017

Trong năm 2017, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng thiết bị điện và điện tử sang thị trường Ý đạt giá trị 903,6 triệu USD, giảm 37% so với năm 2016. Tăng trưởng xuất khẩu nhóm hàng điện – điện tử của Việt Nam sang Ý trung bình hàng năm giảm 4% trong suốt giai đoạn từ năm 2013 – 2017. Mức thuế trung bình Ý áp cho nhóm hàng này của Việt Nam khoảng 0,5%.

Nhà cung cấp lớn nhất nhóm hàng (HS 85) cho thị trường Ý trong năm 2017 gồm có:

Đức với giá trị đạt 6,6 tỷ USD, chiếm 19% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Ý. Tiếp đến là Trung Quốc gần 5,9 tỉ USD, chiếm 17%; Hà Lan 4,72 tỉ USD, chiếm 13,7%; Pháp 2,26 tỉ USD, chiếm 6,5%; Việt Nam đứng thứ 11 chiếm 2,6%.

Trong năm 2017, sản phẩm Bộ điện thoại, kể cả điện thoại di động hoặc điện thoại dùng cho mạng không dây khác; thiết bị khác để truyền và nhận tiếng, hình ảnh hoặc dữ liệu, kể cả các thiết bị viễn thông nối mạng hữu tuyến hoặc không dây (HS 8517) là sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 85) xuất khẩu sang Ý với giá trị đạt 798,5 triệu USD, giảm 41% so với năm 2016. Trong giai đoạn 2013 – 2017, tăng trưởng của nhóm hàng (HS 8517) trung bình giảm 5%/năm về giá trị và giảm 21%/năm về khối lượng. Ý áp thuế 0% cho sản phẩm (HS 8517) của Việt Nam. Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ 4 của Ý, chiếm 9,4% thị phần nhập khẩu của Ý, sau Hà Lan (34,6%), Trung Quốc (19%) và Slovakia (10%).

Các sản phẩm khác xuất khẩu khác có giá trị cao trong năm 2017 gồm:

- Ấc qui điện, kể cả tấm vách ngăn của nó, hình chữ nhật hoặc hình khác (kể cả hình vuông) (HS 8507) đạt giá trị 24,2 triệu USD, tăng 19% so với năm 2016, trung bình tăng 18%/năm về khối lượng lẫn giá trị trong giai đoạn 2013 – 2017.
- Động cơ điện và máy phát điện (trừ tổ máy phát điện) (HS 8501) trung bình giảm 6%/năm về giá trị, tăng 7%/năm về khối lượng từ năm 2013 – 2017, riêng năm 2017 xuất khẩu giảm 1% so với năm 2016, đạt 20,8 triệu USD.
- Thiết bị chiếu sáng hoặc thiết bị tín hiệu bằng điện... (HS 8512) xuất khẩu từ Việt Nam sang Ý đạt 12,4 triệu USD trong năm 2017, tăng 71% so với năm 2016. Trong giai đoạn 2013 – 2017, (HS 8512) trung bình mỗi năm tăng 30% về giá trị và 42% về khối lượng.

Ngoài ra, nhìn chung trong toàn giai đoạn từ năm 2013 đến năm 2017, một số sản phẩm tuy không đạt giá trị xuất khẩu cao trong năm 2017, nhưng lại có mức tăng trưởng xuất khẩu cao ấn tượng trong toàn giai đoạn. Các sản phẩm này gồm: Bảng, panen, giá đỡ, bàn tủ và các loại hộp khác... (HS 8537), tăng 458%; Điốt, tranzito và các thiết bị bán dẫn tương tự... (HS 8541), tăng 324%; Thiết bị phát tín hiệu âm thanh

hoặc hình ảnh... (HS 8531), tăng 212%; Nam châm điện... (HS 8505), tăng 191%;
Đĩa, băng, các thiết bị lưu trữ bền vững... (HS 8523), tăng 138%; Thiết bị phát dùng
cho phát thanh sóng vô tuyến hoặc truyền hình... (HS 8525), tăng 127%.

Theo Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và Đầu tư trong 8 tháng đầu năm 2018, xuất
khẩu điện thoại và linh kiện đạt gần 31 tỷ USD, tăng 15,7% so cùng kỳ năm 2017.

2. Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên (HS 64)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	6.086.277	6.569.653	5.951.417	6.117.140	6.250.307
Nhập khẩu từ Việt Nam	299.569	372.162	408.849	412.803	365.040

Nguồn: Trade map 2017

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 7 nhóm hàng giày, dép, ghệt (HS 64) sang thị
trường Ý trong năm 2017, với giá trị đạt hơn 365 triệu USD, giảm 12% so với năm
2016 và chiếm 5,8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Ý. Trong giai đoạn
2013 – 2017 tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này sang Ý đạt mức 5%. Thuế
trung bình Ý áp cho (HS 64) của Việt Nam là 6,7%.

Quốc gia cung ứng nhóm hàng (HS 64) hàng đầu cho Ý trong năm 2017 là Trung
Quốc (14,3%), Rumani (11,4%), Pháp (8,4%), Albania (6,3%), Hà Lan (6,1%).

Các sản phẩm trong nhóm hàng giày, dép, ghệt (HS 64) xuất khẩu sang Ý của Việt
Nam trong năm 2017 đạt giá trị cao gồm có:

- Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày
bằng vật liệu dệt (HS 6404).

- Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc (HS 6403).
- Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic (HS 6402).

Năm 2017, sản phẩm (HS 6404) là sản phẩm xuất khẩu đạt giá trị cao nhất từ Việt Nam sang Ý, với tổng giá trị xuất khẩu đạt hơn 141,3 triệu USD. 11,9% là mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 6404) từ Việt Nam. Về tăng trưởng xuất khẩu, năm 2017 xuất khẩu giảm 7% so với năm 2016, tuy nhiên, nhìn chung trong toàn giai đoạn từ năm 2013 – 2017 xuất khẩu tăng trưởng trung bình 11%/năm về giá trị và 4%/năm về khối lượng. Với thị phần 10,5% trong tổng nhập khẩu (HS 6404) của Ý, Việt Nam xếp thứ 4 trong số các nhà cung ứng sản phẩm này sang Ý. Các nhà cung cấp lớn khác gồm: Trung Quốc (20,8%), Bỉ (17,1%) và Pháp (15,4%).

Sản phẩm (HS 6403) xuất khẩu từ Việt Nam sang Ý trong năm 2017, đạt 138,1 triệu USD, giảm 16% so với năm 2016, và trung bình mỗi năm giảm 1% về giá trị và giảm 2% về khối lượng trong giai đoạn từ năm 2013 – 2017. Ý áp thuế 4,2% cho sản phẩm này của Việt Nam. Trong số các nhà cung cấp (HS 6403) của Ý, Việt Nam xếp thứ 8, với 5,1% thị phần. Các nhà cung cấp hàng đầu sản phẩm này sang Ý là Rumani (14,5%), Trung Quốc (8%), Pháp (7,6%), Albania (7,1%), Hà Lan (6,2%), Tây Ban Nha (5,5%) và Bỉ (5,2%).

Sản phẩm có giá trị xuất khẩu cao thứ 3 thuộc nhóm hàng (HS 64) của Việt Nam là (HS 6402). Xuất khẩu sản phẩm này sang Ý trong giai đoạn 2013 – 2017 đạt mức tăng trưởng dương, 4% về giá trị và 3% về khối lượng trung bình mỗi năm. Riêng năm 2017, xuất khẩu giảm 11% so với năm 2016, đạt gần 64 triệu USD. Thị phần của Việt Nam trong tổng nhập khẩu (HS 6402) của Ý là 6,3%, xếp vị trí thứ 5 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu sản phẩm này sang Ý. Các nhà cung ứng hàng đầu khác là Trung Quốc (31,1%), Bỉ (9,6%), Pháp (7,2%) và Hà Lan (6,8%). 11,9% là mức thuế trung bình Ý áp cho sản phẩm (HS 6402) của Việt Nam.

Theo số liệu của Tổng Cục Hải quan Việt Nam, tháng 7/2018, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang thị trường Ý giảm 21,22% so với tháng 6/2018, đạt khoảng 27,4 triệu USD. Tính chung 7 tháng đầu năm 2018, xuất khẩu giày dép đạt hơn 180,4 triệu USD,

tăng 0,07% so với cùng kỳ năm 2017.

3. Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị (HS 09)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	1.828.112	1.903.703	1.975.893	1.885.170	2.014.689
Nhập khẩu từ Việt Nam	254.763	270.899	251.432	252.369	273.210

Nguồn: Trade map 2017

Từ năm 2013 đến năm 2017, mỗi năm, Ý nhập khẩu khoảng trên 1,8 tỷ USD cho nhóm hàng (HS 09) với các nhà cung ứng xuất khẩu chính là Brazil, Việt Nam, Pháp, Ấn Độ, Uganda. Việt Nam hiện là nhà cung ứng lớn thứ hai tại Ý, sau Brazil, với kim ngạch mỗi năm trên 250 triệu USD. Riêng năm 2017, kim ngạch này đạt trên 273,2 triệu USD, tăng 8% so với năm 2016, chiếm 13,6% thị phần. Trong giai đoạn 2013 – 2017 xuất khẩu cà phê, trà và gia vị của Việt Nam sang Ý có mức tăng trưởng 1%. Mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 09) của Việt Nam là 0,7%.

Nước cung cứng nhóm hàng (HS 09) hàng đầu cho Ý là Brazil, với trị giá 507,7 triệu USD trong năm 2017, chiếm 25,2% trong tổng nhập khẩu của Ý.

Trong nhóm 10 nước cung ứng hàng đầu nhóm hàng (HS 09) của Ý trong năm 2017, Pháp xếp vị trí thứ 3 với trị giá đạt gần 193,8 triệu USD, chiếm tỷ trọng 9,6%, tiếp đến là Ấn Độ 192,02 triệu USD, chiếm 9,5%; Uganda 116,4 triệu USD, chiếm 5,8%; Đức gần 90 triệu USD, chiếm 4,5%; Indonesia 87,8 triệu USD, chiếm 4,4%; Colombia 76,2 triệu USD, chiếm 3,8%; Honduras 69,8 triệu USD, chiếm 3,5%; Ethiopia 38,5 triệu USD, chiếm 1,9%.

Sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 09) của Việt Nam xuất khẩu sang Ý trong năm

2017 là:

- Cà phê, rang hoặc chưa rang, đã hoặc chưa khử chất caphêin; vỏ quả và vỏ lụa cà phê; các chất thay thế cà phê có chứa cà phê theo tỷ lệ nào đó (HS 0901).
- Hạt tiêu thuộc chi Piper; quả ớt thuộc chi Capsicum hoặc chi Pimenta, khô, xay hoặc nghiền (HS 0904).

Xuất khẩu sản phẩm cà phê (HS 0901) từ Việt Nam sang Ý trong năm 2017 đạt trên 267,5 triệu USD, tăng 10% so với năm 2016. Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ 2 sản phẩm này sang Ý với thị phần là 14,9%, sau Brazil (28%). Từ năm 2013 – 2017, tăng trưởng xuất khẩu của sản phẩm này sang Ý trung bình mỗi năm tăng 1% của Việt Nam.

Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu cà phê trong tháng 9/2018 của Việt Nam sang thị trường Ý chiếm trên 7% trong tổng lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam, với 107.730 tấn, tương đương 196,26 triệu USD, tăng 10% về lượng nhưng giảm 8,8% về kim ngạch. Giá xuất khẩu giảm trên 17% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 1.821,8 USD/tấn.

Cà phê Robusta của Việt Nam có chất lượng cao, đáp ứng được những yêu cầu khắt khe của các nhà chế biến cà phê Ý. Đây là thành phần nguyên liệu quan trọng để sản xuất ra các sản phẩm cà phê của Ý. Ngoài ra, các doanh nghiệp Ý cũng rất quan tâm đến cà phê arabica của Việt Nam. Các sản phẩm cà phê thô của Việt Nam được các doanh nghiệp Ý nhập khẩu và chế biến, sau đó cung cấp ra các thị trường cả trong và ngoài Ý.

Vì vậy, cà phê Việt Nam có vai trò quan trọng không chỉ đối với thị trường Ý nói riêng mà còn cả với quốc tế nói chung. Ý có hơn 1000 nhà sản xuất cà phê và không một nhà sản xuất nào của Ý không biết đến cà phê của Việt Nam.

Về sản phẩm (HS 0904), năm 2017, xuất khẩu từ Việt Nam sang Ý đạt hơn 5,3 triệu USD, giảm 47% so với năm 2016. Tăng trưởng trung bình hàng năm giảm 17% về giá trị và giảm 15% về khối lượng trong giai đoạn 2013 – 2017, chiếm 11,7% thị phần của Ý. (HS 0904) được Ý áp thuế ở mức 0,6%. Việt Nam xếp vị trí thứ 3 trong số các nhà

cung ứng sản phẩm này sang Ý. Pháp và Đức là hai nhà cung ứng hàng đầu, với thị phần tương ứng lần lượt là 21,6% và 14,8%.

4. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng (HS 84)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	40.556.166	43.236.908	39.271.832	40.854.325	44.273.349
Nhập khẩu từ Việt Nam	357.174	383.700	279.149	274.035	220.436

Nguồn: Trade map 2017

Mặc dù đây là nhóm hàng xuất khẩu lớn thứ 4 của Việt Nam sang thị trường Ý nhưng tổng trị giá xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn ở mức rất khiêm tốn chỉ đạt hơn 220,4 triệu USD, giảm 20% so với năm 2016 và chỉ chiếm khoảng 0,5% trong tổng nhập khẩu của Ý trong năm 2017. Xuất khẩu của nhóm hàng (HS 84) trong giai đoạn 2013 – 2017 có mức tăng trưởng âm mỗi năm, giảm 12% về giá trị và giảm 20% về khối lượng. % là mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 84) của Việt Nam.

Với thị phần chiếm 24,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Ý trong năm 2017, Đức là quốc gia cung ứng hàng đầu nhóm hàng (HS 84) với giá trị xuất khẩu đạt hơn 10,9 tỷ USD, kế đến là Trung Quốc chiếm 13,4% với giá trị xuất khẩu đạt hơn 5,93 tỷ USD; Hà Lan xuất khẩu đạt 3,5 tỷ USD chiếm 7,8%; Pháp đạt 3,2 tỷ USD chiếm 7,3%; Hoa Kỳ 2,5 tỷ USD, chiếm 5,6%; Anh đạt 1,5 tỷ USD, chiếm 3,4%...Việt Nam chỉ xếp vị trí thứ 28 trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Ý.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này Việt Nam xuất khẩu sang Ý trong năm 2017 gồm:

- Máy xử lý dữ liệu tự động và các khối chức năng của chúng; đầu đọc từ tính hay đầu đọc quang học, máy truyền dữ liệu lên các phương tiện truyền dữ liệu dưới dạng mã hóa và máy xử lý những dữ liệu này, chưa được chi tiết hay ghi ở nơi khác (HS 8471)
- Máy in sử dụng các bộ phận in như khuôn in (bát chữ), trục lăn và các bộ phận in của nhóm 84.42; máy in khác, máy copy (copying machines) và máy fax, có hoặc không kết hợp với nhau; bộ phận và các phụ kiện của chúng (HS 8443)
- Máy tính và các máy ghi, sao và hiển thị dữ liệu loại bỏ túi có chức năng tính toán; máy kế toán; máy đóng dấu miễn cước bưu phí, máy bán vé và các loại máy tương tự, có gắn bộ phận tính toán; máy tính tiền(HS 8470)
- Động cơ đốt trong kiểu piston chuyển động tịnh tiến hoặc kiểu piston chuyển động quay tròn, đốt cháy bằng tia lửa điện (HS 8407)

Năm 2017, xuất khẩu sản phẩm (HS 8471) sang Ý đạt giá trị xuất khẩu gần 90 triệu USD, chiếm 1,8% thị phần nhập khẩu của Ý. Mức thuế Ý áp cho (HS 8471) của Việt Nam là 0%. Xét về tăng trưởng xuất khẩu, giai đoạn 2013 – 2017, xuất khẩu giảm 23% về giá trị và giảm 27% về khối lượng mỗi năm. Riêng trong giai đoạn 2016 – 2017, tăng trưởng xuất khẩu giảm 45%. Việt Nam xếp thứ 10 trong số các nhà cung ứng hàng đầu (HS 8471) sang Ý, sau Trung Quốc (30,3%); Hà Lan (25,5%); Đức (10,7%); Séc (5,3%); Hy Lạp (5%); Slovakia (3,4%); Anh (2,2%); Ba Lan (2,2%) và Ireland (2,2%).

Sản phẩm (HS 8443) xuất khẩu từ Việt Nam sang Ý trong năm 2017 đạt hơn 44,2 triệu USD, tăng 21% so với năm 2016; trung bình mỗi năm xuất khẩu tăng trưởng 16% về giá trị và 12% về khối lượng trong toàn giai đoạn 2013 – 2017. 0% là mức thuế Ý áp cho (HS 8443) của Việt Nam. Các nhà xuất khẩu hàng đầu sản phẩm này sang Ý là Đức (30,2%); Hà Lan (27,7%); Trung Quốc (6,6); Bỉ (5,2%)... Việt Nam chiếm thị phần khá nhỏ, chỉ 2% trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý.

Năm 2017, Việt Nam là nhà cung ứng lớn thứ 3 sản phẩm (HS 8470) sang thị trường Ý. Trung Quốc là quốc gia cung cấp hàng đầu sản phẩm này sang Ý, với giá trị xuất

khẩu đạt 57,6 triệu USD, chiếm 32,1% thị phần; kế đến là Malaysia với 46,3 triệu USD chiếm thị phần 25,8%. Việt Nam chiếm 17,3% thị phần. Về giá trị xuất khẩu, Việt Nam đã xuất khẩu được gần 31 triệu USD, giảm 16% so với năm 2016. Về tăng trưởng xuất khẩu trung bình mỗi năm trong giai đoạn 2013 – 2017 của (HS 8470), xuất khẩu giảm 11% về giá trị, tăng 2% về khối lượng. Ý áp thuế 0% cho sản phẩm này của Việt Nam.

Xuất khẩu sản phẩm (HS 8407) từ Việt Nam sang Ý trong giai đoạn 2013 – 2017 đạt mức tăng trưởng cao vượt bậc so với tất cả các sản phẩm khác trong nhóm hàng (HS 84), với mức tăng trưởng trung bình mỗi năm tăng 725% về giá trị và tăng 740% về khối lượng. Riêng giai đoạn 2016 – 2017, tăng trưởng xuất khẩu đạt 230%. Năm 2017, xuất khẩu sản phẩm này sang Ý đạt hơn 28,3 triệu USD, chiếm 4,9% trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý. 0% là mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 8407) của Việt Nam. Việt Nam xếp thứ 7 trong số các nhà cung cấp sản phẩm (HS 8407) sang thị trường Ý. Các nhà cung cấp hàng đầu khác là Hoa Kỳ (34,2%); Nhật Bản (9,3%); Trung Quốc (8,9%); Bỉ (8%); Ba Lan (6,9%) và Mexico (5,3%).

Xét riêng về tăng trưởng xuất khẩu trung bình mỗi năm trong toàn giai đoạn từ 2013 – 2017, ngoài sản phẩm (HS 8407) có mức tăng trưởng cao vượt bậc so với các sản phẩm khác trong nhóm (HS 84) thì sản phẩm khác có mức tăng trưởng cao là Thiết bị cơ khí... (HS 8424), tăng 272% và Máy ly tâm... (HS 8421), tăng 154%.

5. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS 62)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	7.314.645	7.983.543	7.155.428	7.088.533	7.156.182
Nhập khẩu từ Việt Nam	98.373	138.322	132.853	121.733	137.567

Nguồn: Trade map 2017

Xuất khẩu quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS 62) sang thị trường Ý trong năm 2017 tăng 13% so với năm 2016, đạt 137,6 triệu USD. Tăng trưởng trong giai đoạn 2013 – 2017 đạt mức 6%. Trong giai đoạn 2016 – 2017 tăng trưởng nhập khẩu nhóm hàng (HS 62) của Ý từ thế giới tăng 1%. Mức thuế trung bình Ý áp cho nhóm hàng (HS 62) từ Việt Nam là 9,2%.

Nhà cung cấp lớn nhất nhóm hàng (HS 62) cho Ý trong năm 2017 là Trung Quốc với giá trị đạt 1,64 tỉ USD, chiếm 22,9% thị phần; kế đến là Pháp với 566,6 triệu USD, chiếm 7,9%; Romania 551 triệu USD, chiếm 7,7%; Bangladesh 512,1 triệu USD, chiếm 7,2%; Tunisia 391,9 triệu USD, chiếm 5,5%... Việt Nam đứng thứ 17 với thị phần chiếm 1,9% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Ý.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 62) xuất khẩu sang Ý trong năm 2017 gồm:

- Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe, áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm, áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS 6201)
- Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe, áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm, áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái (HS 6202)
- Xu chiêng, gen, áo nịt ngực, dây đeo quần, dây móc bút tất, nịt tất, các sản phẩm tương tự và các chi tiết của chúng, được làm hoặc không được làm từ dệt kim hoặc móc (HS 6212)
- Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 hoặc 59.07 (HS 6210)

Năm 2017, sản phẩm đạt giá trị xuất khẩu cao nhất thuộc nhóm hàng (HS 62) từ Việt Nam sang Ý là (HS 6201), 42,7 triệu USD. Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ 3 của Ý, sau Trung Quốc và Rumani. Thị phần của Trung Quốc trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý là 47,7%, Rumani là 9,1% và Việt Nam là 5,2%. Xét về tăng trưởng xuất

khẩu trong giai đoạn 2013 – 2017, xuất khẩu sản phẩm (HS 6201) có mức tăng trưởng bình quân đều về khối lượng lẫn chất lượng, ở mức 2%. Riêng giai đoạn 2016 – 2017, tăng trưởng xuất khẩu ở mức 14%. Mức thuế Ý áp cho sản phẩm này của Việt Nam là 9,6%.

Đối với mặt hàng (HS 6202), mức thuế Ý áp cho mặt hàng này cũng ở mức 9,6%. Việt Nam là nhà xuất khẩu lớn thứ 6 của Ý, chiếm 2,9% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Ý. Trung Quốc là nhà cung cấp lớn nhất, 42,4%; kế đến là Rumania 8,8%; Pháp 6,6%; Đức 3,8% và Myanmar 3,4%. Năm 2017, Việt Nam xuất khẩu (HS 6202) đạt hơn 25,2 triệu USD, tăng 10% so với năm 2016. Nhìn chung trong toàn giai đoạn từ 2013 – 2017, tăng trưởng xuất khẩu bình quân giảm 5% về giá trị và tăng 7% về khối lượng mỗi năm.

Sản phẩm (HS 6212) của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Ý đạt mức tăng trưởng dương trong toàn giai đoạn từ năm 2013 đến năm 2017, với mức tăng trưởng bình quân mỗi năm là 19% về giá trị và 18% về khối lượng. Riêng năm 2017, giá trị xuất khẩu tăng 40% so với năm 2017, đạt 18,1 triệu USD. Việt Nam chiếm thị phần 5,4% trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý và là nhà cung ứng lớn thứ 6 sang Ý. Các nhà cung ứng hàng đầu khác gồm: Sri Lanka 27%; Trung Quốc 17,7%; Pháp 9,5%; Croatia 8,4% và Serbia 7,8%. Mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 6212) của Việt Nam là 5,2%.

Đạt giá trị xuất khẩu cao thứ 4 thuộc nhóm hàng (HS 62) từ Việt Nam sang Ý trong năm 2017 là sản phẩm (HS 6210), 17,3 triệu USD. Xuất khẩu tăng 5% so với năm 2016, nhìn chung trong toàn giai đoạn 2013 – 2017 xuất khẩu tăng 21% về giá trị và tăng 14% về khối lượng mỗi năm. Mức thuế trung bình Ý áp cho sản phẩm (HS 6210) của Việt Nam là 9,6%. Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ 5 (HS 6210) sang Ý, với thị phần 6,2%, sau Trung Quốc 33,9%; Đức 8,3%; Pháp 8,2% và Bỉ 7,7%.

6. Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ tùng của chúng (HS 87)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	32.752.649	36.164.801	36.370.160	43.458.238	48.625.602
Nhập khẩu từ Việt Nam	41.092	67.548	66.796	108.846	132.837

Nguồn: Trade map 2017

Năm 2017, Ý là quốc gia xếp thứ 8 về nhập khẩu nhóm hàng (HS 87), và chiếm 3,3% thị phần nhập khẩu của thế giới.

Việt Nam là nguồn cung ứng đứng thứ 26 nhóm hàng (HS 87) của Ý trong năm 2017 với giá trị xuất khẩu đạt 132,8 triệu USD, tăng trưởng 22% so với năm 2016, và chỉ chiếm một phần rất nhỏ, 0,3% trong tổng nhập khẩu của Ý từ thế giới. Trong suốt giai đoạn 2013 - 2017, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam đã tăng trưởng trung bình 33%/năm. Mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 87) từ Việt Nam là 4,4%.

Các nhà cung ứng hàng đầu nhóm hàng (HS 87) tại thị trường Ý trong năm 2017 gồm: Đức đạt giá trị 14,8 tỉ USD, chiếm 30,5%; Pháp 5,2 tỉ USD, chiếm 7,4%; Ba Lan 2,51tỉ USD, chiếm 5,2%; Anh 2,4 tỉ USD, chiếm 5%;...

Sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 87) của Việt Nam xuất khẩu sang Ý trong năm 2017 là:

- Bộ phận và phụ kiện của xe thuộc các nhóm từ 87.11 đến 87.13 (HS 8714)
- Mô tô (kể cả moped) và xe đạp có gắn động cơ phụ trợ, có hoặc không có thùng xe bên cạnh; mô tô thùng (HS 8711)

Xuất khẩu mặt hàng (HS 8714) từ Việt Nam sang thị trường Ý trong năm 2017 đạt 70,76 triệu USD, chiếm thị phần 8,2% trong tổng nhập khẩu của Ý. 0,7% là mức thuế Ý áp cho mặt hàng này của Việt Nam. Trong số 5 nhà cung ứng hàng đầu (HS 8714) sang thị trường Ý, Việt Nam xếp thứ 5, nhà cung ứng lớn nhất là Trung Quốc 19,8%, kế đến là Đài Loan 15,4%, Đức 9,2% và Nhật Bản 8,7%. Xét riêng về tăng trưởng giá

trị xuất khẩu thì trong giai đoạn 2013 – 2017, xuất khẩu tăng trung bình mỗi năm 33% về giá trị và 34% về khối lượng, riêng năm 2017 giá trị xuất khẩu tăng 44% so với năm 2016.

Ý áp thuế 3,1% cho sản phẩm (HS 8711) từ Việt Nam. Nhật Bản là quốc gia xuất khẩu lớn nhất (HS 8711) sang thị trường Ý, với thị phần 21%; kế đến là Đức (19%); Trung Quốc (16,4%); Pháp (7,5%); Bỉ (6%); Áo (5,9%) và Việt Nam xếp thứ 7 với thị phần 5,4%. Năm 2017, Việt Nam xuất khẩu (HS 8711) sang Ý đạt gần 61 triệu USD, tăng 3% so với năm 2016. Nhìn chung trong toàn giai đoạn từ năm 2013 đến năm 2017, tăng trưởng xuất khẩu trung bình mỗi năm bằng nhau cả về số lượng lẫn giá trị, với mức tăng trưởng tương ứng là 34%.

7. Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS 03)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	4.300.690	4.629.871	4.271.969	4.860.197	5.150.601
Nhập khẩu từ Việt Nam	131.454	126.222	103.422	108.523	119.713

Nguồn: Trade map 2017

Đối với thủy sản, trước đây nhập khẩu thủy sản của Ý chủ yếu từ các nước EU, nhưng gần đây đã chuyển dần sang nhập khẩu từ nhiều nước bên ngoài EU, chủ yếu là các nước châu Á.

Tại Ý, hệ thống cung cấp được tổ chức thành một mạng lưới phức tạp, từ bán sản phẩm lần đầu tới người tiêu dùng cuối cùng. Người ta sơ chế thủy sản trên tàu rồi xếp vào hộp đưa đến nơi bán. Ở khâu bán hàng lần đầu, người mua chủ yếu là người bán buôn, người bán lẻ (truyền thống và quy mô lớn), hệ thống khách sạn, nhà hàng và nhà

cung ứng thực phẩm (HORECA). Người bán buôn sau đó bán thủy sản cho những người bán buôn khác, nhà bán lẻ hay HORECA.

Một hình thức chợ bán buôn khác là sự pha trộn giữa chợ và chợ tái phân phối, thành phần tham gia là người bán buôn, người mua và ngư dân quy mô lớn. Những chợ này bán các sản phẩm sản xuất tại chỗ hoặc hàng nhập khẩu. Bán lẻ chủ yếu qua các kênh phân phối, cửa hàng bán thủy sản và chợ thông thường. Kênh bán lẻ quy mô lớn chiếm tới 90% tổng doanh số thủy sản chế biến của Ý (đóng hộp, đóng gói, đông lạnh).

Trong những năm gần đây, thủy sản Việt Nam cũng đã được người dân Ý tiêu dùng nhiều hơn, với các sản phẩm đông lạnh như tôm, mực, bạch tuộc hay nhuyễn thể hai mảnh. Đối với mặt hàng cá, thì các sản phẩm như cá trích, cá hồi, cá ngừ, và một số loài cá đặc thù của Địa Trung Hải cũng được người tiêu dùng Ý lựa chọn, do giá rẻ hơn so với việc tự đánh bắt.

Ý là một trong những thị trường truyền thống của Việt Nam, việc duy trì xuất khẩu tốt tại thị trường Ý đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc tăng trưởng xuất khẩu trên thị trường EU rộng lớn. Để đẩy mạnh xuất khẩu, các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam cần tìm những nhà nhập khẩu đầu mối - họ là những người có thể phân phối lại sản phẩm cho các siêu thị lớn của Ý.

So với năm 2017, xuất khẩu cá tra sang EU được coi là có nhiều thay đổi bất ngờ. Tính đến hết tháng 9/2018, giá trị xuất khẩu cá tra sang khối thị trường này đạt 176,4 triệu USD, tăng 14,6% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, xuất khẩu sang Italy tăng 65,9%.

Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ 14 nhóm hàng thủy hải sản sang Ý, chiếm 2,3% trong tổng nhập khẩu của Ý trong năm 2017. Nhà cung cấp lớn nhất mặt hàng thủy sản cho Ý là Tây Ban Nha với tỷ trọng chiếm 19,5% đạt giá trị hơn 1 tỉ USD, kế đến là Đan Mạch 363,1 triệu USD, chiếm 7%; Hà Lan với 354,5 triệu USD, chiếm 6,9% thị phần; Thụy Điển 339 triệu USD, chiếm 6,6%; Pháp 267 triệu USD, chiếm 5,2%; Hy Lạp 257,9 triệu USD, chiếm 5%...

Trong giai đoạn 2013 – 2017, mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân nhóm hàng (HS 03) của Việt Nam sang Ý giảm 3%, xuất khẩu nhóm hàng (HS 03) của Việt Nam trong năm 2017 tăng 10% so với năm 2016.

Mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 03) từ Việt Nam là 5,2%.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng (HS 03) Việt Nam xuất khẩu sang Ý trong năm 2017 gồm:

- Động vật thân mềm, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, sống, tươi, ướp lạnh, đông lạnh, làm khô, muối hoặc ngâm nước muối; động vật thân mềm hun khói, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, đã hoặc chưa làm chín trước hoặc trong quá trình hun khói; bột mịn, bột thô và bột viên của động vật thân mềm, thích hợp dùng làm thức ăn cho người (HS 0307)
- Cá, đông lạnh, trừ philê cá (fillets) và các loại thịt khác thuộc nhóm 03.04 (HS 0303)
- Philê cá và các loại thịt cá khác (đã hoặc chưa xay, nghiền, băm), tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh (HS 0304)
- Động vật giáp xác, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, sống, tươi, ướp lạnh, đông lạnh, làm khô, muối hoặc ngâm nước muối; động vật giáp xác hun khói, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, đã hoặc chưa làm chín trước hoặc trong quá trình hun khói; động vật giáp xác chưa bóc mai, vỏ, đã hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đã hoặc chưa ướp lạnh, đông lạnh, làm khô, muối, hoặc ngâm nước muối; bột thô, bột mịn và bột viên của động vật giáp xác, thích hợp dùng làm thức ăn cho người (HS 0306)

Sản phẩm (HS 0307) xuất khẩu từ Việt Nam sang thị trường Ý đạt giá trị xuất khẩu cao nhất trong nhóm hàng (HS 03) của Việt Nam, 60,1 triệu USD. 3,1% là mức thuế trung bình Ý áp cho sản phẩm này của Việt Nam. Xét về tăng trưởng xuất khẩu, trung bình xuất khẩu mỗi năm tăng 1% về giá trị và giảm 1% về khối lượng trong giai đoạn năm 2013 – 2017. Riêng năm 2017 giá trị xuất khẩu tăng trưởng 47% so với năm 2016. Trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ cung cấp (HS 0307) sang Ý, Việt Nam xếp thứ 7, chiếm thị phần 4,3% trong tổng nhập khẩu của Ý. Quốc gia cung ứng lớn

nhất sang Ý là Tây Ban Nha, với 25%; kế đến là Morocco (11,9%); Ấn Độ (8,9%); Thái Lan (8,2%); Pháp (6,5%) và Trung Quốc (4,3%).

Việt Nam là nhà cung ứng lớn thứ 2 mặt hàng (HS 0303) sang thị trường Ý, với thị phần chiếm 7,5%. Nhà cung ứng hàng đầu của Ý là Tây Ban Nha (24,8%). Mức thuế trung bình Ý áp cho mặt hàng này của Việt Nam là 4,6%. Nhìn chung trong toàn giai đoạn từ năm 2013 đến năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này tăng trưởng trung bình mỗi năm ở mức 2% về khối lượng và giảm 3% về giá trị. Riêng năm 2017, xuất khẩu (HS 0303) từ Việt Nam sang Ý đạt hơn 25,2 triệu USD, tăng 2% so với năm 2016.

Với thị phần khá nhỏ, chỉ 2% trong tổng nhập khẩu sản phẩm (HS 0304) của Ý, Việt Nam xếp vị trí thứ 14 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu sang Ý. Quốc gia xuất khẩu (HS 0304) lớn nhất sang Ý là Hà Lan (20,7%); kế đến là Tây Ban Nha (20,2%); Đan Mạch (8,2%); Pháp (4,5%) và Trung Quốc (4,4%). Năm 2017, xuất khẩu (HS 0304) của Việt Nam sang thị trường Ý giảm 38% so với năm 2016, đạt 17,3 triệu USD. Trung bình mỗi năm tăng trưởng xuất khẩu (HS 0304) trong toàn giai đoạn 2013 – 2017 đều giảm 13% cả về khối lượng và giá trị. Mức thuế 6,8% được Ý áp cho sản phẩm này của Việt Nam.

Sản phẩm xuất khẩu lớn thứ 4 thuộc nhóm hàng (HS 03) của Việt Nam vào Ý là (HS 0306), với giá trị xuất khẩu đạt gần 17 triệu USD, tăng 14% so với năm 2016. Trung bình Ý áp thuế 5,3% cho sản phẩm này của Việt Nam. Xét riêng giai đoạn 2013 – 2017, tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn này đều giảm cả về số lượng lẫn giá trị, trung bình giảm 2%/năm. Ecuador là nhà cung ứng lớn nhất (HS 0306) sang Ý, với thị phần 21,9%; kế đến là Tây Ban Nha (16,9); Argentina (15,4%); Đan Mạch (6,5%)... Việt Nam xếp thứ 12 với thị phần khá nhỏ, 2,1%.

8. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS 61)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
--	------	------	------	------	------

Nhập khẩu từ thế giới	7.601.487	8.260.367	7.390.734	7.533.515	7.987.835
Nhập khẩu từ Việt Nam	35.325	54.785	74.923	78.826	94.012

Nguồn: Trade map 2017

Xuất khẩu nhóm hàng (HS 61) từ Việt Nam sang Ý tăng dần từ năm 2013 đến năm 2017, từ 35,3 triệu USD trong năm 2013 tăng dần lên mức 94 triệu trong năm 2017. Tăng trưởng trung bình của xuất trong giai đoạn này là 26%/năm. Riêng năm 2017, giá trị xuất khẩu tăng trưởng 19% so với năm 2016.

Việt Nam là nhà cung cấp (HS 61) thứ 20 cho thị trường Ý trong năm 2017, chiếm thị phần 1,2%. Nhà cung cấp lớn nhất nhóm hàng này cho Ý lần lượt là Trung Quốc 1,2 tỉ USD, chiếm 15,2% thị phần, kế đến là Tây Ban Nha hơn 1 tỉ USD, chiếm 12,6%; Bangladesh với 931,3 triệu USD, chiếm 11,7%; Pháp 765,4 triệu USD, chiếm 9,6%...

9,4% là mức thuế trung bình Ý áp cho nhóm hàng (HS 61) từ Việt Nam.

Các sản phẩm xuất khẩu chính của nhóm hàng (HS 61) là:

- Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai, dệt kim hoặc móc (HS 6105)
- Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigans), gilê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc (HS 6110)
- Áo phông, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc (HS 6109)

Năm 2017, xuất khẩu mặt hàng (HS 6105) từ Việt Nam sang Ý đạt 17,4 triệu USD, giảm 6% so với năm 2016. Tuy nhiên trong giai đoạn từ 2013 – 2017, xuất khẩu mặt hàng này trung bình mỗi năm tăng 34% về giá trị và tăng 38% về khối lượng. Với thị phần 5,1% trong tổng nhập khẩu của Ý đối với mặt hàng này, Việt Nam xếp thứ 4 trong số các nhà cung ứng sang Ý, sau Bangladesh (25,2%); Trung Quốc (12,2%); Pháp (8,8%) và Thổ Nhĩ Kỳ (8,6%).

Ngày 09/02/2018 căn cứ Hiệp định FTA giữa Việt Nam và Liên minh Kinh tế Á - Âu, Ủy ban Kinh tế Á - Âu (EEC) có Công hàm số 14-71 thông báo về việc Hội đồng EEC quyết định áp dụng biện pháp phòng vệ ngưỡng (Trigger Safeguard Measure - TSM) đối với 2 mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam mặt hàng đồ lót và quần áo trẻ em trong thời gian tương ứng là 9 và 6 tháng. Thông báo này có hiệu lực sau 30 ngày kể từ ngày EEC đăng quyết định chính thức của Hội đồng EEC lên website của EEC. Theo đó, mặt hàng quần áo trẻ em bị áp dụng biện pháp TSM từ ngày 14/3/2018 đến ngày 13/9/2018. Như vậy, từ ngày 14/9/2018 thuế xuất khẩu mặt hàng quần áo trẻ em từ Việt Nam vào thị trường Liên minh châu Âu (EU) đã trở về mức 0% thay vì bị áp mức thuế MFN.

Sản phẩm xuất khẩu lớn thứ 2 thuộc nhóm hàng (HS 61) của Việt Nam sang thị trường Ý là (HS 6110), với giá trị xuất khẩu đạt 16,5 triệu USD, tăng 28% so với năm 2016; và trung bình mỗi năm tăng 41% về giá trị và tăng 50% về khối lượng trong giai đoạn 2013 – 2017. Nhà cung cấp lớn nhất (HS 6110) sang thị trường Ý là Trung Quốc (23,1%); Bangladesh (15,1%); Pháp (8,6%); Rumani (5,8%) và Đức (4,6%)... Việt Nam chỉ chiếm thị phần khá khiêm tốn trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý, 0,9%, và xếp vị trí thứ 21 trong số các nhà cung ứng.

Với thị phần 0,7% trong tổng nhập khẩu (HS 6109) của Ý, Việt Nam xếp thứ 22 trong tổng số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu sản phẩm này sang thị trường Ý. Quốc gia xuất khẩu lớn nhất là Bangladesh (16,8%); Pháp (11,9%); Trung Quốc (7,4%); Thổ Nhĩ Kỳ (6,8%); Bỉ (6,6%); Tây Ban Nha (6,2%); Đức (5,4%)... Năm 2017, xuất khẩu (HS 6109) từ Việt Nam sang Ý đạt 10,6 triệu USD, tăng 8% so với năm 2016. Nhìn chung trong toàn giai đoạn 2013 – 2017, xuất khẩu mỗi năm tăng trung bình 23% về giá trị và 28% về khối lượng.

9. Các sản phẩm bằng da thuộc; bộ đồ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (từ tơ từ ruột con tằm) (HS 42)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	3.074.442	3.369.046	3.223.402	3.207.639	3.502.708
Nhập khẩu từ Việt Nam	46.082	55.945	62.369	58.474	74.575

Nguồn: Trade map 2017

Xuất khẩu nhóm hàng (HS 42) từ năm 2013 đến năm 2017 tăng trưởng không đồng đều, xuất khẩu năm 2014 tăng 21% so với năm 2013; năm 2015 tăng 12% so với năm 2014; năm 2016 giảm 6% so với năm 2015; và năm 2017 tăng 28% so với năm 2016. Trong năm 2017, Việt Nam xuất khẩu sang Ý nhóm hàng (HS 42) đạt 74,6 triệu USD, và chiếm 2,1% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Ý. Trong giai đoạn 2013 - 2017, xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Ý đạt tốc độ tăng trưởng trung bình 11%. Mức thuế trung bình Ý áp cho sản phẩm này là 0,9%.

Các nước cung ứng hàng đầu nhóm hàng (HS 42) cho thị trường Ý gồm có: Trung Quốc (30%); Pháp (19,7%); Thụy Sĩ (7,9%); Hà Lan (6,1%); Rumani (4,7%)... Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 10 về nhóm sản phẩm làm bằng da thuộc sang thị trường Ý.

Sản phẩm xuất khẩu chính thuộc nhóm hàng (HS 42) từ Việt Nam sang Ý là:

- Hòm, va ly, xách đựng đồ nữ trang, cặp tài liệu, cặp sách, túi cặp học sinh, bao kính, bao ống nhòm, hộp camera, hộp nhạc cụ, bao súng, bao súng ngắn mắc vào yên ngựa và các loại đồ chứa tương tự; túi du lịch, túi đựng đồ ăn hoặc đồ uống có phủ lớp cách, túi đựng đồ vệ sinh cá nhân, ba lô, túi xách tay, túi đi chợ, xách cốt, ví, túi đựng bản đồ, hộp đựng thuốc lá điếu, hộp đựng thuốc lá sợi, túi đựng dụng cụ, túi thể thao, túi đựng chai rượu, hộp đựng đồ trang sức, hộp đựng phấn, hộp đựng dao kéo và các loại túi hộp tương tự bằng da thuộc hoặc da thuộc tổng hợp, bằng tấm plastic, bằng vật liệu dệt, bằng sợi lưu hóa hoặc bằng bìa, hoặc được phủ toàn bộ hay chủ yếu bằng các vật liệu trên hoặc bằng giấy (HS 4202)

- Hàng may mặc và đồ phụ trợ quần áo, bằng da thuộc hoặc bằng da tổng hợp (HS 4203)

Trong đó, sản phẩm đạt giá trị xuất khẩu cao nhất là (HS 4202), 53,1 triệu USD, chiếm thị phần 1,8% trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý. Việt Nam là nhà cung ứng thứ 10 của Ý. Các nhà cung ứng hàng đầu khác là Trung Quốc (34,4%); Pháp (21,5%); (Thụy Sĩ (8,6%); Hà Lan (6,9%), Tây Ban Nha (4,1%). Mức thuế trung bình trong năm 2017 Ý áp cho sản phẩm này của Việt Nam là 0,8%. Xét riêng về tăng trưởng xuất khẩu từ năm 2013 đến năm 2017, bình quân mỗi năm xuất khẩu tăng 10% về giá trị và tăng 17% về khối lượng trong toàn giai đoạn. Riêng năm 2017 giá trị xuất khẩu tăng 22% so với năm 2016.

Năm 2017, sản phẩm (HS 4203) của Việt Nam chiếm thị phần 5,8% trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý. Việt Nam là nhà cung ứng lớn thứ 6 của Ý. Nhà cung ứng hàng đầu là Ấn Độ (20%); Pháp (14,2%); Thụy Sĩ (7,8%); Trung Quốc (6,8%) và Rumani (6,1%). Về giá trị xuất khẩu, năm 2017 xuất khẩu sản phẩm này của Việt Nam sang thị trường Ý đạt gần 21 triệu USD, tăng mạnh so với năm 2016, tăng 45%. Nhìn chung trong toàn giai đoạn 2015 – 2015, xuất khẩu tăng trưởng trung bình mỗi năm 13% về giá trị và 15% về khối lượng. 0,6% là mức thuế trung bình Ý áp cho (HS 4203) của Việt Nam.

10. Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội thất tương tự; đèn và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép (HS 94)

Đơn vị tính: ngàn USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Nhập khẩu từ thế giới	3.398.689	3.822.203	3.511.796	3.694.950	3.887.437

Nhập khẩu từ Việt Nam	41.161	42.550	43.137	44.019	47.278
------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Nguồn: Trade map 2017

Xuất khẩu nhóm hàng (HS 72) của Việt Nam sang Ý tăng dần từ năm 2013 đến năm 2017, trung bình mỗi năm tăng 3%. Riêng năm 2017 tăng 7% so với năm 2016, đạt 47,3 triệu USD. Mức thuế trung bình 0,1% được Ý áp cho sản phẩm này của Việt Nam. Trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu (HS 72) sang thị trường Ý, Việt Nam xếp vị trí thứ 17, với thị phần khá nhỏ, chỉ 1,2%. Quốc gia xuất khẩu lớn nhất nhóm hàng này sang Ý là Trung Quốc (29,7%); Đức (12,7%); Ba Lan (8,7%); Rumani (7,2%) và Pháp (5,9%).

Sản phẩm xuất khẩu chủ lực thuộc nhóm hàng (HS 94) là:

- Ghế ngồi (trừ các loại thuộc nhóm 94.02), có hoặc không chuyển được thành giường, và bộ phận của chúng (HS 9401)
- Đồ nội thất khác và các bộ phận của chúng (HS 9403)

Đạt giá trị xuất khẩu cao nhất năm 2017 là sản phẩm (HS 9401), với giá trị xuất khẩu hơn 20,3 triệu USD, tăng 4% so với năm 2016. Nhìn chung trong toàn giai đoạn 2013 – 2017, xuất khẩu trung bình tăng 7% về giá trị và 10% về khối lượng mỗi năm. Mức thuế trung bình Ý áp cho sản phẩm này của Việt Nam là 0%. Việt Nam là nhà cung cấp thứ 11 của Ý, với thị phần 1,7%. Các nhà cung cấp hàng đầu gồm: Trung quốc (29,1%); Rumani (15,6%); Ba Lan (11,1%); Đức (10,3%); Pháp (3,4%).

Sản phẩm (HS 9403) xuất khẩu từ Việt Nam sang Ý trong năm 2017 được Ý áp thuế 0%. Giá trị xuất khẩu đạt 18,6 triệu USD, chiếm thị phần 1,6% trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý. Nhà cung cấp lớn nhất (HS 9403) sang Ý là Trung Quốc (19,6%); Đức (15,2%); Ba Lan 11,1%); Pháp (7,7%) và Rumani (5,5%)... Việt Nam chỉ chiếm 1,6% thị phần và là nhà cung cấp thứ 14 của Ý. Giai đoạn năm 2013 – 2017, tăng trưởng xuất khẩu trung bình mỗi năm đều năm cả về giá trị lẫn khối lượng, với mức giảm tương ứng lần lượt là -3% và -4%. Riêng giai đoạn 2016 – 2017, xuất khẩu

tăng trưởng 5%.

➤ Việt Nam nhập khẩu hàng hóa từ Ý năm 2017

Trong năm 2017, xuất khẩu hàng hóa của Ý sang Việt Nam đạt giá trị hơn 1,3 tỉ USD, tăng trưởng 14% so với năm 2016.

Mức tăng trưởng xuất khẩu của Ý sang Việt Nam trong suốt giai đoạn 2013 – 2017 đạt mức trung bình hàng năm là 10%. Lượng hàng xuất khẩu sang Việt Nam chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Ý ra thế giới, với chỉ 0,3% trong năm 2017.

Việt Nam là quốc gia nhập khẩu thứ 57 các sản phẩm của Ý trên thế giới. Quốc gia nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Ý là Đức, với tổng giá trị nhập khẩu hơn 62,8 tỉ USD, chiếm 12,5% thị phần xuất khẩu của Ý; kế đến là Pháp (hơn 51,8 tỉ USD, 10,3%); Hoa Kỳ (45,6 triệu USD, 9,1%); Tây Ban Nha (26,1 tỉ USD, 5,2%); Anh (25,9 tỉ USD, 5,1%)...

➤ Các mặt hàng xuất khẩu chính của Ý sang Việt Nam trong năm 2017

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Trị giá (ngàn USD)		% tăng giảm năm 2013 - 2017	% tăng giảm năm 2016 - 2017
		2016	2017		
Tổng cộng		1.157.782	1.321.809	10	14
'84	Máy móc, lò phản ứng hạt nhân, lò hơi...	378.761	440.422	14	16
'41	Da sống (trừ da lông) và da thuộc	190.393	213.656	11	12
'85	Thiết bị điện – điện tử	70.351	89.003	-3	27

'30	Dược phẩm	39.316	50.507	5	28
'90	Dụng cụ, thiết bị và máy quang học...	28.735	35.369	15	23
'39	Nhựa và các sản phẩm làm bằng nhựa	21.135	29.244	7	38
51	Lông cừu, lông động vật loại mịn hoặc loại thô; sợi từ lông đuôi hoặc bờm ngựa và vải dệt thoi từ các nguyên liệu trên	22.359	27.160	16	21
02	Thịt và phụ phẩm dạng thịt ăn được sau giết mổ	23.711	26.564	55	12
'94	Đồ nội thất, bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nhồi tương tự; đèn và bộ đèn...	29.101	24.704	28	-15
47	Sản phẩm làm từ rơm, cỏ giấy hoặc từ các loại vật liệu tết bện khác; các sản phẩm bằng liễu gai và song mây	3.133	22.688	124	624

Nguồn: Trademap 2017

➤ Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam nhập khẩu từ Ý, tháng 9/2018

Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Số liệu tháng 9/2018		Cộng dồn đến hết tháng 9/2018	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
Tổng nhập khẩu			147.428.257		1.343.944.645

Thức ăn gia súc và nguyên liệu	USD		4.645.465		37.925.590
Nguyên phụ liệu thuốc lá	USD				187.993
Hóa chất	USD		1.385.985		12.792.770
Sản phẩm hóa chất	USD		4.947.246		43.996.119
Nguyên phụ liệu dược phẩm	USD		276.134		3.992.668
Dược phẩm	USD		18.621.510		149.302.374
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	USD		1.719.509		10.302.914
Chất dẻo nguyên liệu	Tấn	235	740.999	4.010	13.206.900
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		2.075.232		14.860.100
Sản phẩm từ cao su	USD		726.221		7.937.286
Gỗ và sản phẩm gỗ	USD		816.196		10.234.848
Giấy các loại	Tấn	583	940.846	4.229	7.512.967
Vải các loại	USD		6.095.651		74.275.275
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	USD		17.234.200		188.905.762
Sắt thép các loại	Tấn	325	645.498	4.016	6.091.197
Sản phẩm từ sắt thép	USD		2.712.440		22.556.924

Kim loại thường khác	Tấn	102	474.033	1.129	5.677.381
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		1.228.942		14.846.361
Hàng điện gia dụng và linh kiện	USD		833.825		7.583.079
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	USD		61.035.485		511.379.012
Linh kiện, phụ tùng ô tô	USD		172.148		1.838.071

Nguồn: Tổng Cục Hải quan

Cơ hội thâm nhập thị trường Ý

Hiện tại, chuỗi cung ứng từ Việt Nam sang Ý có quá nhiều các bên trung gian, nên để có thể hạ giá thành sản phẩm, doanh nghiệp Việt Nam cần có sự tương tác chặt chẽ với thị trường tiêu dùng Ý để nắm chắc tình hình nguồn cầu, từ đó mới có thể dự báo và lập kế hoạch cung ứng hiệu quả, hỗ trợ tích cực cho công tác xuất khẩu.

Việt Nam có nhiều doanh nghiệp, tập đoàn có thế mạnh trong ngành nông nghiệp, trong khi nhu cầu nhập khẩu các mặt hàng thực phẩm, nông sản của thị trường Ý lại rất lớn. Đây chính là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam có thể thâm nhập thị trường tiêu dùng Ý, và là cầu nối quan trọng tới thị trường châu Âu (EU).

Ý có nhiều thế mạnh về cơ khí chế tạo, đặc biệt là chế tạo máy công cụ cỡ nhỏ và vừa, cơ điện tử, thiết bị chế biến thực phẩm, máy móc cho các ngành da giày, may mặc, đồ gỗ, năng lượng mặt trời, nhiên liệu sinh học... Đồng thời, Ý cũng là quốc gia có nhu cầu nhập khẩu rất lớn về nông - thủy sản, không chỉ để đáp ứng tiêu dùng nội địa, mà còn của khách du lịch tới Ý hàng năm.

Song các doanh nghiệp Việt cần lưu ý là thuế giá trị gia tăng tại Ý rất cao, lên tới 22% với hầu hết các sản phẩm. Thêm nữa, việc xuất khẩu nhiều sản phẩm vào Ý vẫn phải

qua các đầu mối thương mại ở châu Âu, mà không trực tiếp từ các nước sản xuất. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt cần tính toán kỹ giá thành của sản phẩm để xuất khẩu cho phù hợp,

Khi xuất khẩu vào Ý cần đặc biệt quan tâm đến quy định đối với bao bì, nhãn mác sản phẩm. Để thâm nhập thành công thị trường Ý, các doanh nghiệp phải bảo đảm cả về chất lượng sản phẩm phù hợp với các tiêu chuẩn khắt khe của EU. Nghĩa là hàng hóa vừa phải bảo đảm nguồn gốc xuất xứ, mẫu mã bắt mắt, có sự khác biệt nhưng vẫn phải tương đồng với các tiêu chuẩn của châu Âu. Đây là vấn đề mấu chốt để hàng Việt có thể xâm nhập sâu hơn vào thị trường Ý cũng như EU.

Ngoài ra, doanh nghiệp cũng cần khảo sát kỹ thị trường Ý nhằm tiếp cận người tiêu dùng, xem thị hiếu tiêu dùng và tham gia các hội chợ tổ chức ở đây. Để tiện cho việc giới thiệu sản phẩm với doanh nghiệp Ý, ngoài việc cần phải có website, bảng báo giá, catalogue... tất cả bằng tiếng Anh, còn cần phải giữ liên lạc thường xuyên. Và khi sản phẩm được xuất khẩu trực tiếp vào thị trường Ý, doanh nghiệp Việt Nam sẽ bớt được các chi phí trung gian.

Đầu tư

Tiến trình hội nhập kinh tế sâu rộng của Việt Nam thông qua việc tham dự vào các khu vực mậu dịch thương mại tự do đã cho thấy cam kết của Chính phủ Việt Nam về một môi trường đầu tư minh bạch hơn, thông thoáng hơn và đó là điều mà các doanh nghiệp Ý coi trọng.

Các doanh nghiệp Ý đang quan tâm nhiều hơn tới thị trường Việt Nam nhờ những thay đổi đáng kể trong chính sách thu hút đầu tư và việc tham gia sâu vào kinh tế toàn cầu.

Đáng lưu ý, các nhà đầu tư Ý đánh giá rất cao khu vực thị trường ASEAN với 600 triệu người tiêu dùng và việc Ý mở rộng vốn đầu tư, thúc đẩy hoạt động kinh doanh tại Việt Nam là cách để họ đưa hàng hóa vào khu vực nhiều tiềm năng này. Thực tế cho thấy, ngành da giày Ý đã bắt đầu chuyển hướng sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam, trong khi nhiều tập đoàn công nghiệp lớn như Piaggio hay Danieli đã xây dựng

nhà máy ở Việt Nam và coi đây là địa điểm sản xuất và phân phối các sản phẩm của họ tới thị trường các quốc gia xung quanh.

Việt Nam được đánh giá là có sự phát triển vượt bậc trong những năm gần đây, nhất là dịch vụ hậu cần Logistics, sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Ý khi đầu tư vào Việt Nam. Với dân số trẻ, nhân công được đào tạo và có giá thành thấp, đặc biệt tốc độ tăng trưởng nhanh của giai cấp trung lưu và thượng lưu, Việt Nam là một điểm hấp dẫn các nhà đầu tư thương mại Ý. Việt Nam có vị trí chiến lược trong khu vực châu Á và ASEAN, là quốc gia có nhiều FTA nhất châu Á, đặc biệt EVFTA và Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) sắp có hiệu lực sẽ là cơ hội tốt cho các nhà đầu tư Ý.

➤ **Một số dự án trọng điểm mà các doanh nghiệp Ý đang hoạt động hiệu quả tại Việt Nam gồm:**

- Dự án Công ty TNHH Datalogic Scanning Việt Nam với tổng vốn đầu tư đăng ký là 46 triệu USD do Công ty Datalogic Scanning Group SRL đầu tư.
- Dự án Công ty TNHH Piaggio Việt Nam, đạt vốn đầu tư đăng ký là 45 triệu USD.
- Dự án Công ty TNHH dệt và nhuộm Hưng Yên với tổng vốn đầu tư đăng ký là 22,205 triệu USD, nhà đầu tư là Công ty TNHH 1 thành viên Carvico S.P.A.

➤ **Đầu tư của Ý phân theo ngành:**

Italia đã đầu tư vào 11 trên tổng số 21 ngành theo hệ thống phân ngành của Việt Nam, trong đó lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo đứng thứ nhất với 37 dự án, tổng vốn đầu tư là 318,93 triệu USD; tiếp theo là ngành nông lâm thủy sản với 1 dự án, tổng vốn đầu tư là 13,50 triệu USD. Còn lại là các dự án thuộc các lĩnh vực khác.

➤ **Đầu tư của Ý phân theo hình thức:**

Các nhà đầu tư Italia đầu tư chủ yếu vào hai hình thức chính là hình thức 100% vốn nước ngoài và hình thức liên doanh. Trong đó, hình thức 100% vốn nước ngoài thu

hút được nhiều dự án cũng như vốn đầu tư nhất với 50 dự án với tổng vốn đầu tư là 303,98 triệu USD; hình thức đầu tư liên doanh gồm 26 dự án với tổng vốn đầu tư là 52,53 triệu USD. Ngoài ra còn có hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh.

➤ **Đầu tư của Việt Nam sang Ý**

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê cho biết, trong 9 tháng năm 2018, Việt Nam đầu tư sang Ý với tổng vốn đầu tư là 46,8 triệu USD, chiếm 14,1% trong tổng số quốc gia, vùng lãnh thổ nhận đầu tư của Việt Nam.

➤ **Đầu tư của Ý vào Việt Nam**

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê cho biết, tính từ 01/01/2018 đến 20/10/2018, Ý là quốc gia thứ 47/105 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư trực tiếp vào Việt Nam. Số dự án cấp mới là 5, với vốn đăng ký cấp mới là 1,58 triệu USD. Số lượt góp vốn mua cổ phần là 14, với tổng giá trị góp vốn, mua cổ phần là 1,64 triệu USD. Tổng vốn đăng ký là 3,22 triệu USD.

Lũy kế số dự án Ý đầu tư tại Việt Nam còn hiệu lực tính đến ngày 20/10/2018 là 90 dự án, với tổng vốn đăng ký đầu tư là 388,617 triệu USD.

Chương 5: Các quy định và tiêu chuẩn thương mại

Thuế nhập khẩu

Biểu thuế tích hợp của cộng đồng châu Âu được gọi là TARIC (Tarif Intégré de la Communauté) đưa ra những qui tắc khác nhau áp dụng cho từng sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào Liên minh châu Âu hoặc, trong một số trường hợp, cũng được áp dụng đối với sản phẩm xuất khẩu ra khỏi khối này.

Để xác định xem liệu có cần phải có giấy phép cho một sản phẩm chuyên biệt, xin tham khảo TARIC.

Với biểu TARIC, có thể tìm kiếm theo quốc gia xuất xứ, mã HS và sự mô tả sản phẩm trang web của Tổng Cục Thuế và Liên minh Hải quan. TARIC được cập nhật hàng ngày tại:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/customs_tariff/index_en.htm

EU có một chính sách thuế quan chung từ năm 1992. trong đó thuế nhập khẩu được áp dụng cùng một mức trên phạm vi biên giới toàn EU: và một khi hàng nhập khẩu đã vào một nước thành viên thì có thể lưu thông tự do sang nước thành viên khác của EU. Các mức thuế nhập khẩu tùy thuộc vào loại sản phẩm nhập khẩu và quốc gia xuất xứ của sản phẩm. Các loại sản phẩm được liệt kê trong danh mục Hệ thống mã số HS EU có hỗ trợ ưu đãi thuế quan đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước đang phát triển theo Hệ thống thu đãi Thuế quan Phổ cập (GSP) và các hiệp định thương mại. Vì vậy việc xác nhận nguồn gốc của hàng hóa nhập khẩu (giấy chứng nhận xuất xứ - certificate of origin) là một trong những giấy tờ quan trọng nhất của bộ chống từ giao hàng khi thực hiện hợp đồng xuất khẩu hàng hóa sang Italia và EU.

Để tự vệ EU cũng có thể tăng thuế nhập khẩu một cách tạm thời nếu muốn hạn chế nhập khẩu một loại sản phẩm nào đó có khối lượng nhập khẩu tăng một cách đột biến vào thị trường EU và đe dọa gây tổn thất cho ngành sản xuất sản phẩm đó của mình. Tuy nhiên WTO đã thiết lập các quy tắc đa phương về việc sử dụng các công cụ tự vệ,

nhằm ngăn chặn chúng cho mục đích bảo hộ.

Ý là thành viên của EU, chịu ảnh hưởng rất lớn bởi chính sách thuế quan chung của EU. Nói chung, thuế nhập khẩu từ các nước ngoài EU vào EU có mức từ 5% đến 8%. trong đó đại đa số các mặt hàng thuộc dạng nguyên liệu thô được hưởng mức thuế 0%. Thuế giá trị gia tăng (VAT) có mức từ 0% đến tối đa 20%, tùy thuộc vào mặt hàng. Các mức thuế VAT cao được áp dụng cho đồ uống có cồn, thuốc lá đường và các sản phẩm dầu lửa.

Cách tra cứu mức thuế đối với từng loại sản phẩm nhập khẩu vào Italia. Truy cập website "Export Helpdesk for Developing Countries" <http://export-held.cec.eu.int> mục "Import Tariffs". Tìm mức thuế nhập khẩu áp dụng cho từng loại mặt hàng theo mã số HS. Ngoài ra, website này còn cung cấp các thông tin hữu ích khác đối với nhà xuất khẩu khi thực hiện xuất khẩu hàng hóa từ các nước đang phát triển sang Ý và EU như chứng từ khai hải quan; quy tắc về xuất xứ; thống kê trị giá, trọng lượng/số lượng hàng hóa xuất khẩu từ mỗi nước trên thế giới sang từng nước thuộc EU và cả EU những năm qua, v.v...

Chống bán phá giá

Chức năng chống bán phá giá của Italia thuộc Bộ phận quản lý Công cụ Bảo vệ Thương mại (Unità Gestione degli strumenti di Difesa Commercial) của Bộ Thương mại, phù hợp với luật lệ của EU, nhằm mục tiêu loại trừ việc nhập khẩu phá giá, bị cho là cạnh tranh không lành mạnh và gây ảnh hưởng xấu đến sản xuất nội địa. Chống phá giá là biện pháp phổ biến nhất trong bộ ba công cụ bảo vệ thương mại bình đẳng: chống phá giá, chống trợ cấp và tự vệ. Thông thường việc phá giá được coi là có liên quan đến việc nhập khẩu hàng hóa giá quá thấp hoặc dưới giá thành sản xuất, nhưng thực chất của vấn đề phức tạp hơn. Quy chế chống bán phá giá số 384/96 năm 1996 của EU đưa ra các qui định áp thuế chống bán phá giá nhưng chỉ khi nào có đầy đủ các điều kiện :

Phát hiện có bán phá giá: Giá bán của nước xuất khẩu sang nước khác dưới mức giá bán tại nội địa nước đó

Thiệt hại vật chất cho sản xuất công nghiệp của Cộng đồng. Việc nhập khẩu gây ra hoặc đe dọa của công nghiệp, như mất thị phần, buộc các nhà sản xuất sở tại phải giảm giá hàng và gây sức ép cho sản xuất, kinh doanh, lợi nhuận, năng suất của ngành đó ở nước sở tại

Lợi ích của Cộng đồng: các chi phí của Cộng đồng bỏ ra nhằm áp dụng các biện pháp phải không bất cân đối với lợi ích

Khi một ngành công nghiệp trong Cộng đồng thấy rằng việc nhập khẩu hàng bán phá giá từ những nước ngoài EU làm thiệt hại đối với ngành công nghiệp đó của mình, họ có thể khiếu nại trực tiếp lên EC hoặc thông qua chính phủ của mình. Sau đó EC sẽ có 45 ngày để kiểm tra khiếu nại, tham vấn các nước thành viên (có đại diện tại Ủy ban Tư vấn) và quyết định xem có đủ bằng chứng để tiến hành điều tra chính thức hay không. Việc khiếu nại sẽ bị bác bỏ nếu không đại diện tối thiểu 25% toàn bộ sản phẩm đó của EU.

Việc điều tra của Ủy ban sẽ là xác định có việc bán phá giá hay không, đó là một sự tính toán phức tạp, và cũng phải xem liệu việc nhập khẩu hàng bán phá giá đó ảnh hưởng đến ngành công nghiệp của nước đó hoặc ngành công nghiệp của nước đó ngành công nghiệp của Cộng đồng hay không. Các biện pháp cũng có thể được đặt ra nếu việc nhập khẩu có dấu hiệu dẫn đến thành lập một ngành công nghiệp mới trong phạm vi Cộng đồng, hoặc có sự đe dọa rõ ràng và lộ rõ sự thiệt hại vật chất. Việc điều tra thông thường kéo dài không quá 1 năm và trong bất kỳ trường hợp nào cũng phải hoàn thành trong 15 tháng.

Những biện pháp chống bán phá giá sẽ chỉ được tiến hành nếu nó được thể hiện là thuộc phạm vi quyền lợi rộng lớn của Cộng đồng. Những nhà sản xuất, nhà xuất khẩu, người sử dụng và người tiêu dùng có thể trình bày ý kiến của mình. Các nước thành viên phải được tham khảo ý kiến, và rồi trong vòng 60 ngày đến 9 tháng. Ủy ban có thể đưa ra mức thuế tạm thời. Thuế này không được vượt quá mức hạ giá (chênh lệch giữa giá thị trường nội địa nước xuất khẩu và giá tính ở thị trường EU). Thuế này có thể kéo dài từ 6 đến 9 tháng. Sau đó Ủy ban đã hoàn thành toàn bộ việc điều tra có thể đặt ra mức thuế cuối cùng sau khi tham khảo thêm các nước thành viên. Chỉ hội đồng

Bộ trưởng mới có quyền quyết định về vấn đề này. Mức thuế cuối cùng có giá trị trong 5 năm trước khi hết hạn. Tuy nhiên, nếu những nhà sản xuất của Cộng đồng cho rằng việc bỏ thuế rất có khả năng dẫn đến việc áp mức thuế mới thuế hoặc lại bán phá giá. Ủy ban có thể lại phải mở cuộc điều tra. Điều này có thể xảy ra nếu việc đặt ra mức thuế không có những tác dụng như mong muốn là loại bỏ thiệt hại, ví dụ: vì nhà xuất khẩu đã chịu các chi phí quá mức, hoặc cách thức thương mại đã thay đổi, .v.v. ..Điều này sẽ dẫn đến thay đổi mức thuế. Một Qui chế áp thuế chống phá giá có thể bị yêu cầu xét xử ngay ở Tòa án Châu Âu và (ở đó) thủ tục giải quyết tranh chấp của WTO có thể được sử dụng để giải quyết tranh chấp giữa các nước thành viên WTO.

Hạn ngạch

Hạn ngạch là hạn chế đối với hàng hóa nhập khẩu hoặc xuất khẩu., nhằm điều tiết nguồn cung cấp hàng hóa. Hạn ngạch trước đây được EU sử dụng rộng rãi để điều tiết nhập khẩu hàng dệt may của WTO, hạn ngạch nhập khẩu hàng dệt may vào EU được dỡ bỏ từ đầu năm 2005. Hạn ngạch nhập khẩu nông sản cũng đang được EU dỡ bỏ dần và thay thế bằng hạn ngạch thuế quan. Theo chế độ hạn ngạch thuế quan, một khối lượng hàng nhập khẩu nhất định được hưởng thuế quan nhập khẩu thấp, nếu vượt qua khối lượng này thì phải chịu mức thuế quan cũng có thể được áp dụng như một công cụ để chống bán phá giá

Rào cản thương mại

Trước đây thuế nhập khẩu vào EU, trong đó có Ý, luôn là rào cản thương mại chính, và là trọng tâm trong cuộc đàm phán nhằm tự do hóa thị trường. Nhưng trọng tâm này hiện đã được chuyển sang các rào cản khác như chống bán phá giá và hạn ngạch. Nhiều sản phẩm của Việt Nam đã bị EU áp thuế chống bán phá giá như giày dép, hàng thủy sản...vv

Các yêu cầu nhập khẩu và chứng từ

Nhiều thành viên thuộc khối EU vẫn duy trì một danh mục các loại hàng hóa bắt buộc phải có giấy phép nhập khẩu của riêng họ. Ví dụ, danh mục nhập khẩu của Đức bao

gồm các sản phẩm yêu cầu phải có giấy phép, mã hàng hóa, hạn ngạch nhập khẩu và cơ quan cấp giấy phép liên quan. Để biết thêm những thông tin liên quan đến rào cản thương mại của từng quốc gia thành viên, hãy tham khảo thêm cẩm nang Hướng dẫn Thương mại Quốc gia của từng thành viên liên minh châu Âu hoặc tìm kiếm trên trang thư viện nghiên cứu thị trường của Phòng Thương mại châu Âu tại địa chỉ <http://www.export.gov/mrktresearch/index.asp>.

➤ **Chứng từ nhập khẩu**

+ Chứng từ sản phẩm phi nông nghiệp

Mẫu tờ khai hải quan chính thức là Chứng từ Hành chính Duy nhất (SAD). Hiệp hội Thương mại Tự do châu Âu bao gồm các quốc gia Na Uy, Ailen, Thụy Sĩ, Lit-tan-stand cũng sử dụng chứng từ này. Tuy nhiên, các mẫu khác có thể được sử dụng cho mục đích này. Thông tin về các mẫu tờ khai xuất/ nhập khẩu được quy định tại Khoản VII của Quy định của Hội đồng Châu Âu (EEC) số 2454/93, mà đặt ra quy định cho việc thực hiện Quy định (EEC) số 2913/92 thành lập Luật Hải quan Cộng đồng (các điều khoản từ 205 đến 221). Các điều khoản từ 222 đến 224 hướng dẫn việc khai hải quan điện tử và các điều khoản từ 225 đến 229 hướng dẫn khai báo hải quan qua phỏng vấn.

Thông tin thêm về chứng từ xuất/ nhập khẩu có thể tìm thấy tại Khoản III của Quy

định số 2913/92 ban hành ngày 12 tháng 10 năm 1992, thành lập Luật Hải quan Cộng đồng (các điều khoản từ 37 đến 57). Hàng hóa được đưa qua cửa khẩu, từ khi được đem vào Ý, phải chịu sự giám sát của hải quan cho đến khi tất cả các thủ tục hải quan được hoàn tất.

Hàng hóa trình cho hải quan phải kèm tờ khai tóm tắt. Tuy nhiên, các nhà chức trách hải quan vẫn thường cho phép thời gian nhất định để gửi tờ khai, tuy nhiên không được quá một ngày làm việc sau ngày hàng hóa được trình cho hải quan.

Tờ khai tóm tắt có thể theo mẫu được quy định bởi các nhà chức trách hải quan. Tuy nhiên, các nhà chức trách hải quan có thể cho phép sử dụng chứng từ thương mại hoặc

chứng từ chính thức khác như tờ khai tóm tắt nhưng phải đảm bảo các chi tiết cần thiết để xác định hàng hóa. Hải quan Ý khuyến khích áp dụng khai báo hải quan điện tử.

Khai báo tóm tắt là bắt buộc đối với:

- Cá nhân mang hàng hóa vào lãnh thổ thuộc cộng đồng chung Châu Âu hoặc bất kỳ ai chịu trách nhiệm vận chuyển hàng hóa qua cửa khẩu.
- Cá nhân mà tên của họ được đề cập trong các hoạt động trên.
- Hàng hóa không thuộc khối EU được hải quan chấp thuận hoặc cho phép sử dụng. Khi hàng hóa có khai báo tóm tắt, thủ tục chấp thuận hoặc cho phép sử dụng phải được thực hiện trong vòng: 45 ngày kể từ ngày thực hiện khai báo hải quan tóm tắt trong trường hợp vận chuyển bằng đường biển.
- 20 ngày kể từ ngày thực hiện khai báo hải quan tóm tắt trong trường hợp hàng hóa vận chuyển không phải bằng đường biển.

Trong một vài trường hợp có lý do xác đáng, các nhà chức trách hải quan có quyền rút ngắn hoặc kéo dài khoảng thời gian thực hiện.

Luật Hải quan Mới (MCC) của cộng đồng chung Châu Âu kỳ vọng sẽ có hiệu lực thực hiện đầy đủ vào năm 2013 mặc dù có những quan ngại về thời hạn hiệu lực này sẽ khó khả thi do sự phức tạp của dự án này. Một vài điều khoản thực thi của MCC đã được áp dụng ví dụ như mã Đăng ký và Nhận dạng Các nhà hoạt động Kinh tế (EORI) trên toàn EU. MCC sẽ thay thế cho Luật Hải quan năm 12/10/1992 theo hướng hiện đại hóa, đơn giản thủ tục và tạo tiền đề cho việc thuận lợi trong kê khai của doanh nghiệp, giải quyết hồ sơ của hải quan bằng hệ thống điện tử nối mạng trong phạm vi toàn EU.

Xem thêm website của Luật Hải quan Châu Âu theo từng thời kỳ để cập nhật thêm thông tin tại:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/procedural_aspects/general/community_code/index_en.htm

+ **REACH**

REACH, “Đăng ký, Đánh giá, Cấp phép và Hạn chế Hóa chất”, là hệ thống kiểm soát hóa chất ở EU, có hiệu lực từ năm 2007 (Quy định 1907/2006). Hầu như tất cả các ngành công nghiệp, từ ngành công nghiệp xe ô tô đến ngành công nghiệp dệt may đều phải tuân theo các quy định này. REACH đòi hỏi hóa chất được sản xuất hoặc nhập khẩu vào EU với khối lượng trên 1 tấn mỗi năm phải đăng ký với cơ sở dữ liệu trung tâm thuộc Cơ quan Hóa chất châu Âu (ECHA).

Thông tin về thuộc tính của hóa chất, công dụng và cách xử lý an toàn phải được thể hiện trong quá trình đăng ký. Thời hạn đăng ký tiếp theo là trước ngày 31/5/2018. Các công ty nước ngoài không có đại diện tại châu Âu không thể đăng ký trực tiếp, việc đăng ký hóa chất phải được thông qua các nhà nhập khẩu hoặc các trụ sở đặt tại EU. Các ngành công nghiệp bị ảnh hưởng bởi quy định REACH:

- Công nghiệp hóa chất
- Công nghiệp dệt và da
- Chế biến nhựa
- Công nghiệp mỹ phẩm
- Công nghiệp thực phẩm
- Khai thác dầu khí
- Công nghiệp in ấn
- Công nghiệp đồ gỗ
- Công nghiệp sản xuất dụng cụ thể thao
- Công nghiệp đồ chơi
- Công nghiệp tái chế
- Công nghiệp điện tử
- Công nghiệp cơ khí

- Công nghiệp quang học
- Công nghiệp sản xuất máy móc thiết bị

Doanh nghiệp Việt Nam cần trang bị kiến thức và kinh nghiệm đầy đủ về quy định REACH vì quy định này có tác động đến hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các hàng hóa có chứa hóa chất (ở dạng bắt buộc phải có hoặc dạng hóa chất phát sinh ngoài ý muốn) sang thị trường châu Âu.

Luật Hóa chất tại Việt Nam chính thức có hiệu lực từ 1/7/2008 nhưng có sự khác biệt khá lớn so với quy định REACH. Trong khi cả hai đều có mục đích giống nhau là có những quy định đảm bảo sức khỏe cho con người, an toàn và bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, Luật Hóa chất của Việt Nam chỉ yêu cầu đăng ký các hóa chất mới, trong khi quy định REACH của EU bắt buộc đăng ký cả các loại hóa chất hiện hành và hóa chất mới, thậm chí phải đăng ký cả những hóa chất dự định sẽ sử dụng trong tương lai.

Về lĩnh vực, phạm vi điều chỉnh của Luật Hóa chất rộng rãi hơn, từ hoạt động hóa chất, an toàn hóa chất và quản lý nhà nước về hóa chất tại Việt Nam, REACH có phạm vi hẹp hơn là chỉ trong hoạt động xuất nhập khẩu hóa chất tại EU.

Việc áp dụng các quy định của REACH đặt ra nhiều khó khăn, thách thức đối với các doanh nghiệp. Đó là các doanh nghiệp phải tự xác định trong sản phẩm có những hóa chất gì và số lượng là bao nhiêu, trong sản phẩm của mình có những hóa chất gây hại (như chất gây ung thư, chất gây đột biến gen hoặc chất độc khi tái sản xuất) không? Nhiều thương hiệu, nhà bán lẻ và nhà nhập khẩu sẽ yêu cầu nhà cung cấp và nhà sản xuất của họ phải chứng minh chắc chắn rằng quy trình đang được áp dụng một cách chặt chẽ nhằm đảm bảo sự tuân thủ các quy định của REACH. Và để đạt được yêu cầu này, các doanh nghiệp phải nâng cấp hệ thống quản lý hóa chất trong sản phẩm của mình, đồng thời phải nghiên cứu nắm vững các quy định của REACH, từ đó đáp ứng các yêu cầu mà REACH đặt ra.

Theo quy định này, danh mục bắt buộc khai báo bao gồm tất cả các sản phẩm thuộc ngành công nghiệp liên quan đến tiêu dùng như hóa chất, nhuộm, in, vải sợi, may mặc, giày dép, đồ chơi, đồ điện tử, vật dụng trong nhà, đồ gỗ, mỹ phẩm, chất thơm trong

nền, sơn... Đây là những mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam.

Một số ngành sẽ chịu tác động lớn bởi quy định REACH, điển hình như dệt may. Ngành công nghiệp này thuộc số các ngành công nghiệp sử dụng nhiều hóa chất nhất hiện nay. Các loại sợi, vải, quần áo và các phụ kiện dệt may có thể chứa các loại hóa chất khác nhau như: thuốc nhuộm, hóa chất cơ bản, chất trợ dệt, các chất xử lý hoàn tất... do đó các nhà sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu và kinh doanh hàng dệt may có bán tại châu Âu đều phải xem xét và tuân thủ REACH.

Để đạt được các yêu cầu trong Quy định REACH, các doanh nghiệp có hàng hóa xuất khẩu vào EU phải nâng cấp hệ thống quản lý hóa chất trong sản phẩm của mình, đồng thời phải nghiên cứu nắm vững và cập nhật các quy định của REACH, từ đó đáp ứng các yêu cầu mà REACH đặt ra.

Theo thỏa thuận Trung tâm REACH/RoHS của EU sẽ đặt tại Cục Hóa chất, khi Trung tâm đi vào hoạt động chúng tôi sẽ có những hoạt động để các doanh nghiệp hiểu rõ hơn và áp dụng tốt hơn các quy định của REACH khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường châu Âu.

Nhà xuất khẩu Việt Nam xuất hàng sang EU nên xem xét danh sách các chất có nguy cơ cao của REACH. Để có thêm thông tin chi tiết, xem website Cơ quan Hóa chất châu Âu (ECHA):

http://echa.europa.eu/chem_data/authorisation_process/candidate_list_table_en.asp

+ Quy định WEEE và RoHS của châu Âu

Chỉ thị về chất thải điện, điện tử (WEEE) tập trung vào việc thu gom và tái chế các chất thải điện, điện tử. Chỉ thị Hạn chế sử dụng chất nguy hại (RoHS) đưa ra các quy định hạn chế việc sử dụng một số chất trong các thiết bị điện, điện tử, như chì, cadmi, và chất làm cháy chậm.

Theo Chỉ thị về WEEE, các nhà sản xuất phải chịu trách nhiệm thu gom, xử lý và tái chế chất thải từ các sản phẩm mới kể từ tháng 8 năm 2005.

Các nhà sản xuất có thể lựa chọn tự xử lý chất thải của mình hoặc tham gia vào một hệ thống xử lý chung. Chất thải từ các sản phẩm cũ là trách nhiệm chung của các nhà sản xuất hiện hành dựa trên thị phần của họ. Các nước thành viên phải đưa các quy định của WEEE vào luật của nước mình vào tháng 8 năm 2004, và thực thi chúng kể từ 13 tháng 8 năm 2005. Bắt đầu từ 1/7/2006, Quy định về hạn chế chất nguy hại RoHS đối với sản phẩm điện - điện tử sẽ được áp dụng ở tất cả các nước thành viên Liên minh châu Âu (EU). Theo đó, các doanh nghiệp Việt Nam muốn đưa mặt hàng nói trên vào EU phải đạt được tiêu chuẩn RoHS.

Hiện nay, ở EU các nhà sản xuất luôn bị kiểm soát rất chặt chẽ về hoạt động dễ gây nên ô nhiễm môi trường, đe dọa cuộc sống của người dân.

Thực tế cho thấy, hàm lượng thành phần các chất độc hại ngày càng được sử dụng nhiều trong thiết bị điện - điện tử và nó đã trở thành mối quan tâm hàng đầu trong chiến lược quản lý chất thải của EU. Do đó, EU luôn xem trọng các quy định về giảm thiểu các chất nguy hiểm trong sản xuất công nghiệp, các chính sách khuyến khích tái sử dụng hoặc tái chế phế phẩm và RoHS hay WEEE là những vấn đề của chính sách đó.

Về nguyên tắc, WEEE và RoHS không có nhiều khác biệt. Về phạm vi áp dụng, cả hai tiêu chuẩn RoHS và WEEE nếu áp dụng cho 10 loại thiết bị hoặc sản phẩm điện - điện tử gia dụng gồm: thiết bị điện gia dụng có kích thước lớn như tủ lạnh, máy giặt..., thiết bị nệm gia dụng có kích thước nhỏ như máy hút bụi, lò nướng..., thiết bị điện tử tiêu dùng như ti vi, radio, nhạc cụ điện tử..., thiết bị chiếu sáng...

Ngoài ra, các thiết bị điện - điện tử mới, có mức điện áp dưới 1.000 AC hoặc dưới 1.500 VDC, thì bóng đèn bầu và các thiết bị chiếu sáng trong nhà cũng thuộc phạm vi áp dụng của RoHS. Theo đó, Chỉ thị về RoHS cấm sử dụng 6 chất sau: chì (Pb), cadmium (Cd), thủy ngân (Hg), Hexavalentchromium (Cr+6), polybrominated biphenyls (PBB) và poly-brominated diphenyl ethers (PBDE) trong các sản phẩm kể trên. Đó là những chất thải huỷ hoại môi trường với mức độ lâu dài và đáng lo ngại, đặc biệt là chì.

Tuy nhiên, Chỉ thị về RoHS cũng có một số miễn trừ đối với những thiết bị điện - điện

tử như dụng cụ công nghiệp lớn, phụ tùng để sửa chữa, các sản phẩm điện - điện tử và các thành phần thay thế lưu hành trên thị trường trước ngày 1/7/2006.

Bắt đầu từ 1/7/2006, các cơ quan có thẩm quyền trong khối EU kiểm tra mà sản phẩm điện-điện tử không đáp ứng quy định này thì có thể áp dụng các hình phạt như không cho tiếp tục nhập khẩu, phạt tiền hoặc thu hồi sản phẩm.

+ Quy chế mỹ phẩm

Ngày 30/11/2009, EU đã thông quy một quy định với về sản phẩm mỹ phẩm được áp dụng kể từ ngày 11/7/2013. Luật này đưa ra một hệ thống trên toàn EU đối với khai báo sản phẩm mỹ phẩm và yêu cầu các công ty không có đại diện tại EU phải giới thiệu một người chịu trách nhiệm có trụ sở tại EU.

Ngoài ra, vào ngày 11 tháng 3 năm 2013, EU đã áp đặt một lệnh cấm phân phối trên thị trường đối với các sản phẩm mỹ phẩm có chứa thành phần đã thử nghiệm trên động vật. Lệnh cấm này không quy định áp dụng hồi tố nhưng sẽ áp dụng cho các thành phần mới. Đáng chú ý, tháng 3 năm 2013, Ủy ban Truyền thông công bố rằng lệnh cấm này sẽ không áp dụng cho các thành phần có dữ liệu an toàn đã thu được từ việc thử nghiệm theo quy định của luật pháp EU mà không có mục đích dành cho mỹ phẩm. Để biết thêm thông tin xem tại website:

<http://ec.europa.eu/consumers/sectors/cosmetics/animal-testing>

http://export.gov/europeanunion/accessingeumarketsinkeyindustrysectors/eg_eu_044318.asp

+ Chứng từ đối với hàng nông sản

▣ Chứng nhận kiểm dịch thực vật

Là yêu cầu bắt buộc đối với hầu hết các loại trái cây, rau quả tươi và các loại sản phẩm có nguồn gốc thực vật khác.

▣ Chứng nhận an toàn vệ sinh

Đối với những loại hàng hóa có nguồn gốc động vật, các nước EU đòi hỏi đi cùng với việc vận chuyển hàng hóa là giấy chứng nhận an toàn vệ sinh được cấp bởi cơ quan có thẩm quyền của quốc gia xuất khẩu. Điều khoản này áp dụng cho các loại hàng hóa bất kể là sản phẩm phục vụ con người hay không, kể cả phục vụ mục đích dược phẩm (ví dụ: sinh vật thú y, thức ăn gia súc, phân bón, nghiên cứu). Đa số các chứng nhận này đều được thống nhất áp dụng trên toàn EU nhưng tiến trình thống nhất vẫn chưa được hoàn thiện.

Trong giai đoạn chuyển tiếp, những quy định về nhập khẩu của từng nước thành viên tiếp tục được áp dụng. Ngoài giấy chứng nhận sức khỏe EU quy định về mặt pháp lý, một số giấy chứng nhận khác cũng đang được sử dụng trong thương mại quốc tế. Các giấy chứng nhận này, có thể được làm hài hòa theo pháp luật của EU, chứng thực xuất xứ cho mục đích thông quan đồng thời chứng nhận những thuộc tính chất lượng nhất định.

▣ **Chứng nhận an toàn vệ sinh (đối với thủy sản)**

Bên cạnh chứng nhận an toàn vệ sinh, tất cả các quốc gia thứ 3 muốn xuất khẩu sản phẩm thủy sản vào EU bắt buộc phải cung cấp giấy chứng nhận khai thác đánh bắt thủy sản. Giấy chứng nhận này xác nhận sản phẩm được khai thác hợp pháp tại nước xuất khẩu.

Để có các thông tin chi tiết về chứng từ nhập khẩu cho hàng hóa thủy sản có thể vào website: http://www.seafood.nmfs.noaa.gov/EU_Export.html

Tạm nhập

Nguyên vật liệu có thể tạm nhập vào Ý mà không phải chịu thuế nhập khẩu và thuế khác nếu nguyên vật liệu đó phục vụ cho việc sản xuất hoặc chế tạo ra sản phẩm xuất khẩu. Nhà nhập khẩu nộp 1 khoản tiền đặt cọc, thường thì theo các mẫu bảo lãnh có sẵn tại các ngân hàng hoặc các công ty bảo hiểm. Đến khi hàng thành phẩm được xuất đi thì khoản đặt cọc bảo lãnh này được thanh toán và tiền đặt cọc được trả lại.

- Hàng hóa tạm nhập để tái xuất cũng không phải chịu thuế và phí nhập khẩu theo sự

phê chuẩn của Hải quan Ý.

- Hàng mẫu không có giá trị thương mại cũng không phải trả thuế, phí.
- Tài liệu in quảng cáo phải chứng nhận "tài liệu quảng cáo - không có giá trị thương mại". Những hàng mẫu có giá trị thương mại cũng có thể không bị đánh thuế khi tuân thủ các điều kiện sau:
- Hàng mẫu được đảm bảo là nhập khẩu vào Ý chỉ để trưng bày và sẽ tái xuất chứ không để bán.
- Có chứng nhận xuất xứ bởi Phòng Thương mại và Công nghiệp chứng minh nguồn hàng.
- Có 1 khoản tiền đặt cọc hay trái phiếu được nộp thay cho thuế, phí khi tạm nhập. Khoản tiền này sẽ được trả lại khi hàng hóa được tái xuất.
- Phiếu đóng gói (bản sao) với đầy đủ các thông tin mô tả sản phẩm bao gồm giá trị, trọng lượng ...

Ý tham gia vào Công ước quốc tế để tạo thuận lợi hơn cho việc nhập khẩu tư liệu quảng cáo và mẫu thương mại. Mẫu thương mại có giá trị không đáng kể được nhập khẩu vào Ý để thúc đẩy tăng doanh số bán hàng được miễn thuế nhập khẩu và các loại thuế khác. Để xác định được mẫu này có giá trị đáng kể hay không thì giá trị của chúng được so sánh với một lô hàng thương mại tương tự. Để được miễn thuế, mẫu hàng có thể bị đánh dấu, đục lỗ, cắt hoặc một số cách thực khác để không thể bán được sau này.

Mẫu hàng nhập khẩu có giá trị thương mại khi tạm nhập vào Ý sẽ được miễn phí hải quan. Tuy nhiên, ký quỹ hoặc đặt cọc tiền mặt có thể được yêu cầu để đảm bảo rằng hàng hóa tạm nhập vào Ý sẽ được xuất ra khỏi nước này trong tương lai. Khoản đặt cọc này bằng tổng thuế nhập khẩu và các thuế thông thường khác cộng thêm 10%. Mẫu hàng tạm nhập có thể lưu lại trong thời gian tới 1 năm.

Tuy nhiên, chúng không được bán hay đưa vào sử dụng (trừ trường hợp để trưng bày), cũng như không được đưa vào sử dụng cho những hoạt động khác nhằm hưởng lợi.

Hàng hóa nhập khẩu dùng làm mẫu có thể chỉ được nhập khẩu đúng số lượng chỉ định căn cứ trên mục đích thương mại.

Hàng mẫu có đủ điều kiện miễn phí, nếu:

- Có giá trị không đáng kể (22 Euro hoặc ít hơn),
- Do yêu cầu của đơn đặt hàng đối với hàng hoá dùng làm hàng mẫu.
- Mỗi loại hàng chỉ có 1 mẫu duy nhất.
- Lô hàng không vượt quá 3kg (6,6 lbs)
- Tổng cộng số lượng hàng mẫu tối đa không quá 5 món
- Hàng mẫu được cung cấp trực tiếp từ nước ngoài

Hàng mẫu sẽ được tiêu thụ hoặc tiêu hủy, được đóng gói, đánh dấu đúng cách và không có giá trị sử dụng.

Trong thực tế, những lô hàng có giá trị vượt quá 2,582 EUR (\$3,380) không hề đơn giản để thông quan tại Ý.

Trong trường hợp này, khuyến cáo nên sử dụng dịch vụ của một đơn vị giao nhận địa phương.

Hàng hóa quá cảnh

Hàng hóa có thể thông quan bằng thủ tục quá cảnh tại EU. Thủ tục này là tài liệu quá cảnh áp dụng chung cho toàn EU và do đó hàng hóa có thể được vận chuyển một cách dễ dàng qua biên giới các nước thành viên EU. Những tài liệu quá cảnh này được các nhà vận chuyển hàng hóa tại Ý hoàn tất cho nhà nhập khẩu. Tài liệu quá cảnh tại EU cung cấp một cách rõ ràng quy trình vận chuyển hàng hóa chung trong lãnh thổ EU. Vì tài liệu quá cảnh là mẫu chung của EU, do vậy nhà nhập khẩu của EU, đơn vị khai thuê hải quan, đơn vị giao nhận, hoặc nhà bốc dỡ hàng nên chuẩn bị tài liệu này tại nơi nhập cảnh.

Gia công trong và ngoài nước

Gia công trong nước là việc nhập khẩu tạm thời nguyên vật liệu hoặc những sản phẩm cần thiết để sản xuất hoặc gia công thêm. Hàng hóa được nhập khẩu vào EU để gia công thêm và cuối cùng tái xuất ra khỏi EU được miễn thuế nhập khẩu.

Hàng tái xuất có thể được gia công từng phần hoặc toàn bộ. Thuế nhập khẩu và các thuế khác chỉ đánh trên những mặt hàng không được tái xuất mà cuối cùng được bán trên lãnh thổ EU.

Để được gia công trong nước, một công ty của Ý (hoặc EU) phải chứng minh với hải quan về tính cần thiết của việc sử dụng hàng hóa nhập khẩu thay vì sử dụng hàng hóa của EU; thể hiện rõ mục đích sẽ xuất khẩu hàng hóa được tạo ra từ các nguyên liệu đã nhập khẩu; và phải đảm bảo rằng, hàng tái xuất đáp ứng các quy định xuất khẩu; % sản phẩm được xuất khẩu.

Đối với gia công bên ngoài, một công ty của Ý có thể xuất hàng hóa ra nước ngoài để tăng hoạt động sản xuất hoặc gia công và sau đó tái nhập thành phẩm cuối cùng. Thuế nhập khẩu và các nghĩa vụ thuế khác chỉ đánh trên giá trị tăng thêm của thành phẩm cuối cùng khi hàng hóa đó được nhập khẩu trở lại Ý chứ không đánh lên tổng giá trị của lô hàng nhập. Chỉ có những công ty ở Ý hoặc các nước thành viên của EU mới được hưởng lợi thế của lựa chọn này sau khi được sự chấp thuận của các cơ quan hải quan.

Yêu cầu về nhãn mác và ký hiệu hàng hóa

Những yêu cầu về nhãn mác và ký hiệu hàng hóa tự nguyện và bắt buộc của EU được công bố trong báo cáo nghiên cứu thị trường, có thể xem tại địa chỉ: http://www.buyusainfo.net/docs/x_4171929.pdf.

Hàng cấm nhập và hạn chế nhập khẩu

Biểu thuế tích hợp của cộng đồng châu Âu (TARIC) bao gồm các quy định áp dụng cho từng sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào lãnh thổ EU hoặc trong một số trường hợp cũng được áp dụng đối với sản phẩm xuất ra khỏi khối này. Để xác định xem một

sản phẩm có bị cấm hay bị hạn chế nhập khẩu vào EU hay không, có thể kiểm tra sản phẩm theo các mã sau:

- CITES: Công ước về buôn bán các loài động vật, thực vật hoang dã nguy cấp
- PROHI: Tạm cấm nhập
- RSTR: Hạn chế nhập

Để biết thêm thông tin, hãy truy cập vào trang web của TARIC, xem phần các yêu cầu và chứng từ nhập khẩu theo đường dẫn:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/customs_tariff/index_en.htm

Các quy định hải quan và thông tin liên hệ

Website của Tổng vụ Liên minh Hải quan và Thuế quan (TAXUD):

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/index_en.htm

Những nỗ lực quản lý chủ yếu của Tổng vụ Liên minh Hải quan và Thuế quan châu Âu:

➤ Bắt đầu áp dụng hải quan điện tử

Giải quyết vấn đề phát triển, hiện đại hóa hải quan EU để cải thiện và tạo thương mại thuận lợi hơn tại giữa nước thành viên EU. Quản lý hải quan điện tử căn bản dựa trên ba nền tảng pháp lý quan trọng:

- Sửa đổi mã hải quan theo hướng nâng cao tính bảo mật và an toàn, nền tảng cho việc số hóa toàn bộ các quy trình liên quan đến bảo mật và an toàn
- Quyết định về môi trường không dùng giấy trong các thủ tục hải quan và thương mại (Quyết định hải quan điện tử), đưa ra khung cơ bản và thời hạn chót của dự án hải quan điện tử.
- Hiện đại hóa mã hải quan của liên minh châu Âu, cung cấp khung về việc hoàn

thành số hóa các cơ quan hải quan trong liên minh.

Có thể tìm hiểu thêm tại trang web:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/policy_issues/electronic_customs_initiative/electronic_customs_legislation/index_en.htm

➤ Định giá Hải quan

Hầu hết thuế nhập khẩu và thuế giá trị gia tăng (VAT) được tính toán theo một tỷ lệ phần trăm trên giá trị hàng hóa khi kê khai nhập khẩu. Vì vậy, ban hành một tiêu chuẩn về giá trị hàng hóa là cần thiết, điều này sẽ góp phần tính toán chính xác hơn cho khoản thuế nhập khẩu.

Mỗi năm EU nhập khẩu khối lượng hàng hóa rất lớn. Do đó, thật sự đáng quan tâm khi liệu con số này có được đo lường một cách chính xác, vì mục đích:

- Phân tích chính sách kinh tế - thương mại
- Các giải pháp áp dụng cho chính sách thương mại.
- Nguồn thu hợp lý từ thuế nhập khẩu và các loại thuế khác.
- Thống kê số liệu xuất khẩu và nhập khẩu

Những mục tiêu này có thể đạt được bằng cách sử dụng một công cụ duy nhất: quy định giá trị hàng hóa. EU áp dụng một khái niệm được quốc tế công nhận “định giá hải quan”.

Giá trị của hàng hoá nhập khẩu là một trong ba "yếu tố của hệ thống thuế" cung cấp cơ sở cho quá trình xác định các khoản nợ thuế phải trả cho hải quan các nước, là một thuật ngữ kỹ thuật về nghĩa vụ phải trả đã được định lượng, vấn đề còn lại là về nguồn gốc hàng hóa và các hàng rào thuế khác.

Đường dẫn:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/declared_goods/index_en.htm

➤ Hải quan và bảo mật

Vào cuối tháng 7 năm 2003, một loạt các biện pháp về bảo mật đã được trình lên Hội đồng nghị viện châu Âu. Những biện pháp này có thể được tìm thấy trong hai thông báo và một kiến nghị về điều chỉnh mã số hải quan của Cộng đồng EC. Gói giải pháp này cũng đưa ra những khái niệm cơ bản đi kèm mô hình quản lý bảo mật ngoài biên giới EU như là một hệ thống hài hòa rủi ro chung. Quy định về cải tiến hệ thống bảo mật đối với mã hải quan trên toàn EU số 648/2005 ngày 13 tháng 4 năm 2005 đã được xuất bản trên tạp chí chính thức của Cộng đồng chung châu Âu vào ngày 4 tháng 5 năm 2005.

Với sự cải tiến này, EU đã giới thiệu một số giải pháp thắt chặt công tác bảo mật cho hàng hóa khi xuất nhập qua biên giới. Các biện pháp này sẽ đồng nghĩa với việc kiểm tra hàng hóa nhanh hơn và đạt được mục tiêu tốt hơn so với trước. Những biện pháp này mang lại kết quả tích cực với cơ quan hải quan, công chúng và các ngành công nghiệp.

Những giải pháp này bao gồm 3 thay đổi chính đối với Mã hải quan:

- Yêu cầu các bên tham gia giao dịch cung cấp cho cơ quan hải quan những thông tin về hàng hóa trước khi nhập khẩu hoặc xuất khẩu ra khỏi liên minh châu Âu (xem quy định về Khai báo trước khi tới /trước khi rời).
- Cung cấp danh sách các bên giao dịch đáng tin cậy (xem Nhà điều hành kinh tế được ủy quyền - AEO)
- Giới thiệu một cơ chế để thiết lập bộ tiêu chí lựa chọn rủi ro của EU về kiểm soát, được hỗ trợ bởi hệ thống máy tính.

Đường dẫn:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/policy_issues/customs_security/index_en.htm

Thông tin liên lạc với các cơ quan hải quan có tại website:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/personal_tax/savings_tax/contact_points/index_en.htm

Các tiêu chuẩn

➤ Tổng quan

Các tiêu chuẩn về hàng nhập khẩu vào Ý hoàn toàn phù hợp với luật lệ của EU. Vì sự chặt chẽ của các tiêu chuẩn này, chúng cũng được coi là các rào cản thương mại (rào cản kỹ thuật). Có 2 loại tiêu chuẩn chủ yếu thực phẩm và đối với các hàng hóa phi thực phẩm, được sản xuất theo quy trình công nghiệp hoặc có hàm lượng sản xuất công nghiệp chiếm phần lớn, được gọi là hàng công nghiệp. Tiêu chuẩn đối với thực phẩm nhập khẩu chủ yếu là quy định về thể loại và hàm lượng các chất phụ gia thực phẩm và không chế dư lượng hóa chất, thuốc trừ sâu bệnh nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Tiêu chuẩn đối với hàng công nghiệp chủ yếu là quy định về các tiêu chuẩn an toàn.

Bộ tiêu chuẩn của liên minh châu Âu được thiết lập theo một cách tiếp cận mới là làm hài hòa các khác biệt giữa 27 quốc gia thành viên nhằm cho phép sự lưu thông tự do hàng hóa trong khu vực. Một đặc điểm của cách tiếp cận mới này là đánh dấu CE.

Danh sách các quy định theo cách tiếp cận mới này có thể tham khảo tại địa chỉ:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/europeanstandards/documents/harmonised-standards-legislation/list-references/index_en.htm

Trong khi việc hài hòa các quy định pháp luật của EU có thể nâng cao khả năng thâm nhập vào một thị trường nào đó của EU, các nhà sản xuất vẫn nên nhận thức rằng các quy định (bắt buộc) và các tiêu chuẩn kỹ thuật (tự nguyện) có thể vẫn đóng vai trò như là những rào cản thương mại nếu các tiêu chuẩn của Việt Nam có sự sai khác so với các tiêu chuẩn của EU.

Có 2 loại tiêu chuẩn chủ yếu thực phẩm và đối với các hàng hóa phi thực phẩm, được sản xuất theo quy trình công nghiệp hoặc có hàm lượng sản xuất công nghiệp chiếm phần lớn, được gọi là hàng công nghiệp. Tiêu chuẩn đối với thực phẩm nhập khẩu chủ

yếu là quy định về thể loại và hàm lượng các chất phụ gia thực phẩm và không chế dư lượng hóa chất, thuốc trừ sâu bệnh nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Tiêu chuẩn đối với hàng công nghiệp chủ yếu là quy định về các tiêu chuẩn an toàn.

➤ **Các tiêu chuẩn về nông nghiệp**

Việc thiết lập hệ thống các nguyên tắc và tiêu chuẩn hài hòa của EU đối với thực phẩm đã liên tục được thực hiện trong suốt vài thập niên qua, cho đến tháng 1 năm 2002 một bộ luật chung thiết lập các quy định áp dụng đối với thực phẩm của EU mới được công bố. Đạo luật này đưa ra quy định bắt buộc về khả năng truy xuất chuỗi thực phẩm và thức ăn vào ngày 1 tháng 1 năm 2005.

➤ **Các tổ chức tiêu chuẩn**

Các tiêu chuẩn của EU là kết quả của một quá trình dựa trên sự đồng thuận hoặc theo chỉ định từ Hội đồng EC dựa trên những bộ tiêu chuẩn độc lập đang được áp dụng ở cấp độ quốc gia, hay cấp độ khu vực của EU. Hiện EU khuyến khích các tổ chức phi chính phủ ví dụ như Hiệp hội Môi trường hay Hiệp hội Người tiêu dùng chủ động tham gia vào quá trình xác lập các tiêu chuẩn của EU.

Nhiều tiêu chuẩn của EU lấy từ những bộ tiêu chuẩn của quốc tế ví dụ như từ Tổ Chức Tiêu chuẩn Quốc tế (ISO). Việc thí điểm một tiêu chuẩn cụ thể của EU được đảm trách bởi 3 tổ chức tiêu chuẩn của EU:

- CENELEC- Hội đồng châu Âu về tiêu chuẩn hóa kỹ thuật điện tử

<http://www.cenelec.eu/Cenelec/Homepage.htm>

- ETSI– Viện Tiêu chuẩn Viễn thông châu Âu: <http://www.etsi.org/>

- CEN– Hội đồng tiêu chuẩn hóa châu Âu:

<http://www.cen.eu/cenorm/homepage.htm>

CENELEC, CEN và ETSI là 3 cơ quan tiêu chuẩn hoá của Châu Âu được coi là đủ năng lực trong việc tiêu chuẩn hoá kỹ thuật. Ba cơ quan này đã đưa ra các tiêu chuẩn

của Liên minh châu Âu (EU) trong từng lãnh vực riêng biệt và tạo ra "hệ thống tiêu chuẩn hoá Châu Âu". Hiện tại EU đang tạo ra các tiêu chuẩn thống nhất và hài hoà cho toàn EU đối với các lãnh vực sản phẩm chính nhằm thay thế hàng ngàn các tiêu chuẩn quốc gia khác nhau. Tuy nhiên các quốc gia thành viên được phép đưa ra thêm các yêu cầu cho ngành công nghiệp của mình. Tuy nhiên, nếu sản phẩm nào đáp ứng được những yêu cầu tối thiểu sẽ được cho phép lưu hành tự do tại EU.

Các tiêu chuẩn được tạo ra hay điều chỉnh bởi những chuyên gia thuộc các Hội đồng Kỹ thuật hoặc các Nhóm Công tác. Các thành viên của CEN và CENELEC là các cơ quan tiêu chuẩn quốc gia của các nước thành viên, vốn có những hội đồng phản chiếu để điều hành và tham gia vào quá trình chuẩn hóa các quy định của EU. Các tiêu chuẩn CEN và CENELEC được bán bởi các cơ quan tiêu chuẩn của từng quốc gia thành viên. ETSI có một vai trò quan trọng trong việc phát triển hàng loạt tiêu chuẩn và các tài liệu kỹ thuật khác.

Đây được xem như là sự đóng góp của châu Âu đối với việc tiêu chuẩn hóa trên toàn thế giới trong lĩnh vực viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông. Mục tiêu chính của ETSI là hỗ trợ cho sự hài hoà trên toàn cầu thông qua việc lập ra một diễn đàn mà trong đó tất cả các thành viên chủ chốt có thể đóng góp các ý kiến xây dựng các chuẩn. ETSI được Ủy ban châu Âu và Hiệp hội tự do thương mại châu Âu EFTA (European Commission and the European Free Trade Association) chính thức thừa nhận.

Ngoài 3 tổ chức phát triển tiêu chuẩn, Ủy ban châu Âu đóng vai trò quan trọng trong quá trình tiêu chuẩn hóa thông qua tài trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các tổ chức phi chính phủ ví dụ như các nhóm môi trường hay người tiêu dùng tham gia vào quá trình tiêu chuẩn hóa.

Hệ thống các tiêu chuẩn chung của EU được đánh giá là sâu và rộng, được áp dụng vượt ra ngoài biên giới của EU để bao gồm cả các thành viên liên kết (những quốc gia hy vọng sẽ trở thành thành viên đầy đủ của EU trong tương lai) như Albani, Belarus, Macedonia và Thổ Nhĩ Kỳ. Một dạng khác, được gọi là “cơ quan tiêu chuẩn hóa đối tác” bao gồm tổ chức tiêu chuẩn hóa của Úc, mà không thể trở thành thành viên của

CEN hoặc thành viên liên kết vì những lý do địa lý cũng như chính trị.

Nhiều quốc gia khác là mục đích nhắm tới của chương trình hỗ trợ kỹ thuật mở rộng của EU, nhằm xuất khẩu các quy định kỹ thuật và tiêu chuẩn EU sang các nước đang phát triển, đặc biệt các nước thuộc Địa Trung Hải, các nước Balkan, châu Phi, cũng như các chương trình cho Trung Quốc và châu Mỹ La-Tinh.

Để biết thêm về những gì CEN và CENELEC sẽ chuẩn hóa trong tương lai, hãy truy cập trang web của họ. Trang “các lĩnh vực” của CEN cung cấp cái nhìn tổng quan theo khu vực và/ hoặc ủy ban kỹ thuật trong khi đó CENELEC đưa ra khả năng tiếp cận dữ liệu của nó. Cổng thông tin của ETSI sẽ giới thiệu các hoạt động đang diễn ra: http://portal.etsi.org/Portal_Common/home.asp

Với yêu cầu cần phải thích nghi nhanh hơn những nhu cầu của thị trường, các tổ chức tiêu chuẩn châu Âu đang tìm kiếm các “sản phẩm chuyển giao mới”, đó là những sản phẩm tiêu chuẩn nhưng được chuyển giao trong khung thời gian ngắn hơn. Một vài trong số những “sản phẩm chuyển giao mới” này đã được đưa vào quy định của EU, với kỳ vọng rằng chúng sẽ là nền tảng cho các tiêu chuẩn trên toàn lãnh thổ EU.

Đường dẫn: <http://www.cen.eu/cenorm/products/cwa/index.asp>

➤ **Đánh giá sự phù hợp**

Đánh giá sự phù hợp là một bước bắt buộc cho các nhà sản xuất trong quá trình tuân thủ những quy định pháp luật cụ thể của EU. Mục đích của việc đánh giá sự phù hợp là để đảm bảo tính thống nhất của việc tuân thủ trong tất cả các giai đoạn, từ thiết kế đến sản xuất để nâng cao khả năng được chấp nhận của sản phẩm cuối cùng. Quy định về sản phẩm của EU mở cho các nhà sản xuất một vài lựa chọn liên quan đến việc đánh giá sự phù hợp dựa trên mức độ rủi ro khi sử dụng sản phẩm của họ. Các cấp độ từ tự chứng nhận, có hệ thống kiểm soát chất lượng sản xuất và phân loại sản phẩm, đến hệ thống bảo đảm chất lượng toàn diện. Cơ quan đánh giá sự phù hợp của từng quốc gia thành viên EU được liệt kê trong NANDO, trang web của Ủy ban châu Âu:

<http://ec.europa.eu/enterprise/newapproach/nando/>

Để thúc đẩy sự chấp thuận của thị trường cho sản phẩm cuối cùng, hiện có một số chương trình đánh giá sự phù hợp tự nguyện. Hệ thống chứng nhận của CEN bao gồm các loại chứng chỉ là Keymark, CENCER mark và CWA. CELENEC có các tiêu chuẩn riêng của nó trong khi ETSI không cung cấp dịch vụ đánh giá sự phù hợp.

➤ Chứng nhận sản phẩm

Để bán được sản phẩm tại thị trường 27 quốc gia thành viên EU cũng như tại NaUy, Liechtenstein, và Ailen, hầu hết các sản phẩm phải có dấu CE (European Conformity). CE là nhãn hiệu bắt buộc đối với hàng hoá (theo quy định) và được coi như hộ chiếu thương mại vào thị trường EU. Trước hết, CE chú trọng đến vấn đề an toàn cho người tiêu dùng và bảo vệ thiên nhiên hơn là đến chất lượng của sản phẩm.

CE là bắt buộc đối với các sản phẩm, được quy định tại 25 nước EU thậm chí tại cả các nước Ailen, Liechtenstein và Na Uy.

Hiện tại nhiều doanh nghiệp điện, điện tử khi xuất khẩu các sản phẩm cho thị trường EU cần phải có dấu CE trên nhãn. Nhãn hiệu CE (European Conformity) là nhãn hiệu bắt buộc đối với một số hàng hóa theo quy định áp dụng cho hàng hóa được sản xuất hoặc nhập khẩu vào Liên minh châu Âu (EU).

Trang web của Ủy ban châu Âu <http://ec.europa.eu> có phần hướng dẫn về những quy định này kể cả thông tin về những văn bản hướng dẫn luật pháp nào của châu Âu yêu cầu phải có nhãn hiệu CE in trên mặt hàng quy định.

Có thể có nhãn hiệu CE theo hai cách. Thứ nhất là nhà sản xuất Việt Nam cử một đại diện có thẩm quyền ở các nước thành viên EU, chịu trách nhiệm xin dấu CE cho doanh nghiệp. Thứ 2 là ủy quyền cho một cơ quan, công ty nước ngoài (có thể là nhà nhập khẩu) trực tiếp đứng ra xin dấu CE cho doanh nghiệp.

Các loại sản phẩm yêu cầu có nhãn CE: Đồ chơi, máy móc, thiết bị điện, thiết bị điện tử, thiết bị y tế, thiết bị bảo hộ cá nhân, thiết bị áp lực, thiết bị y tế cấy ghép, thiết bị y tế chẩn đoán trong ống nghiệm, thiết bị vô tuyến và viễn thông đầu cuối, bình áp lực đơn giản, các dụng cụ đốt cháy nhiên liệu khí gas, thang máy, các thiết bị dùng

cho ngành giải trí, thiết bị cân không tự động, các đường cáp treo, các thiết bị và máy xây dựng, các loại thuốc nổ dân dụng, các thiết bị và hệ thống bảo vệ phòng chống cháy nổ, bình đun nước nóng.

Trong giai đoạn hiện nay EU được coi là một trong những khu vực có yêu cầu cao về an toàn, sức khỏe và bảo vệ môi trường, nhãn CE ngày nay ở nhiều nước được coi là một chuẩn mực về đảm bảo an toàn, sức khỏe và bảo vệ môi trường. Vây dán nhãn CE là một hình thức đánh giá chất lượng của sản phẩm đối với người tiêu dùng (không ai muốn dùng đồ mất an toàn, hại sức khỏe hay ô nhiễm cả).

Do khủng hoảng kinh tế tại châu Âu, nhu cầu từ cộng đồng châu Âu về chuyển dịch sản xuất, tìm kiếm sản phẩm thay thế ở những khu vực còn nhiều tài nguyên, nhân lực như ở châu Á, Việt Nam là rất lớn, việc dán nhãn CE sẵn là lợi thế cho nhà sản xuất chạy đua tìm kiếm các khách hàng tương lai ở châu Âu.

Như vậy, có thể thấy, việc dán nhãn CE là một lợi thế cạnh tranh cho nhà sản xuất để tiếp cận thị trường châu Âu, bước mở cửa ra thế giới cho các doanh nghiệp Việt Nam.

➤ **Phê chuẩn**

Kiểm tra độc lập và chứng nhận phòng thí nghiệm được biết đến như là những cơ quan có thẩm quyền phê chuẩn chính thức trong việc kiểm tra và chứng nhận theo các yêu cầu của EU. “Cơ quan Phê chuẩn của Châu Âu” (<http://www.european-accreditation.org/content/home/home.htm>) là một tổ chức đại diện cho cơ quan phê chuẩn quốc gia được công nhận. Cơ quan phê chuẩn châu Âu được mở tại những quốc gia thuộc khu vực địa lý châu Âu và hoạt động theo một hệ thống phê chuẩn tương thích với quy định EN45003 hoặc ISO/IEC Guide 58.

➤ **Công bố các quy chuẩn kỹ thuật**

Tạp chí Official Journal là công báo chính thức công bố các quy chuẩn kỹ thuật của Liên minh châu Âu. Nó được xuất bản hàng ngày trên internet và bao gồm cả luật dự thảo và luật đã được thông qua cũng như án lệ, các nghiên cứu của các hội đồng...vv (<http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do>).

Các nước thành viên của tổ chức thương mại thế giới WTO phải tuân thủ Hiệp định về hàng rào kỹ thuật thương mại (TBT). Hiệp định quy định nghĩa vụ của các thành viên WTO nhằm đảm bảo các quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn, thủ tục đánh giá sự phù hợp không tạo ra những cản trở không cần thiết đối với thương mại.

➤ **Nhãn mác và ký hiệu**

Hàng hóa nhập trực tiếp vào Ý phải có nhãn mác bằng tiếng Ý và không được có hại cho sức khỏe của người tiêu dùng cũng như gia súc, cây trồng. Nói chung các quy định này thống nhất với quy định của EU với những yêu cầu cơ bản là: Tên sản phẩm, Tên địa chỉ của nơi sản xuất, đóng bao nơi xuất khẩu hoặc nhập khẩu.

- Nước xuất xứ
- Thành phần (theo thứ tự giảm dần về trọng lượng)
- Độ còn (đối với thực phẩm chứa 1,2% lượng còn trở lên)
- Trọng lượng 1 thể tích theo hệ mét
- Tên chất phụ gia
- Điều kiện bảo quản
- Thời hạn sử dụng
- Hướng dẫn cách sử dụng đặc biệt.

Đối với hàng công nghiệp, EU điều hành và kiểm soát sự tôn trọng tiêu chuẩn an toàn theo các văn bản luật riêng và cụ thể của Liên minh (ví dụ tiêu chuẩn an toàn đối với đồ chơi hoặc các sản phẩm kỹ thuật cao). Mác CE (CE Mark là nhãn hiệu bắt buộc đối với sản phẩm công nghiệp sử dụng trên thị trường EU. Nhãn hiệu này biểu thị sản phẩm đó được xác định là phù hợp với các yêu cầu của hơn 20 chỉ dẫn về Mác CE (CE Marking Directives) và các tiêu chuẩn kỹ thuật của En. Do đó Mác CE là một yêu cầu cần thiết và quan trọng đối với các nhà sản xuất khi đưa sản phẩm ra tiêu thụ trên thị trường EU. Để được chứng nhận đủ tiêu chuẩn cấp nhãn Mác CE, các nhà sản xuất

trên hệ và gửi yêu cầu cho các văn phòng được EU ủy quyền, ví dụ Văn phòng TUV ở Đức Mác CE có thể được gắn vào bao bì nếu đặc tính của sản phẩm không cho phép gắn trực tiếp lên sản phẩm đó. Mác CE không áp dụng cho đồ gỗ, hàng dệt may và đồ da. EU có các chỉ dẫn cụ thể về các tiêu chuẩn kỹ thuật phải đạt được khi xin cấp chứng nhận Mác CE đối với các hàng hoá công nghiệp được xếp theo nhóm như sau:

- Thiết bị điện và điện tử.
- Thiết bị điện sử dụng điện xoay chiều có hiệu điện thế 50 - 1 000 V và điện một chiều 75 - 1 500 V.
- Thiết bị bảo vệ an toàn hoặc linh kiện và việc lắp đặt các thiết bị, linh kiện này
- Thiết bị, dụng cụ, vật tư y tế sử dụng cho mục đích chuẩn đoán, phòng bệnh, điều trị cho người.
- Đồ chơi: Các sản phẩm và vật liệu sản xuất đồ chơi cho trẻ em dưới 14 tuổi.
- Thiết bị bảo vệ tránh nguy hiểm và phụ kiện, phụ tùng dùng cho con người mặc hoặc mang.
- Các thiết bị phát sóng và linh kiện, thiết bị thông tin có thể kết nối với mạng viễn thông.
- Bình chứa, ống dẫn và phụ kiện và việc lắp đặt, chịu áp suất tối đa 0,5 bar.
- Bình chứa có mối hàn chịu áp suất trên 0,5 bar, dùng chứa không khí hoặc các khí không cháy.
- Các thiết bị và hệ thống bảo vệ sử dụng trong môi trường dễ cháy nổ
- Các thiết bị, dụng cụ sử dụng lâu dài trong thi công xây dựng.
- Các thiết bị y tế có nguồn điện bên ngoài được đưa vào cơ thể người dùng để điều trị bệnh.
- Các thiết bị xét nghiệm y tế.

- Thuyền, ca nô có chiều dài 2,5 - 24 m dùng cho mục đích thể thao, du lịch được chế tạo thủ công một phần.
- Thang máy nâng chuyển người và vật liệu phục vụ thi công xây dựng có độ nghiêng tối đa 150
- Thiết bị đo lường do người điều khiển.
- Thiết bị gia nhiệt, đun nấu, đun nước nóng bằng gas tủ lạnh; máy giặt (dùng nước nóng không quá 1050C thiết bị Chiếu Sáng và các linh phụ kiện lắp đặt
- Thiết bị đun nước nóng, công suất 4 - 400 KW, vận hành bằng gas lỏng.
- Vật liệu nổ thuộc cấp 1 theo khuyến cáo của Liên Hợp Quốc về Vận chuyển hàng nguy hiểm.
- Tủ lạnh, tủ đông, thùng bảo quản thực phẩm lạnh đông có chức năng riêng rẽ hoặc kết hợp
- Bao bì và thải loại bao bì
- Hệ thống điều khiển xe lửa tốc độ cao
- Các thiết bị hàng hải

➤ **Nhãn sinh thái**

Nhãn sinh thái của quốc gia và EU dựa trên cơ sở đánh giá trên toàn chu kỳ sống của sản phẩm và áp dụng cho nhiều loại sản phẩm. Trong khi những nhãn hiệu cho từng sản phẩm có thể có những giới hạn và chỉ được áp dụng cho 1 sản phẩm, 1 nhóm sản phẩm hoặc 1 tiến trình sản xuất riêng biệt.

Nhãn sinh thái tăng khả năng cạnh tranh cho hàng xuất khẩu vào EU.



Nhãn sinh thái (hay còn gọi là nhãn xanh, nhãn môi trường) có thể được hiểu là các nhãn mác của sản phẩm, dịch vụ cung cấp thông tin cho người tiêu dùng về sự thân thiện với môi trường hơn so với các sản phẩm, dịch vụ cùng loại. Nói một cách khác nhãn sinh thái là sự công bố bằng lời hoặc ký hiệu hay sơ đồ nhằm chỉ rõ các thuộc tính môi trường của sản phẩm và dịch vụ. Qua đó, người tiêu dùng và khách hàng có nhiều thông tin hơn về các tác động của sản phẩm hoặc dịch vụ đối với môi trường và sức khỏe con người, vì họ ngày càng có nhận thức cao hơn đối với những vấn đề môi trường. Những lý do này làm cho ngày càng có nhiều người tiêu dùng muốn chuyển tải những nhận thức của họ qua sự thay đổi về ý thức mua hàng, trở thành “người tiêu dùng xanh.”

Mục đích của nhãn sinh thái là khuyến khích việc sản xuất và tiêu dùng những sản phẩm thân thiện với môi trường, xây dựng ý thức bảo vệ môi trường trong xã hội gắn với lợi ích kinh tế của các doanh nghiệp. Điều đó có nghĩa nhãn sinh thái là một lĩnh vực mà các lợi ích kinh tế - môi trường chủ yếu có thể được nhận qua việc khai thác mối quan tâm đến môi trường của người tiêu thụ sản phẩm.

Sự ra đời của nhãn sinh thái có mục đích giúp cho người tiêu dùng nhận biết được những tính năng thân thiện với môi trường của sản phẩm hoặc dịch vụ, để từ đó đưa ra sự lựa chọn của mình. Nếu sản phẩm được cấp nhãn sinh thái càng ngày càng được nhiều người tiêu dùng lựa chọn, điều đó chứng tỏ nó đã khuyến khích các công ty thay đổi qui trình công nghệ nhằm đáp ứng được các tiêu chí môi trường và yêu cầu của người tiêu dùng, hay nói một cách khác là đạt được kết quả sản xuất và tiêu dùng bền vững.

➤ **Nhãn sinh thái EU Ecolabel/Hoa môi trường (biểu tượng bông hoa)**

Là nhãn hiệu sinh thái của châu Âu, cấp cho hàng hoá/dịch vụ, không gồm thực phẩm, đồ uống, dược phẩm, là dấu hiệu nhận biết sản phẩm dịch vụ có tác động đến môi trường giảm hơn sản phẩm cùng loại, đáp ứng tập hợp các tiêu chí môi trường công bố bởi các quốc gia thành viên EU.

Chương trình được sửa đổi 3 lần vào các năm 1996, 2000 và 2005, từ hàng hoá đã mở

rộng đến dịch vụ, cho phép cấp nhân cho đại lý, đưa ra cách tính lệ phí mới với sự miễn giảm cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, tăng tính minh bạch và sự tham gia của các bên liên quan trong quá trình xây dựng tiêu chí kỹ thuật. Đây là một phần trong chiến lược “thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững”, là công cụ tự nguyện dựa trên nguyên tắc thị trường. Nhãn sinh thái EU là biểu tượng duy nhất của chất lượng môi trường được chứng nhận bởi một tổ chức độc lập và có hiệu lực ở khắp châu Âu, giúp đáp ứng sự kỳ vọng của khách hàng. Nhãn sinh thái EU nâng cao các yêu cầu về môi trường và nhận thức của các cá nhân sử dụng hàng hoá dịch vụ, sử dụng các nhà cung cấp dịch vụ thân thiện với môi trường.

➤ **Mục tiêu của nhãn bông hoa nhằm:**

Khuyến khích ngành công nghiệp đẩy mạnh việc thiết kế, sản xuất, tiếp thị và sử dụng các sản phẩm ít tác động đến môi trường.

Cung cấp cho người tiêu dùng thông tin đầy đủ về tác động môi trường của sản phẩm, sản phẩm không gây hại hay an toàn cho người lao động hoặc là ảnh hưởng đáng kể tới chất liệu tạo ra sản phẩm phù hợp cho việc sử dụng.

Kế hoạch dán nhãn nhằm hướng dẫn các nhà sản xuất phương pháp phân biệt và đề cao sản phẩm của họ, lợi thế cạnh tranh với sự gia tăng khách hàng thương mại đang tìm kiếm những loại sản phẩm hàng hoá đáp ứng các tiêu chuẩn cao về môi trường.

Kế hoạch cũng tạo cho người tiêu dùng khả năng nhận biết và lựa chọn sản phẩm được sản xuất thân thiện với môi trường.

Nhãn bông hoa có lợi thế ở khắp châu Âu, có hiệu lực ở các quốc gia thành viên EU, cũng như ở Na Uy, Iceland và Liechtenstein. Các sản phẩm mang nhãn sinh thái EU có khả năng thu hút hơn 450 triệu người tiêu dùng. Trong Ủy ban châu Âu, chương trình dán nhãn sinh thái chịu sự chỉ đạo của Ban tổng giám đốc về môi trường. Chương trình xây dựng nội dung mục tiêu chung của Ủy ban châu Âu nhằm khuyến khích tiêu thụ và sản xuất bền vững ở khu vực châu Âu.

Vào tháng 9/2000 kế hoạch được công bố lại theo Quy định 980/2000 về việc mở rộng

phạm vi sử dụng nhãn sinh thái, bao gồm các dịch vụ như khách sạn, các sản phẩm hàng hoá và cho phép các nhà bán lẻ áp dụng nhãn bông hoa.

Yêu cầu mỗi quốc gia thành viên EU thiết lập một cơ quan có năng lực để thực hiện kế hoạch cấp nhãn sinh thái ở quy mô quốc gia. Các cơ quan này phải độc lập, tiếp nhận đơn xin cấp nhãn sinh thái châu Âu và đưa ra quyết định cho các sản phẩm đáp ứng được bộ tiêu chuẩn quy định. Chương trình cũng đóng vai trò nâng cao nhận thức về kế hoạch giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng.

Kế hoạch lựa chọn nhãn sinh thái chỉ được cấp cho những sản phẩm ít gây tác động môi trường nhất trong hàng loạt sản phẩm. Chúng loại sản phẩm được xác định để những người tiêu dùng có thể so sánh ví dụ như việc áp dụng nhãn cho loại túi đựng rác cũng được kiểm tra tiêu chuẩn đối với loại túi giấy. Tiêu chuẩn có thể được áp dụng cho các loại sản phẩm, hàng hoá và các dịch vụ ít gây tác động môi trường hơn các sản phẩm cùng loại. Đó là một kế hoạch tự nguyện và không có quy định ràng buộc đối với các nhà sản xuất áp dụng việc dán nhãn.

Các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các mặt hàng thủy sản đông lạnh như tôm, cá tra, cá basa vào thị trường một số nước thuộc Liên minh châu Âu (EU) phải đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm và các quy định đảm bảo về môi trường. Đối với các doanh nghiệp, chi phí cho việc đáp ứng các loại tiêu chuẩn môi trường áp dụng trong thương mại có thể lên tới 20% tổng chi phí.

➤ **Yêu cầu về dán nhãn sinh thái đối với hàng hoá**

Yêu cầu này có tác động đối với hoạt động thương mại trên những góc độ khác nhau, đem đến những tác động bất lợi đối với các loại sản phẩm nhập khẩu bị phân biệt đối xử và có thể coi đây là rào cản kỹ thuật đối với thương mại.

Yêu cầu về nhãn sinh thái đối với các ngành giấy, đồ thủ công, mỹ nghệ có thể ảnh hưởng lớn hơn so với các lĩnh vực khác vì nó liên quan đến tài nguyên rừng. Hàm lượng khí thải từ máy giặt, điều hoà có thể làm ảnh hưởng tới tầng ô-zôn vì phải tuân thủ các quy định của Nghị định thư Montreal về các chất làm suy kiệt tầng ô-zôn, quy định cấm này căn cứ vào quá trình sản xuất. Đây là yếu tố rất quan trọng trong khuôn

khổ các ưu tiên và các chính sách mua sắm nguyên, nhiên vật liệu của các nhà nhập khẩu tại các quốc gia phát triển. Các logo dán nhãn sinh thái sẽ được gắn cho loại sản phẩm nào thoả mãn các tiêu chí đặt ra cho nhóm sản phẩm đó. Thực phẩm và đồ uống, dược phẩm không nằm trong phạm vi cấp nhãn của EU.

Có 9 nhóm sản phẩm được gắn nhãn của EU là: máy giặt; chất phụ gia bón cho đất; giấy toilet; bột giặt cho đồ dệt; sơn vẽ - véc ni nội thất; len và áo phông; giấy phôi tô; tủ lạnh - tủ đá. Gần đây có 16 nhóm sản phẩm đang được chuẩn bị cho việc xây dựng tiêu chí là: chất cách ly; chất tẩy rửa bát đĩa; (dùng cho máy và dùng tay); chất làm sạch trong gia đình; pin và ắc quy; gạch - đồ gốm; keo xịt tóc; dầu gội đầu; máy tính cá nhân; ô tô; giày; sản phẩm dệt (trừ áo thun); dịch vụ du lịch, v.v... EC đã phát hành các hướng dẫn sử dụng cho các thành viên, bao gồm: các thủ tục thiết lập các tiêu chí, các nguyên tắc chiến lược và các nguyên tắc liên quan đến chính sách, sử dụng phân tích vòng đời vào nhãn sinh thái.

Để có được dấu xác nhận môi trường của EU, các doanh nghiệp phải trả 1 khoản phí và tùy thuộc vào doanh nghiệp nhập khẩu hoặc doanh thu của công ty sản xuất. Khoản phí này không giống nhau giữa các quốc gia.

➤ Những nhãn hiệu sinh thái quốc gia ở các quốc gia Tây bắc EU gồm

- Nhãn Mileukeur tại Hà Lan.
- Nhãn Blue Angel tại Đức.
- Nhãn Swan tại các quốc gia vùng Scandinavia.

Nhãn sinh thái EU (EU ecolabel): Áp dụng cho 14 nhóm sản phẩm. Nhà sản xuất hoặc người nhập khẩu áp dụng một dấu xác nhận môi trường của E.U trên cơ sở tự nguyện. Để có được dấu xác nhận môi trường của EU, các doanh nghiệp phải trả 1 khoản phí và tùy thuộc vào doanh nghiệp nhập khẩu hoặc doanh thu của công ty sản xuất. Khoản phí này không giống nhau giữa các quốc gia.

Các thỏa thuận thương mại

Danh sách các hiệp định thương mại với EU và các nước thành viên, vui lòng truy cập trang web: http://tcc.export.gov/Trade_Agreements/index.asp.

Các nguồn thông tin hữu ích

- Biểu thuế thống nhất của Liên minh châu Âu (TARIC):
http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/databases/taric/index_en.htm
- Luật Hải quan EU mới (MCCC):
http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/procedural_aspects/general/communty_code/index_en.htm
- Cục Hóa chất châu Âu -ECHA:
http://echa.europa.eu/doc/press/pr_08_38_candidate_list_20081028.pdf
- Liên minh Hải quan và Thuế:
http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/index_en.htm
- Khai báo trước nhập/ trước xuất: [Pre Arrival / Pre Departure Declarations](#)
- Thông tin liên lạc hải quan quốc gia:
http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/personal_tax/savings_tax/contact_points/index_en.htm
- Quy định theo cách tiếp cận mới:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/europeanstandards/documents/harmonised-standards-legislation/list-references/index_en.htm
- Hội đồng châu Âu về tiêu chuẩn hóa kỹ thuật điện tử - CENELEC
<http://www.cenelec.eu/Cenelec/Homepage.htm>
- Viện Tiêu chuẩn Viễn thông châu Âu – ETSI: <http://www.etsi.org/>

- Bộ chuẩn hóa bắt buộc
 - + http://ec.europa.eu/enterprise/standards_policy/mandates/
 - + http://ec.europa.eu/enterprise/policies/european-standards/standardisation-requests/index_en.htm
- Hội đồng tiêu chuẩn hóa châu Âu – CEN:
<http://www.cen.eu/cenorm/sectors/index.asp>
- Các Hiệp định Công nhận lẫn nhau:
<http://ts.nist.gov/Standards/Global/mra.cfm>
- Hợp tác phê chuẩn châu Âu:
<http://www.european-accreditation.org/content/home/home.htm>
- Pháp luật châu Âu: <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>
- Mã số tham vấn tiêu chuẩn theo quy định
 - + http://ec.europa.eu/enterprise/policies/europeanstandards/documents/harmonised-standards-legislation/list-references/index_en.htm
 - + <http://ec.europa.eu/enterprise/newapproach/standardization/harmstds/whatsnew.html>
- Quy định kỹ thuật quốc gia: http://ec.europa.eu/enterprise/tris/index_en.htm
- Metrology, Pre-Packaging – Pack Size:
http://ec.europa.eu/enterprise/prepack/packsize/packsiz_en.htm
- Trang chủ nhãn sinh thái EU:
http://ec.europa.eu/comm/environment/ecolabel/index_en.htm
- Danh mục nhãn sinh thái: <http://www.eco-label.com/default.htm>

Chương 6: Môi trường đầu tư

Sơ lược và tổng quan

Chính phủ Ý và các tổ chức đã đạt được sự tiến bộ trong việc nhắm vào những tồn tại thuộc về cơ cấu nền kinh tế mà được cho là làm cản trở đầu tư, đổi mới, và tính năng động của nền kinh tế. Mặc dù điều kiện ngân sách khó khăn, chính phủ Ý vẫn duy trì trợ cấp thuế trong một chừng mực ban đầu vừa phải cho các doanh nghiệp khởi đầu kinh doanh.

Chính phủ cũng tiếp tục chiến dịch phản đối sự vắng mặt không có lý do chính đáng và dịch vụ kém trong các cơ quan chính phủ. Ngoài ra, chính phủ cũng thúc đẩy cải cách giáo dục đại học nhằm tạo ra một lực lượng lao động phù hợp với nhu cầu của nền kinh tế hiện đại toàn cầu.

Quan trọng hơn, chính phủ đẩy mạnh những cải cách cơ bản đối với hệ thống tài chính công, nhằm chuyển giao quyền ra quyết định và trách nhiệm giải trình từ chính phủ trung ương cho các chính quyền khu vực và địa phương. Chính phủ cho rằng thu hút đầu tư là một yếu tố quan trọng trong việc giải quyết các vấn đề đói nghèo và kém phát triển ở phía nam nước Ý.

Chính phủ Ý vẫn mở cửa cho các quỹ đầu tư chính phủ nước ngoài vào cổ phiếu của các công ty và các ngân hàng của Ý. Ban xúc tiến đầu tư của Bộ Kinh tế và Tài chính-Invest Ý- về cơ bản đã cải thiện số lượng và chất lượng thông tin trực tuyến cho các nhà đầu tư tiềm năng. Trong khi đó những nỗ lực khác của chính phủ Ý trong việc đưa Ý trở thành một điểm đến đầu tư trực tiếp hấp dẫn vẫn chưa hiệu quả. Tỷ lệ nợ/GDP cao và những hạn chế của Ý sẽ cản trở chính sách khuyến khích đầu tư của chính bao gồm chi cho cơ sở hạ tầng, ưu đãi, hoặc giảm thuế.

Tuy nhiên, điểm thu hút các nhà đầu tư vào Ý là thị trường nội địa tương đối rộng lớn và khá thịnh vượng, vị trí địa lý tương đối gần gũi với các nền kinh tế đang nổi lên ở Bắc Phi và Trung Đông, và có nhiều trung tâm nổi tiếng về nghiên cứu khoa học và công nghệ thông tin. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật số của Ý khá hiện đại.

Mở cửa cho đầu tư nước ngoài

Thị trường trong nước của Ý tương đối thịnh vượng, gần với các nền kinh tế mới nổi ở Bắc Phi và Trung Đông, và các trung tâm ưu tú trong nghiên cứu khoa học và công nghệ thông tin, vẫn còn khá hấp dẫn với nhiều nhà đầu tư. Trong năm 2013, chính phủ vẫn mở cửa cho các quỹ tài sản nước ngoài cụ thể đầu tư vào cổ phiếu các công ty và các ngân hàng của Ý để đóng góp vào những thông tin có sẵn trực tuyến cho nhà đầu tư tiềm năng.

Ý mở cửa chào đón đầu tư trực tiếp nước ngoài. Là một quốc gia thành viên của EU, Ý bị ràng buộc bởi các hiệp ước và pháp luật của EU.

Luật chống độc quyền của EU và Ý trao quyền cho các nhà chức trách EU và Ý xem xét các vụ sáp nhập và mua lại ở một ngưỡng tài chính nhất định. Chính phủ có thể ngăn chặn các vụ sáp nhập liên quan đến các công ty nước ngoài vì "lý do cần thiết cho nền kinh tế quốc gia" hoặc nếu chính phủ của các công ty nước ngoài áp dụng các biện pháp phân biệt đối xử đối với các doanh nghiệp Ý.

Các nhà đầu tư nước ngoài có thể đầu tư vào quá trình tư nhân hóa các công ty nhà nước, ngoại trừ trong lĩnh vực quốc phòng. Tuy nhiên, trong tất cả các trường hợp tư nhân hóa, chính phủ Ý giữ lại một phần trong công ty đã được tư nhân hoá hoặc thành lập một nhóm các cổ đông người Ý đồng ý giữ cổ phần của họ trong một thời gian tối thiểu. Chính phủ Ý nắm giữ cổ phần kiểm soát bốn công ty Ý:

- ENEL (điện lực)
- ENI (dầu/khí)
- Finmeccanica (quốc phòng)
- Terna (quản lý cơ sở hạ tầng phân phối điện)

Tập đoàn viễn thông Telecom Ý, mặc dù chính phủ không kiểm soát trực tiếp, nhưng vẫn còn được hưởng ưu đãi. Kết quả là, chính sách của chính phủ trong các lĩnh vực kinh tế trọng điểm có xu hướng ưu ái cho các công ty này, chứ không vì lợi ích chung của nền kinh tế.

Theo số liệu mới nhất của Ủy ban Thương mại Ý (ICE) từ tháng 12/2011, có 8.492 công ty nước ngoài đang hoạt động tại Ý (so với 8.396 công ty vào tháng 12/2010), sử dụng 886.254 lao động (giảm so với 900.019 lao động trong năm 2010), với tổng doanh thu 498,5 tỷ € (bằng với 498 tỉ € trong năm 2010). Theo ICE, nguồn vốn đầu tư nước ngoài tại Ý tương đương 15% GDP, thấp hơn so với nhiều quốc gia EU khác. Khoảng 82% công ty nước ngoài hoạt động ở Ý có trụ sở tại miền bắc, một tỉ lệ phần trăm tăng trưởng trong những năm gần đây về số lượng các công ty đã kí hợp đồng tại miền Nam nước Ý.

Trích dẫn nghiên cứu ICE cho thấy trở ngại chính cho đầu tư nước ngoài là: thuế đầu tư cho lao động, lực lượng lao động không linh hoạt, tệ quan liêu, và thuế doanh nghiệp cao.

Đánh giá và xếp hạng thế giới

Trong các lĩnh vực được xem xét đánh giá, môi trường kinh doanh của Ý đứng thứ 23 thế giới. WEC xếp hạng Ý đứng thứ 118 về thị trường lao động cứng nhắc và tạo ra việc làm ít.

Ngoài ra, với thứ hạng 101, thị trường tài chính của Ý được cho là không cung ứng đủ nguồn vốn cần thiết cho phát triển kinh doanh. WEC trích dẫn những điểm yếu khác bao gồm:

- Mức độ tham nhũng
- Tội phạm có tổ chức cao
- Thiếu tính độc lập của hệ thống tư pháp

Chính sách chuyển đổi và chuyển tiền

Phù hợp với chỉ thị của EU, Ý không có kiểm soát ngoại hối. Không có hạn chế trong việc chuyển tiền; nhưng có yêu cầu về báo cáo. Các ngân hàng phải báo cáo bất kỳ giao dịch nào có giá trị hơn 15.000 euro (22.500 USD) do mối quan ngại về rửa tiền và tài trợ khủng bố. Lợi nhuận, thanh khoản và chuyển tiền có thể tự do hồi hương.

Người cư trú và người không cư trú có thể giữ tài khoản ngoại hối. Biện pháp tránh trốn thuế có hiệu lực kể từ tháng 12/2011 yêu cầu tất cả các khoản thanh toán hàng hóa hoặc dịch vụ của bất cứ loại nào có giá trị hơn 1.000 euro sẽ được tự động đánh thuế điện tử. Quy định miễn trừ cho các dịch vụ chuyển tiền điện tử, ngân hàng và các tổ chức tài chính khác, nhưng không miễn cho các công ty dịch vụ (những công ty này có thể thực hiện chuyển tiền ra nước ngoài)

Sung công và bồi thường

Hiến pháp của Ý cho phép sung công tài sản tư nhân cho "mục đích công", đã được định rõ như là những biện pháp cần thiết cho nền kinh tế quốc gia, với mức đền bù công bằng và kịp thời.

Giải quyết tranh chấp

Mặc dù khá nổi tiếng là chậm chạp (phiên toà xét xử dân sự trung bình kéo dài 7 năm), hệ thống pháp luật của Ý nói chung đáp ứng các nguyên tắc được công nhận của luật pháp quốc tế, cùng với các điều khoản cho việc thực thi quyền sở hữu và quyền khế ước. Tuy nhiên, các doanh nhân và khách du lịch đến Ý cần phải hiểu rõ là hệ thống luật pháp của Ý không có một số các quyền lợi cơ bản và việc bảo hộ được dựa trên pháp luật châu Âu.

Các thành viên của hội đồng xét xử được chọn ngẫu nhiên. Ý luật thương mại và phá sản được viết thành văn bản và được áp dụng một cách kiên định. Toà án Ý hoạt động không phụ thuộc vào chính phủ. Các nhà đầu tư nước ngoài tại Ý có thể lựa chọn các biện pháp giải quyết tranh chấp khác nhau, bao gồm cả trọng tài ràng buộc hợp pháp.

Toà án Ý chấp nhận và tuân theo bản phán quyết của trọng tài nước ngoài chỉ khi được yêu cầu, tuy nhiên, thường đưa vấn đề trở lại cho toà án Ý.

Ý là thành viên của Trung Tâm Quốc Tế về Giải Quyết Tranh Chấp Đầu Tư Quốc tế (ICSID) của Ngân hàng Thế giới. Ý đã ký kết và phê chuẩn Công ước về Giải quyết Tranh chấp Đầu tư giữa Nhà nước và công dân của các nước khác, và đã ký kết Công ước New York năm 1958 về Công nhận và Thi hành quyết định của trọng tài nước

ngoài.

Cuối năm 2007, Chính phủ Ý đã phê duyệt các quy định phá sản mới, nhằm có những giải pháp linh hoạt hơn giữa các công ty và chủ nợ để đạt được một thỏa thuận trước khi tuyên bố phá sản. Vai trò của tòa án trong thủ tục phá sản đã bị hạn chế đáng kể nhằm đơn giản hóa và đẩy nhanh quá trình này.

Quy định hoạt động/ Ưu đãi/ Thuế

Chính phủ Ý buộc phải tuân theo Hiệp định về các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại (TRIMS) của WTO. Ngoài ra, các nhà đầu tư nước ngoài phải đối mặt với những quy định hoạt động cụ thể trong lĩnh vực viễn thông.

Chính phủ Ý đề ra các chính sách ưu đãi ở mức vừa phải khuyến khích đầu tư cho khu vực tư nhân ở những vùng kinh tế trì trệ, đặc biệt là ở miền nam nước Ý. Những ưu đãi này cũng áp dụng cho các nhà đầu tư nước ngoài, và các công ty được quyền hưởng ưu đãi nếu đầu tư nằm trong các vùng ưu tiên (vùng kém phát triển) và nếu các công ty có công ty con ở EU hoặc đang hợp tác với các công ty địa phương.

Bộ trưởng Bộ Giáo dục, Đại học và Nghiên cứu đã xác định, tài trợ, và ký kết các Hiệp định chương trình khung với 11 "Vùng công nghệ" và các phòng thí nghiệm liên kết giữa công và tư, tập trung vào các lĩnh vực chiến lược.

Chính phủ Ý đã thiết lập các Vùng công nghệ nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc hợp tác giữa các nhà nghiên cứu công và tư nhân và các nhà đầu tư mạo hiểm, hỗ trợ nghiên cứu và phát triển các công nghệ chủ chốt, tăng cường hoạt động nghiên cứu công nghiệp và thúc đẩy hoạt động sáng tạo tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Hệ thống thuế của Ý không phân biệt đối xử giữa các nhà đầu tư nước ngoài và trong nước. Thuế thu nhập doanh nghiệp (IRES) ở mức 27,5%, và thuế kinh doanh Ngân hàng thế giới ước tính mức thuế suất này của Ý trên lợi nhuận thương mại ở mức 65,8% (trung bình từ năm 2009 – 2013), mức cao nhất trong EU. Chính sách thắt lưng buộc bụng trong năm 2011 đẩy mạnh IRAP – thuế thu nhập doanh nghiệp giá trị gia tăng riêng biệt từ 3,9% lên 4,2% cho các công ty kí kết hợp đồng với chính phủ (nông

ng nghiệp, quản lý đường cao tốc và các đường hầm được miễn), 4,65% cho các ngân hàng và các công ty tài chính, và 5,9% cho các công ty bảo hiểm. Tài trợ dự án thông qua trái phiếu cho các công ty thực hiện các dự án cơ sở hạ tầng công cộng được hưởng mức thuế giống như nợ trực tiếp của chính phủ. Các công ty thuê mướn phụ nữ và thanh niên hoặc thuê ở miền Nam được miễn một phần của IRAP. IRAP đem về 24 tỉ doanh thu thuế cho chính phủ Ý trong năm 2013. Chính quyền Renzi công bố kế hoạch cắt giảm IRAP 10% tổng thể trong từ quý 2 năm 2014.

Chính phủ Ý đã cố gắng bù đắp những ảnh hưởng của việc cắt giảm thuế doanh nghiệp dựa trên doanh thu công bằng cách đưa ra các biện pháp đền bù trong đó vẫn giữ mức thuế cao hiệu quả, bao gồm:

- Đưa ra các mức giới hạn mới cho việc khấu trừ lãi suất;
- Bãi bỏ khấu hao nhanh;
- Sửa đổi quy trình xử lý thuế thuận tiện cho việc báo cáo hợp nhất.

Quyền sở hữu tư nhân và thành lập doanh nghiệp

Không có hạn chế trong hiến pháp của Ý hay luật dân sự về quyền sở hữu tư nhân và thành lập doanh nghiệp.

Bảo vệ quyền sở hữu

Thực thi không đầy đủ quyền sở hữu trí tuệ (IPR) vẫn còn là một vấn đề lớn ở Ý. Trong khi luật chống sao chép trái phép và chống vi phạm bản quyền đối với sách đã được đề cập đầy đủ, nhưng chỉ một số ít trường hợp được đưa ra xét xử. Quan tòa vẫn coi vi phạm quyền sở hữu trí tuệ (và vi phạm tác quyền nói riêng) là vi phạm nhỏ, và hệ thống quan tòa thường không liên kết chặt chẽ trong cuộc chiến chống vi phạm bản quyền ở Ý. Cơ quan Cảnh sát Tài chính (GDF) và Cơ quan Cảnh sát Hải quan tích cực đấu tranh chống hành vi trộm cắp sở hữu trí tuệ, nhưng cuối cùng cũng chỉ có một vài trường hợp bị kết án.

Bộ Phát triển Kinh tế trong năm 2009 đã thiết lập Cục sở hữu trí tuệ để hợp nhất các

chức năng trước đây được phân chia cho Văn phòng bằng sáng chế và Nhãn hiệu hàng hoá của Ý, và Ủy ban chống hàng giả. Cục đã bắt đầu nỗ lực để có được dữ liệu tốt hơn về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và giúp doanh nghiệp và công chúng hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của sở hữu trí tuệ đối với nền kinh tế của quốc gia. Một dự luật phát triển kinh tế được quốc hội thông qua trong năm 2009 đã gia tăng hình phạt hình sự đối với hành vi vi phạm thương hiệu.

Ý là thành viên của Liên minh Công ước Quốc tế Paris về bảo vệ sở hữu công nghiệp (bằng sáng chế và thương hiệu).

Tính minh bạch của hệ thống pháp quy

Ý phải tuân thủ các quy định của thị trường chung châu Âu, với mục đích làm hài hòa hệ thống pháp quy trong số các nước EU.

Tuy nhiên, quy định và pháp luật của Ý đôi khi có một số điều khoản không phù hợp với quy định và hướng dẫn cơ bản của EU.

Trong một số các ngành công nghiệp như dịch vụ truyền thông và dịch vụ tài chính, các nhà đầu tư phàn nàn rằng các cơ quan xét xử địa phương dường như thiếu năng lực chuyên môn để áp dụng luật pháp của Ý một cách thích hợp đối với các vấn đề như bảo vệ người tiêu dùng, quyền sở hữu trí tuệ, và cạnh tranh, đặc biệt là pháp luật và các quy định luôn đi chậm hơn sản phẩm và quá trình đổi mới trên thị trường.

Ý đang dần giải quyết một số tệ nạn quan liêu và những trở ngại gây cản trở kinh doanh trong quá khứ. Ấn phẩm hướng dẫn Kinh doanh của Ngân hàng Thế giới năm 2014 xếp hạng Ý đứng thứ 65 trong số 189 quốc gia (tăng 8 bậc so với năm ngoái) về môi trường kinh doanh dễ dàng. Nghị định “mở rộng sự tự do” vào tháng 1/2012 cung cấp những ưu đãi hạn chế cho doanh nhân dưới 35 tuổi bắt đầu một thành lập một doanh nghiệp mới, bao gồm cắt giảm lệ phí trước bạ xuống còn 1 euro và giảm các yêu cầu nộp hồ sơ. Chính phủ ban hành nghị định đơn giản hóa rộng lớn hơn vào đầu tháng 2 năm 2012 về loại bỏ 15 điều luật đã lỗi thời để giảm tệ nạn quan liêu và lệ phí cần thiết để mở doanh nghiệp. Tháng 12/2012 chính phủ đã thông qua Nghị định về các khoản tín dụng thuế cho các doanh nghiệp mới cũng như đối với đầu tư cơ sở hạ

tăng tư nhân. Nghị định cũng cho phép thành lập “Desk Italia” – điểm liên lạc duy nhất tại Bộ Phát triển Kinh tế nhằm thu hút FDI và sẵn sàng hỗ trợ đầu tư vào Ý. Desk Italia rồi theo sau là Destinazione Italia, gói các biện pháp được thiết kế để đơn giản hóa và cải thiện môi trường đầu tư thông qua sự kết hợp của quốc hội và các thủ tục hành chính trong việc hợp tác với Phòng thương mại địa phương, các cơ quan trong khu vực, Viện ngoại thương (ICE) và Invitalia. Desk Italia vẫn chưa có ngân sách, nhân viên, trang web hoặc số điện thoại cho đến đầu năm 2014, và nó không rõ ràng, liệu các biện pháp của Destinazione Italia sẽ tiếp tục được triển khai thực hiện cho các thay đổi gần đây trong chính phủ.

Thị trường vốn và danh mục vốn đầu tư hiệu quả

Hệ thống ngân hàng Ý vẫn tương đối vững chãi tuy nhiên lợi nhuận đã giảm đáng kể từ năm 2011, đây là kết quả của sự căng thẳng trên thị trường nợ có chủ quyền và các quy định thắt chặt của châu Âu để đánh giá tài sản ngân hàng, và các yêu cầu liên quan đến tăng vốn cổ phần của các ngân hàng.

Theo Ngân hàng Ý, suy thoái kinh tế đã làm ảnh hưởng xấu đến chất lượng tài sản ngân hàng. Tỷ lệ các khoản vay không có hiệu suất trên tổng dư nợ, đặc biệt là cho vay đối với các doanh nghiệp phi tài chính. Nợ xấu tăng gấp đôi trong vòng 4 năm lên tới 160 tỉ euro và chiếm khoảng 8,1% trong tất cả các khoản vay vào cuối năm 2013, Ngân hàng Ý dự báo chỉ số này tiếp tục gia tăng trong năm 2014, thậm chí sau khi bắt đầu hồi phục nền kinh tế yếu kém vào cuối năm 2013.

Các ngân hàng mua trái phiếu chính phủ và dự trữ tiền mặt, theo thống kê của BOI, vốn vay ngân hàng cho các doanh nghiệp giảm 5,3 điểm phần trăm so với năm trước vào tháng 12/2013, sau khi giảm 3,4 điểm phần trăm vào năm trước nữa. Đây là mức sụt giảm cho vay dài nhất và sâu nhất trong vòng 1 thập kỷ qua. Cho vay đối với các doanh nghiệp tiếp tục bị ảnh hưởng bởi nhu cầu yếu và lo ngại rủi ro của ngân hàng, với tăng cường tiêu chí cho vay cho khách hàng rủi ro cao hơn nhờ vào ảnh hưởng của suy thoái kinh tế kéo dài trên bảng cân đối của các ngân hàng. Các cuộc điều tra kinh doanh mới nhất xác nhận sự khó khăn trong việc đạt được tiếp cận tín dụng, đặc biệt đối với các doanh nghiệp nhỏ.

Nguồn tài chính chảy vào thị trường Ý tương đối tự do và vốn được dùng chủ yếu theo điều kiện thị trường. Sự tham gia của nước ngoài vào thị trường vốn của Ý không bị hạn chế.

Trong khi đó các nhà đầu tư nước ngoài có thể thu được vốn trên thị trường địa phương và được tiếp cận với một loạt các công cụ tín dụng. Ý có một thị trường vốn chưa phát triển mạnh.

Sàn giao dịch chứng khoán Ý tại Milan (Borsa Italiana) là một nơi khá đắt đỏ, nhưng không phải không thể tiếp cận được, nơi đó dành riêng cho các công ty nhỏ trao đổi mua bán vốn với nhau. Trong năm 2007, sàn giao dịch chứng khoán Luân Đôn đã mua Borsa Italiana, nuôi hy vọng rằng các tiêu chuẩn quản trị và tính minh bạch của thị trường chứng khoán Milan sẽ được cải thiện. Ngày 01 tháng 01 năm 2011, các quốc gia thành viên EU đã thành lập 3 cấp cơ quan điều tiết quản lý các dịch vụ tài chính và các hoạt động liên quan.

Châu Âu vẫn chưa giải quyết được vấn đề cho phép các công ty dịch vụ tài chính không thuộc EU hoạt động theo một chế độ pháp lý toàn diện.

Hầu hết các sản phẩm đầu tư phi bảo hiểm được mua bán bởi các ngân hàng, và có khuynh hướng là các công cụ nợ. Các nhà đầu tư bán lẻ Ý rất thận trọng, định giá an toàn các trái phiếu chính phủ đối với hầu hết các phương tiện đầu tư khác. Không đến 10% hộ gia đình người Ý sở hữu trực tiếp các cổ phần của công ty Ý. Đối với những cổ phần sở hữu này, tỷ trọng nắm giữ cổ đông trực tiếp trong danh mục vốn đầu tư tài chính trung bình chiếm khoảng 22%. Hầu như tất cả các ngân hàng có riêng một bộ phận ngân hàng tư nhân, bộ phận mà các ngân hàng nước ngoài đang tích cực nhắm tới trong hai năm qua.

Không hạn chế người nước ngoài tham gia đầu tư tài chính tại Ý. Bất kỳ nhà đầu tư Ý hay nhà đầu tư nước ngoài nào có cổ phần trên 2% trong một công ty giao dịch thương mại phải khai báo cho cơ quan điều tiết chứng khoán của chính phủ Ý (CONSOB), nhưng không cần phải phê duyệt. Bất kỳ nhà đầu tư Ý hay nhà đầu tư nước ngoài nào tìm mua hoặc tăng cổ phần tại một ngân hàng Ý từ 10% trở lên phải được sự cho phép của Ngân hàng Ý.

Phí ngân hàng bán lẻ ở Ý vẫn còn cao so với các nước EU khác, nhưng hiệu quả từ việc hợp nhất ngân hàng trong những năm gần đây, tăng giao dịch trực tuyến cũng như các lựa chọn ngân hàng chi phí thấp khác đã làm cho mức phí này giảm xuống. Góp phần vào xu hướng này là những hoạt động của các hiệp hội người tiêu dùng phản đối một số ngân hàng lớn.

Cạnh tranh từ các doanh nghiệp nhà nước

Trong quá khứ, chính phủ Ý đã sở hữu và quản lý một số công ty độc quyền hoặc một số công ty có tầm ảnh hưởng lớn ở một số ngành chiến lược. Tuy nhiên, từ năm 2002, chính phủ đã bắt đầu tư nhân hoá hầu hết các doanh nghiệp nhà nước. Mặc dù với sự nỗ lực tư nhân hoá này, như đã nói ở trên, chính phủ vẫn giữ quyền kiểm soát tại một số doanh nghiệp công nghiệp trọng điểm, ví dụ, Finmeccanica (quốc phòng/không gian vũ trụ/tập đoàn bảo mật), ENI (dầu khí), ENEL (điện), Terna (ngành phục vụ công cộng), TrenÝ (vận chuyển), Poste Ý (các hoạt động dịch vụ tài chính), Save (các ngành công nghiệp), và Telecom Ý (viễn thông). Trong thực tế, các công ty bán nhà nước này chưa hoàn toàn thoát khỏi cách thức lãnh đạo độc quyền, và họ tiếp tục được hưởng lợi từ các chính sách ưu ái của chính phủ mà ở đó chính phủ cho họ lợi thế trong các quyết định mua sắm công và các phạm vi then chốt khác có lợi cho việc kinh doanh của họ.

Trong một số các trường hợp, đặc biệt trong các lĩnh vực công nghiệp, các nhà đầu tư nước ngoài thường tìm cách làm ăn kinh doanh trong các phạm vi chiến lược này để hưởng lợi, và do đó họ cố gắng thiết lập quan hệ đối tác với các công ty bán nhà nước hơn là ra sức cạnh tranh đương đầu với họ.

Trách nhiệm xã hội

Kể từ năm 2000, khi ký Tuyên bố về Đầu tư Quốc tế và Kinh doanh Đa quốc gia, Ý ủng hộ và khuyến khích tuân thủ những hướng dẫn của OECD cho các doanh nghiệp đa quốc gia, đó là những hướng dẫn đề xuất của các chính phủ cho các doanh nghiệp đa quốc gia đang hoạt động trong hoặc từ các nước gia nhập OECD (các thành viên OECD cộng với Argentina, Brazil và Chile). Họ đưa ra các nguyên tắc và tiêu chuẩn

tự nguyện để hướng dẫn kinh doanh có trách nhiệm, trong nhiều lĩnh vực bao gồm cả việc làm và mối quan hệ giữa người sử dụng lao động và người lao động, nhân quyền, môi trường, công bố thông tin, cạnh tranh, thuế, và khoa học công nghệ.

- Đường kết nối chính của hướng dẫn OECD:

<http://www.oecd.org/dataoecd/12/21/1903291.pdf>

- Bảng tiếng Anh: <http://www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf>

Cơ quan Đầu mối Liên lạc của Ý (NPC) thuộc Bộ Phát triển Kinh tế khuyến khích tuân thủ theo các hướng dẫn ở Ý và đảm bảo rằng các hướng dẫn cũng được cộng đồng doanh nghiệp quốc gia và các bên quan tâm khác biết đến và hiểu được. NPC phổ biến và thúc ép tuân thủ các hướng dẫn này, phổ biến thông tin liên quan, thúc đẩy sự hợp tác giữa các tổ chức quốc gia và quốc tế, kinh tế thế giới và xã hội dân sự. Đường nối kết đến NPC: http://www.pcnÝ.it/home-en/view?set_language=en

Tham nhũng

Tham nhũng và tội phạm có tổ chức là những trở ngại đáng kể cho đầu tư và tăng trưởng kinh tế của Ý. Trong năm 2008, chính phủ Ý đã bãi bỏ Phòng Cao ủy chống tham nhũng (cơ quan độc lập dưới sự giám sát của Quốc hội) và đã thay thế bằng Cục chống tham nhũng và minh bạch (SAeT) thuộc thẩm quyền của Bộ Công vụ và Đối mới. Nhiệm vụ của SAeT là:

- Phân tích các xu hướng tham nhũng và đưa ra những đánh giá
- Thiết lập các hướng dẫn đúng nội quy cho các tổ chức chính phủ công
- Đại diện Ý tại các Hội nghị và Tổ chức chống tham nhũng quốc tế

Các quyền hạn của SAeT là nhằm chủ động điều tra các vụ tham nhũng, tuy nhiên, vẫn còn hạn chế, và thực tế vẫn chưa đạt được thành công lớn trong nỗ lực chống tham nhũng như cơ quan mà nó đã thay thế.

Mặc dù Ý đã phê chuẩn Công ước OECD vào năm 1997 về chống hối lộ của các công

chức nước ngoài trong kinh doanh quốc tế vào năm 2000, SAeT không có quyền chủ động điều tra hồi lộ các quan chức nước ngoài ở các công ty Ý.

Việc phát hiện và điều tra các vụ hồi lộ nước ngoài là trách nhiệm của các công tố viên Ý. Ý đã phê chuẩn Công ước chống tham nhũng Liên Hợp quốc vào tháng 8 năm 2009.

Tham nhũng sẽ bị trừng phạt theo luật pháp của Ý. Vì trong toàn bộ quá trình xét xử, nhiều phán quyết liên quan đến hình phạt được giao cho các quan tòa xét xử. Hầu hết các vụ tham nhũng trong những năm gần đây liên quan đến mua sắm của chính phủ hoặc hồi lộ cho cơ quan thuế. Hồi lộ không được coi là chi phí kinh doanh được khấu trừ theo luật thuế của Ý.

Tội phạm có tổ chức có mặt ở khắp nước Ý, nhưng đặc biệt phổ biến ở bốn khu vực phía Nam (Mafia ở Sicily, Ndrangheta ở Calabria, Camorra ở Campania, Sacra Corona Unita ở Apulia). Tháng 11 năm 2008, Confesercenti, liên đoàn các doanh nghiệp bán lẻ của Ý, đã đưa ra một báo cáo ước tính rằng tổ chức tội phạm đã có doanh thu hàng năm là 130 tỷ euro, bao gồm cả các hoạt động thương mại hợp pháp với trị giá 92 tỷ euro (chiếm 6% GDP của Ý). Tội phạm có tổ chức có liên quan đến các mảnh khoé làm tiền gian lận, cho vay nặng lãi, buôn lậu ma túy, xử lý chất thải độc hại bất hợp pháp, sản xuất và phân phối các sản phẩm lậu và giả mạo, và mại dâm. Buôn bán chất ma túy là hoạt động có lợi nhất, được thực hiện trên khắp châu Âu và với trị giá 59 tỷ euro.

Điểm nhấn mạnh trong báo cáo của Confesercenti đã cảnh báo gần đây của các công tố viên chống Mafia rằng các băng nhóm tội phạm đang mở rộng hoạt động của mình vào các lĩnh vực thương mại, du lịch, đánh bạc, nhà hàng, xây dựng, xử lý chất thải, đất đai và y tế. Các nhóm tội phạm lớn thường có liên quan đến rửa tiền trong nước và nước ngoài.

➤ Các nguồn website chống tham nhũng

Một số nguồn website hữu ích cho cá nhân và các công ty liên quan đến chống tham nhũng trên các thị trường toàn cầu bao gồm:

+ Thông tin về Hiệp ước chống hối lộ OECD:

▫ http://www.oecd.org/departement/0,3355,en_2649_34859_1_1_1_1_1,00.html

▫ <http://www.oecd.org/dataoecd/11/40/44176910.pdf>

+ Thông tin chung về các sáng kiến chống tham nhũng, như Hiệp ước OECD và các FCPA, bao gồm cả bản dịch của quy chế vào một số ngôn ngữ, có sẵn tại Văn phòng Sở Thương mại của Cố vấn trưởng Thương mại quốc tế tại:

http://www.ogc.doc.gov/trans_anti_bribery.html

+ Tổ chức Minh bạch Quốc tế (TI) công bố một chỉ số nhận thức tham nhũng hàng năm (CPI). CPI đo lường các cấp độ nhận thức tham nhũng khu vực công tại 180 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. TI công bố Báo cáo tham nhũng toàn cầu hàng năm cung cấp một đánh giá có hệ thống của các nước tham nhũng trên thế giới. Báo cáo bao gồm một phân tích sâu về một chủ đề trọng tâm, một loạt các báo cáo quốc gia có liên quan đến sự kiện về tham nhũng lớn và phát triển của tất cả các châu lục và tổng quan các kết quả nghiên cứu mới nhất về chống tham nhũng và các công cụ chẩn đoán. Xem thông tin tại:

<http://www.transparency.org/publications/gcr>

+ Viện Ngân hàng Thế giới công bố chỉ số quản trị toàn cầu (WGI). Các chỉ số này đánh giá năng lực quản trị ở 212 quốc gia, bao gồm cả quyền lực và trách nhiệm, chính trị ổn định và không có bạo lực, quyền lực của chính phủ, chất lượng điều tiết,

+ Quy định của Luật pháp và kiểm soát tham nhũng tại địa chỉ:

http://info.worldbank.org/governance/wgi/sc_country.asp

+ Môi trường kinh doanh và các Nghiên cứu thực thi hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thế giới cũng có thể quan tâm và có sẵn tại:

<http://web.worldbank.org/RQXYJ6210>

- + Diễn đàn Kinh tế Thế giới xuất bản Báo cáo Hoạt động Thương mại toàn cầu, trong đó công bố xếp hạng của Chỉ số hoạt động thương mại, và bao gồm một đánh giá về sự minh bạch của chính quyền (tập trung vào các khoản hối lộ và tham nhũng). Xem thông tin tại trang:

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/GlobalEnablingTradeReport/index.htm>

- + Global Integrity, một tổ chức phi lợi nhuận, phát hành báo cáo liên chính toàn cầu hàng năm. Báo cáo này có sẵn tại địa chỉ: <http://report.globalintegrity.org/>

➤ **Thông tin thêm tại:**

- + Dịch vụ và thị trường nội địa DG

http://ec.europa.eu/dgs/internal_market/index_en.htm

- + Vụ Kinh tế và Tài chính DG

http://ec.europa.eu/dgs/economy_finance/index_en.htm

- + Vụ việc làm và Xã hội DG

<http://ec.europa.eu/social/home.jsp?langId=en>

- + Văn phòng Hải hòa cho thị trường nội địa (nhãn hiệu và kiểu dáng)

<http://oami.europa.eu/>

- + Phòng chống gian lận EU

http://ec.europa.eu/anti_fraud/index_en.html

- + Eurostat – Văn phòng Thống kê EU

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

- + Cục Sở hữu Trí tuệ EU

<http://www.epo.org/inde>

Hiệp định đầu tư song phương

Kể từ tháng 12 năm 2009, Ý đã ký kết hiệp ước đầu tư song phương (BIT) với 73 quốc gia và đang được thi hành: Albania, Algeria, Angola, Argentina, Armenia, Azerbaijan, Bangladesh, Bahrain, Barbados, Belarus, Bolivia, Bosnia và Herzegovina, Cameroon, Chad, Chile, Trung Quốc, Croatia, Cuba, Ecuador, Ai Cập, Eritrea, Estonia, Ethiopia, Gabon, Georgia, Guatemala, Guinea, Hồng Kông, Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, Iran, Cộng Hòa Hồi Giáo Jamaica, Jordan, Kazakhstan, Kenya, Korea, Kuwait, Lebanon, Libya, Lithuania, Macedonia, Malaysia, Mexico, Moldova, Mông Cổ, Ma Rốc, Mozambique, Namibia, Nicaragua, Nigeria, Oman, Pakistan, Peru, Philippines, Poland, Qatar, Rumani, Liên Bang Nga, Saudi Arabia, Nam Phi, Sri Lanka, Syrian Arab Republic, Tunisia, Thổ Nhĩ Kỳ, Uganda, Ukraine, Các tiểu Vương quốc Ả Rập Thống nhất, Tanzania, Uruguay, Uzbekistan, Việt Nam, Yemen.

Bên cạnh đó, Ý cũng đã ký kết hiệp ước đầu tư song phương (BIT) với 24 quốc gia nhưng chưa được thi hành kể từ ngày ký kết tháng 12 năm 2009: Belize, Brazil, Cape Verde, Cote d'Ivoire, Cộng hòa Séc, Cyprus, Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Công gô, Cộng hòa Dominica, Ghana, Hungary, Triều Tiên, Latvia, Malawi, Malta, Mauritania, Panama, Paraguay, Slovakia, Slovenia, Sudan, Turkmenistan, Venezuela, Zambia, Zimbabwe.

Lao động

Như một kết quả của cuộc suy thoái dài nhất lịch sử hậu chiến, tỉ lệ thất nghiệp của Ý đạt 13,1% vào tháng 2/2014, mức cao nhất trong gần 3 thập kỷ qua. Mặc dù mới hồi phục, hầu hết các nhà quan sát cho rằng tỉ lệ thất nghiệp, dự báo sẽ gia tăng trong năm 2014 và 2015.

Những sự khác biệt ở thị trường lao động truyền thống của các vùng vẫn không thay đổi, với 3 vùng chủ chốt của Ý thì tỷ lệ thất nghiệp ở miền Nam cao hơn đáng kể so với miền Bắc và miền Trung của nước Ý.

Trong tháng 2/2014, tỉ lệ thất nghiệp cho thanh niên độ tuổi từ 14 – 25 đạt 42,3%,

mức cao nhất kể từ lưu hồ sơ vào năm 1992. Mức này cao hơn mức trung bình của EU28 (22,9%) và mức trung bình khu vực EU (23,5%); chỉ Tây Ban Nha, Hy Lạp và Croatia là ở mức cao hơn. Ước tính có khoảng 2,2 triệu người Ý trong độ tuổi từ 15 – 34 không học, không làm việc và không tìm kiếm một công việc. Trong số những người tìm việc làm, hầu hết được thuê theo hợp đồng tạm thời.

Mặc dù có những sự khác biệt này, sự luân chuyển lao động trong nước Ý vẫn ở mức bình thường, một phần bởi vì các thỏa ước tập thể mở rộng ở các ngành nghề của đất nước đã thiết lập mức lương bằng nhau trên toàn lãnh thổ.

Tình trạng thiếu lao động ở miền Bắc thường được lấp đầy bởi những người nhập cư không có tay nghề và có tay nghề bậc trung từ Đông Âu và Bắc Phi.

Thực tế là, các công ty có thể đưa một nhân viên ngoài EU vào công ty của mình làm việc bất chấp chính phủ Ý chứng nhận rằng không đủ khả năng, tuy nhiên các doanh nghiệp nên tìm lao động tại Ý vì số lượng người thất nghiệp của Ý có thể lấp đầy vào những vị trí này. Thị thực làm việc là tùy thuộc vào hạn định hàng năm, mặc dù sự chuyển nội bộ công ty là được miễn hạn định. Trong thực tế, thủ tục pháp lý công kênh và rườm rà được coi là những trở ngại cho các công ty nước ngoài khi tuân thủ theo pháp luật.

Có những trở ngại về pháp lý để thuê mướn và sa thải người lao động mặc dù trong những năm gần đây, thị trường lao động của Ý đã trở nên linh hoạt hơn chút ít. Một loạt các cải cách pháp luật đã khuyến khích việc thuê mướn nhân viên bán thời gian bằng cách giảm bớt các đóng góp an sinh xã hội của người sử dụng lao động cho người lao động. Các luật mới cũng tạo ra cơ hội cho các công ty vệ tinh, chia sẻ công việc cho nhiều người làm, và sử dụng dịch vụ việc làm tư nhân.

Các loại hợp đồng mới hiện nay thực sự cho phép giảm bớt các chi phí lao động, nhưng chi phí cao và những trở ngại pháp lý nhằm giảm bớt người lao động đã cản trở việc tăng thêm người lao động làm việc lâu dài. Kết quả là, một cấu trúc hai cấp đã xuất hiện trong số các công nhân Ý: thường trú - được bảo vệ quá mức, hầu hết người lao động lớn tuổi hơn và trả lương thấp; và tạm thời - không bảo vệ, lao động là những người trẻ tuổi hơn.

Ý là thành viên của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO). Các điều khoản và điều kiện làm việc được ấn định theo định kỳ của thỏa ước lao động tập thể trong các ngành nghề khác nhau.

Hầu hết các Liên đoàn của Ý được nhóm lại thành bốn liên minh chính của quốc gia: Tổng Liên đoàn Lao động Ý (CGIL), Liên đoàn các Công đoàn Công nhân Ý (CISL), Liên hiệp Lao động Ý (UIL), và Tổng Liên hiệp Lao động (UGL).

Ba tổ chức đầu tiên được liên kết với Liên đoàn của các Liên hiệp Thương mại tự do quốc tế (ICFTU), trong khi Tổng Liên hiệp Lao động đã được liên kết gia nhập với Liên đoàn Lao động Thế giới (WCL).

Các liên đoàn thương lượng thỏa ước tập thể cấp quốc gia với các hiệp hội sử dụng người lao động, mà ràng buộc tất cả người sử dụng lao trong một lĩnh vực hay ngành công nghiệp nào đó bất chấp vị trí địa lý.

Các khu ngoại thương/ Các cảng tự do

Khu thương mại tự do chính của Ý nằm ở phía đông bắc của thành phố Trieste. Hàng hoá xuất xứ nước ngoài có thể được đưa vào mà không phải nộp thuế, miễn là sản phẩm sau khi được sản xuất hay lắp ráp sẽ được xuất khẩu. Các luật lệ của khu thương mại tự do cho phép một công ty của bất kỳ quốc gia nào thuê mướn lao động có cùng quốc tịch của nó theo hệ thống pháp luật lao động và an sinh xã hội của quốc gia đó, và cũng quy định rằng:

- Thuế Hải quan được hoãn lại đến 180 ngày, kể từ thời điểm hàng rời khỏi khu thương mại tự do để nhập vào một quốc gia EU khác.
- Hàng hóa có thể được tự do thông quan.
- Sản phẩm đến từ một nước thứ ba và tái xuất khẩu sang một nước không thuộc EU được miễn trừ hoàn toàn các loại thuế.

Tháng 12 năm 2009, Chính phủ Ý đã thực thi đầy đủ để đơn giản hoá các quy định của các khu đô thị tự do (nhằm mục đích thúc đẩy thiết lập các công ty cực nhỏ và tạo

việc làm), được dự kiến sẽ bao gồm 23 chính quyền địa phương, chủ yếu ở phía Nam nước Ý. Không miễn thuế hải quan trong các khu vực này.

Thông kê đầu tư trực tiếp nước ngoài

Theo báo cáo của Thương vụ Ý, tính đến tháng 12/2011 có 8.492 công ty nước ngoài hoạt động tại Ý (so với 8.396 công ty vào tháng 12/2010), sử dụng 886.254 lao động (giảm so với 900.019 người trong năm 2010), với tổng doanh thu đạt 498,5 tỉ euro (bằng với 498 tỉ euro trong năm 2010). ICE không đưa ra số liệu trong năm 2012.

Theo số liệu của Ủy ban Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD) và dữ liệu GDP của Ý, vốn đầu tư nước ngoài vào Ý tương đương với 17% GDP trong năm 2012. Khoảng 80% công ty nước ngoài hoạt động ở Ý nằm ở phía Bắc, một tỉ lệ phần trăm giữ ổn định trong thời gian qua. Những trở ngại chính đối với đầu tư nước ngoài tiếp tục bao gồm các loại thuế lao động, thiếu linh hoạt lao động, quan liêu và thuế doanh nghiệp cao. Dòng vốn ròng đầu tư trực tiếp trong năm 2012 đạt 9,6 tỉ USD (theo thống kê của UNCTAD)

Dữ liệu có dòng vốn đầu tư nước ngoài chảy vào Ý có thể tìm thấy tại địa chỉ của 2 trang web sau:

- http://unctad.org/sections/dite_dir/docs/wir2013/wir13_fs_it_en.pdf
- http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf

Các chỉ số FDI

Sau giai đoạn dòng vốn đầu tư không ổn định từ năm 2008 đến năm 2012, thì đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Ý đã ổn định và duy trì tốc độ ổn định cho đến năm 2016. Theo [Báo cáo đầu tư thế giới 2018 của UNCTAD](#), dòng vốn FDI tăng 17 tỷ USD vào năm 2017, giảm 23% so với năm trước. Ý xếp vị trí thứ 19 trong số các quốc gia nhận FDI vào năm 2017, giảm 2 bậc so với năm 2016. Dòng vốn FDI tại Ý có thể tăng vào năm 2018, do đầu tư liên tục từ Ý để phát triển mỏ khí lớn Sankofa.

FDI tích lũy tại Ý đang tăng lên. Từ năm 2016 đến 2017, FDI tích lũy tăng 19% đạt

413.246 triệu USD.

Các nhà đầu tư chính tại Ý năm 2016 là Luxembourg, Hà Lan, Pháp và Vương quốc Anh, chiếm hơn 70% FDI tích lũy tại Ý. Các khoản đầu tư chủ yếu hướng tới các hoạt động chuyên môn, khoa học kỹ thuật, sản xuất, tài chính và hoạt động bảo hiểm và bất động sản.

Chính phủ Ý gần đây đã đưa ra nhiều cải cách nhằm trực tiếp nâng cao đầu tư nước ngoài, như thực hiện kế hoạch công nghiệp 3 năm trong năm 2016 - 'Công nghiệp 4.0' - nhằm thúc đẩy đầu tư tư nhân vào nghiên cứu và phát triển với khoản đầu tư 24 tỷ euro vào năm 2020; hoặc giảm thuế doanh nghiệp từ 27,5% còn 24%. Những động thái này đã mang lại thành công khi Báo cáo chỉ số niềm tin đầu tư trực tiếp nước ngoài của A.T. Kearney xếp hạng Ý ở vị trí thứ 10 trên toàn thế giới, tăng 3 bậc so với năm trước.

Mặc dù có nhiều cải cách gần đây, nhưng hệ thống thuế và quan liêu nặng nề vẫn gây cản trở FDI. Ý đứng thứ 46 trong bảng xếp hạng Kinh doanh năm 2018 của Ngân hàng Thế giới.

➤ **Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài**

	2015	2016	2017
Dòng vốn FDI đổ vào (triệu USD)	19,628	22,243	17,077
FDI được tích lũy (triệu USD)	340,505	347,490	413,246
Số đầu tư mới	135	181	200
Dòng vốn FDI đổ vào (%GFCF)	6.3	9.2	n/a

FDI được tích lũy (% GDP)	18.5	18.7	n/a
--------------------------------------	------	------	-----

Nguồn: UNCTAD

➤ **Vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài theo quốc gia và ngành công nghiệp**

Các quốc gia đầu tư chính	Năm 2016 (%)
Luxembourg	19.8
Hà Lan	19.8
Pháp	18.4
Vương Quốc Anh	13.2
Đức	8.6
Thụy Sĩ	5.2
Bỉ	3.2
Hoa Kỳ	2.5
Tây Ban Nha	2.4
Áo	1.5

Các lĩnh vực đầu tư chủ yếu	Năm 2016 (%)
Hoạt động chuyên môn, khoa học và kỹ thuật	24.7

Sản xuất chế tạo	24.3
Hoạt động tài chính và bảo hiểm	14.7
Bất động sản	11.2
Thương mại và bảo trì	8.3
Thông tin và truyền thông	4.7
Vận tải và lưu kho	3.1
Hoạt động dịch vụ hành chính và hỗ trợ	2.8

Nguồn: [OECD Stats Extracts](#)

Điều cần xem xét nếu bạn đầu tư vào Ý

➤ Điểm mạnh

Những điểm mạnh của Ý về đầu tư nước ngoài bao gồm:

Ý có ngành công nghiệp mạnh và quan trọng (19% GDP năm 2017) cũng như một hệ sinh thái xuất khẩu mạnh và đa dạng.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Ý rất cạnh tranh trong xuất khẩu.

Ý tổ chức các chương trình thương mại lớn thu hút người mua từ khắp nơi trên thế giới. Ví dụ, Expo 2015 tại Milan thu hút khoảng 20 triệu khách tham dự từ khắp nơi trên thế giới.

Cơ sở hạ tầng rất tốt (khác nhau tùy theo khu vực)

Lực lượng lao động có tay nghề cao với kiến thức kỹ thuật và kinh nghiệm sản xuất và du lịch chất lượng cao.

Chính phủ đang theo đuổi định hướng kinh tế chiến lược: chính phủ cải cách năm 2015-16 mang lại nhiều cơ hội mới trong các lĩnh vực khác nhau và đã bắt đầu rút khỏi một số lĩnh vực có tiềm năng thấp như năng lượng và viễn thông.

Các cải cách về thị trường lao động và ngành ngân hàng đã được thực hiện và đang bắt đầu thu được kết quả.

➤ Điểm yếu

Các điểm yếu chính của Ý về đầu tư nước ngoài bao gồm:

Chi phí thủ tục cao và quy trình quản lý chậm làm chậm quá trình bắt đầu một doanh nghiệp

Hệ thống ngân hàng yếu kém

Thực thi quyền sở hữu trí tuệ yếu

Tham nhũng và tội phạm có tổ chức tác động đến sự tự tin của doanh nghiệp và do đó làm chậm đáng kể việc đầu tư và phát triển

Chi phí lao động cao và năng suất lao động chỉ tăng lên trong 15 năm qua; một thực tế có thể giải thích được, trong số những điều khác, do vấn đề chuyên môn hóa của Ý trong các lĩnh vực giá trị gia tăng ở mức thấp và trung bình.

Đầu tư của nhà nước vào R&D vẫn ở mức thấp.

Nợ cá nhân và nợ công cao và tạo ra một môi trường kinh doanh cứng nhắc do nhà nước phải áp thuế nặng.

Thất nghiệp vẫn còn lớn (11,2% trong năm 2017) và làm giảm sự tin tưởng của hộ gia đình.

Sự chênh lệch giữa miền Bắc và miền Nam khá rõ rệt: ví dụ, cơ sở hạ tầng ở một số vùng, đặc biệt là ở miền Nam thì nghèo nàn.

Bất ổn chính trị, với một chính phủ dân túy bị chia rẽ

➤ Các biện pháp của Chính phủ nhằm khuyến khích hoặc hạn chế FDI

Chính phủ hỗ trợ FDI thông qua các khoản tín dụng thuế, bao gồm 25% cho đầu tư tư nhân vào R&D (50% cho các dự án với các trường đại học hoặc các viện nghiên cứu) và 15% cho đầu tư máy móc và hàng hóa vốn. Hỗ trợ công tiếp theo được cấp cho các khoản đầu tư mới vào sản xuất và R&D, đặc biệt là ở các vùng phía Nam.

Luật Ổn định và ‘Nghị định kết hợp đầu tư’ năm 2015 cung cấp những điều sau đây:

Hộp bằng sáng chế - miễn thuế một phần thu nhập phát sinh từ bằng sáng chế, bí quyết và nhãn hiệu nếu hoạt động R&D được thực hiện bởi một công ty Ý

Tăng cường tín dụng thuế R&D

Khấu trừ hoàn toàn thuế địa phương về chi phí lao động cho người lao động được thuê vĩnh viễn

Gia hạn các ưu đãi thuế được cung cấp cho các công ty khởi nghiệp công nghệ và các doanh nghiệp sáng tạo vừa và nhỏ.

Tái cấp vốn tín dụng/ ưu đãi thuế trước khi mua thiết bị công nghiệp.

Vào tháng 9 năm 2016, Chính phủ đã triển khai kế hoạch công nghiệp 3 năm, ‘Công nghiệp 4.0’, nhằm thúc đẩy đầu tư tư nhân vào nghiên cứu và phát triển. Chính phủ cũng có kế hoạch thực hiện cắt giảm thuế đầu tư vào năm 2017. Cuối cùng, cải cách cơ cấu được thực hiện ở các lĩnh vực khác như: quản lý, tổ chức thuế, chống gian lận hoặc giáo dục và thị trường lao động (Đạo luật Việc làm). Luật về "bảo vệ tiết kiệm trong lĩnh vực ngân hàng", được gọi là "savia risparmio", nhằm tăng cường sự tin tưởng của các hộ gia đình trong lĩnh vực ngân hàng.

Trang web Đầu tư của Cơ quan Thương mại Ý cung cấp hướng dẫn về đầu tư và thành lập doanh nghiệp tại Ý.

So sánh quốc gia về bảo vệ nhà đầu tư

	Ý	OECD	Hoa Kỳ	Đức
Chỉ số giao dịch minh bạch	7.0	6.0	7.0	5.0
Chỉ số trách nhiệm quản lý	4.0	5.0	9.0	5.0
Chỉ số quyền lực của cổ đông	8.0	7.0	4.0	8.0
Chỉ số bảo vệ nhà đầu tư	6.3	6.5	6.5	6.0

Nguồn: Doing Business

Chương 7: Tài trợ thương mại và dự án

Phương thức thanh toán

Nhà xuất khẩu nước ngoài thường gửi báo giá cho người mua hàng Ý bao gồm chi phí đóng gói, bảo hiểm và cước vận chuyển (giá CIF). Đại diện kinh doanh của Ý sau đó có thể xác định chi phí hải quan, thuế, và phí vận tải địa phương để quyết định chi phí giao hàng cuối cùng của nhà nhập khẩu.

Các điều khoản bán hàng thông thường ở Ý là tiền mặt hoặc chuyển khoản. Bán hàng được thực hiện trên điều khoản tiền mặt cần thanh toán trước khi giao hàng, ngay khi giao hàng, hoặc ngay sau khi giao hàng - thường trong vòng 10 ngày.

Mức chiết khấu thường là 2-5% khi thanh toán toàn bộ số tiền giao dịch vào cuối thời hạn quy định từ 1 đến 4 tháng kể từ ngày phát hành hóa đơn. Thời hạn này phụ thuộc vào hàng hóa liên quan, khả năng thanh toán của người mua, và nhu cầu bán hàng của người bán.

Tuy nhiên, thời gian có thể lên đến hai năm đối với hàng tư liệu sản xuất, thiết bị lưu trữ, xe tải, và các thiết bị nặng tương tự.

Các nhà xuất khẩu nên coi điều khoản thanh toán như một yếu tố cạnh tranh, ngang với sản phẩm, thời hạn giao hàng, hoặc dịch vụ hậu mãi. Nhà sản xuất sẽ cạnh tranh hơn nếu cho phép thanh toán từ 60-120 ngày sau khi nhận đơn đặt hàng.

Mặc dù ban đầu là sáng kiến của Ý nhưng việc sử dụng thư tín dụng (L/C) không hủy ngang đã giảm đáng kể tại nước này trong những năm gần đây. Do các công ty của Ý ngày càng không sẵn lòng trả phí cao kết hợp với thư tín dụng, các nhà xuất khẩu nên tìm cách khác để đảm bảo thanh toán từ khách hàng Ý. Những lựa chọn thay thế bao gồm tham gia các chương trình bảo hiểm và bảo lãnh tín dụng xuất khẩu thông qua Hiệp hội Bảo hiểm Tín dụng Nước ngoài (FCIA).

Cũng như các điều khoản bán hàng phải rõ ràng và chi tiết, điều kiện giao hàng phải phù hợp với các điều khoản hợp đồng và phải nhất quán với các mẫu đã được gửi đến các nhà nhập khẩu Ý.

Kế hoạch giao hàng khi đã thống nhất cần được đáp ứng, như giao hàng nhanh chóng có thể là một xem xét quyết định của nhà nhập khẩu trong việc đặt các đơn đặt hàng bổ sung. Khi giao hàng dựa vào thư tín dụng, tất cả các điều khoản quy định trong thư tín dụng phải được thực hiện đúng. Nếu các điều khoản trong thư tín dụng không được thực hiện đúng, ngân hàng sẽ không chấp nhận thanh toán thư tín dụng này.

Hệ thống ngân hàng

Ý có hệ thống ngân hàng và tín dụng hiện đại. Các ngân hàng Ý chịu sự giám sát chặt chẽ của chính phủ, và bất kỳ ngân hàng mới nào muốn thành lập phải được sự chấp thuận của Ngân hàng Trung ương Ý.

Hiện nay có gần 706 ngân hàng và 31.800 chi nhánh cung cấp dịch vụ thương mại và các dịch vụ khác trên toàn lãnh thổ Ý. Hiện nay các ngân hàng lớn nhất Ý là:

- UniCredit Group (thành lập năm 2007 do sáp nhập của Unicredit và Capitalia),
- Intesa San Paolo (thành lập năm 2007 do sáp nhập của Banca Intesa và Sanpaolo IMI),
- Monte dei Paschi di Siena
- Banco Popolare
- UBI Banca.

Những ngân hàng này cung cấp nguồn tín dụng chủ yếu cho các doanh nghiệp.

Intesa Sanpaolo là ngân hàng lớn nhất ở Ý theo giá trị thị trường và nằm trong số các ngân hàng lớn nhất tại châu Âu. Unicredit Group là ngân hàng lớn thứ 2 tại Ý và có nhiều chi nhánh ở các nước khác.

Lĩnh vực ngân hàng của Ý đã trải qua giai đoạn hợp nhất lớn kể từ giữa những năm 90, với khoảng 60% tổng tài sản ngân hàng.

Từ năm 2006, Ngân hàng Trung ương đưa ra chính sách kêu gọi các ngân hàng Ý tiếp tục củng cố hơn nữa để có thể cạnh tranh trên thị trường quốc tế và đối mặt với nguy

cơ thôn tính nước ngoài.

Cuối năm 2012, số lượng các ngân hàng ở Ý giảm gần 30% (từ 1.000 xuống còn 706) thông qua sáp nhập, thu tóm và chuyển tài sản, thanh lý hoặc chuyển đổi từ một ngân hàng thành công ty tài chính. Quá trình hợp nhất này được cho là lớn nhất trong các nước châu Âu về mặt tài sản ngân hàng, dự kiến ngân hàng Ý trong vài năm tới sẽ trở nên cạnh tranh hơn trên thị trường chung châu Âu.

Ngân hàng trung ương của Ý, sau khi phát hành tiền, sẽ thực hiện giám sát tín dụng, tài chính và thị trường, và quy định sáp nhập ngân hàng. Dự luật cải cách giám sát thị trường tài chính, được thông qua vào cuối năm 2005 và được dự thảo với sự tham vấn của Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB), đã giảm thời gian nhiệm kỳ của thống đốc Ngân hàng Trung ương xuống 6 năm, giới hạn số nhiệm kỳ nắm giữ chức vụ của Thống đốc là hai nhiệm kỳ, và trách nhiệm giám sát cạnh tranh sẽ thuộc cả Ngân hàng Trung ương và cơ quan chống độc quyền của Ý.

Dự luật cũng cho phép Ủy ban Chứng khoán Ý (CONSOB) tiến hành khám xét bất ngờ các công ty bị nghi ngờ vi phạm và thu thập bằng chứng.

Đầu tháng 12 năm 2006, chính phủ Ý phê duyệt hiến pháp sửa đổi cùng với luật cải cách giám sát thị trường tài chính được thông qua vào cuối năm 2005 để loại bỏ quyền chồng chéo và tăng tính minh bạch.

Luật mới cho phép CONSOB tăng thẩm quyền trong lĩnh vực bảo hiểm. Luật mới này cũng chuyển quyền chống độc quyền ngân hàng của Ngân hàng của Ý cho Cơ quan chống độc quyền quốc gia.

Lệnh cấm các công ty phi ngân hàng (hoặc Ý hoặc nước ngoài) mua lại trên 15% vốn của ngân hàng đã được bãi bỏ vào cuối năm 2008, với mục tiêu thực hiện một chỉ thị mới của châu Âu. Các doanh nghiệp đã phải tìm cách sở hữu để chống lại nỗ lực tiếp quản trong lĩnh vực tài chính.

Tuy nhiên, sự hiện diện của các trung gian nước ngoài tại thị trường Ý đã tăng trong vài năm qua. Vào cuối năm 2008, 82 công ty con của các tập đoàn nước ngoài đã chiếm 11,7% tài sản của hệ thống ngân hàng.

Một năm trước đó, 21 khoản trợ cấp của các ngân hàng nước ngoài chiếm 9,3% tài sản của hệ thống. Tuy nhiên, trong suốt năm 2008-09, nhiều ngân hàng nước ngoài đã đóng cửa hoặc thu hẹp đáng kể hoạt động tại Ý, kèm theo việc sa thải nhân viên và kinh doanh thua lỗ.

Kiểm soát ngoại hối

Ý không hạn chế về số lượng phiếu khoán ngoại hối, tiền, hoặc séc được đưa vào nước này. Thông thường, 10.000€ có thể được đưa ra khỏi nước Ý, nhưng bất kỳ lượng tiền nào đưa vào Ý đều phải khai báo và có thể phải tái xuất.

Quy định quản lý ngoại hối của Ý được ban hành bởi Phòng Thu đổi Ngoại hối của Ý tại địa chỉ Ufficio Ýno dei Cambi (UIC), Via Quattro Fontane 123, 00184 Rome, Ý. Ngoại tệ có thể được bán hoặc mua từ Ngân hàng Ý hay bất kỳ ngân hàng nào được ủy quyền bởi Ngân hàng Ý. Trong thực tế, tất cả các ngân hàng thương mại được phép thực hiện các giao dịch ngoại hối.

Đô la, séc du lịch, và trong một số trường hợp, séc cá nhân, có thể được trao đổi tại các ngân hàng, phòng thu đổi ngoại hối, đại lý du lịch được cấp phép, và các khách sạn. Thẻ tín dụng được chấp nhận với nhận dạng đúng, và máy ATM rất phổ biến tại Ý.

Tài trợ dự án

Các chương trình hỗ trợ tài chính của EU cung cấp nhiều khoản tài trợ, cho vay, bảo lãnh vay và đồng tài trợ cho các dự án nghiên cứu khả thi và các dự án cơ sở hạ tầng trong một số lĩnh vực quan trọng (ví dụ, môi trường, giao thông vận tải, năng lượng, viễn thông, du lịch, y tế công).

EU hỗ trợ các dự án trong các nước thành viên của nó, cũng như các dự án "hội nhập kinh tế" trên khắp EU. Ngoài ra, EU cũng hỗ trợ cho các nước tại Đông và Nam Âu, Ailen và Thổ Nhĩ Kỳ, cũng như một số nước thuộc Liên Xô cũ.

Liên minh châu Âu tài trợ dự án thông qua các khoản tài trợ từ Ủy ban châu Âu và các khoản vay từ Ngân hàng Đầu tư châu Âu. Khoản tài trợ từ các Quỹ cấu trúc được phân

bổ thông qua chính quyền quốc gia và khu vực của các nước thành viên, và chỉ có sẵn cho các dự án của 27 quốc gia thành viên EU.

Tất cả các khoản tài trợ cho các dự án ở các nước ngoài EU được quản lý thông qua Cơ quan Hợp tác Viện trợ châu Âu kết hợp với các sở Ủy ban châu Âu, được gọi là "cục".

➤ **Quỹ cấu trúc EU**

Quỹ cấu trúc EU, bao gồm cả Quỹ Phát triển Khu vực châu Âu, được thiết lập vào năm 1975 để hỗ trợ các khu vực kinh tế đình trệ của Liên minh châu Âu mà cần tái cấu trúc công nghiệp. EU đã dành riêng 308 tỷ cho các dự án thuộc các Quỹ cấu trúc và các chương trình Quỹ gắn kết cho giai đoạn 2007-2013 cho 27 nước EU. Ngoài tài trợ các dự án phát triển kinh tế được đề xuất bởi các nước thành viên hoặc chính quyền địa phương, các Quỹ cấu trúc EU cũng hỗ trợ các dự án chuyên ngành thúc đẩy các mục tiêu kinh tế xã hội của EU.

Các nước thành viên đàm phán các chương trình khu vực và "ngành" với các quan chức từ các cục chính sách khu vực thuộc Ủy ban châu Âu.

Để biết thông tin về các chương trình được phê duyệt vốn trong tương lai, vui lòng truy cập trang web: http://ec.europa.eu/regional_policy/atlas2007/index_en.htm

➤ **Quỹ gắn kết**

Quỹ gắn kết là một công cụ của chính sách cơ cấu của EU. Với ngân sách 61,5 tỷ EUR trong giai đoạn (2007-2013), quỹ đang tìm cách để cải thiện sự gắn kết trong EU bằng cách tài trợ các dự án cơ sở hạ tầng giao thông và môi trường ở Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Hy Lạp và mười hai thành viên mới (từ 2004) từ Trung và Đông Âu. Các dự án này nói chung là đồng tài trợ của các chính quyền quốc gia, Ngân hàng đầu tư châu Âu, và khu vực tư nhân.

Thông tin chi tiết tại: http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/cf/index_en.htm

➤ **Các khoản tài trợ khác của EU cho các nước thành viên**

Một loạt các khoản tài trợ khác cho ngành cụ thể hỗ trợ cho các nước thành viên EU trong các lĩnh vực khoa học, công nghệ, truyền thông, năng lượng, bảo vệ môi trường, giáo dục, đào tạo và nghiên cứu.

Hồ sơ dự thầu liên quan đến các khoản tài trợ được đăng trên các trang web của các cục của Ủy ban châu Âu. Điều kiện tham gia rất nghiêm ngặt và sự tham gia thường bị giới hạn cho các công ty EU hoặc gắn với chương trình của EU. Thông tin liên quan đến các chương trình có thể được tìm thấy tại trang:

http://ec.europa.eu/grants/index_en.htm

➤ **Hỗ trợ tài trợ bên ngoài**

Văn phòng Hợp tác EuropeAid là cơ quan quản lý chương trình viện trợ bên ngoài của EU. Cơ quan này chịu trách nhiệm quản lý toàn bộ chu trình dự án, từ nhận dạng đến đánh giá, trong đó cục Quan hệ đối ngoại và phát triển chịu trách nhiệm soạn thảo các chương trình hàng năm.

Trang web của cơ quan này cung cấp thông tin chung về các chương trình tài trợ, các loại dự án đủ điều kiện, cũng như những cảm nang hướng dẫn để giúp các bên liên quan hiểu được luật hợp đồng. Tuy nhiên, việc tham gia đấu thầu cho các hợp đồng tài trợ bởi EuropeAid được dành cho các doanh nghiệp nằm trong các nước thành viên EU và yêu cầu các sản phẩm được sử dụng cho các dự án này phải được sản xuất trong EU hoặc ở các nước nhận viện trợ. Để biết thêm thông tin xin truy cập trang web: http://ec.europa.eu/europeaid/index_en.htm

➤ **Vay nợ từ Ngân hàng Đầu tư châu Âu**

Ngân hàng Đầu tư châu Âu (EIB) có trụ sở chính đặt tại Luxembourg và là tổ chức tài chính quan trọng của Liên minh châu Âu. Kể từ khi thành lập năm 1958, EIB đã đóng góp vai trò lớn trong việc xây dựng châu Âu. Các hoạt động cung cấp tín dụng của EIB liên tục phát triển trong những năm qua và nó đã trở thành tổ chức có năng lực trong việc đánh giá, rà soát và giám sát dự án. Là một tổ chức phi lợi nhuận, ngân hàng EIB cung cấp tín dụng dài hạn với chi phí cạnh tranh cho các dự án ở châu Âu.

Nổi tiếng trong lĩnh vực phân tích tài chính và kinh tế dự án của mình, Ngân hàng EIB cung cấp tín dụng cho khách hàng thuộc EU trong khu vực tư nhân lẫn công cộng đối với các dự án thuộc mọi lĩnh vực của nền kinh tế như viễn thông, vận tải, cơ sở hạ tầng, năng lượng và môi trường.

Ngoài việc cung cấp tín dụng cho các dự án EU, EIB còn cung cấp tín dụng cho các dự án ngoài khu vực EU như Trung Âu, Đông Âu và Đông Nam Âu, châu Mỹ Latinh, Thái Bình Dương và các quốc gia vùng Caribbean. Trong năm 2009, EIB cung cấp tín dụng cho các dự án trị giá 103 tỷ EUR, trong đó có khoảng 9% là dành cho các dự án bên ngoài EU.

EIB cũng đóng một vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ mở rộng EU với các khoản vay được sử dụng để tài trợ cho các dự án cải thiện cơ sở hạ tầng, nghiên cứu và sản xuất công nghiệp để giúp các nước thành viên chuẩn bị gia nhập EU.

Các dự án muốn được EIB tài trợ phải là các dự án có đóng góp vào các mục tiêu kinh tế xã hội của Liên minh châu Âu, chẳng hạn như các dự án thúc đẩy sự phát triển vùng, nâng cao năng lực vận chuyển châu Âu và cơ sở hạ tầng viễn thông, bảo vệ môi trường; hỗ trợ các hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ; đổi mới đô thị; và, nói chung là thúc đẩy tăng trưởng, tăng sức cạnh tranh và tạo việc làm ở châu Âu.

Năm ngoái, EIB đã đưa ra danh sách các dự án được xem xét để phê duyệt trên trang web của mình. Do vậy các thông tin trên trang web EIB là một nguồn thông tin quan trọng về đấu thầu liên quan đến các dự án do EIB tài trợ.

Để biết thêm thông tin, hãy truy cập trang web:

<http://www.eib.org/projects/pipeline/index.htm>

➤ Các trang web hữu ích

- Danh sách các dự án trong tương lai:

http://ec.europa.eu/regional_policy/atlas2007/fiche_index_en.htm

- Các chính sách của EU, các quỹ Cơ cấu và Gắn kết:

http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm

- EU tài trợ và danh mục cho vay: http://ec.europa.eu/grants/index_en.htm
- Văn phòng Hợp tác EuropeAid: http://ec.europa.eu/europeaid/index_en.htm
- IPA: <http://ec.europa.eu/enlargement/how-does-it-work/financial>
- Ngân hàng đầu tư châu Âu: <http://www.eib.org>
- Danh sách các dự án được EIB tài trợ:

<http://www.eib.org/projects/index.htm?lang=-en>

Chương 8: Đi lại

Vài nét về văn hóa kinh doanh tại Ý

➤ Xưng hô và cấp bậc

Họ tên của người Italy thường là tên trước và họ sau, giống như ở rất nhiều nước Châu Âu khác, trừ trường hợp nêu vào văn bản quan trọng như bản khai xin thị thực nhập cảnh hoặc hợp đồng thì họ trước tên sau. Nếu một người Ý tự giới thiệu là Paolo Rossi, thì Paolo là tên và Rossi là họ. Ta nên gọi là Mr. Paolo Rossi hoặc Mr. Rossi, nếu gọi “Mr. Paolo” là không đúng. Ta chỉ nên gọi đơn giản “Paolo” khi quan hệ đã trở nên thân mật và Mr. Rossi đề nghị cứ gọi ông ta là “Paolo”.

Người Ý thích được xưng hô theo trình độ học vấn, và ở Ý nếu có ai đó tốt nghiệp đại học ngành khoa học xã hội thì được gọi là “dottore” đối với nam và “dottorressa” đối với nữ (cả 2 từ này trong tiếng Anh có nghĩa là “doctor”, tuy họ không phải là tiến sỹ). Người tốt nghiệp đại học ngành kỹ thuật được gọi là “ingegnere” (kỹ sư) như ở những nước khác. Nếu không chắc chắn về bằng cấp của người Ý thì đối với những người khả kính và có học vấn ta cũng có thể gọi họ là “dottore” hoặc “dottorressa” để tỏ ý tôn trọng.

Các nhà kinh doanh ở châu Âu thường hình thức hơn so với các đối tác khác ở nơi khác. Do vậy, tốt nhất là không nên sử dụng tên thánh cho đến khi mối quan hệ bền vững với đối tác được hình thành. Các doanh nhân Ý có xu hướng sử dụng những danh hiệu cho thấy vị trí công việc của họ trong công ty.

Người Ý rất tôn trọng người có địa vị và người cao tuổi. Trong các công ty và các cơ quan chính phủ ở Ý không có nhiều phụ nữ có thứ bậc cao. Phụ nữ có thể được nam giới người Ý rất tôn trọng, tuy nhiên không đến mức người phụ nữ có thể đạt được sự công nhận về năng lực hoặc quyền lực một cách bình đẳng như nam giới.

➤ Trang phục

Nước Ý nổi tiếng về thời trang. Trang phục lịch sự, kín đáo, nghiêm túc. Trong những

sự kiện đặc biệt nên ăn mặc trang trọng. Toàn bộ quan chức và đại đa số thương nhân Ý ăn mặc lịch sự và hợp thời trang khi tiếp khách. Hãy tinh tế trong việc lựa chọn trang phục, sao cho vừa đẹp vừa có phong cách. Các màu thường được sử dụng trong ăn mặc là màu sẫm, nâu nhạt. Các màu sáng hơn thường được dùng cho các đồ cá nhân.

Không những vậy người Ý còn thường ăn mặc chỉnh tề ở những nơi công cộng. Ở Ý nếu có ai đó vào siêu thị mà mặc đồ thể thao hoặc quần “soóc” áo “pull” thì thường là người nước khác, vì vậy, sẽ không phải là quá cường điệu nếu nói rằng người Ý ưa hình thức. Quần bò và giày thể thao trên đường là đồ thừa giãn có thể chấp nhận được, và được thanh niên ưa chuộng. Tuy nhiên, cách ăn mặc này sẽ không được chấp nhận trong các bối cảnh cần sự nghiêm túc.

Thương nhân nước khác sang Ý nên ăn mặc lịch sự để thể hiện sự tôn trọng đối tác và để được đối tác Ý đáp lại.

➤ **Danh thiếp**

Mở đầu cuộc họp là sự trao đổi danh thiếp qua lại.

- Danh thiếp thân mật: cung cấp những thông tin thông thường.
- Danh thiếp trang trọng: được dùng trong trường hợp kinh doanh cần có sự ủy nhiệm.

Việc sử dụng danh thiếp là phổ biến ở Ý. Bạn nên có danh thiếp bằng tiếng Ý ở mặt sau. Ngoài ra, học hàm/học vị (nếu có) cùng chức danh đầy đủ của bạn nên được thể hiện ở cả hai mặt của danh thiếp do người Ý muốn biết họ có đang giao dịch với một người ở vị trí quan trọng hay không. Bạn sẽ có thể thấy một doanh nhân có vị trí cấp cao trong công ty của Ý thường có ít thông tin về họ trên danh thiếp.

➤ **Ngôn ngữ và hội thoại**

Thương nhân Ý sử dụng tiếng Anh trong quan hệ với đối tác nước ngoài. Tuy nhiên ngay cả khi đang làm việc với đối tác nước ngoài, người Ý cũng thích trao đổi với

nhau bằng tiếng mẹ đẻ, ngay cả về những việc đơn giản nhất, điều này không có nghĩa là họ muốn giấu đời tác nước ngoài điều gì đó mà chỉ là thói quen.

Ngôn ngữ trong thương mại quốc tế là tiếng Anh. Tuy nhiên nếu đối tác nước ngoài biết được một vài từ hoặc câu đơn giản tiếng Ý như “come sta?” (ông/bà có khỏe không), “grazie” (cảm ơn), “buonissimo” (rất tốt), “arrivederci” (hẹn gặp lại) thì sẽ khiến cho đối tác Ý rất vui và tạo được sự thoải mái trong quan hệ. Nhiều người cho rằng phát âm tiếng Ý nói chung không khó, thường là viết như thế nào thì đọc như vậy, trừ một số ít trường hợp. Nên kiên nhẫn khi nói chuyện với người Ý vì họ thường nói rất hăng hái và thậm chí rất dài, nếu bị người nghe ngắt lời thì họ dễ cho là bất lịch sự. Trong khi người Ý nói, nếu người nghe không nhìn họ liên tục thì họ sẽ cho là không quan tâm và thường nhắc “listen!” hoặc “do you understand?”, điều này không có nghĩa là họ tỏ ra bất nhã mà chỉ vì họ nói tiếng Anh theo cách dùng tiếng Ý mà thôi.

➤ **Cử chỉ giao tiếp**

Trong kinh doanh người Ý luôn đánh giá cao những cử chỉ lịch sự: nhìn thẳng người đối diện, bắt tay đối tác, tránh những tiếp xúc cơ thể thân mật không cần thiết. Đối với những người lần đầu tiên gặp mặt, chỉ cần một cái bắt tay thân thiện là đủ.

Người Ý nồng nhiệt trong giao tiếp. Nếu họ ôm một cách lịch sự và hôn nhẹ vào má đối tác (không phân biệt nam nữ) thì đối tác nên lấy làm mừng bởi họ đã tỏ ra thân thiện. Nếu do phong tục của nước mình, nhất là các nước châu Á, do không quen có cử chỉ thân mật như vậy mà ta có thái độ phòng thủ thì dễ bị họ coi là không thân thiện hoặc kiêu ngạo. Tuy nhiên ta không nên chủ động ôm hôn người Ý trước mà chỉ nên sẵn sàng đáp lại cử chỉ này một cách tự nhiên.

➤ **Đến thăm nhà người Ý**

Nếu được đối tác Ý mời đến thăm nhà thì ta nên lấy làm vui, cần cảm ơn và nhận lời, vì người Ý (và người châu Âu nói chung) khi mời ai đến nhà mình có nghĩa là họ tỏ ra quý trọng người đó. Thường thì họ mời khách ghé qua thăm ngôi nhà của mình trước

hoặc sau khi mời cơm tối. Việc thương nhân Ý mời đối tác đến nhà mình dùng cơm là rất hiếm, vì đây là mức độ thân thiết cao hơn và khi chủ nhà có người nội trợ thích hợp. Khi được đối tác Ý mời cơm, bạn nên ăn mặc lịch sự. Nếu được mời cơm tại nhà hàng thì nên đến đúng giờ.

Tuy nhiên nếu được mời cơm tại gia đình người Ý thì nên đến muộn 5 – 10 phút, để chủ nhà không bị rơi vào tâm lý vội vàng chuẩn bị chu tất mọi thứ. Khi được mời cơm tại nhà người Ý, nên mang đến một chút quà nhỏ, có thể là một chai rượu vang ngon của Ý, một món đồ thủ công mỹ nghệ chất lượng cao của nước mình, hoặc một bó hoa tươi (tránh hoa hồng và hoa cẩm chướng là 2 loại hoa thường biểu hiện tình yêu). Quà tặng nên được bao gói lịch sự. Nếu được mời cơm, bạn sẽ ngồi vào vị trí do chủ nhà sắp đặt ở bàn ăn. Việc sử dụng các dụng cụ như dao, thìa, nĩa, khăn ăn, các loại cốc chén... của người Ý tương tự như ở các nước châu Âu khác. Bữa tiệc càng sang trọng thì mỗi thực khách càng có nhiều dụng cụ bàn ăn khác nhau. Nếu ta không thạo thì tốt nhất là làm theo chủ nhà.

Ý nổi tiếng về món ăn và đồ uống phong phú, nên việc khen món ăn, đồ uống Ý ngon không phải là khách sáo. Tuy nhiên ta không nên khen ngon khi không thể ăn hết phần của mình trong đĩa do chưa quen khẩu vị. Cho dù ta có cảm thấy thực sự ngon miệng hay không thì cũng nên nói lời cảm ơn chủ nhà về bữa ăn được mời trước mặt các thực khách khác.

➤ Giờ giấc làm việc và ăn uống

Ngày làm việc của Ý thường bắt đầu từ 9 giờ sáng và kết thúc lúc 5 giờ chiều. Tuy nhiên các đối tác thương mại thường sử dụng giờ giấc làm việc rất linh hoạt, sao cho thuận tiện cho cả hai bên và đạt được kết quả công việc cao nhất. Các cuộc gặp gỡ kinh doanh là rất quan trọng và các đối tác cần phải có mặt đúng giờ. Nếu đối tác Ý đến khách sạn đón bạn đi làm việc hoặc cùng ăn bữa sáng với khách thì bạn không nên bàn công việc ngay khi gặp nhau buổi sáng hoặc trong bữa sáng. Nếu họ mời ta dùng cơm trưa thì thường bắt đầu từ 1 giờ chiều, có thể bàn công việc trong bữa trưa và bữa ăn này thường kéo dài ít nhất 2 tiếng đồng hồ. Giờ ăn tối của người Ý thường bắt đầu từ 8 giờ tối. Chỉ nên bàn công việc vào bữa ăn tối với thương nhân Ý khi

không có người trong gia đình của họ tham dự, để tránh cho thành viên gia đình của họ cảm thấy không được thoải mái.

➤ **Đàm phán và ký hợp đồng**

Để duy trì quan hệ làm ăn lâu dài và đáng tin cậy giữa hai bên, không chỉ với thương nhân Ý mà còn cần thiết trong quan hệ đối với thương nhân các nước khác, bạn và đối tác nên biết về nhau càng nhiều càng tốt.

Hầu hết người Ý không giỏi nói tiếng Anh, do vậy khi đến gặp đối tác, bạn nên có phiên dịch đi cùng. Nếu đối tác của bạn biết tiếng Anh, bạn nên mang theo các tài liệu liên quan bằng tiếng Anh để giúp bạn trình bày vấn đề một cách rõ ràng, mạch lạc. Hầu như đối tác Ý sẽ không thể hiện thái độ cho biết họ có thể không hiểu về một vấn đề nào đó mà bạn đề cập.

Khi chọn thành phần tham gia đàm phán, bạn cần biết rằng người Ý thích làm việc với người có vị trí quan trọng nhất trong công ty bạn.

Buổi gặp ban đầu thường được bố trí tại văn phòng làm việc. Đây là nơi giúp đối tác Ý của bạn có thể đánh giá về bạn, kèm theo đề xuất kinh doanh của bạn cũng như về công ty bạn.

Mục tiêu tối thiểu của lần gặp ban đầu là hai bên cùng đánh giá về thái độ của đối tác và tạo dựng sự tin tưởng lẫn nhau. Bạn nên đem tới buổi gặp bản đề xuất kinh doanh đã được lập kỹ và có tính logic. Tất cả các tài liệu thuyết trình và bao gói sản phẩm mẫu cần có hình thức đẹp. Ở Ý, hình thức bề ngoài quan trọng hơn nhiều so với nội dung.

Người Ý nói chung dễ tiếp thu những ý tưởng và khái niệm mới, mặc dù bạn sẽ thấy ít có sự thay đổi ý kiến của đa số người tham gia.

Doanh nhân Ý thường đưa ra quyết định dựa trên những gì mà người khác đã làm trong những tình huống tương tự mặc dù hai tình huống đó không liên quan trực tiếp với nhau. Do vậy, nếu một ý tưởng nào đó không trùng với kinh nghiệm cá nhân của họ thì ý tưởng đó thường bị từ chối. Họ có xu hướng xem xét từng tình huống cụ thể

hơn là tìm kiếm sự hướng dẫn hoặc lời khuyên của luật sư hoặc những quy định chính sách liên quan để giải quyết vấn đề.

Bạn nên kiên nhẫn chờ đợi và không tạo áp lực đối với quá trình ra quyết định. Người Ý đôi khi đưa ra những đòi hỏi đột xuất mà bạn không mong đợi. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là các cuộc đàm phán của bạn sẽ không đem lại kết quả.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Ý (chiếm khoảng 2/3 kinh tế Ý) thường là doanh nghiệp có truyền thống gia đình. Doanh nhân Ý sẵn sàng cho đối tác biết về truyền thống này, kể cả những thông tin khác như: có bao nhiêu nhân viên, đã làm ăn với nước nào từ bao giờ, doanh số hàng năm là bao nhiêu, lý do muốn làm ăn với Việt Nam... Một doanh nghiệp có truyền thống lâu dài và làm ăn chuyên nghiệp thường có đầy đủ: logo, địa chỉ cùng với số điện thoại riêng số fax riêng, hộp thư e-mail và cả website, và nhất là mã số thuế (tiếng Ý là codici fiscale). Để chủ động tìm hiểu về đối tác Ý, ta có thể tự giới thiệu về mình và doanh nghiệp của mình, rồi sau đó đề nghị đối tác cho biết những thông tin tương tự thì chắc chắn hiếm có đối tác nào lại từ chối.

Hầu hết các quyết định thường được đưa ra vào 15 phút cuối bởi nhiều người chứ không chỉ từ một người có vị trí cao nhất trong nhóm. Tuy nhiên, đối với những cơ sở kinh doanh quy mô gia đình thì người đứng đầu gia đình đó sẽ là người đưa ra quyết định cuối cùng. Các quyết định thường được đưa ra khá chậm và kéo dài, thông thường từ vài tháng đến một năm.

Chìa khóa vàng trong kinh doanh là phải trả lời nhanh chóng và kịp thời các yêu cầu của họ về báo giá, đơn đặt hàng. Điều đó được xem như là điều kiện tiên quyết giúp cho xuất khẩu thành công.

Các doanh nhân Ý đánh giá cao sự hồi âm nhanh chóng của đối tác để giúp họ có thêm thông tin điều tra cũng như mong muốn các thư của họ được quan tâm.

Thương nhân Ý nói chung có tác phong cởi mở, khi bắt đầu đàm phán thường muốn đi đến thỏa thuận càng sớm càng tốt. Trong trường hợp thương nhân không phải là giám đốc điều hành của doanh nghiệp thì phải có giấy ủy quyền ký hợp đồng. Nói chung trong thương mại quốc tế, khi có những trục trặc trong quan hệ hợp đồng giữa hai bên

mà một trong hai bên muốn điều tra tình hình thực tế hoạt động của bên kia để kiểm tra độ tin cậy của đối tác thì việc này thường là quá muộn, mất nhiều thời gian và cả chi phí.

Ngay cả khi có được báo cáo tài chính về hoạt động của đối tác trong những năm vừa qua thì báo cáo đó cũng không phải là sự bảo đảm rằng hiện tại và trong thời gian tới quan hệ của đối tác sẽ giữ được mức độ ổn định như cũ trong làm ăn với ta. Vì vậy cách tốt nhất là song song với việc cố gắng tìm hiểu về đối tác như đã nêu trên, ta cần ký hợp đồng chặt chẽ, trong đó nêu đầy đủ và rõ ràng những điều khoản quan trọng nhất cũng như nghĩa vụ mỗi bên (giá cả, điều kiện giao hàng, bộ chứng từ, điều kiện thanh toán, chỉ định cơ quan giám định, chỉ định trọng tài, phạt giao hàng chậm và thanh toán chậm). Không vì được hứa hẹn ký kết những hợp đồng lớn trong tương lai mà lỏng lẻo hoặc nhượng bộ trong khi thảo luận những điều khoản quan trọng của hợp đồng đầu tiên.

➤ Một số nét đặc trưng của người Ý

Tránh bình luận về các sự kiện chính trị hoặc đóng góp những ý kiến tiêu cực về đất nước của họ. Những quan điểm tích cực và chân thành về văn hóa Ý, phong cách, nghệ thuật, lịch sử, ẩm thực hoặc âm nhạc luôn thích hợp. Tình bằng hữu và sự tin cậy lẫn nhau được đánh giá cao và khi mối quan hệ này được hình thành sẽ mang đến cho bạn những cơ hội kinh doanh mới tiếp theo trong tương lai.

Người dân Ý đánh giá cao phong cách, chất lượng và dịch vụ nhưng họ cũng quan tâm đến giá cả. Đối với người Ý, chất lượng quan trọng hơn số lượng. Các dịch vụ chăm sóc khách hàng phải được thực hiện để đảm bảo hàng hóa được giao nhận đúng và phải thực hiện các dịch vụ sau khi bán hàng. Người Ý và cộng đồng châu Âu mong muốn có thông tin đầy đủ, rõ ràng về nhà cung cấp, ngày giao hàng, vv.

Trong giao tiếp, người Ý có xu hướng sử dụng từ ngữ dài dòng mang tính hùng biện, trình bày và dễ thể hiện cảm xúc.

Sự tôn trọng và tự hào về bản thân là điểm quan trọng trong nền văn hóa Ý. Do vậy, không nên xúc phạm đến sự tự hào cá nhân của người Ý cũng như của gia đình họ,

thành phố nơi họ ở hoặc bạn bè họ.

Người Ý nói chung dễ tiếp thu các lời phê bình mang tính xây dựng, tuy nhiên không nên quá lỗ mãng.

Ở Ý, cửa văn phòng và phòng rửa mặt thường đóng cửa. Do vậy trước khi vào bạn nên gõ cửa và đóng cửa khi ra.

Người Ý dễ mất lòng nếu bạn giơ tay hoặc ngón tay lên khi đang nói chuyện. Nếu bạn cần truyền đạt thông tin với người bạn cần trong một cuộc họp, bạn nên ra dấu tay bằng cách chỉ ngón tay xuống phía dưới hoặc đơn giản là giao tiếp bằng mắt.

➤ Tặng quà

- Không tặng hoa cúc, hoa màu đỏ, hoa màu vàng.
- Không gói quà bằng giấy màu đen, màu tím.
- Quà tặng thường được mở ra khi nhận được.
- Bạn có thể tặng một chai rượu, và nên nhớ rằng chất lượng quan trọng hơn số lượng.

Hướng dẫn đi lại

Ý là nơi có tỷ lệ tội phạm ở mức vừa phải, và đó là điểm hướng tới của nhiều khách du lịch. Một số hành vi như móc túi ăn cắp từ xe hơi, giật túi xách là vấn đề rất đáng quan tâm đặc biệt là ở các thành phố lớn. Hầu hết các vụ trộm xảy ra ở các địa điểm du lịch đông người, trên xe buýt công cộng hay tại các nhà ga lớn ở Rome, Milan Centrale, Florence's Santa Maria Novella và ở Naples. Thông tin chi tiết về đi lại tại Ý xem qua website:

http://travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/cis/cis_1146.html

Giao thông vận tải

Các phương tiện giao thông tại thủ đô Roma rất thuận tiện và hiện đại. Khi đặt chân

đến Ý, việc chọn phương tiện đi lại như thế nào cho nhanh chóng và tiết kiệm cũng hoàn toàn không đơn giản đối với những người lần đầu tiên đến Ý. Ở Ý có nhiều cách để lựa chọn cho việc đi lại. Dựa vào địa điểm khách sạn bạn ở mà bạn có thể lựa chọn phương tiện đi lại tiện lợi nhất khi ở Ý. Giá vé xe buýt và tàu điện ngầm khoảng 1 Euro. Một vé xe buýt tính theo thời gian đi được 75 phút. Hệ thống tàu điện ngầm giống như ở các nước châu Âu khác, chỉ tính tiền 01 lần khi bạn ra khỏi nhà ga.

➤ Tàu điện

Nếu bạn đến các điểm du lịch nổi tiếng ở Ý, bạn có thể chọn tàu điện làm phương tiện đi lại. Tàu điện ngầm ở Ý được sử dụng rất phổ biến vì sự nhanh chóng và đúng giờ. Mua nhiều vé vùng sẽ rẻ hơn mua vé liên bang. Bạn có thể kiểm tra lịch trình và giá cả trên trang web Trenitalia.com. Hãy chắc chắn rằng bạn đã đặt đúng loại tàu. Accelerato, Regionale và Locale là loại tàu chậm, dừng lại ở tất cả các bến. Diretto là loại tàu được những người đi làm thường sử dụng, nhanh hơn và dừng ở ít bến hơn. Espresso thường chỉ chạy qua các thành phố chính trong khi Intercity, Eurocity. Eurostar là loại phương tiện nhanh nhất và thường có thêm phí. Với những loại tàu nhanh này, hãy chắc chắn rằng bạn sẽ lên đúng tàu của mình. Tại các ga trung tâm, những tàu đường dài có thể chia thành hai hoặc nhiều nhánh phụ hướng tới những điểm đến khác nhau.

Hãy luôn nhớ để ý bảng điện tử số hiệu Tàu và Giờ tàu chạy (Nếu có Delay sẽ có báo trên bảng điện tử)

➤ Xe buýt

Ngoài ra, bạn có thể chọn phương tiện xe buýt đi lại trong thành phố. Xe buýt chạy hầu hết trên đường phố của các thành phố lớn như Rome, Florence, Milan, Verona... Nếu bạn muốn tiết kiệm tiền thì thay vì đi xe taxi, bạn có thể thay thế bằng phương tiện công cộng này ở Ý. Những chuyến xe buýt ở Rome đều thuộc hãng ATAC. Trạm xe buýt chính ở ngay trước khu Stazione Termini. Tại đó bạn sẽ thấy có một phòng thông tin hỗ trợ du khách từ 7h30 đến 20h mỗi ngày. Xe buýt thường hoạt động từ 5h30 sáng đến 12h đêm.

Các tuyến xe buýt tại Rome khá phổ biến và đông như Việt Nam. Vào các giờ cao điểm sẽ xảy ra rất nhiều vụ trộm cắp, vì vậy bạn nên cẩn thận cất giữ đồ đạc và đặc biệt cảnh giác đối với các dân nhập cư (dân da đen, người di gan). Phải mua vé xe buýt tại máy bán vé tự động hay các sạp báo (Tabacchi) và lên xe tự động bấm vé vào máy (hộp màu vàng đầu xe). Nhớ chú ý biển tại các bến đỗ xe buýt để tránh đi nhầm chuyến, nên hỏi thông tin tại các quầy thông tin gần nhà ga. Nếu bạn trốn vé, khi bị kiểm tra bạn sẽ bị phạt từ 70 - 100 EURO.

➤ **Metro**

Tại một số thành phố lớn của Ý như Roma, Milan... đều có tàu điện ngầm metro, điều đặc biệt là bạn có thể dùng vé xe buýt để đi metro, và đây cũng là một hình thức di chuyển tiện lợi và giảm thiểu chi phí. Đi metro, bạn phải luôn luôn lưu ý đến biển hướng dẫn Line đi và bên dừng vì nếu quá bến bạn sẽ mất khá nhiều thời gian để quay lại cho đúng bến. Một mẹo nhỏ khi bạn đi quá một bến là bạn hãy rời bến metro và đi bộ theo hướng ngược lại thì sẽ nhanh trở về đúng bến hơn. Metro cũng như xe buýt luôn rất đông người và có tình trạng móc túi vì thế bạn cũng nên cẩn thận.

➤ **Taxi:**

Hãng xe 3570.IT là hãng taxi phổ thông nhất tại Ý.

Khi bạn đặt chân đến những thành phố hiện đại của Ý thì sẽ có rất nhiều phương tiện để đưa bạn đi lại khắp nơi trong thành phố. Taxi tại thành phố Rome có khá nhiều, tuy nhiên taxi hoạt động không giấy phép cũng không phải là ít. Để không bị lừa gạt, bạn nên đi xe taxi có giấy phép hoạt động. Những xe này thường được sơn màu trắng hoặc vàng và có ký tự SPQR ở ngay cửa trước. Một điều lưu ý là bạn phải kê taxi tính tiền theo km bạn đi, đừng bao giờ thương lượng thỏa thuận giá cả.

Ở Ý, bạn khó có thể đón taxi ngay trên đường, thay vào đó bạn phải gọi điện thoại đến tổng đài hay đến thẳng trạm taxi. Ở khu trung tâm thành phố Rome, bạn sẽ tìm thấy những trạm taxi ở khu vực Stazione Termini, Largo Di Torre Argentina, The Pantheon, Corso Rinascimento, Piazza Navona, Piazza di Spagna, Largo Goldoni,

Piazza del Popolo,...

➤ Thuê xe Việt kiều

Đây cũng là một phương tiện tốt khi du lịch tại Ý, lợi thế của việc thuê xe của Việt kiều là bạn có một người đồng hành bản xứ lái xe đưa bạn đi khám phá du lịch tại Ý. Đường quốc lộ rất tiện cho việc khám phá bằng xe ô tô, tốc độ có thể đi tối đa là 180 km/h vì thế thời gian để đến các thành phố cách nhau 300km chỉ mất 2h đồng hồ.

➤ Xe gắn máy, xe đạp

Ngoài ra, bạn cũng còn có thể thuê xe gắn máy để tự do đi chơi. Tuy nhiên giá cả khá cao, xe dưới 125 cc thì bạn phải trả 50 Euro/ngày. Hoặc bạn có thể thuê xe đạp chỉ với giá khoảng 7,5 Euro/ngày. Tuy nhiên, bạn phải có người hướng dẫn đi xe đạp cùng để đảm bảo an toàn. Nếu thuê xe gắn máy hoặc xe đạp bạn chỉ nên thuê trong công viên đi dạo, không nên đi ngoài đường rất nguy hiểm, người Ý đi xe nhanh và ẩu, bạn nên cẩn thận vì xảy ra tai nạn sẽ rất phiền phức.

➤ Thông tin sân bay tại Ý

Với diện tích rộng lớn, Ý sở hữu 101 sân bay lớn nhỏ phân bố rộng khắp các thành phố. 5 sân bay quốc tế lớn nhất Ý có thể kể đến là Sân bay Fiumicino; Sân bay Annisaton; Sân bay Heho; Sân bay Thandwe; Sân bay Civil...

Cách thủ đô 28km, Sân bay Quốc tế Leonardo da Vinci được đặt theo tên danh họa Leonardo da Vinci là sân bay lớn nhất Ý. Đây là sân bay có lượng khách đông thứ 6 trong số những sân bay đông khách ở châu Âu, nên các dịch vụ chăm sóc khách hàng ở đây được chăm chút khá kỹ lưỡng, từ quầy ăn uống, chỗ nghỉ ngơi cho đến các cửa hàng mua sắm miễn thuế.... Hầu hết các chuyến bay đến Ý đều chọn Sân bay Quốc tế Leonardo da Vinci làm điểm dừng đầu tiên. Từ sân bay này vào trung tâm Rome bạn có thể đi taxi về trung tâm Rome giá khoảng 60 – 80 €. Hoặc đi tàu nhanh Leonardo Express về nhà ga trung tâm (Termini) giá 14 €.

➤ Hãng hàng không khai thác đường bay từ Việt Nam tới Ý

Nổi liền khoảng cách giữa Việt Nam và Ý là các hãng hàng không quốc tế như Etihad Airways; Qatar Airways; Singapore Airlines; Silkair; Vietnam Airlines...

Hiện chưa có đường bay thẳng từ Việt Nam tới Ý nên bạn bắt buộc phải lựa chọn các chuyến bay trung chuyển. Theo thông tin từ Hiệp hội du lịch và lữ hành quốc gia Ý - Federturismo, hãng hàng không Vietnam Airlines đang đàm phán với chính quyền Ý để mở một đường bay thẳng từ Rome hoặc từ sân bay Malpensa của Milan tới Hà Nội hoặc Tp.HCM.

➤ **Thông tin tham khảo về chặng bay và giá vé máy bay từ Việt Nam đi Ý**

Từ 3 thành phố lớn của Việt Nam mỗi ngày có tới hàng chục chuyến bay tới các thành phố lớn của Ý. Tùy theo mục đích chuyến đi mà bạn lựa chọn điểm dừng chân thích hợp. Sau đây là giá vé máy bay từ Việt Nam đi Ý ở 1 số chặng bay cao điểm cho bạn tham khảo:

Chặng bay	Hãng hàng không	Giá vé rẻ nhất (USD)
Hà Nội – Milan	Aeroflot Russian Airlines	350
	Turkish Airlines	346
	Finnair	325
Đà Nẵng – Rome	Turkish Airlines	508
	Vietnam Airlines	600
	China Souther Airlines	627
Sài Gòn – Venice	British Airways	398
	Qatar Airways	436
	China Southern Airlines	518

Lưu ý: Đây là giá vé áp dụng cho hành trình một chiều chưa có tiền phí, tiền thuế.

- **Đường bay Hà Nội – Milan:** Hiện chưa có đường bay thẳng Hà Nội – Milan, theo đó bạn có thể lựa chọn bay các chuyến bay có điểm dừng (bay trung chuyển) của một số hãng hàng không đang khai thác chặng bay này như Vietnam Airlines (trung chuyển tại Frankfurt – Đức/ Paris – Pháp), Korean Air (trung chuyển tại Seoul), China Southern Airlines (trung chuyển tại Quảng Châu), Cathay Pacific (trung chuyển tại Hồng Kông)... Trung bình mỗi ngày có khoảng 42 chuyến bay của 19 hãng hàng không. Giá vé chặng bay này dao động từ 350 USD – 4.033 USD. Vietnam Airlines có tần suất bay lớn nhất, giá vé khoảng 470 USD – 708 USD. Tổng thời gian bay Hà Nội – (trung chuyển tại Bangkok, Abu Dhabi) - Milan khoảng 17 giờ - 20 giờ.
- **Đường bay Đà Nẵng – Rome:** Hiện được khai thác bởi 7 hãng hàng không gồm Etihad Airways; Vietnam Airlines; Pacific Airlines; Korean Air... với giá vé dao động trong từ 508 USD trở lên. Vietnam Airlines gần như độc chiếm các chuyến bay ở chặng này với tần suất 29 chuyến/ngày.
- **Đường bay Tp. Hồ Chí Minh – Venice:** được khai thác bởi 22 hãng hàng không quốc tế như Turkish Airlines; Qatar Airways; Etihad Airways; Austrian Airlines, Vietnam Airlines... với 43 chuyến bay mỗi ngày. Giá vé trung bình chặng này dao động từ 398 USD – 3.136 USD. Thời gian ngắn nhất cho chặng bay này khoảng 16 giờ.

Các yêu cầu về thị thực

Người nước ngoài tới Ý cần phải có hộ chiếu hợp lệ. Visa là cần thiết cho khách đến du lịch hoặc nhà kinh doanh ở ít hơn 90 ngày.

Theo luật pháp ở Ý, du khách dự định ở lại Ý hơn tám ngày làm việc cần phải thông báo với trạm cảnh sát địa phương về sự hiện diện của mình thông qua một hình thức đơn giản gọi là Dichiarazione di Presenza. Mọi người không phải là người bản xứ cần phải làm thủ tục này.

Khách du lịch đến từ các quốc gia không thuộc khối Schengen phải đóng dấu vào trong hộ chiếu lúc mới đến sân bay. Con dấu này tương đương với tuyên bố về sự

hiện diện. Khách du lịch đến từ các quốc gia thuộc khối Schengen yêu cầu phải khai báo về sự hiện diện của mình ở một văn phòng cảnh sát địa phương, trụ sở cảnh sát hoặc nơi khách lưu trú như nhà nghỉ, khách sạn trong vòng tám ngày làm việc. Hầu hết các khách sạn đều quan tâm đến vấn đề này khi làm thủ tục cho khách của mình. Cần phải giữ lại một bản sao biên lai do cơ quan Ý cấp.

Để tham khảo thêm thông tin có thể xem qua Website:

http://www.esteri.it/visti/home_eng.asp

Các công dân nước ngoài có kế hoạch làm việc tại Ý cần phải có trước hết một thị thực cho phép làm việc tại nước sở tại hoặc lãnh sự quán Ý. Người lao động tại Ý cần phải có giấy phép lao động để được chấp thuận làm việc. Giấy phép này chỉ cấp cho công việc chuyên môn hay kỹ năng nhất định. Người sử dụng lao động phải nộp giấy phép tại Văn phòng Lao Động của tỉnh.

Nếu thông tin được chấp nhận, người sử dụng lao động trong tương lai cũng có thể yêu cầu tiếp tục kê khai để được sự chấp thuận của chính quyền địa phương và trung ương. Giấy phép sau đó sẽ được gửi cho người lao động để họ có thể thực hiện các thủ tục thực thi nhập cảnh. Quá trình diễn ra ít nhất là 3 đến 4 tháng trước khi được thực thi.

Một người muốn tìm kiếm công việc ở Ý có thể nộp đơn trực tiếp tại Đại Sứ Quán hay Lãnh Sự Quán Ý kèm theo các thông tin cần thiết chứng minh kinh nghiệm trong lĩnh vực làm việc của mình.

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Ý**

Địa chỉ: Via di Bravetta, 156 – 00164 ROMA – ITALIA

Điện thoại: +39 06 66160726

+39 06 99704318

Fax: +39 06 66157520

Email: vnemb.it@mofa.gov.vn

Website: www.mofa.gov.vn/vnemb.italia

- **Văn phòng Đại sứ quán:**

Giờ làm việc: Từ thứ Hai đến thứ Sáu

Sáng: 08g30 – 13g00

Chiều: 14g30 – 18g00

Đại sứ quán đóng cửa các ngày lễ chính của Ý và của Việt Nam

- **Lãnh sự: (thị thực, hộ chiếu, công chứng...)**

Giờ tiếp khách: Từ thứ Hai đến thứ Sáu

Sáng: 09g00 – 13g00

Chiều: 14g30 – 17g00

- **Thương vụ:**

Via Po, 22 – int 16 – 00198 ROMA – ITALIA

Điện thoại: +39 06 8413913

Fax: +39 06 8414072

Email: it@moit.gov.vn

+ Bùi Vương Anh, Tham tán Thương mại

ĐTDD: +39 333 786 6789

+ Đỗ Việt Hà, Tùy viên Thương mại

ĐTDD: +39 340 796 0659

Giờ làm việc: Từ thứ Hai đến thứ Sáu

Sáng: 09g00 – 13g00

Chiều: 14g00 – 18g00

- **Danh bạ điện thoại của Đại sứ quán**

+ **Tổng đài điện thoại:** +39 06 66160726

+39 06 99704318

Fax: +39 06 66157520

+ **Các số điện thoại nội bộ:**

▫ Văn phòng: 215

▫ Lãnh sự: + 39 324 88 79 384

▫ Phòng chính trị: 224

▫ Đại diện tại các tổ chức quốc tế: (FAO, IFAD, WFP): 228

▫ Cộng đồng người Việt, lưu học sinh: 226

Viễn thông

Cuộc gọi đến đường dài đến Ý yêu cầu "0" trong mã thành phố được bao gồm khi quay số. Ví dụ cuộc gọi đường dài từ Việt Nam đến Rome như sau: +39-06-46741 (39 là mã nước, 06 mã cho thành phố Rome). Mã thành phố của Milan là 02.

Máy điện thoại di động mang "SIM Card" Việt Nam nếu có chuyển vùng quốc tế thì hoàn toàn sử dụng tốt khi sang Ý. Tuy nhiên thương nhân và cán bộ Việt Nam khi đi công tác sang Ý nếu có nhu cầu gọi điện thoại về nước nhiều thì nên mua "SIM Card" trả trước của Ý dùng sẽ đỡ tốn hơn. Cả nước Ý có gần 30 triệu thuê bao điện thoại và hơn 70 triệu máy điện thoại di động đang sử dụng.

Để truy cập Internet có thể sử dụng các dịch vụ thông qua các trạm Internet và quán cà phê. Các quán internet cho phép khách du lịch truy cập dễ dàng cũng như gọi điện

thoại quốc tế.

Ngôn ngữ

Tiếng Ý được sử dụng tại mọi địa phương trong giao tiếp giữa người Ý thuộc các vùng khác nhau và với khách nước ngoài, song giữa người Ý có gốc cùng địa phương thì thường dùng thổ ngữ để nói chuyện với nhau.

Do Ý là tập hợp của nhiều tiểu vương quốc trước đây, nên sự đa dạng về văn hóa và ngôn ngữ là đặc điểm nổi bật và tự nhiên. Ở Ý không có nhiều người biết và nói được ngoại ngữ, nên có khó khăn nhất định trong giao tiếp đối với người nước ngoài; tại một số vùng phía Bắc (giáp Áo, Thụy Sĩ) thì tiếng Pháp và tiếng Đức tương đối phổ biến, tại các vùng còn lại tiếng Anh được sử dụng nhiều hơn. Hầu hết các công ty thương mại lớn sử dụng cả tiếng Anh và Ý.

Quy định về tiền tệ khi nhập cảnh

Số lượng đồng Euro được mang vào Italia không hạn chế. Có thể mang ra khỏi Italia tối đa 1 00 nghìn Euro, nếu nhiều hơn phải có giấy phép của Hải quan Italia.

Y tế

Các dịch vụ y tế được đánh giá tốt và đạt tiêu chuẩn. Các nhu cầu y tế thông thường sẵn có. Các du khách không cần phải có giấy phép tiêm chủng. Nước uống có thể chấp nhận được tuy nhiên tại Naples thì được khuyến khích sử dụng nước đóng chai. Vệ sinh ở Ý đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Thời tiết

Ý có khí hậu Địa Trung hải ôn hòa; Thời tiết mùa hè nắng ấm và khô ráo. Mùa

Đông không quá lạnh, tại thủ đô Roma có những năm không có tuyết.

Giờ làm việc

Ý giờ làm việc bình thường là sáng từ 8 giờ hoặc 9 giờ đến trưa hoặc 1 giờ chiều và

chiều từ 3 giờ tới 6 giờ hoặc 7 giờ, từ Thứ Hai đến Thứ Sáu. Giờ làm việc các Bộ của chính phủ thường từ 8 giờ sáng đến 2 giờ chiều mà không nghỉ. Ngân hàng làm việc từ 8:30 đến 13:30 và 3:00 - 04:00 chiều, đóng cửa vào ngày thứ Bảy và Chủ Nhật. Các cơ sở bán lẻ đóng cửa vào ngày chủ nhật mặc dù có trường hợp ngoại lệ, chủ yếu ở khu du lịch.

Trong những năm gần đây, Ý đã ban hành pháp luật về cung cấp sự linh hoạt trong điều hành cửa hàng bán lẻ.

Các ngày lễ

Các ngày lễ ở Ý cần phải được chú ý đến khi lập các dự tính kinh doanh trong tương lai. Tháng 7 và 8 không phải là tháng tốt để kinh doanh tại Ý vì hầu hết các công ty đóng cửa cho kỳ nghỉ trong thời gian này. Trong dịp Giáng Sinh và năm mới các công ty cũng nghỉ. Các ngày lễ được liệt kê dưới đây là ngày mà các ngân hàng và văn phòng thương mại đều đóng cửa.

Khi một kì nghỉ ở Ý rơi vào ngày thứ 7, các văn phòng và cửa hàng đều đóng cửa.

➤ Các ngày nghỉ lễ của Ý trong năm 2019

Thứ Ba, 01/01	Tết năm mới
Chủ nhật, 06/1	Lễ Hiện Linh
Chủ nhật, 21/4	Lễ Phục Sinh
Thứ Hai, 22/4	Lễ Phục Sinh
Thứ Năm, 25/4	Kỉ niệm ngày Giải phóng
Thứ Tư, 01/5	Ngày Quốc Tế Lao Động
Chủ nhật, 02/6	Quốc khánh Ý
Thứ Năm, 15/8	Lễ Đức mẹ Quy thiên
Thứ Sáu, 01/11	Lễ các thánh

Chủ nhật, 08/12	Lễ Đức mẹ
Thứ Tư, 25/12	Lễ Giáng Sinh
Thứ Năm, 26/12	Lễ Thánh Stenphen

Tạm nhập nguyên vật liệu và tài sản cá nhân

Nguyên vật liệu có thể được tạm nhập vào Ý mà không cần trả thuế, phí nếu như những nguyên vật liệu đó được sử dụng trong quá trình sản xuất, chế biến các sản phẩm để xuất khẩu. Nhà nhập khẩu nộp 1 khoản tiền đặt cọc, thường thì theo các mẫu bảo lãnh có sẵn tại các ngân hàng hoặc các công ty bảo hiểm. Đến khi hàng thành phẩm được xuất đi thì khoản đặt cọc bảo lãnh này được thanh toán và tiền đặt cọc được trả lại. Hàng hóa tạm nhập để tái xuất cũng không phải chịu thuế và phí nhập khẩu theo sự phê chuẩn của Hải quan Ý.

Hàng mẫu không có giá trị thương mại cũng không phải trả thuế, phí.

Tài liệu in quảng cáo phải chứng nhận "tài liệu quảng cáo - không có giá trị thương mại". Những hàng mẫu có giá trị thương mại cũng có thể không bị đánh thuế khi tuân thủ các điều kiện sau:

- Hàng mẫu được đảm bảo là nhập khẩu vào Ý chỉ để trưng bày và sẽ tái xuất chứ không để bán.
- Có chứng nhận xuất xứ bởi Phòng Thương mại và Công nghiệp chứng minh nguồn hàng.
- Có 1 khoản tiền đặt cọc hay trái phiếu được nộp thay cho thuế, phí khi tạm nhập. Khoản tiền này sẽ được trả lại khi hàng hóa được tái xuất.
- Phiếu đóng gói (bản sao) với đầy đủ các thông tin mô tả sản phẩm bao gồm giá trị, trọng lượng ..

Nhà sản xuất nhập khẩu mẫu may phục vụ cho sản xuất các hàng hoá tương tự ở Ý có thể là mẫu hàng hóa được miễn thuế vào Ý. Vận chuyển hàng có thể chứa một số mẫu hàng hóa khác nhau, miễn là chỉ có một mẫu của từng loại. Để thực hiện điều kiện

này, hải quan Ý yêu cầu số lượng hàng hóa mẫu có trong các tài liệu thương mại. Hóa đơn thương mại phải có các nội dung mô tả sản phẩm vận chuyển có trong mẫu hàng hóa. Việc cung cấp thông tin không rõ ràng sẽ phải chịu thuế tiêu thụ bình thường.

Hàng mẫu có đủ điều kiện miễn phí, nếu:

- Có giá trị không đáng kể (22 Euro hoặc ít hơn),
- Do yêu cầu của đơn đặt hàng đối với hàng hoá dùng làm hàng mẫu.
- Mỗi loại hàng chỉ có 1 mẫu duy nhất.
- Lô hàng không vượt quá 3kg (6,6 lbs)
- Tổng cộng số lượng hàng mẫu tối đa không quá 5 món
- Hàng mẫu được cung cấp trực tiếp từ nước ngoài
- Hàng mẫu sẽ được tiêu thụ hoặc tiêu hủy, được đóng gói, đánh dấu đúng cách và không có giá trị sử dụng.

Các trang web tham khảo

- Cục Lãnh sự: <http://travel.state.gov/>
- Visa của Bộ Ngoại giao: http://travel.state.gov/visa/visa_1750.html
- Trang web thông tin của Bộ Ngoại giao: <http://www.state.gov/>
- Đại sứ quán Ý: www.ambwashingtondc.esteri.it
- Văn hóa, Hải quan và phép xã giao:

<http://www.kwintessential.co.uk/resources/global-etiquette/Ý-country-profile.html>

Chương 9: Đầu mối liên lạc, nghiên cứu thị trường và các sự kiện thương mại

Các cơ quan chính phủ

➤ Ngân hàng Ý

Địa chỉ: Via Nazionale 91

00184 Roma

Điện thoại: +39-06-47921

Website: www.bancaditaly.it

➤ Cơ quan điều tiết chứng khoán

Địa chỉ: Via G.B. Martini 3

00198 Roma

Điện thoại: +39-06-847-71

Fax: +39-06-841-7707

Email: consob@consob.it

Website: www.consob.it

➤ Ủy ban Thương mại Ý có văn phòng ở các thành phố, ITC Atlanta

Địa chỉ: 2301, Peachtree Center - Harris Tower

233, Peachtree Street N.E.

P.O.Box 56689 Atlanta Georgia 30343

Điện thoại: (404) 525-0660

Fax: (404) 525 -5112

Email: atlanta@ice.it

Website: <http://www.italtrade.com>

➤ **ITC Miami**

Địa chỉ: Istituto Nazionale per il Commercio Estero

4000 Ponce de Leon

Suite 590 Coral Gables,

FL 33146, Miami

Điện thoại (305) 461-3896

Fax: (305) 374-7945

Email: miami@ice.it

Website: www.italtrade.com

➤ **Ủy ban Thương mại Ý (ICE)**

Địa chỉ: Viale Liszt 2, 00144 Roma

Điện thoại: +39-06-5992-1

Fax: +39-06-5929-9743

Email: ice@ice.it

Website: www.ice.gov.it

Các hiệp hội thương mại Ý

➤ **ABI - Associazione Bancaria Ýna**

Hiệp hội Ngân hàng Ý

Địa chỉ: Piazza del Gesù 49 (Palazzo Altieri)

00186 Roma

Điện thoại: +39-06-67671

Fax: +39-06-6767-457

Email: abi@abi.it

Website: www.abi.it

➤ **Hiệp hội các nhà doanh nghiệp nữ và điều hành kinh doanh Ý (AIDDA)**

Địa chỉ: Via degli Scialoja 18

00196 Roma

Điện thoại: +39-06-3230-578

Fax: +39-06-3230-562

Email: aidda@aidda.org

Website: www.aidda.org

➤ **Hiệp hội các Nhà thầu xây dựng (ANCE)**

Địa chỉ: Via Guattani,

16 - 00161 Roma

Điện thoại: +39-06-845-671

Fax: +39-06-8456-7550

Email: info@ance.it

Website: www.ance.it

➤ **Hiệp hội ngành công nghiệp ô tô Ý - ANFIA**

Địa chỉ: Corso Galileo Ferraris 61

10128 Torino

Điện thoại: +39-011-554-6511

Fax: +39-011-545-986

Email: anfia@anfia.it

Website: www.anfia.it

➤ **ANIA - Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici**

Hiệp hội các công ty bảo hiểm ý – Association of Insurance Companies

Địa chỉ: Via della Frezza 70

00186 Roma

Điện thoại: +39-06-326-881

Fax: +39-06-322-7135

Email: info@ania.it

Website: www.ania.it

➤ **ANIE – Associazione Nazionale Imprese**

Hiệp hội ngành công nghiệp điện và điện tử Ý

Địa chỉ: Viale Lancetti 43

20158 Milano

Điện thoại: +39-02-326-41

Fax: +39-02-326-4212

Email: info@anie.it

Website: www.anie.it

➤ **Hiệp hội ngành thiết bị văn phòng (ASSINFORM)**

Điện thoại: +39-02-0063-28-1

Fax: +39-02-0063-28-24

Email: segreteria@assinform.it

Web: www.assinform.it

➤ **Hiệp hội nhượng quyền kinh doanh Ý (ASSOFRANCHISING)**

Địa chỉ: Via Melchiorre Gioia, 70

20125 Milano

Điện thoại: +39-02-2900-3779

Fax: +39-02-655-5919

Email: assofranchising@assofranchising.it

Website: www.assofranchising.it

➤ **Tổng Liên đoàn Nông nghiệp Ý (CONFAGRICOLTURA)**

Địa chỉ: Corso Vittorio Emanuele II, 101, 00186 Roma

Điện thoại: +39-06-685-21

Fax: +39-06-686-1726

Email: info@confagricoltura.it

Website: www.confagricoltura.it

➤ **Liên đoàn các ngành kinh doanh nhỏ và vừa của Ý (CONFAPI)**

Địa chỉ: Via del Plebiscito 117

00186 Roma

Điện thoại: +39-06-690-151

Fax: +39-06-679-1488

Email: mail@confapi.org

Website: www.confapi.org

➤ **Tổng Liên đoàn nghề thủ công (CONFARTIGIANATO)**

Địa chỉ: Via San Giovanni in Laterano 152

00184 Roma

Điện thoại: +39-06-703-741

Fax: +39-06-7045-2188

Email: confartigianato@confartigianato.it

Website: www.confartigianato.it

➤ **Tổng Liên đoàn Thương mại, Du lịch, Dịch vụ và các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ý**

Địa chỉ: Piazza G.G. Belli 2

00153 Roma

Điện thoại: +39-06-586-61

Fax: +39-06-580-9425

Email: confcommercio@confcommercio.it

Website: www.confcommercio.it

➤ **Tổng Liên đoàn các doanh nghiệp vận tải Ý**

Địa chỉ: Via Panama 62

00198 Roma

Điện thoại: +39-06-855-9151

Fax: +39-06-841-5576

Email: confetra@confetra.com

Website: www.confetra.com

➤ **Liên đoàn các ngành nghề của Ý**

Địa chỉ: Viale dell'Astronomia 30

00144 Roma

Điện thoại: +39-06-59-031

Fax: +39-06-59-19615

Email: confindustria@confindustria.it

Website: www.confindustria.it

➤ **Hiệp hội ngành dược quốc gia**

Địa chỉ: Largo del Nazareno 3/8

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-675-801

Fax: +39-06-678-6494

Website: www.farminindustria.it

➤ **Liên đoàn ngành công nghiệp thép của Ý**

Địa chỉ: Viale Sarca 336

20126 Milano

Điện thoại: +39-02-661-461

Fax: +39-02-661-46219

Email: direzione@federacciai.it

Website: www.federacciai.it

➤ **Liên minh ngành công nghiệp nhựa Ý**

Địa chỉ: Via San Vittore 36

20123 Milano

Điện thoại: +39-02-439-281

Fax: +39-02-435-432

Email: info@federazionegommaplastica.it

Website: www.federazionegommaplastica.it/

➤ **Liên đoàn ngành công nghiệp hoá chất của Ý**

Địa chỉ: Via Giovanni da Procida 11

20149 Milano

Điện thoại: +39-02-345-651

Fax: +39-02-345-65310

Email: federchimica@federchimica.it

Website: www.federchimica.it

➤ **Liên đoàn ngành công nghiệp gỗ của Ý**

Địa chỉ: Foro Bonaparte 65

20121 Milano

Điện thoại: +39-02-806041

Fax: +39-02-80604392

E-mail: web@federlegno.it

Website: www.federlegnoarredo.it

➤ **Liên hiệp ngành công nghiệp đóng tàu quốc gia, ngành hàng hải và các lĩnh vực có liên quan của Ý**

Địa chỉ: Piazzale J. F. Kennedy 1

16129 Genova

Điện thoại: +39-010-576-9811

Fax: +39-010-553-1104

Email: ucina@ucina.it

Website: www.ucina.net

➤ **Liên minh Phòng Thương mại Ý, ngành công nghiệp, thủ công mỹ nghệ và nông nghiệp của Ý**

(Là tổ chức có trách nhiệm bảo vệ cho toàn bộ liên minh phòng thương mại ở Ý) Địa chỉ:

Piazza Sallustio 21

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-470-41

Fax: +39-06-489-070-4240

Email: segreteria.generale@unioncamere.it

Website: www.unioncamere.gov.it

➤ **Liên đoàn thương mại gỗ**

Địa chỉ: Via Toscana 10

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-4200-681

Fax: +39-06-4281-7391

Email: fedecomlegno@federlegno.it

Website: www.federlegnoarredo.it

➤ **Các công ty nghiên cứu thị trường tại Ý, ACNielsen Ý S.p.a.**

Địa chỉ: Via Giuseppe di Vittorio 10

20094 Corsico (MI)

Điện thoại: +39-02-451-971

Fax: +39-02-458-66235

Website: www.acnielsen.it

➤ **C.R.A. (Nghiên cứu và phân tích theo yêu cầu của khách hàng)**

Địa chỉ: 20147 Milano

Điện thoại +39-02-414-921

Fax: +39-02-412-71623

Email: info@cra-research.com

Website: www.cra-research.com

➤ **Databank S.p.A.**

Địa chỉ: Via San Vigilio, 1

20142 Milano

Điện thoại: +39-02-77-54-811

Fax: +39-02-76-26-1646

Email: databank@cervedgroup.com

Website: www.databank.it

➤ **Demoskopea S.p.a**

Địa chỉ: Via Porlezza 16

20123 Milano

Điện thoại: +39-02-721-451

Fax: +39-02-8909-6128

Email: info@demoskopoea.it

Website: www.demoskopoea.it

➤ **Inter@ctive Market Research**

Địa chỉ: Via Scarlatti 150

80127 Napoli

Điện thoại +39-081-229-2473

Fax: +39-081-229-2463

Email: info@interactive-mr.com

Website: www.imrgroup.com

➤ **M&T Marketing & Trade S.r.l.**

Địa chỉ: Corso di Porta Ticinese 60

20123 Milano

Điện thoại +39-02-894-02219

Fax: +39-02-581-01117

Email: segreteria@marketingtrade.it

Website: www.marketingtrade.it

➤ **Pragma S.r.l.**

Địa chỉ: Via Nizza 152-154

00198 Roma

Điện thoại: +39-06-844-881

Fax: +39-06-844-88298

Email: pragma@pragma-research.it

Website: www.pragma-research.it

➤ **Các ngân hàng thương mại của Ý (Intesa Sanpaolo S.p.A)**

(Được sáp nhập giữa Sanpaolo IMI S.p.A. và Banca Intesa vào tháng 1/2007)

Địa chỉ: Piazza San Carlo, 156

10121 Torino

Điện thoại: +39-011-555-1

Website: www.intesasanpaolo.com

➤ **Unicredit Group S.p.A.**

(Được thành lập vào tháng 5 năm 2007 từ sự sáp nhập của Unicredito Ýno S.p.A. và CapÝ S.p.A. CapÝ S.p.A được thành lập năm 2002 với sự sáp nhập của Banca di Roma, Bibop-Carire và Banco di Sicilia)

Địa chỉ: Piazza Cordusio

20123 Milano

Điện thoại: +39- 02-88-621

Website: www.unicreditgroup.eu

➤ **Banca Nazionale del Lavoro BNL S.p.A.**

Địa chỉ: Via Vittorio Veneto 119

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-470-21

Website: www.bnl.it

➤ **Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.**

Địa chỉ: Piazza Salimbeni 3

53100 Siena

Điện thoại: +39-0577-294-111

Website: www.mps.it

Đầu mối liên lạc tại EU

➤ **Ủy ban châu Âu (EC)**

Địa chỉ: Rue de la Loi 200 / Wetstraat 200

B-1049 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.299.11.11 (tổng đài)

Fax: 32.2.295.01.38 (295.01.39 và 295.01.40)

Websites: http://ec.europa.eu/index_en.htm

➤ **EFTA – Hiệp hội Thương mại tự do châu Âu**

Địa chỉ: Rue Joseph II, 12-16

B – 1000 Brussels

Điện thoại: 32.2.286.17.11

Fax: 32.2.286.17.50

Website: <http://www.efta.int/>

➤ **Thông tin về Hải quan – và những vấn đề liên quan trong phạm vi EU**

Ông Walter Deffaa, Tổng giám đốc

Tổng cục Hải quan và Thuế

Địa chỉ: Rue de la Loi 200

B-1049 Brussels

Điện thoại: 32.2.295.43.76

Fax: 32.2.296.90.46

Website: http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/index_en.htm

➤ **Liên hệ về các tiêu chuẩn:**

Ông Gordon Gillerman

Giám đốc Chương trình tiêu chuẩn và thông tin toàn cầu

Địa chỉ: 100 Bureau Dr. Mail Stop 2100

Gaithersburg, Maryland 20899

Điện thoại: (301) 975-2573

Website: <http://ts.nist.gov/Standards/Global/about.cfm>

➤ **CEN – Ủy ban châu Âu về tiêu chuẩn hoá**

Địa chỉ: Avenue Marnix 17

B – 1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.550.08.11

Fax: 32.2.550.08.19

Website: <http://www.cen.eu/>

➤ **CENELEC – Ủy ban châu Âu về Tiêu chuẩn hoá kỹ thuật điện**

Địa chỉ: Avenue Marnix 17

B – 1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.519.68.71

Fax: 32.2.519.69.19

Website: <http://www.cenelec.eu/>

➤ **ETSI – Viện tiêu chuẩn viễn thông châu Âu**

Địa chỉ: Route des Lucioles 650

F – 06921 Sophia Antipolis Cedex, Pháp

Điện thoại: 33.4.92.94.42.00

Fax: 33.4.93.65.47.16

Website: <http://www.etsi.org/>

➤ **NORMAPME**

Văn phòng ngành thủ công và các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Địa chỉ: Rue Jacques de Lalaing 4

B – 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.282.05.30

Fax: 32.2.282.05.35

Website: <http://www.normapme.com/>

➤ **ANEC**

Hiệp hội liên kết đại diện người tiêu dùng trong tiêu chuẩn hoá

Địa chỉ: Avenue de Tervueren 32, Box 27

B – 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.743.24.70

Fax: 32.2.706.54.30

Website: <http://www.anec.org>

➤ **ECOS**

Tổ chức đối với tiêu chuẩn hoá môi trường người dân của châu Âu

Địa chỉ: Rue d'Edimbourg 26

B – 1050 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.894 46 55

Fax: 32.2.894 46 10

Website: <http://www.ecostandard.org/>

➤ **EOTA**

Tổ chức về việc chấp thuận kỹ thuật của châu Âu (đối với các sản phẩm xây dựng)

Địa chỉ: Avenue des Arts 40

B – 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.502.69.00

Fax: 32.2.502.38.14

Website: <http://www.eota.be/>

Các Hiệp hội lĩnh vực tư nhân

➤ **Liên minh doanh nghiệp châu Âu**

Địa chỉ: Avenue de Cortenbergh 168

1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.237.65.11

Fax: 32.2.231.14.45

Website: www.buinesseurope.eu

➤ **Viện châu Âu**



Địa chỉ: 1001 Connecticut Avenue, N.W.,

Suite 220, Washington DC, 20036-5531

Điện thoại: (202) 895-1670

Website: <http://www.europeaninstitute.org/>

➤ **Trung tâm Nghiên cứu chính sách của châu Âu (CEPS)**

Địa chỉ: 1 Place du Congres

B-1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.229.39.11

Fax: 32.2.219.41.51

Website: <http://www.ceps.eu/index.php>

➤ **Trung tâm chính sách châu Âu**

Địa chỉ: Residence Palace

155 Rue de la Loi, 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.231.03.40

Fax: 32.2.231.07.04

Website: <http://www.epc.eu>

➤ **Hội nghị bàn tròn về công nghiệp hoá (ERT)**

Địa chỉ: Place des Carabiniers 18a

B-1030 Brussels

Điện thoại: 32 2 534 31 00

Fax: 32 2 534 73 48

Website: <http://www.ert.be/>

➤ **Hiệp hội Nghiên cứu chính sách xuyên châu Âu (TEPSA)**

Địa chỉ: 11 Rue d'Egmont

B-1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.511.34.70

Fax: 32.2.511.67.70

Website: <http://www.tepsa.be/>

Các website chính liên quan đến châu Âu

+ Cổng thông tin chính của EU: <http://www.europa.eu>

+ Nguồn tin của EU, tình hình chính sách và thực thi

<http://www.euractiv.com/>

+ Chỉ số từ A – Z của EU: <http://www.eurunion.org/infores/euindex.htm>

+ Thông tin liên quan đến làm ăn kinh doanh ở EU. Mạng lưới làm ăn kinh doanh của EU (nguồn tài chính, các tiêu chuẩn kỹ thuật, luật sở hữu trí tuệ)

http://ec.europa.eu/youreurope/bU.S.iness/index_en.htm

+ Dữ liệu thâm nhập thị trường EU

(Thông tin về biểu thuế và những thông tin thương mại khác)

<http://madb.europa.eu/>

+ EURLEX – Luật pháp châu Âu: <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

+ CORDIS – Cơ quan Nghiên cứu và Phát triển dịch vụ thông tin:

<http://cordis.europa.eu/>

+ Cơ quan thống kê của Ủy ban châu Âu ([Eurostat](#)):

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>

+ Cơ quan xuất bản chính thức của châu Âu: <http://publications.europa.eu/>

+ Website chính thức về đồng euro của châu Âu:

http://ec.europa.eu/euro/index_en.html

+ Ngân hàng Trung ương châu Âu, Frankfurt, Đức: <http://www.ecb.int>

+ Ngân hàng Đầu tư châu Âu, Luxembourg: <http://www.eib.org/>

+ Hội đồng Liên minh châu Âu: <http://www.consilium.europa.eu/>

+ Quốc hội châu Âu: <http://www.europarl.europa.eu/>

+ Tòa án tối cao của châu Âu: <http://curia.europa.eu/>

Nghiên cứu thị trường

Hướng dẫn thương mại của các quốc gia thành viên EU, tài liệu nghiên cứu thị trường của Ban Thương mại EU, dựa theo các báo cáo thị trường ngành hàng và quốc gia có sẵn tại địa chỉ: <http://www.export.gov/mrktresearch/index.asp>

Các sự kiện thương mại

Có thể vào các trang website sau để nối kết và tìm kiếm những thông tin của những sự kiện thương mại sắp được tổ chức:

<http://www.export.gov/tradeevents.html>