

Ban Quan hệ Quốc tế - VCCI

HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG

ITALIA

Người liên hệ: Tạ Tuyết Mai

Tel: 04.35742022

6.2016



HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG ITALIA

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU CHUNG.....	1
1. Các thông tin cơ bản.....	1
2. Lịch sử.....	2
3. Đường lối đối ngoại	2
4. Văn hoá xã hội.....	2
5. Du lịch.....	3
6. Con người.....	3
7. Văn hóa kinh doanh.....	4
II. TÌNH HÌNH KINH TẾ	5
1. Tổng quan.....	5
2. Các ngành kinh tế mũi nhọn.....	6
3. Các chỉ số kinh tế	7
III. QUAN HỆ NGOẠI GIAO – CHÍNH TRỊ VỚI VIỆT NAM	8
1. Các chuyến thăm cao cấp gần đây	8
IV. QUAN HỆ KINH TẾ VỚI VIỆT NAM.....	9
1. Hợp tác thương mại.....	9
2. Hợp tác đầu tư	10
3. Hợp tác phát triển.....	11
4. Hợp tác văn hóa giáo dục	11
V. HỢP TÁC VỚI VCCI.....	12
1. Thỏa thuận hợp tác đã ký kết	12
2. Hoạt động đã triển khai	12
VI. THÔNG TIN HỮU ÍCH.....	13
1. Địa chỉ hữu ích	13
2. Các thông tin khác.....	13
Bảng 1. Xuất khẩu VN – Italia 2014.....	15
Bảng 2. Nhập khẩu VN – Italia 2014	1



I. GIỚI THIỆU CHUNG



1. Các thông tin cơ bản

Tên nước	Cộng hòa Italia (Italian Republic)
Thủ đô	Roma (Rome)
Quốc khánh	2/6
Diện tích	301.340 km ²
Dân số	61.680.122 người (7/2014)
Khí hậu	khí hậu Địa trung hải là chủ yếu, Alpine ở phía bắc; khô, nóng ở phía Nam.
Ngôn ngữ	Tiếng Italia (chính thống) ngoài ra còn sử dụng tiếng Đức, Pháp, Slovene.
Tôn giáo	Đạo Thiên chúa giáo La Mã: khoảng 90%, Khác: 10%
Đơn vị tiền tệ	Đồng Euro (EUR) – Tỷ giá 1 EUR = 1.4 USD (2014)
Múi giờ	GMT + 2
Thể chế	Chế độ Cộng hoà đại nghị, tách rời Thiên chúa giáo. Tổng thống là nguyên thủ quốc gia, do hội nghị hai viện bầu ra, nhiệm kỳ 7 năm. Quốc hội là cơ quan lập hiến tối cao, gồm hai viện có quyền ngang nhau: Thượng viện 315 ghế, Hạ viện 630 ghế do nhân dân trực tiếp bầu, nhiệm kỳ 5 năm. Chính phủ là cơ quan hành pháp cao nhất, đứng đầu là Thủ tướng (tên chính thức là Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng) do Tổng thống chỉ định. Thủ tướng đứng ra lập Nội các và đề nghị danh sách các bộ trưởng.
Tổng thống	Sergio MATTARELLA (kể từ 03/02/2015)
Thủ tướng	Matteo RENZI (kể từ 22/2/2014)



2. Lịch sử

Italia là một quốc gia có lịch sử lâu đời gắn liền với lịch sử La Mã cổ đại. Sau thời kỳ hưng thịnh của La Mã cổ đại, từ thế kỷ thứ 2 sau công nguyên đất nước đi vào thời kỳ suy thoái. Chiến tranh giữa các vương triều diễn ra liên miên và bị các đế quốc bên ngoài đô hộ. Nhưng từ thế kỷ 14, Italia bước vào thời kỳ phục hưng và trở thành trung tâm thương mại, văn hoá ở Châu Âu trong thế kỷ 15-16.

- Năm 1870 Italia được thống nhất và từ đó bước vào thời kỳ phát triển hiện đại.
- Năm 1922 Mussolini lên cầm quyền, thi hành chính sách độc tài phát xít.
- 7/1943 chế độ phát xít bị lật đổ.
- 25/4/1945 Italia được giải phóng hoàn toàn khỏi sự chiếm đóng của phát xít Đức.
- 2/6/1946 nước Cộng hòa Italia được thành lập.
- Năm 1949 Italia gia nhập NATO.
- Năm 1957 Italia gia nhập EEC (Liên minh châu Âu - EU ngày nay).
- Năm 1999 Italia gia nhập Liên minh Kinh tế và Tiền tệ

3. Đường lối đối ngoại

Italia từng là một thành viên sáng lập Cộng đồng Châu Âu - hiện là Liên minh Châu Âu (EU). Ý đã được chấp nhận gia nhập Liên hiệp quốc năm 1955 và là một thành viên cũng như một bên ủng hộ mạnh mẽ của Tổ chức Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương (NATO), Tổ chức Hợp tác Kinh tế và Phát triển (OECD), Thoả thuận Chung về Thuế quan và Thương mại/Tổ chức Thương mại Thế giới (GATT/WTO), Tổ chức An ninh và Hợp tác Châu Âu (OSCE) và Hội đồng Châu Âu. Nước này đã nắm chức chủ tịch CSCE (tiền thân của OSCE) năm 1994, EU năm 1996 và G-8 năm 2001 và nắm chức chủ tịch EU từ tháng 7 tới tháng 12 năm 2003.

Italia ủng hộ Liên hiệp quốc và các hoạt động an ninh quốc tế của tổ chức này. Italia đã triển khai quân đội hỗ trợ cho các chiến dịch gìn giữ hoà bình của Liên hiệp quốc tại Somalia, Mozambique và Đông Timor và cung cấp hỗ trợ cho các chiến dịch của NATO và Liên hiệp quốc tại Bosnia, Kosovo và Albania. Italia đã triển khai 1.000 quân Alpini tới Afghanistan hỗ trợ cho Chiến dịch Tự do Vĩnh viễn (OEF) tháng 2 năm 2003. Italia cũng hỗ trợ các nỗ lực quốc tế nhằm tái thiết và ổn định Iraq bằng đội quân khoảng 3.200 người, cũng như các quan chức và viên chức nhân đạo. Đội quân này tiếp tục ở lại Iraq theo uỷ quyền của Liên hiệp quốc và theo yêu cầu của Chính phủ Iraq tới tháng 12 năm 2006.

Tháng 8 năm 2006 Italia đã gửi khoảng 3.000 quân tới Liban tham gia lực lượng Gìn giữ hoà bình UNIFIL ONU Ngoài ra, từ ngày 2 tháng 2 năm 2007 một người Italia, Claudio Graziano, đã trở thành chỉ huy lực lượng Liên hiệp quốc tại nước này.

4. Văn hoá xã hội

Văn học: Văn học Italia có truyền thống nổi tiếng lâu đời về tính chất sáng tạo mới mẻ và tính độc đáo. Truyền thống La tinh được các học giả lưu giữ, ngay cả sau khi đế chế La Mã phương Tây suy vong. Nền văn học Italia thể hiện một quá trình thay đổi lớn qua sự phát triển của thời kỳ phục hưng và đã được thể hiện qua những tác phẩm của Aligheiri Dante, Petrarch, và Boccaccio. Các tác phẩm Divine của Dante, Sonnets của Petrarch đến tác phẩm Decamerone của Laura và Boccaccio đều là những tác phẩm tiêu biểu đối với các nhà văn trong thời phục hưng sau này.

Ẩm thực: Món ăn nổi tiếng nhất của Italia là mì Ý với hơn 400 loại khác nhau. Cũng có rất nhiều loại nước sốt khác nhau và chính điều đó làm cho món mì Ý khác với món mì ở nơi khác. Mỗi loại nước



sốt, kem, cà chua, phô mai, thịt hay cá đều có công thức kết hợp với mỳ. Món Pizza cũng là một món ăn rất nổi tiếng trong nghệ thuật ẩm thực của Italia. Hầu hết các món ăn tuyệt vời của Italia đều có đặc điểm chung nhất là có thể chuẩn bị rất nhanh chóng và kinh tế. Hầu như tất cả các món ăn Italia đều chú trọng đến rau, hydrat-cacbon và hàm lượng mỡ động vật trong thức ăn thấp. Đặc biệt, bữa ăn sẽ trở nên tuyệt vời khi đi kèm với một chai vang đỏ của Italia.

Âm nhạc: Từ nhạc đồng quê cho đến nhạc cổ điển, âm nhạc đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong đời sống văn hóa Italia. Là nơi sản sinh ra dòng nhạc opera, Italia đã xây dựng nền tảng vững chắc cho truyền thống âm nhạc cổ điển. Các nhạc cụ cổ điển như dương cầm và violông được sáng tạo ra từ Italia và nhiều thể loại nhạc cổ điển như giao hưởng, côngxectô và xô nát cũng đã xuất hiện từ thế kỷ 16,17 trong nền âm nhạc nước này. Những nhà soạn nhạc tài ba của Italia trong thời kỳ Phục hưng là: Palestrina và Giusseppe Verdi, các nhà soạn nhạc Ba-rốc như: Alessandro Scarlatti và Vivaldi, các nhà soạn nhạc cổ điển như Rossini và Paganini, nhà soạn nhạc lãng mạn như Verdi và Puccini. Hai nhà soạn nhạc Berio và Nono cũng có góp quan trọng vào nền âm nhạc hiện đại với sự phát triển của nhạc điện tử thử nghiệm.

Lễ hội: Italia là đất nước có vẻ đẹp rạng rỡ. Người Italia ăn mừng Giáng sinh và năm mới bằng cách trang hoàng tráng lệ. Hàng năm có hàng trăm lễ hội được tổ chức ở gần như tất cả các thị trấn ở Italia. Lễ kỷ niệm, lễ hội, và những bữa tiệc bên đường phố là một phần trong cuộc sống của người Italia. Có rất nhiều trò chơi và các hoạt động khác nhau trong ngày hội như ẩm thực, ném rượu, nhạc Jazz, bóng đá, tất cả đều là những phần không thể thiếu trong những lễ hội. Italia cũng là quốc gia tổ chức đăng cai một số những sự kiện quốc tế quan trọng như liên hoan phim, khiêu vũ và nghệ thuật.

Thể thao: Môn thể thao phổ biến ở Italia là bóng đá với giải đấu Serie A, ngoài ra còn có các bộ môn khác như bóng chày, bóng nước, đấu kiếm, bóng bầu dục, đua xe đạp, khúc côn cầu trên băng (chủ yếu ở Milano, Trentino, Alto Adige và Veneto) và đua xe công thức 1. Các môn thể thao mùa đông cũng khá phổ biến và Italia cũng tham gia nhiều vào các sự kiện thể vận hội quốc tế và Olympic. Ngoài ra, thể thao cũng gắn liền với sự kiện văn hóa như đua ngựa Palio ở thành phố Siena, diễn ra vào ngày 15 tháng 8; đua thuyền Gondola tại Thành phố Venezia diễn ra vào Chủ nhật đầu tiên của tháng 9.

5. Du lịch

Italia được coi là điểm thu hút khách du lịch đứng thứ 4 trên toàn thế giới. Nhờ có di sản văn hóa, lịch sử, nghệ thuật nổi bật và một loạt sản phẩm được thị trường quốc tế công nhận như rượu vang, thực phẩm và môi trường tự nhiên, Italia có tiềm năng lớn để phát triển ngành du lịch hơn nữa. Các ngành có tiềm năng phát triển với nhiều cơ hội đầu tư liên quan đến ngành du lịch là giải trí, sức khỏe và sắc đẹp, nhà ở, ngành dịch vụ du lịch tổng hợp.

Với doanh thu hàng năm khoảng 70 tỷ euro, chiếm 5,4% GDP, hơn 33.000 khách sạn và cung cấp 400.000 công ăn việc làm, ngành du lịch là một trong những động lực thúc đẩy nền kinh tế Italia.

6. Con người

Theo văn hóa Italia, mọi người thường luôn cần có thái độ cư xử đúng mực, lịch thiệp và có cử chỉ nhã nhặn. Điều này thể hiện năng lực hành vi của mỗi người hoặc đơn giản chỉ là sự thể hiện tốt về phong cách cá nhân. Những gì người khác nghĩ được xem là hết sức quan trọng và những hành động của bạn cần thể hiện sự phù hợp. Bên cạnh đó, ở Italia người ta tin rằng ngoài sự trung thành với gia đình, bạn bè và hàng xóm thì hành vi ứng xử đúng đắn sẽ góp phần tạo nên nét đẹp và trật tự của thế giới. Niềm tin này có thể thấy rõ ở những người Italia sống ở khu vực phía Nam.

Người Italia rất tôn trọng người có địa vị và người cao tuổi.



Trong các công ty và các cơ quan chính phủ ở Italia không có nhiều phụ nữ có thứ bậc cao. Phụ nữ có thể được nam giới người Italia rất tôn trọng, tuy nhiên không đến mức độ họ có thể đạt được sự công nhận về năng lực hoặc quyền lực một cách bình đẳng như nam giới.

Phong cách giao tiếp của người Italia có xu hướng sử dụng từ ngữ dài dòng mang tính hùng biện, trình bày và dễ thể hiện cảm xúc.

Nhà thờ Thiên chúa giáo La Mã vẫn có ảnh hưởng lớn đến mọi mặt đời sống của người Italia.

Mối quan hệ giữa gia đình, bạn bè, hàng xóm là đặc biệt quan trọng đối với người dân sống ở khu vực phía Nam Italia.

Sự tôn trọng và tự hào về bản thân là điểm quan trọng trong nền văn hóa Italia. Do vậy, không bao giờ nên xúc phạm đến sự tự hào cá nhân của người Italia cũng như của gia đình họ, thành phố nơi họ ở hoặc bạn bè họ.

Người Italia nói chung dễ tiếp thu các lời phê bình mang tính xây dựng hay những ý tưởng và khái niệm mới, tuy nhiên không nên quá lỗ mãng.

7. Văn hóa kinh doanh

Hầu hết người Italia không nói giỏi 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 Italia 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 Italia thích làm việc với người có vị trí quan trọng nhất trong công ty bạn.

Việc sử dụng danh thiếp là phổ biến ở Italia. Bạn nên có danh thiếp bằng tiếng Italia 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 Italia 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 Italia thường có ít thông tin về họ trên danh thiếp. Ở Italia, hình thức bề ngoài quan trọng hơn nhiều so với nội dung.

Doanh nhân Italia 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.

Theo văn hóa kinh doanh của Italia, 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.

Bạn nên kiên nhẫn chờ đợi và không tạo áp lực đối với quá trình ra quyết định. Người Italia 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.

Tập quán kinh doanh:

- Nói chung, người Italia luôn mặc các trang phục lịch sự trang nhã, nhưng các bộ trang phục trang trọng được khuyến khích mặc trong các cuộc họp kinh doanh.



- Kinh doanh trong tháng bảy và tháng tám là hoàn toàn không nên vì thời điểm đó, nước Italia là mùa hè và hầu hết người dân và các công ty đều nghỉ vào thời điểm này.
- Giá cả ở Italia rất cạnh tranh, vì vậy nên chuẩn bị càng nhiều càng tốt trước khi thăm Italia và cung cấp càng nhiều thông tin chi tiết về công ty trước càng tốt
- Nói chung các nhà nhập khẩu Italia thường yêu cầu một số lượng lớn nguyên vật liệu và các hàng hóa mẫu.
- Trả lời và hồi đáp nhanh là lợi thế rất lớn đối với việc ký hợp đồng với các công ty Mỹ nhưng đối với công ty Italia có thể ngược lại.
- Các điều khoản tín dụng dành cho thanh toán dài hạn nhìn chung (từ 60 đến 90 ngày, 120 cho các cửa hàng bách hóa, các tập đoàn lớn và các tổ chức khu vực công cộng).
- Giá nên được viết bằng đồng Euro, chi phí, bảo hiểm và vận chuyển hàng hóa (CIF) ở cảng của Italia, hoặc bên ngoài ra đô la Mỹ.

Các phong tục tập quán, văn hoá khác cần lưu ý:

- Nên nhìn đôi mắt trong khi nói chuyện. Đây là một dấu hiệu thiện cảm, trung thực và chân thành trong kinh doanh đối với người Italia.
- Nên bắt tay với tất cả mọi người khi được giới thiệu trong buổi gặp gỡ với đối tác kinh doanh hay trong các buổi gặp xã hội. Tuy nhiên, người ta nên chờ cho phụ nữ đưa tay của họ ra trước.
- Nên gõ cửa trước khi vào văn phòng và đóng cửa sau khi vào
- Không nên xuất hiện trước đồng nghiệp người Italia trong tình trạng vội vã và nóng vội trong cuộc đàm phán kinh doanh. Theo người Italia đó là dấu hiệu thể hiện sự yếu kém.
- Không nên tặng một món quà nếu bạn chưa nhận được một món quà đó trước. Ngoài ra, khi tặng quà không nên quên gắn kèm biểu tượng của công ty.
- Không nên quá ngạc nhiên nếu trong quá trình họp bàn kinh doanh các bạn đồng nghiệp người Italia cắt ngang lời người khác. Đó là cách giao tiếp phổ biến của người Italia.

II. TÌNH HÌNH KINH TẾ

1. Tổng quan

Italia có một nền kinh tế công nghiệp đa dạng với tổng sản lượng (đứng thứ 3 trong khối EU) và mức thu nhập bình quân đầu người tương đương Pháp và Anh. Đáng chú ý là Italia có mô hình phát triển kinh tế gắn gũi với Việt Nam về hệ thống các doanh nghiệp vừa và nhỏ (trong đó phần lớn là các công ty gia đình) rất năng động và hiệu quả, sản xuất các sản phẩm tiêu dùng chất lượng cao đóng góp tới gần 2/3 GDP. Nền kinh tế tư bản của Italia vẫn tồn tại sự phân chia kinh tế theo khu vực, phía Bắc với nền công nghiệp phát triển dưới sự nắm giữ của các công ty tư nhân, ở phía Nam với nền nông nghiệp kém phát triển hơn, phụ thuộc về phúc lợi và với tỉ lệ thất nghiệp cao hơn. Italia cũng có một nền kinh tế ngầm khá lớn, ước tính khoảng 17% của GDP, chủ yếu là các hoạt động trong các lĩnh vực nông nghiệp, xây dựng và dịch vụ.

Italia phải nhập khẩu hầu hết nguyên liệu thô dùng cho các ngành sản xuất công nghiệp và hơn 75% nhu cầu về năng lượng. Hơn một thập kỷ qua, Italia đã theo đuổi một chính sách tài chính thắt chặt nhằm đáp ứng các yêu cầu của các liên đoàn tài chính và tiền tệ và do vậy đã được hưởng mức lãi suất thấp hơn cũng như kiểm soát được tỉ lệ lạm phát ở mức thấp.



Chính phủ hiện nay của Italia đã ban hành nhiều chính sách cải cách ngắn hạn nhằm cải thiện tính cạnh tranh và tăng trưởng dài hạn của nền kinh tế. Tuy nhiên Italia đã khá chậm chạp trong việc thực hiện các cải cách cơ cấu cần thiết như giảm nhẹ gánh nặng của mức thuế cao, kiểm soát thị trường lao động thiếu tính linh hoạt và hệ thống lương hưu quá hào phóng. Nguyên nhân là do sự sụt giảm kinh tế hiện tại và sự đối lập từ các liên đoàn lao động. Nhưng các nhà lãnh đạo nước này đang phải đối mặt với sự khó khăn về kinh tế: khoản nợ công của Italia bắt đầu tăng từ 2007 và đạt mức đỉnh 132% GDP vào năm 2014 và chính phủ đã nhận thấy rất khó để giảm mức thâm hụt ngân sách xuống mức mà từ đó có thể giảm nhanh được khoản nợ trên.

Nền kinh tế Italia tiếp tục tăng trưởng thấp hơn mức trung bình của khu vực Châu Âu. Tăng trưởng GDP của Italia chỉ đạt trung bình 0,8% trong giai đoạn từ 2001-2008. Do tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2009 GDP của Italia tăng trưởng -5,1%. Theo đánh giá của Ngân hàng Quốc gia Italy, nước này cần từ 6-9 tháng để trở lại với mức phát triển như trước khủng hoảng, và kinh tế Italy có thể tăng từ mức âm 5,1% năm 2009 lên 1% năm 2010 và 1,5% năm 2011.

Năm 2014, tăng trưởng kinh tế và thị trường lao động của Italia tiếp tục suy giảm, với tỷ lệ thất nghiệp tăng tới 12,2% trong đó tỷ lệ người trẻ tuổi thất nghiệp là hơn 40%. Hiện tại GDP của Italia có giá trị thấp hơn khoảng 10% so với thời điểm trước khủng hoảng năm 2007.

2. Các ngành kinh tế mũi nhọn

- Sản xuất ô tô

Sự bùng nổ thị trường trong nước đã khiến cho ngành truyền thống sản xuất ô tô của Italia đạt được bước phát triển về trình độ chuyên môn, thiết kế, công nghệ và hiệu quả hoạt động. Các ngành sản xuất ô tô đã đóng góp quan trọng vào sự nghiên cứu và phát triển cấp quốc gia và có vai trò to lớn trong việc giới thiệu các công nghệ mới trên trường quốc tế.

Italia không chỉ là quốc gia nhìn nhận được tầm quan trọng của việc nghiên cứu và phát triển mà còn thực hiện được thành công điều đó để áp dụng trong ngành. Italia chủ yếu quan tâm đến những thách thức mới đối với ngành giao thông vận tải để phát triển bền vững bằng cách kêu gọi đầu thầu và còn quan tâm đến những thiết kế và kỹ thuật sản xuất đối với việc giảm trọng lượng và tái chế cho xe mới cũng như các hệ thống truyền tải và chất đốt.

- Vận tải:

Italia được coi là trung tâm vận chuyển phía Nam Châu Âu và là thị trường mục tiêu quan trọng để trung chuyển hàng hoá trong lĩnh vực thương mại quốc tế. Ngành vận tải đã đem lại nhiều lợi ích về kinh tế cho Italia.

- Công nghệ Nano

Với hơn 1.200 người tham gia trực tiếp và 70 triệu Euro tiền tài trợ dành cho nghiên cứu và phát triển, Italia chú trọng phát triển để trở thành một trong các quốc gia đứng đầu thế giới về công nghệ nano. Chất lượng nghiên cứu tại các trung tâm công nghệ nano của Italia được ghi nhận có tiềm năng phát triển rất cao và luôn hướng đến vấn đề thương mại hóa.

Italia tiến hành nghiên cứu trên phạm vi cả nước, chủ yếu tập trung tại cơ sở giáo dục công cộng và các công ty lớn. Tất cả các tổ chức nghiên cứu lớn của Italia có chương trình nghiên cứu về các ngành khoa học và ngành công nghệ và đó được coi là “Mạng lưới công nghệ”. Các viện và trung tâm nghiên cứu và phát triển công nghệ nano đã được thành lập ra nhằm tập trung các dự án nghiên cứu có cùng mục đích và mục tiêu.



Một phương thức khác đã được áp dụng để tái tập trung hoặc chuyển toàn bộ các phòng tổng hợp sang nghiên cứu công nghệ nano. Một số các công ty lớn đã không ngừng đẩy mạnh nỗ lực do đạt được nhiều lợi ích từ các hoạt động trong ngành công nghệ nano. Ngoài ra, có rất nhiều doanh nghiệp công nghệ cao mới bung lên, thường xuyên giành được những lợi ích từ những tổ chức nghiên cứu.

4 viện nghiên cứu chính bao gồm:

- Hội đồng Nghiên cứu Quốc gia Ý (CNR)
- Viện Vật lý Quốc gia (INFN - mới được hợp nhất với CNR)
- Viện Vật lý hạt nhân Quốc gia (INFN)
- Cơ quan Quốc gia Nghiên cứu Công nghệ mới, Năng lượng và Môi trường (ENEA).

- Hàng không vũ trụ:

Dành đầu tư cho phát triển các công ty công nghệ cao, Italia là một quốc gia dẫn đầu trong ngành sản xuất hàng không vũ trụ và là nhà cung cấp chính cho Trạm Vũ trụ quốc tế. Nhiều công ty tầm cỡ thế giới đã hỗ trợ về đào tạo và nghiên cứu khiến cho ngành không gian vũ trụ ở Italia ngày càng trở nên hấp dẫn hơn.

Với truyền thống lâu dài, công nghiệp hàng không vũ trụ ở Italia thực sự là ngành chiến lược trọng điểm. Ngành này luôn nằm trong số 10 ngành hàng đầu trên thế giới và giữ vai trò quan trọng trong các ấn phẩm về khoa học, chủ yếu nhờ vào các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực thiết kế, lập kế hoạch và ứng dụng kiến thức khoa học.

Với tổng số hơn 38.000 người được tuyển dụng, ngành công nghiệp hàng không vũ trụ của Italia đứng thứ 4 ở Châu Âu về lực lượng lao động, với hơn 1,3 tỷ Euro đầu tư cho sản xuất phát triển nghiên cứu.

- Công nghệ thông tin và viễn thông:

Italia là một trong những nước phát triển mạnh nhất trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Thị trường Italia với hơn 59,5 triệu người tiêu dùng là một trong những thị trường dễ lĩnh hội các công nghệ mới trên thế giới, do đó đem lại cơ hội lý tưởng cho sự phát triển để áp dụng kỹ thuật và thương mại của sản phẩm và dịch vụ. Ngành công nghệ thông tin ở Italia có trị giá 69 tỷ Euro, đứng thứ tư ở Châu Âu, với một tốc độ tăng trưởng hàng năm khoảng 4%.

Italia là nước lớn thứ ba ở Châu Âu có số lượng người sử dụng Internet lớn - hơn 32 triệu người và có 78,5 triệu người sử dụng điện thoại di động. Mức thâm nhập điện thoại di động 3G của Italia là cao nhất trên thế giới, và theo ước tính đến năm 2010 có khoảng 72% người ở Italia sẽ có máy điện thoại với công nghệ này.

3. Các chỉ số kinh tế

	2011	2012	2013	2014	2015
GDP (ppp)	1,877 tỷ USD	1,834 tỷ USD	1.805 tỷ USD	2.066 tỷ USD	2.174 tỷ USD
Tăng trưởng GDP	0,4%	-2,3%	-1,8%	-0.2%	0.8%
GDP theo đầu người (USD)	31.000	31.000	29.600	34.500	35.800
GDP theo ngành (2011)	Nông nghiệp: 2,2% - Công nghiệp: 23,9% - Dịch vụ: 73,9%				



Lực lượng lao động	25 triệu	25,28 triệu	25,74 triệu	25,51 triệu	25.54 triệu
Tỷ lệ thất nghiệp	8,4%	10,9%	12,4%	12,5%	12.2%
Tỷ lệ lạm phát	2,9%	3%	1,2%	0,1%	0.3%
Mặt hàng nông nghiệp	trái cây, rau, nho, khoai tây, củ cải đường, đậu nành, ngũ cốc, ô liu, thịt bò, sản phẩm 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, gốm sứ				
Kim ngạch xuất khẩu	524,9 tỷ USD	483,3 tỷ USD	474 tỷ USD	500,3 tỷ USD	454.6 tỷ USD
Mặt hàng chính	sản phẩm kỹ thuật, dệt may và quần áo, máy móc sản xuất, xe gắn máy, thiết bị vận tải, hóa chất, thực phẩm, đồ uống và thuốc lá; khoáng sản, kim loại màu Đối tác chính: Germany 12.8%, France 10.7%, US 7.2%, Switzerland 4.7%, Spain 4.6% (2014)				
Kim ngạch nhập khẩu	549,6 tỷ USD	469,7 tỷ USD	435,8 tỷ USD	448,3 tỷ USD	389.2 tỷ USD
Mặt hàng chính	sản phẩm cơ khí, hóa chất, thiết bị vận tải, các sản phẩm năng lượng, khoáng chất và kim loại màu, dệt may và quần áo, thực phẩm, đồ uống và thuốc lá Đối tác chính: Germany 16.1%, France 9%, China 7.3%, Netherlands 5,85%, Spain 5%, Belgium 4,05% (2014)				

III. QUAN HỆ NGOẠI GIAO – CHÍNH TRỊ VỚI VIỆT NAM

Việt Nam và Italia 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 rõ nét. Italia là nước Tây Bắc 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.

1. Các chuyến thăm cao cấp gần đây

Sau chuyến thăm chính thức Việt Nam của Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Italia G. De Michelis (12/1989), hai nước duy trì thường xuyên việc trao đổi đoàn ở cấp cao, khẳng định quyết tâm thúc đẩy quan hệ hợp tác nhiều mặt với Việt Nam, coi Việt Nam là “nước đầu cầu” (ngoài Trung Quốc và Ấn Độ) để đi vào Châu Á.

- Đoàn ra:

- + Tháng 5/1997: Thủ tướng Việt Nam Võ Văn Kiệt thăm chính thức;
- + Tháng 5/2000: Tổng Bí thư Lê Khả Phiêu;
- + Tháng 11/2002: Phó Thủ tướng Vũ Khoan
- + Tháng 10/2004: Bộ trưởng Quốc phòng Phạm Văn Trà;
- + Tháng 3/2005: Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Văn An;
- + Tháng 9/2006: Thứ trưởng Thương mại Nguyễn Thị Kim Ngân;



- + Tháng 1/2007: Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm chính thức;
- + Tháng 12/2007: Thứ trưởng Ngoại Giao Nguyễn Văn Thọ;
- + Tháng 4/2009: Phó Thủ tướng Trương Vĩnh Trọng;
- + Tháng 12/2009: Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết thăm cấp Nhà nước;
- + Tháng 7/2010: Phó Thủ tướng Thường trực Nguyễn Sinh Hùng.
- + Tháng 9/2012: Thứ trưởng Ngoại giao Bùi Thanh Sơn thăm và làm việc
- + Tháng 1/2013: Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng thăm chính thức
- + Tháng 1/2013: Tuyên bố chung quan hệ chiến lược Việt Nam – Italy

- Đoàn vào:

- + Tháng 10/2004: Phó Thủ tướng Gianfranco Fini dự ASEM 5;
- + Tháng 1/2005: Chủ tịch Hạ viện Pier Ferdinando Casini;
- + Tháng 4/2007: Thứ trưởng Ngoại giao Gianni Vernetti;
- + Tháng 10/2007: Phó Chủ tịch HĐBT, Bộ trưởng Ngoại giao Massimo D'Alema;
- + Tháng 11/2008: Bộ trưởng Phát triển Kinh tế Claudio Scajola;
- + Tháng 3/2009: Thứ trưởng Ngoại giao Stefania Craxi.
- + Tháng 6/2009 Italy muốn phát triển quan hệ với Việt Nam
- + Tháng 2/2012 Bộ trưởng ngoại giao sang thăm chính thức
- + Tháng 3/2012 Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Italia Giulio Terzidi Sant'Agata
- + Tháng 1/2013 Bộ trưởng quốc phòng

IV. QUAN HỆ KINH TẾ VỚI VIỆT NAM

1. Hợp tác thương mại

Italia là một trong những nước Tây Bắc Âu đầu tiên nối lại và phát triển các quan hệ hợp tác với Việt Nam sau thời kỳ ngưng đọng (những năm 1979 - 1989). Một số tập đoàn sản xuất lớn của Italia đã thiết lập quan hệ hợp tác và bước đầu có được một số kết quả quan trọng tại Việt Nam như Technip Italy (dự án Nhà máy đạm Phú Mỹ), Danieli Officina (nhà máy sản xuất thép), Fiat Iveco (liên doanh ô tô Mekong), Piaggio (xe tay ga).

Kim ngạch thương mại hai chiều hai nước tăng đều trong những năm qua, từ 320 triệu USD năm 1996 lên đến 1,2 tỷ USD năm 2006 và 1,7 tỷ USD năm 2008, tuy nhiên chưa xứng với tiềm năng kinh tế hai nước. Kim ngạch hai chiều năm 2009 giảm cả về số lượng và giá trị so với năm 2008 và chỉ đạt hơn 1,5 tỷ USD do chịu tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu. Nguyên nhân này là do doanh nghiệp hai nước còn hiểu biết quá ít về nhau; đặc biệt doanh nghiệp Italia chưa hiểu rõ về những thay đổi của nền kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây, nhất là về môi trường kinh doanh, khả năng tiếp cận thị trường và tìm kiếm bạn hàng Việt Nam. Tuy nhiên gần đây, nhiều doanh nhân Italia đã quan tâm đến thị trường Việt Nam.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam vào thị trường Italia là giày dép, cà phê, hàng dệt may, thủy sản, điện thoại và linh kiện. Việt Nam nhập khẩu chủ yếu từ Italia máy móc thiết bị cơ khí, phương tiện vận tải và da và vải nguyên liệu (phục vụ ngành công nghiệp dệt may và da giày).



Năm	Việt Nam xuất khẩu	Việt nam nhập khẩu	Tổng kim ngạch	Mức tăng (%)
2005	469,7	288,1	757,8	
2006	653,1	335,2	988,3	24%
2007	816,8	686,0	1.702,8	42%
2008	1.002,7	668,2	1.670,9	-2%
2009	804,6	726,2	1.530,8	-9%
2010	980,14	822,46	1.802,26	15%
2011	1.534,3	998,75	2.533,05	29%
2012	1.876,7	972,06	2.848,76	12%
2013	2.293,5	1.172,50	3.466,00	22%
2014	2.774,7	1.338,4	4.113,10	19%
2015	2.851,29	1.453,34	4.304,6	4%

Kim ngạch XNK giữa Việt Nam - Italia - Đơn vị triệu USD - nguồn Tổng Cục Hải quan

2. Hợp tác đầu tư

Tính đến hết tháng 6/2015, Italia đứng thứ 29 trong số 101 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới về mức đầu tư trực tiếp tại Việt Nam với 66 dự án với trị giá khoảng 391 triệu USD, chủ yếu trong các ngành: công nghiệp chế tạo, công nghiệp nhẹ như giày da, xây dựng, thiết bị vệ sinh, bình nóng lạnh, chế biến thép, nông, lâm nghiệp, thủy sản, bán buôn, bán lẻ, xây dựng và nghệ thuật. Một số công ty Italia đầu tư hiệu quả tại Việt Nam như Perfetti (kẹo), Merloni Termo Sanitari (Bình nóng lạnh Ariston), Technip Italy (dự án Nhà máy đạm Phú Mỹ), Danieli Officina (nhà máy sản xuất thép), Fiat Iveco (liên doanh ô tô Mekong), Piaggio (xe máy scooter), Tập đoàn Pirelli (xây dựng cáp quang Hà Nội-Tp Hồ Chí Minh), Finmeccanica (tập đoàn công nghiệp và thiết bị quốc phòng). Hiện tại, sau khi đầu tư 45 triệu USD để xây dựng nhà máy sản xuất xe máy Vespa tại Vĩnh Phúc, kế hoạch đầu tư của Tập đoàn Piaggio tại Việt Nam trong giai đoạn 2012-2014 là khoảng 70 triệu euro, trong tổng số vốn đầu tư xấp xỉ 400 triệu euro của Tập đoàn.

Tiềm năng trao đổi hợp tác đầu tư giữa Việt Nam và Italia

Sắp tới, nhiều doanh nghiệp của Italia sẽ tới thăm Việt Nam và sẽ không chỉ đặt trọng tâm vào việc tham gia phát triển các công trình hạ tầng cơ sở ở Việt Nam như cầu cống, đường xá mà còn chú ý đến những lĩnh vực khác. Chủ trương của Chính phủ Italia là tiếp tục thúc đẩy quan hệ hữu nghị và hợp tác nhiều mặt giữa hai nước Italia và Việt Nam, xem việc đầu tư vào Việt Nam là quyết định phát triển có tính chiến lược.

Các nhà đầu tư của Italia vào Việt Nam nhìn nhận rằng, Việt Nam hiện đang trong quá trình chuyển đổi lớn, đạt sự tăng trưởng rất ấn tượng và ổn định, nguồn vốn đầu tư nước ngoài ngày càng tăng. Chính sách thu hút đầu tư của Chính phủ đang tạo ra môi trường kinh doanh hết sức hấp dẫn và thuận lợi. Tuy nhiên, nguồn đầu tư của Italia vào Việt Nam thời gian qua còn hạn chế, chưa xứng với tiềm năng của hai nước. Do đó các doanh nghiệp hai nước cần tăng cường giao lưu, thảo luận kỹ các cơ hội, khả năng hợp tác, nhất là trong lĩnh vực hạ tầng và sản xuất công nghiệp để nâng quy mô các dự án đầu tư, thương mại lên một tầm cao mới.

Trước Chính phủ của Thủ tướng Berlusconi, Chính phủ của Thủ tướng tiền nhiệm Romano Prodi đã đưa Việt Nam vào danh sách các nước thuộc khu vực châu Á có vai trò then chốt về kinh tế đối với Italia, đồng thời coi Việt Nam là một điểm cầu chiến lược về đầu tư đến năm 2020 đối với các doanh nghiệp nước này.



Đề tạo điều kiện cho các nhà đầu tư Italia tìm hiểu về Việt Nam, một cổng thông tin trực tuyến Viet-It Affairs (tại địa chỉ www.viet-it-affairs.com) vừa được đưa vào hoạt động cuối năm 2008. Cổng thông tin ra đời cùng với sự cộng tác của Phòng Thương mại Italia.

3. Hợp tác phát triển

Italia bắt đầu cung cấp ODA cho Việt Nam vào những năm '80 dưới các hình thức: cho vay ưu đãi, viện trợ không hoàn lại song phương hoặc thông qua các tổ chức quốc tế như UNIDO, IFAD, viện trợ khẩn cấp. Các lĩnh vực hợp tác ưu tiên giữa Italia và Việt Nam gồm: cấp thoát nước, vệ sinh môi trường, phát triển nguồn nhân lực, y tế, hỗ trợ thể chế... Tại Nghị định thư 1990-1992, Italia cam kết tài trợ cho Việt Nam 160 tỉ Lia (139 triệu USD) gồm 120 tỉ vay ưu đãi và 40 tỉ không hoàn lại; tuy nhiên nhiều dự án không có hiệu quả do bất ổn chính trị ở Italia.

Năm 1997, Italia cho Việt Nam vay 100 tỉ lia (tương đương 60 triệu USD) thời hạn 35 năm, ân hạn 14 năm, lãi suất 0,5%” để thực hiện các dự án về cấp nước và giáo dục. Năm 2000, tại kỳ họp Ủy ban Liên chính phủ (12/2000), Chính phủ Italia cam kết cấp bổ sung cho Việt Nam 16 tỉ lia tín dụng ưu đãi.

Italia cung cấp vốn viện trợ không hoàn lại đối với dự án hàng hoá cho ngành nước trị giá 2,737 triệu Euro và dự án hỗ trợ kỹ thuật nâng cao năng lực thể chế giúp Việt Nam gia nhập WTO trị giá ODA 751.950 Euro.

Ngoài ra, Italia còn có hình thức viện trợ rất có hiệu quả thông qua uỷ thác hoặc đồng tài trợ như tài trợ 839.424 Euro uỷ thác qua trường Đại học Sassari cho dự án “Xây dựng trung tâm y tế Carlo Urbani” tại Đại học Y Huế; tài trợ 1,083 triệu Euro thông qua UNIDO cho dự án “Hỗ trợ thành lập cơ cấu trợ giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ”; tài trợ thông qua IFAD 1,5 triệu Euro cho dự án “Xoá đói giảm nghèo tại tỉnh Gia Lai”; tài trợ 1,49 triệu USD thông qua FAO cho dự án “Quản lý tổng hợp các hoạt động ở đầm phá Thừa Thiên Huế. Mới đây, Chính phủ hai nước đã ký 3 MoU về việc thực hiện 3 dự án tín dụng ưu đãi với tổng trị giá hơn 30 triệu Euro: (i): lĩnh vực nước tỉnh Bình Thuận; (ii): vệ sinh môi trường Cà Mau; (iii): vệ sinh môi trường Núi Thành, Quảng Nam.

Hai bên đã tái khởi động hoạt động của Ủy ban Hỗn hợp về Hợp tác Phát triển Việt Nam - Italia (họp tại Roma ngày 4-5/12/2009) để 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). Nhân chuyến thăm Italia của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết, hai bên đã ký Thỏa thuận hợp tác trị giá 30 triệu Euro vay ưu đãi, 5 triệu Euro viện trợ không hoàn lại và 10 triệu Euro chuyển đổi nợ cho giai đoạn 2010 - 2012. Hai bên đã ký Hiệp định chuyển đổi nợ nhân chuyến thăm Italia của Phó Thủ tướng Thường trực Nguyễn Sinh Hùng (tháng 7/2010).

Italia cũng đã nhiều lần viện trợ khẩn cấp cho ta như: viện trợ bão lụt (1999, 2000, 2001), viện trợ khắc phục dịch cúm gia cầm (2004), viện trợ khẩn cấp 1 triệu Euro (1,44 triệu USD) để khắc phục hậu quả cơn bão Kammuri gây thiệt hại nặng nề cho các tỉnh Tây Bắc (9/2008) và 200.000 Euro khắc phục cơn bão Ketsana (10/2009).

4. Hợp tác văn hóa giáo dục

Nhân chuyến thăm Việt Nam của Thứ trưởng Ngoại giao Italia vào tháng 3/2009, hai bên đã ký Chương trình hợp tác Văn hoá - Giáo dục giai đoạn 2009 - 2011.

Hàng năm Chính phủ Italia dành cho ta một số học bổng cho các khoá học tiếng Italia và Cao học, mở các khoá học tiếng Italia tại Hà Nội, TPHCM. Chính phủ Italia phối hợp với UNESCO giúp đỡ Việt Nam trùng tu khu di tích Mỹ Sơn với tổng kinh phí hơn 435.000USD (phía Việt Nam đóng góp 19.000 USD), đồng thời giúp đào tạo và trang bị kiến thức về bảo tồn di sản văn hóa theo tiêu chuẩn quốc tế cho cán bộ khảo cổ học, kiến trúc sư, chuyên gia bảo tồn và cán bộ quản lý.



Bên cạnh đó, hai bên cũng thường xuyên tổ chức các tuần lễ/ tháng văn hoá tại Italia và Việt Nam, theo đó nổi lên là các liên hoan văn hoá Việt Nam “Rồng và Bướm” tại Roma (2006 và 2007), “Gần và Xa” tại Udine (2007) và năm văn hoá Italia tại Việt Nam mang tên “Cầu vồng Ý” với hơn 40 hoạt động văn hoá kéo dài từ tháng 4 đến tháng 10/2007. Ngoài ra, Italia cũng tích cực tham gia và tổ chức một số hoạt động văn hoá - nghệ thuật nhân Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội 2010.

V. HỢP TÁC VỚI VCCI

1. Thỏa thuận hợp tác đã ký kết

- Phòng Thương mại và Công nghiệp Rome và VCCI (26/5/1997)
- Hội đồng khu vực Sicilia (7/6/2005)
- Phòng Thương mại, công nghiệp, thủ công và nông nghiệp Trapani, Sicilia (31/10/2005)
- Phòng thương mại Napoli (20/4/2006)
- Phòng Thương mại vùng Siena (8/11/2010)

2. Hoạt động đã triển khai

- Phối hợp với SQ Italia, Eurocham (trước đây là EBIC) tổ chức Hội thảo : “Kinh doanh với thị trường EU và Italia” tại An Giang, Cần Thơ, Thanh Hóa, Bình Định (9/12/02); Thái Nguyên (20/12/02); Đắk Lắk (17/02/03); Khánh Hòa (24/02/03); Bình Dương (22/08/03), Vĩnh Phúc (20/11/03), Hòa Bình (25/11/03).
- 10/2005- Phối hợp với Đại sứ quán Italia tổ chức: “Hội thảo quốc tế hợp tác và phát triển kinh doanh giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ Italia-Việt Nam” (24-26/10/05) với hơn 200 đại biểu tham dự
- 11/2005 - Tổ chức Diễn đàn và gặp gỡ giữa doanh nghiệp Việt Nam và đoàn 160 doanh nghiệp Italia nhân chuyến thăm Việt Nam của Bộ trưởng Phát triển Kinh tế Italia tại Hà Nội (5/11/2008).
- 12/2009 - Tổ chức đoàn doanh nghiệp tháp tùng Chủ tịch Nước thăm cấp Nhà nước Cộng hoà Italia, Vương quốc Tây Ban Nha và thăm chính thức Cộng hoà Slovakia từ ngày 9 đến ngày 19 tháng 12 năm 2009. Tại Italia, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã phối hợp với Liên đoàn Công nghiệp Italia- Confindustria để tổ chức Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – Italia tại Roma ngày 10/12. Diễn đàn doanh thu hút đông đảo các doanh nghiệp sở tại tham dự và gặp gỡ với các doanh nghiệp Việt Nam tham gia đoàn. Có thể nói doanh nghiệp Italia rất chờ đợi chuyến đi này. Nhiều thành viên đoàn doanh nghiệp Việt Nam đã có lịch hẹn gặp đầy đặc trong suốt ngày 10/12, nhiều doanh nghiệp bạn không có thời gian đề nghị gặp tại Milan, trong đó nhiều nhất là các doanh nghiệp làm việc trong lĩnh vực xây dựng hạ tầng, bất động sản, trang thiết bị nội thất, đồ trang sức
- 4/2010 - Tổ chức cuộc gặp gỡ giữa nhóm doanh nghiệp đại diện các tổ chức kinh tế I-ta-lia bao gồm Liên đoàn các nhà lãnh đạo Công nghiệp Ý, Vùng kinh tế Emilia Romagna, Hiệp hội các nhà sản xuất máy công cụ, hệ thống tự động Ý và các đại diện tổ chức, hiệp hội ngành đóng tàu, sản xuất ô tô và gia công cơ khí của Việt nam tại trụ sở Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (02/04/2010)
- 7/2010 - Tổ chức đoàn doanh nghiệp tháp tùng Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Nguyễn Sinh Hùng thăm chính thức Nước Cộng hòa Bulgaria và Nước Cộng hòa Italy từ ngày 05 đến ngày 17 tháng 7 năm 2010. Tại Italy, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã phối hợp với Hiệp hội doanh nghiệp sản xuất và dịch vụ của Italy (Confindustria), Viện Ngoại thương Italia, Hiệp hội doanh nghiệp Milan (Assolombarda) để tổ chức Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – Italy tại Milan ngày 13/07/2010. Diễn đàn đã thu hút gần 200 doanh nghiệp từ khắp các vùng của Italy đến Milan tham dự và gặp gỡ với các doanh nghiệp Việt Nam. Tại đây, các doanh nghiệp hai bên không chỉ có cơ hội tìm



hiểu về môi trường hợp tác và kinh doanh tại hai nước mà còn được tham khảo các kinh nghiệm kinh doanh và đầu tư thành công tại Việt Nam của các tập đoàn, doanh nghiệp lớn của Italy như Piaggio, Piacenza, Ariston. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã phối hợp với Thương vụ Việt Nam tổ chức cho đoàn doanh nghiệp tiếp xúc và tham quan cơ sở sản xuất của Tập đoàn TECHINT. Tập đoàn TECHINT là một trong những tập đoàn luyện kim lớn của Italy, đã cung cấp thiếc bị cho một số nhà máy luyện kim và cán thép.

- 08/11/2010, VCCI ký thoả thuận hợp tác với Phòng Thương mại vùng Siena, hoạt động trong khu vực trung tâm của nước I-ta-lia, phía bắc vùng Tuscany với ngành kinh tế chủ đạo là du lịch và dịch vụ, thủ công mỹ nghệ, cùng với sản xuất nông nghiệp với các sản phẩm nổi tiếng thế giới là rượu vang và dầu. Siena có khoảng 30.000 doanh nghiệp trong vùng với 98% là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, trong đó 7.000 doanh nghiệp kinh doanh trong ngành thủ công mỹ nghệ.

- 11/2014, VCCI phối hợp với Thương Vụ Italia, bộ phận Xúc tiến Thương mại Đại sứ quán Ý tổ chức Diễn đàn doanh nghiệp Ý - Việt lần 2 được tổ chức vào ngày 24/11 tại Hà Nội và 26/11 tại TP Hồ Chí Minh nhân chuyến thăm Việt Nam của Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Italia cùng đoàn 60 doanh nghiệp Ý hoạt động trong các lĩnh vực sau: Máy công nghiệp, Máy chế biến đá, Máy gia công kim loại, Máy sản xuất da và giày, Công nghệ dệt may, Năng lượng và năng lượng tái tạo, Thiết bị y tế và y sinh, Cơ sở hạ tầng và Truyền thông. Cũng trong khuôn khổ diễn đàn, Ban tổ chức sẽ tổ chức buổi gặp gỡ trực tiếp giữa các đại diện của doanh nghiệp Italia và Việt Nam nhằm tạo thêm cơ hội hợp tác và phát triển kinh doanh cho cả hai phía. Diễn đàn thu hút đông đảo sự tham gia của doanh nghiệp hai bên.

VI. THÔNG TIN HỮU ÍCH

1. Địa chỉ hữu ích

Đơn vị - Địa chỉ	Tel/Fax	Email/Website
Việt Nam		
Ban Quan hệ quốc tế, VCCI Số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội	T: 84-4-35771380	dueva@vcci.com.vn
Đại sứ quán Italia tại Việt Nam Số 9 Lê Phụng Hiểu - Hà Nội	T: 84-4-38256256 F: 84-4-38267602	
Thương vụ Italia tại Việt Nam 17 Lê Duẩn, Tầng 9, Tòa nhà Văn phòng Central Plaza, Quận 1, TP HCM	T: 84-8-38298721 F: 84-8-38298723	hochiminh.hochiminh@ice.it www.italtrade.com/countries/asia/vietnam/
Italia		
Đại Sứ quán Việt Nam tại Italia Via di Bravetta, 156 - 00164 Roma - Italia	T: +39 06 661 60726 F: +39 06 661 57520	vnemb.it@mofa.gov.vn www.vnembassy.it
Thương vụ Việt Nam tại Italia 00198 Roma - Ý Via, Po.22	T: + 39068413913 F: +39068414072	thuongvuY@virgilio.it

2. Các thông tin khác

2.1. Các công cụ trực tuyến, miễn phí hỗ trợ doanh nghiệp khi giao thương với thị trường EU

2.1.1 Bản đồ thương mại (trade map)

<http://www.trademap.org>



Bản đồ thương mại (trademap) được phát triển bởi Trung tâm thương mại quốc tế ITC, cung cấp:

- Cơ sở dữ liệu trực tuyến, liên tục cập nhật từ các cơ quan thống kê cấp quốc gia
- Chứa phân tích dữ liệu thương mại của hơn 5600 sản phẩm giữa 220 quốc gia/vùng lãnh thổ trên thế giới
- Giao diện sử dụng thân thiện, xuất báo cáo theo định dạng mong muốn (word, excel, pdf) – minh họa đồ thị dễ dàng cho việc phân tích
- Miễn phí sử dụng cho các nước đang phát triển

Bản đồ thương mại (Trade map) của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) sẽ giúp bạn đánh giá, phân tích tiềm năng hợp tác thương mại với thị trường EU; tìm kiếm mặt hàng và đối tác phù hợp, đánh giá cạnh tranh và đa dạng hóa nguồn cung cấp; truy xuất thông tin liên quan về thuế quan, rào cản thương mại.. qua đó xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp.

Hướng dẫn sử dụng : <http://legacy.intracen.org/marketanalysis/Docs/Trademap/TradeMap-Userguide-EN.pdf>

2.1.2. Website hỗ trợ xuất khẩu sang khối Liên minh Châu Âu (EU Export Helpdesk)

<http://exporthelp.europa.eu>

- EU Export Helpdesk là công cụ hoàn toàn miễn phí do Phái đoàn Châu Âu cung cấp, hỗ trợ việc xuất khẩu sang thị trường các nước trong liên minh EU, thông qua việc cung cấp:
- Các thông tin về yêu cầu của thị trường về tiêu chuẩn sản phẩm, thủ tục thuế quan tại các nước trong liên minh Châu Âu
- Các thông tin về thuế nhập khẩu, quy chế tối huệ quốc, ưu đãi thuế xuất cũng như các hạng mục khác như định mức cho phép, yêu cầu giấy phép nhập khẩu, các biện pháp chống bán phá giá ..
- Thống kê về dòng giao dịch thương mại giữa EU và các nước khác
- Các thỏa thuận hợp tác thương mại giữa EU và các nước phát triển, các yêu cầu về hồ sơ và chứng nhận xuất xứ cần thiết để thâm nhập thị trường EU
- Danh bạ các cơ quan chức năng liên quan của các nước EU, danh bạ doanh nghiệp

2.2. Website tham khảo

Website Bộ Ngoại giao Việt Nam

http://www.mofa.gov.vn/vi/cn_vakv/euro/

Website CIA – The World Factbook

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>



Bảng 1. Xuất khẩu VN – Italia 2015

Nước/Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Số liệu tháng báo cáo		Cộng dồn đến hết tháng báo cáo	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
ITALIA			192.169.390		2.851.297.091
Hàng thủy sản	USD		8.767.236		115.586.521
Hàng rau quả	USD		606.165		4.545.299
Hạt điều	Tấn	413	2.407.576	5.349	29.153.588
Cà phê	Tấn	8.878	15.517.398	105.578	198.562.436
Hạt tiêu	Tấn	163	1.763.657	1.448	14.625.878
Hóa chất	USD		1.329.515		21.347.169
Chất dẻo nguyên liệu	Tấn			40	74.448
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		2.699.947		24.306.847
Cao su	Tấn	2.221	2.506.797	14.169	18.782.333
Sản phẩm từ cao su	USD		1.348.756		9.614.895
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	USD		4.507.418		46.219.713
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	USD		387.347		5.212.604
Gỗ và sản phẩm gỗ	USD		5.263.315		31.634.669
Xơ, sợi dệt các loại	Tấn	82	938.906	1.095	11.895.633
Hàng dệt, may	USD		20.209.458		209.201.462
Giày dép các loại	USD		43.099.941		346.757.869
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	USD		3.333.624		33.946.073
Sản phẩm gốm, sứ	USD		1.083.133		8.720.341
Sắt thép các loại	Tấn	887	1.236.915	14.001	29.757.177
Sản phẩm từ sắt thép	USD		1.250.232		20.894.373
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		10.977.845		252.354.955



Bảng 2. Nhập khẩu VN – Italia 2015

Nước/Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Số liệu tháng báo cáo		Cộng dồn đến hết tháng báo cáo	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
ITALIA			144.654.778		1.453.340.382
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	USD		1.470.592		69.992.332
Nguyên phụ liệu thuốc lá	USD		431.088		11.152.714
Hóa chất	USD		1.330.128		11.603.481
Sản phẩm hóa chất	USD		3.434.863		41.429.488
Nguyên phụ liệu dược phẩm	USD		994.452		8.895.466
Dược phẩm	USD		8.013.186		131.365.572
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	USD		717.400		6.125.281
Chất dẻo nguyên liệu	Tấn	462	1.287.177	4.095	9.966.992
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		1.398.959		18.367.793
Sản phẩm từ cao su	USD		635.698		9.101.315
Gỗ và sản phẩm gỗ	USD		2.015.927		14.329.604
Giấy các loại	Tấn	275	667.476	5.565	9.264.937
Vải các loại	USD		4.997.805		61.614.426
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	USD		16.787.268		191.633.000
Sắt thép các loại	Tấn	636	992.213	6.130	8.895.373
Sản phẩm từ sắt thép	USD		5.149.076		55.198.219
Kim loại thường khác	Tấn	106	523.294	980	4.799.554
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		1.082.977		18.351.319
Hàng điện gia dụng và linh kiện	USD		620.105		4.610.867
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	USD		59.429.776		589.518.073
Linh kiện, phụ tùng ô tô	USD		229.563		3.503.726