



MOŽNOSTI EXPANZE DO ITÁLIE OBCHODNÍ PŘÍLEŽITOSTI A PRÁVNÍ RÁMEC VSTUPU ČESKÉ FIRMY NA TRH

Alžběta Hliněná
Ředitelka zahraniční
kanceláře CzechTrade Itálie





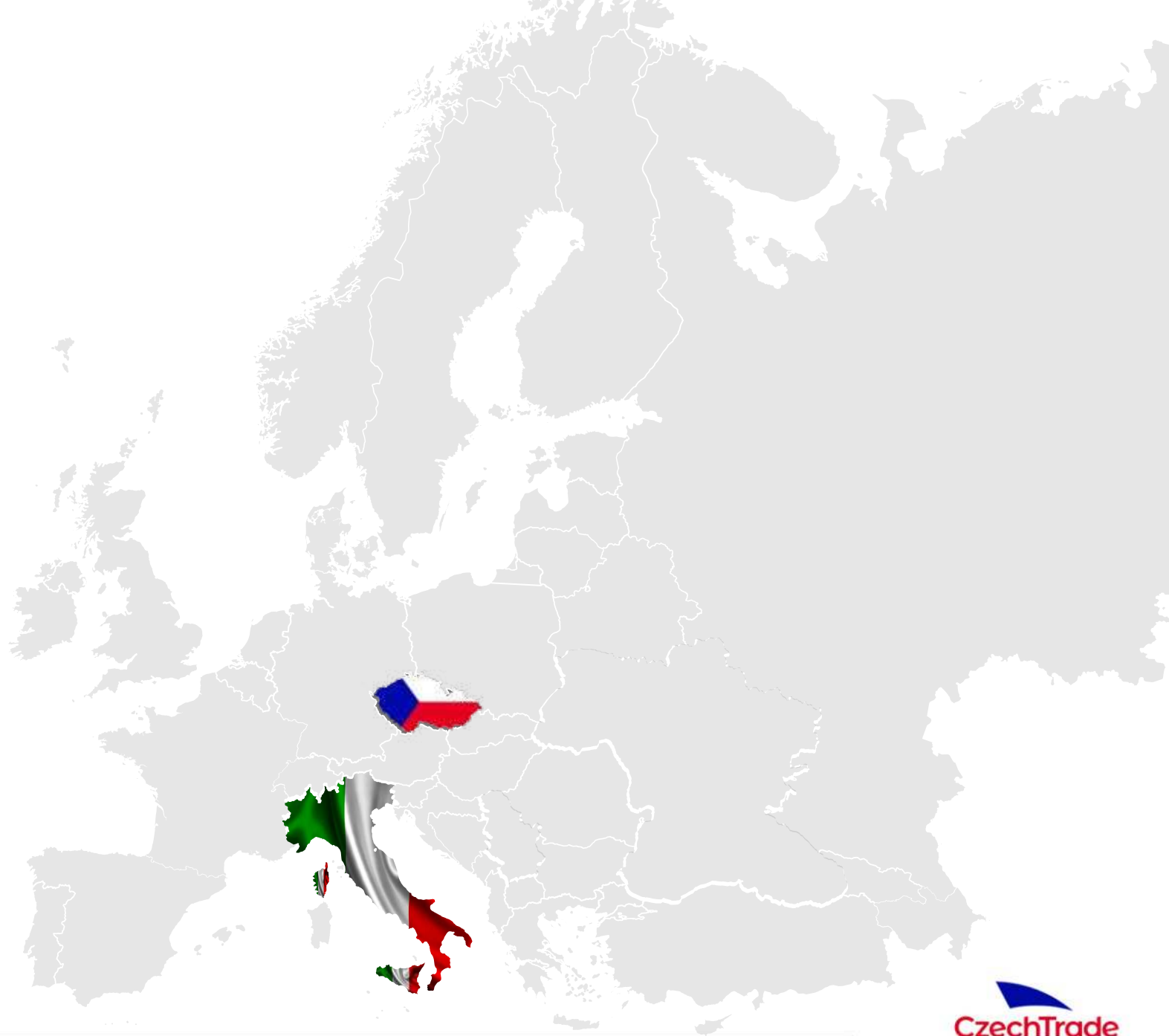
1

ČESKO-ITALSKÉ OBCHODNÍ VZTAHY A MAKROEKONOMICKÝ RÁMEC

Česko a Itálie

Obchodní výměna

	Česká republika	Itálie
Populace	10,5 mil	59 mil
Rozloha	78 867 km ²	294 140 km ²
Průměrná délka života	79,1 let	83,4 let
Umístění ekonomiky (HDP, svět)	45. místo	8. místo
Velikost ekonomiky (HDP, svět)	360 mld USD	2,42 bil USD

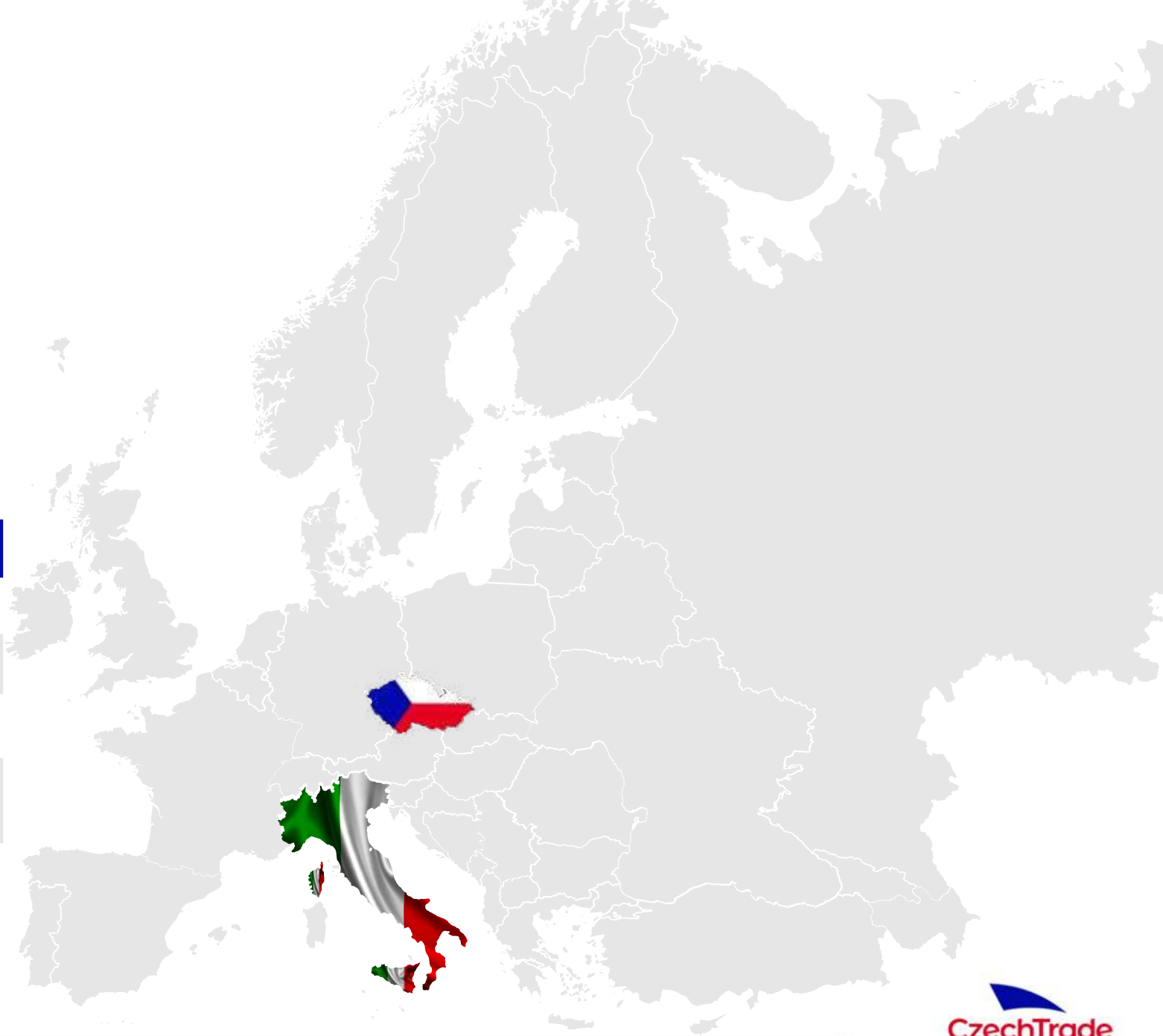


Česko a Itálie

Obchodní výměna

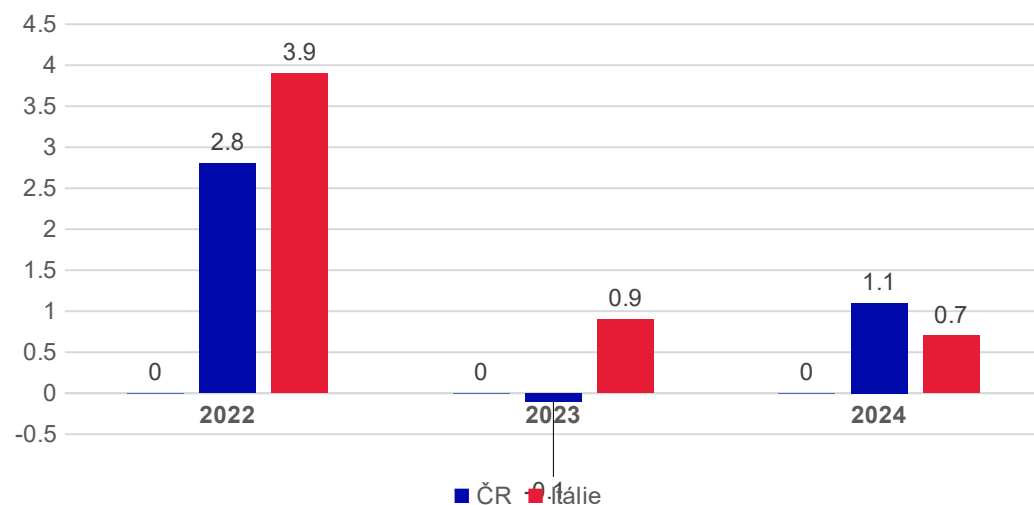
Itálie je 5. největší obchodní partner ČR

	Meziroční nárůst oproti 2023	Stat. hodnota EUR
Import z Itálie do ČR	2,5 %	8,3 mld EUR
Export z ČR do Itálie	7%	9,3 mld EUR

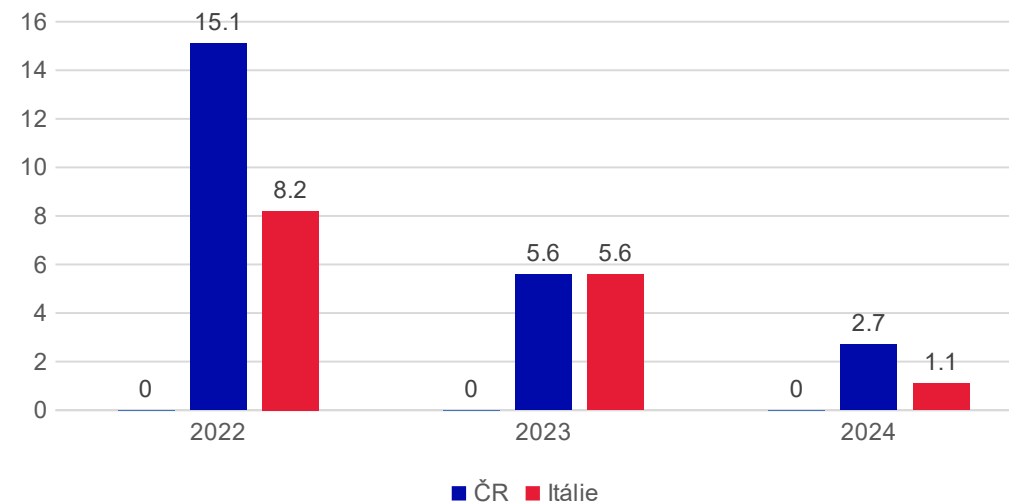


Česká a Itálie

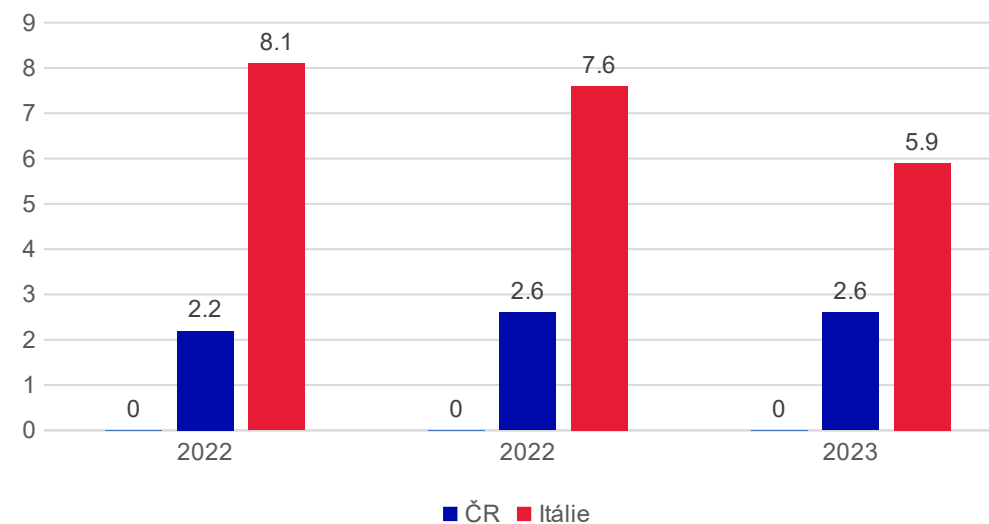
Růst HDP



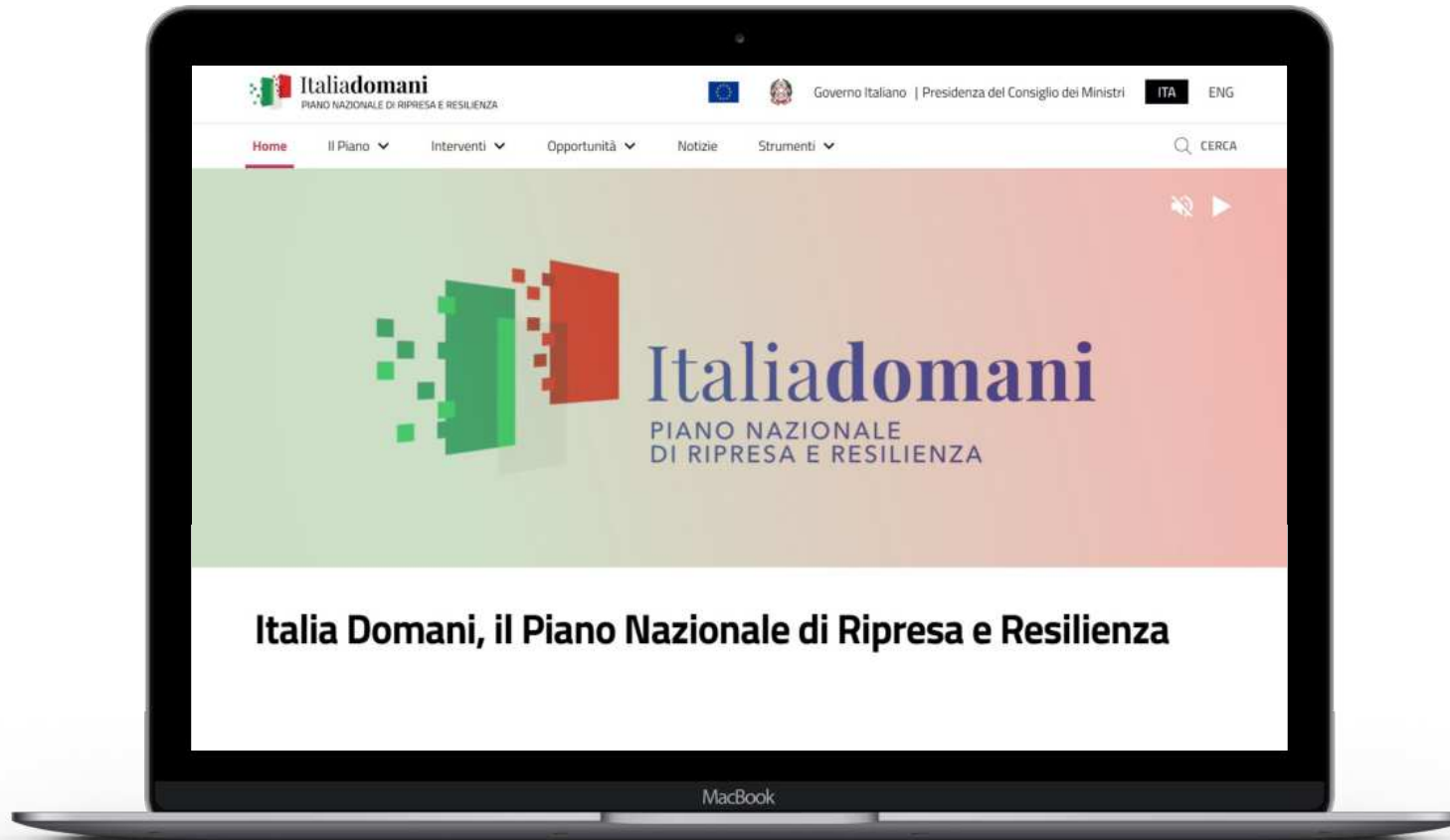
Inflace



Nezaměstnanost



Plán na obnovu ekonomiky Itálie

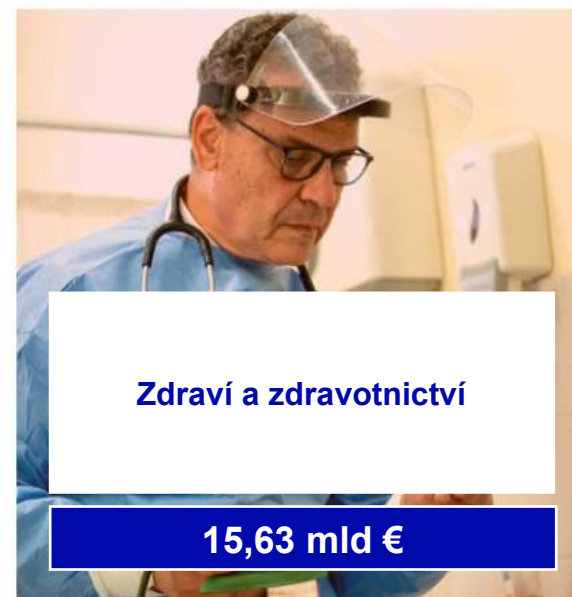
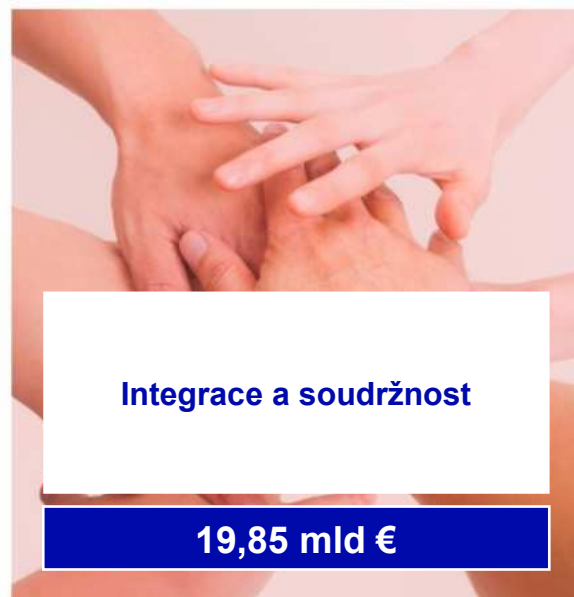


„PNRR“

- Alokace v celkové výši 194,4 mld EUR

<https://italiadomani.gov.it/en/home.html>

Hlavní pilíře PNRR



ALE?

STAV ČERPÁNÍ K BŘEZNU 2025

- Obdržené prostředky:
 - 6 splátek ve výši 122 mld EUR = **63% celkové alokace**
- Skutečně utracené prostředky:
 - 63,9 mld EUR = 52% z obdržené částky= **33% celkové alokace**

Problémy:

- Administrativní překážky, zpoždění ovlivňující projekty (železniční projekty apod.)





2

**OBOROVÉ PŘÍLEŽITOSTI A RIZIKA PŘI VSTUPU
NA TRH**



Příležitosti vs. pasti

ATRAKTIVNÍ OBORY

1. Obnovitelné zdroje, udržitelné stavební materiály
2. IT služby, kyberbezpečnost, digitalizace
3. Výzkum, biotechnologie

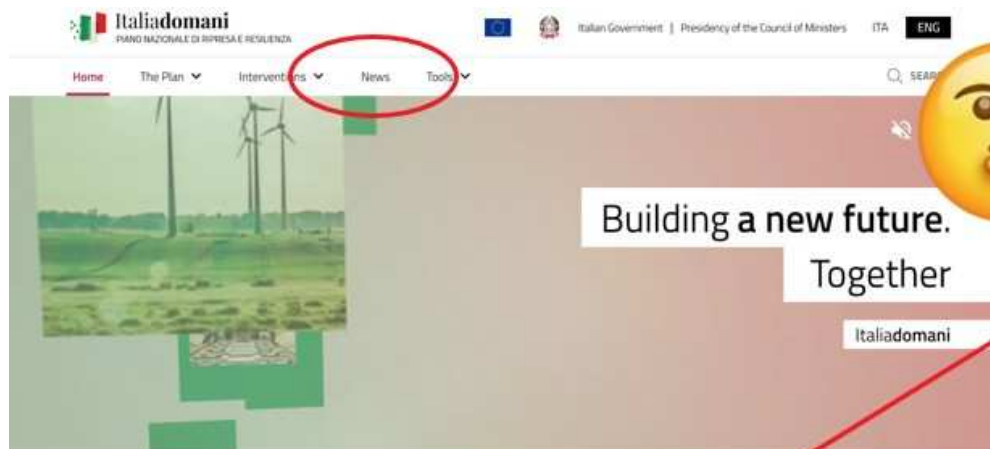
NA CO SI DÁT POZOR

4. Přesycenost trhu - Design, móda, potraviny
5. Komplikovaná byrokracie, regionální rozdíly
6. Silná domácí konkurence, certifikace mimo EU standardy

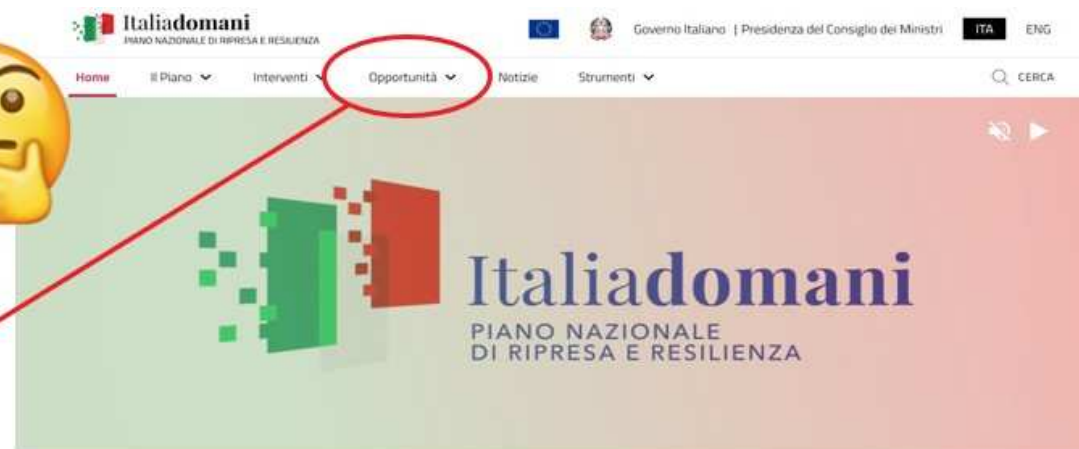
Překážky ke vstupu

1. Jazyková vybavenost
2. Chybějící kontakty k oslovení
3. Obrovská míra byrokracie
4. Regionálně roztržštěná pravidla
5. Pomalé schvalovací procesy, nutnost italského zástupce
6. Problematické certifikace a normy, ne vždy jsou platné EU normy!!
7. Silná domácí konkurence
8. Velký tlak na cenu

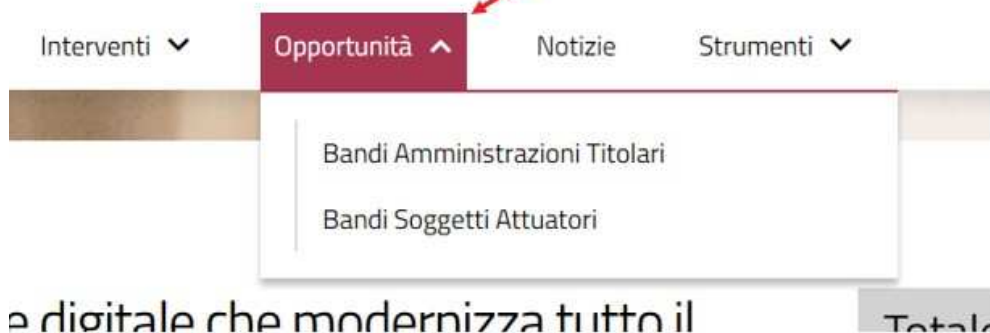




Italia Domani, the National Recovery and Resilience Plan



Italia Domani, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza



Invitalia S.p.A.

Decreto direttoriale 25 marzo 2022 - Contratti di sviluppo, PNRR, Batterie e rinnovabili

IN CORSO

DATA DI APERTURA 11/04/22	DATA DI CHIUSURA 11/07/22
DESTINATARI Imprese	AREA GEOGRAFICA Tutto il territorio nazionale

FOCUS PNRR

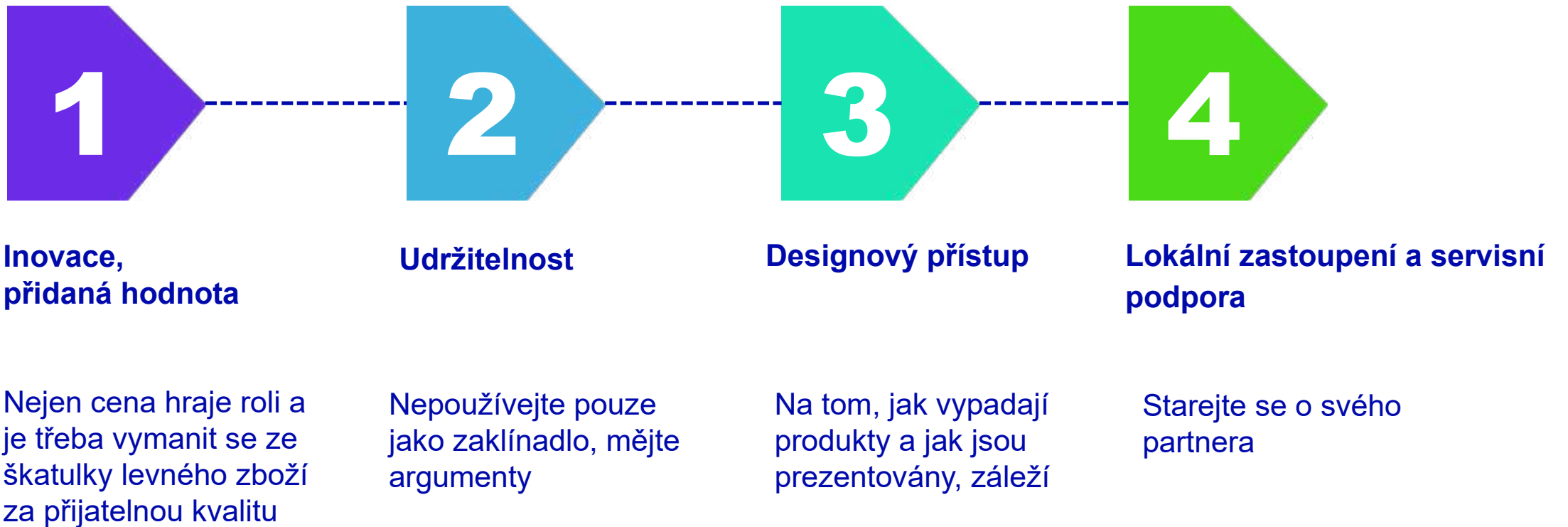
Missione: Rivoluzione verde e transizione ecologica

Componente: Energia rinnovabile, idrogeno, rete e mobilità sostenibile

Investimenti: Rinnovabili e batterie

[Mostra altro](#)

Klíč k úspěchu



An aerial night view of Rome, Italy, showing the dense urban landscape with illuminated buildings and the Colosseum in the distance. A large white number '3' is overlaid in the top right corner.

3

REGIONÁLNÍ SPECIFIKA A OBCHODNÍ STRUKTURA ITÁLIE

Regionální rozdělení

20 Regionů:

- vysoká míra autonomie, regionální rada
- **5** z nich zvláštní autonomie (**Alto Adige, Sicílie, Sardinie, Aosta, Friuli**)
- spravují zdravotnictví, dopravu, školství, rozvoj
- rozhodují o financování, tendrech, dotacích
- klastry, agentury pro mezinárodní obchod

100 provincií

- koordinují správy mezi obcemi
- odpovídají za silnice, životní prostředí, školství

8000 obcí (comune)

- spravují místní služby- MHD, kultura, místní školy, místní daně, územní plánování
- důležité pro B2B vztahy a řetězce

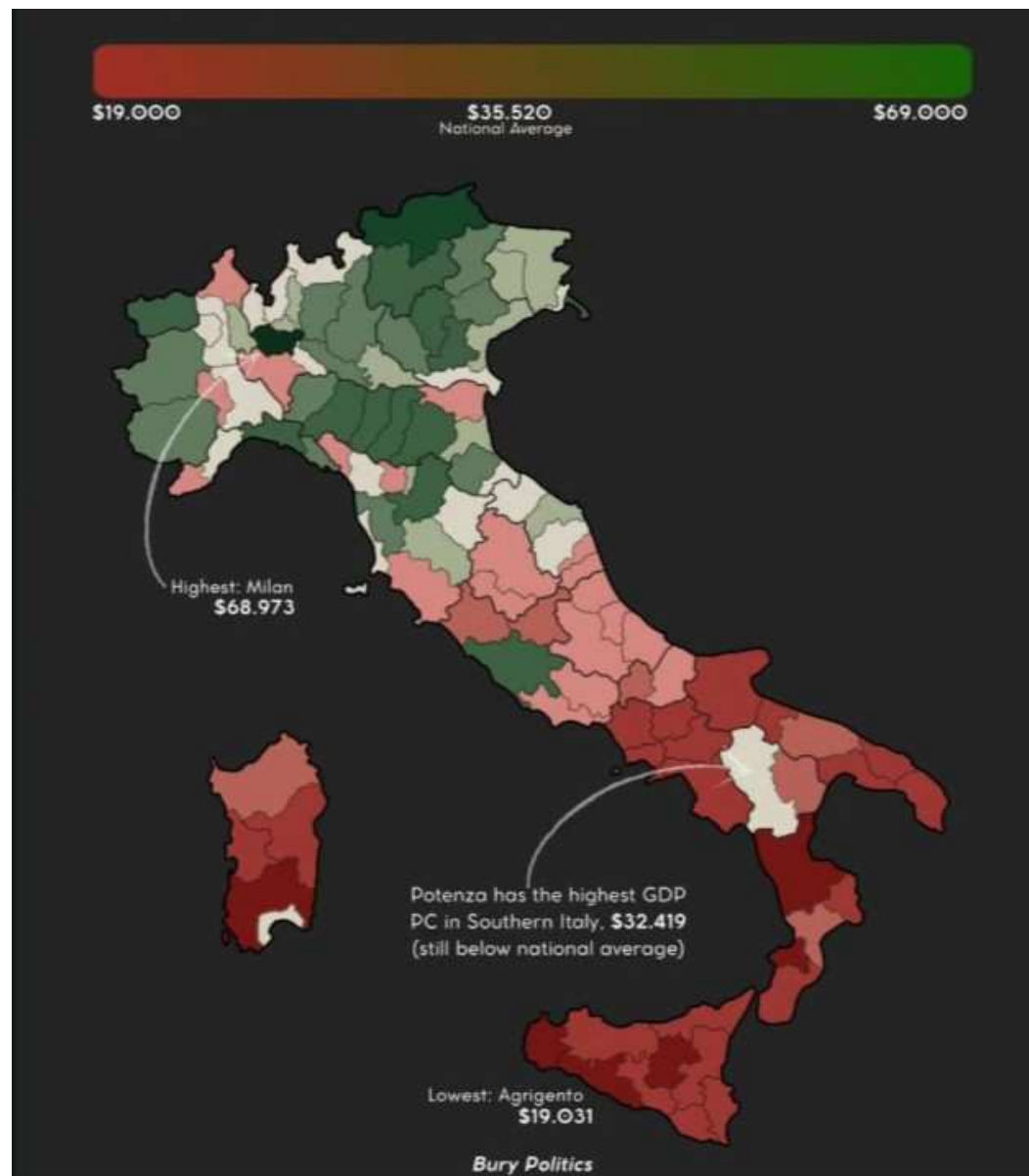


Itálie: dvě ekonomiky v jedné zemi?

Asymetrie mezi jednotlivými regiony

HDP na hlavu:

- Trentino-Alto Adige: 54 500 EUR
- Lombardie: 44 400 EUR
- Sicílie: 17 800 EUR
- Kalábrie: 17 000 EUR



Regionální specifika

SEVER: VÝROBA A PRŮMYSL

- **Automobilový průmysl** (Fiat/Stellantis, Ferrari, Lamborghini)
- **strojírenství, technologie** (De Longhi, Leonardo)
- **móda a luxus** (Prada, Armani, Benetton)
- **Potravinářství** (Barilla, Lavazza)
- **finanční instituce** Unicredit, Intesa

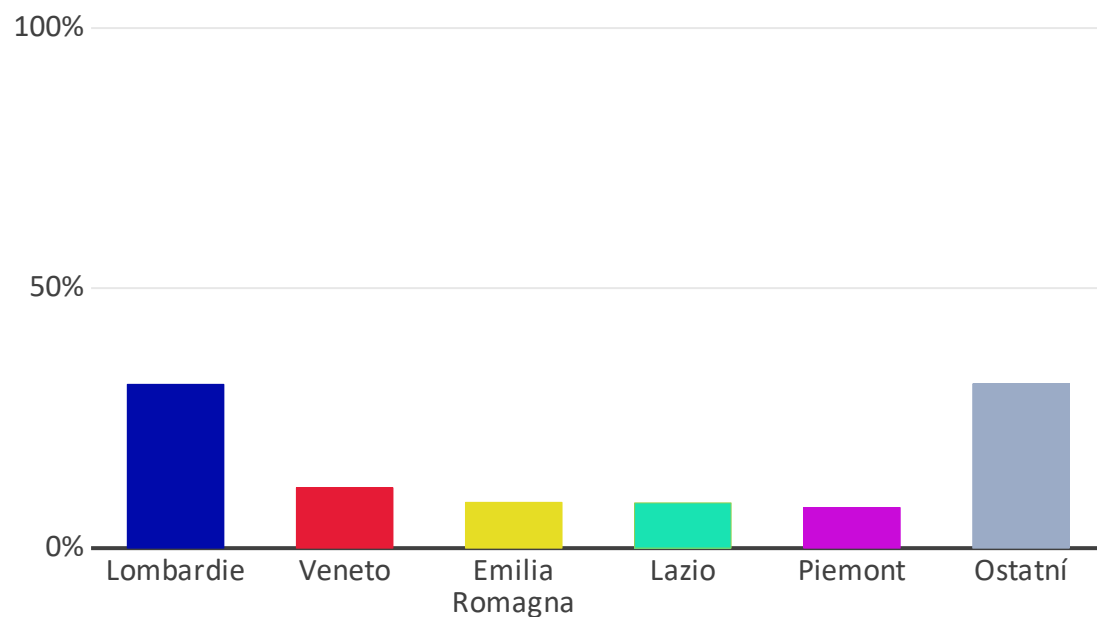
JIH: ZEMĚDĚLSTVÍ A POTRAVINY CESTOVNÍ RUCH A TURISMUS

- olivový olej, citrusy, víno (méně známe značky, významná produkce)
- agroturistika, hotelové řetězce...

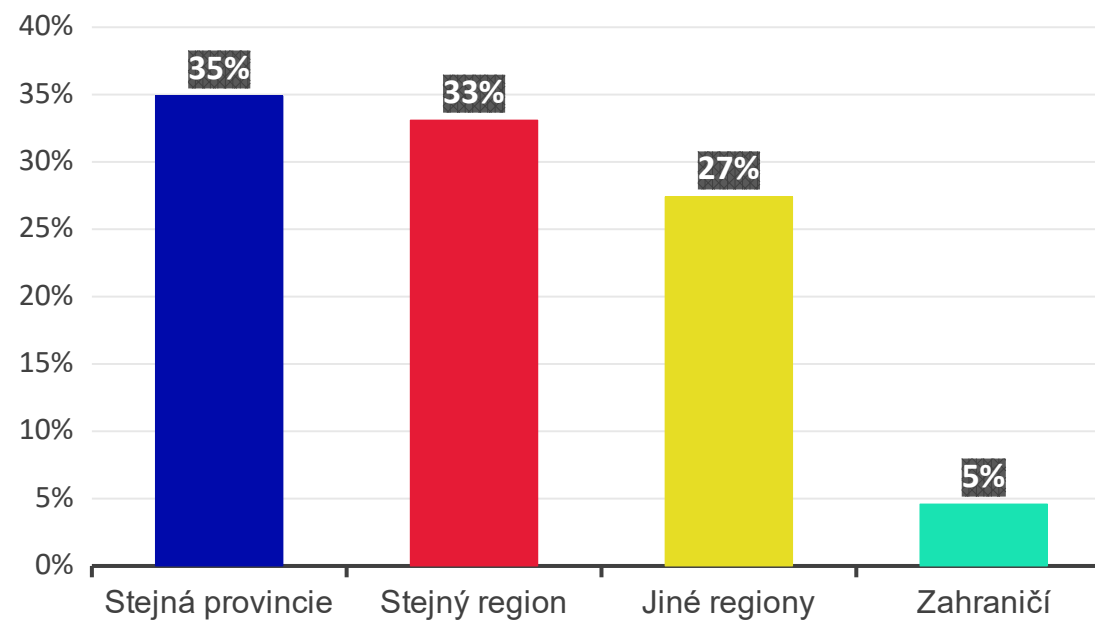


Regionální struktura a její vliv na import

Import do Itálie dle regionů



Dodavatelé dle původu



4

FORMÁTY VSTUPU NA ITALSKÝ TRH
Spolupráce s agenty

Hlavní kanály vstupů

1. **Spolupráce s agenty / obchodními zástupci**
2. **Partnerské společnosti** (joint venture, alianční modely)
3. **Založení vlastní pobočky nebo dceřiné společnosti** (plná kontrola, vyšší náklady)
4. **E-commerce / online prodej**
5. **Přímé dodávky**





Spolupráce s agenty

- v Itálii působí cca **230 000** obchodních agentů
- dlouhá tradice profese, silně zakořeněna v kultuře
- strategický partner zejména pro malé a střední podniky

Výhody:

- flexibilita a nižší fixní náklady, menší byrokracie
- lokální znalost trhu a preferencí
- široká síť osobních kontaktů

Nevýhody:

- omezená kontrola
- právní a smluvní rizika

Charakteristika obchodních agentů

Pracovní status

- Fungují v rámci **OSVČ** nebo agentur
- Mnoho z nich registrováno u **ENASARCO** (nadace soc. zabezpečení, zajišťuje jim ochranu)

Plurimandatární model

- Zastupují i více než 10 firem
- Práce na bázi **provizí** lišících se oborem
- Mohou požadovat „**contributo**“- měsíční paušál

Regionální působnost

- Nejlépe působí ve **svém regionu**, je třeba jasně definovat
- Alternativa **distributor**, který sám nakupuje a řídí si své regionální agenty

Podpora a spolupráce s agenty

Marketing a know how

- Očekávání plné marketingové podpory, ideálně v **italštině**
- Preference tištěných materiálů

Komunikace

- velká výhoda při komunikaci v **italštině**
- Telefonická nebo WhattsUp
- Všechna jednání je dobré shrnout v emailu

Anatomie a reporting

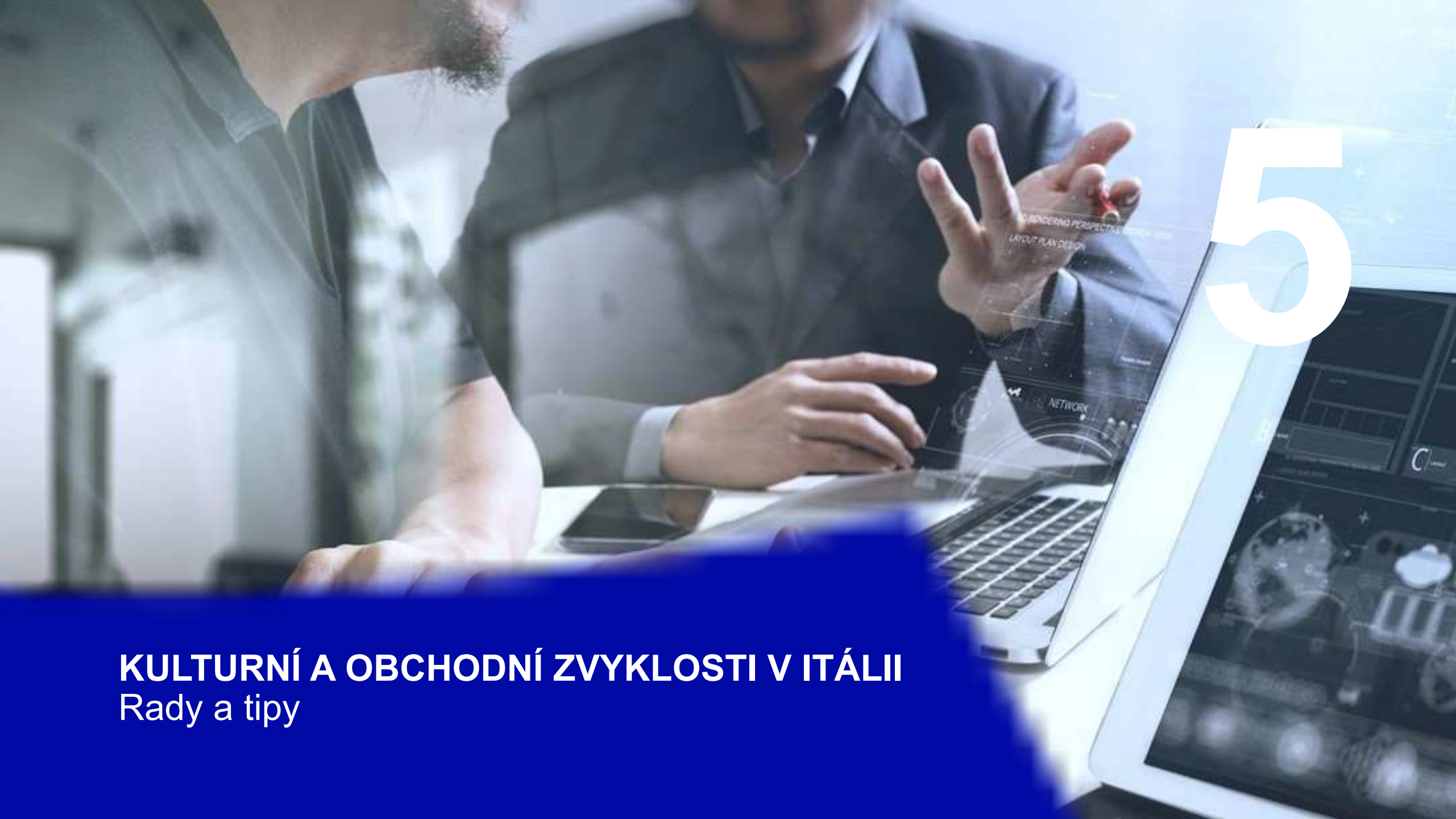
- pečlivě si střeží kontakty- (až paranoia), složitý reporting
- V případě spolupráce přes distributora je složité zjistit přesné pokrytí regionů



Kde tedy hledat?

- Agenti- Forum Agenti
- Kontaktní databáze – GlobalDatabase a další
- www.registroimprese.it
- Asociace a klastry
- Seznamy účastníků veletrhů a jiných B2B akcí
- LinkedIn a její rozšíření
- Další sociální sítě
- ChatGPT

Zeptejte se CzechTrade Itálie



5

KULTURNÍ A OBCHODNÍ ZVYKLOSTI V ITÁLII

Rady a tipy

„Připrav se na maraton, ne sprint“



Proti čemu se obrnit

- neznalost České republiky
- odmítání, dlouhý proces jednání, přerušovaná komunikace
- neplnění termínů
- emoce a nadřazenost
- neprůstupnost skrze jiné vybudované osobní kontakty

Mějte kvalitní a stručný propagační materiál v italštině

- Minimum textu
- Hezké kvalitní fotky
- Video
- Zdůraznění referencí ze zahraniční Evropy
- Zbytečně se nezabývat technickými detaily

Použijte italské kontaktní údaje, web

- je třeba mít web minimálně v angličtině, italština je jasnou výhodou
- registrace italského čísla +39, alespoň pro úvodní volání



Nebojte se používat sociální sítě

- Italové používají sítě LinkedIn, Facebook a Instagram jako pracovní nástroj své propagace
- Komunikace s řadou nákupčích je takto často efektivnější

Při prvním kontaktu raději zatelefonujte.

- Italské firmy nezveřejňují přímé kontakty svých zaměstnanců a obecné adresy mnohdy nefungují
- Je třeba pátrat po vhodném kontaktu



Osobní setkání má největší váhu

- Největší váha při budování vztahů
- Může zásadně ovlivnit spolupráci
- Investice do návštěvy nebo na jednání či návštěva veletrhu se vyplatí.

Na zevnějšku záleží

- Opravdu záleží!!! 😊
- Dbejte na přiměřený dresscode, košile je povinnost vždy



Hierarchie

- Reálný decision maker je většinou majitel nebo jednatel společnosti
- Potrpí si na tituly a oslovení, nejvíce doktorů v Evropě
- Dbejte na dobré mravy a adekvátní formálnost

Správná míra tlaku- klíč k úspěchu

- Nechte partnera říct něco o sobě, firmě, regionu, firmě
- Buďte aktivní, ale netlačte příliš

Vyjednávání

- Italský obchodník málokdy přijme první nabídku
- Vždy počítejte s prostorem pro slevu
- Pokud nebudete vyjednávat, můžete být považováni za špatného obchodníka



Důvěřuj, ale prověřuj

- Platební morálka je jednou z nejhorších v EU
- Věnujte pozornost uzavírání smlouvy s partnerem, kterou konzultujte s právníky se znalostí italského práva. Vyplatí se to!



Snažte se přiblížit klientovi co nejblíže.

- s obchodními partnery se snažte udržovat neustálý kontakt, abyste si s nimi vytvořili blízký vztah- v Itálii to platí obzvlášť

Je nutné se adaptovat a být trpělivý.



6

**PLÁNOVANÉ AKCE A MOŽNOSTI SPOLUPRÁCE
S CZECHTRADE**

Plánované akce CzechTrade pro rok 2025/26

- 
- 09/25 - Veletrh Cremona Musica
 - 11/25 – B2B Forum Agenti Milano
 - 11/25 – OFÚ Ecomondo Rimini
 - 12/25 - Aerospace & Defense Meetings Torino
 - 03/26 – Veletrh Cosmoprof- Novumm
 - 03/26 – B2B VTM Torino
 - 05/26 – Industrial Valve Summit
 - 05/26 – TuttoFood Milano
 - 05/26 – Toys and babies Milano
 - 04/26 – OFÚ Salone del Mobile
 - **Ad Hoc eventy**



Alžběta Hliněná

Ředitelka CzechTrade Itálie

E-mail: alzbeta.hlinena@czechtrade.cz

Phone.: +39 39 365 34 374

