



ITÁLIE

EXPORT OD A DO Z

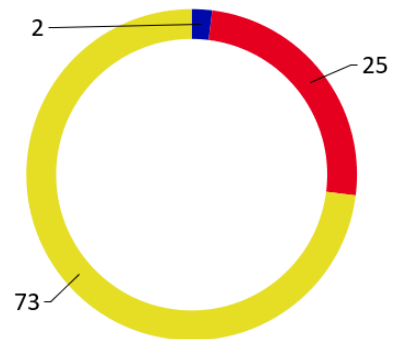
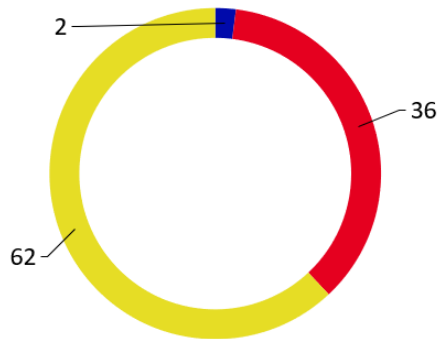
Marek Atanasčev
Ředitel zahraniční kanceláře
CzechTrade Itálie



Česká republika a Itálie

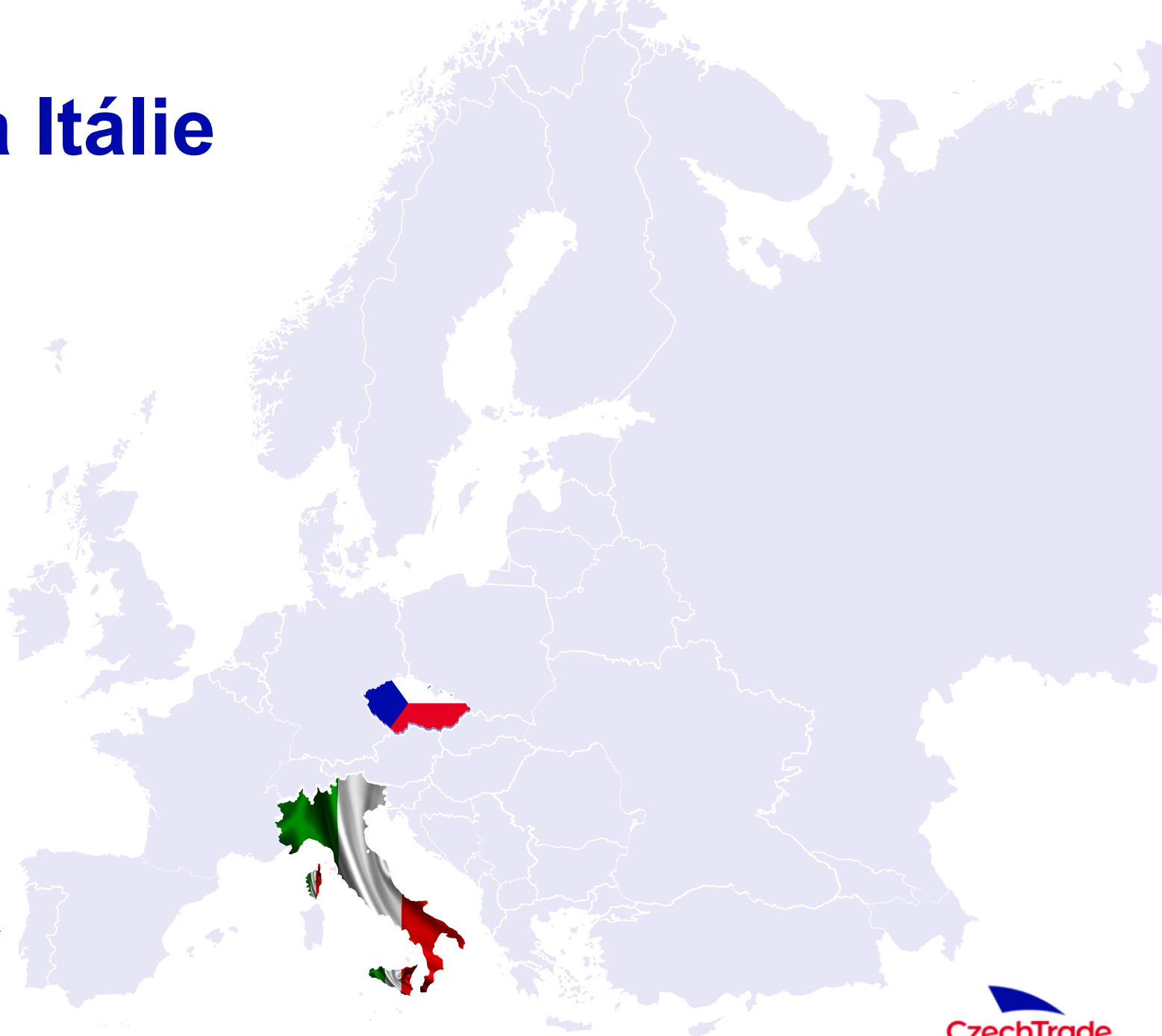
Podíl sektorů na tvorbě HDP

	Česká republika	Itálie
Populace	10,5 mil	59 mil
Rozloha	78 867 km ²	301 340 km ²
Průměrná délka života	78,3 let	82,1 let
Velikost ekonomiky (HDP, svět)	48. místo	8. místo
Doing Business Ranking	41. místo	58. místo

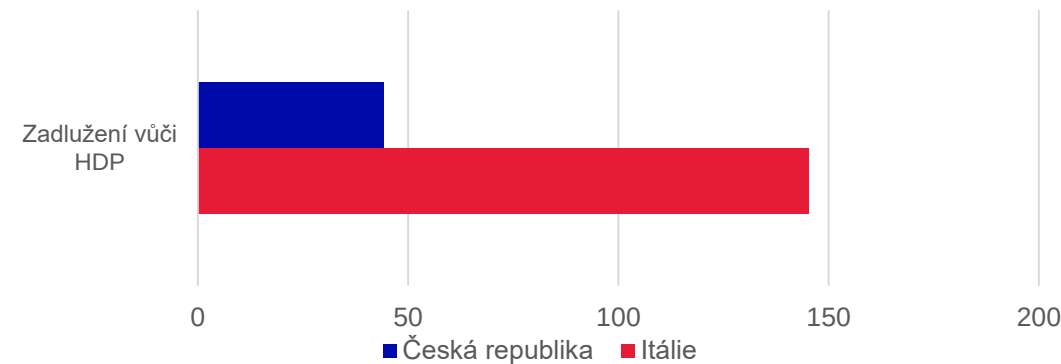
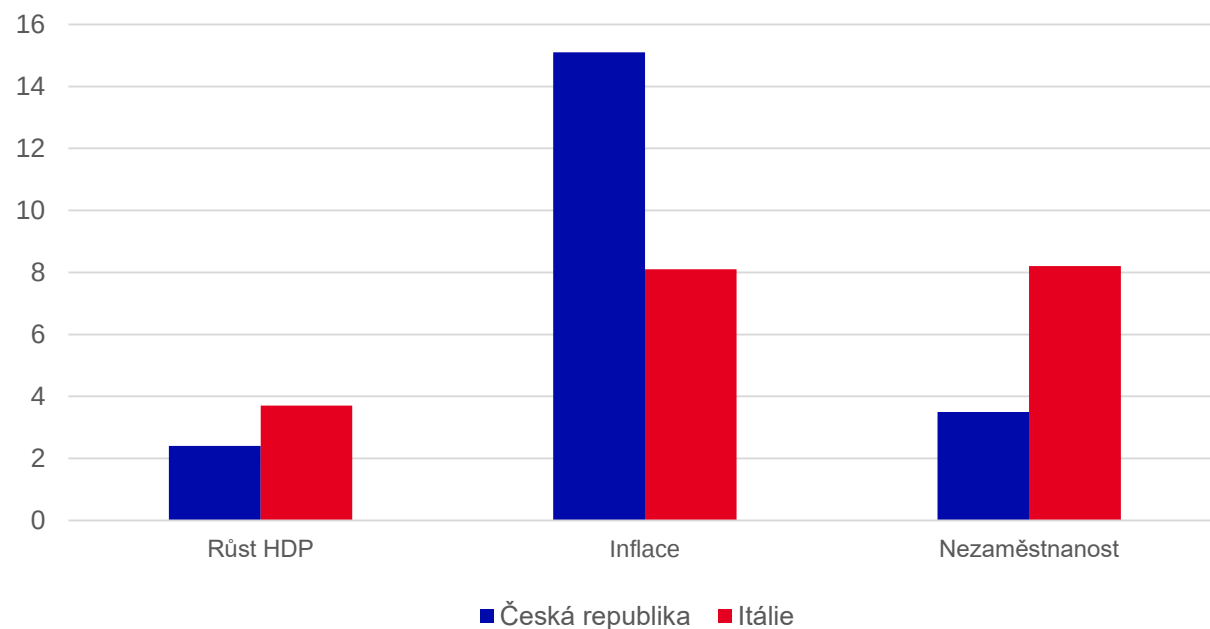


■ Primární sektor ■ Sekundární sektor ■ Terciální sektor

■ Primární sektor ■ Sekundární sektor ■ Terciální sektor



Česká republika a Itálie



Data za rok 2022, Zdroj: ČSÚ, ISTAT

Česká republika a Itálie

Obchodní výměna

Import z Itálie do ČR	Netto (kg)	Stat. hodnota EUR(tis.)
	2 199 627 597	8 632 532

Název zboží

Jaderné reaktory, kotle, stroje a mechanická zařízení; jejich části a součásti

Vozidla, jiná než kolejová, jejich části, součásti a příslušenství

Železo a ocel

Elektrické stroje, přístroje a zařízení a jejich části a součásti; přístroje pro záznam a reprodukci zvuku, přístroje pro záznam a reprodukci televizního obrazu a zvuku a části, součásti a příslušenství těchto přístrojů

Plasty a výrobky z nich

Export z ČR do Itálie	Netto (kg)	Stat. hodnota EUR(tis.)
	2 660 731 006	9 382 348

Název zboží

Vozidla, jiná než kolejová, jejich části, součásti a příslušenství

Jaderné reaktory, kotle, stroje a mechanická zařízení; jejich části a součásti

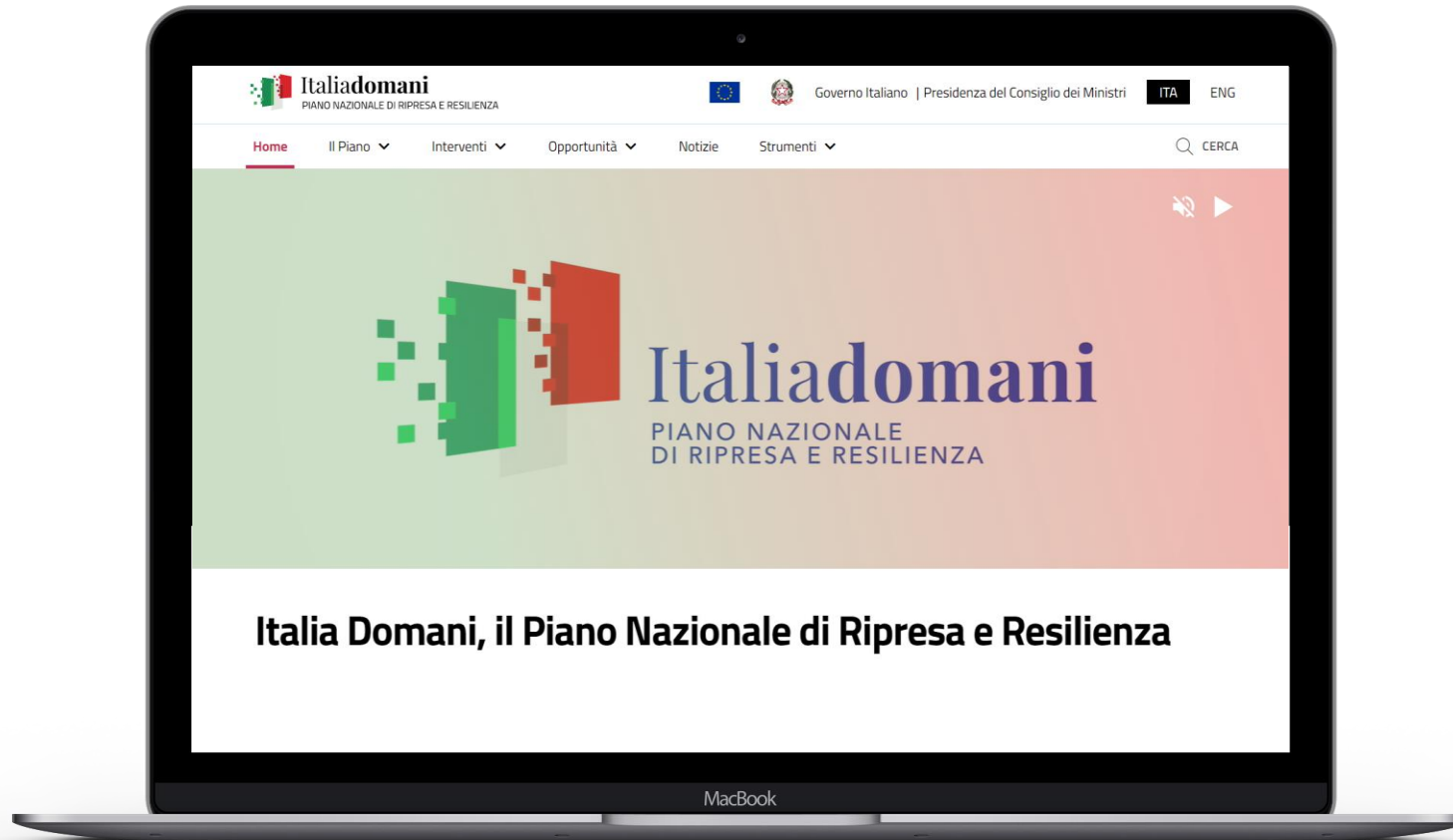
Elektrické stroje, přístroje a zařízení a jejich části a součásti; přístroje pro záznam a reprodukci zvuku, přístroje pro záznam a reprodukci televizního obrazu a zvuku a části, součásti a příslušenství těchto přístrojů

Železo a ocel

Plasty a výrobky z nich

Obchodní balance	Netto (kg)	Stat. hodnota EUR(tis.)
	4 860 358 603	18 014 880

Plán na obnovu ekonomiky



**„PNRR“
„191 500 000 000“ + „22 000 000 000“**

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



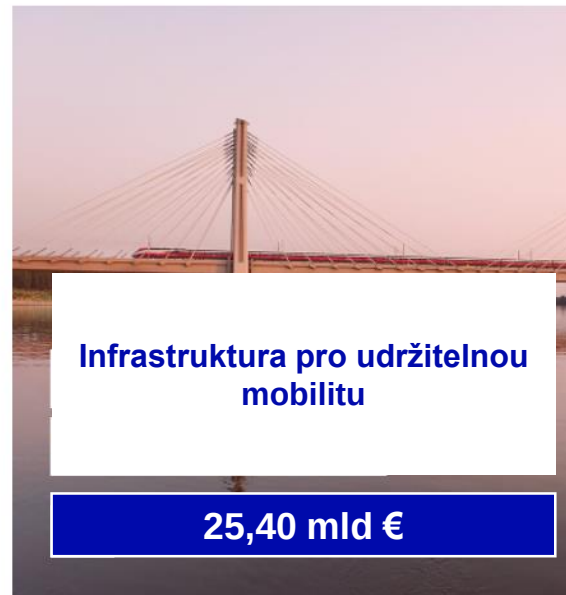
**Digitalizace, inovace,
konkurenceschopnost,
kultura a cestovní ruch**

40,29 mld €



**Zelená revoluce a
ekologický přechod**

59,46 mld €



**Infrastruktura pro udržitelnou
mobilitu**

25,40 mld €



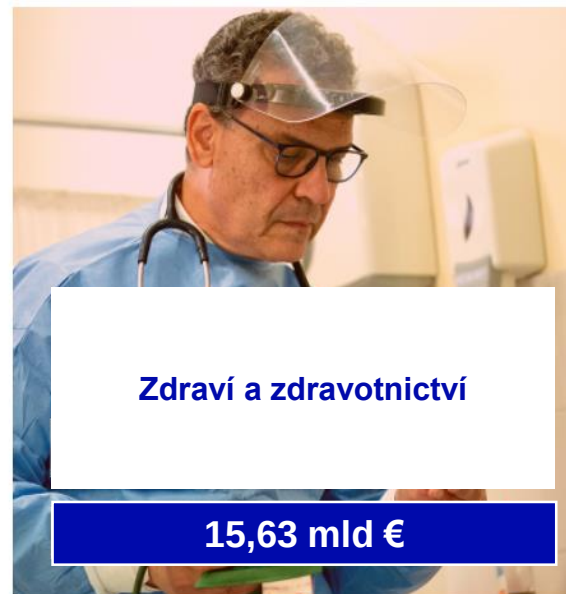
Věda, výzkum a vzdělávání

30,88 mld €



Integrace a soudržnost

19,85 mld €

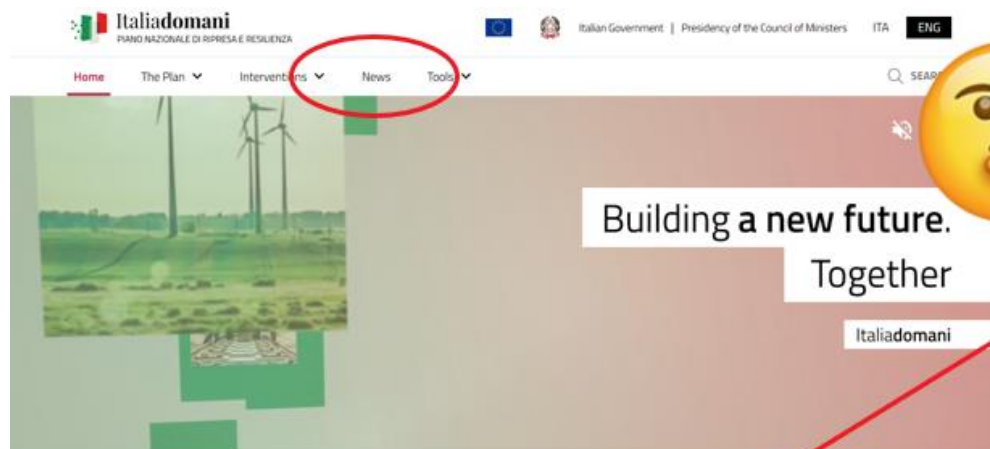


Zdraví a zdravotnictví

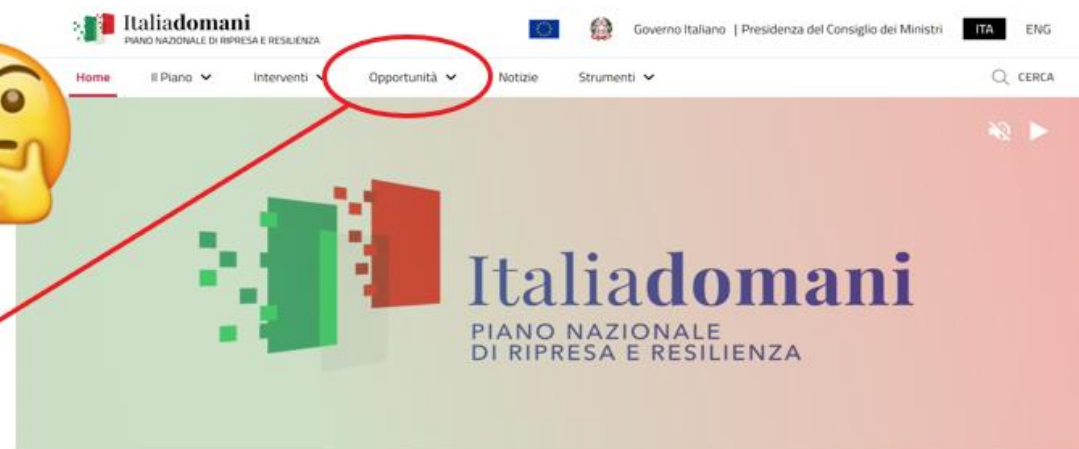
15,63 mld €

Hlavní pilíře PNRR

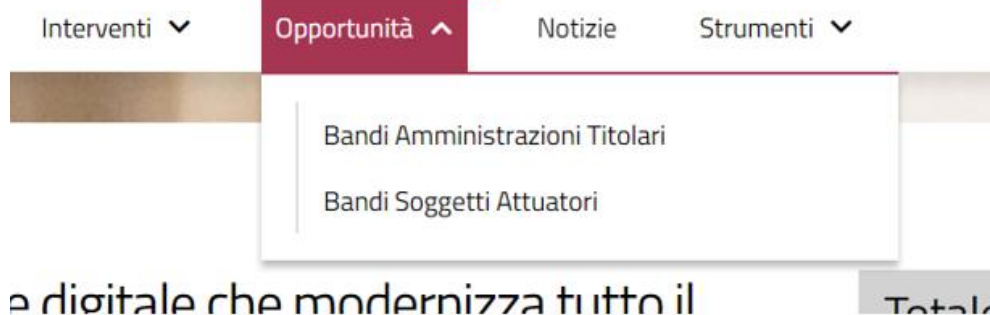
- Subvencovány do roku 2026
- Dlouhodobě opomíjené
- Různé formáty podpory
- Různá data realizace



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

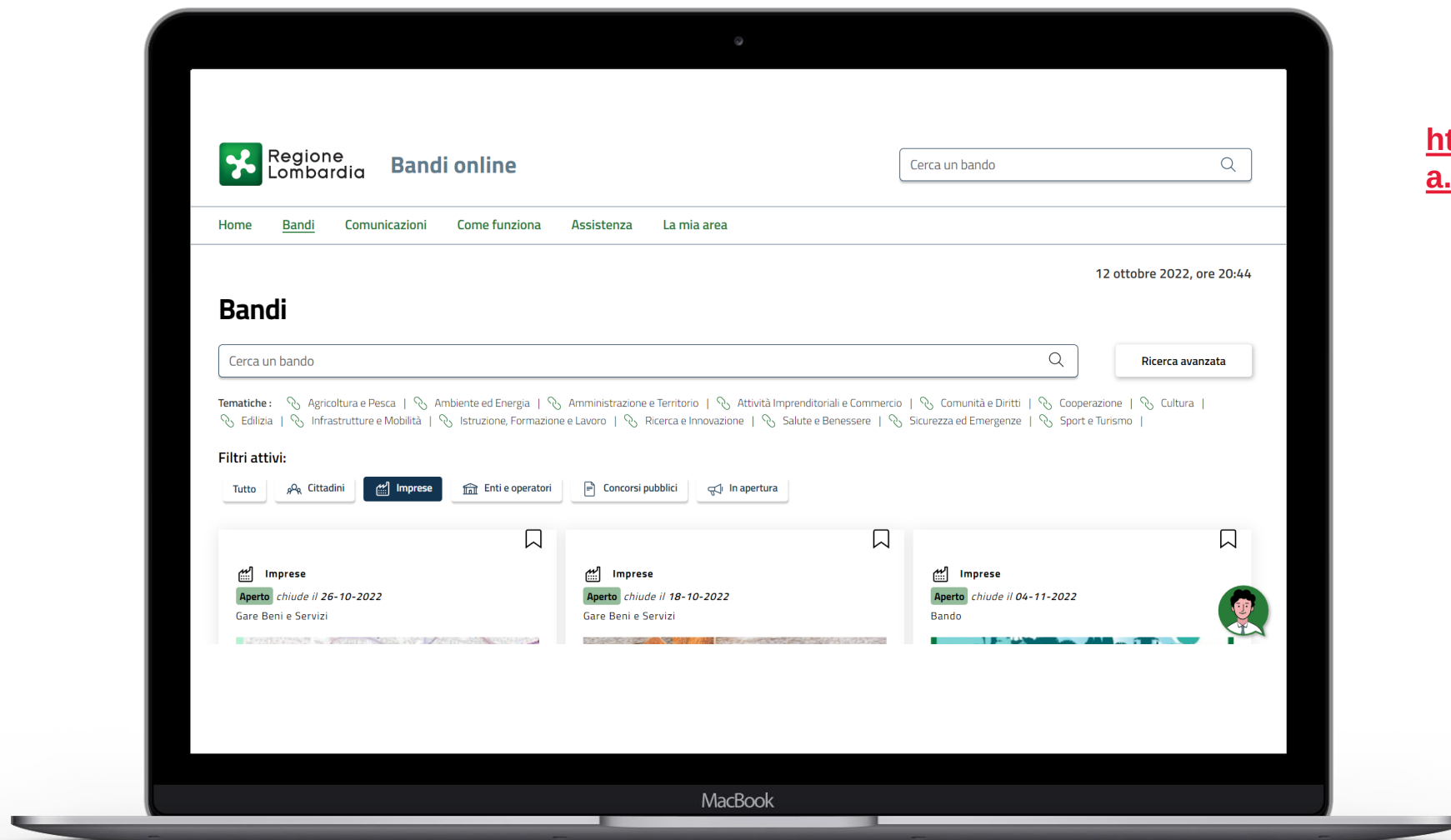
FOCUS PNRR

Missione: Rivoluzione verde e transizione ecologica

Componente: Energia rinnovabile, idrogeno, rete e mobilità sostenibile

Investimenti: Rinnovabili e batterie

[Mostra altro](#)



<https://www.bandi.regione.lombardia.it/procedimenti/new/bandi/bandi>



2

ITÁLIE A SOUKROMÝ SEKTOR

Faktory ovlivňující obchod v Itálii

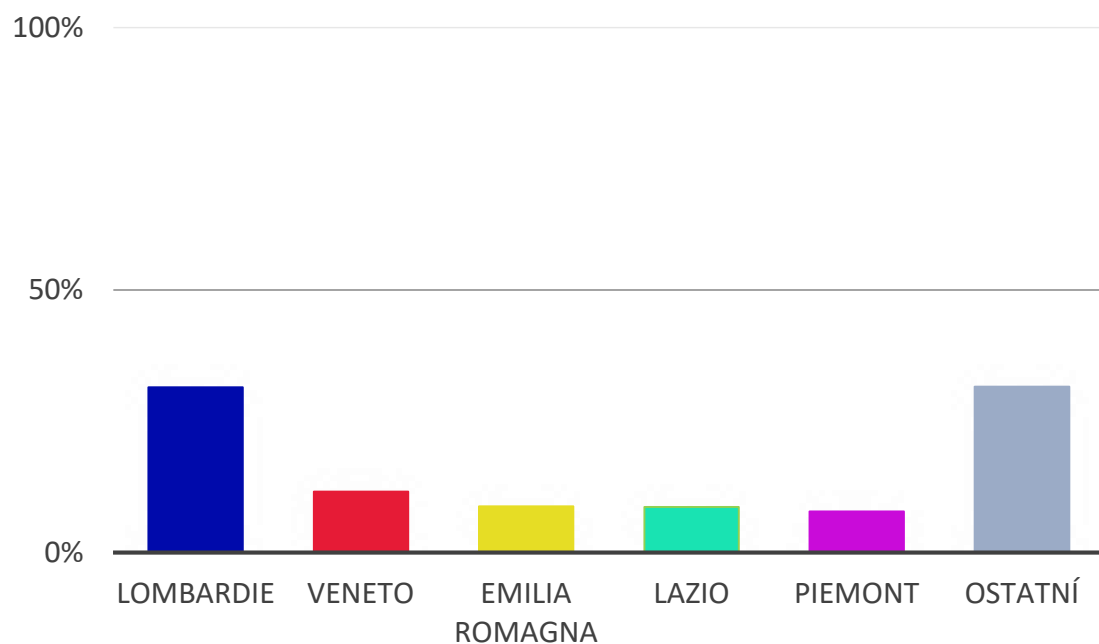
Regionální struktura



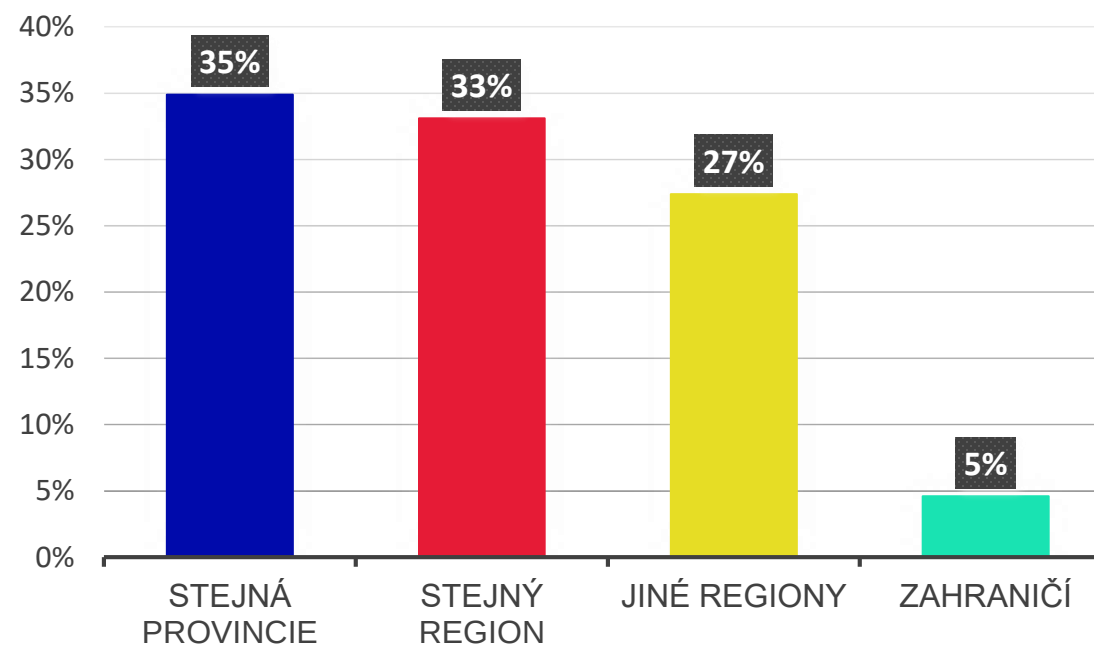
- Vznik roku 1861 jako království spojením menších států
- 20 regionů, 101 okresů (provincií), 8.100 obcí (comune)
- Asymetrie mezi jednotlivými regiony
- HDP na hlavu:
 - Trentino-Alto Adige: 42.300
 - Lombardie: 38.200
 - Sicílie: 17.400
 - Kalábrie: 17.100

Regionální struktura a její vliv na import

Import do Itálie dle regionů

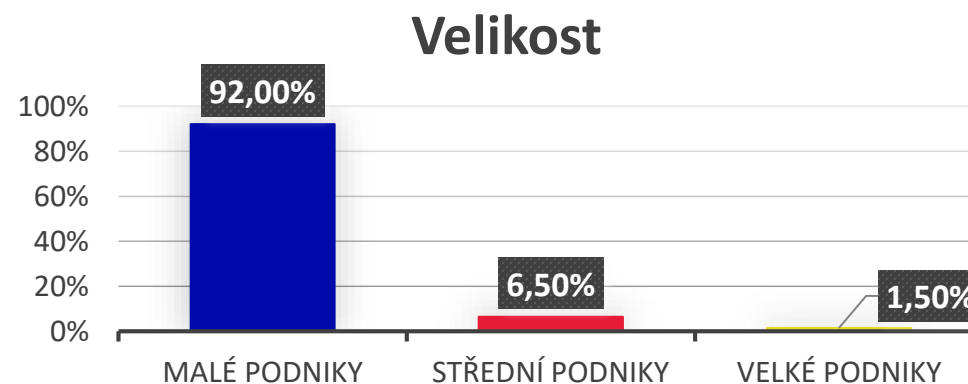
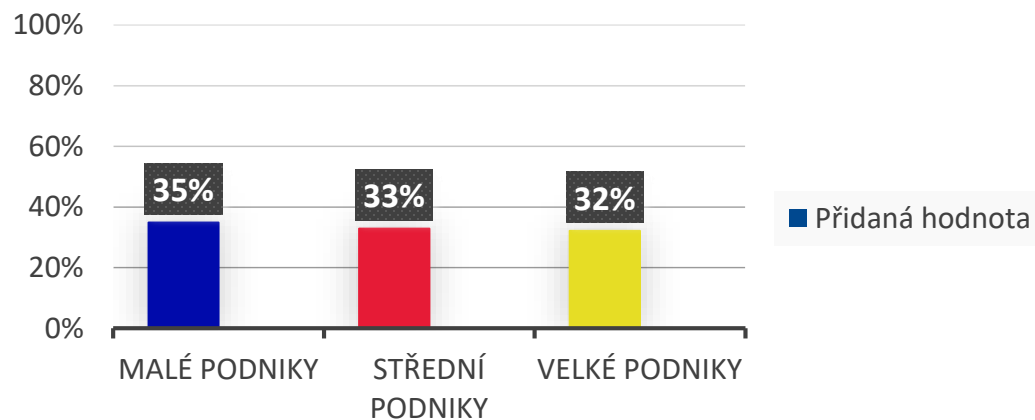
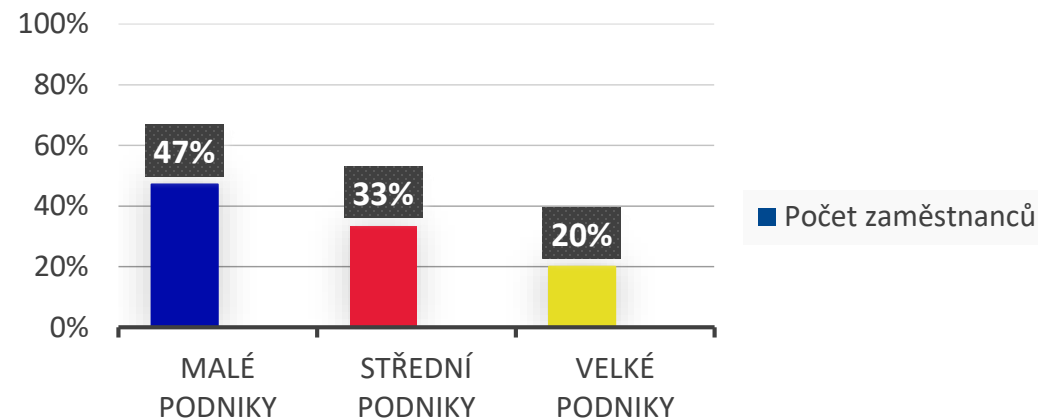
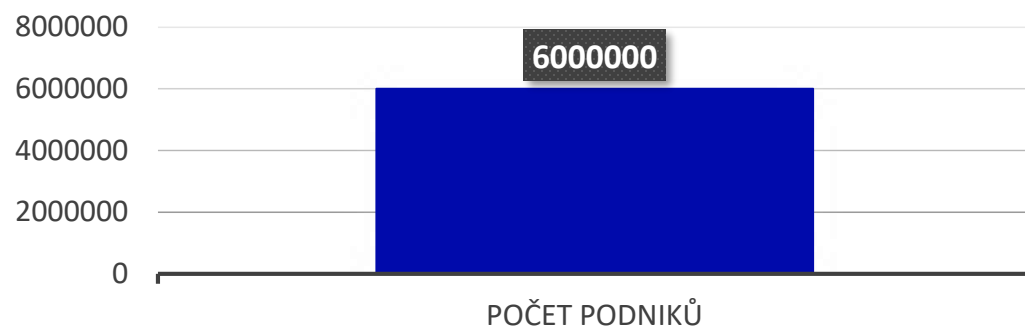


Dodavatelé dle původu



Firemní struktura a její vliv na obchod

Počet firem



Fungování dodavatelského řetězce v Itálii

Supplier base

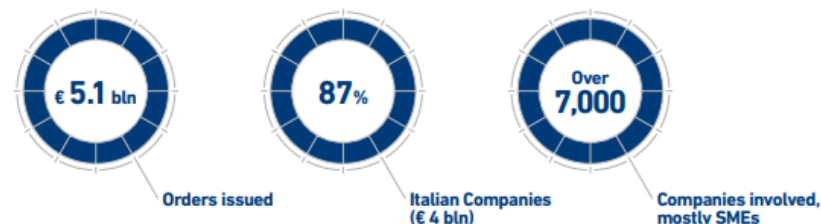
As regards the shipyard, approximately 80% of the finished product is made with the contribution of our suppliers: Fincantieri works as de facto system integrator, taking responsibility for the project as a whole. Awareness of the strategic nature of the supply chain and the need to coordinate a vast and varied network of suppliers has led to a focus on long-term partner relationships based on transparency, collaboration and mutual respect.

FINCANTIERI'S SUPPLY CHAIN

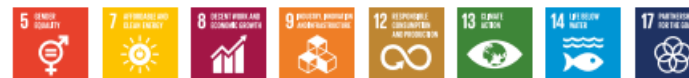


Supply chain numbers

As regards the Italian activities, Fincantieri acts as leader and group hub for a large number of Small and Medium Enterprises (SMEs), an important factor in the flexibility and wealth creating capacity of local production systems, allowing them to access projects of great breadth and value, taking on a global market they would otherwise be excluded from due to their small size. This network of Italian SMEs are highly specialized in various macro-sectors (such as suppliers of furniture, air conditioning systems, electrical/electronic systems, etc.). In particular, through our shipyards, we contribute to the maintenance and development of the industrial system of the regions in which we operate.



Sustainable supply chain



Development of a responsible and sustainable supply chain is part of a broader corporate vision that actively enhances and protects social and environmental responsibility, fully integrating them in the strategic guidelines. Suppliers are an integral part of this strategy and they are asked to share the **Purchasing Policy**, the primary goal of which is to communicate the Group's commitment to strengthening the development of solid and long-lasting relationships with its partners in order to pursue a common goal of sustainable development together.



„Externí dodavatelé jsou také přísně vybíráni na základě konkurenceschopnosti v oblasti provozní dokonalosti, kvality, inovací, flexibility, nákladů a udržitelnosti - na základě dlouhodobých vztahů s ENEL.“

Sustainability report



„Vzhledem k tomu, že limity emisí CO2 jsou pro výrobce automobilů stále přísnější, Stellantis považuje za nutné zlepšení environmentální výkonnosti dodavatelského řetězce. Společnost zapojuje dodavatele do problémů souvisejících s klimatem, aby se předešlo narušení dodavatelského řetězce kvůli přísnějším emisním předpisům.“

Sustainability report

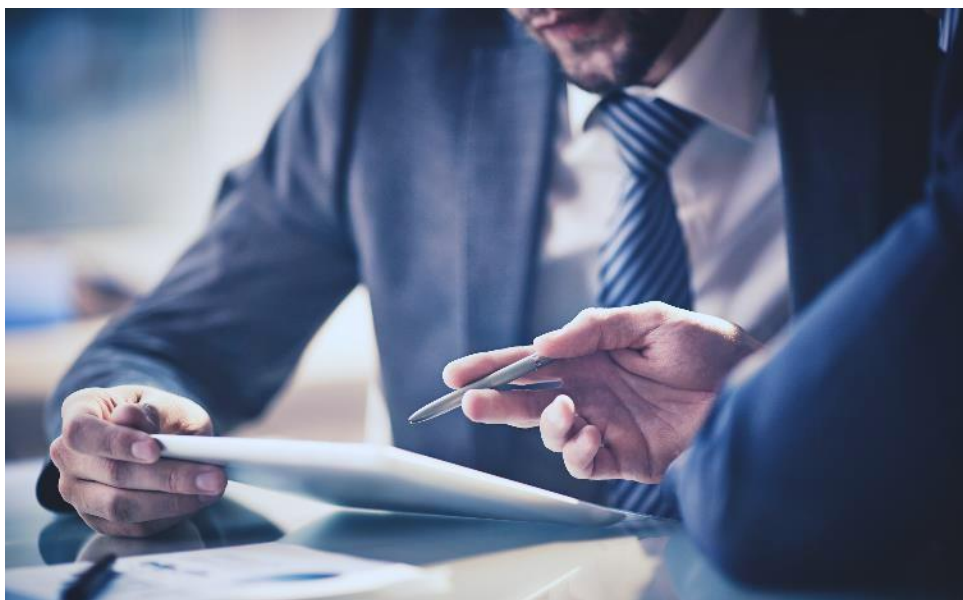
A photograph of two men in business attire. The man in the foreground is wearing a dark blue suit and has a beard, looking down thoughtfully. The man behind him is wearing a light blue shirt and is partially visible in profile. They are in an office setting with a large window in the background showing a cityscape. A large white number '3' is overlaid on the right side of the image.

3

OBCHOD S ITÁLIÍ
Rady a tipy

Jednotlivé základní kroky pro expanzi

po strategické úvaze



**„Obrňte se trpělivostí
a jen tak se nevzdávejte.“**

Připravte se na dlouhý proces jednání a přerušovanou komunikaci. Plnění termínů není vždy pravidlem. Italové mají potřebu o všem vyjednávat a dohadovat se. Typická je nesystematičnost, chaos, emoce a někdy nadřazenost. Častá je také nacionální nota. Řada regionů Itálie je střední Evropě svojí mentalitou vzdálená.

„Připravte si kvalitní propagační materiály v italštině.“

Materiály by měly být v kvalitní italštině a připraveny pro italský záměr. Vyplácí se mít minimum textu a hezké kvalitní fotky bez extrémních technických specifikací, velice vhodná jsou i videa. Materiál musí zaujmout. Zdůrazněte své zahraniční reference, ideálně ze západní Evropy. Rozhodně se vyhněte náboženským nebo lechtivým motivům.



Úprava webu může být signálem, že máte o Itálii vážný zájem.“

Úprava stránek pro italské účely je vhodným krokem k většímu zaujetí italských partnerů. Vyplácí se „tvářit jako italská firma“, pomůže i registrace domény .it, ideálně i registrace italského čísla +39.

„Nebojte se používat sociální sítě.“

Řada italských subjektů a osob užívá profesionální síť LinkedIn ale i Facebook a Instagram jako pracovní nástroj své propagace. Komunikace s řadou nákupčích přes LinkedIn je mnohdy jednodušší než přes oficiální firemní kanály.



Zeptejte se CzechTrade Itálie

Zpracování služby Market Entry - tedy základní kontaktní databáze - je zcela zdarma

Kde tedy hledat?

- 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

Některé reference



„Při prvním kontaktu raději zatelefonujte.“

Italské firmy nezveřejňují přímé kontakty svých zaměstnanců a obecné adresy mnohdy nefungují. Je proto vhodnější kontaktovat partnery telefonicky a získat přímý kontakt. Toto pravidlo se uplatňuje i v další komunikaci, která se tak urychluje

<https://www.confindustria.it/>
<https://www.assolombarda.it/>
<https://www.ice.it/en/>
<https://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/evropska-unie/italie>
<https://www.linkedin.com/company/czechtrade-italy/>



„Osobní setkání má největší váhu.“

Setkání s potenciálním italským partnerem má výrazně větší váhu než komunikace přes online platformy. Ačkoliv Italové začali přistupovat k video hovorům jako k nástroji business developmentu, osobní setkání nadále zůstává elementem, který může zásadně změnit vývoj obchodního vyjednávání. Investice do návštěvy nebo účasti na veletrhu se může mnohonásobně vrátit s ohledem na odbourání strachu z neznámého a urychlení celého komunikačního procesu.

Plánované akce CzechTrade pro rok 2024

- 
- 02/24 – Veletrh Beer and Food Attraction
 - 03/24 – Veletrh Cosmoprof
 - 03/24 – Strojírenský veletrh MECSPE
 - 03/24 – B2B VTM Torino
 - 04/24 – OFÚ Salone del Mobile
 - 05/24 – Mise Space do Benátek
 - 05/24 – B2B Giornata della Birra Ceca
 - 06/24 – WMF Rimini
 - 09/24 - Veletrh Cremona Musica
 - 09/24 - Veletrh Salone Nautico
 - 10/24 - Veletrh SMAU
 - 10/24 – Veletrh CyberTech Europe
 - 11/24 - B2B Forum Agenti
 - **Ad Hoc eventy**

„Nepodceňujte svůj zevnějšek.“

Itálie udává módní trendy. Na první pohled italského obchodníka poznáte podle kvalitních a dokonale vyleštěných bot a perfektně padnoucího obleku. V řadě případů podle toho posuzují i nového obchodního partnera.



„Hierarchie uvnitř firmy je jen zdánlivě nedůležitá.“

Mnohé italské firmy mají pyramidovou strukturu a reálným decision makerem je až majitel nebo jednatel společnosti. Italové si potrpí na tituly a oslovení a mnohdy si potrpí jednat s nejvyšším vedením společnosti. Zpočátku oslovujte titulem a jménem a nechte na Italovi, ať udělá první krok k méně formálnímu jednání. Ocení dobré mravy a profesionalitu.

„Připravte se na jiné tempo jednání.“

Vyplácí se nechat italské zákazníky zpočátku vést rozhovor, protože přímocnost obchodního rozhovoru může působit stroze a úsečně. Zároveň je třeba počítat s tím, že následná zpětná vazba na jednání se může dostavit s větším časovým zpožděním, než je běžné v České republice. Délka obou se značně prodlužuje směrem od severu na jih.

„Italové jsou brilantní rétoři a jsou známí intenzivním tlakem na nízké ceny.

Inovace a originální řešení jsou v mnoha sektorech ale italskou slabinou.“

Italský obchodník málokdy přijme první nabídku. Čeká se, že si necháte prostor pro slevu. V případě, že to neuděláte, můžete být považováni za špatného obchodníka. Pokud budete nabízet inovativní, zajímavá a kreativní řešení, bude vaše šance na úspěch mnohonásobně větší.



„Než přistoupíte ke konkrétní spolupráci, vždy si prověřte (i opakovaně) důvěryhodnost partnera.“

Platební morálka je jednou z nejhorších v EU. Kancelář CzechTrade v Miláně vám může pomoci. Věnujte pozornost uzavírání smlouvy s partnerem, kterou konzultujte s právníky se znalostí italského práva. Vyplatí se to!



„Snažte se přiblížit klientovi co nejbližší.“

S obchodními partnery se snažte udržovat neustálý kontakt, abyste si s nimi vytvořili blízký vztah. Taková spolupráce funguje také jako „damage control“ prostředek pro zjištění reálného stavu a postupu spolupráce. V případě možnosti, zvažte otevření kanceláře v teritoriu nebo investiční vstup.

Není to jednoduché, ale jde to.

Je nutné se adaptovat a být trpělivý.



Marek Atanasčev
Ředitel CzechTrade Itálie

E-mail: marek.atanascev@czechtrade.cz
Tel.: +39 389 451 5666

