ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

THỊ TRƯỜNG Ý

THÁNG 09/2021

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

05 TỔNG QUAN VỀ Ý

09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG Ý

30 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ Ý

46 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ Ý

47 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng, Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ, Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 18/GP - XBBT - STTTT, ngày 17/8/2020 của Sở Thông tin Truyền thông Tp.HCM

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Ý và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liện hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức

BỘ CÔNG THƯƠNG

Embassy of Italy
Hanoi

Consolato Generale d'Italia
Ho Chi Minh City

ICHAM
Italian Chamber of Commerce in Vietnam

THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP

WORLD TRADE ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,

Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của Tổng lãnh sự quán Ý tại Tp Hồ Chí Minh trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG Ý

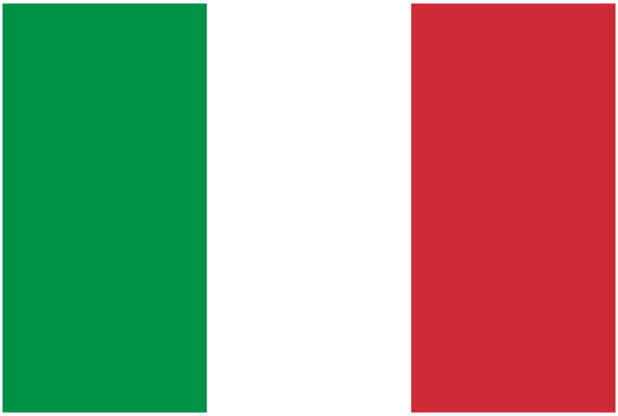
TỔNG QUAN VỀ Ý

Tên đầy đủ: Cộng hòa Ý (Italy Republic).

Vị trí địa lý: Nằm ở phía Nam Châu Âu, ba mặt giáp Địa Trung Hải, bắc giáp Nam

Tư (cũ), Áo, Thuỵ Sỹ, Pháp.

Diện tích: 301.340 km2, đứng thứ 73 thế giới.



- Đất liền: 294.140 km^2;
- Mặt nước: 7.200 km^2.

(Bao gồm cả Sardinia and Sicily).

Vùng biên giới:

- Tổng: 1.836,4 km;
- Các quốc gia tiếp giáp: Áo 404 km, Pháp 476 km, Holy See (Thành phố Vatican) 3,4 km, San Marino 37 km, Slovenia 218 km, Thụy Sĩ 698 km.

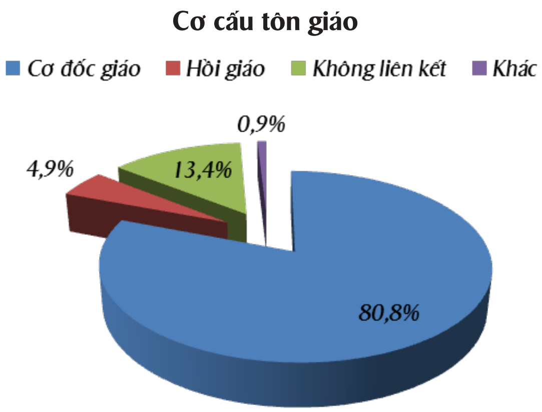
Tài nguyên thiên nhiên: than đá, antimon, thủy ngân, kẽm, bồ tạt, đá cẩm thạch, barit, amiăng, đá bọt, florit, fenspat, pyrit (lưu huỳnh), dự trữ khí tự nhiên và dầu thô, cá, đất canh tác.

Dân số: 62.390.364 (ước tính đến tháng 7 năm 2021), xếp thứ 23 thế giới.

Dân tộc: Người Ý (bao gồm các nhóm nhỏ người Đức, Pháp và Slovene-Ý ở phía bắc và người Albania-Ý và Hy Lạp-Ý ở phía nam).

Ngôn ngữ: Tiếng Ý (chính thức), tiếng Đức (các bộ phận của vùng Trentino-Alto Adige chủ yếu nói tiếng Đức), tiếng Pháp (thiểu số nói tiếng Pháp ở vùng Valle d'Aosta), tiếng Slovene (dân tộc thiểu số nói tiếng Slovene ở vùng Trieste-Gorizia).

Tôn giáo: Cơ đốc giáo 80,8% (Công giáo La Mã áp đảo so với các nhóm rất nhỏ Nhân chứng Giê-hô-va và người theo đạo Tin lành); Hồi giáo 4,9%; không liên kết 13,4%; 0,9% là tôn giáo khác (ước tính năm 2020).



Thủ đô: Rome.

Quốc khánh: ngày 17 tháng 3 năm 1861.

Lịch sử:

Ý 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, Ý 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 Ý được thống nhất và từ đó bước vào thời kỳ phát triển hiện đại.
- Ngày 2 tháng 6 năm 1946 nước Cộng hòa Ý được thành lập.
- Năm 1949 Ý gia nhập NATO.
- Năm 1957 Ý gia nhập EEC (Liên minh châu Âu - EU ngày nay).
- Năm 1999 Ý gia nhập Liên minh Kinh tế và Tiền tệ.

Hệ thống pháp luật: Hệ thống pháp luật của Ý dựa trên luật La mã, đặc biệt là luật dân sự và luật thời Napoleon của Pháp.

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.

Lãnh đạo cấp cao:

- Tổng thống Sergio MATTARELLA (kể từ ngày 3 tháng 2 năm 2015);
- Thủ tướng Mario DRAGHI (kể từ ngày 13 tháng 2 năm 2021); chức danh chính thức của thủ tướng là Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng; Thủ tướng Giuseppe CONTE từ chức vào ngày 26 tháng 1 năm 2021.
- Nội các: Hội đồng Bộ trưởng do thủ tướng (được gọi chính thức là Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng) đề xuất; do tổng thống đề cử; các phó thủ tướng đương nhiệm, được gọi chính thức là phó chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng, là Matteo Salvini (L) và Luigi Di Maio (M5S) (kể từ ngày 1 tháng 6 năm 2018).
- Bầu cử/bổ nhiệm: tổng thống được bầu gián tiếp bởi một cử tri đoàn bao gồm cả hai viện của Nghị viện và 58 đại diện khu vực với nhiệm kỳ 7 năm (không giới hạn nhiệm kỳ); cuộc bầu cử được tổ chức lần cuối vào ngày 31 tháng 1 năm 2015 (tiếp theo sẽ được tổ chức vào năm 2022); thủ tướng do tổng thống bổ nhiệm, được quốc hội xác nhận.

Kinh tế: Nền kinh tế của Ý bao gồm miền bắc có công nghiệp phát triển, do các công ty tư nhân thống trị và miền nam có nền nông nghiệp kém phát triển, được trợ cấp cao, với di chứng của tình trạng thất nghiệp và kém phát triển. Nền kinh tế Ý được thúc

đẩy một phần lớn bởi việc sản xuất hàng tiêu dùng chất lượng cao của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, nhiều doanh nghiệp sản xuất thuộc sở hữu gia đình. Ý cũng có một nền kinh tế ngầm khá lớn, theo một số ước tính chiếm tới 17% GDP. Những hoạt động này phổ biến nhất trong lĩnh vực nông nghiệp, xây dựng và dịch vụ.

Ý là nền kinh tế lớn thứ ba trong khu vực đồng Euro, nhưng nợ công đặc biệt cao và những trở ngại cơ cấu đối với tăng trưởng đã khiến nước này dễ bị các thị trường tài chính giám sát. Nợ công đã tăng đều đặn kể từ năm 2007, đạt 131% GDP vào năm 2017. Lo ngại của nhà đầu tư về Ý và cuộc khủng hoảng rộng lớn hơn của khu vực đồng Euro đã giảm bớt vào năm 2013, làm giảm chi phí vay của Ý đối với nợ chính phủ khỏi các kỷ lục thời kỳ đồng Euro. Chính phủ vẫn phải đối mặt với áp lực từ các nhà đầu tư và các đối tác châu Âu để duy trì nỗ lực giải quyết các vấn đề cơ cấu kinh tế lâu dài của Ý, bao gồm sự kém hiệu quả của thị trường lao động, hệ thống tư pháp chậm chạp và khu vực ngân hàng yếu kém. Nền kinh tế Ý trở lại mức tăng trưởng khiêm tốn vào cuối năm 2014 lần đầu tiên kể từ năm 2011. Trong giai đoạn 2015-16, kinh tế Ý tăng trưởng khoảng 1% mỗi năm và trong năm 2017, tăng trưởng GDP đã tăng lên 1,5%. Năm 2017, tỷ lệ thất nghiệp chung là 11,4%, nhưng tỷ lệ thất nghiệp ở thanh niên vẫn ở mức cao 37,1%. Tăng trưởng GDP chậm lại một chút trong năm 2018 với mức tăng 0,94%. Năm 2019 tăng trưởng 0,29%. Tăng trưởng GDP năm 2020 âm 8,9% do ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19 bùng phát.

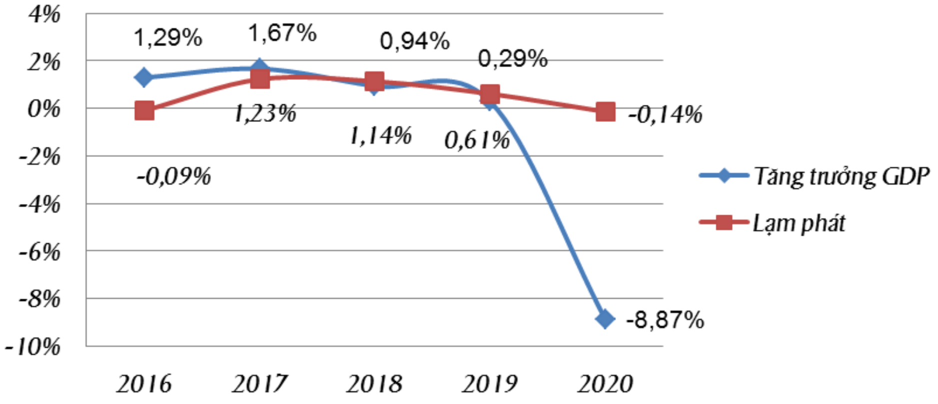
GDP thực tế: 2.562 tỷ USD (2019), xếp thứ 11 thế giới.

GDP theo giá hiện hành (theo WorldBank): 1.886,45 tỷ USD (2020), xếp thứ 8 thế giới.

GNI bình quân đầu người, PPP (theo WorldBank): 42.270 USD/người/năm.

Tỉ lệ tăng trưởng GDP và lạm phát

(Nguồn: WorldBank)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG Ý

TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Đưa hợp tác kinh tế Việt Nam - Ý lên tầm phát triển cao hơn

Ý là nền kinh tế lớn thứ 8 trên thế giới với GDP gần 1,9 nghìn tỷ USD vào năm 2020. GDP của Ý đã tăng 0,29% trong năm 2019.

Covid-19 đã có tác động to lớn đến nền kinh tế Ý. Theo số liệu của Ngân hàng thế giới (WB), GDP của Ý giảm 8,9% vào năm 2020 do hậu quả của đại dịch Covid-19 và lệnh giãn cách của Chính phủ. Tuy nhiên, Ủy ban Liên minh châu Âu ước tính rằng GDP của Ý sẽ tăng trở lại 6,5% vào năm 2021 được thúc đẩy bởi sự trở lại của nhiều hoạt động kinh tế trong nước bắt đầu từ tháng 5 năm 2020 và các biện pháp kích thích chính phủ được dự kiến.

Ý có dân số khoảng 62 triệu người. Hoạt động công nghiệp tập trung ở phía bắc từ Turin ở phía tây qua Milan đến Venice ở phía đông. Đây là một trong những khu vực công nghiệp hóa và thịnh vượng nhất trên thế giới và chiếm hơn 50% thu nhập quốc dân của Ý. Ngược lại, khu vực phía nam của Ý, hay còn gọi là “Mezzogiorno” kém phát triển hơn.

Doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) - phần lớn thuộc sở hữu gia đình - chiếm 99% doanh nghiệp ở Ý và sản xuất 68% GDP của Ý. Khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ của Ý có tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng ít hơn mười người cao hơn mức trung bình của EU. Các công ty này đóng góp gần một nửa tổng số việc làm và một phần ba giá trị cho nền kinh tế.

Ý xếp hạng 58 trong số 190 quốc gia trong Báo cáo Kinh doanh của Ngân hàng Thế giới và mặc dù điểm chỉ số của nước này đang dần được cải thiện, nhưng nước này xếp hạng 51 trong số 176 quốc gia trong Chỉ số Nhận thức Tham nhũng của Tổ chức Minh bạch Quốc tế.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Tăng trưởng của Ý thấp hơn mức trung bình của EU mặc dù tiêu dùng nội địa dường như đang phục hồi một cách chậm chạp. GDP của Ý tăng nhẹ trong năm 2019 và tỷ lệ thất nghiệp vẫn cao hơn mức trung bình của EU, đặc biệt là tỷ lệ thất nghiệp ở thanh niên ở mức 33%, mức cao nhất trong Khu vực đồng tiền chung châu Âu.

Đại sứ Việt Nam tại Ý Nguyễn Thị Bích Huệ gặp Chủ tịch Vùng Sicilia Nello Musumeci.

Ý là một thị trường sản xuất với trình độ tinh vi và phát triển. Các doanh nghiệp nước ngoài phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các công ty địa phương và các công ty thuộc khối EU trong tất cả các phân khúc thị trường.

Môi trường pháp lý của Ý rất phức tạp và đôi khi thiếu tính minh bạch, rõ ràng, hiệu quả và chắc chắn như ở các nền kinh tế phát triển khác.

Các sản phẩm liên quan đến sức khỏe, an toàn hoặc các vấn đề môi trường có khả năng được quản lý cao. Trong khi các quy định của toàn EU thường được áp dụng, luật của Ý có thể vượt ra ngoài các yêu cầu cơ bản của EU.

Người tiêu dùng Ý ngày càng chấp nhận các dịch vụ kỹ thuật số và thị trường ngày càng yêu cầu trình độ công nghệ cao hơn. Sự phát triển kỹ thuật số và tỷ lệ thâm nhập internet ngày càng tăng được thúc đẩy bởi sự đầu tư vào cơ sở hạ tầng từ Chính phủ Ý và các nhà khai thác chính. Tuy nhiên, Ý vẫn tụt hậu về băng thông rộng cố định và nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ thiếu vốn để nâng cấp cơ sở hạ tầng. Ở Ý, chỉ có 19% doanh nghiệp vừa và nhỏ có tốc độ kết nối 100 Mbit/s.

Thương mại điện tử ở Ý đang phát triển nhanh chóng và đã chứng kiến mức tăng trưởng hai con số hàng năm kể từ năm 2014. Mặc dù nền kinh tế kỹ thuật số của Ý tụt hậu so với các quốc gia châu Âu lớn khác, thương mại điện tử đang sẵn sàng tiếp tục xu hướng đi lên bởi sự kết nối doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C), các giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) và người tiêu dùng với người tiêu dùng (C2C) đều có mức tăng trưởng vững chắc.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Các công ty nước ngoài nhận được cơ hội trong các lĩnh vực mà các quy định hoặc chương trình mới (thường được áp đặt hoặc khởi xướng ở cấp độ EU) đang tạo ra nhu cầu; sản phẩm/dịch vụ mới với số lượng ít hoặc không có cạnh tranh trong nước; và nơi các sản phẩm của các công ty nước ngoài mang lại lợi thế rõ ràng về công nghệ, thiết kế hoặc giá cả.

Ý là quốc gia xuất nhập khẩu gạo khá lớn ở EU. Năm 2019, Ý xuất khẩu khoảng 675 nghìn tấn gạo (tương đương 624 triệu USD) sang các nước trên thế giới và nhập khẩu khoảng 221 nghìn tấn gạo (tương đương 174 triệu USD) từ các nước trên thế giới. Trong khi đó, Ý nhập khẩu từ Việt Nam chỉ khoảng 7 nghìn tấn (tương đương 5 triệu USD) năm 2019, tức là Việt Nam chỉ chiếm 3,1% thị phần nhập khẩu gạo của Ý. Trong khi nước này nhập khẩu gạo từ Pakistan 70 nghìn tấn (tương đương 64 triệu USD), từ Thái Lan 19 nghìn tấn gạo (21 triệu USD), từ Ấn Độ 16 nghìn tấn gạo (18 triệu USD) và từ Campuchia 6,7 triệu USD.

CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

Việc vun đắp và duy trì các mối quan hệ cá nhân là một phần quan trọng trong hoạt động kinh doanh ở Ý. Do đó, việc tìm kiếm đúng đại lý, nhà phân phối hoặc đối tác kinh doanh ở Ý là điều cần thiết. Thường không hiệu quả nếu dựa vào các đại lý hoặc nhà phân phối đặt tại các thị trường lân cận, bất chấp sự tồn tại của thị trường chung EU.

Ứng viên lý tưởng phải có sẵn một mạng lưới các mối quan hệ để có thể mở rộng cánh cửa trên thị trường và hiểu biết vững chắc về các quy định và thực tiễn kinh doanh địa phương. Đối với các sản phẩm kỹ thuật, đối tác tiềm năng phải có khả năng cung cấp cho khách hàng Ý dịch vụ sau bán hàng.

Kiên nhẫn là điều cần thiết vì có thể mất hai đến ba lần so với dự kiến để tạo mối quan hệ, thiết lập sự hiện diện trên thị trường hoặc thành lập doanh nghiệp tại Ý.

CÁC QUY ĐỊNH VỀ XUẤT NHẬP KHẨU

➢ Chứng từ nhập khẩu

Nhập khẩu hàng hóa vào Ý cần có các chứng từ sau:

Hóa đơn thương mại: cần có 3 bản. Không có mẫu hóa đơn quy định. Phải bao gồm các nội dung sau:

- Ngày bốc hàng;
- Tên, địa chỉ người mua, người bán;
- Thông tin mô tả đầy đủ chính xác về hàng hóa;
- Nước xuất xứ;
- Ký mã hiệu, số lượng;
- Loại hàng;
- Trọng lượng tổng và trọng lượng tịnh của hàng hóa;
- Tổng giá bao gồm tất cả các chi phí (không được ghi trị giá trên hóa đơn thấp hơn giá trị thực tế);
- Tên tàu, cảng bốc dỡ, phân loại HS của hàng hóa.

Chữ ký tay không bắt buộc phải thể hiện trên hóa đơn thương mại.

Giấy chứng nhận xuất xứ: được cấp bởi Ủy ban Thương mại địa phương.

Vận đơn: phải bao gồm những nội dung sau:

- Mô tả hàng hóa;
- Tên chủ hàng;
- Tàu chuyên chở;

Khóa họp lần thứ VI, Ủy ban Hỗn hợp về Hợp tác Kinh tế theo hình thức trực tuyến

- Nước xuất xứ;
- Cảng xếp và dỡ hàng;
- Mọi chi tiết về dấu hiệu hàng hóa;
- Tên người được thông báo khi hàng hóa cập cảng.

Tùy thuộc vào từng điều kiện giao hàng, nhà nhập khẩu có thể yêu cầu một bộ vận đơn đường biển để làm thủ tục thông quan hàng hóa khi hàng cập cảng dỡ hàng.

Đơn bảo hiểm: Yêu cầu phải có 2 bản (1 bản gốc và một copy).

Phiếu đóng gói: Không bắt buộc đối với những hàng nguyên container, nhưng đối với những container hàng lẻ, khi làm thủ tục thông quan phải có phiếu đóng gói kèm theo.

Giấy chứng nhận đặc biệt

- Giấy chứng nhận phải được viết bằng ngôn ngữ của nước nhập khẩu, bản fax giấy chứng nhận không được chấp nhận.
- Các loại thực vật sống, hạt giống yêu cầu phải có giấy chứng nhận kiểm dịch được cấp bởi nước xuất xứ.
- Động vật sống, cá, động vật có vỏ hoặc thịt được bảo quản lạnh, mỡ lợn, các loại da sống hoặc đã sấy khô, len, tóc phải có giấy chứng nhận y tế được cấp bởi Cơ quan có thẩm quyền ở nước xuất xứ.
- Các loại động vật thuộc giống bò khi nhập khẩu vào Ý phải kèm theo giấy chứng

nhận y tế chứng nhận các con vật này không bị mắc bệnh (các bệnh về móng và miệng, hoặc bệnh truyền nhiễm cho gia súc).

- Đối với hàng sáp ong và mật ong phải có giấy chứng nhận y tế viết bằng cả tiếng Ý và tiếng Anh.
- Rượu, bia nhập khẩu vào Ý phải có giấy chứng nhận phân tích thành phần sản phẩm, được cấp bởi Phòng phân tích có chức năng.
- Động vật nhập từ các nước cho phép sử dụng oxtrogen phải kèm theo giấy chứng nhận y tế chỉ rõ vật nuôi không có hàm lượng extrogen tự nhiên hoặc dưới dạng hợp chất.
- Những sản phẩm thịt phải có giấy chứng nhận xuất khẩu, giấy chứng nhận xuất xứ, y tế; đối với sản phẩm thịt đỏ phải chỉ rõ rằng thịt bò được nuôi tại những trang trại không có bệnh dịch.
- Cá nhập khẩu cần phải có giấy chứng nhận đặc biệt đảm bảo hàm lượng thủy ngân trong mức cho phép.

Giấy phép nhập khẩu:

Giấy phép nhập khẩu được ban hành với một danh sách các hạng mục giới hạn do Bộ Ngoại thương Ý công bố. Hiệu lực của giấy phép phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố khác nhau. Các hạng mục có thể được chấp nhận nếu tuân thủ những điều kiện đặc biệt.

Giấy phép nhập khẩu thuộc trách nhiệm của các nhà nhập khẩu Ý. Giấy phép này được cấp cho các nhà nhập khẩu Ý khi họ đưa ra được những giấy tờ cần thiết. Giấy phép nhập khẩu không được chuyển nhượng, dù chúng có thể được sử dụng để đối chứng cho một số chuyến hàng với số lượng cho phép.

➢ Các mặt hàng cấm nhập khẩu

- Thịt cá ngừ đỏ Đại Tây Dương có xuất xứ từ Belize, Panama và Honduras;
- Đồ chơi và trò chơi có chứa sun phát đồng;
- Những đồ bằng kim loại dẹt mỏng bao gồm cả nhựa, giấy hoặc bao vải;
- Ma túy và các chất gây nghiện trái phép;
- Các dạng hình thái của sợi A-mi-ăng;
- L-trytophane và hợp chất của chúng dưới bất kỳ dạng nào;
- Chất dẻo cao su hoặc những chất tương tự dùng trong sản xuất thực phẩm;
- Nhiệt kế có chứa thủy ngân;
- Thịt bò có hocmon tăng trưởng của Mỹ.

➢ Các mặt hàng hạn chế nhập khẩu

- Xác người, bộ phận cơ thể người, phôi người và động vật hoặc tro;
- Chất nổ;
- Súng ngắn và đạn dược;
- Các loại thực phẩm và đồ uống yêu cầu bảo quản lạnh hoặc phải trong một môi trường kiểm soát nhất định;
- Động vật sống (bao gồm cả côn trùng);
- Thực vật và nguyên liệu thực vật gồm cả hoa;
- Xổ số và các trò chơi bị cấm theo quy định của từng địa phương;
- Tiền (xu, giấy, cổ phiếu, chứng khoán và thư tín dụng);
- Tem;
- Sách báo khiêu dâm;
- Chất thải, kim tiêm đã qua sử dụng hoặc các loại chất thải y tế khác;
- Những hàng hóa vật dụng gây nguy hiểm;
- Những hàng hóa yêu cầu có giấy chứng nhận đặc biệt hoặc cho phép lưu thông nhập khẩu hoặc xuất khẩu;
- Hàng hóa đang trong quá trình chế biến gia công;
- Hàng hóa có giá trị khai báo hải quan vượt quá mức cho phép theo quy định;
- Những mặt hàng bị cấm nhập hoặc xuất bởi bất kỳ luật lệ hoặc quy định nào khác;
- Những mặt hàng mang tính nguy hiểm ngoại trừ những mặt hàng đã được cho phép dưới sự kiểm soát;
- Xác động vật (gồm cả côn trùng);
- Bao gói bị ướt, dò dỉ hoặc bốc mùi.

➢ Tạm nhập

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...

➢ Nhập khẩu hàng mẫu

Nhà sản xuất nhập khẩu mẫu 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 huỷ, được đóng gói, đánh dấu đúng cách và không có giá trị sử dụng.

Dây chuyền lắp ráp xe máy tại nhà máy của Công ty TNHH Piaggio Việt Nam

➢ Chính sách thuế và thuế suất

□ Thuế nhập khẩu

Hàng năm Ủy ban châu Âu sẽ đăng trên Công báo của Cộng đồng về biểu thuế quan hưởng theo Tối huệ quốc (MFN) đối với tất cả danh mục hàng nhập khẩu vào Cộng đồng. Nếu so sánh theo mức tối thiểu và tối đa thì mức thuế cao nhất vẫn là các mặt hàng như thịt, sản phẩm sữa, ngũ cốc và rau hoa quả chế biến và không chế biến. Đối với hàng nông sản, mức thuế từ 0% đến 470,8%; đối với hàng không phải nông sản có mức thuế từ 0% đến 36,6%.

Về cơ bản, biểu thuế quan được chia thành ba nhóm:

- Nhóm thứ nhất áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước có thực hiện quy chế tối huệ quốc (MFN).
- Nhóm thứ hai là thuế quan ưu đãi, áp dụng đối với hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển được hưởng đơn thuần ưu đãi GSP của EU.

- Nhóm thứ ba, được gọi là thuế quan đặc biệt, thực hiện đối với hàng nhập khẩu từ một số nước đang phát triển được hưởng ưu đãi theo hiệp định song phương khác như cá nước trong các hiệp định châu Âu, EC – ACP và các nước chậm phát triển nhất.

Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ hội kiến Chủ tịch Hạ viện Italy Roberto Fico.

□ Thuế giá trị gia tăng

Thuế giá trị gia tăng (VAT) tại từng quốc gia trong EU được đánh vào hàng hóa rất khác nhau. Đây là khoản thuế được thu tại các điểm đến cuối cùng của hàng hóa. Theo đó thuế suất VAT được áp dụng tại Ý như sau:

- 0%: được áp dụng cho xuất khẩu bên ngoài EU và cung cấp hàng hóa cho thương nhân trong khối các quốc gia EU, buôn bán tầu biển, máy bay và các linh kiện liên quan, các dịch vụ cung cấp liên quan tới giao dịch tài chính quốc tế.
- 4% được áp dụng cho những sản phẩm nông nghiệp chính, thực phẩm thiết yếu (bánh mỳ, sữa và hoa quả), thiết bị y tế, sách báo.
- 10% được áp dụng cho một số sản phẩm nông nghiệp nhất định, các dịch vụ vận chuyển cá nhân, hầu hết thực phẩm, vật nuôi và thịt, hầu hết các sản phẩm dược, dịch vụ viễn thông công cộng (20% VAT được đánh nếu là dịch vụ tư nhân), các dịch vụ liên quan đến khách sạn, nhà hàng, và vé máy bay nội địa.
- 20% là mức thuế tiêu chuẩn, áp dụng cho tất cả các hàng hóa và dịch vụ.

➢ Quy định về bao gói, nhãn mác

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 cồn (đối với thực phẩm chứa 1,2% lượng cồn 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 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 EU. 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 liên 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 từ;
- TB điện sút dụng điện xoay chiều có hiệu điện thế 50 - 1000V và điện một chiều 75 - 1500V.
- 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 chẩn đoán, phòng bệnh, điều trị 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 để con người mặc hoặc mang;
- Các thiết bị phát sóng và linh phụ kiện, thiết bị thông tin có thể kết nối với mạng viễn thông;

- Bình chứa, ống dẫn và phụ kiện và việc lắp đặt chúng, 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 đưa vào cơ thể người 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.

➢ Quy định về kiểm dịch động thực vật

Hầu hết các sản phẩm nhập vào Ý đều phải theo quy định kiểm dịch chung của EU, đặc biệt là:

- Các sản phẩm cá, động vật có vỏ (trai, sò, tôm, cua...) và động vật thân mềm;
- Sữa và các chế phẩm từ sữa;
- Các sản phẩm động vật (dành cho người sử dụng);
- Động vật nhập từ các nước cho phép sử dụng oxtrogen phải được cấp giấy chứng nhận y tế là vật nuôi không có hàm lượng extrogen tự nhiên hoặc dưới dạng hợp chất;
- Ngựa nhập tạm thời từ Queensland, Úc phải có giấy chứng nhận thú y của nước đó. Giấy chứng nhận này phải đảm bảo rằng ngựa đã được gây miễn dịch với bệnh viêm não Nhật Bản trong thời gian trước đó 60 ngày và không ít hơn 30 ngày trước khi nhập vào Ý;
- Mèo nhập từ Úc bị cấm;

- Dơi quạ (Flying foxes, Pteroptus) nhập từ Malaysia và Úc yêu cầu phải có chứng nhận từ Ủy ban châu Âu;
- Thức ăn động vật, bao gồm cả cá hộp và thịt hộp có những quy định cụ thể chi tiết từng loại;
- Hầu hết thực phẩm nhập vào Ý đều có những quy định rất chặt chẽ về chất lượng, đóng gói, nhãn mác, những chất phụ gia sử dụng hoặc màu thực phẩm. Những hàng hóa không đáp ứng đủ những điều kiện trên sẽ bị từ chối nhập khẩu vào Ý;
- Những loại động vật có vỏ ướp đá xuất xứ từ EU có thể được nhập thẳng vào Ý;
- Nhựa thông và các chất phụ gia dành cho chế biến thực phẩm hoặc các chất mà con người sử dụng được cho phép nhập;

- Rất nhiều thực vật, động vật và các sản phẩm từ động vật yêu cầu phải có giấy chứng nhận kiểm dịch từ nước xuất khẩu;
- Bia, rượu phải có giấy chứng nhận phân tích thành phần được xác nhận bởi các phòng thí nghiệm của nhà nước;
- Dược phẩm và dụng cụ y tế yêu cầu phải đăng ký trước với Bộ Y tế trước khi nhập. Các dụng cụ y tế có thiết bị điện phải được sự cho phép của Ủy ban Điện tử Ý cũng như đáp ứng được khả năng an toàn cũng như nhãn hiệu an toàn về điện tử của

châu Âu. Thủ tục đăng ký được đảm bảo thông qua đại diện phía Ý và thông thường đòi hỏi tối thiểu là 3 năm;

- Đồ chơi và hàng hóa liên quan phải được cấp giấy chứng nhận an toàn bởi Ủy ban Tiêu chuẩn châu Âu.

NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG Ý

➢ Con người

Theo văn hóa Ý, 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 Ý 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 Ý sống ở khu vực phía Nam.

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 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 Ý 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 Ý.

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 Ý.

Sự tôn trọng và tự hào về bản thân là điểm quan trọng trong nền văn hóa Ý. Do vậy, không bao giờ 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 hay những ý tưởng và khái niệm mới, tuy nhiên không nên quá lỗ mãng.

➢ Văn hóa kinh doanh

Hầu hết người Ý 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 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.

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. Ở Ý, hình thức bề ngoài quan trọng hơn nhiều so với nội dung.

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.

Theo văn hóa kinh doanh của Ý, 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 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.

➢ Tập quán kinh doanh

- Nói chung, người Ý luôn mặc các trang phục lịch sự trang nhã, 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 Ý là mùa hè và hầu hết người dân và các công ty đều nghỉ vào thời điểm này.
- Giá cả ở Ý rất cạnh tranh, vì vậy nên chuẩn bị càng nhiều càng tốt trước khi thăm Ý và cung cấp càng nhiều thông tin chi tiết về công ty trước càng tốt
- Nói chung các nhà nhập khẩu Ý 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 Ý có thể ngược lại.
- Các điều khoản tín dụng dành cho thanh toán dài hạn nhìn chung (từ 60 đến 90 ngày, 120 ngày 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 Ý, hoặc bên ngoài ra có thể viết bằng đồng USD.

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

- Nên nhìn đối tác trong khi nói chuyện. Đây là một dấu hiệu thiện cảm, trung thực và chân thành trong kinh doanh đối với người Ý.
- 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 giao. 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 Ý trong tình trạng vội vã và nóng vội trong cuộc đàm phán kinh doanh. Theo người Ý 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 Ý cắt ngang lời người khác. Đó là cách giao tiếp phổ biến của người Ý.

➢ Cách xưng hô

Họ tên của người Ý 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 "dottoressa" 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 "dottoressa" để tỏ ý tôn trọng.

➢ Trang phục

Ý nổi tiếng về thời trang. Toàn bộ quan chức và đại đa số thương nhân Ý ăn mặc lịch sự, hợp thời trang khi tiếp khách. Không những vậy người Ý thường còn 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. 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.

➢ Ngôn ngữ và hội thoại trong kinh doanh

Thương nhân Ý có thể 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 đối 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 được 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 dòng, mà 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**

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 hãn hữu, 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, ta nên ăn mặc lịch sự. Nếu được mời cơm tại nhà hàng thì ta nên đến đúng giờ.

- **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. Nếu đối tác Ý đến khách sạn đón ta đi làm việc hoặc cùng ăn bữa sáng với khách thì ta 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

Những điều cần biết nêu trên sẽ tạo điều kiện cho quan hệ với đối tác Ý gặp nhiều thuận lợi. Tuy nhiên dưới đây mới là những lời khuyên quan trọng nhất 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. Đối tác nên biết về nhau càng nhiều càng tốt.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ 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.

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.

TIỀN TỆ

Là thành viên của EU, Ý hiện sử dụng đồng Euro (EUR) trong đời sống kinh tế – xã hội.

Tỷ giá:

1 EUR = 1.1804 USD (ngày 31/8/2021)

1 EUR = 27.617,79 VNĐ (ngày 31/8/2021)

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ Ý

Ủy viên Bộ Chính trị, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc và Thủ tướng Italy Giuseppe Conte tại Hà Nội

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA Ý

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2020 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2019 thì Ý đứng thứ 9 về xuất khẩu và 11 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Ý đứng thứ 12 về xuất khẩu và 12 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Ý là 64,9, trở thành nền kinh tế tự do thứ 68 trong năm 2021. Chỉ số này đã tăng1,1 điểm, chủ yếu do sự cải thiện hiệu quả về tư pháp. Ý xếp thứ 36 trong số 45 quốc gia ở khu vực châu Âu, và có chỉ số tự do kinh tế thấp hơn so với mức trung bình của khu vực nhưng cao hơn so với thế giới. (Nguồn: Heritage)

Nền kinh tế của Ý bao gồm công nghiệp phát triển ở miền bắc, do các công ty tư nhân thống trị, và nông nghiệp ít phát triển hơn ở miền nam, được trợ cấp mạnh, đi kèm với tình trạng thất nghiệp và kém phát triển. Nền kinh tế Ý được thúc đẩy một phần lớn bởi việc sản xuất hàng tiêu dùng chất lượng cao từ các doanh nghiệp vừa và nhỏ; trong

đó, một số lượng lớn thuộc về sở hữu gia đình. Ý cũng có một nền kinh tế ngầm khá lớn, ước tính chiếm tới 17% GDP theo một số nguồn. Mảng hoạt động này xảy ra phổ biến nhất trong lĩnh vực nông nghiệp, xây dựng và dịch vụ.

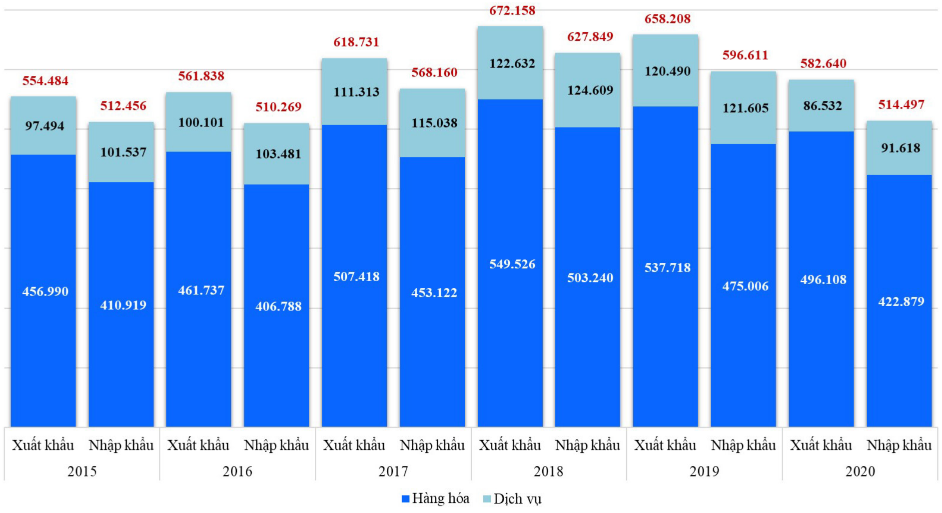
Ý là nền kinh tế lớn thứ ba trong khu vực đồng euro, nhưng nợ công đặc biệt cao và những trở ngại cơ cấu đối với tăng trưởng khiến nước này dễ bị thị trường tài chính giám sát. Chính phủ Ý vẫn phải đối mặt với áp lực từ các nhà đầu tư và các đối tác châu Âu trong việc duy trì nỗ lực giải quyết các vấn đề kinh tế cơ cấu lâu nay của Ý, bao gồm sự kém hiệu quả của thị trường lao động, hệ thống tư pháp chậm chạp và khu vực ngân hàng yếu kém. (Nguồn: CIA)

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Ý năm 2020 đạt 496,11 tỷ USD và nhập khẩu đạt 422,88 tỷ USD, thặng dư 73,23 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2020, Ý xuất khẩu 86,53 tỷ USD, nhập khẩu đạt 91,62 tỷ USD, thâm hụt gần 5,09 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Ý đạt thặng dư trong suốt giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2020. Nếu chỉ nói riêng về dịch vụ, cán cân của Ý luôn ở mức âm, trong đó mức thấp nhất rơi vào năm 2020 (5,09 tỷ USD). Biểu đồ cán cân tổng thương mại của Ý đi theo hình vòng cung trong giai đoạn 2015-2018, lúc đầu tăng tương đối vào năm 2016 (đạt 51,57 tỷ USD) rồi giảm xuống vào năm 2018 (44,31 tỷ USD). Sau đó, đà tăng trưởng tiếp tục tăng mạnh cho đến năm 2020. Nhìn chung, thặng dư từ cán cân hàng hóa luôn luôn bù đắp cho thiếu hụt từ cán cân dịch vụ.

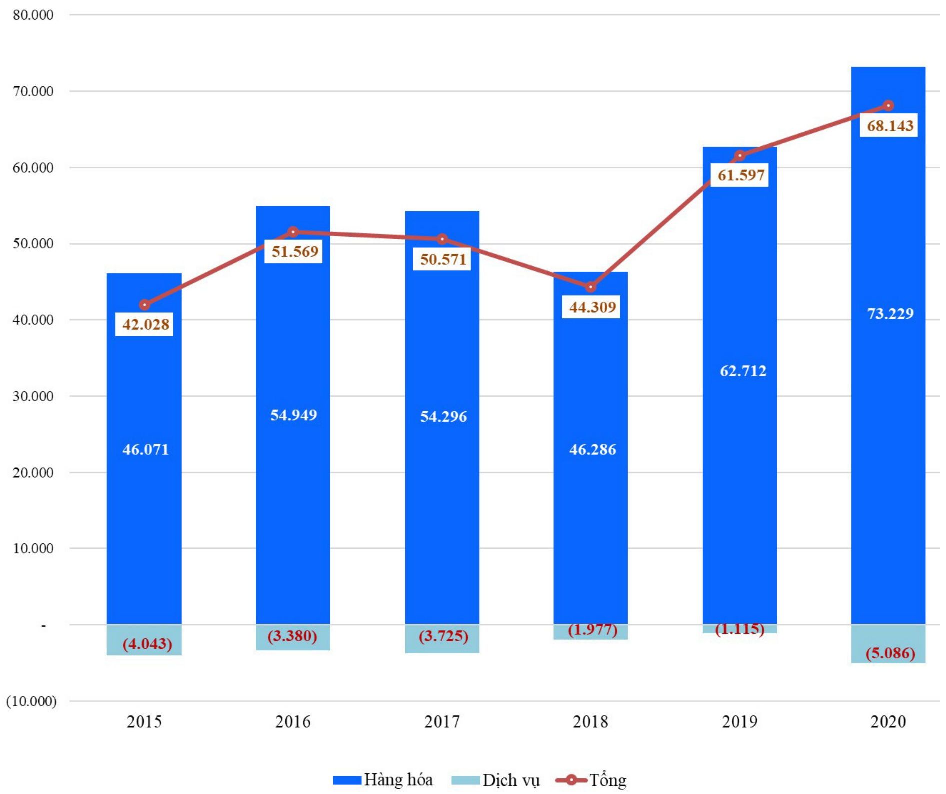
Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Ý giai đoạn 2015 - 2020

(Nguồn: WTO) (ĐVT: triệu USD)



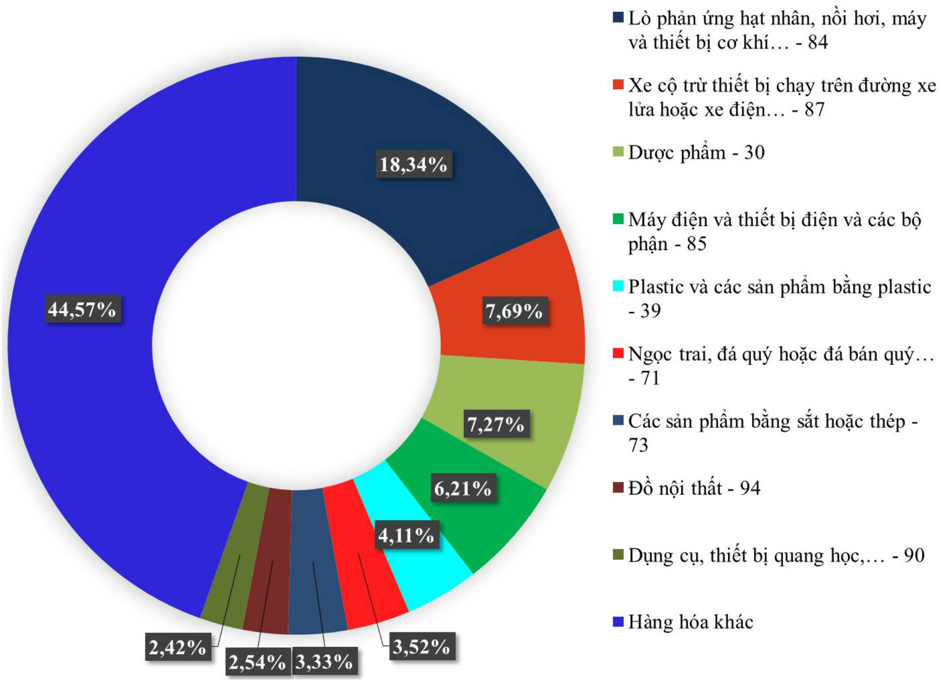
Cán cân thương mại của Ý giai đoạn 2015 – 2020

(Nguồn: WTO) (ĐVT: triệu USD)



Năm 2020, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Ý được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

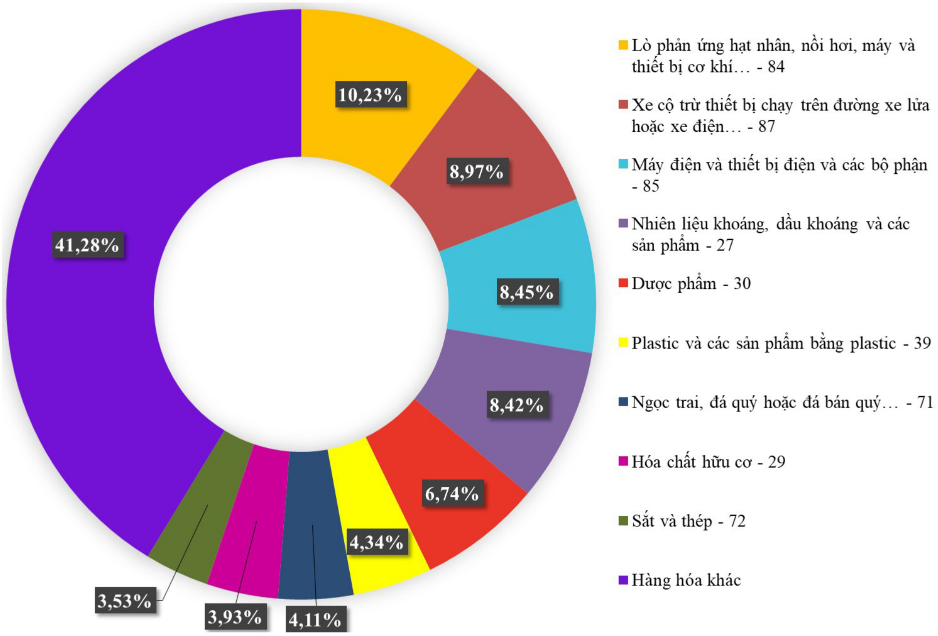
Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Ý năm 2020



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Ý bao gồm:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 18,34% tổng lượng xuất khẩu)
2. Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện... (chiếm 7,69% tổng lượng xuất khẩu)
3. Dược phẩm (chiếm 7,27% tổng lượng xuất khẩu)
4. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 6,21% tổng lượng xuất khẩu)
5. Plastic và sản phẩm bằng plastic (chiếm 4,11% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Ý năm 2020



Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Ý nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 10,23% tổng lượng xuất khẩu)

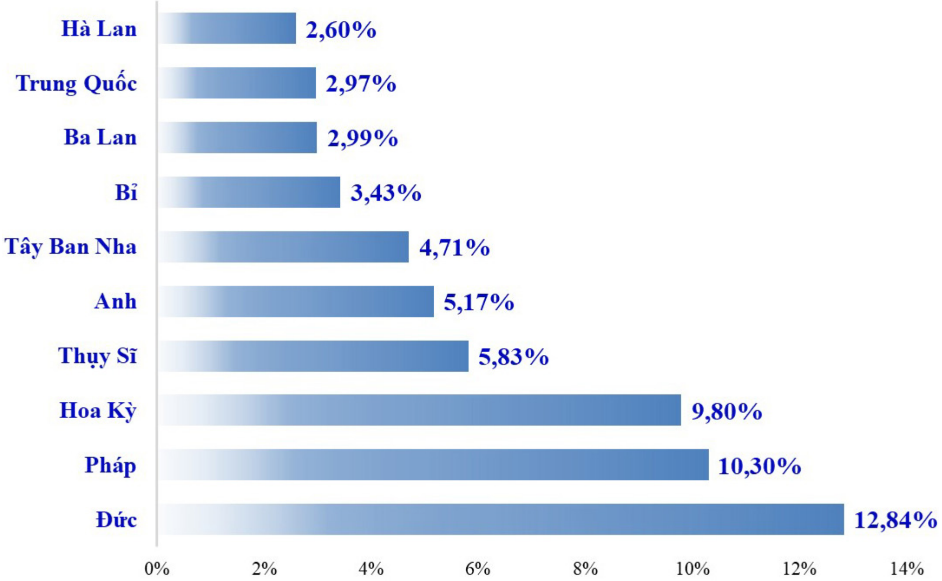
2. Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện... (chiếm 8,97% tổng lượng xuất khẩu)

3. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 8,45% tổng lượng xuất khẩu)

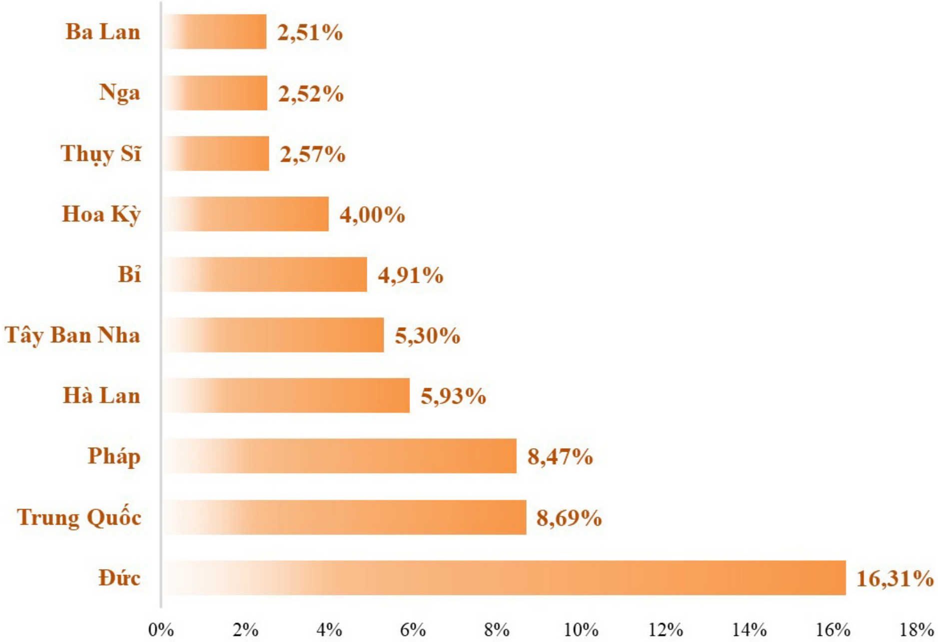
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm (chiếm 8,42% tổng lượng xuất khẩu)

5. Dược phẩm (chiếm 6,74% tổng lượng xuất khẩu)

Các thị trường xuất khẩu chính của Ý năm 2020



Các thị trường nhập khẩu chính của Ý năm 2020

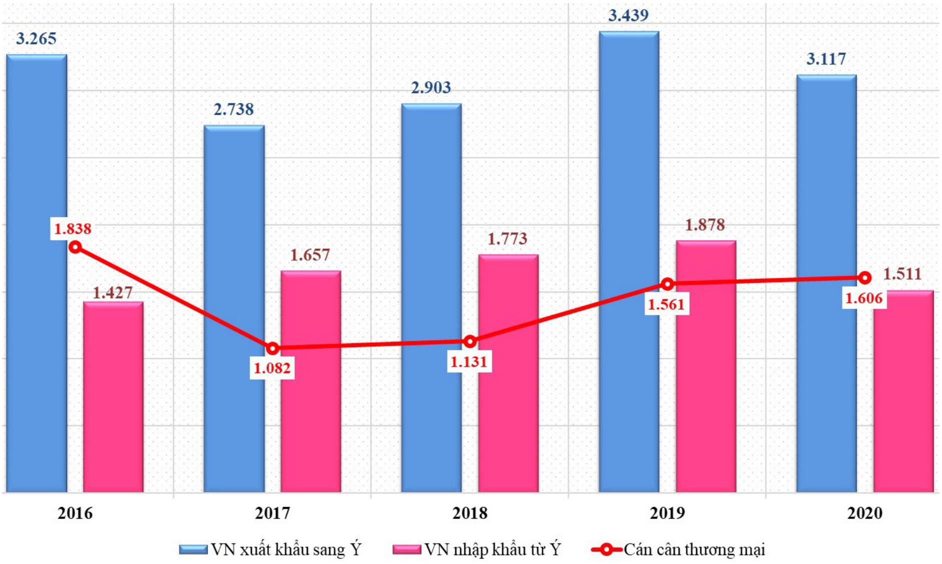


Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia và khu vực cụ thể cho thấy 60,65% sản phẩm xuất khẩu từ Ý được đưa vào: Đức (12,84% tổng sản phẩm toàn cầu), Pháp (10,3%), Hoa Kỳ (9,8%), Thụy Sĩ (5,83%), Anh (5,17%), Tây Ban Nha (4,71%), Bỉ (3,43%), Ba Lan (2,99%), Trung Quốc (2,97%) và Hà Lan (2,6%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 61,19% sản phẩm nhập khẩu vào Ý có xuất xứ từ các nước: Đức (16,31% tổng sản phẩm toàn cầu), Trung Quốc (8,69%), Pháp (8,47%), Hà Lan (5,93%), Tây Ban Nha (5,3%), Bỉ (4,91%), Hoa Kỳ (4%), Thụy Sĩ (2,57%), Nga (2,52%) và Ba Lan (2,51%).

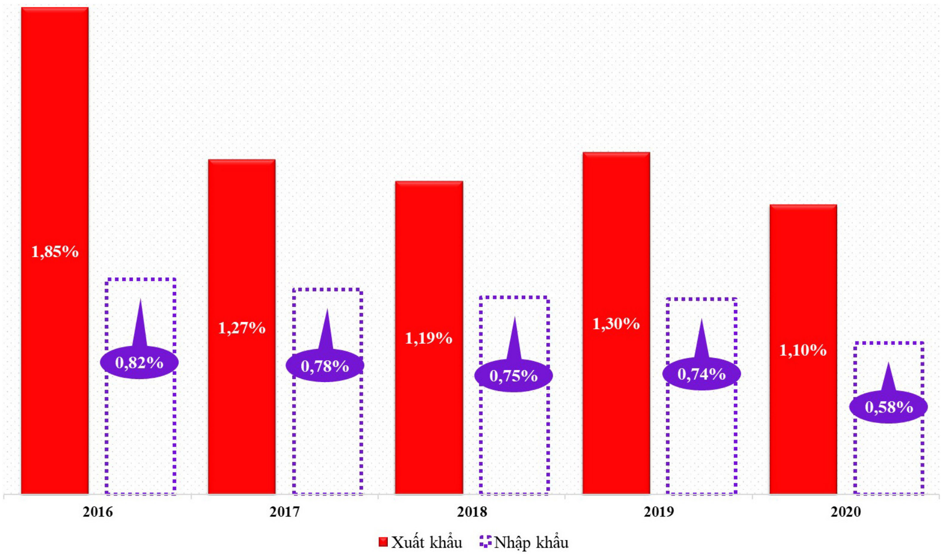
Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Ý giai đoạn 2016 - 2020

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Ý so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



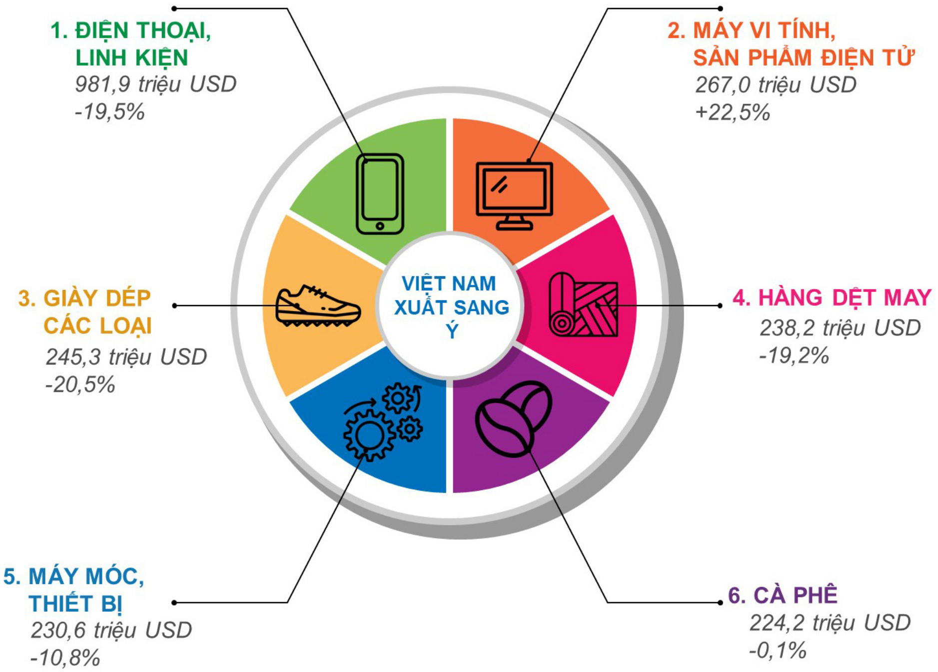
Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 27 vào thị trường Ý và là đối tác đứng thứ 51 nhập khẩu hàng hóa từ Ý.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2020 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Ý đạt 4,63 tỷ USD, giảm 12,9% so với năm 2019. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Ý đạt 3,12 tỷ USD, giảm 9,4% so với năm 2019, chiếm vỏn vẹn 1,1% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Ý đạt 1,51 tỷ USD, giảm 19,5% so với cùng kì, chiếm 0,58% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Giai đoạn 2016-2020, cán cân thương mại của Việt Nam luôn giữ mức thặng dư hơn 1,08 tỷ USD do tình trạng xuất siêu liên tục sang Ý. Mức thặng dư hàng hóa biến động qua từng năm và đạt giá trị lớn nhất vào năm 2016 (1,84 tỷ USD). Kim ngạch xuất khẩu từ nước ta sang nước bạn đạt mức thấp nhất vào năm 2017 (2,74 tỷ USD), trong khi kim ngạch nhập khẩu tăng dần đều qua thời gian, đạt giá trị cao nhất vào năm 2019 (1,88 tỷ USD), sau đó giảm xuống vào năm 2020.

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG Ý

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Ý năm 2020



Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Ý trong giai đoạn 2016 - 2020 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2020, xuất khẩu mặt hàng này sang Ý đạt 981,9 triệu USD, giảm 19,5% so với cùng kì năm 2019, chiếm 31,5% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Ý chiếm chỉ 1,9% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trước đây, số lượng điện thoại và linh kiện của nước ta vào Ý đạt nhiều nhất vào năm 2016 với trị giá 1,38 tỷ USD, sau đó giảm xuống còn 734,8 triệu USD vào năm 2017. Lần tăng mạnh thứ hai là vào năm 2019 với trị giá 1,22 tỷ USD. Nhìn chung, đây là mặt hàng quan trọng của nước ta sang Ý.

Tiếp theo là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 267 triệu USD vào năm 2020, tăng tương đối 22,5% so với năm 2019, chiếm 8,6% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 0,6% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Giai đoạn 2016 đến năm 2018 chứng kiến sự suy giảm sức hấp dẫn của mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện tại thị trường Ý: năm

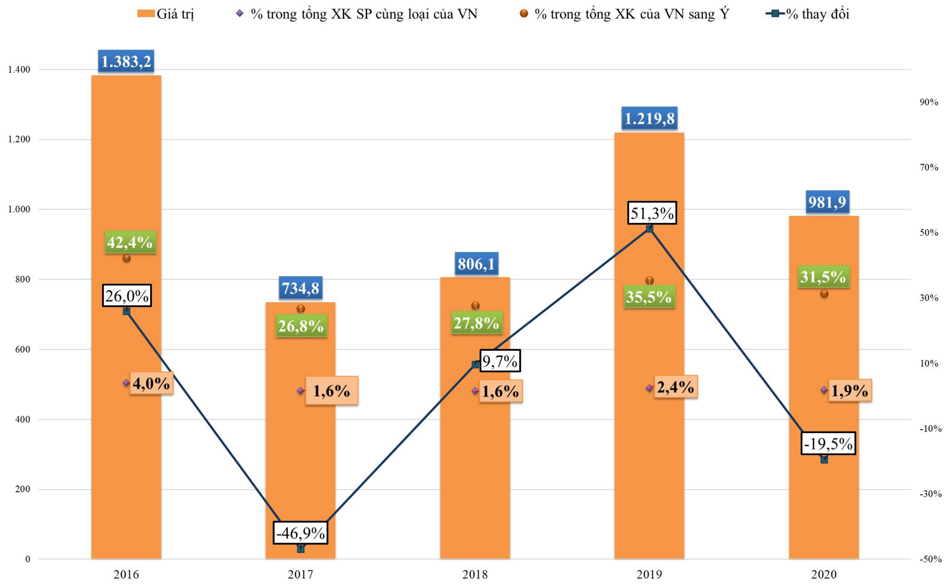
2017, con số kim ngạch đạt 187 triệu USD, giảm 25,7% so với năm 2016; năm 2018, con số đạt 174 triệu USD, giảm 7% so với 2017. Vào hai năm 2019 và 2020, xuất khẩu mặt hàng này đã lấy lại động lực tăng trưởng.

Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Ý năm 2020 là hàng giày dép, đạt 245,3 triệu USD, giảm 20,5% so với cùng kì 2019, chiếm 7,9% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 1,5% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác tương mại. Trong cả giai đoạn 2016-2020, xuất khẩu mặt hàng này tương đối đồng đều qua các năm. Năm 2016, kim ngạch giày dép đạt mốc cao nhất với 335,7 triệu USD, trong khi tỷ lệ tăng mạnh nhất rơi vào năm 2018 với 3,6%.

Trong năm 2020, đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Ý đều ghi nhận sự giảm xuống về kim ngạch so với năm 2019 do tác động từ dịch Covid-19. Tuy nhiên, một số mặt hàng vẫn có lượng kim ngạch tăng rất mạnh, trong đó có chất dẻo nguyên liệu (70,2%), sản phẩm từ cao su (55%) và sắt thép các loại (28,2%). Trong khi đó, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ ghi nhận mức giảm mạnh nhất với 35,9% lượng kim ngạch so với năm 2019.

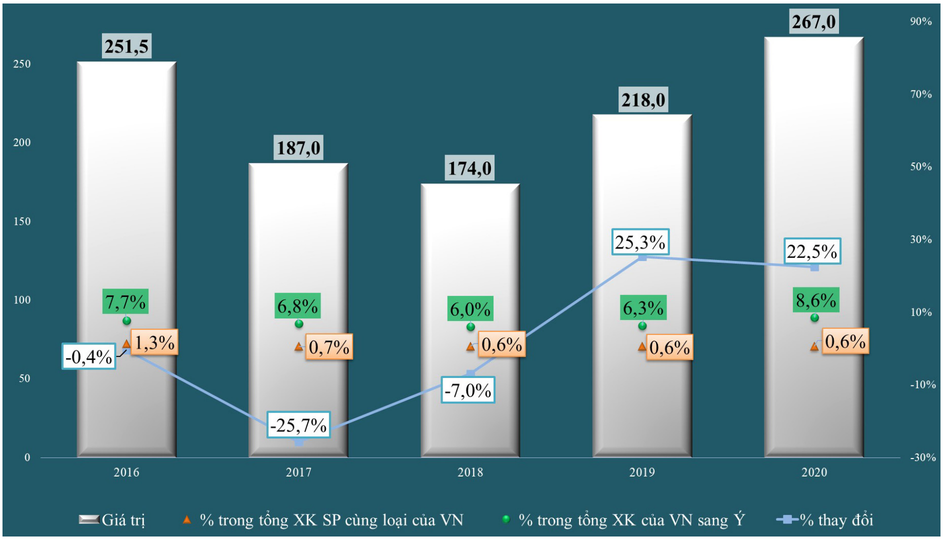
Kim ngạch xuất khẩu Điện thoại và linh kiện của Việt Nam sang Ý

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



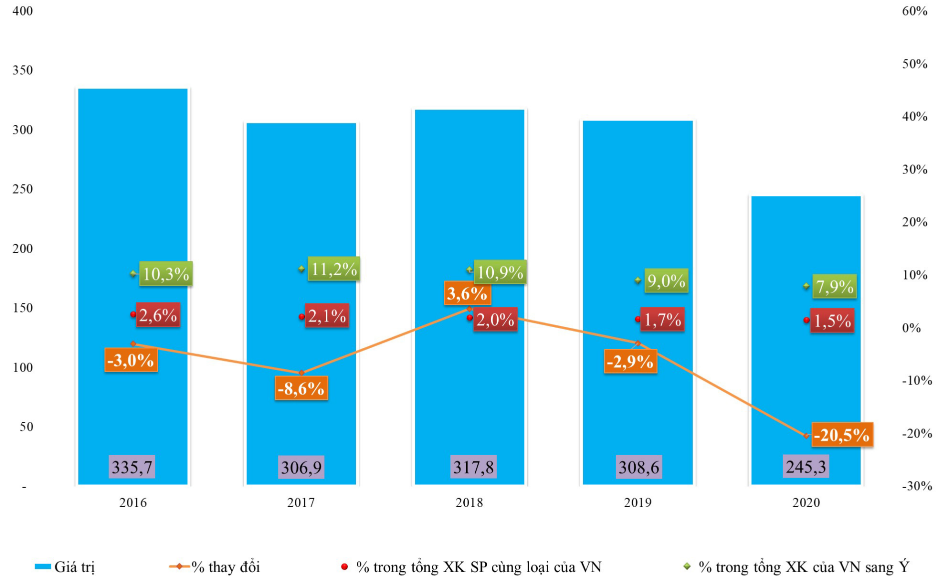
Kim ngạch xuất khẩu Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Ý

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



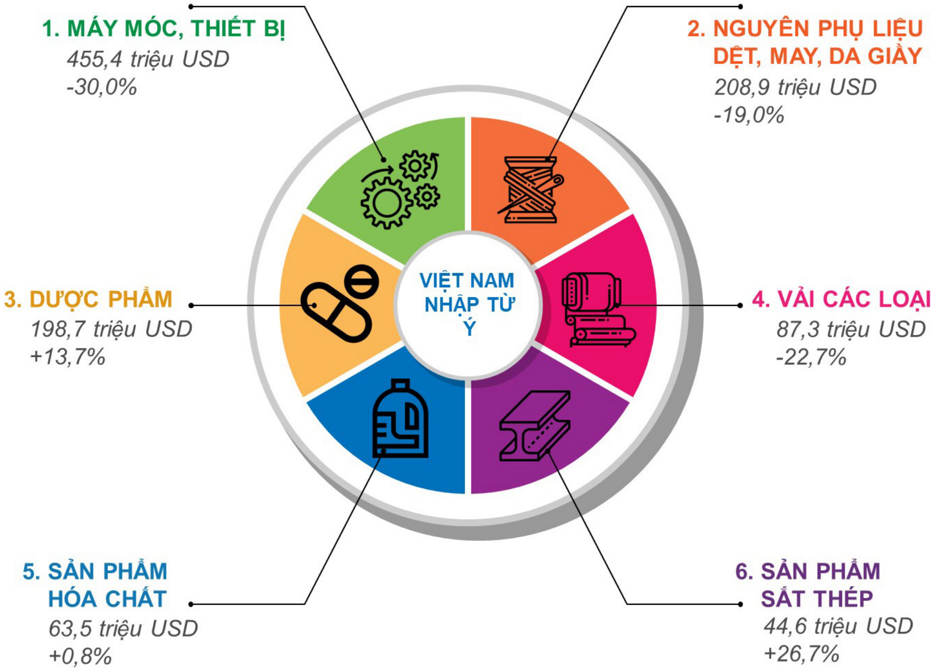
Kim ngạch xuất khẩu Giày dép các loại của Việt Nam sang Ý

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



MỘT SỐ SẢN PHẨM CHỦ YẾU VIỆT NAM NHẬP KHẨU TỪ Ý

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Ý năm 2020



Năm 2020, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Ý là mặt hàng máy móc, thiết bị và dụng cụ phụ tùng, đạt 455,4 triệu USD, giảm 30% so với cùng kì của năm 2019, chiếm 30,1% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 1,2% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Giai đoạn 2016-2018 chứng kiến sự tăng trưởng nhập khẩu của mặt hàng này, với giá trị đạt cao nhất vào năm 2018 (653,4 triệu USD). Đà nhập khẩu bắt đầu chững lại vào năm 2019 và sau đó giảm xuống vào năm 2020.

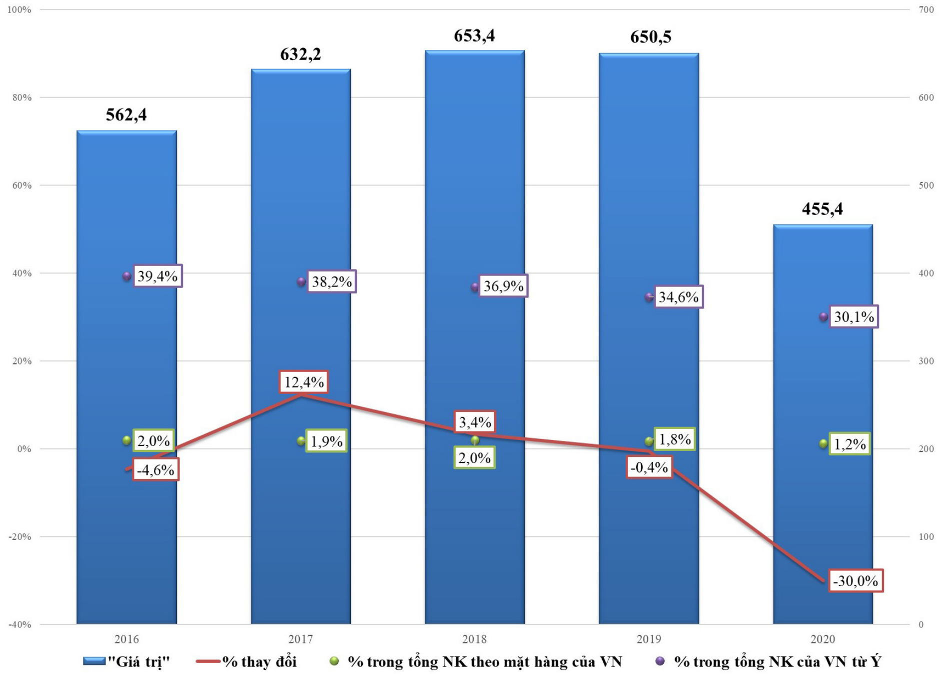
Tiếp theo là mặt hàng nguyên phụ liệu dệt, may, da giày có kim ngạch đạt 208,9 triệu USD vào năm 2020. Tỷ lệ tăng là -19% so với năm 2019, chiếm 13,8% tổng nhập khẩu từ Ý, chiếm 3,9% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Tương tự như hàng máy móc, thiết bị và dụng cụ phụ tùng, nước ta đã tăng lượng nhập khẩu mặt hàng này của Ý từ năm 2016 đến năm 2018, sau đó giảm xuống vào năm 2019 vào năm 2020. Kim ngạch của mặt hàng này đạt lớn nhất vào năm 2018 với 258,5 triệu USD.

Mặt hàng dược phẩm đứng vị trí thứ 3, đạt 198,7 triệu USD năm 2020, tăng 13,7% so với cùng kì năm 2019, chiếm 13,2% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 6% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung, đây là mặt hàng có xu hướng tăng dần qua từng năm, với tỷ lệ tăng mạnh nhất vào năm 2018 (20,6%) và kim ngạch đạt lớn nhất vào năm 2020. Năm 2020, số lượng nhập khẩu dược phẩm của Ý vào nước ta đứng ở vị trí thứ 5 trong số các nước, chỉ đứng sau Mỹ (248,79 triệu USD), Ấn Độ (257 triệu USD), Đức (401,64 triệu USD) và Pháp (506,68 triệu USD).

Năm 2020 là năm tương đối đặc biệt trong hoạt động nhập khẩu của nước ta từ Ý do ghi nhận sự hạ giảm kim ngạch trong hầu hết các mặt hàng so với năm 2019. Trong đó, một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm rất mạnh như: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (-59,8%), sắt thép các loại (-57,5%), thức ăn gia súc và nguyên liệu (-55,7%) và kim loại thường khác (-50,4%). Trong khi đó, nhập khẩu sản phẩm từ sắt thép có mức tăng mạnh nhất với 26,7% lượng kim ngạch so với năm 2019.

Kim ngạch nhập khẩu Máy móc, thiết bị của Việt Nam từ Ý

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)

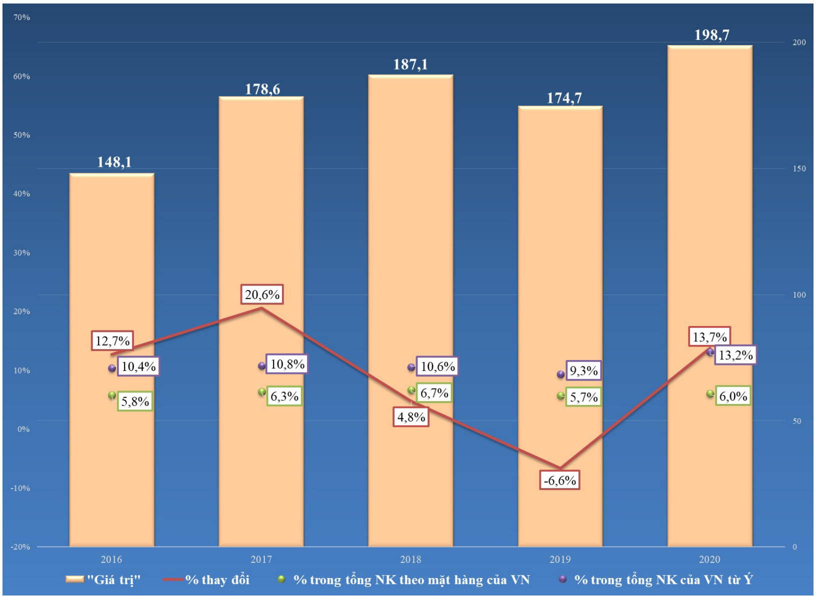


Kim ngạch nhập khẩu Nguyên phụ liệu dệt, may, da giày của Việt Nam từ Ý

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)

Kim ngạch nhập khẩu Dược phẩm của Việt Nam từ Ý

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



EVFTA TẠO ĐỘNG LỰC THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU THỦY SẢN SANG Ý

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Ý trong năm 2016 và 2017 tăng, nhưng trong 3 năm tiếp theo 2018, 2019 và 2020 giảm do hàng thủy sản khai thác của Việt Nam xuất khẩu sang Ý chịu ảnh hưởng từ "thẻ vàng" IUU. Cụ thể, năm 2016 đạt 135,4 triệu USD, tăng 17,2% so với năm 2015, năm 2017 đạt 148,2 triệu USD, tăng 9,4% so với năm 2016, năm 2018 đạt 117,5 triệu USD; tới năm 2020 trị giá còn 90,9 triệu USD, giảm 13,6% so với năm 2019.

Riêng trong 6 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Ý đạt 16,3 nghìn tấn, trị giá 62,9 triệu USD, tăng 56,7% về lượng và tăng 77,6% về trị giá so với 6 tháng đầu năm 2020. Trong 6 tháng qua, xuất khẩu các nhóm hàng thủy sản lớn của Việt Nam sang thị trường Ý như cá ngừ các loại; nghêu các loại; mực các loại; tôm các loại; cá tra, basa; bạch tuộc các loại; surimi đều tăng trưởng khả quan và bước đầu tận dụng tốt được Hiệp định EVFTA.

Thị phần thủy sản của Việt Nam tại Ý tăng: (Tỷ giá sử dụng trong bài: 1 EUR=1,17733 USD) Theo số liệu thống kê của Eurostat, nhập khẩu thủy sản của Ý trong 4 tháng đầu năm 2021 đạt 330,13 nghìn tấn với trị giá 1,84 tỷ EUR (tương đương 2,17 tỷ USD), tăng 11,1% về lượng và tăng 9,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Trong những thị trường nhập khẩu thủy sản ngoài EU, Việt Nam là thị trường cung cấp thủy sản lớn thứ 5 cho Ý, với lượng đạt 10,14 nghìn tấn, trị giá 40,3 triệu USD, tăng 48,6% về lượng và tăng 55,3% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Thị phần thủy sản tính theo lượng của Việt Nam trong tổng nhập khẩu thủy sản của Ý tăng từ 2,3% trong 4 tháng đầu năm 2020 lên 3,1% trong 4 tháng đầu năm 2021.

Mặt hàng cá ngừ: Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu cá ngừ sang Ý 6 tháng đầu năm 2021 đã tăng 107,7% về lượng và tăng 12,9,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Theo số liệu của Eurostat, nhập khẩu cá ngừ của Ý 4 tháng đầu năm 2021 đạt 60,5 nghìn tấn với trị giá 301,19 triệu EUR (tương đương 354,6 triệu USD), giảm 0,6% về lượng và giảm 4,6% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Trong các thị trường nhập khẩu cá ngừ ngoài EU, Việt Nam là thị trường cung cấp cá ngừ lớn thứ 5 cho Ý với lượng nhập khẩu đạt 3,5 nghìn tấn, trị giá 167 triệu EUR (tương đương 19,6 triệu USD), tăng 202,9% về lượng và tăng 188,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020.

Thị phần tính theo lượng của Việt Nam trong tổng nhập khẩu cá ngừ của Ý tăng từ 1,9% trong 4 tháng đầu năm 2020 lên 5,9% trong 4 tháng đầu năm 2021. Thị phần tính theo lượng tăng từ 1,8% trong 4 tháng đầu năm 2020 lên 5,55% trong 4 tháng đầu năm 2021. So với các nguồn cung cạnh tranh như Indonesia, Mauritius, Trung Quốc và Ecuado, cá ngừ của Việt Nam có mức tăng trưởng tốt nhất trong 4 tháng đầu năm 2021. Tuy vậy, một số chủng loại cá ngừ có ghi nhận sự sụt giảm. Chẳng hạn, đối với mã HS 03048700 (Cá ngừ đại dương, cá ngừ vằn hoặc cá ngừ sọc dưa pelamis), nhập khẩu của Ý từ Việt Nam trong 4

tháng đầu năm 2021 đạt 23,1 tấn với trị giá 116 nghìn EUR (tương đương 136 nghìn USD) giảm 37,7% về lượng và giảm 50,2% về trị giá so với 4 tháng đầu năm 2020. Nhưng nhập khẩu mã HS này từ thị trường cạnh tranh Mauritius tăng tới 70,9% về lượng và tăng 70,1% về trị giá. Những chủng loại cá này thuộc danh mục thuế B3 theo Hiệp định EVFTA.

Mặt hàng tôm: Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu tôm sang Ý 6 tháng đầu năm 2021 tăng 47,9% về lượng và tăng 43,9% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020 nhờ tận dụng được ưu đãi về thuế từ EVFTA. Theo số liệu của Eurostat, nhập khẩu tôm của Ý 4 tháng đầu năm 2021 đạt 19,9 nghìn tấn với trị giá 129,4 triệu EUR (tương đương 152,3 triệu USD), giảm 11,5% về lượng nhưng tăng 3% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Trong các thị trường nhập khẩu tôm ngoài EU, Việt Nam là thị trường cung cấp tôm lớn thứ 6 cho Ý, thị phần tôm tính theo lượng của Việt Nam tại Ý mới chiếm 1,2% trong tổng nhập khẩu tôm của Ý 4 tháng đầu năm 2021.

Một số mã HS tôm theo biểu thuế EVFTA:

+ Với những nhóm hàng thuộc danh mục thuế A (Thuế sẽ được xóa bỏ hoàn toàn và các hàng hóa đó không bị áp thuế quan kể từ ngày Hiệp định EVFTA có hiệu lực): Nhóm mã HS 03061792 (Tôm đông lạnh thuộc giống "Penaeus", hun khói, còn nguyên vỏ hay không, bao gồm cả tôm còn vỏ, nấu chín bằng cách hấp hoặc đun sôi trong nước...) nhập khẩu của Ý từ Việt Nam trong 4 tháng đầu năm 2021 giảm mạnh, nhưng nhóm HS 03061799 (Tôm và tôm đông lạnh, hun khói, còn nguyên vỏ hay không, bao gồm cả tôm còn vỏ, nấu chín bằng cách hấp hoặc luộc trong nước...) tăng rất mạnh so với 4 tháng năm 2020, tuy nhiên lượng còn ở mức thấp.

+ Với những nhóm hàng thuộc danh mục thuế B7 (Thuế sẽ được xóa bỏ dần đều tương ứng trong 8 năm bắt đầu từ ngày Hiệp định EVFTA có hiệu lực): Trong đó 2 nhóm mã HS 16052110 (Tôm đóng gói sẵn, trọng lượng tịnh không vượt quá 2kg) và nhóm mã HS 16052190 (Tôm và tôm đã chế biến hoặc bảo quản, trong bao bì đóng gói ngay có khối lượng tịnh >2 kg...) có lượng và trị giá tăng trong khi đó nhóm mã HS 16052900 (Tôm và tôm đã chế biến hoặc bảo quản trong hộp kín (không bao gồm hun khói)) giảm so với 4 tháng đầu năm 2020.

Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương nhận định: Ý là nước thuộc Nam Âu - nơi tiêu thụ thủy sản lớn trong EU. Ngoài tỷ lệ tiêu thụ thủy sản cao, thị trường này cũng là quốc gia chế biến thủy sản lớn trong EU. Nam Âu nhập khẩu khoảng 9,3 tỷ USD/năm các sản phẩm thủy sản từ các nước đang phát triển, chiếm 82% tổng kim ngạch nhập khẩu từ bên ngoài EU. Đây sẽ là cơ hội cho thủy sản Việt Nam gia tăng thị phần hơn nữa tại thị trường Ý nói riêng và các nước thuộc Nam Âu nói chung trong thời gian tới. Đồng thời các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sẽ tận dụng tốt Hiệp định EVFTA hơn nữa sang thị trường Ý trong thời gian tới với các nhóm hàng như cá ngừ, nghêu, mực, tôm, cá tra, basa, bạch tuộc, surimi...

Nguồn: Bộ Công Thương

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ Ý

ĐẦU TƯ CỦA Ý VÀO VIỆT NAM

Tính đến hết tháng 10-2020, Ý đứng thứ 32 trong tổng số 138 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam với 116 dự án đầu tư còn hiệu lực, tổng vốn đăng ký trên 390,14 triệu USD, chủ yếu trong các ngành: giày da, xây dựng, thiết bị vệ sinh, bình nóng lạnh, chế biến thép. Các dự án đầu tư trực tiếp của Ý vào Việt Nam chưa nhiều, nhưng những dự án lớn nhất đều nằm trong lĩnh vực công nghiệp chế tạo như Bonfiglioli (sản xuất động cơ), Piaggio (sản xuất, lắp ráp xe máy), Danieli Officina (sản xuất thép), Fiat Iveco (liên doanh ôtô Mekong), Datalogic, Ariston (sản xuất bình đun nước nóng). Nhiều nhà máy sản xuất đồ gỗ, chế biến đá của Việt Nam đang sử dụng máy móc, công nghệ của Ý. Thiết bị luyện thép của hãng Danieli đã có mặt tại trên 10 dự án ở Việt Nam, trong đó có Nhà máy thép Việt - Ý, Nhà máy thép Phú Mỹ.

➢ **Triển vọng hợp tác Việt Nam - Ý**

Quan hệ Việt Nam - Ý đang trên đà phát triển bởi những yếu tố thuận lợi:

Một là, tiềm lực phát triển trong quan hệ Việt Nam - Ý còn rất lớn và sẽ được khai thác tích cực trong thời gian tới. Việt Nam còn là cửa ngõ để các doanh nghiệp Ý tiếp cận thị trường ASEAN và các thị trường khác thông qua các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam là thành viên.

Hai là, tình đoàn kết hữu nghị truyền thống giữa hai nước bắt nguồn từ những năm tháng Việt Nam tiến hành kháng chiến chống Mỹ, cứu nước. Lãnh đạo và nhân dân hai nước đã duy trì và thúc đẩy quan hệ hai nước liên tục phát triển. Quan hệ chính trị ổn định góp phần tạo thuận lợi cho hợp tác trên các bình diện khác. Chuyến thăm chính thức Việt Nam và tham dự "Đối thoại cấp cao về quan hệ kinh tế Ý - ASEAN lần thứ ba" của Thủ tướng Ý Giuseppe Conte vào tháng 6-2019 là cơ hội quan trọng để Ý thắt chặt quan hệ kinh tế - thương mại với các nước ASEAN, cộng đồng doanh nghiệp Ý hiểu rõ hơn về lợi ích hợp tác đầu tư và thương mại với các nước ASEAN, trong đó có Việt Nam, nhất là sau khi Hiệp định thương mại tự do EU - Việt Nam được ký kết và phê chuẩn. Đây là chuyến thăm cấp cao nhất của lãnh đạo Italia trong vòng 5 năm trở lại đây, có ý nghĩa quan trọng trong việc tiếp nối đà phát triển quan hệ tốt đẹp của hai nước.

Ba là, trong quan hệ hợp tác giữa Việt Nam và Ý, kinh tế luôn là một trong những lĩnh vực được ưu tiên. Nền kinh tế hai nước có tính tương đồng, chủ yếu phát triển dựa trên các doanh nghiệp nhỏ và vừa, có thể bổ trợ lẫn nhau về ngành hàng và sản phẩm. Đây là lợi thế lớn nhất trong hợp tác giữa hai nước.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

- **Đại sứ quán Ý tại Việt Nam**
  Địa chỉ: Số 9 Lê Phụng Hiểu, Hà Nội, Việt Nam.
  Điện thoại: 84-024-38256246/38256256
  Fax: 84-024-38267602
  Email: ambasciata.hanoi@esteri.it
  Website: https://ambhanoi.esteri.it

- **Tổng lãnh sự quán Ý tại Thành phố Hồ Chí Minh**
  Địa chỉ: Tầng 10 Tòa nhà President Place, đường Nguyễn Du, Quận 1
  Email: hochiminh.commerciale@esteri.it
  Điện thoại: 84-028-38275445 / 84-028-38275446
  Fax: 84-028-38275444
  Website: https://conshochiminh.esteri.it/consolato_hochiminh/en/

- **Văn phòng I.C.E. – Bộ phận Xúc tiến và Trao đổi thương mại của Đại sứ quán Ý**
  Địa chỉ: Tầng 22 Saigon Trade Center, số 37 đường Tôn Đức Thắng, phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM
  Email: hochiminh@ice.it
  Điện thoại: 84-028-38228813
  Fax: 84-028-38228814
  Website: https://www.ice.it/en/index.php/markets/vietnam

- **ICHAM – Phòng Thương mại Ý tại Việt Nam**
  A. Văn phòng ICHAM tại TP.HCM
  Địa chỉ: Tầng 5, the Deutsches Haus, số 33 đường Lê Duẩn, Quận 1, TP.HCM
  Điện thoại: 84-028-3822 4059
  E-mail: info@icham.org
  B. Văn phòng ICHAM tại Hà Nội:
  Địa chỉ: Casa Italia, số 18 đường Lê Phụng Hiểu, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
  Điện thoại: 84-024-3824 5997
  E-mail: officer@icham.org
  Website: http://www.icham.org/it

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC
Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM
ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn