



THỊ TRƯỜNG Ý

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM

BÁO CÁO
THỊ TRƯỜNG Ý

Thành phố Hồ Chí Minh 2024

Chương 1: Kinh doanh tại Ý	5
Thông tin cơ bản của Ý	5
Thách thức thị trường.....	8
Cơ hội thị trường	8
Chiến lược thâm nhập thị trường	9
Chương 2: Môi trường chính trị và kinh tế	10
Chính trị	10
Kinh tế.....	11
Chương 3: Bán sản phẩm và dịch vụ tại Ý	21
Kênh phân phối và bán hàng.....	21
Thương mại điện tử.....	28
Các yếu tố và kỹ thuật bán hàng	30
Tài trợ thương mại	34
Bảo vệ Sở hữu trí tuệ.....	35
Bán hàng cho khu vực công	38
Chương 4: Quan hệ song phương giữa Việt Nam và Ý.....	41
Quan hệ ngoại giao Việt Nam – Ý	41
Thương mại song phương Việt Nam - Ý.....	45
Chương 5: Các quy định và tiêu chuẩn thương mại.....	65
Rào cản thương mại	65
Thuế nhập khẩu	65
Các yêu cầu nhập khẩu và chứng từ.....	66
Yêu cầu về nhãn mác và ký hiệu hàng hóa	71
Tạm nhập.....	72
Hàng cấm nhập và hạn chế nhập khẩu	73
Các quy định hải quan.....	74
Các tiêu chuẩn	76
Các thỏa thuận thương mại	86
Yêu cầu cấp phép cho các dịch vụ chuyên nghiệp.....	86
Chống bán phá giá.....	87
Hạn ngạch.....	89

Hàng hóa quá cảnh	89
Gia công trong và ngoài nước	89
Chương 6: Môi trường đầu tư.....	91
Mở cửa và hạn chế đầu tư nước ngoài	92
Hiệp ước đầu tư song phương và thuế	95
Cơ chế pháp lý.....	95
Chính sách công nghiệp	99
Bảo vệ Quyền sở hữu	102
Ngành tài chính	103
Doanh nghiệp nhà nước	110
Hành vi kinh doanh có trách nhiệm	112
Tham nhũng	114
Môi trường chính trị và an ninh	116
Chính sách và Thực hành Lao động.....	116
Thống kê đầu tư trực tiếp nước ngoài	121
Những điểm cần cân nhắc khi đầu tư vào Ý	121
Chương 7: Đi lại.....	124
Văn hóa kinh doanh tại Ý.....	124
Lưu ý an toàn.....	130
Giao thông vận tải	130
Các yêu cầu về thị thực	134
Viễn thông	136
Ngôn ngữ.....	136
Quy định về tiền tệ khi nhập cảnh.....	136
Y tế	137
Thời tiết	137
Giờ làm việc	137
Tạm nhập nguyên vật liệu và tài sản cá nhân	137
Chương 8: Đầu mối liên hệ và các sự kiện thương mại	139
Các cơ quan chính phủ	139
Các Hiệp hội – Liên đoàn thương mại – Ngân hàng Ý	140
Đầu mối liên lạc tại EU.....	147

Các Hiệp hội lĩnh vực tư nhân	149
Các website chính liên quan đến châu Âu	150

Chương 1: Kinh doanh tại Ý

Thông tin cơ bản của Ý

Tên đầy đủ: Cộng hòa Ý

Quốc khánh: 02/6

Thủ đô: Rome

Múi giờ: UTC+1

Diện tích: 301.340 km²

- Đất liền: 294.140 km²
- Nước: 7.200 km²

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

Đường bờ biển: 7.600 km

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

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

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

Đất sử dụng (ước tính năm 2018):

- Đất nông nghiệp: 47,1% (Đất trồng trọt: 22,8%; Đất trồng thường xuyên: 8,6%; đồng cỏ cố định: 15,7%)
- Đất rừng: 31,4%
- Đất khác: 21,5%

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

Các vấn đề hiện tại về môi trường: ô nhiễm không khí từ khí thải công nghiệp như sulfur dioxide; các con sông ven biển và nội địa bị ô nhiễm từ nước thải công nghiệp và

nông nghiệp; mưa axit gây hại hồ; cơ sở xử lý và thải bỏ chất thải công nghiệp không đầy đủ

Dân số (ước tính năm tháng 7/2021): 62.390.364

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

Ngôn ngữ:

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

Tôn giáo (ước tính năm 2020):

- Cơ đốc giáo 80,8%
- Người Hồi giáo 4,9%,
- Không liên kết: 13,4%
- Khác: 0,9%

Cấu trúc tuổi (theo ước tính năm 2020):

- 0 – 14 tuổi: 13,45% (Nam 4,292,431/Nữ 4,097,732)
- 15 – 24 tuổi: 9,61% (3,005,402 nam/ 2,989,764 nữ)
- 25 – 54 tuổi: 40,86% (12,577,764 nam/ 12,921,614 nữ)
- 55 – 64 tuổi: 14% (4,243,735 nam/ 4,493,581 nữ)
- ≥ 65 tuổi: 22,08% (5,949,560 nam/ 7,831,076 nữ)

Tỉ lệ phụ thuộc (theo ước tính năm 2020):

- Tỷ lệ phụ thuộc hoàn toàn: 57%
- Tỷ lệ phụ thuộc trẻ: 20,4%
- Tỷ lệ phụ thuộc già: 36,6%
- Tỷ số hỗ trợ tiềm năng: 2,7%

Độ tuổi trung bình (theo ước tính năm 2020): 46,5 tuổi

- Nam: 45,4 tuổi
- Nữ: 47,5 tuổi

Tỷ lệ tăng dân số: 0,09% (ước tính năm 2021)

Chi tiêu cho giáo dục: 4,3% GDP (ước tính năm 2018)

Số người dùng internet: 50,54 triệu người (ước năm 2021)

Cảng hàng không: 129 (năm 2013)

Các cảng và bến:

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

Nền kinh tế Ý là nền kinh tế lớn thứ 8 trên thế giới và lớn thứ 3 trong Liên minh châu Âu, với GDP đạt 2,17 nghìn tỷ USD (bình quân đầu người 36.810 USD) vào năm 2022. Nền kinh tế phục hồi đáng ngạc nhiên khi giá năng lượng và lạm phát cao vào năm 2022, tăng trưởng 3,7%; tuy nhiên, tăng trưởng kinh tế đã chậm lại vào giữa năm 2023 do lãi suất tăng, nhu cầu xuất khẩu toàn cầu suy yếu và việc cắt giảm hỗ trợ tài chính thời gian đại dịch. Tăng trưởng kinh tế trong cả năm 2023 và 2024 dự kiến dưới 1%.

Các ngành công nghiệp hàng đầu thu hút FDI từ Ý bao gồm thiết bị công nghiệp, năng lượng tái tạo, thực phẩm và đồ uống, linh kiện điện tử, phần mềm và dịch vụ CNTT, và kim loại.

Tổng vốn đầu tư FDI vào Ý thấp hơn nhiều so với mức trung bình của EU, chủ yếu là do các vấn đề về kiến trúc ảnh hưởng đến đầu tư trong nước và nước ngoài.

Chính phủ Ý hiện tại lên nắm quyền sau cuộc bầu cử vào tháng 9/2022, sau khi "chính phủ kỹ trị" trước đó được thành lập vào tháng 02/2021, mất đi sự ủng hộ rộng rãi của các đảng phái chính trị. Chính phủ mới tiếp tục tập trung vào sự hồi phục kinh tế sau đại dịch và thực hiện Kế hoạch phục hồi và chống đỡ quốc gia (NRRP), một quỹ trị giá 191,6 tỷ euro dưới dạng các khoản vay và tài trợ đến năm 2026 do Ủy ban châu Âu cấp cho Ý.

NRRP được phát triển xung quanh ba trục chiến lược - số hóa và đổi mới, chuyển đổi sinh thái và hòa nhập xã hội - và nhằm mục đích giúp Ý phục hồi sau thiệt hại kinh tế và xã hội do cuộc khủng hoảng đại dịch COVID-19 gây ra. Chương trình cũng có các mục tiêu đã nêu là giải quyết các điểm yếu về mặt cấu trúc trong nền kinh tế Ý và nâng cao năng lực của chính quyền. Ý đã nhận được phần lớn nhất trong quỹ phục hồi đại dịch của EU. Cho đến nay, Ủy ban Châu Âu đã chuyển cho Ý gần một nửa tổng số tiền, nhưng Ý đã phải vật lộn để chi tiêu đúng hạn. Các đợt còn lại sẽ được giải ngân dựa trên tiến độ của Ý trong việc hoàn thành hàng trăm "mục tiêu" định lượng và "cột mốc" định

tính mà Ý và Ủy ban đã thống nhất. Ý đã yêu cầu khoản vay thứ tư, trị giá 16,5 tỷ euro, vào tháng 9/2023.

Với dân số khoảng 60 triệu người, Ý là thị trường tiêu dùng lớn thứ 3 của EU. Hoạt động công nghiệp tập trung ở phía bắc từ Turin ở phía tây qua Milan đến Venice ở phía đông. Khu vực này 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. Khu vực phía nam của Ý, hay còn gọi là "Mezzogiorno", kém phát triển hơn. Ý có 3,7 triệu doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), nhiều trong số đó là các doanh nghiệp siêu nhỏ do gia đình sở hữu - chiếm 75% việc làm và 1/3 GDP.

Thách thức thị trường

Ý là một thị trường sản xuất phát triển lâu đời và phức tạp. Các công ty gia nhập từ nước ngoài phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các công ty địa phương và các công ty EU khác trong tất cả các phân khúc thị trường. Môi trường pháp lý của Ý rất phức tạp và đôi khi thiếu tính minh bạch, thiếu sự chắc chắn, rõ ràng như ở các nền kinh tế phát triển khác. Các sản phẩm liên quan đến lĩnh vực sức khỏe, an toàn hoặc môi trường có được quản lý cao. Luật pháp Ý thường được áp dụng có thể vượt ra ngoài các yêu cầu cơ bản của quy định của toàn EU.

Người tiêu dùng Ý ngày càng chấp nhận các dịch vụ kỹ thuật số và thị trường đang trở nên phức tạp hơn. Sự phát triển kỹ thuật số và tỷ lệ thâm nhập internet ngày càng tăng được thúc đẩy bởi khoản 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 không có đủ vốn để nâng cấp cơ sở hạ tầng. Mặc dù nền kinh tế kỹ thuật số của Ý tụt hậu so với các nước châu Âu lớn khác, nhưng thương mại điện tử vẫn tiếp tục xu hướng gia tăng.

Cơ hội thị trường

Các công ty nước ngoài nắm bắt cơ hội trong các lĩnh vực mà các quy định hoặc chương trình mới (thường được áp dụng hoặc khởi xướng ở cấp EU) đang tạo ra nhu cầu, cũng như nơi các sản phẩm nước ngoài cung cấp lợi thế rõ ràng về công nghệ, thiết kế hoặc giá cả; hoặc là các sản phẩm/dịch vụ mới có ít hoặc không có sự cạnh tranh trong nước. Triển vọng tốt nhất cho hàng xuất khẩu của các công ty nước ngoài sang Ý bao gồm sản xuất tiên tiến, thiết bị hỗ trợ mặt đất và sân bay, ô tô, công nghệ sinh học, an ninh mạng, công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), thiết kế và xây dựng, thiết bị và công nghệ

y tế, khí đốt tự nhiên và năng lượng tái tạo.

Là một nước nhập khẩu nông sản ròng, hầu hết nguyên liệu thô và thành phần đều được nhập khẩu, vì thế mạnh kinh tế của Ý nằm ở chế biến và sản xuất hàng hóa, chủ yếu là ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ do gia đình sở hữu.

Sử dụng nguồn quỹ NRRP do EU và các quỹ quốc gia tài trợ, Ý có kế hoạch đầu tư hơn 100 tỷ euro để hiện đại hóa mạng lưới cơ sở hạ tầng của đất nước trong 10 năm tới như một phần trong nỗ lực khởi động nền kinh tế. Đường sắt, cảng và sân bay sẽ được hiện đại hóa, nâng cấp hoặc xây dựng mới, tập trung vào tính di động bền vững, liên phương thức và kết nối vận tải hàng không và đường thủy. Ý cũng công bố các biện pháp hợp lý hóa hoạt động mua sắm công để đẩy nhanh chi tiêu của chính phủ.

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

Chiến lược thâm nhập thị trường

Việc vun đắp và duy trì các mối quan hệ cá nhân là một phần thiết yếu trong hoạt động kinh doanh tại Ý. Do đó, việc tìm đúng đại lý, nhà phân phối hoặc đối tác kinh doanh người Ý là điều cần thiết. Thường không hiệu quả khi dựa vào các đại lý hoặc nhà phân phối ở các thị trường lân cận, mặc dù có thị trường chung EU. Ứng viên lý tưởng phải có mạng lưới các mối quan hệ sẽ mở ra cánh cửa trên thị trường và hiểu biết sâu sắc về các hoạt động và quy định kinh doanh tại địa phương. Đối với các sản phẩm kỹ thuật, đối tác tiềm năng phải có khả năng cung cấp dịch vụ sau bán hàng cho khách hàng Ý. Sự kiên nhẫn là điều cần thiết vì có thể mất gấp 2 đến 3 lần thời gian dự kiến để hình thành mối quan hệ, thiết lập sự hiện diện trên thị trường hoặc thành lập doanh nghiệp.

Chương 2: Môi trường chính trị và kinh tế

Chính trị

1. Thể chế

Thể chế nhà nước: Cộng hòa nghị viện

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

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

Cơ quan lập pháp: Theo mô hình lưỡng viện:

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

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

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

2. Các đảng phái chính trị

Cánh hữu: Tiến lên Ý (FI), Trung hữu mới (NCD), Liên đoàn phương Bắc (Lega Nord), Những người anh em Ý (FdI)

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

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

Dân túy: Phong trào 5 sao (M5S)

3. Chính phủ hiện nay

- **Tổng thống:** Sergio Mattarella
- **Thủ tướng:** Giorgia Meloni

- **Phó Thủ tướng** kiêm Bộ trưởng Bộ Ngoại giao và Hợp tác quốc tế Ý: ông Antonio Tajani
- **Tổng lãnh sự Ý tại Việt Nam:** ông Enrico Padula
- **Đại sứ Cộng hòa Ý tại Việt Nam:** Ngài Marcro della Seta

Kinh tế

1. Tổng quan kinh tế

Năm 2023, nền kinh tế Ý đã kết thúc với nhiều dấu hiệu tích cực như lạm phát tiếp tục giảm trong khi niềm tin của người tiêu dùng và doanh nghiệp tăng lên.

Các dữ liệu mới nhất của Cơ quan Thống kê Quốc gia Ý (ISTAT) cho thấy trong tháng cuối cùng của năm 2023, giá cả hàng hóa chỉ tăng 0,6% so với cùng kỳ năm 2022. Nếu tính cả năm, mức giá trung bình cao hơn 5,7% so với năm 2022. Giá năng lượng có tác động nhỏ hơn, tăng trung bình 5,1% so với cùng kỳ năm ngoái.

Tỷ lệ lạm phát trung bình của Ý năm 2023 đã giảm xuống còn 5,7%, một sự sụt giảm đáng kể so với mức 8,1% của năm 2022. Đây là mức lạm phát thấp nhất kể từ khi Ý chuyển sang sử dụng đồng euro vào năm 1999. Tỷ lệ lạm phát năm 2023 của Ý giảm do giá năng lượng giảm 41,6% khi có sự điều tiết của chính phủ và giảm 21,1% khi không có sự điều tiết. Tuy nhiên, tỷ lệ lạm phát 5,7% vẫn cách khá xa mục tiêu dài hạn 2% của quốc gia này.

ISTAT dự báo tốc độ tăng trưởng GDP của Ý sẽ đạt 0,7% trong năm 2023 và 2024.

Thâm hụt ngân sách năm 2023 hiện được dự kiến là 5,3% Tổng sản phẩm quốc nội (GDP), tăng từ mức 4,5% dự báo trước đó và 4,3% vào năm 2024.

Theo kế hoạch của chính phủ, chỉ đến năm 2026, thâm hụt ngân sách dự kiến mới giảm xuống dưới ngưỡng 3% GDP theo các quy tắc chi tiêu của Liên minh châu Âu (EU), vốn đã bị đình chỉ trong đại dịch COVID-19 cho đến cuối năm 2024.

Khoản nợ công khổng lồ của Ý - mức cao thứ hai trong khu vực đồng euro tính theo GDP sau Hy Lạp - dự kiến sẽ tăng nhẹ từ mức dự kiến 140,2% GDP trong năm nay lên 141% vào năm 2025 và giảm xuống 139,6% vào năm 2026.

Hãng xếp hạng tín nhiệm toàn cầu Fitch Ratings đã nâng triển vọng kinh tế của Ý từ mức "ổn định" lên "tích cực" nhờ sự cải thiện trong hiệu suất tài chính và cam kết tuân thủ các quy tắc tài chính của Liên minh châu Âu (EU). Những yếu tố này cho thấy khả năng giảm rủi ro từ mức nợ cực cao của Ý. Trong cùng báo cáo, Fitch khẳng định xếp hạng tín nhiệm của Ý ở mức "BBB".

Báo cáo được công bố vài ngày sau khi các nhà lập pháp Ý thông qua dự thảo ngân sách năm 2025, được tài trợ một phần bằng thuế mới đối với các công ty bảo hiểm và lệnh tạm thời đóng băng tín dụng thuế cho các ngân hàng. Ngân sách cũng bao gồm các khoản cắt giảm thuế cho các gia đình thu nhập thấp.

Fitch lưu ý rằng triển vọng tích cực của Ý "được củng cố bởi các dấu hiệu tăng trưởng tiềm năng mạnh mẽ hơn và bối cảnh chính trị ổn định hơn". Uy tín tài chính của Ý đã tăng lên và ngân sách năm 2025 nhấn mạnh cam kết của chính phủ đối với các quy tắc tài chính của EU. Fitch dự báo thâm hụt tài chính của Ý sẽ giảm xuống còn 3,2% GDP vào năm 2025 và giảm xuống còn 2,7% vào năm 2026.

ISTAT công bố số liệu chính thức cho thấy Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Ý đã tăng 0,2% trong quý 2/2024 so với quý trước và tăng 0,9% so với cùng kỳ năm 2023, tăng trưởng 0,2% trong quý 2 so với quý 1/2024 và tăng trưởng 0,9% so với quý 2/2023. Các yếu tố chính đằng sau mức tăng trưởng trong quý 2 là sự đóng góp tích cực của hàng tồn kho, cân bằng với tác động tiêu cực của nhu cầu nước ngoài rớt và các thành phần nhu cầu trong nước "nhờ đóng góp tích cực của cả tiêu dùng và đầu tư của hộ gia đình". So với quý 1/2024, chi tiêu tiêu dùng cuối cùng của chính phủ vẫn ổn định, tích lũy tài sản cố định gộp tăng 0,3%, trong khi kim ngạch nhập khẩu và xuất khẩu giảm lần lượt 0,6% và 1,5%. So với quý 2/2023, chi tiêu tiêu dùng cuối cùng của chính phủ giảm 0,1% và tích lũy tài sản cố định gộp tăng 4%. Kim ngạch nhập khẩu giảm 5,3% và kim ngạch xuất khẩu tăng 0,5%.

ISTAT cũng cho thấy sự lạc quan vừa phải của các công ty hoạt động tại Ý, với niềm tin kinh doanh trong tháng 8 tăng từ 94,3 lên 94,7. Đây là lần đầu tiên chỉ số môi trường kinh doanh của Ý tăng sau khi giảm trong 4 tháng liên tiếp (từ tháng 4 đến tháng 7). Tuy nhiên, trong tháng 8/2024, lần đầu tiên kể từ tháng 5 niềm tin của người tiêu dùng Ý đã giảm (từ 98,9 xuống 96,1).

Hơn 1,3 triệu hộ gia đình tại nước Ý sẽ nhận được khoản trợ cấp 'thẻ xã hội' trị giá 500 euro để mua thực phẩm, nhiên liệu hoặc vé theo mùa cho phương tiện giao thông địa phương từ chính phủ kể từ ngày 9/9. Những người thụ hưởng sẽ là 1.330.000 hộ gia đình, có thu nhập ISEE dưới 15.000 euro/năm.

2. Các chỉ số kinh tế

GDP thực (GDP theo sức mua tương đương)

- 2.322 nghìn tỉ USD (ước tính năm 2020)

- 2.548 nghìn tỉ USD (ước tính năm 2019)

GDP được tính theo tỉ giá hối đoái: 2,002 nghìn tỉ USD (ước tính năm 2019)

Tỉ lệ tăng trưởng thực của GDP:

- 0,34% (ước tính năm 2019)
- 0,83% (ước tính năm 2018)
- 1,73% (ước tính năm 2017)

GDP tính theo đầu người (PPP):

- 39.000 USD (ước tính năm 2020)
- 42.700 USD (ước tính năm 2019)
- 42.100 USD (ước tính năm 2018)

Tỉ lệ lạm phát (giá tiêu dùng): 0,6% (ước tính năm 2019)

GDP theo ngành: (ước tính năm 2017)

- Nông nghiệp: 2,1%
- Công nghiệp: 23,9%
- Dịch vụ: 73,9%

GDP theo tiêu dùng (ước tính năm 2017):

- Tiêu dùng theo hộ gia đình: 61%
- Tiêu dùng của chính phủ: 18,6%
- Đầu tư vào tài sản cố định: 17,5%
- Đầu tư vào hàng tồn kho: -0,2%
- Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ: 31,4%
- Nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ: -28,3%

Đánh giá xếp hạng tín dụng:

- Fitch: BBB- (năm 2020)
- Moody: Baa3 (năm 2018)
- Standard & Poors: BBB (năm 2017)

Tổng ngạch tiết kiệm quốc dân:

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

Sản phẩm nông nghiệp: sữa, nho, lúa mì, ngô, cà chua, táo, ô liu, củ cải đường, cam, gạo

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

Tốc độ tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 2,1% (ước tính năm 2017)

Lực lượng lao động: 22,92 triệu (ước tính năm 2020)

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

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

Tỉ lệ thất nghiệp: 9,88% (ước tính năm 2019)

Tỉ lệ thất nghiệp, độ tuổi từ 15 – 24 tuổi: 29,4% (ước tính năm 2020)

- Nam: 27,9%
- Nữ: 31,8%

Ngân sách nhà nước (ước tính năm 2017):

- Doanh thu: 903,3 tỉ USD
- Chi tiêu: 948,1 tỉ USD

Thuế và các khoản thu khác: 46,6% GDP (ước tính năm 2017)

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

Nợ công: 131,8% GDP (ước tính năm 2017)

Xuất khẩu:

- 558,26 tỉ USD (ước tính năm 2020)
- 636,01 tỉ USD (ước tính năm 2019)

Đối tác xuất khẩu (theo ước tính năm 2019):

- Đức: 12%
- Pháp: 11%
- Hoa Kỳ: 10%
- Anh: 5%
- Tây Ban Nha: 5%
- Thụy Sĩ: 5%

Hàng hóa xuất khẩu (năm 2019): thuốc đóng gói, ô tô và phụ tùng xe cộ, dầu mỏ tinh chế, van, thùng/thùng, rượu vang

Nhập khẩu:

- 486,35 tỉ USD (ước tính năm 2020)

- 569,7 tỉ USD (ước tính năm 2019)

Đối tác nhập khẩu (theo ước tính năm 2019):

- Đức: 16%
- Pháp: 9%
- Trung Quốc: 7%
- Tây Ban Nha: 5%
- Hà Lan: 5%
- Bỉ: 5%

Hàng hóa nhập khẩu (năm 2019): dầu thô, ô tô, thuốc đóng gói, khí đốt tự nhiên, dầu tinh chế

Tỉ giá hối đoái: 1 EUR = 0,82771 USD (ước tính năm 2020)

2018	2019	2020
0,87789	0,90338	0,82771

3. Kinh tế số**3.1. Tổng quan**

Nền kinh tế số của Ý đã tăng trưởng đáng kể trong những năm gần đây, dẫn đầu là các yếu tố như kết nối băng thông rộng và sự thâm nhập internet tăng lên, các sáng kiến của chính phủ và những tiến bộ công nghệ. Nền kinh tế số đang thúc đẩy tăng trưởng, tăng năng suất và đổi mới trong các ngành, nhưng vẫn còn tiềm năng chưa được khai thác trong các lĩnh vực chính. Chính phủ nhận ra tầm quan trọng của lĩnh vực số hóa như một phần trong các nỗ lực chuyển đổi số, tích cực đầu tư để thúc đẩy đổi mới và thúc đẩy quá trình số hóa nói chung. Kế hoạch phục hồi và khả năng phục hồi quốc gia của Ý (PNRR - kế hoạch chiến lược nhằm hiện đại hóa và cải thiện nền kinh tế Ý), được hỗ trợ bởi khoản phân bổ lớn nhất của Liên minh châu Âu về quỹ phục hồi đại dịch và các sáng kiến số cụ thể (ví dụ: Số hóa, Chuyển đổi 4.0, Giáo dục số, Y tế số) bao gồm hàng tỷ euro đầu tư nhằm đẩy nhanh việc áp dụng các công nghệ mới nổi và cải thiện năng lực số quốc gia cũng như khả năng cạnh tranh toàn cầu của Ý. Ý đã dành khoảng 47 tỷ euro (26%) trong tổng số tiền phân bổ PNRR và 5,5 tỷ euro khác trong khoản tài trợ của Chính sách gắn kết EU cho các sáng kiến số. Khi các khoản đầu tư tiếp tục, thị trường kỹ thuật số sẽ được hưởng lợi từ tác động của PNRR trong nhiều năm tới. Các khoản đầu tư này mang đến cơ hội cho các doanh nghiệp hợp tác với chính phủ, tiếp cận hỗ trợ tài chính và đóng góp vào quá trình chuyển đổi kỹ thuật số của Ý. Các công ty nước

ngoài là những nhà cung cấp hàng đầu và có sự hiện diện đáng kể tại Ý trong mọi phân khúc thị trường. Những công ty nước ngoài có quy mô lớn không chỉ bán sản phẩm và dịch vụ mà còn đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển cũng như hỗ trợ các chương trình giáo dục và đào tạo tại Ý.

Mặc dù Ý đã có những bước tiến lớn trong việc đầu tư và áp dụng công nghệ kỹ thuật số, nhưng vẫn còn nhiều thách thức. Có sự chênh lệch đáng kể về cơ sở hạ tầng kỹ thuật số giữa miền bắc và miền nam nước Ý và một số vùng nông thôn vẫn phải đối mặt với các vấn đề về kết nối, hạn chế khả năng tận dụng đầy đủ các công nghệ kỹ thuật số. Ngoài ra còn có khoảng cách về kỹ năng kỹ thuật số, đặc biệt là ở những người lớn tuổi và những người trong các ngành công nghiệp truyền thống, và sự phản kháng đối với sự thay đổi trong các tổ chức và giữa các cá nhân.

3.2. Thách thức thị trường

Nền kinh tế kỹ thuật số của EU được quản lý chặt chẽ và việc tuân thủ các quy định của EU có thể chỉ là bước đầu tiên đối với các công ty nước ngoài muốn bán hàng cho thị trường Ý. Trước bối cảnh pháp lý và bộ máy quan liêu phức tạp của Ý, các công ty nước ngoài cũng nên chuẩn bị cho việc có thể mất thời gian và chi phí.

Cũng giống như nhiều quốc gia châu Âu khác, Ý cũng có các yêu cầu cụ thể về việc lưu trữ và xử lý dữ liệu cá nhân. Trong khi Quy định bảo vệ dữ liệu chung (GDPR) của EU mang lại một khuôn khổ toàn diện cho việc chuyển dữ liệu, thì Cơ quan bảo vệ dữ liệu của Ý có thể ban hành các hướng dẫn và quy định bổ sung hoặc cụ thể theo từng ngành. Ví dụ, cơ quan này đặc biệt tích cực trong việc giám sát các ứng dụng trí tuệ nhân tạo mới nổi. Một số yêu cầu liên quan đến thời hạn lưu trữ dữ liệu, quy trình thông báo cho cơ quan chức năng về vi phạm dữ liệu và xin sự đồng ý, đồng thời có thể xử lý nghiêm ngặt hơn đối với dữ liệu trong các lĩnh vực chăm sóc sức khỏe, tài chính và viễn thông. Việc tuân thủ các yêu cầu này là một lý do khiến nhiều công ty thiết lập các trung tâm dữ liệu hoặc cơ sở hạ tầng đám mây ở Ý.

Đạo luật Trí tuệ nhân tạo (AI) của EU, được ban hành vào tháng 3/2024, nhằm thiết lập tiêu chuẩn toàn cầu cho các công nghệ AI và phân chia các ứng dụng AI thành các loại rủi ro khác nhau. Đạo luật này nêu rõ khuôn khổ pháp lý mà các quốc gia thành viên sẽ phải ban hành các sắc lệnh thực hiện. Chính phủ Ý đã phê duyệt dự thảo luật AI, có các quy tắc hạn chế hơn Đạo luật AI của EU, mặc dù vẫn có thể có những thay đổi đáng kể trước khi trở thành luật chính thức. Các công ty Hoa Kỳ nước ngoài cần theo dõi những

diễn biến này cũng như các yêu cầu tiềm năng khác dành riêng cho Ý khi nhiều quy định của EU được triển khai và các điều khoản của Đạo luật AI của EU bắt đầu có hiệu lực. Ngoài những thách thức về mặt pháp lý, các công ty nước ngoài nên biết rằng các công ty Trung Quốc là những công ty lớn trong lĩnh vực này, bao gồm cung cấp thiết bị và cơ sở hạ tầng viễn thông cho mạng 4G và 5G của Ý. Các công ty nước ngoài gặp khó khăn trong việc cạnh tranh trong các cuộc đấu thầu khi giá ban đầu thấp nhất được ưu tiên hơn giá trị hoặc các yếu tố về năng lực kỹ thuật. Độ tin cậy thường không phải là yếu tố đánh giá trong đấu thầu.

3.3. Cơ hội thương mại kỹ thuật số

Các sáng kiến và chiến lược kỹ thuật số của Ý cùng các khoản đầu tư vào cơ sở hạ tầng kỹ thuật số (ví dụ: mạng cáp quang, trung tâm dữ liệu, cơ sở hạ tầng điện toán đám mây) đang thúc đẩy nhu cầu về công nghệ kỹ thuật số từ các khu vực công và khu vực tư nhân. Chính phủ thúc đẩy chuyển đổi kỹ thuật số trên nhiều lĩnh vực khác nhau và tập trung vào Công nghiệp 4.0 đang tạo ra nhu cầu về các giải pháp kỹ thuật số để hiện đại hóa hoạt động, cải thiện hiệu quả và năng suất, tự động hóa quy trình và tăng cường khả năng cạnh tranh. Có nhiều cơ hội trong điện toán đám mây, AI, IoT, Dữ liệu lớn và an ninh mạng cũng như bất kỳ điều gì có thể số hóa. Tốc độ tăng trưởng dự kiến cao vì Ý cần bù đắp những khoảng trống trong lĩnh vực kỹ thuật số và có sẵn nguồn vốn.

3.3.1. Điện toán đám mây

Chiến lược điện toán đám mây của Ý bao gồm việc tạo ra một đám mây cho chính quyền công của quốc gia, các yêu cầu tuân thủ đối với các nhà cung cấp dịch vụ đám mây, các ưu đãi và hỗ trợ để khuyến khích các doanh nghiệp tư nhân áp dụng điện toán đám mây. Nhìn chung, chiến lược này nhằm đảm bảo khu vực công và khu vực tư nhân đều có thể hưởng lợi từ điện toán đám mây trong khi vẫn duy trì bảo mật dữ liệu, quyền riêng tư và quyền kiểm soát quốc gia. Khoảng 61% các công ty Ý có hơn 10 nhân viên sử dụng điện toán đám mây vào năm 2023, mang lại sự linh hoạt và khả năng mở rộng để có thể đáp ứng được tốc độ phát triển trong khi chi phí công nghệ được giảm xuống. Nhu cầu lớn nhất đối với các giải pháp dựa trên đám mây hiện tập trung vào các lĩnh vực dịch vụ tài chính, chăm sóc sức khỏe, hành chính công, sản xuất, bán lẻ và viễn thông. Sự phổ biến ngày càng tăng của các dịch vụ điện toán đám mây, kết hợp với mối quan tâm về chủ quyền dữ liệu và bảo mật, đã dẫn đến nhu cầu về năng lực trung tâm dữ liệu tăng đột biến tại Ý, khi các nhà cung cấp đám mây mở rộng cơ sở hạ tầng để đáp ứng nhu

cầu của khách hàng.

3.3.2. Trí tuệ nhân tạo (AI)

Chiến lược AI mới được cập nhật của Ý tập trung vào việc đưa quốc gia này trở thành quốc gia dẫn đầu toàn cầu về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng AI, đồng thời tận dụng các công nghệ AI để cải thiện năng suất, dịch vụ công và tăng trưởng kinh tế. Chiến lược này phù hợp chặt chẽ với chiến lược mở rộng hơn về trí tuệ nhân tạo của EU, chia sẻ mục tiêu chung là thúc đẩy phát triển AI có đạo đức, có trách nhiệm và lấy con người làm trung tâm. Chiến lược này hỗ trợ việc tạo ra các ứng dụng AI và khuyến khích các doanh nghiệp (chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ) đầu tư vào công nghệ AI. Chiến lược này cũng đặt ra mục tiêu tạo ra các mô hình ngôn ngữ lớn bằng tiếng Ý. Mặc dù chỉ có khoảng 5% các công ty Ý sử dụng AI vào năm 2023, thấp hơn mức trung bình của EU là 8%, nhưng quá trình chuyển đổi số đang diễn ra ở Ý và việc áp dụng rộng rãi điện toán đám mây đã giúp các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận các giải pháp AI hơn. AI đang được các công ty lớn áp dụng trong nhiều ngành công nghiệp khác nhau tại Ý, bao gồm sản xuất, chăm sóc sức khỏe, tài chính và nông nghiệp, nhưng việc áp dụng của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) vẫn còn chậm.

Vì AI có tiềm năng tự động hóa nhiều quy trình công việc, Ý cũng đang tìm cách áp dụng AI để giảm thiểu tác động của lực lượng lao động đang thu hẹp. Các nhà hoạch định chính sách hy vọng các công nghệ mới có thể giúp duy trì sản lượng kinh tế trong bối cảnh tỷ lệ sinh giảm và dân số già hóa của Ý.

3.3.3. Internet vạn vật (IoT)

Ý đã bắt đầu áp dụng công nghệ IoT trong nhiều lĩnh vực, bao gồm sản xuất, nông nghiệp, chăm sóc sức khỏe và giao thông vận tải. Tỷ lệ áp dụng đang tăng lên nhưng khoảng cách về cơ sở hạ tầng ở các vùng nông thôn và chi phí cao vẫn gây cản trở phạm vi phủ sóng 5G và khả năng tiếp cận IoT trên toàn quốc. Các công ty Ý có thể tận dụng các khoản tín dụng thuế từ dự án số hóa lớn nhất của PNRR (13,4 tỷ euro), Chuyển đổi 4.0, dành riêng cho quá trình số hóa các công ty, bằng cách mua các tài sản Công nghiệp 4.0 (hữu hình và vô hình) như IoT để cải thiện quy trình sản xuất. Ý muốn số hóa mạnh khu vực SME và hỗ trợ đầu tư vào các nhà máy thông minh; tuy nhiên, gần đây nhiều SME trong các lĩnh vực công nghiệp đã hoãn các khoản đầu tư này hoặc chỉ mới bắt đầu chuyển sang quy trình sản xuất thông minh hơn. Các thành phố của Ý cũng dự kiến sẽ tích hợp nhiều thiết bị IoT và giải pháp thông minh hơn để tăng hiệu quả và cải thiện

tính bền vững và khả năng sinh sống. Thành phố Milan là nơi đang dẫn đầu sử dụng IoT cho bãi đậu xe thông minh, quản lý chất thải, giám sát chất lượng không khí, quản lý giao thông, chiếu sáng thông minh, tòa nhà thông minh, v.v.,.

3.3.4. Dữ liệu lớn

Các sáng kiến chuyển đổi kỹ thuật số của Ý dẫn đến việc đưa ra quyết định và đánh giá chi tiết dựa trên dữ liệu trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Sự tập trung vào Công nghiệp 4.0 và việc sử dụng các thiết bị IoT đã làm tăng nhu cầu đối với các công nghệ dữ liệu lớn để lưu trữ, xử lý và phân tích lượng lớn dữ liệu được tạo ra. Các lĩnh vực bán lẻ, thương mại điện tử và dịch vụ tài chính đang sử dụng Dữ liệu lớn để nâng cao trải nghiệm của khách hàng và cá nhân hóa các dịch vụ. Ngành chăm sóc sức khỏe, chủ yếu ở các khu vực có cơ sở hạ tầng chăm sóc sức khỏe tiên tiến, cũng sử dụng Dữ liệu lớn để quản lý dữ liệu bệnh nhân, cá nhân hóa việc sử dụng thuốc và cải thiện kết quả lâm sàng.

3.3.5. An ninh mạng

Sự tăng trưởng đáng kể của thị trường an ninh mạng và nhu cầu về các giải pháp an ninh mạng tại Ý có thể là do một số yếu tố chính. Khi quá trình chuyển đổi số tiến triển, các doanh nghiệp và tổ chức công đang phụ thuộc nhiều hơn vào các nền tảng kỹ thuật số, dịch vụ đám mây và thiết bị được kết nối, khiến họ phải đối mặt với nguy cơ lớn về các cuộc tấn công mạng. Năm 2023, Ý chiếm 11% trong tổng số các cuộc tấn công toàn cầu và là quốc gia bị nhắm mục tiêu nhiều thứ 4 trên toàn cầu. Một số vụ vi phạm dữ liệu và tấn công mạng nghiêm trọng đã nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của an ninh mạng và thúc đẩy các tổ chức đầu tư vào các biện pháp phòng thủ mạnh mẽ hơn. Trong khi các công ty lớn đang đầu tư nhiều nhất, thì nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng coi đây là ưu tiên hàng đầu. Ngoài ra, các tổ chức phải đầu tư vào các giải pháp an ninh mạng để tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu như GDPR của EU.

Chính phủ Ý xem an ninh mạng là ưu tiên như mục tiêu chiến lược và có chiến lược an ninh mạng, được hỗ trợ bởi các quỹ, phác thảo lộ trình kỹ thuật số của quốc gia. Chiến lược này do Cơ quan An ninh mạng Quốc gia phát triển và phù hợp với chiến lược an ninh mạng của EU. Mục tiêu của chương trình là biến Ý thành quốc gia an toàn hơn đối với dữ liệu bằng cách bảo vệ cơ sở hạ tầng quan trọng, hệ thống chính phủ và công dân khỏi các mối đe dọa mạng.

Ngân hàng là lĩnh vực lớn nhất chi tiêu cho an ninh mạng. Ngành công nghiệp đứng thứ

hai. Tiếp theo là hành chính công, bao gồm các cơ quan hành chính lớn và chính quyền địa phương. Chi tiêu trong lĩnh vực này được hỗ trợ bởi các khoản đầu tư liên quan đến chiến lược an ninh mạng quốc gia và nguồn tài trợ PNRR, với mục đích lấp đầy các lỗ hổng hiện tại. Nhu cầu dự kiến sẽ vẫn cao trong những năm tới, đặc biệt tập trung vào các lĩnh vực như bảo vệ cơ sở hạ tầng quan trọng, tuân thủ quyền riêng tư dữ liệu, bảo mật đám mây, bảo mật điểm cuối, bảo mật mạng, tình báo về mối đe dọa và ứng phó sự cố.

Chương 3: Bán sản phẩm và dịch vụ tại Ý

Kênh phân phối và bán hàng

1. Sử dụng đại lý hoặc nhà Phân phối

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

Cục Cạnh tranh của Ủy ban châu Âu là đơn vị thực thi pháp luật có liên quan đến những ảnh hưởng về cạnh tranh trong thị trường EU đối với các “thỏa thuận hạn chế cạnh tranh theo chiều dọc – vertical agreement”. Các công ty vừa và nhỏ (SMEs) được miễn thực thi các quy định này bởi vì các thỏa thuận của họ có khả năng được xếp vào loại “thỏa thuận không quan trọng,” có nghĩa là họ được coi là không có khả năng ảnh hưởng đến cạnh tranh ở cấp độ EU nhưng hữu ích cho việc hợp tác giữa các doanh nghiệp nhỏ. Nói chung, các công ty có ít hơn 250 nhân viên và doanh thu hàng năm dưới 50 triệu € được coi là các công ty vừa và nhỏ (SMEs). Ngoài ra, các thỏa thuận mà ảnh hưởng dưới 10% đến một thị trường thì cũng không thuộc đối tượng điều chỉnh của quy định trên ([Commission Notice 2014/C 291/01](#)).

EU cũng có chế tài đối với sự chậm trễ trong thanh toán. [EU Directive 2011/7/EU](#) bao gồm tất cả các giao dịch thương mại trong EU, cả trong lĩnh vực tư nhân hay nhà nước, chủ yếu giải quyết hậu quả của việc chậm thanh toán. Tuy nhiên, các giao dịch thương mại với người tiêu dùng không thuộc phạm vi điều chỉnh của Chỉ thị này. Tóm lại, Chỉ thị này - bản đã được sửa đổi bổ sung - cho phép người bán hàng không được thanh toán hàng hoá, dịch vụ trong vòng 30 ngày kể từ ngày hết thời hạn thanh toán được tính thêm lãi suất quá hạn thanh toán (lãi suất Ngân hàng Trung ương châu Âu cộng thêm 8%)

cùng với 40 Euro chi phí thu hồi nợ quá hạn. Đối với các giao dịch B2B có thể thương lượng gia hạn nợ thanh toán trong vòng 60 ngày. Người bán cũng có thể giữ lại hàng hoá cho đến khi thanh toán được hoàn tất và có thể yêu cầu bồi thường đầy đủ các chi phí liên quan.

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

2. Thành lập văn phòng

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

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

Trước khi đăng ký thành lập một công ty, các sáng lập viên của công ty phải mở một tài khoản ngân hàng và ký quỹ ít nhất là 25% vốn đóng góp bằng tiền mặt và có được một giấy chứng nhận. Bước tiếp theo bao gồm xây dựng điều lệ hoạt động về việc thành lập trước khi công chứng viên công chứng. Ngoài ra những người sáng lập phải xây dựng hệ thống sổ sách kế toán của công ty. Theo Bộ luật dân sự, một công ty trách nhiệm hữu hạn phải có sổ biên bản của cuộc họp cổ đông và một cho các cuộc họp Hội đồng quản

trị, và một cuốn sách nhỏ của Kiểm soát viên hội đồng quản trị theo luật định, tất cả đều phải được chứng thực. Một công ty chứng khoán phải có sổ nhật ký và sổ kiểm kê. Doanh nhân có thể mua những cuốn sách này thông qua một công chứng viên công cộng, hoặc từ các cửa hàng văn phòng phẩm. Ngoài ra, trước khi đăng ký, thành viên sáng lập của công ty phải trả một khoản tiền chi phí thư tín cho chính phủ, do Văn phòng Doanh thu thu hàng năm.

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

3. Nhượng quyền kinh doanh

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

Nhượng quyền thương mại phổ biến khắp nước Ý và đang phát triển. Với doanh thu 30 tỷ USD trong năm 2022, Ý là thị trường nhượng quyền thương mại lớn thứ tư ở châu Âu sau Pháp, Đức và Tây Ban Nha. Có hơn 60.000 cửa hàng nhượng quyền, chủ yếu là các cửa hàng nhượng quyền của Ý, tuyển dụng 250.000 nhân viên.

Mạng lưới nhượng quyền thương mại tập trung cao nhất ở các trung tâm thành phố, khu thương mại và trung tâm mua sắm có thể thấy ở miền Bắc nước Ý. Thành phố Lombardy dẫn đầu thị trường, tiếp theo là Lazio, Campania, Emilia-Romagna, and Sicily. Theo truyền thống các khái niệm nhượng quyền thương mại mới đã xuất hiện ở các thành phố lớn chẳng hạn như Rome và Milan.

Các công ty nước ngoài quan tâm đến việc thâm nhập thị trường Ý nên nhận thức được những thách thức khi thâm nhập thị trường bắt nguồn từ văn hóa và tinh thần kinh doanh độc đáo của Ý. Mặc dù cơ cấu doanh nghiệp do gia đình và địa phương sở hữu và hoạt

động quy mô nhỏ của Ý, nhưng doanh nghiệp nước ngoài vẫn có cơ hội nhượng quyền nếu chất lượng được duy trì. Thành công phụ thuộc vào việc tìm đúng đối tác. Các bên nhượng quyền tiềm năng phải có khả năng điều chỉnh khái niệm nhượng quyền của mình cho phù hợp với thị trường Ý và duy trì một cơ cấu có tổ chức.

Tuy nhiên các cơ hội kinh doanh nhượng quyền cũng đã thành công ở các thành phố nhỏ hơn. Nhu cầu phát triển đối với hàng hóa, dịch vụ mới của một tầng lớp trung lưu tương đã tạo nên xu hướng nhượng quyền thương mại tại các thành phố nhỏ. Trên thực tế trong suốt 4 năm qua thì nhiều nhượng quyền thương mại được mở tại các sân bay và nhà ga bên cạnh sự hiện diện truyền thống của họ tại các trung tâm thương mại, cửa hàng bách hóa và các đường phố chính.

Các công ty nước ngoài cần tiến hành các nghiên cứu thị trường sâu rộng; cam kết xây dựng một kế hoạch kinh doanh dài hạn, vững chắc, cho phép đủ linh hoạt để điều chỉnh mô hình kinh doanh của doanh nghiệp theo thị trường Ý; có thỏa thuận nhượng quyền ràng buộc về mặt pháp lý, sổ tay hoạt động chi tiết, chương trình đào tạo tốt và hệ thống hỗ trợ phù hợp; có hồ sơ ứng viên được cấp phép chính thức rõ ràng để hỗ trợ quá trình tìm kiếm; và lập kế hoạch phát triển thực tế cho người được cấp phép chính thức. Các ngân hàng Ý sẽ đánh giá bên nhượng quyền trước rồi mới đến bên nhận nhượng quyền tiềm năng.

Đối với nhượng quyền trong lĩnh vực công nghiệp bao gồm việc chuyển giao sản xuất công nghiệp cho bên nhận quyền thì phức tạp hơn so với các thỏa thuận nhượng quyền trong lĩnh vực phân phối hoặc dịch vụ. Điều này là do họ yêu cầu sử dụng và cấp phép nhãn hiệu, bằng sáng chế, bí quyết kỹ thuật và thương mại cũng như vốn đầu tư đáng kể. Vì những lý do này, các thỏa thuận nhượng quyền công nghiệp ít phổ biến ở Ý hơn so với nhượng quyền phân phối (sản phẩm tiêu dùng, quần áo và thực phẩm) và dịch vụ (bất động sản, chuỗi khách sạn, chăm sóc cá nhân và người cao tuổi).

4. Tiếp thị trực tiếp

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

Cũng cần phải lưu ý rằng EU hiện đang xem xét chỉnh sửa các quy định pháp luật về

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

5. Dữ liệu cá nhân của khách hàng

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

6. Luật về bán hàng từ xa

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

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

Trong năm 2011, EU xem xét lại toàn bộ luật bảo vệ người tiêu dùng và sáp nhập một số quy định hiện hành thành một quy tắc duy nhất – [Chỉ thị quyền tiêu dùng](#). Các điều khoản có hiệu lực từ năm 2014. Chỉ thị này bao gồm các điều khoản về thông tin cốt lõi mà các nhà giao dịch phải cung cấp trước khi ký kết hợp đồng với người tiêu dùng. Chỉ thị này cũng điều chỉnh quyền rút lui, bao gồm các quy tắc về chi phí sử dụng phương tiện thanh toán và cấm các ô đã đánh dấu sẵn. Bản cập nhật cho các quy tắc này có hiệu lực vào tháng 5/2022. Để biết thêm thông tin, hãy tham khảo [công cụ hữu ích](#) của Ủy ban Châu Âu để tìm hiểu về các quy tắc dành cho người tiêu dùng.

7. Giải quyết tranh chấp thay thế

Năm 2013, EU đã thông qua Phương thức giải quyết tranh chấp thay thế (ADR), cung cấp cho người tiêu dùng quyền chuyển sang các cơ chế ADR chất lượng cho mọi loại tranh chấp hợp đồng, bao gồm các giao dịch mua được thực hiện trực tuyến hoặc ngoại

tuyến, trong nước hoặc xuyên biên giới. Một [quy định giải quyết tranh chấp trực tuyến](#) đã thiết lập một nền tảng trên toàn EU để giải quyết các tranh chấp của người tiêu dùng phát sinh từ các giao dịch trực tuyến.

Ý đang thực hiện các bước để khuyến khích sử dụng ADR rộng rãi hơn để giải quyết các tranh chấp dân sự. Các vấn đề được hòa giải nhiều nhất liên quan đến hợp đồng ngân hàng và tranh chấp tài sản. Mặc dù việc nộp ADR trước là bắt buộc trong một số trường hợp nhất định (bao gồm tranh chấp tài sản, tranh chấp thừa kế, hợp đồng cho thuê, trường hợp bảo hiểm, hợp đồng ngân hàng và tài chính), nhưng không có hình phạt nào được áp dụng đối với hành vi không tham gia hoặc không sẵn lòng tham gia một cách thiện chí để giải quyết khiếu nại.

Phòng Thương mại tại Milan và Florence cũng ủng hộ mạnh mẽ việc sử dụng ADR và đã thành lập các trung tâm hòa giải và thiết lập các quy tắc tổ tụng. Ý là bên ký kết [Công ước New York](#) năm 1958 về vấn đề Công nhận và Thi hành Phán quyết Trọng tài Nước ngoài. Điều đáng chú ý là việc hòa giải ở Ý có xu hướng diễn ra trước chứ không phải sau khi đơn kiện được đệ trình.

❖ Dịch vụ tài chính của bán hàng từ xa

Dịch vụ tài chính được quản lý theo [chỉ thị](#) năm 2002 về tiếp thị từ xa các dịch vụ tài chính tiêu dùng, được thiết kế để đảm bảo rằng người tiêu dùng được bảo vệ một cách thích hợp đối với các giao dịch tài chính đang diễn ra khi người tiêu dùng và nhà cung cấp không trực tiếp gặp mặt. Ngoài việc cấm một số hoạt động tiếp thị lạm dụng, chỉ thị này còn thiết lập các tiêu chí để trình bày thông tin hợp đồng. Do tính chất đặc biệt của thị trường tài chính, chi tiết cụ thể cũng được đặt ra trong trường hợp hủy bỏ hợp đồng.

8. Tiếp thị trực tiếp qua Internet

[Chỉ thị thương mại điện tử](#) áp đặt một số yêu cầu cụ thể liên quan đến hoạt động tiếp thị trực tiếp. Các hình thức khuyến mại không được gây hiểu lầm cho khách hàng và các điều khoản phải được đáp ứng đủ điều kiện cho khách hàng có thể dễ dàng truy cập và rõ ràng. Chỉ thị này quy định tiếp thị qua e-mail phải xác định cụ thể người nhận và yêu cầu các công ty nhắm mục tiêu khách hàng trực tuyến thường xuyên phải tham khảo sổ đăng ký từ chối quốc gia (nếu có). Khi đặt hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nhanh chóng xác nhận đã nhận đơn hàng bằng phương tiện điện tử, mặc dù chỉ thị không quy định bất kỳ hiệu lực pháp lý nào đối với việc đặt hàng hoặc xác nhận đơn hàng; thay vào đó, đây là vấn đề thuộc luật pháp Ý. Các nhà cung cấp dịch vụ được cung cấp điện tử (chẳng

hạn như phần mềm, mà các cơ quan chức năng của EU coi là dịch vụ chứ không phải hàng hóa) cũng phải thu thuế giá trị gia tăng.

Cơ quan bảo vệ dữ liệu Ý ([DPA](#)) “Garante per la protezione dei dati personali” giám sát hoạt động tiếp thị trực tiếp tại Ý với các quy định chặt chẽ hơn nhiều quốc gia khác. Các ưu đãi khuyến mại thường yêu cầu người nhận đồng ý trước bằng văn bản, với cách thức rõ ràng để từ chối. Tương tự như vậy, cần phải có sự đồng ý trước của khách hàng đối với mục đích lập hồ sơ hoặc chuyển dữ liệu cá nhân cho bên thứ ba. DPA chấp thuận ngoại lệ cho phép các công ty gửi email quảng cáo cho khách hàng đã mua hàng hóa hoặc dịch vụ tương tự. Theo hướng dẫn của DPA, ngay cả khi dữ liệu cá nhân có sẵn trên internet, các công ty cũng không được gửi tin nhắn quảng cáo tự động. Các công ty và doanh nghiệp có thể gửi tin nhắn quảng cáo cho những người theo dõi họ trên phương tiện truyền thông xã hội miễn là những người theo dõi họ đã đồng ý nhận tin nhắn quảng cáo.

9. Liên doanh/ Cấp giấy phép

Trong những năm gần đây, việc liên doanh (JV) đã trở nên phổ biến hơn ở Ý và không có hạn chế chung nào đối với đầu tư nước ngoài. Có các liên doanh theo hợp đồng và công ty liên doanh và tất cả đều phải được đăng ký với Cơ quan Thuế quốc gia tại Ý.

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

10. Giao hàng nhanh

Người tiêu dùng Ý đã quen việc tương đối chậm chạp và đôi khi không đáng tin cậy của dịch vụ bưu chính trong nước. Tuy nhiên, sự phát triển của thương mại điện tử đang làm tăng nhu cầu và kỳ vọng về tốc độ và chất lượng dịch vụ. Phạm vi các tùy chọn giao hàng dành cho người mua sắm trực tuyến đang mở rộng (bao gồm tủ đựng đồ và điểm nhận/ trả hàng trên khắp các thành phố lớn), nhưng vẫn còn nhiều dư địa để phát triển. Khi thị trường thương mại điện tử phát triển, các tùy chọn về điểm giao hàng thay thế hoặc khung giờ giao hàng sẽ tăng lên.

Có một số tùy chọn giao hàng nhanh dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của nước ngoài muốn vận chuyển hàng hóa đến Ý, bao gồm các dịch vụ do các công ty hậu cần toàn cầu cung cấp như FedEx và UPS. Dịch vụ bưu chính quốc gia Poste Italiane và các

công ty chuyển phát nhanh địa phương khác BRT và SDA cũng thông trị dịch vụ giao hàng từ doanh nghiệp đến người tiêu dùng (B2C) tại Ý.

Hầu hết các công ty hậu cần sẽ cung cấp nhiều lựa chọn giao hàng quốc tế với các mức giá khác nhau để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Các dịch vụ này thường có các mức theo dõi và bảo hiểm khác nhau. Các công ty hậu cần cũng có thể hỗ trợ giao hàng số lượng lớn để cắt giảm chi phí và tư vấn về bao bì, định dạng địa chỉ và nhãn mác.

Người tiêu dùng Ý thường tìm kiếm mức giá thấp nhất có thể. Hơn nữa, các nhà bán lẻ trong nội địa cũng có thể cung cấp dịch vụ giao hàng nhanh chóng. Các công ty hậu cần có thể tự điều hành các trung tâm hoàn thiện đơn hàng hoặc có thể giới thiệu các đối tác hoàn thiện đơn hàng đáng tin cậy tại địa phương.

11. Thẩm định

Kiểm tra và chứng nhận an toàn sản phẩm là bắt buộc tại EU, và các nhà sản xuất và doanh nghiệp nước ngoài phải thực hiện việc thẩm định hàng hóa theo luật bắt buộc của EU trước khi xuất khẩu.

Thương mại điện tử

Người tiêu dùng Ý sử dụng các dịch vụ kỹ thuật số ngày càng nhiều và thị trường đang trở nên phức tạp hơn. Sự phát triển kỹ thuật số được thúc đẩy bởi các khoản đầu tư của chính phủ vào cơ sở hạ tầng và các nhà khai thác chính. Khoảng 50 triệu người Ý (85% dân số) sử dụng internet và gần 40 triệu người mua sắm trực tuyến. Tuy nhiên, Ý vẫn tụt hậu so với các nước đồng cấp ở châu Âu về băng thông rộng cố định và nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ không có đủ tiền để nâng cấp cơ sở hạ tầng. Năm 2022, thương mại điện tử tại Ý ước tính đạt doanh thu 76 tỷ euro, mặc dù lạm phát cũng góp phần vào sự gia tăng này từ năm 2021. Mặc dù tất cả các hình thức thương mại điện tử đều khả dụng và hệ thống thanh toán kỹ thuật số được phát triển tốt, nhưng Ý vẫn là một xã hội dựa trên tiền mặt; tiền mặt được sử dụng cho 44% giao dịch vào năm 2022. Tuy nhiên, thương mại điện tử vẫn có xu hướng tiếp tục tăng.

Người mua sắm Ý thường mua hàng từ các nhà bán lẻ nước ngoài, trong đó những nhà bán lẻ ở Trung Quốc, Đức và Anh là những nhà bán lẻ phổ biến nhất. Các trang thương mại điện tử hàng đầu bao gồm Amazon, eBay, Subito, Zalando và Apple. Doanh số được giao dịch trên các thiết bị di động cùng với thẻ ngày càng tăng, hiện chiếm khoảng 40% tổng doanh số. Với cơ sở hạ tầng POS đã có trước đại dịch COVID-19, thanh toán không tiếp xúc cũng tăng đột biến.

1. Dịch vụ thương mại điện tử

Các nền tảng bán lẻ quốc tế có ảnh hưởng lớn đến thị trường thương mại điện tử của Ý. Nhiều công ty ở Ý cung cấp các giải pháp kỹ thuật số đa kênh thành công và các trang web thương mại điện tử quốc tế đa ngôn ngữ, đa tiền tệ, với nhiều bộ sưu tập và đa thương hiệu. Các loại hình doanh nghiệp này hỗ trợ các thương hiệu bằng cách quản lý mọi khía cạnh của cửa hàng điện tử của riêng doanh nghiệp, bao gồm chiến lược bán lẻ, lập kế hoạch hoạt động, truyền thông, tiếp thị web, quản lý cửa hàng, chăm sóc khách hàng, lập hóa đơn và thu tiền thanh toán. Các kênh này mang đến cơ hội cho các doanh nghiệp nước ngoài vừa và nhỏ quan tâm đến việc bán hàng cho thị trường Ý.

2. Thương mại xã hội

Việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội ngày càng tăng trên toàn thế giới đã tác động đến thương mại điện tử vì người tiêu dùng hiện có nhiều khả năng mua hàng thông qua phương tiện truyền thông xã hội hơn. Cụ thể, nhiều thương hiệu cũng như thị trường đã đồng bộ hóa nền tảng thương mại điện tử của họ với phương tiện truyền thông xã hội để người tiêu dùng có thể dễ dàng kết nối với các cửa hàng điện tử của họ. Tại Ý, 44 triệu người (75% dân số) sử dụng phương tiện truyền thông xã hội, trong đó YouTube, Facebook, Instagram, TikTok và LinkedIn đều phổ biến. Người tiêu dùng Ý thường tin tưởng vào thông tin được cung cấp trên mạng xã hội, đặc biệt là thông tin đến từ những người tiêu dùng khác thông qua các bình luận hoặc đánh giá.

3. Môi trường pháp lý và quy định

Năm 2015, EU đã đưa ra Chiến lược thị trường kỹ thuật số đơn nhất, trong đó thương mại điện tử là lĩnh vực ưu tiên. Kể từ đó, [Chỉ thị thương mại điện tử](#) đã đưa ra các quy tắc cho các dịch vụ trực tuyến tại EU, bao gồm yêu cầu các nhà cung cấp phải tuân thủ các quy định tại quốc gia nơi họ thành lập (quốc gia xuất xứ); đáp ứng một số quy tắc bảo vệ người tiêu dùng, chẳng hạn như chỉ ra thông tin liên hệ trên trang web nhà cung cấp, quảng cáo xác định rõ ràng và bảo vệ chống lại thư rác. Chỉ thị cũng đưa ra các miễn trừ trách nhiệm đối với các bên trung gian khi bên thứ ba truyền liên lạc bất hợp pháp và khi bên trung gian vô tình lưu trữ nội dung. [Đạo luật dịch vụ kỹ thuật số](#) và [Đạo luật thị trường kỹ thuật số](#) mới được thông qua thiết lập các quy tắc bổ sung cho các dịch vụ trực tuyến. Đạo luật trước bao gồm các biện pháp giải quyết tình trạng bán hàng giả trực tuyến và nội dung trực tuyến bất hợp pháp và có hại. Đạo luật sau đặt ra các quy tắc cho các nền tảng trực tuyến 'người gác cổng', nhằm hạn chế các hoạt động và thúc

đẩy cạnh tranh không công bằng.

Các yếu tố và kỹ thuật bán hàng

Nhiều công ty nước ngoài duy trì hoạt động bán hàng của riêng họ tại Ý. Những công ty khác bán hàng thông qua các nhà nhập khẩu chuyên biệt hoặc chỉ định các đại lý bán hàng thường là nhà môi giới của nhà sản xuất. Một công ty Ý lớn, có uy tín với tổ chức bán hàng hiệu quả trên toàn quốc có thể sẽ yêu cầu một thỏa thuận độc quyền. Khoảng 2.500 công ty nước ngoài có sự hiện diện tại thị trường Ý thông qua các đại lý, chi nhánh, công ty con hoặc giấy phép. Trong số này, khoảng một nửa có khoản đầu tư vốn trực tiếp đáng kể dưới hình thức cổ phiếu với tư cách là chủ sở hữu duy nhất hoặc đối tác trong một doanh nghiệp. Nhìn chung, lãnh thổ bán hàng bao gồm toàn bộ nước Ý. Trong những trường hợp khác, lãnh thổ cũng bao gồm toàn bộ hoặc một phần EU, tùy thuộc vào loại sản phẩm và mức độ hỗ trợ kỹ thuật cần thiết. Các nhà phân phối Ý có các mối liên hệ trong khu vực Đông Âu và lưu vực Địa Trung Hải.

1. Xúc tiến thương mại và quảng cáo

1.1. Luật lệ chung

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

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

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

Chỉ thị của EU về Dịch vụ truyền thông nghe nhìn cho phép các hoạt động phát thanh truyền hình trong EU. Chỉ thị quy định về thời lượng quảng cáo tối đa đối với các loại

quảng cáo trên các chương trình truyền hình, đặc biệt là các chương trình dành cho trẻ em.

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

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

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

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

1.2. Dược phẩm

Việc quảng cáo dược phẩm dùng cho người được quy định bởi Chỉ thị 2001/83/EC và được sửa đổi bằng Chỉ thị 2004/27/EC. Nói chung, quảng cáo dược phẩm bị cấm nếu chưa được cơ quan quản lý thị trường cấp phép hoặc nếu sản phẩm đó là loại thuốc chỉ được bán theo toa chỉ định của bác sĩ. Các hướng dẫn sử dụng để tự điều trị cũng không được phép. Pháp luật cũng không cho phép phân phối thuốc mẫu miễn phí cho công chúng. Nội dung quảng cáo phải tương thích với các đặc điểm ghi trên nhãn sản phẩm, và phải có khuyến cáo liều dùng thích hợp. EU cấm các hãng thuốc sử dụng hình thức khuyến khích kê đơn hưởng hoa hồng và hạn chế việc cung cấp các mẫu thuốc miễn phí. Năm 2008, EU đã đề ra một quy định mới về cung cấp thông tin đối với các loại thuốc cho bệnh nhân. Quy định này, vẫn còn nhiều tranh cãi, sẽ cho phép ngành công nghiệp dược cung cấp thông tin (không mang hình thức quảng cáo) về các sản phẩm thuốc của họ nhưng vẫn tuân thủ nghiêm ngặt các quy định và phải tuân thủ hệ thống kiểm soát và đảm bảo chất lượng hiệu quả.

1.3. Yêu cầu dinh dưỡng và sức khỏe

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

sản xuất dành cho con người mà quảng bá hoặc lưu hành trên thị trường EU.

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

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

1.4. Thực phẩm bổ sung

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

1.5. Thuốc lá

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

2. Xúc tiến thương mại ở Ý

Các nhà tổ chức triển lãm thương mại chính ở Ý là [Fiera Milano](#), [Bologna Fiere](#), [Verona Fiere](#), [Italian Exhibition Group](#), và [Fiere di Parma](#)

3. Định giá

Các nhà nhập khẩu Ý thường thích báo giá dựa trên giá [CIF](#) hoặc [CIP](#) vì họ thường quen thuộc với các khoản phí hải quan và thuế giá trị gia tăng của Ý được đánh vào sản phẩm tại thời điểm nhập khẩu, nhưng có thể không quen thuộc với chi phí vận tải đường bộ, đường biển hoặc đường hàng không của nước ngoài. Tuy nhiên, các công ty lớn và cửa hàng bách hóa của Ý có thể thích mua hàng dựa trên các điều khoản khác khi họ sắp xếp

việc vận chuyển và bảo hiểm hàng hóa. Báo giá và lập hóa đơn thường theo đơn vị tiền tệ của quốc gia bán hàng.

Báo giá của các doanh nghiệp Việt Nam, thường bằng USD hoặc Euro, giá FOB, hoàn toàn được người mua hàng Ý chấp nhận.

Các giao dịch bán hàng theo điều khoản yêu cầu thanh toán tiền mặt trước khi giao hàng, khi giao hàng hoặc ngay sau đó, thường là trong vòng 10 ngày kể từ ngày giao hàng. Giảm giá 2%–5% khi thanh toán toàn bộ số tiền của giao dịch vào cuối thời hạn quy định từ 01 đến 04 tháng kể từ ngày xuất hóa đơn. Thời hạn tùy thuộc vào hàng hóa liên quan, uy tín tín dụng của người mua và mục tiêu tiếp thị và bán hàng của người bán. Thời hạn thanh toán thường lên đến 02 năm cho hàng hóa vốn, thiết bị lưu trữ, xe tải và các thiết bị hạng nặng tương tự.

Người mua hàng Ý có thể yêu cầu báo giá hoặc vận chuyển hàng hóa theo các Điều khoản thương mại quốc tế khác ([INCOTERMS](#)), bộ quy tắc quốc tế xác định các điều khoản và thông lệ thương mại quan trọng. Việc dẫn chiếu Incoterms vào hợp đồng mua bán hoặc hóa đơn giúp cho người mua hàng và người bán xác định rõ ràng nghĩa vụ và trách nhiệm của các bên trong thỏa thuận.

Cũng giống như các điều khoản chào hàng phải rõ ràng và chi tiết, các điều khoản giao hàng phải tuân thủ các thông số kỹ thuật của hợp đồng và phải nhất quán với hàng mẫu đã được gửi cho nhà nhập khẩu Ý. Phải đáp ứng lịch trình giao hàng theo thỏa thuận, vì việc giao hàng nhanh chóng là yếu tố quyết định khi nhà nhập khẩu cân nhắc đến việc đặt thêm đơn hàng. Khi giao hàng theo thư tín dụng, tất cả các điều khoản được nêu trong thư tín dụng phải được tuân thủ nghiêm ngặt. Nếu không tuân thủ tất cả các điều khoản, ngân hàng có thể không chấp nhận thư tín dụng.

Nhà nhập khẩu Ý có thể kiểm tra hàng hóa tồn kho trước khi thông quan. Hàng hóa không thể thông quan nếu không có chứng từ vận chuyển và không thanh toán bất kỳ khoản thuế hải quan bắt buộc, thuế giá trị gia tăng và thuế tiêu thụ đặc biệt nào. Nhà nhập khẩu phải thực hiện các thủ tục này tại thời điểm thông quan. Nhà nhập khẩu phải xuất trình giấy phép nhập khẩu, nếu cần, trong thời hạn được cấp.

4. Dịch vụ bán hàng/ Hỗ trợ khách hàng

Khách hàng doanh nghiệp yêu cầu hỗ trợ mức cao và hầu hết các nhà bán buôn hoặc nhà phân phối đều cung cấp dịch vụ khách hàng tuyệt vời. Khả năng bảo trì và dịch vụ khách hàng kịp thời là các yếu tố bán hàng quan trọng. Các công ty nước ngoài phải

đảm bảo rằng các đối tác tiềm năng có năng lực và chú ý đến việc cung cấp dịch vụ và kho bãi để chứa phụ tùng thay thế.

4.1. Trách nhiệm sản phẩm

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

4.2. An toàn sản phẩm

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

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

4.3. Bảo hành và dịch vụ hậu mãi

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

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

Tài trợ thương mại

1. Phương thức thanh toán

Các công ty Ý chỉ ra rằng một số nhà cung cấp nước ngoài quá cứng nhắc trong các điều khoản thanh toán và điều này đã khiến cho họ mất hợp đồng vào tay các nhà cung cấp khác. Tài trợ là một yếu tố cạnh tranh cũng giống như sản phẩm, ngày giao hàng hoặc dịch vụ sau bán hàng. Trong khi một số nhà sản xuất nước ngoài yêu cầu thanh toán khi nhận hàng, thì những người bán hàng khác lại thành công hơn khi họ đưa ra các điều

khoản cho phép thanh toán từ 60 đến 900 ngày sau ngày xuất hóa đơn, đây là thông lệ phổ biến nhất ở Ý. Các công ty nước ngoài cần lưu ý rằng người mua hàng Ý có thể chậm trễ trong việc thanh toán.

2. Hệ thống ngân hàng

Ý có hệ thống tín dụng và ngân hàng phát triển tốt. Các ngân hàng Ý chịu sự giám sát chặt chẽ của chính phủ và phải được sự phê duyệt của Ngân hàng Ý (BOI, ngân hàng trung ương của Ý) khi thành lập bất kỳ ngân hàng mới nào. Ngân hàng Trung ương Châu Âu (ECB) có trách nhiệm giám sát chính đối với 12 nhóm ngân hàng được coi là "các ngân hàng quan trọng" tại Ý.

Ngành ngân hàng của Ý đã trải qua quá trình hợp nhất kể từ giữa những năm 90, giảm từ khoảng 1.000 ngân hàng thông qua các vụ sáp nhập, tiếp quản hoặc chuyển nhượng tài sản, thanh lý hoặc chuyển đổi một ngân hàng thành một công ty tài chính, liên quan đến 60% tổng tài sản ngân hàng của Ý. Chính phủ đang từng bước thực hiện khuyến khích quá trình hợp nhất nhằm tiếp tục thúc đẩy khả năng cạnh tranh quốc tế của ngành ngân hàng Ý.

Ngân hàng Ý theo dõi các vấn đề về tiền giấy euro, thực hiện giám sát tín dụng, tài chính và thị trường, và điều chỉnh các vụ sáp nhập ngân hàng. Nhiệm kỳ của Thống đốc Ngân hàng Ý là 06 năm theo tiêu chuẩn của ECB và Thống đốc chỉ được giới hạn tại vị trong 02 nhiệm kỳ. Trách nhiệm giám sát cạnh tranh ngân hàng được phân chia giữa Ngân hàng Ý và Cơ quan Cạnh tranh Ý. CONSOB, cơ quan chính phủ quản lý thị trường chứng khoán Ý, có thẩm quyền đột kích các công ty bị nghi ngờ vi phạm chứng khoán và tịch thu bằng chứng.

3. Kiểm soát ngoại hối

Theo chỉ thị của EU, Ý không có kiểm soát ngoại hối. Không có hạn chế nào đối với việc chuyển tiền; chỉ có yêu cầu báo cáo. Các ngân hàng được yêu cầu báo cáo bất kỳ các khoản giao dịch nào trên 10.000 €. Lợi nhuận, khoản thanh toán và chuyển tiền có thể được hồi hương tự do. Cư dân và người không cư trú có thể mở tài khoản ngoại hối. Giới hạn thanh toán bằng tiền mặt cho hàng hóa hoặc dịch vụ là 5.000 € cho một giao dịch duy nhất. Các khoản thanh toán vượt quá số tiền này phải được thực hiện điện tử. Ý là thành viên của Liên minh tiền tệ châu Âu (EMU), với đồng € là đơn vị tiền tệ chính thức. Tỷ giá hối đoái thả nổi.

Bảo vệ Sở hữu trí tuệ

Có một số nguyên tắc chung rất quan trọng để bảo vệ hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ (IP) tại Ý. Đầu tiên, điều quan trọng là phải có một chiến lược tổng thể để bảo vệ IP của doanh nghiệp. Thứ hai, IP có thể được bảo vệ khác nhau ở Ý so với quốc gia của doanh nghiệp. Thứ ba, các quyền phải được đăng ký và thực thi tại Ý theo luật pháp địa phương. Tuy nhiên, phạm vi bảo vệ sẽ khác nhau tùy theo luật pháp của Ý và EU. Việc bảo vệ chống lại vấn đề sử dụng trái phép sẽ khác nhau tùy thuộc vào luật của mỗi quốc gia.

Việc xin cấp bằng sáng chế tiện ích tại các quốc gia thành viên EU dựa trên hệ thống theo nguyên tắc nộp đơn đầu tiên; cá nhân hoặc tổ chức đầu tiên đăng ký bằng sáng chế sẽ trở thành chủ sở hữu – cơ quan chủ quản. Tương tự như vậy, hầu hết các quyền về nhãn hiệu và kiểu dáng - tương tự như bằng sáng chế kiểu dáng - đều dựa trên hệ thống theo nguyên tắc nộp đơn đăng ký đầu tiên. Do đó, doanh nghiệp nên cân nhắc cách xin cấp bằng sáng chế, kiểu dáng hoặc bảo vệ nhãn hiệu trước khi giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ của mình tại thị trường Ý. Tốt hơn, doanh nghiệp nên cân nhắc đến việc có một chiến lược bảo vệ hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ trên toàn thế giới trước khi thâm nhập vào thị trường nước ngoài, mục đích đảm bảo rằng doanh nghiệp không mất khả năng xin cấp quyền bảo vệ IP bên ngoài quốc gia của mình.

Có thể xin cấp bằng sáng chế và nhãn hiệu trên toàn EU tại Văn phòng Sở hữu Trí tuệ EU. Các bằng sáng chế riêng lẻ cho Ý cũng có thể xin cấp tại văn phòng SHTT tương ứng. Tương tự như vậy, có thể xin cấp một loạt bằng sáng chế cho nhiều quốc gia thông qua quy trình đơn giản hóa tại Văn phòng Sáng chế Châu Âu; có thể xin cấp trực tiếp bằng sáng chế riêng lẻ từ văn phòng sáng chế tại Ý. Một hệ thống để xin và thực thi một bằng sáng chế duy nhất có sự bảo vệ thống nhất và có hiệu lực ngang nhau tại một số quốc gia thành viên EU, bao gồm Bằng sáng chế thống nhất và [Tòa án Sáng chế Thống nhất](#), có hiệu lực từ tháng 6/2023. Ngoài ra còn có các hệ thống đăng ký quốc tế khác như [Hiệp ước Hợp tác Sáng chế](#) đối với bằng sáng chế hoặc [Nghị định thư Madrid](#) đối với nhãn hiệu, có thể giúp bảo vệ SHTT của doanh nghiệp tại nhiều quốc gia trên thế giới, bao gồm cả Ý.

Điều quan trọng là các công ty phải hiểu rằng quyền sở hữu trí tuệ chủ yếu là quyền riêng tư và Chính phủ của quốc gia xuất xứ không thể thực thi quyền này đối với các cá nhân tư nhân tại Ý. Người nắm giữ quyền có trách nhiệm đăng ký, bảo vệ và thực thi các quyền của mình khi có liên quan, đồng thời thuê cố vấn và luật sư riêng. Các công ty có thể muốn tìm lời khuyên từ cố vấn pháp lý địa phương hoặc cố vấn về sở hữu trí

tuệ, những người là chuyên gia về luật pháp Ý và EU.

Doanh nghiệp nước ngoài nên tiến hành thăm định đối với các đối tác tiềm năng. Một đối tác tốt là đồng minh quan trọng trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Hãy cân nhắc kỹ lưỡng xem có nên cho phép đối tác của doanh nghiệp thay mặt doanh nghiệp đăng ký quyền sở hữu trí tuệ hay không. Vì việc thay mặt doanh nghiệp đăng ký quyền sở hữu trí tuệ có thể mang lại rủi ro là đối tác sẽ tự ghi tên họ là chủ sở hữu sở hữu trí tuệ và không chuyển nhượng quyền nếu quan hệ đối tác kết thúc. Doanh nghiệp cần chú ý đến cơ cấu giá và giảm biên độ lợi nhuận và ưu đãi đối với những người có động cơ ý định/ động cơ làm việc không trung thực. Các dự án và hoạt động bán hàng tại Ý cần được chú ý liên tục. Làm việc với cố vấn pháp lý am hiểu luật pháp Ý để soạn ra một hợp đồng chắc chắn bao gồm các điều khoản không cạnh tranh và các điều khoản bảo mật/ không tiết lộ.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng nên hiểu tầm quan trọng trong việc hợp tác với các hiệp hội và tổ chức thương mại nhằm hỗ trợ các nỗ lực bảo vệ IP và ngăn chặn hàng giả.

1. Luật bằng sáng chế

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

Để được cấp bằng sáng chế cần phải có:

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

2. Luật thương hiệu

Hệ thống thương hiệu của Ý cấp cho các chủ sở hữu thương hiệu độc quyền, quyền sử dụng mới, hợp pháp và có khả năng phân biệt bằng dấu hiệu đồ họa riêng. Điều này bao gồm quyền yêu cầu tịch thu bất kỳ hàng hóa nào vi phạm, như trong Hiệp định TRIPS. Theo luật pháp Ý, dấu hiệu ba chiều, âm thanh thể hiện, sự kết hợp của màu sắc và màu sắc ban đầu cũng là dấu hiệu để thực thi hiệu lực.

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

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

3. Bảo vệ thiết kế:

Bảo vệ thiết kế sẽ có đủ điều kiện khi:

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

4. Luật bản quyền

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

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

❖ Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ ở Ý

Văn phòng IP: [Ufficio Italiano Brevetti e Marchi](#)

Cục Bản quyền tác giả: [SIAE Societa' Italiana degli Autori ed Editori](#)

Cục Bản quyền tác giả: MIC Direzione Generale Biblioteche e Diritto D'Autore

<https://www.librari.beniculturali.it/opencms/it/>

Dữ liệu về luật IP: [WIPO IP law database Italy](#)

SHTT trong EU và các tổ chức quốc tế:

- [Copyright in the EU](#)
- [European Patent Office \(EPO\)](#)
- [European Union Intellectual Property Office \(EUIPO\)](#)
- [Database of laws of the World Intellectual Property Organization \(WIPO Lex\)](#)

Bán hàng cho khu vực công

1. Bán hàng cho chính phủ

Hệ thống mua sắm công của Ý bị ràng buộc bởi hai văn bản: Hiệp định WTO về Mua

sắm Chính phủ ([GPA](#)) và các chỉ thị mua sắm công của EU. Bằng việc đưa ra một loạt các nghị định pháp luật kể từ khi GPA trở thành một phần của pháp luật EU, nói chung luật mua sắm công của Ý đã tuân thủ các nghĩa vụ quốc tế trên. Ý có hơn 30.000 hợp đồng mua sắm công từ trung ương đến địa phương phải tuân thủ Chỉ thị EU về mua sắm công. Các bộ của chính phủ Ý là các cơ quan trung ương ký hợp đồng chính. Ở cấp địa phương, cơ quan ký hợp đồng chủ yếu bao gồm các vùng, các tỉnh, thành phố; các sở ngành được kiểm soát bởi chính quyền đô thị; các cơ quan y tế địa phương chịu trách nhiệm đối với quản lý bệnh viện. Chính phủ Ý đang nỗ lực giảm số lượng cơ quan ký hợp đồng và đơn giản hóa các quy trình và thủ tục mua sắm.

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

2. Mua sắm điện tử

Nhu cầu của khu vực công Ý trong việc cải thiện hiệu quả đang thúc đẩy sự phát triển của mua sắm điện tử. Để hợp lý hóa chi tiêu cho hàng hóa và dịch vụ, văn phòng chính quyền trung ương và địa phương của Ý đều sử dụng Sàn Thương mại Điện tử Hành chính công của Ý (MEPA), một nền tảng mua sắm điện tử được quản lý bởi Consip SpA - cơ quan mua sắm trung ương của Ý, do Bộ Kinh tế và Tài chính Ý (MEF) sở hữu 100% thông qua bộ phận "Acquisti in Rete PA" (Mua sắm công trực tuyến) của MEF quản lý. MEPA kết nối các cơ quan công quyền của Ý với hàng nghìn nhà cung cấp trên khắp nước Ý.

Khu vực công sử dụng nguồn cung ứng điện tử để mua hầu hết các thiết bị công nghệ thông tin và đồ dùng văn phòng, đồ nội thất và đồng phục. Dịch vụ mua sắm trực tuyến cũng đang phát triển, đặc biệt là trong các lĩnh vực năng lượng (nhiên liệu, điện), dịch vụ in ấn, cho thuê xe, dịch vụ vệ sinh và dịch vụ tài chính.

Thông báo về các cuộc đấu thầu mua sắm công được đăng trên Tenders Electronic Daily ([TED](#)) của EU.

Các công ty nước ngoài nên có đại diện đại lý/ nhà phân phối thay vì cố gắng giao dịch trực tiếp với các cơ quan chính phủ Ý. Một phần là do nhiều cơ quan ký hợp đồng thường

nhằm mục tiêu vào thị trường mua sắm địa phương trước, bao gồm các công ty con, chi nhánh và đại lý của các công ty nước ngoài.

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

Quan hệ ngoại giao Việt Nam – Ý

Việt Nam và Ý chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 23/3/1973. Quan hệ chính trị giữa hai nước từ đầu những năm 90 được củng cố và phát triển. Ý là nước Tây Âu đầu tiên tích cực ủng hộ việc tăng cường hợp tác giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu, trên các diễn đàn quốc tế lớn cũng như việc bình thường hoá quan hệ giữa Việt Nam và các tổ chức tài chính, thương mại, tiền tệ quốc tế đầu những năm 90. Trong các cuộc tiếp xúc, Lãnh đạo cấp cao Ý khẳng định quyết tâm thúc đẩy quan hệ hợp tác nhiều mặt với Việt Nam, coi Việt Nam là nước ưu tiên phát triển quan hệ ở khu vực Đông Nam Á. Ngày 21/01/2013, Việt Nam và Ý đã ký Tuyên bố chung về thiết lập quan hệ Đối tác chiến lược nhân chuyến thăm Ý cấp Nhà nước của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng. Hai bên đã xây dựng được nhiều cơ chế phối hợp như Đối thoại chiến lược cấp Thứ trưởng Ngoại giao, Đối thoại chính sách quốc phòng cấp Thứ trưởng Quốc phòng, Ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế.

1. Các chuyến thăm cấp cao giữa Việt Nam và Ý

1.1. Các đoàn Việt Nam thăm Ý:

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

1.2. Các đoàn Ý thăm Việt Nam:

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

1.3. Các cuộc tiếp xúc bên lề các hội nghị đa phương:

- Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng dự ASEM10 tại Milan và hội đàm với Thủ tướng Matteo Renzi bên lề Hội nghị (10/2014)
- Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc gặp Thủ tướng Matteo Renzi bên lề HN G7 mở rộng (5/2016)
- Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Phạm Bình Minh gặp Bộ trưởng Ngoại giao Paolo Gentiloni bên lề ASEM11 (7/2016)
- Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Phạm Bình Minh gặp Chủ nhiệm UBĐN Hạ viện Ý và Chủ nhiệm UBĐN Thượng viện Ý bên lề Đại hội đồng Liên hợp quốc (New York, 9/2016).
- Hai bên phối hợp chặt chẽ trên các diễn đàn quốc tế và đa phương như Liên hợp quốc, ASEM, ASEAN – EU, IPU...
- Lễ kỷ niệm 45 năm quan hệ ngoại giao Việt Nam - Ý (23/03/1973-23/03/2018) đã được tổ chức tại thủ đô Roma, Ý vào ngày 30/3/2018.

2. Ủy ban Hỗn hợp về Hợp tác Kinh tế Việt Nam - Ý

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

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

3. Về hợp tác phát triển

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

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

Tháng 3/2014, Ý thông báo dừng cam kết viện trợ phát triển cho Việt Nam cho từng giai

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

4. Hợp tác địa phương

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

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

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

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

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

Hai bên thường xuyên tổ chức các tuần lễ/tháng văn hoá tại Ý và Việt Nam. Hai nước đã tổ chức thành công sự kiện Năm Việt Nam tại Ý và Năm Ý tại Việt Nam 2013 nhân dịp kỷ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao (1973-2013). Việt Nam đã tham dự tích

cực tại Triển lãm Toàn cầu Expo 2015 được tổ chức tại Milan (01/5-31/10/2015), có Nhà triển lãm được đánh giá là một trong những nhà trưng bày đẹp nhất tại Expo. Từ năm 2003 đến 2013, Chính phủ Ý phối hợp với UNESCO giúp đỡ Việt Nam trùng tu khu di tích Mỹ Sơn với tổng kinh phí 1,5 triệu USD.

Số lượng sinh viên tại Ý tăng nhanh trong một vài năm gần đây, khoảng 1000 sinh viên và nghiên cứu sinh đang học tập tại Ý, tập trung chủ yếu tại khu vực miền Bắc Ý (Milan 447 người, Trento 213 người, Turin 161 người...). Việt Nam và Ý đã ký kết và hợp tác 72 dự án giáo dục, đào tạo. Hàng năm, Bộ Ngoại giao Ý dành cho Việt Nam một số học bổng cho các khoá học tiếng Ý và cao học, mở các khoá học tiếng Ý tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh.

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

6. Cộng đồng người Việt Nam tại Ý

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

7. Một số hiệp định ký kết

- Hiệp định khung về Hợp tác Kinh tế, Công nghiệp và Kỹ thuật (1989)
- Hiệp định Khuyến khích và Bảo hộ đầu tư (1990)
- Hiệp định Hợp tác Văn hoá (1990)
- Hiệp định khung về hợp tác khoa học – công nghệ (1992)
- Hiệp định hoãn nợ (8/1994)
- Hiệp định tránh đánh thuế hai lần (11/1996)
- Hiệp định Hợp tác về Con nuôi (13/6/2003)
- Hiệp định về Hợp tác Du lịch (2009)
- Hiệp định miễn thị thực cho người mang hộ chiếu ngoại giao (2010)
- Hiệp định chuyển đổi nợ (2010)
- Hiệp định hợp tác giữa Việt Nam và Vùng Lombardia (2010)
- Hiệp định vận tải hàng không (2013)

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

Thương mại song phương Việt Nam - Ý

1. Giao thương giữa Việt Nam - Ý

Ý hiện là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam trong Liên minh châu Âu (EU), sau Hà Lan và Đức. Mặt khác, Việt Nam cũng là đối tác thương mại lớn nhất của Ý trong khối ASEAN với kim ngạch thương mại song phương liên tục tăng qua các năm. Ý là quốc gia xếp hạng thứ 20 trong số những quốc gia Việt Nam có kim ngạch xuất nhập khẩu lớn nhất. Trong khi đó, Việt Nam là một trong 20 quốc gia mà Chính phủ Ý ưu tiên hợp tác thúc đẩy thương mại đầu tư.

Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng là đối tác thương mại lớn nhất của Ý trong khối ASEAN với kim ngạch thương mại song phương liên tục tăng qua các năm. Xuất khẩu của Việt Nam sang Ý tăng trưởng mạnh với mức độ trung bình 10-15% mỗi năm và liên tục duy trì vị trí xuất siêu.

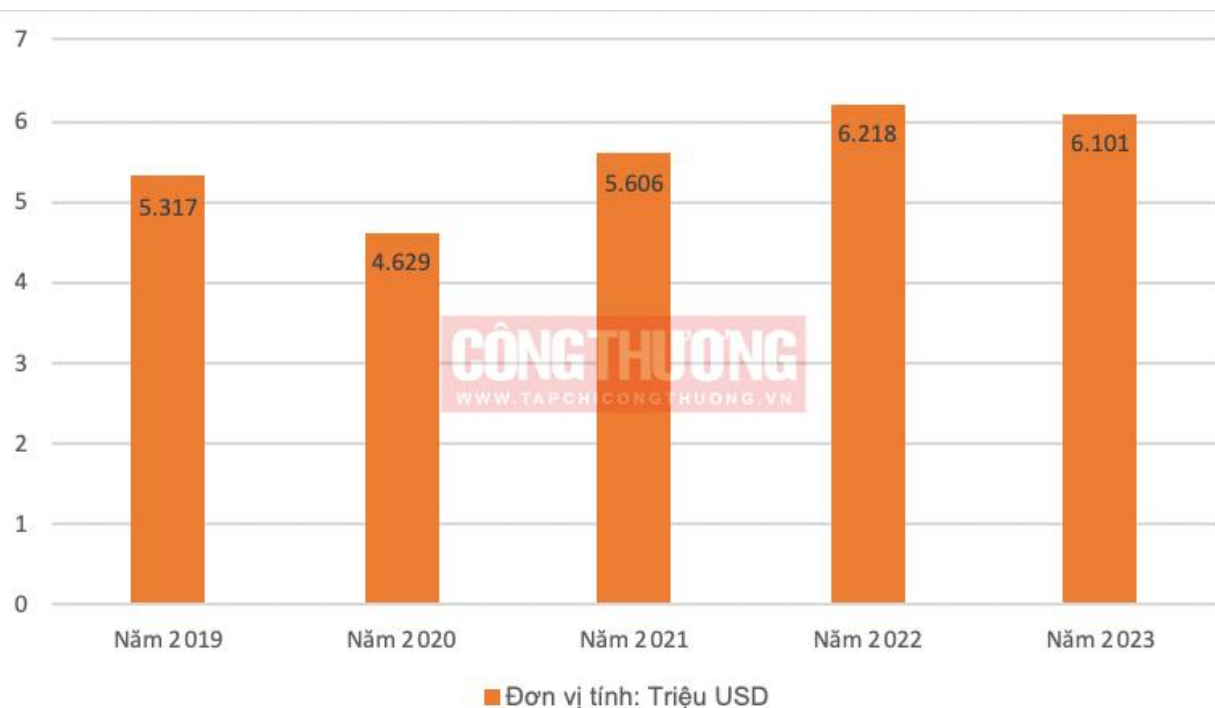
Một trong những thuận lợi cho tăng trưởng thương mại giữa hai nước đó là Việt Nam và Ý có những điểm tương đồng về cơ cấu kinh tế khi có nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ, nền kinh tế hai nước cũng có sự hỗ trợ lẫn nhau về ngành hàng cũng như sản phẩm. Ý là một quốc gia có thế mạnh về công nghiệp với nhiều lĩnh vực đa dạng, mức thu nhập bình quân đầu người tương đương với Anh và Pháp. Tuy nhiên, để phục vụ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước, Ý nhập khẩu rất nhiều nguyên liệu thô dùng cho các ngành sản xuất công nghiệp, năng lượng và nhiều sản phẩm tiêu dùng như nông sản, thực phẩm....

Đặc biệt, việc thực thi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) đã tạo ra bước ngoặt quan trọng, thúc đẩy mạnh mẽ trao đổi thương mại giữa Việt Nam - EU nói chung và Việt Nam - Ý nói riêng trong thời gian qua.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trong năm 2023, tổng kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Ý đạt 6,1 tỷ USD, giảm nhẹ 1,89% so với năm 2022; trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 4,5 tỷ USD, tăng 1,00% so với năm 2022; kim ngạch nhập khẩu đạt 1,6 tỷ USD, giảm 9,04%. Hai nước đang phấn đấu sớm đưa kim ngạch hai chiều lên 7 tỷ USD. Hiệp định EVFTA có hiệu lực đúng vào thời điểm dịch bệnh Covid

19 bùng phát nên có nhiều ý nghĩa quan trọng đối với hai quốc gia; Hiệp định đã góp phần giảm thiểu những ảnh hưởng tiêu cực của dịch bệnh đối với nền kinh tế hai nước, góp phần duy trì trao đổi thương mại song phương ở mức ổn định. Đáng chú ý, kim ngạch thương mại song phương giữa hai nước trong năm 2022 vẫn tăng so với năm 2021, đạt 6,2 tỷ USD, cao nhất trong giai đoạn 2019 – 2023.

Kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Ý giai đoạn 2019 - 2023



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong 6 tháng đầu năm 2024, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Ý đạt 3,4 tỷ USD, tăng 9,5% so với cùng kỳ năm 2023. Trong đó, xuất khẩu sang Ý đạt 2,5 tỷ USD, tăng 9,2%; nhập khẩu từ Ý đạt 0,88 tỷ USD, tăng 10,3%.

Trong 6 tháng đầu năm 2024, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Ý đạt 3,4 tỷ USD, tăng 9,5% so với cùng kỳ năm 2023. Trong đó, xuất khẩu sang Ý đạt 2,5 tỷ USD, tăng 9,2%; nhập khẩu từ Ý đạt 0,88 tỷ USD, tăng 10,3%. Thặng dư thương mại với Ý đạt 1,6 tỷ USD, cao hơn mức 1,51 tỷ USD của cùng kỳ năm 2023.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Ý là thủy sản, cà phê, dệt may, giày dép, điện thoại, máy tính, gỗ và sản phẩm gỗ, sắt thép các loại. Đáng chú ý, Việt Nam là nguồn cung lớn nhất trong số những nguồn nhập khẩu hạt điều bóc vỏ vào Ý, chiếm khoảng 60-70% tổng kim ngạch nhập khẩu hạt điều của Ý.

Ngược lại, các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Ý là máy móc thiết bị phụ

tùng, nguyên phụ liệu dệt may, da giày, vải các loại, dược phẩm, hóa chất...

Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Ý trong tháng 6 và 6 tháng đầu năm 2024

Mặt hàng chủ yếu	Tháng 06/2024	6 tháng năm 2024
	<i>Đvt: USD</i>	
<i>Tổng giá trị</i>	<i>469.680.184</i>	<i>4.146.459.214</i>
Hàng thủy sản	5.038.427	78.467.795
Hàng rau quả	1.432.856	11.017.682
Hạt điều	3.127.573	30.006.548
Cà phê	15.737.044	369.190.660
Hạt tiêu	680.806	7.412.313
Hóa chất	2.266.776	22.390.299
Chất dẻo nguyên liệu	11.149.338	82.883.226
Sản phẩm từ chất dẻo	2.595.257	21.348.486
Cao su	1.553.161	20.525.351
Sản phẩm từ cao su	1.367.804	18.095.963
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	6.482.677	75.031.256
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	1.472.435	12.946.648
Gỗ và sản phẩm gỗ	1.272.025	14.834.651
Xơ, sợi dệt các loại	1.462.052	17.037.730
Hàng dệt, may	31.842.361	282.941.759
Giày dép các loại	57.111.215	356.044.825
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	3.644.482	35.719.442
Sản phẩm gốm, sứ	852.795	8.491.717
Sắt thép các loại	99.653.687	744.983.695
Sản phẩm từ sắt thép	4.194.770	41.054.658
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	69.732.692	467.420.101

Điện thoại các loại và linh kiện	39.675.059	451.906.752
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	67.302.003	384.444.262
Phương tiện vận tải và phụ tùng	20.108.171	299.288.812
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	1.098.347	19.325.552
Hàng hóa khác	18.826.372	273.649.031

Nguồn: TCHQ 2024

Hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Ý trong tháng 6 và 6 tháng đầu năm 2024

Mặt hàng chủ yếu	Tháng 06/2024	6 tháng năm 2024
	<i>Đvt: USD</i>	
<i>Tổng giá trị</i>	<i>189.972.669</i>	<i>1.621.170.056</i>
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	322.912	9.618.844
Nguyên phụ liệu thuốc lá	N/A	341.041
Hóa chất	1.499.831	19.136.131
Sản phẩm hóa chất	6.751.785	72.198.345
Nguyên phụ liệu dược phẩm	609.696	8.006.314
Dược phẩm	34.165.059	252.527.076
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	2.137.844	26.276.734
Chất dẻo nguyên liệu	1.072.720	11.430.284
Sản phẩm từ chất dẻo	2.483.157	26.732.077
Sản phẩm từ cao su	1.601.224	11.898.282
Gỗ và sản phẩm gỗ	2.758.667	38.869.49
Giấy các loại	480.271	8.262.221
Vải các loại	12.229.308	115.649.166
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	21.442.512	193.000.132
Sắt thép các loại	239.543	1.227.434
Sản phẩm từ sắt thép	2.862.942	28.752.495

Kim loại thường khác	334.549	5.954.398
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	1.423.207	14.788.129
Hàng điện gia dụng và linh kiện	339.539	4.325.154
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	43.752.525	382.998.275
Linh kiện, phụ tùng ô tô	591.222	5.857.536
Hàng hóa khác	52.874.157	383.320.494

Nguồn: TCHQ 2024

2. Cán cân thương mại giữa Ý và Việt Nam giai đoạn 2019 - 2023

Đơn vị tính: nghìn USD

Năm	2019	2020	2021	2022	2023
Ý xuất khẩu sang Việt Nam	1.454.436	1.205.726	1.398.894	1.429.745	1.326.496
Ý nhập khẩu từ Việt Nam	3.511.333	3.269.732	4.168.786	5.114.444	4.797.367
Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Ý và Việt Nam	4.965.769	4.475.458	5.567.680	6.544.189	6.123.863
Cán cân thương mại giữa Ý và Việt Nam	-2.056.897	-2.064.006	-2.769.892	-3.684.699	-3.470.898

Nguồn: Trademap 2024

3. Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Ý năm 2023

Năm 2019, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ý đạt giá trị 3,51 tỷ USD, tăng 22% so với năm 2018. Việt Nam xuất khẩu nhiều mặt hàng sang Ý chiếm thị phần 2% trong tổng nhập khẩu của Ý từ thế giới. Việt Nam xếp thứ 15 trong tổng số các quốc gia và vùng lãnh thổ cung cấp hàng hóa sang thị trường Ý.

Các nhóm hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Ý trong năm 2019 là:

- Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ tùng của các loại máy trên (HS 85)
- Sắt và thép (HS 72)
- Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự (HS 64)

- Cà phê, chè, chè paragoay và các loại gia vị (HS 09)
- Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng (HS 84)
- Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện, và các bộ phận và phụ tùng của chúng (HS 87)
- Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS 62)
- Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS 61)
- Các sản phẩm làm bằng da thuộc; bộ đồ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ tơ ruột con tằm) (HS 42)
- Plastic và các sản phẩm bằng plastic (HS 39)

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị xuất khẩu năm 2023 (Đvt: Nghìn USD)	Tăng trưởng xuất khẩu năm 2023 so với năm 2022 (%)	Tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn 2019 – 2023 (%)
Tổng cộng		4.797.367	-6	11
85	Máy điện và thiết bị điện...	1.090.045	2	-6
72	Sắt và thép	1.019.482	33	125
64	Giày, dép, ghệt	406.792	-20	9
09	Cà phê, chè	379.536	1	17
84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi...	366.833	8	3
87	Xe cộ...	238.440	-11	21
62	Hàng may mặc không dệt kim hoặc móc...	167.868	-20	4
61	Hàng may mặc dệt kim hoặc móc...	122.699	-20	5
42	Sản phẩm làm bằng da thuộc...	118.299	-23	11
39	Plastic...	106.274	-26	32

Nguồn: Trade map 2024

3.1. Máy điện và thiết bị điện... (HS 85)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	1.392.253	1.172.828	1.218.999	1.066.400	1.090.033
Nhập khẩu từ thế giới	36.921.931	36.364.995	47.720.292	56.000.732	55.273.726

Nguồn: Trade map 2024

Năm 2023, Việt Nam xuất khẩu hơn 1,09 tỉ USD nhóm hàng (HS 85) sang thị trường Ý. Xuất khẩu tăng trưởng 2% so với năm 2022, tuy nhiên nhìn chung trên toàn giai đoạn 2019 – 2023, trung bình tăng trưởng xuất khẩu giảm 6%/năm.

Việt Nam nằm trong top 10 các quốc gia hàng đầu xuất khẩu nhóm hàng (HS 85) vào Ý. Nhà xuất khẩu hàng đầu là Trung Quốc, chiếm thị phần lớn nhất tại Ý (22,9%); kế đến là Đức (18%), Hà Lan (10,6%); Pháp (4,8%)...

Các sản phẩm xuất khẩu chính thuộc nhóm hàng (HS 85) gồm:

- (HS 8517) Bộ điện thoại, kể cả điện thoại di động (telephones for cellular networks) hoặc điện thoại dùng cho mạng không dây khác; thiết bị khác để truyền và nhận tiếng, hình ảnh hoặc dữ liệu khác, kể cả các thiết bị viễn thông nối mạng hữu tuyến hoặc không dây (như loại sử dụng trong mạng nội bộ hoặc mạng diện rộng), trừ loại thiết bị truyền và thu của nhóm 84.43, 85.25, 85.27 hoặc 85.28.
- (HS 8507) Ấc qui điện, kể cả tấm vách ngăn của nó, hình chữ nhật hoặc hình khác (kể cả hình vuông)
- (HS 8501) Động cơ điện và máy phát điện (trừ tổ máy phát điện)

Sản phẩm (HS 8517) là sản phẩm xuất khẩu nhiều nhất thuộc nhóm hàng (HS 85) của Việt Nam sang Ý trong năm 2023, đạt hơn 869,3 triệu USD, tăng 6% so với năm 2022. Xét về tăng trưởng, giá trị xuất khẩu bình quân mỗi năm giảm 9% và khối lượng giảm 1%/năm trong giai đoạn 2019 – 2023. Trung Quốc là nhà cung ứng hàng đầu (HS 8517) vào Ý, chiếm 34,8% thị phần; xếp sau Trung Quốc là Hà Lan với 15,4% thị phần; kế đến là Đức với 8,4%; Việt Nam xếp vị trí thứ 4 với 7,2% thị phần.

Nhà xuất khẩu lớn nhất sản phẩm (HS 8507) vào thị trường Ý là Trung Quốc, chiếm 34,3% tỷ trọng trong tổng nhập khẩu sản phẩm này của Ý; kế đến là Hungary (20,7%);

Đức (12,6%); Phần Lan (7,4%)... Việt Nam xếp thứ 13 chỉ chiếm thị phần khá nhỏ là 0,9%, với tổng kim ngạch xuất khẩu đạt hơn 40 triệu USD vào Ý. Trong giai đoạn 2019 – 2023, trung bình xuất khẩu tăng trưởng 2%/năm về khối lượng và 5%/năm về giá trị; riêng giai đoạn 2022 – 2023 giá trị xuất khẩu giảm 10%.

Với thị phần 1,6%, Việt Nam là nhà cung cấp xếp vị trí thứ 14 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu sản phẩm (HS 8501) vào thị trường Ý, với tổng giá trị xuất khẩu trong năm 2023 đạt hơn 35,6 triệu USD, giảm 26% so với năm 2022. Trung bình mỗi năm giá trị xuất khẩu tăng trưởng 7% tính chung trên toàn giai đoạn 2019 – 2023. Trung Quốc và Đức là hai nhà cung cấp hàng đầu của Ý, với thị phần tương ứng lần lượt là 26,1% và 23,6%; kế đến là Phần Lan, chiếm 4,3%; Hà Lan (4,2%) và Séc (4,2%)...

3.2. Sắt và thép (HS 72)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	65.766	55.239	509.664	768.478	1.019.482
Nhập khẩu từ thế giới	19.374.527	14.855.335	28.486.680	31.965.675	25.405.952

Nguồn: Trade map 2024

Việt Nam chiếm tỷ trọng 4% trong tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng (HS 72) của Ý từ thế giới. Nhà cung ứng giữ ngôi đầu bảng là Đức (14%), kế đến là Pháp (8,1%); Trung Quốc (7,4%); Ấn Độ (7,3%); Áo (5,5%); Nga (5%); Hàn Quốc (4,6%); Tây Ban Nha (4,4%); và Việt Nam xếp thứ 9. Giai đoạn năm 2019 – 2023, bình quân mỗi năm xuất khẩu tăng trưởng 125%; riêng năm 2023 xuất khẩu tăng 33% so với năm 2022, với tổng giá trị xuất khẩu sang thị trường Ý đạt hơn 1 tỉ USD.

Các mặt hàng xuất khẩu chính thuộc nhóm (HS 72) từ Việt Nam sang Ý gồm:

- Các sản phẩm sắt hoặc thép không hợp kim được cán phẳng, có chiều rộng từ 600mm trở lên, được cán nóng, chưa phủ, mạ hoặc tráng (HS 7208)
- Sắt hoặc thép không hợp kim ở dạng bán thành phẩm (HS 7207)
- Các sản phẩm của thép không gỉ cán phẳng, có chiều rộng từ 600 mm trở lên (HS 7219)

Ấn Độ là quốc gia xuất khẩu lớn nhất mặt hàng (HS 7208) vào thị trường Ý, với 12,5% thị phần. Pháp và Việt Nam xếp sau Ấn Độ chiếm thị phần bằng nhau ở mức 12,4%.

Tuy nhiên, Pháp là nhà xuất khẩu lớn thứ 2 xếp sau Ấn Độ, với giá trị xuất khẩu đạt gần 611 triệu USD. Việt Nam xếp thứ 3, có kim ngạch xuất khẩu sang Ý đạt khoảng 608,6 triệu USD. Xét về tăng trưởng giá trị xuất khẩu trong giai đoạn 2019 - 2023, trung bình mỗi năm xuất khẩu tăng 146% về giá trị và tăng 118% về khối lượng. Riêng giai đoạn 2022 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng 97%.

Mặt hàng (HS 7207) được Việt Nam xuất khẩu sang Ý trong năm 2023 đạt khoảng 204,3 triệu USD, tăng 179% so với năm 2022, và bình quân mỗi năm tăng 2.979% trong giai đoạn 2019 – 2023. Việt Nam là một trong 3 cung cấp hàng đầu mặt hàng này sang Ý; xếp thứ nhất là Nga, với thị phần là 25,3%; kế đến là Trung Quốc (23,9%) và Việt Nam chiếm 11%.

Sản phẩm xuất khẩu chủ lực xếp thứ 3 của nhóm hàng (HS 72) từ Việt Nam vào Ý năm 2023 là (HS 7219), với tổng kim ngạch xuất khẩu đạt hơn 123,8 triệu USD, giảm 21% so với năm 2022. Trung bình tăng trưởng xuất khẩu đạt 74%/năm về giá trị và 57%/năm về khối lượng trong giai đoạn 2019 – 2023. Ý nhập khẩu (HS 7219) nhiều nhất từ Phần Lan, kế đến là Pháp và Bỉ. Thị phần của các quốc gia này tại Ý lần lượt tương ứng là 17,1%, 14,8% và 11,2%. Việt Nam xếp thứ 10, chiếm 4% thị phần.

3.3. Giày, dép, ghệt... (HS 64)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	342.3466	292.781	343.550	507.549	406.792
Nhập khẩu từ thế giới	6.874.968	5.914.352	7.139.624	8.799.136	8.707.07

Nguồn: Trade map 2024

Năm 2023, nhóm hàng (HS 64) được Việt Nam xuất khẩu sang Ý có mức tăng trưởng giảm 20% so với năm 2022, với tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường này đạt khoảng 407 triệu USD. Giai đoạn 2019 – 2023, bình quân mỗi năm xuất khẩu tăng trưởng 9%/năm. Việt Nam là một trong 10 nhà xuất khẩu hàng đầu nhóm hàng này sang Ý. Nhà xuất khẩu hàng đầu vào Ý là Trung Quốc, chiếm 12,7% tỷ trọng trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Ý từ thế giới. Xếp sau Trung Quốc là Bỉ với thị phần 10,5%; kế đến là Pháp (9,4%); Hà Lan (8,5%); Romania (8,2%); Đức (8,2%); Albania (5,6%) và Việt Nam xếp thứ 9 chiếm 4,7% thị phần; xếp thứ 10 là Tunisia (4,1%)...

Các sản phẩm chính thuộc nhóm hàng (HS 64) xuất khẩu sang Ý gồm:

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

Năm 2023, Bỉ là quốc gia xuất khẩu hàng đầu sản phẩm (HS 6404) sang thị trường Ý, chiếm 18,6% thị phần. Xếp sau Bỉ là Pháp với 14,6% thị phần; Trung Quốc (14,5%); Đức (10,2%) và Việt Nam xếp vị trí thứ 5; kế đến là Hà Lan (6,5%); Tây Ban Nha (6%) và Thụy Sĩ (3,2%)... Cũng trong năm này, xuất khẩu (HS 6404) từ Việt Nam sang Ý đạt hơn 184,2 triệu USD, chiếm tỷ trọng 9,3% trong tổng nhập khẩu (HS 6404) của Ý từ thế giới. Xét về tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2019 – 2023, về khối lượng trung bình mỗi năm xuất khẩu tăng trưởng 6% và bình quân tăng trưởng 16%/năm về giá trị. Riêng năm 2023, tăng trưởng giá trị xuất khẩu (HS 6404) của Việt Nam vào Ý giảm 23%.

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

Năm 2023, Việt Nam xuất khẩu sản phẩm (HS 6403) vào thị trường Ý đạt khoảng 129,8 triệu USD, giảm 20% so với năm trước. Tính chung trên toàn giai đoạn 2019 – 2023, bình quân mỗi năm xuất khẩu tăng 1% về giá trị nhưng giảm 3% về khối lượng. Hà Lan là nhà cung cấp lớn nhất tại thị trường Ý, với 13,1% thị phần; kế đến là Bỉ (10,9%); Pháp (10,5%); Romania (9,5%); Trung Quốc (8,3%); Đức (8,1%); Thụy Sĩ (4,6%); Albania (4,1%); Tây Ban Nha (4%) và Việt Nam xếp thứ 10, chiếm 3,7% thị phần.

- Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic (HS 6402)

Năm 2023, sản phẩm thứ 3 đạt giá trị xuất khẩu cao thuộc nhóm hàng (HS 64) từ Việt Nam sang Ý là (HS 6402) với tổng kim ngạch xuất khẩu đạt hơn 64 triệu USD, tăng 1% so với năm trước. Giai đoạn 20019 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng bình quân 15%/năm về giá trị và 9%/năm về khối lượng. Chiếm phần lớn thị phần tại thị trường Ý là Trung Quốc, với 25,2%; tiếp đến là Đức (11,%); Tây Ban Nha (8,9%); Bỉ (8,5%)... và Việt Nam (3,7%) xếp vị trí thứ 10.

3.4. Cà phê, chè... (HS 09)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	227.341	226.699	237.944	376.391	379.536
Nhập khẩu	1.803.812	1.711.689	1.974.892	2.823.463	2.694.654

từ thể giới					
-------------	--	--	--	--	--

Nguồn: Trade map 2024

Giai đoạn năm 2019 – 2023, xuất khẩu nhóm hàng (HS 09) từ Việt Nam sang Ý giảm nhẹ vào năm 2020, sau đó tăng dần vào năm 2021, 2022 và 2023. Kim ngạch xuất khẩu (HS 09) của Việt Nam vào thị trường Ý trong năm 2023 đạt hơn 379,5 triệu USD, tăng 1% so với năm 2022. Nhìn chung trên toàn giai đoạn 2019 – 2023, giá trị xuất khẩu tăng trưởng trung bình 17%/năm.

Việt Nam là một trong ba nhà cung ứng cà phê lớn nhất tại thị trường Ý, chiếm 14,1% thị phần, xếp vị trí thứ 2. Nhà cung ứng lớn nhất là Brazil (29,4%) và Uganda xếp thứ 3 với thị phần 9,6%.

Sản phẩm xuất khẩu chủ lực của nhóm hàng (HS 09) từ Việt Nam sang Ý trong năm 2023 gồm:

- Cà phê, rang hoặc chưa rang, đã hoặc chưa khử chất caphêin; vỏ quả và vỏ lụa cà phê; các chất thay thế cà phê có chứa cà phê theo tỷ lệ nào đó (HS 0901)

Việt Nam là nhà cung ứng cà phê lớn thứ hai của thị trường Ý, xếp sau Brazil. Thị phần cà phê của Việt Nam tại Ý là 15,1%, trong khi Brazil là 31,7%. Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Ý trong năm này đạt hơn 373,4 triệu USD, tăng 1% so với năm 2022. Tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn 2019 – 2023, trung bình mỗi năm xuất khẩu tăng 4%/năm về khối lượng và tăng 16%/năm về giá trị.

Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan, lũy kế 10 tháng đầu năm 2024, Việt Nam xuất khẩu cà phê sang thị trường Ý với 106.341 tấn (giảm 10,9% so với cùng kỳ). Trái ngược với đà giảm về lượng, kim ngạch xuất khẩu cà phê sang Ý tăng 38,7% so với cùng kỳ, đạt 369 triệu USD.

Dự báo thị trường cà phê Ý sẽ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 3,35%/năm trong giai đoạn 2024 - 2029. Kết quả điều tra thị trường cho thấy, cà phê Robusta thống trị thị trường cà phê tại Ý, với 56% thị phần vào năm 2023. Gần đây, hạt cà phê Robusta rất được ưa chuộng do có hàm lượng caffeine cao khiến chúng ít chua hơn và đậm đà hơn. Đây cũng được cho là cơ hội lớn cho các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam, khi Việt Nam có lợi thế về xuất khẩu Robusta hơn với nhiều đối thủ khác.

- Hạt tiêu thuộc chi Piper; quả ớt thuộc chi Capsicum hoặc chi Pimenta, khô, xay hoặc nghiền (HS 0904)

Mặt hàng xuất khẩu chủ lực thứ hai của nhóm hàng (HS 09) là (HS 0904). Xuất khẩu

(HS 0904) của Việt Nam sang Ý trong năm 2023 đạt hơn 5 triệu USD, giảm 20% so với năm 2022. Giai đoạn 2019 – 2023, trung bình xuất khẩu tăng 3%/năm về khối lượng và tăng 18%/năm về giá trị. Pháp là nhà cung cấp lớn nhất tại thị trường Ý, với 21,7% thị phần; tiếp theo là Đức (15,4%) và Việt Nam xếp thứ ba với 12,9% thị phần.

3.5. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi... (HS 84)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	294.798	401.645	306.757	339.774	366.833
Nhập khẩu từ thế giới	46.789.827	43.750.924	54.691.948	58.607.396	58.512.935

Nguồn: Trade map 2024

Năm 2023, Việt Nam đã xuất khẩu nhóm hàng (HS 84) sang thị trường Ý với giá trị xuất khẩu đạt hơn 366,8 triệu USD, tăng 8% so với năm trước, và trung bình xuất khẩu tăng 3%/năm trong giai đoạn 2019 – 2023.

Việt Nam xếp thứ 25 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu nhóm hàng (HS 84) vào thị trường Ý, với thị phần khá nhỏ, chỉ 0,6%. Nhà xuất khẩu hàng đầu là Đức với 24,2% thị phần; tiếp đến là Trung Quốc (14,4%); Hà Lan (8,5%) và Pháp (6,7%)...

Sản phẩm xuất khẩu chính thuộc nhóm hàng (HS 84) từ Việt Nam vào Ý gồm:

- (HS 8471) Máy xử lý dữ liệu tự động và các khối chức năng của chúng; đầu đọc từ tính hay đầu đọc quang học, máy truyền dữ liệu lên các phương tiện truyền dữ liệu dưới dạng mã hóa và máy xử lý những dữ liệu này, chưa được chi tiết hay ghi ở nơi khác
- (HS 8407) Động cơ đốt trong kiểu piston chuyển động tịnh tiến hoặc kiểu piston chuyển động quay tròn, đốt cháy bằng tia lửa điện
- (HS (8470) Máy tính và các máy ghi, sao và hiển thị dữ liệu loại bỏ túi có chức năng tính toán; máy kế toán; máy đóng dấu miễn cước bưu phí, máy bán vé và các loại máy tương tự, có gắn bộ phận tính toán; máy tính tiền

Xuất khẩu sản phẩm (HS 8471) của Việt Nam vào Ý trong năm 2023, đạt khoảng 118,5 triệu USD, tăng 51% so với năm 2022. Tuy nhiên tăng trưởng xuất khẩu tính chung trên toàn giai đoạn 2019 – 2023 lại giảm cả về khối lượng lẫn giá trị với mức giảm bình quân mỗi năm tương ứng là -3% và -7%. Việt Nam xếp thứ 9 trong số các nhà cung ứng (HS

8471) vào Ý, chiếm tỷ trọng 2% tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm này của Ý từ thế giới. Các nhà cung ứng hàng đầu là Hà Lan, chiếm 30,4% thị phần; tiếp theo là Trung Quốc (26,1%); Đức (9,4%); và Ireland (5,9%)...

Với 10,5% thị phần tại Ý, Việt Nam giữ vị trí thứ ba trong số các nhà cung cấp mặt hàng (HS 8407) vào thị trường này. Kim ngạch xuất khẩu (HS 8407) của Việt Nam sang Ý trong năm 2023 đạt gần 76,3 triệu USD, tăng 89% so với năm 2022. Giai đoạn 2022 – 2023, trung bình xuất khẩu tăng trưởng 34%/năm về giá trị và tăng 24%/năm về khối lượng. Nhà cung cấp lớn nhất (HS 8407) cho thị trường Ý là Phần Lan, với thị phần là 34,8%; xếp thứ 2 là Nhật Bản (15,1%); và Bỉ giữ vị trí thứ tư với 10% thị phần.

Tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm (HS 8470) trong 2023 của Việt Nam sang Ý trong năm 2023 đạt hơn 75,7 triệu USD. Xét riêng về tăng trưởng trong giai đoạn 2019 -2023, trung bình xuất khẩu giảm 6%/năm về khối lượng và giảm 1%/năm về giá trị, riêng giai đoạn 2022 – 2023, tăng trưởng xuất khẩu giảm 30%. Với 26,4% thị phần, Trung Quốc là nhà cung ứng lớn nhất cho thị trường Ý; xếp thứ hai là Việt Nam chiếm 25,6% thị phần; tiếp theo là Pháp (17,6%) và Đức (6,2%)...

3.6. Xe cộ... (HS 87)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	125.416	142.272	192.149	266.941	238.440
Nhập khẩu từ thế giới	48.374.049	38.378.023	45.335.201	47.032.842	61.524.446

Nguồn: Trade map 2024

Năm 2023, Ý nhập khẩu nhóm hàng (HS 87) nhiều nhất từ Đức, kế đến là Tây Ban Nha và Pháp; Phần Lan và Thổ Nhĩ Kỳ. Thị phần của các nhà xuất khẩu này tại Ý lần lượt tương ứng là 27,5%; 11,3%; 9,1%; 6,5% và 5,2%. Việt Nam xếp vị trí thứ 25 trong số các nhà xuất khẩu nhóm hàng (HS 87) vào thị trường Ý, với thị phần khá nhỏ, chỉ 0,4%. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng (HS 87) của Việt Nam vào Ý đạt hơn 238,4 triệu USD, giảm 11% so với năm trước. Nhìn chung trong giai đoạn 2019 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng bình quân mỗi năm là 21%.

Hàng hóa thuộc nhóm (HS 87) đạt giá trị xuất khẩu cao từ Việt Nam sang Ý gồm:

- Mô tô (kể cả moped) và xe đạp có gắn động cơ phụ trợ, có hoặc không có thùng xe

bên cạnh; mô tô thùng (HS 8711)

- Bộ phận và phụ kiện của xe thuộc các nhóm từ 87.11 đến 87.13 (HS 8714)

Trong số các nhà cung ứng sản phẩm (HS 8711) sang thị trường Ý thì Việt Nam giữ vị trí thứ 4, chiếm tỷ trọng 7,7% trong tổng nhập khẩu (HS 8711) của Ý từ thế giới. Nhật Bản giữ ngôi đầu bảng, với 22,8% thị phần; kế đến là Trung Quốc (16,9%) và Đức (15,3%). Xếp sau Việt Nam là Pháp, với thị phần là 7,1% và Thái Lan (6,5%). Tổng giá trị xuất khẩu các sản phẩm (HS 8711) của Việt Nam vào Ý năm 2023 đạt khoảng 129,2 triệu USD, giảm 4% so với năm trước. Xuất khẩu tăng cả về khối lượng lẫn giá trị trong giai đoạn 2019 – 2023, với mức tăng trưởng bình quân mỗi năm là 26% về giá trị và 18% về khối lượng.

Năm 2023, Việt Nam xuất khẩu mặt hàng (HS 8714) sang thị trường Ý đạt khoảng 103,6 triệu USD. Về tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn 2019 – 2023 thì trung bình mỗi năm xuất khẩu tăng 15% về giá trị và tăng 4% về khối lượng, riêng giai đoạn 2022 – 2023 tăng trưởng xuất khẩu giảm 17%. Trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu (HS 8714) vào Ý, thì Trung Quốc xếp thứ nhất, chiếm 19,5% thị phần; kế đến là Đài Loan (13,9%), Nhật Bản (9,6%); Đức (9,4%) và Việt Nam xếp thứ 5 với thị phần là 8,5%.

3.7. Hàng may mặc không dệt kim hoặc móc... (HS 62)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	169.105	134.165	167.418	211.148	167.868
Nhập khẩu từ thế giới	8.265.314	7.504.374	7.734.167	9.306.280	9.658.123

Nguồn: Trade map 2024

Năm 2023, tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng (HS 62) của Việt Nam sang Ý đạt gần 167,9 triệu USD, giảm 20% so với năm trước. Giai đoạn 2019 – 2023, trung bình xuất khẩu tăng 4%/năm. Trung Quốc là nhà cung cấp lớn nhất của Ý, với thị phần là 14,9%; tiếp theo là Tây Ban Nha (11,1%); Pháp (8,2%); Romania (7,1%), Bangladesh (6,4%);... và Việt Nam xếp thứ 6, với 1,7% thị phần.

Sản phẩm xuất khẩu chính thuộc nhóm hàng (HS 62) từ Việt Nam vào Ý gồm:

- (HS 6201) Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không

tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai, trừ các loại thuộc nhóm 62.03

- (HS 6202) Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, trừ loại thuộc nhóm 62.04

Hàng hóa thuộc nhóm hàng (HS 6201) của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Ý trong năm 2023 đạt 54,8 triệu USD, giảm 19% so với năm 2022. Nhìn chung giai đoạn 2019 – 2023, trung bình mỗi năm xuất khẩu không tăng trưởng về giá trị và giảm 8% về khối lượng. Việt Nam xếp thứ 6 trong số các nhà cung ứng (HS 6201) của Ý, chiếm thị phần 4,6%. Nhà cung ứng lớn nhất là Trung Quốc, chiếm 27,9% thị phần; theo sau là Romania (14,5%); Hà Lan (5,6%); Pháp (5,5%); và Myanmar (4,7%).

Nhóm hàng xuất khẩu chính thứ hai từ Việt Nam vào Ý thuộc nhóm (HS 62) là (HS 6202), có giá trị xuất khẩu đạt 30 triệu USD. Giai đoạn 2019 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng cả về khối lượng lẫn giá trị, với mức tăng trưởng bình quân mỗi năm lần lượt tương ứng là 3% và 11%. Riêng giai đoạn 2022 – 2023, xuất khẩu giảm 38%. Việt Nam xếp thứ 10 trong số các nhà cung cấp (HS 6202) sang Ý, chiếm 2,4% thị phần. Nhà cung cấp lớn nhất là Trung Quốc (27,9%); kế đến là Romania (12,1%); Tây Ban Nha (7,8%); Pháp (7,4%); Myanmar (5,1%)...

3.8. Hàng may mặc dệt kim hoặc móc... (HS 61)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	115.880	108.034	118.190	153.361	122.699
Nhập khẩu từ thế giới	8.143.638	6.906.848	8.556.080	10.293.116	10.022.138

Nguồn: Trade map 2024

Trung Quốc là quốc gia xuất khẩu nhiều nhất nhóm hàng (HS 61) sang thị trường Ý và chiếm 10,7% thị phần. Theo sau Trung Quốc là Pháp (10,3%); Bangladesh (10,2%); Tây Ban Nha (9,2%); Hà Lan (8,6%) và Đức (6,8%). Việt Nam xếp vị trí thứ 19, với tổng kim ngạch xuất khẩu (HS 61) sang Ý trong năm 2023 đạt khoảng 122,7 triệu USD, giảm

20% so với năm 2022. Giai đoạn 2019 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng bình quân mỗi năm là 5%. Thị phần của Việt Nam tại Ý là 1,2%.

Mặt hàng thuộc nhóm (HS 61) đạt giá trị xuất khẩu cao được Việt Nam xuất khẩu sang Ý trong năm 2023 gồm:

- Áo phong, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc (HS 6109)

Mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu cao nhất thuộc nhóm hàng (HS 61) từ Việt Nam sang Ý trong năm 2023 là (HS 6109). Kim ngạch xuất khẩu (HS 6109) đạt gần 31 triệu USD, tăng 1% so với năm 2022. Tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2019 – 2023 trung bình mỗi năm tăng 15% về giá trị và tăng 11% về khối lượng. Việt Nam là nhà cung ứng thứ 17 của Ý, chiếm 1,5% thị phần. Các nhà cung ứng hàng đầu của Ý gồm: Bangladesh xếp thứ nhất (14,1%); giữ vị trí thứ hai là Pháp (10,5%); kế đến là Hà Lan (9,4%); Tây Ban Nha (9,3%), Đức (7,6%) và Bỉ (6,6%)...

- Bộ quần áo thể thao, bộ quần áo trượt tuyết và bộ quần áo bơi, dệt kim hoặc móc (HS 6112)

Năm 2023, Việt Nam là quốc gia xuất khẩu thứ 7 hàng hóa thuộc nhóm (HS 6112) vào thị trường Ý, chiếm 6% thị phần. Pháp là quốc gia xuất khẩu lớn nhất (10,6%); kế đến là Trung Quốc (10%); Đức (8%); Croatia (7,6%); Tây Ban Nha (7,3%) và Bỉ (7,2%)... Giá trị xuất khẩu nhóm hàng (HS 6112) của Việt Nam sang Ý đạt khoảng 19,6 triệu USD, giảm 10% so với năm 2022. Tuy nhiên, nhìn chung giai đoạn 2019 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng trung bình 3%/năm về giá trị và tăng 1%/năm về khối lượng.

- Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigans), gilê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc (HS 6110)

Trung Quốc là nhà cung cấp lớn nhất hàng hóa thuộc nhóm hàng (HS 6110) vào thị trường Ý, thị phần của Trung Quốc tại Ý là 13,8%. Kế đến là Pháp (13,5%); Bangladesh (10,7%); Hà Lan (8,5%), Tây Ban Nha (8,3%); Đức (5,2%)... và Việt Nam xếp thứ 24, chiếm thị phần khá khiêm tốn tại thị trường Ý, chỉ 0,6%. Tổng giá trị xuất khẩu nhóm hàng (HS 6110) từ Việt Nam vào Ý trong năm 2023 đạt hơn 18,2 triệu USD, giảm 16% so với năm 2022. Giai đoạn 2019 – 2023, tăng trưởng xuất khẩu giảm và khối lượng lẫn giá trị, với mức giảm tương ứng lần lượt là -10%/năm và -1%/năm.

3.9. Sản phẩm làm bằng da thuộc... (HS 42)

Đvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Nhập khẩu từ Việt Nam	92.153	86.065	112.672	154.449	118.299
Nhập khẩu từ thế giới	3.964.620	3.213.824	3.695.523	4.390.802	4.666.469

Nguồn: Trade map 2024

Năm 2023, Việt Nam là một trong 10 nhà cung ứng hàng đầu nhóm hàng (HS 42) của Ý. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ý đạt khoảng 118,3 triệu USD, giảm 23% so với năm trước. Nhìn chung, giai đoạn 2019 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng trung bình 11%/năm. Nhà cung ứng lớn nhất của Ý là Pháp với thị phần 27%; kế đến là Trung Quốc (22%); Thụy Sĩ (8,3%); Tây Ban Nha (5,5%); Đức (5,1%); Hà Lan (4,7%); Ấn Độ (3,3%); Romania (3,1%); Bỉ (2,8%) và Việt Nam xếp thứ 10, chiếm 2,5% thị phần.

Sản phẩm thuộc nhóm hàng (HS 42) được Việt Nam xuất khẩu sang Ý gồm:

- (HS 4202) Hòm, va ly, xách đựng đồ nữ trang, cặp tài liệu, cặp sách, túi cặp học sinh, bao kính, bao ống nhòm, hộp camera, hộp nhạc cụ, bao súng, bao súng ngắn mắc vào yên ngựa và các loại đồ chứa tương tự; túi du lịch, túi đựng đồ ăn hoặc đồ uống có phủ lớp cách, túi đựng đồ vệ sinh cá nhân, ba lô, túi xách tay, túi đi chợ, xách cốt, ví, túi đựng bản đồ, hộp đựng thuốc lá điếu, hộp đựng thuốc lá sợi, túi đựng dụng cụ, túi thể thao, túi đựng chai rượu, hộp đựng đồ trang sức, hộp đựng phấn, hộp đựng dao kéo và các loại túi hộp tương tự bằng da thuộc hoặc da thuộc tổng hợp, bằng tấm plastic, bằng vật liệu dệt, bằng sợi lưu hóa hoặc bằng bìa, hoặc được phủ toàn bộ hay chủ yếu bằng các vật liệu trên hoặc bằng giấy
- (HS 4203) Hàng may mặc và đồ phụ trợ quần áo, bằng da thuộc hoặc bằng da tổng hợp

Xuất khẩu sản phẩm (HS 4202) từ Việt Nam vào thị trường Ý trong năm 2023 đạt 103,1 triệu USD, giảm 19% so với năm 2022. Tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn 2019 – 2023 trung bình mỗi năm tăng 14% về giá trị và tăng 6% về khối lượng. Pháp là quốc gia xuất khẩu (HS 4202) nhiều nhất sang Ý, thị phần của Pháp tại Ý là 28,9%. Trung Quốc xếp thứ hai, với 24,5% thị phần; tiếp đến là Thụy Sĩ (8,9%); Tây Ban Nha (5,7%); Hà Lan (4,8%); Đức (4,4%); Bỉ (3%) và Việt Nam xếp thứ 8 chiếm 2,6% thị phần.

Với 3,7% thị phần tại Ý, Việt Nam là nhà cung ứng thứ 9 hàng hóa thuộc nhóm (HS 4203) vào Ý trong năm 2023. Các nhà cung ứng hàng đầu là Pháp, giữ ngôi đầu bảng, với 20,4% thị phần; tiếp theo là Ấn Độ (14,7%); Đức (10,3%) và Thụy Sĩ (6,7%). Kim

ngạch xuất khẩu nhóm hàng (HS 4203) từ Việt Nam vào Ý đạt khoảng 15,1 triệu USD, giảm 43% so với năm 2022. Nhìn chung giai đoạn 2019 – 2023, tăng trưởng xuất khẩu trung bình mỗi năm giảm 1% về khối lượng và tăng 1% về giá trị.

3.10. Plastic... (HS 39)

Dvt: Nghìn USD

	2019	2020	2021	2022	2023
Nhập khẩu từ Việt Nam	43.272	55.752	111.186	144.458	106.274
Nhập khẩu từ thế giới	20.527.303	18.856.764	27.435.468	30.257.507	25.835.343

Nguồn: Trade map 2024

Năm 2023, Việt Nam xuất khẩu đạt 106,3 triệu USD nhóm hàng (HS 39) sang Ý. Giai đoạn từ năm 2019 đến năm 2023, trung bình mỗi năm xuất khẩu tăng trưởng 39%, riêng giai đoạn 2022 – 2023, xuất khẩu giảm 26%. Việt Nam là nhà cung ứng thứ 31 của Ý, với thị phần khá khiêm tốn, chỉ 0,4%. Nhà cung ứng hàng đầu là Đức (25,4%); kế đến là Bỉ (9,7%); Pháp (9,5%) và Trung Quốc (7,1%)...

Hàng hóa xuất khẩu chủ lực thuộc nhóm (HS 39) của Việt Nam vào thị trường Ý là:

- Polyaxetal, polyete khác và nhựa epoxit, dạng nguyên sinh; polycarbonat, nhựa ankyt, este polyalyl và các polyeste khác, dạng nguyên sinh (HS 3907)
- Polyme từ propylen hoặc từ các olefin khác, dạng nguyên sinh (HS 3902)

Xuất khẩu nhóm hàng (HS 3907) từ Việt Nam vào Ý trong năm 2023 đạt 54,5 triệu USD. Tăng trưởng xuất khẩu giảm 44% so với năm 2022, nhưng nhìn chung giai đoạn 2019 – 2023, xuất khẩu tăng trưởng trung bình mỗi năm đạt 40% về giá trị và 28% về khối lượng. Chiếm thị phần khá nhỏ tại thị trường Ý, chỉ 1,9%, Việt Nam xếp thứ 11 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu (HS 3907) sang thị trường Ý. Nhà xuất khẩu lớn nhất là Đức, với 22,6% thị phần; tiếp theo là Hà Lan (11,8%); Bỉ (11,4%); Tây Ban Nha (10,1%) và Trung Quốc (6,8%).

Năm 2023, Đức là nhà cung cấp lớn nhất nhóm hàng (HS 3902) vào thị trường Ý, chiếm phần lớn thị phần so với các nhà cung cấp khác, với tỉ lệ 24,9%. Các nhà cung cấp khác sau Đức lần lượt là Bỉ (16,1%); Pháp (10%); Áo (6,8%); Ả Rập Saudi (6,3%), Tây Ban Nha (6,2%)... và Việt Nam xếp thứ 17 với 0,7% thị phần. Kim ngạch xuất khẩu (HS 3902) của Việt Nam sang thị trường Ý đạt 17,6 triệu USD, tăng 94% so với năm 2022.

Nhìn chung giai đoạn 2019 – 2023, xuất khẩu đạt mức tăng trưởng vượt bậc với mức tăng trưởng bình quân mỗi năm là 330% về giá trị và 308% về khối lượng.

Đầu tư

Về đầu tư trực tiếp của Ý vào Việt Nam, theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), tính đến tháng 5/2024, Ý hiện đứng thứ 33 trong số 146 nước và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam với 153 dự án có tổng số vốn hơn 536 triệu USD. Một số thương hiệu nổi tiếng của Ý đầu tư thành công tại Việt Nam như: ENI, Fincantieri, Piaggio, Bonfiglioli, Datalogic, Ariston...

Cơ hội thâm nhập thị trường Ý

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

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

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

Song các doanh nghiệp Việt cần lưu ý là thuế giá trị gia tăng tại Ý rất cao, lên tới 22% với hầu hết các sản phẩm. Thêm nữa, việc xuất khẩu nhiều sản phẩm vào Ý vẫn phải qua các đầu mối thương mại ở châu Âu, mà không trực tiếp từ các nước sản xuất. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt cần tính toán kỹ giá thành của sản phẩm để xuất khẩu cho phù hợp,

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

xâm nhập sâu hơn vào thị trường Ý cũng như EU.

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

Chương 5: Các quy định và tiêu chuẩn thương mại

Rào cản thương mại

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

Thuế nhập khẩu

Khi đưa hàng hóa vào thị trường EU, doanh nghiệp nước ngoài cần khai báo với cơ quan hải quan theo phân loại hàng hóa trong danh pháp kết hợp (CN). Tài liệu CN được cập nhật hàng năm và phiên bản mới nhất có thể được tìm thấy trên trang web của [Ủy ban Châu Âu](#). Tất cả các sản phẩm vào EU đều được phân loại theo mã thuế quan mang thông tin về thuế suất và các khoản thuế khác đối với hàng nhập khẩu và xuất khẩu, bất kỳ biện pháp bảo hộ nào được áp dụng (ví dụ: chống bán phá giá); số liệu thống kê thương mại bên ngoài, thủ tục xuất nhập khẩu và các yêu cầu phi thuế quan khác.

Hệ thống phân loại của EU bao gồm ba thành phần tích hợp. Thành phần đầu tiên là Hệ thống mã hóa và mô tả hàng hóa hài hòa (Hệ thống hài hòa - HS), đây là danh mục do Tổ chức Hải quan Thế giới phát triển bao gồm 5.000 nhóm hàng hóa và được sắp xếp theo cấu trúc phân cấp theo các phần, chương (hai chữ số), tiêu đề (bốn chữ số) và tiểu mục (sáu chữ số). Thành phần thứ hai là CN, bổ sung các mã và thông tin cụ thể của EU, đóng vai trò là hệ thống mã hóa 8 chữ số của EU (tức là mã HS với các phân mục cụ thể khác của EU). Đây là biểu thuế hải quan chung của EU và cung cấp số liệu thống kê về thương mại trong EU và giữa EU với quốc gia khác trên thế giới. Thành phần thứ ba là biểu thuế tích hợp ([TARIC](#)), cung cấp thông tin về tất cả các chính sách thương mại và biện pháp thuế quan áp dụng cho các mặt hàng cụ thể trong EU (ví dụ: tạm dừng thuế và thuế chống bán phá giá). Biểu thuế này bao gồm mã CN gồm tám chữ số cộng với hai chữ số bổ sung (tiêu đề phụ TARIC).

Các nhà xuất khẩu nước ngoài nên tham khảo Biểu thuế tích hợp, được cập nhật hàng ngày, để xác định các quy tắc khác nhau áp dụng cho các sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào lãnh thổ hải quan EU. Doanh nghiệp có thể tìm kiếm Biểu thuế tích hợp theo quốc gia xuất xứ, mã HS và mô tả sản phẩm trên trang web của Tổng cục Thuế EU và Liên minh Hải quan.

Các yêu cầu nhập khẩu và chứng từ

Nhiều thành viên thuộc khối EU vẫn duy trì một danh mục các loại hàng hóa bắt buộc phải có giấy phép nhập khẩu của riêng họ. Ví dụ, danh mục nhập khẩu của Đức bao gồm các sản phẩm yêu cầu phải có giấy phép, mã hàng hóa, hạn ngạch nhập khẩu và cơ quan cấp giấy phép liên quan.

1. Chứng từ sản phẩm phi nông nghiệp

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

Thông tin thêm về chứng từ xuất/ nhập khẩu có thể tìm thấy tại Khoản III của Quy định số 2913/92 ban hành ngày 12/10/1992, thành lập Luật Hải quan Cộng đồng (các điều khoản từ 37 đến 57). Hàng hóa được đưa qua cửa khẩu, từ khi được đem vào Ý, phải chịu sự giám sát của hải quan cho đến khi tất cả các thủ tục hải quan được hoàn tất.

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

Tờ khai tóm tắt có thể theo mẫu được quy định bởi các nhà chức trách hải quan. Tuy nhiên, các nhà chức trách hải quan có thể cho phép sử dụng chứng từ thương mại hoặc chứng từ chính thức khác như tờ khai tóm tắt nhưng phải đảm bảo các chi tiết cần thiết để xác định hàng hóa. Hải quan Ý khuyến khích áp dụng khai báo hải quan điện tử.

Khai báo tóm tắt là bắt buộc đối với:

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

trong trường hợp vận chuyển bằng đường biển.

- 20 ngày kể từ ngày thực hiện khai báo hải quan tóm tắt trong trường hợp hàng hóa vận chuyển không phải bằng đường biển.

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

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

Xem thêm thông tin tại [website](#) của Luật Hải quan Châu Âu.

2. REACH

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

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

- Công nghiệp hóa chất
- Công nghiệp dệt và da
- Chế biến nhựa
- Công nghiệp mỹ phẩm
- Công nghiệp thực phẩm
- Khai thác dầu khí
- Công nghiệp in ấn

- Công nghiệp đồ gỗ
- Công nghiệp sản xuất dụng cụ thể thao
- Công nghiệp đồ chơi
- Công nghiệp tái chế
- Công nghiệp điện tử
- Công nghiệp cơ khí
- Công nghiệp quang học
- Công nghiệp sản xuất máy móc thiết bị

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

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

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

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

Theo quy định này, danh mục bắt buộc khai báo bao gồm tất cả các sản phẩm thuộc

ngành công nghiệp liên quan đến tiêu dùng như hóa chất, nhuộm, in, vải sợi, may mặc, giày dép, đồ chơi, đồ điện tử, vật dụng trong nhà, đồ gỗ, mỹ phẩm, chất thơm trong nến, sơn... Đây là những mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam.

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

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

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

Nhà xuất khẩu Việt Nam xuất hàng sang EU nên xem xét danh sách các chất có nguy cơ cao của REACH tại [website](#) Cơ quan Hóa chất châu Âu (ECHA).

3. Quy định WEEE và RoHS của châu Âu

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

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

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

(EU). Theo đó, các doanh nghiệp Việt Nam muốn đưa mặt hàng nói trên vào EU phải đạt được tiêu chuẩn RoHS.

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

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

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

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

Tuy nhiên, Chỉ thị về RoHS cũng có một số miễn trừ đối với những thiết bị điện - điện tử như dụng cụ công nghiệp lớn, phụ tùng để sửa chữa, các sản phẩm điện - điện tử và các thành phần thay thế lưu hành trên thị trường trước ngày 1/7/2006.

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

4. Quy chế mỹ phẩm

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

Ngoài ra, vào ngày 11 tháng 3 năm 2013, EU đã áp đặt một lệnh cấm phân phối trên thị

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

5. Chứng từ đối với hàng nông sản

5.1. Chứng nhận kiểm dịch thực vật

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

5.2. Chứng nhận an toàn vệ sinh

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

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

5.3. Chứng nhận an toàn vệ sinh (đối với thủy sản)

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

Yêu cầu về nhãn mác và ký hiệu hàng hóa

Những yêu cầu về nhãn mác và ký hiệu hàng hóa tự nguyện và bắt buộc của EU được công bố trong báo cáo nghiên cứu thị trường, có thể xem tại địa chỉ:

http://www.buyusainfo.net/docs/x_4171929.pdf.

Việc phân biệt giữa nhãn hiệu và nhãn mác cũng rất quan trọng. Nhãn hiệu là một biểu tượng hoặc hình tượng xuất hiện trên một sản phẩm hoặc bao bì tương ứng của sản phẩm đó. Các phạm vi của nhãn hiệu này bao gồm từ các dấu hiệu nguy hiểm đến các chỉ dẫn về các phương pháp tái chế và thải bỏ thích hợp. Mục đích của các nhãn hiệu này là cung cấp cho các cơ quan giám sát thị trường, nhà nhập khẩu, nhà phân phối và người dùng cuối thông tin liên quan đến an toàn, sức khỏe, hiệu quả năng lượng hoặc các vấn đề môi trường liên quan đến sản phẩm. Mặt khác, nhãn có thể được yêu cầu xuất hiện dưới dạng văn bản viết hoặc báo cáo số nhưng không nhất thiết phải được công nhận trên toàn cầu. Các nhãn thường chỉ ra thông tin cụ thể hơn về một sản phẩm, chẳng hạn như các phép đo hoặc chỉ dẫn về vật liệu có thể tìm thấy trong sản phẩm (chẳng hạn như trong vải hoặc pin).

Tạm nhập

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

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

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

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

Tuy nhiên, chúng không được bán hay đưa vào sử dụng (trừ trường hợp để trưng bày), cũng như không được đưa vào sử dụng cho những hoạt động khác nhằm hưởng lợi. Hàng hóa nhập khẩu dùng làm mẫu có thể chỉ được nhập khẩu đúng số lượng chỉ định căn cứ trên mục đích thương mại.

Hàng mẫu có đủ điều kiện miễn phí, nếu:

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

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

Trong thực tế, những lô hàng có giá trị vượt quá 2,582 EUR (\$3,380) không hề đơn giản để thông quan tại Ý. Trong trường hợp này, doanh nghiệp được khuyến cáo nên sử dụng dịch vụ của một đơn vị giao nhận địa phương.

Hàng cấm nhập và hạn chế nhập khẩu

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

theo các mã sau:

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

Các quy định hải quan

Bộ luật Hải quan Liên minh (UCC) được thông qua vào năm 2013, thay thế Bộ luật Hải quan Chung và các điều khoản có hiệu lực từ năm 2016. Ngoài UCC, Ủy ban Châu Âu (EC) đã ban hành các quy định về ủy quyền và thực thi đối với những thay đổi liên quan đến thủ tục hiện nay. Những thay đổi này bao gồm Quy định ủy quyền (EU) 2015/2446, Quy định ủy quyền (EU) 2016/341 và Quy định thực thi (EU) 2015/2447.

Có một số thay đổi trong chính sách hải quan đã được sửa đổi, các thay đổi này cũng quy định các cơ quan hải quan phải tích hợp hệ thống CNTT. Tháng 4/2016, EC đã công bố quyết định thực hiện (2016/578) về chương trình làm việc liên quan đến việc phát triển và triển khai các hệ thống điện tử của UCC. Tháng 3/ 2018, EC đã công bố đề xuất số 2018/0040 của EU về việc sửa đổi quy định dự thảo số 952/2013 của EU nhằm kéo dài thời gian sử dụng tạm thời các phương tiện khác ngoài các kỹ thuật xử lý dữ liệu điện tử được quy định trong UCC. EC tiếp tục đánh giá mốc thời gian để có thể triển khai việc tích hợp hệ thống CNTT hải quan trên toàn EU.

1. Định giá hải quan

Hầu hết thuế hải quan và thuế giá trị gia tăng được thể hiện dưới dạng % giá trị hàng hóa được khai báo khi nhập khẩu. Do đó, cần có bộ quy tắc chuẩn để thiết lập giá trị hàng hóa phục vụ cho việc tính thuế hải quan. Với khối lượng hàng nhập khẩu của EU hàng năm, điều quan trọng là phải tính chính xác giá trị của hoạt động thương mại đó nhằm mục đích: phân tích chính sách kinh tế và thương mại; áp dụng các biện pháp chính sách thương mại; thu thuế nhập khẩu và thuế hợp lý; và thống kê xuất nhập khẩu. Các mục tiêu này được đáp ứng bằng một công cụ duy nhất: các quy tắc về giá trị hải quan. Ngoài ra, EU cũng áp dụng khái niệm “giá trị hải quan” được quốc tế chấp nhận. Giá trị hàng hóa nhập khẩu là một trong 03 yếu tố của thuế cung cấp cơ sở đánh giá nợ hải quan (số tiền thuế hải quan phải trả). Các yếu tố khác là nguồn gốc của hàng hóa và thuế hải quan.

Hầu hết thuế nhập khẩu và thuế giá trị gia tăng (VAT) được tính toán theo một tỷ lệ phần trăm trên giá trị hàng hóa khi kê khai nhập khẩu. Vì vậy, ban hành một tiêu chuẩn về giá

trị hàng hóa là cần thiết, điều này sẽ góp phần tính toán chính xác hơn cho khoản thuế nhập khẩu.

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

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

Những mục tiêu này có thể đạt được bằng cách sử dụng một công cụ duy nhất: quy định giá trị hàng hóa. EU áp dụng một khái niệm được quốc tế công nhận “định giá hải quan”. Giá trị của hàng hoá nhập khẩu là một trong ba "yếu tố của hệ thống thuế" cung cấp cơ sở cho quá trình xác định các khoản nợ thuế phải trả cho hải quan các nước, là một thuật ngữ kỹ thuật về nghĩa vụ phải trả đã được định lượng, vấn đề còn lại là về nguồn gốc hàng hóa và các hàng rào thuế khác.

2. Áp dụng hải quan điện tử

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

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

3. Hải quan và bảo mật

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

trên tạp chí chính thức của Cộng đồng chung châu Âu vào ngày 4 tháng 5 năm 2005.

Với sự cải tiến này, EU đã giới thiệu một số giải pháp thắt chặt công tác bảo mật cho hàng hóa khi xuất nhập qua biên giới. Các biện pháp này sẽ đồng nghĩa với việc kiểm tra hàng hóa nhanh hơn và đạt được mục tiêu tốt hơn so với trước. Những biện pháp này mang lại kết quả tích cực với cơ quan hải quan, công chúng và các ngành công nghiệp. Những giải pháp này bao gồm 3 thay đổi chính đối với Mã hải quan:

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

Các tiêu chuẩn

1. Tổng quan

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

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

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

Có 2 loại tiêu chuẩn chủ yếu thực phẩm và đối với các hàng hóa phi thực phẩm, được

sản xuất theo quy trình công nghiệp hoặc có hàm lượng sản xuất công nghiệp chiếm phần lớn, được gọi là hàng công nghiệp. Tiêu chuẩn đối với thực phẩm nhập khẩu chủ yếu là quy định về thể loại và hàm lượng các chất phụ gia thực phẩm và không chế dư lượng hóa chất, thuốc trừ sâu bệnh nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Tiêu chuẩn đối với hàng công nghiệp chủ yếu là quy định về các tiêu chuẩn an toàn.

2. Các tiêu chuẩn về nông nghiệp

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

3. Các tổ chức tiêu chuẩn

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

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

- CENELEC- Hội đồng châu Âu về tiêu chuẩn hóa kỹ thuật điện tử
- ETSI- Viện Tiêu chuẩn Viễn thông châu Âu
- CEN- Hội đồng tiêu chuẩn hóa châu Âu:

CENELEC, CEN và ETSI là 3 cơ quan tiêu chuẩn hoá của Châu Âu được coi là đủ năng lực trong việc tiêu chuẩn hoá kỹ thuật. Ba cơ quan này đã đưa ra các tiêu chuẩn của Liên minh châu Âu (EU) trong từng lãnh vực riêng biệt và tạo ra "hệ thống tiêu chuẩn hoá Châu Âu". Hiện tại EU đang tạo ra các tiêu chuẩn thống nhất và hài hoà cho toàn EU đối với các lãnh vực sản phẩm chính nhằm thay thế hàng ngàn các tiêu chuẩn quốc gia khác nhau. Tuy nhiên các quốc gia thành viên được phép đưa ra thêm các yêu cầu cho ngành công nghiệp của mình. Tuy nhiên, nếu sản phẩm nào đáp ứng được những yêu cầu tối thiểu sẽ được cho phép lưu hành tự do tại EU.

Các tiêu chuẩn được tạo ra hay điều chỉnh bởi những chuyên gia thuộc các Hội đồng Kỹ

thuật hoặc các Nhóm Công tác. Các thành viên của CEN và CENELEC là các cơ quan tiêu chuẩn quốc gia của các nước thành viên, vốn có những hội đồng phản chiếu để điều hành và tham gia vào quá trình chuẩn hóa các quy định của EU. Các tiêu chuẩn CEN và CENELEC được bán bởi các cơ quan tiêu chuẩn của từng quốc gia thành viên. ETSI có vai trò quan trọng trong việc phát triển hàng loạt tiêu chuẩn và các tài liệu kỹ thuật khác. Đây được xem như là sự đóng góp của châu Âu đối với việc tiêu chuẩn hóa trên toàn thế giới trong lĩnh vực viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông. Mục tiêu chính của ETSI là hỗ trợ cho sự hài hòa trên toàn cầu thông qua việc lập ra một diễn đàn mà trong đó tất cả các thành viên chủ chốt có thể đóng góp các ý kiến xây dựng các chuẩn. ETSI được Ủy ban châu Âu và Hiệp hội tự do thương mại châu Âu EFTA (European Commission and the European Free Trade Association) chính thức thừa nhận.

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

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

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

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

Với yêu cầu cần phải thích nghi nhanh hơn nhu cầu của thị trường, các tổ chức tiêu chuẩn châu Âu đang tìm kiếm các “sản phẩm chuyển giao mới”, đó là những sản phẩm tiêu chuẩn nhưng được chuyển giao trong khung thời gian ngắn hơn. Một vài trong

số những “sản phẩm chuyển giao mới” này đã được đưa vào quy định của EU, với kỳ vọng rằng chúng sẽ là nền tảng cho các tiêu chuẩn trên toàn lãnh thổ EU.

4. Đánh giá sự phù hợp

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

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

5. Chứng nhận sản phẩm

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

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

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

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

Có thể có nhãn hiệu CE theo hai cách. Thứ nhất là nhà sản xuất Việt Nam cử một đại diện có thẩm quyền ở các nước thành viên EU, chịu trách nhiệm xin dấu CE cho doanh

nghiệp. Thứ 2 là ủy quyền cho một cơ quan, công ty nước ngoài (có thể là nhà nhập khẩu) trực tiếp đứng ra xin dấu CE cho doanh nghiệp.

Các loại sản phẩm yêu cầu có nhãn CE: Đồ chơi, máy móc, thiết bị điện, thiết bị điện tử, thiết bị y tế, thiết bị bảo hộ cá nhân, thiết bị áp lực, thiết bị y tế cấy ghép, thiết bị y tế chẩn đoán trong ống nghiệm, thiết bị vô tuyến và viễn thông đầu cuối, bình áp lực đơn giản, các dụng cụ đốt cháy nhiên liệu khí gas, thang máy, các thiết bị dùng cho ngành giải trí, thiết bị cân không tự động, các đường cáp treo, các thiết bị và máy xây dựng, các loại thuốc nổ dân dụng, các thiết bị và hệ thống bảo vệ phòng chống cháy nổ, bình đun nước nóng.

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

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

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

6. Phê chuẩn

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

7. Công bố các quy chuẩn kỹ thuật

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

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

8. Nhãn mác và ký hiệu

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

- Nước xuất xứ
- Thành phần (theo thứ tự giảm dần về trọng lượng)
- Độ 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 (CE Mark là nhãn hiệu bắt buộc đối với sản phẩm công nghiệp sử dụng trên thị trường EU. Nhãn hiệu này biểu thị sản phẩm đó được xác định là phù hợp với các yêu cầu của hơn 20 chỉ dẫn về Mác CE (CE Marking Directives) và các tiêu chuẩn kỹ thuật của En. Do đó Mác CE là một yêu cầu cần thiết và quan trọng đối với các nhà sản xuất khi đưa sản phẩm ra tiêu thụ trên thị trường EU. Để được chứng nhận đủ tiêu chuẩn cấp nhãn Mác CE, các nhà sản xuất trên hệ và gửi yêu cầu cho các văn phòng được EU ủy quyền, ví dụ Văn phòng TUV ở Đức Mác CE có thể được gắn vào bao bì nếu đặc tính của sản phẩm không cho phép gắn trực tiếp lên sản phẩm đó. Mác CE không áp dụng cho đồ gỗ, hàng dệt may và đồ da. EU có các chỉ dẫn cụ thể về các tiêu chuẩn kỹ thuật phải đạt được khi xin cấp chứng nhận Mác CE đối với các hàng hoá công nghiệp được xếp theo nhóm như sau:

- Thiết bị điện và điện tử.
- Thiết bị điện sử dụng điện xoay chiều có hiệu điện thế 50 - 1 000 V và điện một

chiều 75 - 1 500 V.

- Thiết bị bảo vệ an toàn hoặc linh kiện và việc lắp đặt các thiết bị, linh kiện này
- Thiết bị, dụng cụ, vật tư y tế sử dụng cho mục đích chuẩn đoán, phòng bệnh, điều trị cho người.
- Đồ chơi: Các sản phẩm và vật liệu sản xuất đồ chơi cho trẻ em dưới 14 tuổi.
- Thiết bị bảo vệ tránh nguy hiểm và phụ kiện, phụ tùng dùng cho con người mặc hoặc mang.
- Các thiết bị phát sóng và linh kiện, thiết bị thông tin có thể kết nối với mạng viễn thông.
- Bình chứa, ống dẫn và phụ kiện và việc lắp đặt, chịu áp suất tối đa 0,5 bar.
- Bình chứa có mối hàn chịu áp suất trên 0,5 bar, dùng chứa không khí hoặc các khí không cháy.
- Các thiết bị và hệ thống bảo vệ sửa dụng trong môi trường dễ cháy nổ
- Các thiết bị, dụng cụ sử dụng lâu dài trong thi công xây dựng.
- Các thiết bị y tế có nguồn điện bên ngoài được đưa vào cơ thể người dùng để điều trị bệnh.
- Các thiết bị xét nghiệm y tế.
- Thuyền, ca nô có chiều dài 2,5 - 24 m dùng cho mục đích thể thao, du lịch được chế tạo thủ công một phần.
- Thang máy nâng chuyển người và vật liệu phục vụ thi công xây dựng có độ nghiêng tối đa 150
- Thiết bị đo lường do người điều khiển.
- Thiết bị gia nhiệt, đun nấu, đun nước nóng bằng gas tủ lạnh; máy giặt (dùng nước nóng không quá 1050C thiết bị Chiếu Sáng và các linh phụ kiện lắp đặt
- Thiết bị đun nước nóng, công suất 4 - 400 KW, vận hành bằng gas lỏng.
- Vật liệu nổ thuộc cấp 1 theo khuyến cáo của Liên Hợp Quốc về Vận chuyển hàng nguy hiểm.
- Tủ lạnh, tủ đông, thùng bảo quản thực phẩm lạnh đông có chức năng riêng rẽ hoặc kết hợp
- Bao bì và thải loại bao bì
- Hệ thống điều khiển xe lửa tốc độ cao
- Các thiết bị hàng hải

9. Nhân sinh thái

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

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



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

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

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

10. Nhân sinh thái EU Ecolabel/Hoa môi trường (biểu tượng bông hoa)

Là nhãn hiệu sinh thái của châu Âu, cấp cho hàng hoá/dịch vụ, không gồm thực phẩm, đồ uống, dược phẩm, là dấu hiệu nhận biết sản phẩm dịch vụ có tác động đến môi trường

giảm hơn sản phẩm cùng loại, đáp ứng tập hợp các tiêu chí môi trường công bố bởi các quốc gia thành viên EU.

Chương trình được sửa đổi 3 lần vào các năm 1996, 2000 và 2005, từ hàng hoá đã mở rộng đến dịch vụ, cho phép cấp nhãn cho đại lý, đưa ra cách tính lệ phí mới với sự miễn giảm cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, tăng tính minh bạch và sự tham gia của các bên liên quan trong quá trình xây dựng tiêu chí kỹ thuật. Đây là một phần trong chiến lược “thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững”, là công cụ tự nguyện dựa trên nguyên tắc thị trường. Nhãn sinh thái EU là biểu tượng duy nhất của chất lượng môi trường được chứng nhận bởi một tổ chức độc lập và có hiệu lực ở khắp châu Âu, giúp đáp ứng sự kỳ vọng của khách hàng. Nhãn sinh thái EU nâng cao các yêu cầu về môi trường và nhận thức của các cá nhân sử dụng hàng hoá dịch vụ, sử dụng các nhà cung cấp dịch vụ thân thiện với môi trường.

11. Mục tiêu của nhãn bông hoa nhằm:

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

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

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

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

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

Vào tháng 9/2000 kế hoạch được công bố lại theo Quy định 980/2000 về việc mở rộng phạm vi sử dụng nhãn sinh thái, bao gồm các dịch vụ như khách sạn, các sản phẩm hàng hoá và cho phép các nhà bán lẻ áp dụng nhãn bông hoa.

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

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

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

12. Yêu cầu về dán nhãn sinh thái đối với hàng hoá

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

Yêu cầu về nhãn sinh thái đối với các ngành giấy, đồ thủ công, mỹ nghệ có thể ảnh hưởng lớn hơn so với các lĩnh vực khác vì nó liên quan đến tài nguyên rừng. Hàm lượng khí thải từ máy giặt, điều hoà có thể làm ảnh hưởng tới tầng ô-zôn vì phải tuân thủ các quy định của Nghị định thư Montreal về các chất làm suy kiệt tầng ô-zôn, quy định cấm này căn cứ vào quá trình sản xuất. Đây là yếu tố rất quan trọng trong khuôn khổ các ưu tiên và các chính sách mua sắm nguyên, nhiên vật liệu của các nhà nhập khẩu tại các quốc gia phát triển. Các logo dán nhãn sinh thái sẽ được gắn cho loại sản phẩm nào thoả mãn các tiêu chí đặt ra cho nhóm sản phẩm đó. Thực phẩm và đồ uống, dược phẩm không nằm trong phạm vi cấp nhãn của EU.

Có 9 nhóm sản phẩm được gắn nhãn của EU là: máy giặt; chất phụ gia bón cho đất; giấy toilet; bột giặt cho đồ dệt; sơn vẽ - véc ni nội thất; len và áo phông; giấy phôi; tủ lạnh

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

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

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

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

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

Các thỏa thuận thương mại

Danh sách các hiệp định thương mại với EU và các nước thành viên, vui lòng truy cập trang web [EU trade agreements](http://eu.trade.agreements).

Yêu cầu cấp phép cho các dịch vụ chuyên nghiệp

Việc công nhận các kỹ năng và trình độ của các công dân EU đạt được ở các quốc gia thành viên, bao gồm các thủ tục và chi phí công nhận tương ứng, là trách nhiệm của các quốc gia thành viên. Tương tự như vậy, việc công nhận các kỹ năng và trình độ đạt được tại các quốc gia thứ ba cũng là trách nhiệm của quốc gia thứ ba.

Một cá nhân nước ngoài được công nhận trình độ chuyên môn tại một quốc gia thành viên, nơi mà người này đã làm việc ít nhất 03 năm, có thể nộp đơn xin chứng năng lực chuyên môn tại một quốc gia thành viên khác theo các quy tắc áp dụng cho các chuyên gia nhận được chứng nhận từ một quốc gia EU. Để chứng minh kinh nghiệm cần thiết trong công việc chuyên môn, thì cá nhân đó cần phải có chứng nhận do quốc gia thành

viên đầu tiên công nhận trình độ của họ cấp. Điều này áp dụng cho cả công dân EU và công dân ngoài EU.

Tuy nhiên, Ủy ban Châu Âu chủ động tạo điều kiện cho các thủ tục công nhận. Ví dụ, việc công nhận trình độ chuyên môn có được tại một quốc gia thành viên dễ tiếp cận và theo đuổi các ngành nghề được quản lý tại một quốc gia thành viên khác phải tuân theo [Chỉ thị 2005/36/EC](#). Việc công nhận các trình độ cho mục đích học thuật trong lĩnh vực giáo dục đại học, bao gồm cả chứng chỉ tốt nghiệp trung học phải tuân theo Công ước công nhận Lisbon. Mạng lưới ENIC-NARIC cung cấp tư vấn về việc công nhận xuyên biên giới các bằng cấp này.

Trong những trường hợp khác, việc công nhận được đánh giá bởi nhà cung cấp giáo dục hoặc chủ lao động. Cần phải hiểu về trình độ, nội dung và chất lượng để họ có thể công nhận các kỹ năng và bằng cấp. Ủy ban hiện đang tìm hiểu các khả năng về cách hỗ trợ tốt hơn cho các quyết định công nhận này.

Trang web "Your Europe" của Liên minh Châu Âu hiện có trang web chuyên giúp công dân xác định các ngành nghề được quản lý và các tài liệu cần thiết cho việc công nhận các ngành nghề đó tại mỗi quốc gia thành viên. Danh sách các ngành nghề được quản lý tại Ý và thông tin liên quan có sẵn trên trang [web](#) của chính phủ Ý.

Chống bán phá giá

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

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

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

sở tại.

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

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

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

Những biện pháp chống bán phá giá sẽ chỉ được tiến hành nếu nó được thể hiện là thuộc phạm vi quyền lợi rộng lớn của Cộng đồng. Những nhà sản xuất, nhà xuất khẩu, người sử dụng và người tiêu dùng có thể trình bày ý kiến của mình. Các nước thành viên phải được tham khảo ý kiến, và rồi trong vòng 60 ngày đến 9 tháng. Ủy ban có thể đưa ra mức thuế tạm thời. Thuế này không được vượt quá mức hạ giá (chênh lệch giữa giá thị trường nội địa nước xuất khẩu và giá tính ở thị trường EU). Thuế này có thể kéo dài từ 6 đến 9 tháng. Sau đó Ủy ban đã hoàn thành toàn bộ việc điều tra có thể đặt ra mức thuế cuối cùng sau khi tham khảo thêm các nước thành viên. Chỉ hội đồng Bộ trưởng mới có quyền quyết định về vấn đề này. Mức thuế cuối cùng có giá trị trong 5 năm trước khi hết hạn. Tuy nhiên, nếu những nhà sản xuất của Cộng đồng cho rằng việc bỏ thuế rất có khả năng dẫn đến việc áp mức thuế mới thuế hoặc lại bán phá giá. Ủy ban có thể lại phải mở cuộc điều tra. Điều này có thể xảy ra nếu việc đặt ra mức thuế không có những tác dụng như mong muốn là loại bỏ thiệt hại, ví dụ: vì nhà xuất khẩu đã chịu các chi phí quá mức, hoặc cách thức thương mại đã thay đổi, .v.v. ..Điều này sẽ dẫn đến thay đổi mức thuế. Một Qui chế áp thuế chống phá giá có thể bị yêu cầu xét xử ngay ở Tòa án Châu Âu và (ở đó) thủ tục giải quyết tranh chấp của WTO có thể được sử dụng để giải quyết

tranh chấp giữa các nước thành viên WTO.

Hạn ngạch

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

Hàng hóa quá cảnh

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

Gia công trong và ngoài nước

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

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

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

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

Chương 6: Môi trường đầu tư

Ý là quốc gia có nền kinh tế lớn thứ 8 trên thế giới và lớn thứ 3 trong EU, có sức cạnh tranh toàn cầu trong các lĩnh vực kinh doanh và dịch vụ tài chính, sản xuất nông nghiệp và thực phẩm, thời trang, thiết kế, du lịch và sản xuất công nghiệp, bao gồm cả xe cộ và tàu thuyền. Nhìn chung, nền kinh tế Ý đã phục hồi, nhưng tăng trưởng GDP đã giảm từ 4% vào năm 2022 xuống 0,9% vào năm 2023 và dự báo năm 2024 giảm còn 0,7%. Các yếu tố gây sức ép lên tiêu dùng cá nhân và đầu tư tư nhân bao gồm lạm phát, tăng trưởng tiền lương thực tế giảm, thắt chặt tài chính và việc loại bỏ dần các biện pháp được áp dụng để giảm thiểu cuộc khủng hoảng năng lượng do chiến tranh của Nga và Ukraine. Tăng trưởng mạnh mẽ trong lĩnh vực xây dựng, được hưởng lợi từ các khoản tín dụng thuế dành cho các dự án cải tạo thân thiện với môi trường, cũng như sự phục hồi của các ngành du lịch và dịch vụ sau COVID vào năm 2022. Tỷ lệ nợ công trên GDP của Ý là 141,7% tính đến năm 2022, giảm so với mức 155% vào năm 2020; chính phủ dự kiến tỷ lệ này sẽ tiếp tục có xu hướng giảm.

Kế hoạch phục hồi và phát triển kinh tế quốc gia (NRRP) của Ý, kéo dài từ năm 2021-2026, được các quỹ của EU tài trợ hơn 200 tỷ euro (217 USD) để đẩy nhanh quá trình chuyển đổi kỹ thuật số và chuyển đổi xanh và các cải cách toàn diện nhằm giải quyết các hạn chế tăng trưởng lâu dài của nền kinh tế Ý - bao gồm hệ thống pháp luật trì trệ, bộ máy quan liêu kém hiệu quả và các rào cản đối với cạnh tranh thị trường - đồng thời thúc đẩy các chính sách giải quyết chênh lệch về giới, thanh niên và khu vực. Cho đến nay, Ý đã nhận được 102 tỷ euro (111 USD) tiền tài trợ và cho vay của EU như một phần của NRRP. Việc giải ngân thêm sẽ phụ thuộc vào việc Ý đạt được các mốc và mục tiêu đã thỏa thuận của EU. Tuy nhiên, chính phủ Ý đã gặp khó khăn trong việc chi tiêu các khoản tiền nhanh như dự kiến do thiếu năng lực hành chính, đây là điểm yếu mang tính hệ thống mà NRRP muốn giải quyết thông qua cải cách hành chính công. Đối với các nhà đầu tư nước ngoài, cải cách tư pháp và tinh giản bộ máy quan liêu sẽ làm giảm tình trạng không chắc chắn đầu tư và tạo ra môi trường đầu tư thuận lợi hơn.

Ý vẫn là điểm đến hấp dẫn đối với đầu tư nước ngoài, và là một trong những thị trường lớn nhất tại EU với nền kinh tế đa dạng và lực lượng lao động lành nghề. Nền kinh tế của Ý chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME), được định nghĩa là các công ty có ít hơn 250 nhân viên. SME chiếm 99,9% doanh nghiệp Ý. Thị trường nội địa Ý khá phong phú, tiếp cận thị trường chung châu Âu, gần các nền kinh tế mới nổi ở Bắc Phi

và Trung Đông, và các trung tâm nghiên cứu xuất sắc về khoa học và công nghệ thông tin, vẫn hấp dẫn các nhà đầu tư. Sự tập trung của ngành công nghiệp, cơ sở hạ tầng và chất lượng cuộc sống cũng là một trong những lý do hàng đầu khiến các doanh nghiệp quốc tế chọn Ý để đầu tư mới hoặc mở rộng tại EU.

Theo Viện Thống kê của Ý, năm 2021, hơn 17.600 công ty đa quốc gia nước ngoài đã tuyển dụng gần 1,7 triệu lao động. Mặc dù chỉ chiếm 0,4% trong số tất cả các công ty Ý, các công ty nước ngoài đã tuyển dụng 9,4% nhân viên, tạo ra 20,3% tổng doanh số, cung cấp 17,1% giá trị gia tăng và chi 32,7% chi phí nghiên cứu và phát triển. Các công ty do nước ngoài kiểm soát là những nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất, tuyển dụng hơn 333.000 cá nhân và chiếm 19,1% doanh số, 20,1% giá trị gia tăng và 23,7% chi phí nghiên cứu và phát triển. Xuất khẩu các sản phẩm dược phẩm, máy móc và máy công cụ công nghiệp, thiết bị điện, ô tô và phụ tùng ô tô, cũng như thực phẩm và rượu vang, hàng dệt may/ thời trang và đồ nội thất là một nguồn doanh thu quan trọng. Các lĩnh vực thu hút đầu tư nước ngoài đáng kể bao gồm sản xuất, viễn thông, năng lượng và dược phẩm. Nói chung, Chính phủ vẫn mở cửa cho đầu tư nước ngoài vào tài sản như cổ phiếu của các công ty Ý và tiếp tục cung cấp thông tin trực tuyến cho các nhà đầu tư tiềm năng.

Thước đo	Năm	Chỉ số/ Xếp hạng	Website
Chỉ số nhận thức tham nhũng do Tổ chức Minh bạch Quốc tế (TI) công bố	2023	42/180	Transparency International
Chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu	2023	26/132	WIPO
Tổng thu nhập quốc dân bình quân đầu người do World Bank công bố	2022	38.200 USD	World Bank

Mở cửa và hạn chế đầu tư nước ngoài

1. Chính sách đối với đầu tư trực tiếp nước ngoài

Ý là một nền kinh tế mở và chào đón đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Ý là một quốc gia thành viên EU, bị ràng buộc bởi các hiệp ước và luật pháp của EU. Theo như các cam kết của OECD, Ý có nghĩa vụ cung cấp chế độ đối xử quốc gia cho các nhà đầu tư nước ngoài được thành lập tại Ý hoặc tại một quốc gia thành viên EU khác.

Luật chống độc quyền của EU và Ý cho phép các cơ quan chức năng của Ý quyền xem xét đánh giá các vụ sáp nhập và mua lại để thống lĩnh thị trường. Ngoài ra, chính phủ Ý có thể ngăn chặn hoặc áp dụng các điều kiện đối với các vụ sáp nhập và mua lại liên quan đến các công ty nước ngoài theo thẩm quyền sàng lọc đầu tư của Ý nếu các giao dịch được đề xuất gây ra mối lo ngại về an ninh quốc gia.

Luật sàng lọc đầu tư nước ngoài và mua sắm của chính phủ Ý thường được gọi là "luật Quyền lực Vàng". Được ban hành vào năm 2012 và được thực thi thông qua luật tiếp theo vào năm 2015, 2017, 2019, 2020 và 2022, luật Quyền lực Vàng cho phép chính phủ ngăn chặn việc nước ngoài mua lại các công ty hoạt động trong các lĩnh vực chiến lược: quốc phòng/ an ninh quốc gia, năng lượng, giao thông vận tải, viễn thông bao gồm 5G và điện toán đám mây, cơ sở hạ tầng quan trọng, công nghệ nhạy cảm và công nghệ hạt nhân và vũ trụ. Nghị định thanh khoản tháng 4/2020 do Văn phòng Thủ tướng ban hành nhằm bảo vệ các công ty Ý khỏi các vụ thu tóm thù địch trong bối cảnh đại dịch đã tăng cường thẩm quyền sàng lọc đầu tư của Ý bao gồm tất cả các lĩnh vực được nêu trong chỉ thị sàng lọc đầu tư trực tiếp nước ngoài của EU vào tháng 3/2019, bao gồm:

- a) cơ sở hạ tầng quan trọng, vật lý hoặc ảo, bao gồm năng lượng, giao thông vận tải, nước, y tế, truyền thông, phương tiện truyền thông, xử lý hoặc lưu trữ dữ liệu, hàng không vũ trụ, quốc phòng, cơ sở hạ tầng bầu cử hoặc tài chính và các cơ quan nhạy cảm, cũng như đất đai và bất động sản;
- b) các mặt hàng sử dụng kép và công nghệ quan trọng, bao gồm trí tuệ nhân tạo, robot, chất bán dẫn, an ninh mạng, hàng không vũ trụ, quốc phòng, lưu trữ năng lượng, công nghệ lượng tử và hạt nhân, công nghệ nano và công nghệ sinh học;
- c) cung cấp các đầu vào quan trọng, bao gồm an ninh lương thực, năng lượng và nguyên liệu thô;
- d) tiếp cận thông tin nhạy cảm; và
- e) tự do báo chí. Nghị định của EU cũng mở rộng phạm vi đánh giá của "Luật Quyền lực Vàng" hay còn gọi là "Chế độ Quyền lực Vàng" (Golden Power) tại Ý đối với các nhà đầu tư có trụ sở tại EU và trao cho chính phủ Ý các thẩm quyền mới để điều tra các giao dịch không được thông báo.

Chính phủ Ý đã sửa đổi thẩm quyền sàng lọc đầu tư của Golden Power nhằm phản ánh nỗ lực thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và những thay đổi gần đây trong bối cảnh địa chính trị. Bản sửa đổi năm 2022 bao gồm ba sửa đổi: lần đầu tiên

phạm vi của Golden Power được mở rộng để nắm bắt công nghệ mới nổi và quan trọng, bao gồm các hoạt động dựa trên đám mây có tầm quan trọng chiến lược đối với hệ thống quốc phòng và an ninh quốc gia; lần thứ hai yêu cầu các công ty nộp cho ủy ban Golden Power để phê duyệt kế hoạch mua sắm hàng năm; và lần thứ ba trao quyền cho ủy ban gồm 10 chuyên gia tiến hành các cuộc điều tra để giám sát việc tuân thủ và thiết lập các hình phạt nghiêm ngặt và cơ chế thực thi đối với hành vi không tuân thủ. Tháng 12/2022, chính phủ đã ban hành sắc lệnh rằng các công ty bị ảnh hưởng tiêu cực bởi quyết định của Golden Power dựa trên nền tảng an ninh quốc gia có thể nộp đơn xin các biện pháp bồi thường.

Cơ quan Thương mại Ý (ITA) chịu trách nhiệm thu hút đầu tư nước ngoài cũng như thúc đẩy thương mại với nước ngoài và đẩy mạnh xuất khẩu của Ý. ITA hoạt động dưới sự điều phối của Bộ Doanh nghiệp và Sản xuất tại Ý (trước đây là Bộ Phát triển Kinh tế) và Bộ Ngoại giao thông qua mạng lưới 79 văn phòng tại 65 quốc gia. ITA thúc đẩy đầu tư nước ngoài vào Ý thông qua chương trình [Đầu tư vào Ý](#). Phòng Thu hút Đầu tư Nước ngoài là đơn vị chuyên trách của ITA nhằm tạo điều kiện thành lập và phát triển các công ty nước ngoài tại Ý. Các hoạt động chính của phòng là thúc đẩy các cơ hội kinh doanh, giúp các nhà đầu tư nước ngoài thành lập hoặc mở rộng hoạt động, hỗ trợ các nhà đầu tư trong suốt vòng đời đầu tư và cung cấp các dịch vụ tư vấn cấp cao cho các khoản đầu tư chiến lược hiện có.

Mặc dù không trực tiếp chịu trách nhiệm thu hút đầu tư, nhưng SACE (cơ quan tín dụng xuất khẩu của Ý) có thêm trách nhiệm bảo lãnh một số khoản đầu tư trong nước. Đối với các nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt là trong các dự án năng lượng và cơ sở hạ tầng, bảo lãnh dự án và bảo hiểm của SACE có thể tạo thêm động lực để đầu tư vào Ý. Ngoài ra, [Invitalia](#) là cơ quan quốc gia về đầu tư trong nước và phát triển kinh tế thuộc Bộ Kinh tế và Tài chính Ý. Cơ quan này tập trung vào các lĩnh vực chiến lược để phát triển và việc làm. Invitalia tài trợ cho các dự án lớn và nhỏ, hướng đến các doanh nhân có kế hoạch phát triển cụ thể, đặc biệt là trong các lĩnh vực đổi mới và có giá trị gia tăng cao. Hiệp hội kinh doanh chính của Ý ([Confindustria](#)) cũng giúp các công ty tại Ý.

2. Giới hạn về Kiểm soát của nước ngoài, Quyền sở hữu và Thành lập tư nhân

Luật chống độc quyền của EU và Ý cũng trao cho các cơ quan quốc gia quyền xem xét các vụ sáp nhập và mua lại vượt quá ngưỡng tài chính nhất định. Hơn nữa, chính phủ Ý có thể ngăn chặn các vụ sáp nhập và mua lại liên quan đến các công ty nước ngoài để

bảo vệ lợi ích chiến lược quốc gia hoặc để trả đũa nếu chính phủ của quốc gia nơi công ty nước ngoài đặt trụ sở áp dụng các biện pháp phân biệt đối xử với các công ty Ý.

3. Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp

Ý có trang web đăng ký doanh nghiệp bằng tiếng Ý và tiếng Anh, do Liên minh các Phòng Thương mại Ý quản lý. Quy trình đăng ký doanh nghiệp trực tuyến rõ ràng và đầy đủ, và áp dụng cho các công ty nước ngoài. Trước khi đăng ký công ty trực tuyến, người nộp đơn phải có địa chỉ email và chữ ký số được chứng nhận, quy trình này có thể mất 05 ngày. Cần có công chứng viên để chứng nhận tài liệu. Các bước chính xác cần thiết cho quy trình đăng ký phụ thuộc vào loại hình doanh nghiệp được đăng ký. Yêu cầu về vốn tối thiểu cũng khác nhau tùy theo loại hình doanh nghiệp. Nhìn chung, các công ty phải xin số tài khoản thuế giá trị gia tăng (partita IVA) từ Cơ quan Doanh thu Ý; đăng ký với cơ quan an sinh xã hội (Istituto Nazionale della Previdenza Sociale – INPS); xác minh vốn và phạm vi bảo hiểm đầy đủ với cơ quan bồi thường lao động Ý (Istituto Nazionale per l’Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro – INAIL); và thông báo cho văn phòng khu vực của Bộ Lao động. Có thể yêu cầu thêm giấy phép, tùy thuộc vào loại hình doanh nghiệp sẽ tiến hành. Invitalia và Đơn vị Đầu tư trực tiếp nước ngoài của Cơ quan Thương mại Ý hỗ trợ những người muốn thành lập doanh nghiệp mới tại Ý. Nhiều địa phương của Ý cũng có các cửa hàng một cửa để phục vụ như một điểm liên lạc duy nhất và cung cấp tư vấn cho các nhà đầu tư tiềm năng về việc xin giấy phép và ủy quyền cần thiết ở cấp địa phương và quốc gia. Các dịch vụ này dành cho tất cả các nhà đầu tư.

4. Đầu tư ra nước ngoài

Ý không thúc đẩy, hạn chế hoặc khuyến khích đầu tư ra nước ngoài, cũng không hạn chế các nhà đầu tư trong nước đầu tư ra nước ngoài.

Hiệp ước đầu tư song phương và thuế

Danh sách tất cả các quốc gia mà Ý hiện có hiệp ước đầu tư song phương có sẵn trên trang web [UNCTAD](http://unctad.org).

Ý là thành viên của Khung toàn diện OECD về Xói mòn cơ sở thuế và Chuyển dịch lợi nhuận và là bên tham gia thỏa thuận vào tháng 10/2021 của Khung toàn diện về giải pháp 02 trụ cột cho các thách thức về thuế toàn cầu, bao gồm thuế doanh nghiệp tối thiểu toàn cầu.

Cơ chế pháp lý

1. Tính minh bạch của hệ thống quản lý

Cơ quan quản lý hiện hành ở cấp quốc gia, khu vực và thành phố. Tất cả các quy định hiện hành đều có thể liên quan đến các nhà đầu tư nước ngoài. Chính phủ và các bộ riêng lẻ, cũng như các cơ quan quản lý độc lập, xây dựng các quy định ở cấp quốc gia. Các cơ quan quản lý khu vực và thành phố ban hành các quy định ở cấp dưới quốc gia. Các quy định dự thảo có thể được đăng để công chúng bình luận, nhưng nhìn chung không có yêu cầu nào bắt buộc phải làm như vậy. Các quy định cấp quốc gia cuối cùng thường được công bố trên Gazzetta Ufficiale (và chỉ có hiệu lực sau khi công bố). Các cơ quan quản lý có thể công bố tóm tắt các bình luận đã nhận được. Tại Ý, các công ty tư nhân không bắt buộc phải có Tuyên bố sản phẩm môi trường (EPD) - một chứng chỉ được công nhận trên toàn thế giới về tác động môi trường của các sản phẩm hoặc dịch vụ - nhưng ngày càng có nhiều công ty áp dụng và tự nguyện công bố. Chứng nhận nhãn sinh thái của EU lần đầu tiên được đưa ra tại Ý vào năm 1998. Tính đến tháng 9/2023, Ý đứng đầu châu Âu về số lượng chứng nhận nhãn sinh thái của EU, chiếm 18% tổng số. Hiện tại ở Ý, có 464 chứng nhận nhãn sinh thái của EU bao gồm 14.138 sản phẩm. Tính đến tháng 02/2023, nhóm sản phẩm có số lượng giấy phép lớn nhất là "dịch vụ vệ sinh" với 148 giấy phép, tiếp theo là "dịch vụ lưu trú du lịch" với 64 giấy phép. Các bên bị thiệt hại có thể khiếu nại các quy định tại tòa án. Tài chính công và nghĩa vụ nợ là minh bạch và được công khai thông qua các kênh ngân hàng như Ngân hàng Ý (BOI).

2. Những cân nhắc về quy định quốc tế

Ý là thành viên sáng lập của EU. Các chỉ thị của EU có hiệu lực tại Ý thông qua việc thực thi luật pháp quốc gia. Ở một số khu vực, các thủ tục của EU yêu cầu các quốc gia thành viên phải thông báo cho Ủy ban Châu Âu (EC) trước khi thực hiện các quy định cấp quốc gia. Đôi khi, Ý đã không thông báo kịp thời các quy định dự thảo cho EC và/hoặc Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Ví dụ, vào năm 2017, Ý đã áp dụng các biện pháp ghi nhãn xuất xứ quốc gia (COOL) đối với sữa và các sản phẩm từ sữa, gạo, lúa mì cứng và các sản phẩm từ cà chua. Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển Kinh tế Ý đã công khai tuyên bố các biện pháp này sẽ hỗ trợ thương hiệu "Made in Italy" và giúp các sản phẩm của Ý cạnh tranh hơn. Ý đã không thông báo cho WTO trước khi thực thi các quy định dự thảo mặc dù các quy định này là rào cản kỹ thuật đối với thương mại (TBT). Ngày 22/12/2023, các Bộ trưởng Nông nghiệp, Chủ quyền lương thực, Lâm

ngiệp, Y tế, Doanh nghiệp và Sản xuất tại Ý đã ký một sắc lệnh gia hạn hiệu lực của các cách thức ghi nhãn xuất xứ quốc gia (“COOL”) đối với lúa mì cứng, gạo, thịt lợn, cà chua và các sản phẩm từ sữa cho đến ngày 31/12/2024. Ý là quốc gia ký kết Hiệp định tạo thuận lợi cho thương mại (TFA) của WTO và đã thực hiện tất cả nghĩa vụ của các quốc gia phát triển.

3. Hệ thống pháp luật và độc lập tư pháp

Luật pháp Ý dựa trên luật La Mã và bộ luật Napoleon của Pháp. Hệ thống tư pháp Ý bao gồm một loạt các tòa án và một nhóm thẩm phán được tuyển dụng làm công chức. Hệ thống này được thống nhất; mọi tòa án đều là một phần của mạng lưới quốc gia. Mặc dù nổi tiếng là chậm chạp, nhưng hệ thống luật dân sự Ý đáp ứng các nguyên tắc được công nhận chung của luật pháp quốc tế, với các điều khoản thực thi quyền sở hữu và quyền hợp đồng. Luật thương mại và phá sản của Ý được đưa ra và áp dụng nhất quán. Các nhà đầu tư nước ngoài tại Ý có thể lựa chọn các phương thức khác nhau cho việc giải quyết tranh chấp thay thế (ADR), bao gồm cả trọng tài ràng buộc về mặt pháp lý, mặc dù việc sử dụng ADR vẫn còn hiếm. Trong những năm gần đây, chính phủ Ý đã đưa ra các cải cách tư pháp để giảm tình trạng tồn đọng các vụ án dân sự và đẩy nhanh việc kết thúc các vụ án mới. Những cải cách này cũng bao gồm số hóa các thủ tục và tập trung vào ADR. Cải cách khu vực tư pháp là một trụ cột quan trọng của Kế hoạch phục hồi và phát triển kinh tế quốc gia của Ý. Các quy định có thể được kháng cáo tại hệ thống tòa án.

4. Luật và quy định về đầu tư trực tiếp nước ngoài

Ý bị ràng buộc bởi luật của EU về FDI.

5. Luật cạnh tranh và chống độc quyền

Cơ quan cạnh tranh Ý (AGCM) chịu trách nhiệm đánh giá các giao dịch liên quan đến vấn đề cạnh tranh. AGCM có thể kiểm tra các giao dịch hạn chế cạnh tranh tại Ý cũng như trên thị trường EU. Là thành viên của EU, Ý cũng phải chịu sự can thiệp của Tổng cục Cạnh tranh của Ủy ban Châu Âu (DG COMP). Các công ty có thể khiếu nại các quyết định của AGCM trước Tòa án hành chính khu vực Lazio. Các quyết định của tòa án hành chính khu vực có thể được kháng cáo lên Hội đồng Nhà nước.

6. Tịch thu và Bồi thường

Hiến pháp Ý cho phép sung công tài sản tư nhân cho "mục đích công", được định nghĩa là các dịch vụ thiết yếu (bao gồm trong trường hợp khẩn cấp về sức khỏe quốc gia) hoặc

các biện pháp không thể thiếu đối với nền kinh tế quốc gia, với sự bồi thường công bằng và kịp thời.

7. Giải quyết tranh chấp

7.1. ước ICSID và Công ước New York

Ý là quốc gia thành viên của Trung tâm quốc tế về giải quyết tranh chấp đầu tư của Ngân hàng Thế giới (Công ước ICSID). Ý đã ký và phê chuẩn Công ước về công nhận và thực thi phán quyết trọng tài nước ngoài (Công ước New York năm 1958). Luật dân sự Ý (Mục 839) quy định và quản lý việc thi hành phán quyết trọng tài nước ngoài tại Ý.

7.2. Giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư và nhà nước

Luật pháp Ý công nhận và thi hành các phán quyết của tòa án nước ngoài. Theo số liệu thống kê của UNCTAD, kể từ năm 2014, Ý đã là quốc gia bị đơn trong 14 tranh chấp đầu tư dựa trên các thỏa thuận quốc tế của nhà đầu tư. 04 vụ đã được giải quyết có lợi cho nhà đầu tư, 05 vụ đã được giải quyết có lợi cho Ý và 05 vụ vẫn đang chờ xử lý.

7.3. Trọng tài thương mại quốc tế và tòa án nước ngoài

Ý là một bên tham gia các hiệp ước quốc tế sau đây liên quan đến trọng tài:

- Công ước Geneva năm 1927 về việc thi hành các phán quyết của trọng tài nước ngoài (có hiệu lực vào ngày 12/02/1931);
- Công ước New York năm 1958 về việc công nhận và thi hành các phán quyết của trọng tài nước ngoài (có hiệu lực vào ngày 01/5/1969); và
- Công ước châu Âu năm 1961 về trọng tài thương mại quốc tế (có hiệu lực vào ngày 01/11/1970).

Bộ luật tố tụng dân sự của Ý (Quyển IV, Tiêu đề VIII, Mục 806-840) quản lý trọng tài, bao gồm cả việc công nhận các phán quyết trọng tài nước ngoài. Luật pháp Ý không dựa trên Luật mẫu UNCITRAL; tuy nhiên, nhiều nguyên tắc của Luật mẫu có trong luật pháp Ý. Các bên được tự do lựa chọn từ nhiều phương pháp giải quyết tranh chấp thay thế, bao gồm hòa giải, trọng tài và đàm phán có sự hỗ trợ của luật sư.

8. Quy định về phá sản

Trong những năm gần đây, vai trò của ngành tư pháp trong các thủ tục phá sản đã bị giảm bớt để đơn giản hóa và đẩy nhanh các thủ tục. Năm 2015, quốc hội Ý đã thông qua các thay đổi đối với luật phá sản, bao gồm các biện pháp dễ dàng tiếp cận tín dụng tạm thời đối với các công ty phá sản và tái cấu trúc các khoản nợ. Các thay đổi bổ sung đã được phê duyệt vào năm 2017 (thanh lý, cảnh báo sớm, quy trình đơn giản hóa, sắp xếp

với các chủ nợ, các công ty phá sản liên kết như một nhóm và tổ chức lại các quy tắc về nợ). Các biện pháp này nhằm mục đích giảm số lượng các vụ phá sản, hạn chế tác động đến nền kinh tế địa phương và tạo điều kiện giải quyết các tranh chấp của công ty bên ngoài hệ thống tòa án. Cuộc cải cách này diễn ra sau cải cách về thủ tục phá sản năm 2015. Cuối cùng, luật lệ được thông qua vào năm 2022 nhằm thực hiện NRRP của Ý bao gồm các yếu tố giải quyết tình trạng phá sản tiềm ẩn thông qua các thỏa thuận sơ bộ giữa các chủ nợ, tạo điều kiện thuận lợi thông qua việc trao đổi thông tin và dữ liệu bằng các công cụ kỹ thuật số.

Chính sách công nghiệp

1. Ưu đãi đầu tư

Chính phủ đưa ra các ưu đãi để khuyến khích khu vực tư nhân đầu tư vào các lĩnh vực mục tiêu và các khu vực suy thoái kinh tế, đặc biệt là ở miền Nam nước Ý. Các ưu đãi này cũng dành cho các nhà đầu tư nước ngoài đủ điều kiện. Các ưu đãi bao gồm trợ cấp, cho vay lãi suất thấp, khấu trừ và tín dụng thuế. Một số chương trình ưu đãi có giới hạn chi phí, điều này có thể ngăn cản các công ty đủ điều kiện nhận được các lợi ích ưu đãi khi đạt đến giới hạn. Chính phủ áp dụng giới hạn chi phí trên cơ sở không phân biệt đối xử, thường dựa trên thứ tự nộp đơn. Chính phủ không có thông lệ cấp bảo lãnh hoặc tài trợ chung cho các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Ý đưa ra nhiều ưu đãi cho các khoản đầu tư vào máy móc và thiết bị sản xuất mới (“Luật Sabatini mới”) của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, dành cho các công ty thích hợp bất kể công ty đó của quốc gia nào. Ưu đãi đầu tư này cung cấp tài trợ, tùy thuộc vào giới hạn chi phí hàng năm. Các lĩnh vực mục tiêu cũng có các ưu đãi đầu tư theo từng lĩnh vực cụ thể. Chính phủ đã gia hạn các lợi ích của “Luật Sabatini mới”, kéo dài đến năm 2027. Chính phủ đã phân bổ 23,8 tỷ euro (25,8 tỷ USD) trong giai đoạn 2021-2023 cho kế hoạch đầu tư “Công nghiệp 4.0” của tư nhân (sau này đổi tên thành “Chuyển đổi 4.0”), nhằm mục đích cải thiện khả năng cạnh tranh của lĩnh vực công nghiệp Ý thông qua sự kết hợp giữa các biện pháp chính sách, tín dụng thuế và tài trợ cho nghiên cứu và cơ sở hạ tầng. Ngân sách năm 2022 đã thay đổi tỷ lệ tín dụng thuế của “Công nghiệp/ Chuyển đổi 4.0” dành cho mua sắm thiết bị đầu tư mới. Chính phủ cũng mở rộng các ưu đãi cho việc mua sắm hàng hóa phi vật chất (phần mềm, tích hợp hệ thống, nền tảng và ứng dụng). Tuy nhiên, ngân sách năm 2023 đã thu hẹp đáng kể chương trình này, chấm dứt các khoản tín dụng thuế liên quan đến hàng hóa vốn hữu hình và vô hình. Các ưu đãi

liên quan đến đầu tư vào hàng hóa vốn hữu hình đã được lên lịch và tài trợ một phần vào năm 2022 đã được gia hạn đến tháng 9/2023. Ngoài ra, ngân sách năm 2023 đã giảm - nhưng không xóa bỏ - tín dụng thuế "Công nghiệp/ Chuyển đổi 4.0" đối với một số hoạt động nghiên cứu và phát triển cũng như cho đầu tư vào đổi mới công nghệ xanh. Theo chương trình được gọi là “Tiền thưởng xanh” được triển khai vào năm 2020, chính phủ đã cung cấp các ưu đãi thuế đối với hàng hóa có thể mua bán hoặc trao đổi được dành cho các hoạt động cải tạo giúp tăng hiệu quả sử dụng năng lượng của các tòa nhà. Chương trình này được gia hạn từ cuối năm 2021 đến cuối năm 2022. Một chương trình tương tự khác đã cung cấp các ưu đãi thuế dành cho việc cải tạo các công trình kiến trúc. Do lo ngại về chi phí của chương trình Tiền thưởng xanh và các cáo buộc gian lận, vào năm 2023, chính phủ đã quyết định giảm số tiền tín dụng thuế và chấm dứt khả năng giao dịch của tín dụng thuế.

Hệ thống thuế của Ý nói chung không phân biệt đối xử giữa các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Thuế dịch vụ kỹ thuật số của Ý là 3%. Thuế thu nhập doanh nghiệp (IRES) là 24%. Ngoài ra, các công ty có thể phải chịu thuế khu vực đối với các hoạt động sản xuất (IRAP) với mức thuế suất 3,9%. Năm 2022, Ý đã áp dụng “thuế lợi tức phụ thu đối với năng lượng” là 25% cho các công ty năng lượng báo cáo lợi nhuận bổ sung. Chính phủ đã cải tổ thuế cho năm 2023 và áp dụng mức thuế 50% đối với thu nhập của các công ty năng lượng vượt quá 10% so với mức trung bình của những năm trước. Mức thuế này tạo ra dòng doanh thu thấp hơn nhiều so với dự kiến và là đối tượng kháng cáo lên tòa án hiến pháp. Năm 2023, Ý đã áp dụng mức thuế 40% đối với lợi nhuận của ngân hàng nhằm vào thu nhập "không có căn cứ" do lãi suất cao thúc đẩy, sau đó sửa đổi biện pháp này để cho phép các ngân hàng dành tiền mặt làm dự trữ thay vì phải trả thêm thuế.

2. Khu thương mại nước ngoài/ Cảng tự do/ Thúc đẩy thương mại

Năm 2017, Luật 91 và 123 đã hình thành nên 08 khu kinh tế đặc biệt (SEZ) do các cơ quan cảng quản lý tại các vùng kém phát triển phía nam của Ý (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise và Puglia) và trên các đảo Sardinia và Sicily. Luật 162 năm 2023 đã hợp nhất 08 SEZ này thành 01 SEZ thống nhất có hiệu lực từ tháng 01/2024. [Website](#) cho SEZ duy nhất cũng được tạo ra theo luật này nhằm cung cấp thông tin chi tiết về các lợi ích dành cho doanh nghiệp (tuy nhiên, website này chỉ có tiếng Ý kể từ tháng 4/2024).

Kế hoạch phục hồi và phát triển kinh tế quốc gia của Ý bao gồm 630 triệu euro (682

triệu USD) dành cho các khoản đầu tư vào SEZ. Các doanh nghiệp đầu tư vào SEZ được hưởng lợi từ các khoản giảm thuế, ưu đãi tuyển dụng và giảm thủ tục hành chính. Với luật ngân sách năm 2020, chính phủ Ý đã cơ cấu rằng một ủy viên chính phủ sẽ làm chủ tịch một SEZ.

Luật 205 năm 2017 cũng quy định khả năng thành lập các khu vực hậu cần đơn giản hóa (ZLS – Zona Logistica Semplificata) tại các khu vực cảng của các vùng phát triển nhất, theo quy định của luật pháp châu Âu. Các ZLS nhằm mục đích cung cấp các lợi ích bao gồm đơn giản hóa hành chính, ưu đãi kinh tế và giảm thuế. ZLS đầu tiên đi vào hoạt động là ZLS “Venice Rodigino”, được thành lập theo sắc lệnh của thủ tướng được ký vào tháng 10 năm 2022.

Khu thương mại tự do (FTZ) cho phép các công ty nhập khẩu hàng hóa và tái xuất khẩu sang các quốc gia ngoài EU mà không phải trả thuế nhập khẩu và không bị hạn chế về hải quan. Luật FTZ cho phép các công ty tuyển dụng lao động có cùng quốc tịch với công ty theo luật lao động của quốc gia đó. FTZ chính của Ý nằm ở thành phố Trieste, đông bắc nước Ý. Các FTZ khác là Venice và Gioia Tauro.

Ngoài FTZ, SEZ và ZLS, các cảng của Ý cũng tập trung vào các khu vực miễn thuế quan, theo đó các nhà khai thác cảng có thể tiến hành các hoạt động thương mại và tận dụng các ưu đãi hải quan đáng kể. Tính đến tháng 8/2022, có 06 khu vực miễn thuế quan đang hoạt động tại Ý (Trieste, Venezia, Portovesme, Taranto, Brindisi Nord và Brindisi Capobianco).

3. Yêu cầu về hiệu suất và bản địa hóa dữ liệu

Là thành viên của EU, nhưng Ý không tuân theo các chính sách bắt buộc bản địa hóa nơi mà các nhà đầu tư nước ngoài phải sử dụng thành phần hàng hóa hoặc công nghệ trong nước. Ý không có thủ tục thực thi đối với các quy định về hiệu suất đầu tư. Ý không yêu cầu lưu trữ dữ liệu cục bộ nhưng các công ty truyền dữ liệu liên quan đến khách hàng hoặc doanh nghiệp khác trong hoặc ngoài EU phải tuân thủ các quy định về quyền riêng tư có liên quan của EU.

Năm 2020, GOI đã thực thi quyền hành của Golden Power trong một số trường hợp mua sắm thiết bị 5G. Trong một số trường hợp, GOI đã cho phép các nhà khai thác viễn thông mua thiết bị từ một số nhà cung cấp công nghệ thông tin nước ngoài nếu họ có thể tuân thủ theo luật định. Một trong những sắc lệnh này bao gồm quyền truy cập vào mã nguồn của các nhà cung cấp công nghệ thông tin nước ngoài.

Bảo vệ Quyền sở hữu

1. Bất động sản

Tòa án Ý thực thi quyền sở hữu bất động sản, các khoản thế chấp và phán quyết quyền lưu giữ tài sản thế chấp hiện có tại Ý và hệ thống công văn giấy tờ lưu trữ đáng tin cậy. Mặc dù Ý không công bố số liệu thống kê chính thức vấn đề về quyền sở hữu bất động sản, nhưng theo ước tính của Đại sứ quán thì chưa đến 10% đất đai tại Ý không có quyền sở hữu rõ ràng. Luật pháp Ý bao gồm các điều khoản theo đó việc sở hữu bất động sản ổn định và không bị gián đoạn trong thời hạn 20 năm, trong một số trường hợp nhất định, có thể cho phép bên chiếm hữu có quyền sở hữu bất động sản. Có thể đăng ký bất động sản trực tuyến thông qua cơ quan thuế của Ý. Dịch vụ trực tuyến cho phép đăng ký hợp đồng cũng như thanh toán phí đăng ký và phí chuyển nhượng.

2. Quyền sở hữu trí tuệ

Quyền ngăn chặn truy cập vào máy tính chủ và trang web của cơ quan truyền thông Ý (AGCOM) chỉ giới hạn với website và những máy chủ đặt tại Ý. Nhiều dịch vụ bất hợp pháp cung cấp nội dung thông qua các máy chủ đặt bên ngoài Ý.

Luật pháp Ý được coi là có hiệu quả trong việc bảo vệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ (IP) bao gồm nhãn hiệu và bản quyền. Lực lượng cảnh sát Ý, Guardia di Finanza và cơ quan hải quan, Agenzia delle Dogane (ADM) chủ yếu chịu trách nhiệm chống trộm cắp IP và thực hiện nghiêm túc trách nhiệm này. Các thẩm phán Ý cũng nhận thức được giá trị kinh tế của IP và đã tích cực truy tố hành vi trộm cắp IP. AGCOM đã ban hành quy định mới về chống trộm cắp bản quyền kỹ thuật số, và đưa ra quy trình mà chủ sở hữu có thể báo cáo các hành vi vi phạm trực tuyến cho AGCOM, sau đó AGCOM sẽ chặn quyền truy cập vào các trang web trong nước có lưu trữ nội dung vi phạm. Tháng 7 năm 2023, chính phủ đã phê duyệt luật chống vi phạm bản quyền mới giúp cải thiện quyền hạn của AGCOM và cung cấp các công cụ công nghệ mới để chống vi phạm bản quyền trực tuyến. Cùng thời gian này, chính phủ Ý đã phê duyệt cải cách đối với Bộ luật Sở hữu Công nghiệp, điều chỉnh bằng sáng chế và nhãn hiệu và nhằm mục đích tăng cường bảo vệ sở hữu công nghiệp và đơn giản hóa các quy trình hành chính và số hóa.

Tháng 12/2021, Chỉ thị Bản quyền của EU trên Thị trường Kỹ thuật số Đơn nhất (CDSM) đã có hiệu lực, về cơ bản Chỉ thị này thay thế cho Đạo luật Bản quyền của Ý. Đạo luật của Ý có phần dễ dãi hơn trong việc chia sẻ kết quả tìm kiếm kỹ thuật số (thông qua nghiên cứu tác phẩm gốc mới) của các dữ liệu tài liệu được truy cập hợp pháp và

các bộ sưu tập lưu trữ trừ khi chủ sở hữu "từ chối". Luật của Ý cũng công nhận ngoại lệ bản quyền đối với việc bảo tồn di sản văn hóa. Ví dụ, các bản sao của tác phẩm ở bất kỳ định dạng hoặc phương tiện nào cũng không bị giới hạn thông qua hợp đồng nếu được các tổ chức di sản văn hóa nắm giữ vĩnh viễn. Luật này cũng cho phép các tổ chức giáo dục sử dụng các phần tài liệu có bản quyền mà không cần sự cho phép của chủ sở hữu bản quyền nếu các tài liệu này được sử dụng trong các hệ thống trực tuyến an toàn và chỉ dành cho sinh viên và nhà giáo dục.

Ý theo dõi và báo cáo các vụ tịch thu hàng giả, chủ yếu thông qua ADM, cơ quan có đơn vị thi hành nhanh đặt tại các cảng của Ý và có thành tích xuất sắc trong việc ngăn chặn hàng hóa liên quan đến vi phạm quyền sở hữu trí tuệ hoặc hàng hóa vi phạm các quy định về nhãn hiệu, bằng sáng chế, bản quyền hoặc chỉ dẫn địa lý. Năm 2022, Ý đã tịch thu được 10,2 triệu euro (11 triệu USD) hàng giả.

Ngành tài chính

1. Thị trường vốn và đầu tư danh mục

Chính phủ chào đón các khoản đầu tư danh mục nước ngoài, và các khoản này thường phải tuân theo các quy định báo cáo và công bố thông tin giống như các khoản đầu tư trong nước. Nguồn tài chính lưu thông tương đối tự do trên thị trường tài chính Ý và vốn được phân bổ chủ yếu theo các điều khoản thị trường. Sự tham gia của nước ngoài vào thị trường vốn của Ý không bị hạn chế. Trên thực tế, nhiều công ty đại chúng lớn nhất của Ý có chủ sở hữu nước ngoài trong số các cổ đông chính của họ. Mặc dù các nhà đầu tư nước ngoài có thể huy động vốn trên thị trường địa phương và tiếp cận được nhiều công cụ tín dụng khác nhau, nhưng việc tiếp cận được vốn chủ sở hữu lại rất khó khăn. Ý có thị trường vốn cổ phần tư nhân tương đối kém phát triển và từ lâu các doanh nghiệp đã ưa chuộng tài trợ tín dụng. Quỹ đầu tư mạo hiểm bị hạn chế thường được cung cấp bởi các ngân hàng thương mại đã thành lập và một số ít quỹ đầu tư mạo hiểm. Milan đóng vai trò là thủ đô tài chính của Ý và là nơi có sàn giao dịch chứng khoán duy nhất của Ý, Sàn giao dịch chứng khoán Milan - MIL (Borsa Italiana). Năm 2021, Euronext có trụ sở tại Hà Lan đã mua lại MIL từ Sàn giao dịch chứng khoán London. Trung tâm dữ liệu chính của Euronext đã được chuyển từ London đến Bergamo, miền bắc nước Ý, vào tháng 10/2022. Borsa Italiana tương đối nhỏ, với 428 công ty niêm yết và vốn hóa thị trường là 28,6% GDP vào cuối năm 2023. Mặc dù sàn giao dịch này chủ yếu vẫn là nguồn vốn cho các công ty lớn hơn của Ý, Borsa Italiana đã thành lập "AIM

Italia" vào năm 2012 như một sản giao dịch thay thế với các yêu cầu nộp hồ sơ và báo cáo hợp lý để khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ tìm kiếm nguồn tài trợ vốn chủ sở hữu. Chính phủ thừa nhận rằng các công ty Ý vẫn phụ thuộc quá nhiều vào nguồn tài trợ của ngân hàng, điều này làm nản lòng đầu tư nước ngoài và đã khởi xướng một số chương trình để khuyến khích các hình thức tài trợ thay thế, bao gồm vốn đầu tư mạo hiểm và trái phiếu doanh nghiệp. Các chuyên gia tài chính cho rằng sự trì trệ trong các quy trình của CONSOB (ủy ban công ty và sản giao dịch chứng khoán Ý) và định kiến văn hóa chống lại vốn cổ phần tư nhân gây nên việc hạn chế tài trợ vốn chủ sở hữu tại Ý. Venture Capital Monitor, do trường kinh doanh LUISS thực hiện, đã báo cáo rằng sau khi tăng trưởng liên tục từ năm 2018, các khoản đầu tư mạo hiểm vào các công ty khởi nghiệp sáng tạo của Ý đã chậm lại vào năm 2023. Tổng số tiền đầu tư vào các công ty khởi nghiệp sáng tạo của Ý vào năm 2023 là khoảng 1,4 tỷ euro (1,5 triệu USD), trong khi vào năm 2022 là gần 2,2 tỷ euro (2,4 triệu USD). Tuy nhiên, trong năm thứ ba liên tiếp, các khoản đầu tư đã vượt quá 1 tỷ euro, cho thấy dấu hiệu củng cố và trưởng thành của thị trường Ý. Nhà nước, thông qua CDP Venture Capital (một phần của ngân hàng đầu tư nhà nước Cassa Depositi e Prestiti, hay CDP) đóng vai trò tích cực trên thị trường vốn đầu tư mạo hiểm của Ý. CDP Venture Capital, công ty con của CDP chuyên đầu tư vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ sáng tạo, đã báo cáo đã đầu tư tổng cộng 3,5 tỷ euro (3,8 tỷ USD) vào cuối năm 2023.

Thị trường tài chính của Ý được quản lý bởi cơ quan quản lý chứng khoán CONSOB, ngân hàng trung ương Ý, Ngân hàng Ý (BOI) và Viện Giám sát Bảo hiểm (IVASS). CONSOB giám sát và quản lý thị trường chứng khoán của Ý (ví dụ: Sản giao dịch chứng khoán Milan). Tính đến tháng 01/2024, Ngân hàng Trung ương Châu Âu giám sát trực tiếp 12 ngân hàng lớn nhất của Ý và giám sát gián tiếp các ngân hàng Ý ít quan trọng hơn thông qua BOI. IVASS giám sát và quản lý các công ty bảo hiểm. Tính thanh khoản trên thị trường sơ cấp đủ để tham gia và thoát khỏi các vị thế lớn, mặc dù thị trường vốn của Ý nhỏ theo tiêu chuẩn quốc tế. Tính thanh khoản có thể bị hạn chế đối với một số khoản đầu tư ít được giao dịch (ví dụ: trái phiếu được giao dịch trên thị trường thứ cấp và OTC).

Các chính sách của Ý thường tạo điều kiện thuận lợi cho dòng tiền chảy vào thị trường. Cổ tức và tiền bản quyền trả cho người nước ngoài có thể phải chịu thuế khấu trừ, trừ phi được bao gồm trong hiệp ước thuế. Cổ tức trả cho các cơ sở thường trú của các công

ty không cư trú tại Ý không phải chịu thuế khấu trừ.

Ý áp dụng thuế giao dịch tài chính (FTT hoặc Thuế Tobin) bắt đầu từ năm 2013. Giao dịch tài chính bị đánh thuế 0,1% tại các thị trường được quản lý và 0,2% tại các thị trường không được quản lý. FTT áp dụng cho số dư hàng ngày thay vì cho từng giao dịch. FTT cũng áp dụng cho giao dịch phái sinh, với mức phí từ 0,025 € đến 200 €. Giao dịch tần suất cao cũng phải chịu mức thuế 0,02% đối với các giao dịch diễn ra sau mỗi 0,5 giây hoặc nhanh hơn (ví dụ: giao dịch tự động). FTT không áp dụng cho "nhà tạo lập thị trường", quỹ hưu trí và vốn hóa nhỏ, các giao dịch liên quan đến quyền góp hoặc thừa kế, mua các sản phẩm phái sinh để trang trải rủi ro tỷ giá hối đoái/ lãi suất/ nguyên liệu thô (thị trường hàng hóa), trái phiếu chính phủ và các loại trái phiếu khác hoặc các công cụ tài chính cho các công ty có vốn hóa dưới 500 triệu € (542 triệu USD). FTT đã bị chỉ trích vì ngăn cản những người tiết kiệm nhỏ đầu tư vào các công ty đại chúng trên thị trường chứng khoán Milan.

Không có hạn chế nào đối với người nước ngoài tham gia đầu tư danh mục đầu tư tại Ý. Các công ty dịch vụ tài chính được thành lập tại một quốc gia thành viên EU khác có thể cung cấp các dịch vụ và sản phẩm đầu tư tại Ý mà không cần thiết lập sự hiện diện tại địa phương. Kể từ năm 2020, các nhà đầu tư, người Ý hoặc nước ngoài, mua cổ phần hơn 1% của một công ty Ý được giao dịch công khai phải thông báo cho CONSOB nhưng không cần sự chấp thuận của CONSOB. Bất kỳ nhà đầu tư người Ý hoặc nước ngoài nào muốn mua hoặc tăng cổ phần trong ngân hàng Ý bằng hoặc lớn hơn 10% phải nhận được sự cho phép trước từ BOI. Việc mua lại các cổ phần sẽ thay đổi quyền kiểm soát của một nhóm ngân hàng phải được thông báo cho BOI ít nhất 30 ngày trước khi kết thúc giao dịch. Bất kỳ giao dịch mua lại đáng kể nào về quyền sở hữu, chuyển nhượng danh mục đầu tư hoặc sáp nhập các công ty bảo hiểm hoặc tái bảo hiểm đều phải được Cơ quan giám sát bảo hiểm Ý chấp thuận và cho phép trước.

Ý đã tìm cách hạn chế tình trạng trốn thuế tràn lan - khiến Ý thiệt hại khoảng 90 tỷ euro (97,5 tỷ USD) vào năm 2021 theo chính phủ (khoảng 5% GDP) - bằng cách cải thiện việc thực thi và thay đổi thái độ. Các hành động của GOI bao gồm nỗ lực truyền thông công khai nhằm giảm sự khoan dung đối với hành vi trốn thuế; gửi thư cho những người bị nghi ngờ không khai báo đầy đủ thu nhập của họ; tăng cường và công khai các biện pháp kiểm soát của cảnh sát tài chính đối với các doanh nghiệp (ví dụ: đột kích các doanh nghiệp tại các điểm nghỉ dưỡng vào các kỳ nghỉ lễ cao điểm); và kiểm toán yêu

cầu các cá nhân phải chứng minh thu nhập của họ. Hóa đơn điện tử, bắt buộc đối với các doanh nghiệp (trên ngưỡng doanh thu nhất định) kể từ năm 2014 đối với các giao dịch giữa doanh nghiệp với chính phủ và bắt buộc kể từ năm 2019 đối với các giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp và giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng, cũng đã làm giảm tình trạng trốn thuế. Các cải cách thuế được thực hiện vào năm 2015 đã thể chế hóa một số thông lệ tốt nhất của OECD để khuyến khích người nộp thuế tuân thủ, bao gồm cả việc giảm gánh nặng hành chính cho người nộp thuế thông qua việc tăng cường sử dụng công nghệ như nộp hồ sơ điện tử, tờ khai thuế đã hoàn thành trước và sàng lọc tự động các tờ khai thuế để tìm lỗi và thiếu sót trước khi kiểm toán chính thức. Các cải cách cũng mang lại sự chắc chắn hơn cho người nộp thuế thông qua các chương trình như tuân thủ hợp tác và phán quyết thuế trước (tức là ý kiến ràng buộc về cách xử lý thuế đối với các giao dịch cụ thể) cho các nhà đầu tư tiềm năng. Chính phủ trước đã phê duyệt các hướng dẫn bao quát về cải cách thuế chung nhằm đơn giản hóa hệ thống thuế của Ý, hệ thống này vẫn phức tạp và có mức thuế tương đối cao đối với thu nhập lao động. Tuy nhiên, Quốc hội đã không thông qua cải cách thuế. Chính phủ hiện tại đã thông qua các hướng dẫn cải cách thuế mới vào tháng 3/2023 nhằm giảm các mức thuế của Ý, loại bỏ một số khoản khấu trừ thuế và chi tiêu thuế. Quốc hội đã thông qua luật khung cải cách thuế vào tháng 8/2023 (luật 111/2023). Kể từ ngày có hiệu lực (ngày 29/8/2023), chính phủ có 24 tháng để xây dựng các nghị định thực hiện có liên quan. Hầu hết các chi tiết của cải cách sẽ được nêu trong các nghị định thực hiện.

GOI và BOI đã chấp nhận và tôn trọng các nghĩa vụ của IMF, bao gồm Điều VIII. Tháng 3/2024, quốc hội đã phê duyệt cải cách thị trường vốn. Dựa trên khuyến nghị của báo cáo OECD năm 2020, luật này nhằm kích thích sự tăng trưởng thị trường vốn của Ý bằng cách thúc đẩy khả năng tiếp cận và tính lâu dài của các công ty trong thị trường tài chính. Luật cũng hướng đến việc thu hút nhiều hơn các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Milan, ngăn chặn các vụ thôn tính thù địch và ngăn chặn các công ty lớn thành lập công ty bên ngoài nước Ý. Những người ủng hộ luật này cho rằng luật sẽ xóa bỏ rào cản đối với việc thành lập các tập đoàn lớn. Những người chỉ trích cảnh báo rằng luật có thể có tác dụng ngược lại. Với việc người nước ngoài chiếm 95% cổ đông trong các công ty niêm yết của Ý, những người chỉ trích cũng lo ngại luật này sẽ có lợi cho người Ý bằng cách cho phép các công ty đại chúng cho phép cho các cổ đông dài hạn, những người có xu hướng là người bản địa, quyền biểu quyết quá mức và nếu cổ

phần của họ vượt quá 9%, thì có khả năng phủ quyết một số cuộc bổ nhiệm vào hội đồng quản trị. Chính phủ hiện có 12 tháng để thi hành luật thông qua sắc lệnh.

2. Hệ thống tiền tệ và ngân hàng

Mặc dù có những vấn đề riêng tại các ngân hàng Ý, nhưng hệ thống ngân hàng vẫn mạnh và tỷ lệ vốn vượt ngưỡng theo quy định. Khoảng 100 nhóm ngân hàng và ngân hàng độc lập khác nhau đang hoạt động tại Ý. Mặc dù biên lợi nhuận của các ngân hàng Ý bị ảnh hưởng kể từ năm 2011, nhưng đã phục hồi đáng kể vào các năm 2021, 2022 và 2023. BOI cho biết tỷ lệ lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) hàng năm đã tăng lên 6% vào năm 2020, 8% vào năm 2022 và 11% vào năm 2023. Sự gia tăng ROE này có thể cho thấy hiệu quả tăng lên trong việc tạo ra lợi nhuận liên quan đến thanh khoản của cổ đông. Các biện pháp hỗ trợ của chính phủ dành cho hộ gia đình và doanh nghiệp cùng sự phục hồi của nền kinh tế vào năm 2021 đã góp phần giảm thiểu tác động của đại dịch đối với chất lượng tài sản của các ngân hàng. Mặc dù BOI vẫn chưa công bố dữ liệu ROE cho toàn bộ năm 2023, nhưng các ngân hàng lớn của Ý báo cáo lợi nhuận đã cải thiện so với năm 2022. Sự thay đổi trong lợi nhuận của ngành ngân hàng có liên quan đến triển vọng tăng trưởng kinh tế của Ý, thu nhập lãi ròng tăng do những thay đổi trong chính sách tiền tệ và các nỗ lực tái tổ chức để giảm chi phí và tăng hiệu quả. Hiệu suất đặc biệt năm 2023 có thể là do chủ động cung cấp bảo lãnh công cho các khoản vay được cấp trong thời kỳ đại dịch và các chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương tạo ra các điều kiện thị trường thuận lợi cho ngành ngân hàng.

Tỷ lệ nợ xấu (NPL) trên tổng số dư nợ đã giảm đáng kể kể từ mức cao nhất vào tháng 11/2015 trong cuộc khủng hoảng tài chính, vì các ngân hàng tiếp tục bán NPL và các khoản vay không có khả năng trả nợ. Tính đến tháng 12/2023, NPL ròng đã giảm xuống còn 16,6 tỷ euro (18 tỷ USD). ABI, hiệp hội ngân hàng Ý, báo cáo tỷ lệ NPL là 0,98% (trừ các khoản dự phòng) vào tháng 12/2023, so với 0,81% vào tháng 12/2022 và 4,89% vào tháng 11/2015 khi NPL ròng bằng 88,8 tỷ euro (94,6 tỷ USD). GOI cũng đã thực hiện các bước để tạo điều kiện cho các nhà đầu tư bên ngoài mua lại NPL.

Năm 2016, GOI đã thành lập quỹ cứu trợ ngân hàng trị giá 20 tỷ euro (21,3 tỷ USD) để hỗ trợ các ngân hàng Ý đang gặp khó khăn cần thanh khoản hoặc hỗ trợ vốn. Ngân hàng lớn thứ tư của Ý, Monte Dei Paschi Di Siena (MPS), đã trở thành ngân hàng đầu tiên tận dụng quỹ này vào năm 2019. Chính phủ sở hữu 64% MPS nhưng không thoát khỏi ngân hàng vào đầu năm 2022, theo thỏa thuận với các cơ quan chức năng của EU. Chính

phủ hiện hy vọng sẽ bán hết cổ phần vào cuối năm 2024. Tháng 11/2023 và tháng 3/2024, Bộ Kinh tế và Tài chính (MEF) đã bán 25% và 12,5% ngân hàng với giá lần lượt là 720 triệu euro (781 triệu USD) và 650 triệu euro (705 triệu USD), hạ tổng số cổ phần của MEF xuống còn 26,73%. Chính phủ cũng tạo điều kiện thuận lợi cho việc bán hai "ngân hàng Veneto" đang gặp khó khăn (Banca Popolare di Vicenza và Veneto Banca) cho Intesa Sanpaolo vào năm 2017. Trong khi Quỹ bảo lãnh tiền gửi liên ngân hàng của Ý (FITD) sở hữu 80% Banca Carige sau đợt giải cứu do ngành tài trợ vào năm 2019, Carige sau đó đã được ngân hàng BPER có trụ sở tại Modena mua lại. Sự sáp nhập này đã tạo ra tập đoàn ngân hàng lớn thứ tư của Ý. Các khoản bảo lãnh cho vay của chính phủ (cho các công ty lớn thông qua SACE, cơ quan tín dụng xuất khẩu của Ý và cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua Quỹ bảo lãnh trung ương hay Fondo Centrale di Garanzia) và lệnh hoãn trả nợ cũng giúp dẫn đến sự gia tăng đáng kể tín dụng cho các công ty trong thời kỳ đại dịch. Lệnh bảo lãnh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các công ty lớn (mặc dù là SACE) đã được gia hạn đến tháng 12/2022. Lệnh hoãn trả nợ đã hết hạn vào tháng 12/2021. Bất chấp một số hoạt động M&A trong lĩnh vực ngân hàng trong vài năm qua, ECB, OECD và chính phủ Ý vẫn tiếp tục khuyến khích hợp nhất thêm để cải thiện hiệu quả. Năm 2022, Ý có 51 tập đoàn ngân hàng, 03 ngân hàng hợp tác và 45 ngân hàng độc lập, cũng như 81 công ty con của các ngân hàng nước ngoài (bao gồm 73 công ty từ các quốc gia thành viên EU và 02 công ty từ Hoa Kỳ). Tính đến tháng 01/2023, có 12 nhóm được phân loại là "quan trọng" theo Cơ chế giám sát duy nhất của EU.

Ngành ngân hàng Ý vẫn tập trung vào các chi nhánh là các địa điểm thực tế của ngân hàng để cung cấp dịch vụ, góp phần làm giảm hiệu quả của toàn ngành. Ngân hàng điện tử có sẵn tại Ý, nhưng mức độ áp dụng vẫn thấp hơn mức trung bình của khu vực đồng euro. Tiền mặt vẫn được sử dụng rộng rãi trong các giao dịch. Giới hạn giao dịch tiền mặt đã được nâng từ 2.000 euro (2.130 USD) lên 5.000 euro (5.326 USD) kể từ tháng 01/2023.

Tín dụng được phân bổ theo các điều khoản thị trường, với các nhà đầu tư nước ngoài đủ điều kiện nhận tín dụng tại Ý. Tín dụng tại Ý chủ yếu vẫn do ngân hàng thúc đẩy. Trên thực tế, người nước ngoài có thể gặp hạn chế trong việc tiếp cận nguồn tài chính, vì các ngân hàng Ý có thể không muốn cho những người đi vay tiềm năng (kể cả người Ý) vay vốn nếu không có mối quan hệ từ trước.

Bộ Kinh tế và Tài chính và BOI đã bày tỏ sự quan tâm đến công nghệ chuỗi - khối để chuyển đổi ngành ngân hàng. Bắt đầu từ năm 2021, Hiệp hội Ngân hàng Ý đã triển khai hệ thống dựa trên Công nghệ sổ cái phân tán trên toàn ngành ngân hàng Ý. Quy trình này nhằm mục đích đối chiếu các sản phẩm vật chất như giấy thương mại hoặc giấy nợ được trao đổi giữa các ngân hàng.

Tháng 10/2023, quốc hội đã phê duyệt, với các sửa đổi về Thuế bất ngờ của Ý dành cho các ngân hàng, gây ảnh hưởng đến các ngân hàng Ý và các chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Ý. Đây là một loại thuế một lần, chỉ áp dụng cho năm tài chính 2023, được đánh thuế ở mức 40% đối với mức tăng biên độ lãi suất mà các ngân hàng thực hiện trong thời gian giám sát là một hoặc hai năm tài chính, tùy thuộc vào mức sản xuất ứng là 5% hoặc 10%. Các sửa đổi chính đối với Thuế bất ngờ của Ý dành cho các ngân hàng liên quan đến việc xác định cơ sở chịu thuế và là cơ hội cho các ngân hàng ghi nhận một khoản dự trữ không phân phối ít nhất gấp 2,5 lần số tiền thuế phải trả thay vì quy đổi ra tiền mặt.

3. Ngoại hối và Chuyển tiền

3.1. Ngoại hối

Theo chỉ thị của EU, Ý không kiểm soát ngoại hối. Không có hạn chế nào đối với việc chuyển tiền; chỉ có các yêu cầu báo cáo. Các ngân hàng được yêu cầu báo cáo bất kỳ giao dịch nào trên 1.000 € (1.065 USD) do lo ngại về rửa tiền và tài trợ khủng bố. Lợi nhuận, thanh toán và chuyển tiền có thể được hồi hương tự do. Cư dân và người không cư trú có thể mở tài khoản ngoại hối. Như đã lưu ý trước đó, GOI đã tăng giới hạn thanh toán bằng tiền mặt cho hàng hóa hoặc dịch vụ từ 2.000 € (2.130 USD) lên 5.000 € (5.326 USD) kể từ tháng 01/2023. Các khoản thanh toán trên số tiền này phải được thực hiện điện tử. Việc thực thi vẫn chưa đồng đều. Quy tắc này miễn trừ các dịch vụ tiền điện tử, ngân hàng và các tổ chức tài chính khác, nhưng không miễn trừ cho các công ty dịch vụ thanh toán.

Ý là thành viên của Liên minh tiền tệ châu Âu (EMU), với đồng euro là đơn vị tiền tệ chính thức. Tỷ giá hối đoái đang thả nổi.

3.2. Chính sách chuyển tiền

Không có giới hạn nào đối với việc chuyển tiền, mặc dù các giao dịch trên 1.000 € (1.065 USD) phải được báo cáo.

4. Quỹ đầu tư quốc gia

Ngân hàng đầu tư nhà nước Cassa Depositi e Prestiti (CDP) đã ra mắt quỹ đầu tư chiến lược vào năm 2011, hiện được gọi là CDP Equity (trước đây là Fondo Strategico Italiano – FSI). CDP Equity có 9,7 tỷ euro (10,3 tỷ USD) vốn đầu tư và 18 công ty trong danh mục đầu tư, nắm giữ cả cổ phần đa số và cổ phần thiểu số. CDP Equity đầu tư vào các công ty có lợi ích liên quan quốc gia và trên trang web của mình, CDP cung cấp thông tin về nguồn tài trợ, chính sách đầu tư, tiêu chí và thủ tục. CDP Equity mở cửa cho các khoản đầu tư vốn từ các nhà đầu tư tổ chức bên ngoài, bao gồm cả các nhà đầu tư nước ngoài. CDP Equity là thành viên của Nhóm công tác quốc tế về Quỹ đầu tư quốc gia và tuân thủ Nguyên tắc Santiago. Các khoản đầu tư của CDP chủ yếu vào các tài sản và công ty trong nước, ngay cả khi công ty có ấn tượng đáng kể trên thị trường quốc tế.

Doanh nghiệp nhà nước

Mặc dù đã có những đợt tư nhân hóa quy mô lớn vào những năm 1990 và đầu những năm 2000, nhưng nhà nước vẫn nắm giữ lượng cổ phần đáng kể trong toàn bộ nền kinh tế. Thông qua MEF, chính phủ duy trì quyền lợi trực tiếp hoặc gián tiếp tại hàng trăm công ty và bổ nhiệm các giám đốc điều hành cấp cao trong trường hợp nắm quyền kiểm soát. Từ năm 2023 đến năm 2024, ước tính chính phủ sẽ bổ nhiệm hơn 600 viên chức tại 135 đơn vị. Theo các tờ báo tài chính lớn nhất của Ý và các nghiên cứu khác, tính đến tháng 12/2023, MEF nắm giữ cổ phần (trực tiếp hoặc gián tiếp) tại các công ty chiếm khoảng 30% vốn hóa thị trường chứng khoán của Ý. Trong một số trường hợp, MEF thực hiện quyền sở hữu thông qua ngân hàng đầu tư nhà nước Cassa Depositi e Prestiti (CDP do GOI sở hữu 83%). Ví dụ về các cơ quan do nhà nước sở hữu và kiểm soát là các công ty đường sắt nhà nước Ferrovie dello Stato (100%), dịch vụ bưu chính Ý Poste Italiane (65%), tập đoàn năng lượng Enel (23,6%), tập đoàn dầu khí Eni (32%) và nhà sản xuất quốc phòng Leonardo (30,2%). Đổi lại, nhiều công ty lớn này sở hữu một số công ty con nhỏ hơn.

Bất chấp vị thế nắm giữ cổ phần của chính phủ Ý, hầu hết các công ty này đều hoạt động trong môi trường cạnh tranh (trong nước và quốc tế), tuân theo luật thương mại của khu vực tư nhân và đáp ứng quá trình ra quyết định theo định hướng thị trường. Ngoài ra, nhiều cơ quan do nhà nước kiểm soát được giao dịch công khai, mang lại sự minh bạch bổ sung và nghĩa vụ quản trị doanh nghiệp, bao gồm cả việc đối xử công bằng với nhóm thiểu số các cổ đông phi chính phủ. Ngoại trừ một số trường hợp ngoại lệ, các doanh nghiệp nhà nước (SOE) phải chịu cùng chế độ thuế và hạn chế ngân sách như các công

ty tư nhân hoàn toàn. Ngoài ra, các ngành công nghiệp có SOE vẫn mở cửa cho sự cạnh tranh của tư nhân. Tuy nhiên, đôi khi chính phủ đã tác động đến các công ty này để đưa ra các quyết định có thể khác với mục tiêu thương mại thuần túy. Ví dụ, lợi ích quốc gia và mối quan tâm về an ninh năng lượng có thể ảnh hưởng đến các quyết định đầu tư của Eni và nhà điều hành hệ thống truyền tải khí đốt Snam.

Là thành viên EU, Ý chịu sự chi phối của các quy tắc mua sắm của chính phủ EU. Là thành viên OECD, Ý tuân thủ các Nguyên tắc về Quản trị doanh nghiệp của các doanh nghiệp nhà nước.

❖ Chương trình tư nhân hóa

Chính phủ đã tiến hành một nỗ lực tư nhân hóa lớn vào những năm 1990 và đầu những năm 2000. Chính phủ giữ lại cổ phần thiểu số không kiểm soát trong một số công ty, chẳng hạn như TIM (Telecom Italia) và "cổ phần vàng" (đủ để duy trì quyền kiểm soát) trong các công ty khác, chẳng hạn như Eni và Enel. Một chương trình tư nhân hóa khá kém được khởi động lại trong những năm 2010 phần lớn đã bị dừng lại và trong một số trường hợp đã bị đảo ngược trong đại dịch. Trong đại dịch, chính phủ đã mua cổ phần của một số đơn vị đang gặp khó khăn về tài chính hoặc được coi là chiến lược và có nguy cơ bị nước ngoài mua lại. Ví dụ, chính phủ đã nắm giữ 38% cổ phần của nhà máy thép Arcelor Mittal ở Taranto (trước đây gọi là ILVA). MEF sở hữu 64% của Banca Monte dei Paschi di Siena (MPS) sau một gói cứu trợ năm 2017 khiến người nộp thuế phải trả 5,4 tỷ euro (5,75 tỷ USD). Trong khi chính phủ đã đồng ý với Ủy ban EU bán cổ phần của chính phủ vào đầu năm 2022, thì hiện tại họ hy vọng sẽ bán ngân hàng này vào cuối năm 2024. Tháng 11/2023 và tháng 3/2024, Bộ Kinh tế và Tài chính (MEF) đã bán 25% và 12,5% cổ phần của ngân hàng với giá lần lượt là 720 triệu euro (781 triệu USD) và 650 triệu euro (705 triệu USD), hạ tổng số cổ phần xuống còn 26,73%. Tính đến tháng 3/2024, chính phủ cũng đang đàm phán việc bán ITA Airways do nhà nước sở hữu (đã tiếp quản một số tài sản của Alitalia trước đây) cho Lufthansa. Trong ngân sách năm 2024, chính phủ đã cam kết trong 3 năm tạo ra 1% GDP, hoặc 20 tỷ euro (21,7 tỷ USD), thông qua tư nhân hóa. Các nhà phân tích tính toán rằng mức tăng trưởng thấp hơn vào năm 2024 sẽ dẫn đến thâm hụt trong các tài khoản công ít nhất là 10 tỷ euro (10,7 tỷ USD). Để bù đắp thâm hụt, chính phủ hy vọng sẽ đẩy nhanh quá trình tư nhân hóa một phần các công ty bán công quan trọng Poste Italiane, Eni và một phần cổ phần chưa xác định của Ferrovie dello Stato/ Italian State Railways.

Hành vi kinh doanh có trách nhiệm

Có nhận thức chung về kỳ vọng và tiêu chuẩn đối với hành vi kinh doanh có trách nhiệm (RBC) tại Ý. Việc thực thi các tranh chấp về xã hội dân sự với các doanh nghiệp nói chung là công bằng, mặc dù tốc độ tiến triển chậm của tư pháp dân sự có thể làm chậm khả năng của các cá nhân trong việc tìm kiếm biện pháp khắc phục hiệu quả đối với các tác động tiêu cực đến doanh nghiệp. Ngoài ra, luật pháp và tiêu chuẩn của EU về RBC được áp dụng tại Ý. Trong trường hợp tòa án Ý không bảo vệ được quyền của cá nhân theo luật pháp EU, thì cá nhân có thể tìm kiếm biện pháp khắc phục tại Tòa án Công lý Châu Âu (ECJ).

CONSOB đã ban hành các tiêu chuẩn về quản trị doanh nghiệp, kế toán và thù lao của giám đốc điều hành để bảo vệ các cổ đông. Thông tin về các tiêu chuẩn quản trị doanh nghiệp có sẵn trên trang web của [CONSOB](#).

Là thành viên của OECD, Ý ủng hộ và thúc đẩy các Nguyên tắc của [OECD](#) dành cho Doanh nghiệp đa quốc gia, là các khuyến nghị của chính phủ đối với các doanh nghiệp đa quốc gia về việc thực hiện phương pháp thẩm định dựa trên rủi ro để đạt được hành vi kinh doanh có trách nhiệm (RBC). Các nguyên tắc này đưa ra các nguyên tắc và tiêu chuẩn tự nguyện trong nhiều lĩnh vực bao gồm việc làm và quan hệ lao động, nhân quyền, môi trường, công bố thông tin, cạnh tranh, bảo vệ người tiêu dùng, thuế và khoa học công nghệ. Điểm liên lạc quốc gia của Ý (NCP) về các Nguyên tắc này thuộc Bộ Doanh nghiệp và Sản xuất tại Ý. NCP thúc đẩy các Nguyên tắc; phổ biến thông tin liên quan; và khuyến khích sự hợp tác giữa các tổ chức quốc gia và quốc tế, cộng đồng doanh nghiệp và xã hội dân sự. NCP cũng thúc đẩy Kế hoạch hành động quốc gia của Ý về Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, có sẵn trực tuyến.

Các tổ chức phi chính phủ và công đoàn độc lập hoạt động tự do tại Ý. Ngoài ra, 03 liên đoàn công đoàn lớn nhất của Ý tích cực thúc đẩy và giám sát RBC và phục vụ trong cơ quan cố vấn cho NCP của Ý về Nguyên tắc của OECD dành cho Doanh nghiệp đa quốc gia. Ý khuyến khích tuân thủ Hướng dẫn thẩm định của OECD về chuỗi cung ứng khoáng sản có trách nhiệm từ các khu vực có xung đột và rủi ro cao và đã cung cấp hướng dẫn hoạt động cho các doanh nghiệp Ý để hỗ trợ họ trong thẩm định chuỗi cung ứng. Ý là thành viên của Sáng kiến minh bạch ngành công nghiệp khai khoáng (EITI). Bộ Ngoại giao Ý hoạt động trên phạm vi quốc tế để thúc đẩy việc áp dụng các thông lệ tốt nhất.

❖ Các vấn đề về môi trường

Kế hoạch Khí hậu - Năng lượng Tích hợp Quốc gia (PNIEC) được ban hành năm 2020 đã phác thảo chiến lược của Ý từ năm 2021 đến năm 2030 liên quan đến quá trình khử cacbon, hiệu quả năng lượng, tự tiêu thụ so với sản xuất năng lượng tái tạo phân tán và an ninh năng lượng. Sau khi EU thông qua các mục tiêu tham vọng hơn vào năm 2021, giảm lượng khí thải nhà kính ròng ít nhất 55% vào năm 2030 và đạt mức phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, Ý đã công bố chiến lược thực hiện được gọi là Kế hoạch chuyển đổi sinh thái (ETP), vào năm 2022. Theo Kế hoạch phục hồi và phát triển kinh tế quốc gia (NRRP), Ý có kế hoạch loại bỏ việc sử dụng than vào năm 2025 và đưa tỷ trọng năng lượng tái tạo trong tổng sản lượng năng lượng cuối cùng lên 72% vào năm 2030 và tăng lên 95% - 100% vào năm 2050. NRRP đã dành 59 tỷ euro (66 tỷ USD) để khuyến khích các nguồn năng lượng tái tạo trong giai đoạn 2021 - 2026. Khu vực tư nhân phải tuân thủ các quy định về khí thải hiện hành của EU do Ý không có yêu cầu nào cụ thể. Sau khi Ý phê chuẩn Công ước về Đa dạng sinh học vào năm 2010, Ý đã thông qua Chiến lược quốc gia đầu tiên về Đa dạng sinh học cho giai đoạn 2010 - 2020. Tháng 8/2023, Bộ Môi trường và An ninh Năng lượng (MASE) đã ban hành sắc lệnh để khởi động “Chiến lược quốc gia về Đa dạng sinh học hướng tới năm 2030”. Theo Chiến lược Đa dạng sinh học châu Âu cho năm 2030, các mục tiêu chính tập trung vào việc tăng các khu vực được bảo vệ (30% đất liền và biển phải được bảo vệ vào năm 2030, 10% trong số đó là “khu vực được bảo vệ nghiêm ngặt”) và khôi phục 30% hệ sinh thái biển và hệ sinh thái trên cạn. Kế hoạch thực hiện dự kiến sẽ được thông qua vào năm 2024. Ý đã giới thiệu chương trình Ecobonus vào năm 2012 nhằm cải thiện hiệu quả năng lượng của các tòa nhà ở khu dân cư và phi dân cư tại Ý, cũng như để giảm mức tiêu thụ nhiên liệu hóa thạch và khí đốt tự nhiên. Chương trình năm 2024 cho phép hoàn trả tới 75% chi phí chi ra để làm tăng hiệu quả năng lượng trong các tòa nhà (ví dụ: hệ thống lò hơi và sưởi ấm mới; lớp phủ bên ngoài tòa nhà; thay thế cửa sổ, tấm pin mặt trời) dưới dạng tín dụng thuế trong 10 đợt trả góp hàng năm bằng nhau. Tín dụng thuế này áp dụng cho nhiều tòa nhà khác nhau, bao gồm cửa hàng, văn phòng, cửa hiệu, khách sạn và các tòa nhà dịch vụ khách hàng khác ngoài các tòa nhà ở khu dân cư. Năm 2019, Ý đã giới thiệu một chương trình Ecobonus khác để tăng ưu đãi khi mua xe điện và xe hybrid. Chương trình Ecobonus được điều chỉnh theo lượng khí thải CO2 và các loại xe và được gia hạn vào năm 2023.

Hệ thống mua sắm công của Ý bị ràng buộc bởi các nghĩa vụ quốc tế theo Hiệp định của WTO về Mua sắm Chính phủ (GPA) và Chỉ thị mua sắm công của EU. Ý có hơn 22.000 cơ quan ký hợp đồng ở cấp trung ương và địa phương phải tuân thủ Chỉ thị của EU về mua sắm công. Các bộ của GOI là các cơ quan trung ương chính trong việc ký hợp đồng. Ở cấp địa phương, các cơ quan ký hợp đồng chính bao gồm các khu vực, tỉnh, thành phố và các cơ quan do Chính quyền thành phố tự trị quản lý, bao gồm cả các cơ quan chăm sóc sức khỏe địa phương. Năm 2002, Ý đã phê duyệt "Chiến lược hành động vì sự phát triển bền vững của môi trường Ý", trong đó nêu rõ ít nhất 30% hàng hóa được mua phải đáp ứng các yêu cầu về sinh thái và 30% - 40% đội xe dành cho hàng tiêu dùng lâu bền phải tiết kiệm năng lượng. Năm 2017, để tuân thủ Chỉ thị mua sắm công xanh của Châu Âu, Ý bắt buộc phải sử dụng "Tiêu chí môi trường tối thiểu" (MEC) để thu mua các sản phẩm và dịch vụ của các cơ quan hành chính công. Kể từ năm 2017, MET đã xác định tiêu chí môi trường tối thiểu cho 20 loại sản phẩm và dịch vụ. Theo luật ngân sách của Ý năm 2020, các cơ quan hành chính công phải dành hạn ngạch 50% cho việc mua hoặc thuê xe điện, xe hybrid hoặc xe chạy bằng hydro khi đổi mới đội xe.

Tham nhũng

Liên hệ với cơ quan chính phủ hoặc các cơ quan có trách nhiệm chống tham nhũng:

- **Cơ quan chống tham nhũng quốc gia Ý (ANAC)**

Địa chỉ: Via Marco Minghetti, 10 – 00187 Roma

Tel: +39 06 62 289 571 hoặc +39 800 69 36

Email: protocollo@pec.anticorruzione.it

Website: <https://www.anticorruzione.it/contattaci>

- **Tổ chức Minh bạch Quốc tế của Ý**

Địa chỉ: P.le Carlo Maciachini 11

20159 Milano – Italy

Tel: +39 02 40093560

Email: info@transparency.it

Website: www.transparency.it

- **Libera**

Địa chỉ: Via Stamira, 5 – 00162 Roma

Tel: +39 06 69770301-2-3

Email: libera@libera.it

Website: www.libera.it

Tham nhũng và tội phạm có tổ chức tiếp tục là những trở ngại đáng kể đối với đầu tư và tăng trưởng kinh tế ở một số vùng của Ý, bất chấp những nỗ lực của các chính phủ liên tiếp nhằm giảm thiểu rủi ro. Theo báo cáo tháng 10/2022 của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa, chiếm 99% các công ty của Ý, có nguy cơ tham nhũng cao hơn. Báo cáo xác định các lĩnh vực rủi ro của Ý là năng lượng, giao thông vận tải, hàng không vũ trụ, các doanh nghiệp kỹ thuật lớn và mạng lưới phân phối.

Luật chống tham nhũng và các phiên tòa đã có hiệu quả trong việc ngăn chặn tham nhũng. Năm 2018, quốc hội đã thông qua luật đưa ra các điều khoản chống tham nhũng trong khu vực công và quản lý tài chính chiến dịch. Dự luật đã thay đổi thời hạn quy định đối với các tội liên quan đến tham nhũng và các tội khác, khiến các bên khó "hết hạn" trong các vụ án tương tự. Năm 2019, chính phủ đã thông qua biện pháp chống tham nhũng, được gọi là "spazza-corrotti", mở rộng biện pháp xử lý tương tự đối với các đảng phái chính trị và các tổ chức liên quan, tăng cường hình phạt đối với tội tham nhũng đối với chính quyền công và cung cấp nhiều công cụ hơn cho các cuộc điều tra. Năm 2020, quốc hội đã thông qua nghị định thành lập Nhóm công tác liên phòng ban để xây dựng bộ quy tắc về các biện pháp đánh giá rủi ro trong nỗ lực liên tục nhằm ngăn ngừa tham nhũng trong chính phủ. Năm 2023, chính phủ đã phê duyệt nghị định thực hiện Chỉ thị 1937/2019 của EU liên quan đến việc bảo vệ người tố giác và tiếp tục xem xét chỉ thị 2023/0135 của EU đề xuất về chống tham nhũng.

Những hành động này đã làm giảm nhận thức về tham nhũng ở Ý, cải thiện thứ hạng và điểm số chung của Ý trong Chỉ số Nhận thức Tham nhũng của Tổ chức Minh bạch Quốc tế. Kể từ năm 2012, Ý đã tăng 30 bậc trên thang điểm, lên vị trí thứ 42 trong số 180 quốc gia vào năm 2023 với số điểm là 56 trên 100. Mặc dù có tiến bộ, nhưng điểm số của Ý vẫn thấp hơn mức trung bình của EU là 66.

Các cá nhân và công ty nước ngoài hoạt động hoặc đầu tư vào thị trường nước ngoài nên dành thời gian để làm quen với luật chống tham nhũng của quốc gia nước ngoài để tuân thủ luật và, khi thích hợp, các cá nhân và công ty nước ngoài nên tìm kiếm lời khuyên của cố vấn pháp lý.

Các công ty nước ngoài phải đối mặt với tình trạng thiếu minh bạch và bộ máy quan liêu phức tạp, đặc biệt là trong lĩnh vực mua sắm của chính phủ. Không có báo cáo nào về

việc chính phủ không bảo vệ được các tổ chức phi chính phủ điều tra tham nhũng (ví dụ: Tổ chức Minh bạch Quốc tế Ý). Ý đã ký và phê chuẩn Công ước Chống tham nhũng của Liên hợp quốc và Công ước OECD về Chống hối lộ. Theo báo cáo vào tháng 10 năm 2022 của Nhóm công tác về Hối lộ của OECD cho thấy Ý đã tăng cường luật pháp và tăng cường thực thi chống hối lộ nước ngoài. Báo cáo cũng bày tỏ quan ngại về tỷ lệ sa thải cao đối với các vụ hối lộ nước ngoài, thời hiệu khởi kiện và mức tiền phạt thấp đối với các công ty tham gia hối lộ nước ngoài. Trong số các khuyến nghị khác, OECD kêu gọi Ý xây dựng chiến lược quốc gia toàn diện để chống hối lộ nước ngoài và chủ động khuyến khích các công ty áp dụng các chương trình tuân thủ chống tham nhũng.

Môi trường chính trị và an ninh

Bạo lực có động cơ chính trị thường không phải là mối đe dọa đối với các khoản đầu tư nước ngoài tại Ý. Trong một số trường hợp hiếm hoi, các nhóm cực đoan đã đưa ra lời đe dọa và triển khai bom thư, bom xăng... chống lại các tòa nhà công cộng, doanh nghiệp tư nhân và cá nhân của Ý, cũng như các cơ sở ngoại giao nước ngoài.

Chính sách và Thực hành Lao động

Thất nghiệp vẫn là vấn đề cấp bách ở Ý, đặc biệt là trong giới trẻ (độ tuổi 15 - 24). Ý là quốc gia có tỷ lệ thất nghiệp ở thanh niên cao nhất EU ở mức 22,8% (tháng 02/2024), trong khi tỷ lệ thất nghiệp chung là 7,5%. Việc phụ nữ không tham gia vào thị trường lao động tiếp tục hạn chế tăng trưởng kinh tế: Tính đến tháng 02/2024, tỷ lệ việc làm của phụ nữ là 52,8%, một trong những tỷ lệ thấp nhất ở EU, so với việc làm của nam giới là 70,9% và việc làm chung là 61,9%. Năm 2023, tỷ lệ việc làm đạt 62%, là mức cao nhất trong lịch sử gần đây của Ý. Tỷ lệ thất nghiệp của phụ nữ là 8,7% so với tỷ lệ thất nghiệp của nam giới là 6,5%. Mặc dù việc làm nói chung và việc làm của phụ nữ đã được cải thiện sau đại dịch COVID, nhưng đại dịch COVID đã làm suy yếu mức độ tham gia lực lượng lao động vốn đã thấp của phụ nữ.

Dân số Ý đã giảm đều đặn kể từ năm 2014, trong khi tiền lương thực tế đã giảm kể từ năm 1990. Thất nghiệp và lo ngại về tiền lương tiếp tục là những yếu tố dẫn đến di cư. Tác động của đại dịch COVID-19 đối với lực lượng lao động là không đồng đều chắc chắn. Mất việc làm tập trung ở những người lao động tự do và những người có hợp đồng có thời hạn, đặc biệt là trong lĩnh vực dịch vụ, gây bất lợi cho những người lao động trẻ tuổi và phụ nữ. Tỷ lệ thất nghiệp không tăng do lệnh cấm sa thải của chính phủ và chương trình cung cấp chế độ nghỉ phép có lương, cho phép các công ty tạm thời cắt

giảm nhân viên trong trường hợp khẩn cấp do COVID-19 mà không cần thêm họ vào hàng ngũ những người thất nghiệp. Ý đã mất 456.000 việc làm vào năm 2020 nhưng đã tăng thêm 540.000 việc làm vào năm 2021, thêm 459.000 việc làm vào năm 2022 và thêm 465.000 việc làm vào năm 2023. Dân số không hoạt động của Ý (không làm việc cũng không tìm kiếm việc làm) là 33,3% vào tháng 01/2024, giảm 0,4% so với tháng 1 năm 2023 (tương ứng với 157.000 người).

Thị trường lao động có sự khác biệt lớn giữa các khu vực với hoạt động công nghiệp tập trung ở phía bắc và nông nghiệp và du lịch tập trung ở phía nam. Hầu hết các công việc mới trong những năm gần đây đều thuộc lĩnh vực dịch vụ theo hợp đồng tạm thời (không có bảo hiểm thất nghiệp và phúc lợi an sinh xã hội) và chủ yếu do những người trẻ tuổi và phụ nữ đảm nhận. Những người lao động lớn tuổi và có nhiều kinh nghiệm hơn được hưởng lợi từ các hợp đồng dài hạn. Tỷ lệ thất nghiệp dài hạn (thất nghiệp kéo dài hơn 12 tháng) so với tỷ lệ thất nghiệp chung vẫn nằm trong số những nền kinh tế lớn nhất châu Âu. Tình trạng thiếu việc làm (việc làm không toàn thời gian hoặc không tương xứng với kỹ năng và khả năng của người lao động) cũng rất nghiêm trọng. Những người thiếu việc làm thường tìm được việc làm trong ngành dịch vụ hoặc các ngành nghề kỹ năng thấp khác trong nền kinh tế phi chính thức lớn, theo dữ liệu mới nhất có sẵn từ cơ quan thống kê của Ý (công bố vào tháng 10/2023) chiếm 10,5% GDP, với công việc không khai báo ước tính thấp hơn một chút so với 3 triệu việc làm tương đương toàn thời gian. Theo ước tính của World Economics và các nghiên cứu của EU, nền kinh tế phi chính thức của Ý lên tới 23,7%. Các ngành nông nghiệp, dịch vụ và xây dựng nổi bật với tỷ lệ lao động không khai báo cao. Tuy nhiên, các chương trình thực tập không lương và đào tạo thực tập được ngụy trang thành lao động không khai báo trên thực tế trong mọi ngành như một tiền đề để đảm bảo hợp đồng lao động thường xuyên.

Năng suất lao động, một điểm yếu cốt lõi của nền kinh tế Ý, thấp hơn mức trung bình của EU. Nhiều nhà tuyển dụng Ý cho biết họ không thể tìm được ứng viên đủ tiêu chuẩn cho các vị trí có kỹ năng cao, cho thấy sự chênh lệch đáng kể về kỹ năng trên thị trường lao động Ý. Chính phủ cũng báo cáo rằng họ gặp khó khăn trong việc tìm ứng viên đủ tiêu chuẩn để quản lý các chương trình NRRP ở miền Nam nước Ý. Người Ý có trình độ học vấn cao thường tìm thấy nhiều cơ hội nghề nghiệp hấp dẫn hơn bên ngoài nước Ý, với số lượng lớn người Ý tận dụng quyền tự do di chuyển của EU để làm việc ở các quốc gia EU khác. Không có thước đo đáng tin cậy nào về người Ý làm việc ở nước

ngoài, vì nhiều lao động nước ngoài không báo cáo nơi ở của họ với chính phủ Ý. Tình trạng thiếu hụt lao động có tay nghề là một vấn đề đặc biệt ở miền Bắc công nghiệp hóa của Ý.

Các công ty có thể đưa một nhân viên không phải là công dân EU vào làm sau khi văn phòng việc làm do chính phủ điều hành đã chứng nhận rằng không có người Ý đủ tiêu chuẩn và thất nghiệp nào có thể đảm nhiệm vị trí này. Tuy nhiên, quy trình này rườm rà, kéo dài và là rào cản dành cho các công ty nước ngoài muốn tuân thủ luật pháp. Rào cản ngôn ngữ cũng gây cản trở cho người nước ngoài cạnh tranh vào các vị trí của người Ý. Thị thực lao động phải tuân theo hạn ngạch hàng năm, mặc dù việc chuyển giao trong nội bộ công ty được miễn.

Hợp đồng lao động vô thời hạn ký trước tháng 3/2015 được điều chỉnh bởi các quy định lao động năm 2012, cho phép các công ty tiến hành cắt giảm nhân sự và sa thải với các khoản thanh toán một lần. Theo hệ thống năm 2012, theo Điều 18 của luật lao động năm 1970, thẩm phán có thể ra lệnh phục chức cho những nhân viên bị sa thải (có trả lương) nếu họ thấy việc sa thải là cái cớ để phân biệt đối xử hoặc kỷ luật sa thải. Trên thực tế, những nhân viên bị sa thải có quyền phản đối việc sa thải vô thời hạn, thường sử dụng các thủ tục pháp lý kéo dài hoặc phán quyết bất lợi của tòa án để thương lượng các gói thôi việc với người sử dụng lao động.

Hợp đồng lao động vô thời hạn được ký sau tháng 3/2015 theo các quy tắc do Đạo luật Việc làm năm 2015 thiết lập, gói cải cách thị trường lao động đã thúc đẩy hợp đồng bảo vệ người lao động theo thời hạn. Trong 36 tháng đầu tiên làm việc, các công ty có thể sa thải nhân viên vì lý do kinh tế hợp pháp. Theo cơ chế của Đạo luật Việc làm năm 2015, những nhân viên bị sa thải phải kháng cáo việc sa thải của họ trong vòng 60 ngày và việc phục chức vụ bị hạn chế. Bất kể lý do chấm dứt hợp đồng là gì, một nhân viên cũ đều có quyền nhận được các khoản thanh toán thôi việc (TFR – trattamento di fine rapporto) bằng 7,4% tổng thu nhập hàng năm của nhân viên cho mỗi năm làm việc. Các biện pháp khác của Đạo luật Việc làm năm 2015 bao gồm trợ cấp chung cho thất nghiệp và thai sản và giảm số lượng mẫu hợp đồng lao động chính thức (từ 42 xuống còn 06). Ví dụ, bảo hiểm thất nghiệp của Ý (NASPI) cung cấp lên đến 06 tháng bảo hiểm cho những người lao động bị sa thải. Chính phủ cũng cung cấp hỗ trợ đào tạo lại người lao động và tìm việc làm, nhưng các dịch vụ khác nhau tùy theo khu vực. Việc thực hiện đầy mạnh các chính sách thị trường lao động quốc gia năng động vẫn đang được tiến

hành. NRRP bao gồm các điều khoản cải cách trợ cấp thất nghiệp và các chính sách lao động năng động mới mà chính phủ đã phê duyệt như một phần của ngân sách năm 2022. Năm 2018, chính phủ đã đưa ra “Sắc lệnh về Nhân phẩm”, trong đó hủy bỏ một số cải cách cơ cấu đối với thị trường lao động của Ý được thông qua như một phần của Đạo luật Việc làm năm 2015. Ví dụ, Sắc lệnh về Nhân phẩm đặt ra giới hạn về việc gia hạn hợp đồng ngắn hạn (chính phủ đã đình chỉ giới hạn trong thời gian đại dịch), khiến các công ty tốn kém hơn khi sa thải nhân viên và mở rộng các ưu đãi để tuyển dụng những người dưới 35 tuổi.

Ngày 01/01/2024, chương trình Thu nhập công dân (Reddito di Cittadinanza) đã bị bãi bỏ và thay thế bằng hai biện pháp hỗ trợ mới: Trợ cấp hòa nhập (Assegno di Inclusione) và Hỗ trợ đào tạo và việc làm (Supporto alla Formazione e al Lavoro). Trợ cấp hòa nhập là hỗ trợ kinh tế dành riêng cho các gia đình có ít nhất một thành viên trong gia đình là người chưa đủ tuổi, trên 60 tuổi hoặc khuyết tật. Hỗ trợ đào tạo và việc làm dành riêng cho những người thất nghiệp không đủ điều kiện hưởng Trợ cấp hòa nhập và đang tích cực tìm kiếm việc làm. Đây là biện pháp nhằm gia tăng việc làm thông qua đào tạo, trình độ chuyên môn và các biện pháp kích hoạt việc làm khác. Năm 2019, chính phủ đã triển khai kế hoạch nghỉ hưu sớm, thay đổi luật lương hưu và cho phép nghỉ hưu sớm hơn đối với những người lao động đủ điều kiện từ 62 tuổi trở lên với ít nhất 38 năm làm việc. Quyền lợi này đã hết hạn vào cuối năm 2021, mặc dù chính phủ đã đề xuất chương trình thí điểm nghỉ hưu sớm trong ngân sách năm 2022 và đang tích cực đàm phán cải cách lương hưu với các công đoàn. Ngân sách năm 2024 đã mở rộng với các hạn chế đối với các chương trình nghỉ hưu sớm hiện có.

Mặc dù Đạo luật Việc làm năm 2015 bao gồm mức lương tối thiểu theo luật định, nhưng chính phủ vẫn chưa thực hiện chính sách này. Do không có mức lương tối thiểu quốc gia, nên mức lương sẽ được quyết định dựa trên việc thương lượng tập thể trên toàn ngành. Năm 2016, chính phủ đã thành lập cơ quan Đào tạo và Giới thiệu việc làm (ANPAL) để phối hợp với các chính quyền khu vực của Ý trong việc thực hiện nhiều chính sách lao động. ANPAL giám sát trợ cấp tái định cư (Assegno di Ricollocazione), một sáng kiến cung cấp trợ cấp thất nghiệp cho những người lao động muốn chuyển đến các khu vực khác và quỹ bảo lãnh tiền lương đặc biệt có liên quan (Cassa Integrazione Straordinaria) cung cấp trợ cấp dành cho việc đào tạo.

Sự chênh lệch về lịch sử khu vực của thị trường lao động vẫn không thay đổi, với 1/3

khu vực phía nam quốc gia có tỷ lệ thất nghiệp cao hơn đáng kể so với miền bắc và miền trung nước Ý. Bất chấp những khác biệt này, tình trạng di cư trong nước Ý vẫn ở mức khiêm tốn và chỉ giới hạn ở những người lao động có trình độ học vấn cao không tìm được việc làm ở miền nam. Đồng thời, các thỏa thuận thương lượng tập thể toàn quốc trong toàn ngành đặt ra mức lương ngang nhau trên toàn quốc. Bộ Lao động có kế hoạch đóng cửa ANPAL và ANPAL Servizi sau 08 năm hoạt động và quản lý các chính sách lao động tích cực từ Bộ nhằm thúc đẩy sự hội nhập và phối hợp chặt chẽ hơn với các tổ chức trung ương và địa phương.

Ý là thành viên của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) và Ý không từ bỏ luật lao động hiện hành để thu hút hoặc duy trì đầu tư. Các thỏa thuận lao động tập thể trong các ngành nghề khác nhau định kỳ xác định các điều khoản và điều kiện tuyển dụng. Các công đoàn Ý được chia thành 04 liên đoàn quốc gia lớn: Tổng liên đoàn Lao động Ý (CGIL); Liên đoàn Công nhân Ý (CISL); Công đoàn Lao động Ý (UIL); và Tổng liên đoàn Lao động (UGL). 03 tổ chức đầu tiên có liên kết với Liên đoàn Công đoàn Tự do Quốc tế (ICFTU), trong khi các công đoàn UGL thường có liên kết với Liên đoàn Lao động Thế giới (WCL). Các liên đoàn đàm phán các thỏa thuận thương lượng tập thể cấp quốc gia với các hiệp hội người sử dụng lao động có tính ràng buộc đối với tất cả người sử dụng lao động trong một lĩnh vực hoặc ngành.

Thương lượng tập thể rất phổ biến, diễn ra ở cấp quốc gia và chủ yếu được người lao động sử dụng để đảm bảo bồi thường cho lạm phát, điều chỉnh chi phí sinh hoạt và tiền thưởng cho tăng năng suất và lợi nhuận. Thương lượng tập thể cấp công ty bị hạn chế và Hiến pháp Ý quy định rằng các công đoàn có thể đạt được các thỏa thuận tập thể ràng buộc đối với tất cả người lao động. Không có ước tính chính thức nào về tỷ lệ % nền kinh tế được bao phủ bởi các thỏa thuận thương lượng tập thể. Tuy nhiên, một ước tính năm 2019 từ Viện Công đoàn Châu Âu cho thấy phạm vi bao phủ của thương lượng tập thể là khoảng 80% (đối với thương lượng cấp quốc gia), với phạm vi bao phủ ít hơn đối với các thỏa thuận cấp ngành và phạm vi bao phủ tối thiểu đối với các thỏa thuận cấp công ty.

Các thỏa thuận tập thể có thể kéo dài tới 03 năm, mặc dù thông lệ hiện tại là gia hạn hợp đồng tập thể hàng năm. Thương lượng tập thể thiết lập các tiêu chuẩn tối thiểu dành cho việc làm, nhưng người sử dụng lao động vẫn có quyền quyết định áp dụng chế độ đãi ngộ có lợi hơn cho một số nhân viên được thỏa thuận.

Tranh chấp lao động được giải quyết thông qua hệ thống tòa án dân sự, mặc dù phải tuân theo các thủ tục cụ thể. Trước khi tham gia hệ thống tòa án dân sự, trước tiên các bên phải cố gắng giải quyết tranh chấp thông qua hòa giải (do văn phòng địa phương của Bộ Lao động quản lý) và thông qua các thủ tục giải quyết tranh chấp cụ thể do công đoàn thống nhất.

Trong trường hợp đề xuất sa thải hàng loạt hoặc đóng cửa cơ sở, Bộ Doanh nghiệp và Sản xuất tại Ý có thể triệu tập một cuộc đàm phán ba bên (bộ, công ty và đại diện công đoàn) để cùng nhau đạt được một thỏa thuận có thể chấp nhận được nhằm tránh sa thải hoặc đóng cửa. Trong những năm gần đây, các công ty nước ngoài đã phải đối mặt với sự phản đối từ các công đoàn lao động và chính trị gia khi cố gắng điều chỉnh quy mô hoạt động. Do đại dịch COVID-19, chính phủ đã cấm hầu hết các đợt sa thải cho đến năm 2021. Việc chấm dứt lệnh cấm không tạo ra bất kỳ tác động nào liên quan đến việc sa thải.

Thống kê đầu tư trực tiếp nước ngoài

Top 5 Đầu tư trực tiếp vào Ý/ Đầu tư trực tiếp ra nước ngoài năm 2022 (Đvt: triệu USD)					
Đầu tư trực tiếp vào			Đầu tư trực tiếp ra nước ngoài		
Tổng	458.915	100%	Tổng	558.626	100%
Hà Lan	109.044	24%	Hoa Kỳ	62.077	11%
Luxembourg	81.417	18%	Tây Ban Nha	46.165	8%
Pháp	80.304	17%	Đức	40.784	7%
Đức	42.322	9%	Luxembourg	40.752	7%
Vương quốc Anh	34.817	8%	Hà Lan	35.486	6%

Nguồn: IMF

Số liệu thống kê ở trên cho thấy các đối tác đầu tư lớn nhất của Ý nằm trong Liên minh châu Âu, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ. Điều này phù hợp với việc Ý được tích hợp hoàn toàn với các đối tác thương mại xuyên Đại Tây Dương.

Những điểm cần cân nhắc khi đầu tư vào Ý

1. Điểm mạnh

Ý có ngành công nghiệp mạnh và quan trọng cũng như một hệ sinh thái xuất khẩu mạnh

và đa dạng.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Ý rất cạnh tranh trong xuất khẩu.

Ý tổ chức các chương trình thương mại lớn thu hút người mua từ khắp nơi trên thế giới.

Cơ sở hạ tầng rất tốt (khác nhau tùy theo khu vực)

Lực lượng lao động có tay nghề cao với kiến thức kỹ thuật và kinh nghiệm sản xuất và du lịch chất lượng cao.

Thị trường lao động và ngành ngân hàng đã được cải cách.

2. Điểm yếu

Chi phí thủ tục cao và quy trình quản lý chậm làm chậm quá trình bắt đầu một doanh nghiệp

Hệ thống ngân hàng yếu kém

Thực thi quyền sở hữu trí tuệ yếu

Tham nhũng và tội phạm có tổ chức tác động đến sự tự tin của doanh nghiệp và do đó làm chậm đáng kể việc đầu tư và phát triển

Chi phí lao động cao và năng suất lao động chỉ tăng lên trong 15 năm qua, do vấn đề chuyên môn hóa của Ý trong các lĩnh vực giá trị gia tăng ở mức thấp và trung bình.

Đầu tư của nhà nước vào R&D vẫn ở mức thấp.

Nợ cá nhân và nợ công cao và tạo ra một môi trường kinh doanh cứng nhắc do nhà nước phải áp thuế nặng.

Sự chênh lệch giữa miền Bắc và miền Nam khá rõ rệt: ví dụ, cơ sở hạ tầng ở một số vùng, đặc biệt là ở miền Nam thì nghèo nàn.

Bất ổn chính trị.

3. Các biện pháp của Chính phủ nhằm khuyến khích hoặc hạn chế FDI

Chính phủ hỗ trợ FDI thông qua các khoản tín dụng thuế, bao gồm 25% cho đầu tư tư nhân vào R&D (50% cho các dự án với các trường đại học hoặc các viện nghiên cứu) và 15% cho đầu tư máy móc và hàng hóa vốn. Hỗ trợ công tiếp theo được cấp cho các khoản đầu tư mới vào sản xuất và R&D, đặc biệt là ở các vùng phía Nam.

Miễn thuế một phần thu nhập phát sinh từ bằng sáng chế, bí quyết và nhãn hiệu nếu hoạt động R&D được thực hiện bởi một công ty Ý

Tăng cường tín dụng thuế R&D

Khấu trừ hoàn toàn thuế địa phương về chi phí lao động cho người lao động được thuê vĩnh viễn

Gia hạn các ưu đãi thuế được cung cấp cho các công ty khởi nghiệp công nghệ và các doanh nghiệp sáng tạo vừa và nhỏ.

Tái cấp vốn tín dụng/ ưu đãi thuế trước khi mua thiết bị công nghiệp.

Chương 7: Đi lại

Văn hóa kinh doanh tại Ý

1. Xưng hô và cấp bậc

Họ tên của người Italy thường là tên trước và họ sau, giống như ở rất nhiều nước Châu Âu khác, trừ trường hợp nêu vào văn bản quan trọng như bản khai xin thị thực nhập cảnh hoặc hợp đồng thì họ trước tên sau. Nếu một người Ý tự giới thiệu là Paolo Rossi, thì Paolo là tên và Rossi là họ. Ta nên gọi là Mr. Paolo Rossi hoặc Mr. Rossi, nếu gọi “Mr. Paolo” là không đúng. Ta chỉ nên gọi đơn giản “Paolo” khi quan hệ đã trở nên thân mật và Mr. Rossi đề nghị cứ gọi ông ta là “Paolo”.

Người Ý thích được xưng hô theo trình độ học vấn, và ở Ý nếu có ai đó tốt nghiệp đại học ngành khoa học xã hội thì được gọi là “dottore” đối với nam và “dottorressa” đối với nữ (cả 2 từ này trong tiếng Anh có nghĩa là “doctor”, tuy họ không phải là tiến sỹ). Người tốt nghiệp đại học ngành kỹ thuật được gọi là “ingegnere” (kỹ sư) như ở những nước khác. Nếu không chắc chắn về bằng cấp của người Ý thì đối với những người khả kính và có học vấn ta cũng có thể gọi họ là “dottore” hoặc “dottorressa” để tỏ ý tôn trọng. Các nhà kinh doanh ở châu Âu thường hình thức hơn so với các đối tác khác ở nơi khác. Do vậy, tốt nhất là không nên sử dụng tên thánh cho đến khi mối quan hệ bền vững với đối tác được hình thành. Các doanh nhân Ý có xu hướng sử dụng những danh hiệu cho thấy vị trí công việc của họ trong công ty.

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

2. Trang phục

Nước Ý nổi tiếng về thời trang. Trang phục lịch sự, kín đáo, nghiêm túc. Trong những sự kiện đặc biệt nên ăn mặc trang trọng. Toàn bộ quan chức và đại đa số thương nhân Ý ăn mặc lịch sự và hợp thời trang khi tiếp khách. Hãy tinh tế trong việc lựa chọn trang phục, sao cho vừa đẹp vừa có phong cách. Các màu thường được sử dụng trong ăn mặc là màu sẫm, nâu nhạt. Các màu sáng hơn thường được dùng cho các đồ cá nhân.

Không những vậy người Ý còn thường ăn mặc chỉnh tề ở những nơi công cộng. Ở Ý nếu có ai đó vào siêu thị mà mặc đồ thể thao hoặc quần “soóc” áo “pull” thì thường là người nước khác, vì vậy, sẽ không phải là quá cường điệu nếu nói rằng người Ý ưa hình

thức. Quần bò và giày thể thao trên đường là đồ thư giãn có thể chấp nhận được, và được thanh niên ưa chuộng. Tuy nhiên, cách ăn mặc này sẽ không được chấp nhận trong các bối cảnh cần sự nghiêm túc.

Thương nhân nước khác sang Ý nên ăn mặc lịch sự để thể hiện sự tôn trọng đối tác và để được đối tác Ý đáp lại.

3. Danh thiếp

Mở đầu cuộc họp là sự trao đổi danh thiếp qua lại.

- Danh thiếp thân mật: cung cấp những thông tin thông thường.
- Danh thiếp trang trọng: được dùng trong trường hợp kinh doanh cần có sự ủy nhiệm.

Việc sử dụng danh thiếp là phổ biến ở Ý. Bạn nên có danh thiếp bằng tiếng Ý ở mặt sau. Ngoài ra, học hàm/học vị (nếu có) cùng chức danh đầy đủ của bạn nên được thể hiện ở cả hai mặt của danh thiếp do người Ý muốn biết họ có đang giao dịch với một người ở vị trí quan trọng hay không. Bạn sẽ có thể thấy một doanh nhân có vị trí cấp cao trong công ty của Ý thường có ít thông tin về họ trên danh thiếp.

4. Ngôn ngữ và hội thoại

Thương nhân Ý sử dụng tiếng Anh trong quan hệ với đối tác nước ngoài. Tuy nhiên ngay cả khi đang làm việc với đối tác nước ngoài, người Ý cũng thích trao đổi với nhau bằng tiếng mẹ đẻ, ngay cả về những việc đơn giản nhất, điều này không có nghĩa là họ muốn giấu 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 khiến cho đối tác Ý rất vui và tạo được sự thoải mái trong quan hệ. Nhiều người cho rằng phát âm tiếng Ý nói chung không khó, thường là viết như thế nào thì đọc như vậy, trừ một số ít trường hợp. Nên kiên nhẫn khi nói chuyện với người Ý vì họ thường nói rất hăng hái và thậm chí rất dài, nếu bị người nghe ngắt lời thì họ dễ cho là bất lịch sự. Trong khi người Ý nói, nếu người nghe không nhìn họ liên tục thì họ sẽ cho là không quan tâm và thường nhắc “listen!” hoặc “do you understand?”, điều này không có nghĩa là họ tỏ ra bất nhã mà chỉ vì họ nói tiếng Anh theo cách dùng tiếng Ý mà thôi.

5. Cử chỉ giao tiếp

Trong kinh doanh người Ý luôn đánh giá cao những cử chỉ lịch sự: nhìn thẳng người đối

điện, bắt tay đối tác, tránh những tiếp xúc cơ thể thân mật không cần thiết. Đối với những người lần đầu tiên gặp mặt, chỉ cần một cái bắt tay thân thiện là đủ. Người Ý nồng nhiệt trong giao tiếp. Nếu họ ôm một cách lịch sự và hôn nhẹ vào má đối tác (không phân biệt nam nữ) thì đối tác nên lấy làm mừng bởi họ đã tỏ ra thân thiện. Nếu do phong tục của nước mình, nhất là các nước châu Á, do không quen có cử chỉ thân mật như vậy mà ta có thái độ phòng thủ thì dễ bị họ coi là không thân thiện hoặc kiêu ngạo. Tuy nhiên ta không nên chủ động ôm hôn người Ý trước mà chỉ nên sẵn sàng đáp lại cử chỉ này một cách tự nhiên.

6. Đến thăm nhà người Ý

Nếu được đối tác Ý mời đến thăm nhà thì ta nên lấy làm vui, cần cảm ơn và nhận lời, vì người Ý (và người châu Âu nói chung) khi mời ai đến nhà mình có nghĩa là họ tỏ ra quý trọng người đó. Thường thì họ mời khách ghé qua thăm ngôi nhà của mình trước hoặc sau khi mời cơm tối. Việc thương nhân Ý mời đối tác đến nhà mình dùng cơm là rất hiếm, vì đây là mức độ thân thiết cao hơn và khi chủ nhà có người nội trợ thích hợp. Khi được đối tác Ý mời cơm, bạn nên ăn mặc lịch sự. Nếu được mời cơm tại nhà hàng thì nên đến đúng giờ.

Tuy nhiên nếu được mời cơm tại gia đình người Ý thì nên đến muộn 5 – 10 phút, để chủ nhà không bị rơi vào tâm lý vội vàng chuẩn bị chu tất mọi thứ. Khi được mời cơm tại nhà người Ý, nên mang đến một chút quà nhỏ, có thể là một chai rượu vang ngon của Ý, một món đồ thủ công mỹ nghệ chất lượng cao của nước mình, hoặc một bó hoa tươi (tránh hoa hồng và hoa cẩm chướng là 2 loại hoa thường biểu hiện tình yêu). Quà tặng nên được bao gói lịch sự. Nếu được mời cơm, bạn sẽ ngồi vào vị trí do chủ nhà sắp đặt ở bàn ăn. Việc sử dụng các dụng cụ như dao, thìa, nĩa, khăn ăn, các loại cốc chén... của người Ý tương tự như ở các nước châu Âu khác. Bữa tiệc càng sang trọng thì mỗi thực khách càng có nhiều dụng cụ bàn ăn khác nhau. Nếu ta không thạo thì tốt nhất là làm theo chủ nhà.

Ý nổi tiếng về món ăn và đồ uống phong phú, nên việc khen món ăn, đồ uống Ý ngon không phải là khách sáo. Tuy nhiên ta không nên khen ngon khi không thể ăn hết phần của mình trong đĩa do chưa quen khẩu vị. Cho dù ta có cảm thấy thực sự ngon miệng hay không thì cũng nên nói lời cảm ơn chủ nhà về bữa ăn được mời trước mặt các thực khách khác.

7. Giờ giấc làm việc và ăn uống

Ngày làm việc của Ý thường bắt đầu từ 9 giờ sáng và kết thúc lúc 5 giờ chiều. Tuy nhiên các đối tác thương mại thường sử dụng giờ giấc làm việc rất linh hoạt, sao cho thuận tiện cho cả hai bên và đạt được kết quả công việc cao nhất. Các cuộc gặp gỡ kinh doanh là rất quan trọng và các đối tác cần phải có mặt đúng giờ. Nếu đối tác Ý đến khách sạn đón bạn đi làm việc hoặc cùng ăn bữa sáng với khách thì bạn không nên bàn công việc ngay khi gặp nhau buổi sáng hoặc trong bữa sáng. Nếu họ mời ta dùng cơm trưa thì thường bắt đầu từ 1 giờ chiều, có thể bàn công việc trong bữa trưa và bữa ăn này thường kéo dài ít nhất 2 tiếng đồng hồ. Giờ ăn tối của người Ý thường bắt đầu từ 8 giờ tối. Chỉ nên bàn công việc vào bữa ăn tối với thương nhân Ý khi không có người trong gia đình của họ tham dự, để tránh cho thành viên gia đình của họ cảm thấy không được thoải mái.

8. Đàm phán và ký hợp đồng

Để duy trì quan hệ làm ăn lâu dài và đáng tin cậy giữa hai bên, không chỉ với thương nhân Ý mà còn cần thiết trong quan hệ đối với thương nhân các nước khác, bạn và đối tác nên biết về nhau càng nhiều càng tốt.

Hầu hết người Ý không giỏi nói tiếng Anh, do vậy khi đến gặp đối tác, bạn nên có phiên dịch đi cùng. Nếu đối tác của bạn biết tiếng Anh, bạn nên mang theo các tài liệu liên quan bằng tiếng Anh để giúp bạn trình bày vấn đề một cách rõ ràng, mạch lạc. Hầu như đối tác Ý sẽ không thể hiện thái độ cho biết họ có thể không hiểu về một vấn đề nào đó mà bạn đề cập.

Khi chọn thành phần tham gia đàm phán, bạn cần biết rằng người Ý thích làm việc với người có vị trí quan trọng nhất trong công ty bạn.

Buổi gặp ban đầu thường được bố trí tại văn phòng làm việc. Đây là nơi giúp đối tác Ý của bạn có thể đánh giá về bạn, kèm theo đề xuất kinh doanh của bạn cũng như về công ty bạn.

Mục tiêu tối thiểu của lần gặp ban đầu là hai bên cùng đánh giá về thái độ của đối tác và tạo dựng sự tin tưởng lẫn nhau. Bạn nên đem tới buổi gặp bản đề xuất kinh doanh đã được lập kỹ và có tính logic. Tất cả các tài liệu thuyết trình và bao gói sản phẩm mẫu cần có hình thức đẹp. Ở Ý, hình thức bề ngoài quan trọng hơn nhiều so với nội dung.

Người Ý nói chung dễ tiếp thu những ý tưởng và khái niệm mới, mặc dù bạn sẽ thấy ít có sự thay đổi ý kiến của đa số người tham gia.

Doanh nhân Ý thường đưa ra quyết định dựa trên những gì mà người khác đã làm trong

những tình huống tương tự mặc dù hai tình huống đó không liên quan trực tiếp với nhau. Do vậy, nếu một ý tưởng nào đó không trùng với kinh nghiệm cá nhân của họ thì ý tưởng đó thường bị từ chối. Họ có xu hướng xem xét từng tình huống cụ thể hơn là tìm kiếm sự hướng dẫn hoặc lời khuyên của luật sư hoặc những quy định chính sách liên quan để giải quyết vấn đề.

Bạn nên kiên nhẫn chờ đợi và không tạo áp lực đối với quá trình ra quyết định. Người Ý đôi khi đưa ra những đòi hỏi đột xuất mà bạn không mong đợi. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là các cuộc đàm phán của bạn sẽ không đem lại kết quả.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Ý (chiếm khoảng 2/3 kinh tế Ý) thường là doanh nghiệp có truyền thống gia đình. Doanh nhân Ý sẵn sàng cho đối tác biết về truyền thống này, kể cả những thông tin khác như: có bao nhiêu nhân viên, đã làm ăn với nước nào từ bao giờ, doanh số hàng năm là bao nhiêu, lý do muốn làm ăn với Việt Nam... Một doanh nghiệp có truyền thống lâu dài và làm ăn chuyên nghiệp thường có đầy đủ: logo, địa chỉ cùng với số điện thoại riêng số fax riêng, hộp thư e-mail và cả website, và nhất là mã số thuế (tiếng Ý là codici fiscale). Để chủ động tìm hiểu về đối tác Ý, ta có thể tự giới thiệu về mình và doanh nghiệp của mình, rồi sau đó đề nghị đối tác cho biết những thông tin tương tự thì chắc chắn hiếm có đối tác nào lại từ chối.

Hầu hết các quyết định thường được đưa ra vào 15 phút cuối bởi nhiều người chứ không chỉ từ một người có vị trí cao nhất trong nhóm. Tuy nhiên, đối với những cơ sở kinh doanh quy mô gia đình thì người đứng đầu gia đình đó sẽ là người đưa ra quyết định cuối cùng. Các quyết định thường được đưa ra khá chậm và kéo dài, thông thường từ vài tháng đến một năm.

Chìa khóa vàng trong kinh doanh là phải trả lời nhanh chóng và kịp thời các yêu cầu của họ về báo giá, đơn đặt hàng. Điều đó được xem như là điều kiện tiên quyết giúp cho xuất khẩu thành công.

Các doanh nhân Ý đánh giá cao sự hồi âm nhanh chóng của đối tác để giúp họ có thêm thông tin điều tra cũng như mong muốn các thư của họ được quan tâm.

Thương nhân Ý nói chung có tác phong cởi mở, khi bắt đầu đàm phán thường muốn đi đến thỏa thuận càng sớm càng tốt. Trong trường hợp thương nhân không phải là giám đốc điều hành của doanh nghiệp thì phải có giấy ủy quyền ký hợp đồng. Nói chung trong thương mại quốc tế, khi có những trục trặc trong quan hệ hợp đồng giữa hai bên mà một trong hai bên muốn điều tra tình hình thực tế hoạt động của bên kia để kiểm tra độ tin

cây 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 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.

9. Một số nét đặc trưng của người Ý

Tránh bình luận về các sự kiện chính trị hoặc đóng góp những ý kiến tiêu cực về đất nước của họ. Những quan điểm tích cực và chân thành về văn hóa Ý, phong cách, nghệ thuật, lịch sử, ẩm thực hoặc âm nhạc luôn thích hợp. Tình bằng hữu và sự tin cậy lẫn nhau được đánh giá cao và khi mối quan hệ này được hình thành sẽ mang đến cho bạn những cơ hội kinh doanh mới tiếp theo trong tương lai.

Người dân Ý đánh giá cao phong cách, chất lượng và dịch vụ nhưng họ cũng quan tâm đến giá cả. Đối với người Ý, chất lượng quan trọng hơn số lượng. Các dịch vụ chăm sóc khách hàng phải được thực hiện để đảm bảo hàng hóa được giao nhận đúng và phải thực hiện các dịch vụ sau khi bán hàng. Người Ý và cộng đồng châu Âu mong muốn có thông tin đầy đủ, rõ ràng về nhà cung cấp, ngày giao hàng, vv.

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

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

Người Ý nói chung dễ tiếp thu các lời phê bình mang tính xây dựng, tuy nhiên không nên quá lỗ mẫn.

Ở Ý, cửa văn phòng và phòng rửa mặt thường đóng cửa. Do vậy trước khi vào bạn nên gõ cửa và đóng cửa khi ra.

Người Ý dễ mất lòng nếu bạn giơ tay hoặc ngón tay lên khi đang nói chuyện. Nếu bạn

cần truyền đạt thông tin với người bạn cần trong một cuộc họp, bạn nên ra dấu tay bằng cách chỉ ngón tay xuống phía dưới hoặc đơn giản là giao tiếp bằng mắt.

10. Tặng quà

Không tặng hoa cúc, hoa màu đỏ, hoa màu vàng.

Không gói quà bằng giấy màu đen, màu tím.

Quà tặng thường được mở ra khi nhận được.

Bạn có thể tặng một chai rượu, và nên nhớ rằng chất lượng quan trọng hơn số lượng.

Lưu ý an toàn

Ý là nơi có tỷ lệ tội phạm ở mức vừa phải, và đó là điểm hướng tới của nhiều khách du lịch. Một số hành vi như móc túi ăn cắp từ xe hơi, giật túi xách là vấn đề rất đáng quan tâm đặc biệt là ở các thành phố lớn. Hầu hết các vụ trộm xảy ra ở các địa điểm du lịch đông người, trên xe buýt công cộng hay tại các nhà ga lớn ở Rome, Milan Centrale, Florence's Santa Maria Novella và ở Naples.

Giao thông vận tải

Các phương tiện giao thông tại thủ đô Roma rất thuận tiện và hiện đại. Khi đặt chân đến Ý, việc chọn phương tiện đi lại như thế nào cho nhanh chóng và tiết kiệm cũng hoàn toàn không đơn giản đối với những người lần đầu tiên đến Ý. Ở Ý có nhiều cách để lựa chọn cho việc đi lại. Dựa vào địa điểm khách sạn bạn ở mà bạn có thể lựa chọn phương tiện đi lại tiện lợi nhất khi ở Ý. Giá vé xe buýt và tàu điện ngầm khoảng 1 Euro. Một vé xe buýt tính theo thời gian đi được 75 phút. Hệ thống tàu điện ngầm giống như ở các nước châu Âu khác, chỉ tính tiền 01 lần khi bạn ra khỏi nhà ga.

1. Tàu điện

Nếu bạn đến các điểm du lịch nổi tiếng ở Ý, bạn có thể chọn tàu điện làm phương tiện đi lại. Tàu điện ngầm ở Ý được sử dụng rất phổ biến vì sự nhanh chóng và đúng giờ. Mua nhiều vé vùng sẽ rẻ hơn mua vé liên bang. Bạn có thể kiểm tra lịch trình và giá cả trên trang web Trenitalia.com. Hãy chắc chắn rằng bạn đã đặt đúng loại tàu. Accelerato, Regionale và Locale là loại tàu chậm, dừng lại ở tất cả các bến. Diretto là loại tàu được những người đi làm thường sử dụng, nhanh hơn và dừng ở ít bến hơn. Espresso thường chỉ chạy qua các thành phố chính trong khi Intercity, Eurocity. Eurostar là loại phương tiện nhanh nhất và thường có thêm phí. Với những loại tàu nhanh này, hãy chắc chắn rằng bạn sẽ lên đúng tàu của mình. Tại các ga trung tâm, những tàu đường dài có thể chia thành hai hoặc nhiều nhánh phụ hướng tới những điểm đến khác nhau.

Hãy luôn nhớ để ý bảng điện tử số hiệu Tàu và Giờ tàu chạy (Nếu có Delay sẽ có báo trên bảng điện tử)

2. Xe buýt

Ngoài ra, bạn có thể chọn phương tiện xe buýt đi lại trong thành phố. Xe buýt chạy hầu hết trên đường phố của các thành phố lớn như Rome, Florence, Milan, Verona... Nếu bạn muốn tiết kiệm tiền thì thay vì đi xe taxi, bạn có thể thay thế bằng phương tiện công cộng này ở Ý. Những chuyến xe buýt ở Rome đều thuộc hãng ATAC. Trạm xe buýt chính ở ngay trước khu Stazione Termini. Tại đó bạn sẽ thấy có một phòng thông tin hỗ trợ du khách từ 7h30 đến 20h mỗi ngày. Xe buýt thường hoạt động từ 5h30 sáng đến 12h đêm.

Các tuyến xe buýt tại Rome khá phổ biến và đông như Việt Nam. Vào các giờ cao điểm sẽ xảy ra rất nhiều vụ trộm cắp, vì vậy bạn nên cẩn thận cất giữ đồ đạc và đặc biệt cảnh giác đối với các dân nhập cư (dân da đen, người digan). Phải mua vé xe buýt tại máy bán vé tự động hay các sạp báo (Tabacchi) và lên xe tự động bấm vé vào máy (hộp màu vàng đầu xe). Nhớ chú ý biển tại các bến đỗ xe buýt để tránh đi nhầm chuyến, nên hỏi thông tin tại các quầy thông tin gần nhà ga. Nếu bạn trốn vé, khi bị kiểm tra bạn sẽ bị phạt từ 70 - 100 EURO.

3. Metro

Tại một số thành phố lớn của Ý như Roma, Milan... đều có tàu điện ngầm metro, điều đặc biệt là bạn có thể dùng vé xe buýt để đi metro, và đây cũng là một hình thức di chuyển tiện lợi và giảm thiểu chi phí. Đi metro, bạn phải luôn luôn lưu ý đến biển hướng dẫn Line đi và bên dừng vì nếu quá bến bạn sẽ mất khá nhiều thời gian để quay lại cho đúng bến. Một mẹo nhỏ khi bạn đi quá một bến là bạn hãy rời bến metro và đi bộ theo hướng ngược lại thì sẽ nhanh trở về đúng bến hơn. Metro cũng như xe buýt luôn rất đông người và có tình trạng móc túi vì thế bạn cũng nên cẩn thận.

4. Taxi:

Hãng xe 3570.IT là hãng taxi phổ thông nhất tại Ý.

Khi bạn đặt chân đến những thành phố hiện đại của Ý thì sẽ có rất nhiều phương tiện để đưa bạn đi lại khắp nơi trong thành phố. Taxi tại thành phố Rome có khá nhiều, tuy nhiên taxi hoạt động không giấy phép cũng không phải là ít. Để không bị lừa gạt, bạn nên đi xe taxi có giấy phép hoạt động. Những xe này thường được sơn màu trắng hoặc vàng và có ký tự SPQR ở ngay cửa trước. Một điều lưu ý là bạn phải kêu taxi tính tiền

theo km bạn đi, đừng bao giờ thương lượng thỏa thuận giá cả.

Ở Ý, bạn khó có thể đón taxi ngay trên đường, thay vào đó bạn phải gọi điện thoại đến tổng đài hay đến thẳng trạm taxi. Ở khu trung tâm thành phố Rome, bạn sẽ tìm thấy những trạm taxi ở khu vực Stazione Termini, Largo Di Torre Argentina, The Pantheon, Corso Rinascimento, Piazza Navona, Piazza di Spagna, Largo Goldoni, Piazza del Popolo,...

5. Thuê xe

Đây cũng là một phương tiện tốt khi du lịch tại Ý, lợi thế của việc thuê xe là bạn có một người đồng hành bản xứ lái xe đưa bạn đi khám phá du lịch tại Ý. Đường quốc lộ rất tiện cho việc khám phá bằng xe ô tô, tốc độ có thể đi tối đa là 180 km/h vì thế thời gian để đến các thành phố cách nhau 300km chỉ mất 2h đồng hồ.

6. Xe gắn máy, xe đạp

Ngoài ra, bạn cũng còn có thể thuê xe gắn máy để tự do đi chơi. Tuy nhiên giá cả khá cao, xe dưới 125 cc thì bạn phải trả 50 Euro/ngày. Hoặc bạn có thể thuê xe đạp chỉ với giá khoảng 7,5 Euro/ngày. Tuy nhiên, bạn phải có người hướng dẫn đi xe đạp cùng để đảm bảo an toàn. Nếu thuê xe gắn máy hoặc xe đạp bạn chỉ nên thuê trong công viên đi dạo, không nên đi ngoài đường rất nguy hiểm, người Ý đi xe nhanh và ẩu, bạn nên cẩn thận vì xảy ra tai nạn sẽ rất phiền phức.

7. Thông tin sân bay tại Ý

Với diện tích rộng lớn, Ý sở hữu 101 sân bay lớn nhỏ phân bố rộng khắp các thành phố. 5 sân bay quốc tế lớn nhất Ý có thể kể đến là Sân bay Fiumicino; Sân bay Annisaton; Sân bay Heho; Sân bay Thandwe; Sân bay Civil...

Cách thủ đô 28km, Sân bay Quốc tế Leonardo da Vinci được đặt theo tên danh họa Leonardo da Vinci là sân bay lớn nhất Ý. Đây là sân bay có lượng khách đông thứ 6 trong số những sân bay đông khách ở châu Âu, nên các dịch vụ chăm sóc khách hàng ở đây được chăm chút khá kỹ lưỡng, từ quầy ăn uống, chỗ nghỉ ngơi cho đến các cửa hàng mua sắm miễn thuế.... Hầu hết các chuyến bay đến Ý đều chọn Sân bay Quốc tế Leonardo da Vinci làm điểm dừng đầu tiên. Từ sân bay này vào trung tâm Rome bạn có thể đi taxi về trung tâm Rome giá khoảng 60 – 80 €. Hoặc đi tàu nhanh Leonardo Express về nhà ga trung tâm (Termini) giá 14 €.

8. Hãng hàng không khai thác đường bay từ Việt Nam tới Ý

Nói liền khoảng cách giữa Việt Nam và Ý là các hãng hàng không quốc tế như Etihad

Airways; Qatar Airways; Singapore Airlines; Silkair; Vietnam Airlines...

Hiện chưa có đường bay thẳng từ Việt Nam tới Ý nên bạn bắt buộc phải lựa chọn các chuyến bay trung chuyển. Theo thông tin từ Hiệp hội du lịch và lữ hành quốc gia Ý - Federturismo, hãng hàng không Vietnam Airlines đang đàm phán với chính quyền Ý để mở một đường bay thẳng từ Rome hoặc từ sân bay Malpensa của Milan tới Hà Nội hoặc Tp.HCM.

❖ **Thông tin tham khảo về chặng bay và giá vé máy bay từ Việt Nam đi Ý**

Từ 3 thành phố lớn của Việt Nam mỗi ngày có tới hàng chục chuyến bay tới các thành phố lớn của Ý. Tùy theo mục đích chuyến đi mà bạn lựa chọn điểm dừng chân thích hợp. Sau đây là giá vé máy bay từ Việt Nam đi Ý ở 1 số chặng bay cao điểm cho bạn tham khảo:

Chặng bay	Hãng hàng không
Hà Nội – Milan	Aeroflot Russian Airlines Turkish Airlines Finnair
Đà Nẵng – Rome	Turkish Airlines Vietnam Airlines China Souther Airlines
Sài Gòn – Venice	British Airways Qatar Airways China Southern Airlines

Lưu ý: Đây là giá vé áp dụng cho hành trình một chiều chưa có tiền phí, tiền thuế.

- **Đường bay Hà Nội – Milan:** Hiện chưa có đường bay thẳng Hà Nội – Milan, theo đó bạn có thể lựa chọn bay các chuyến bay có điểm dừng (bay trung chuyển) của một số hãng hàng không đang khai thác chặng bay này như Vietnam Airlines (trung chuyển tại Frankfurt – Đức/ Paris – Pháp), Korean Air (trung chuyển tại Seoul), China Southern Airlines (trung chuyển tại Quảng Châu), Cathay Pacific (trung chuyển tại Hồng Kông).... Trung bình mỗi ngày có khoảng 42 chuyến bay của 19 hãng hàng không. Tổng thời gian bay Hà Nội – (trung chuyển tại Bangkok, Abu Dhabi) - Milan khoảng 17 giờ - 20 giờ.
- **Đường bay Đà Nẵng – Rome:** Hiện được khai thác bởi 7 hãng hàng không gồm

Etihad Airways; Vietnam Airlines; Pacific Airlines; Korean Air... Vietnam Airlines gần như độc chiếm các chuyến bay ở chặng này với tần suất 29 chuyến/ngày.

- **Đường bay Tp. Hồ Chí Minh – Venice:** được khai thác bởi 22 hãng hàng không quốc tế như Turkish Airlines; Qatar Airways; Etihad Airways; Austrian Airlines, Vietnam Airlines... với 43 chuyến bay mỗi ngày. Thời gian ngắn nhất cho chặng bay này khoảng 16 giờ.

Các yêu cầu về thị thực

Người nước ngoài tới Ý cần phải có hộ chiếu hợp lệ. Visa là cần thiết cho khách du lịch hoặc nhà kinh doanh ở ít hơn 90 ngày.

Theo luật pháp ở Ý, du khách dự định ở lại Ý hơn tám ngày làm việc cần phải thông báo với trạm cảnh sát địa phương về sự hiện diện của mình thông qua một hình thức đơn giản gọi là Dichiarazione di Presenza. Mọi người không phải là người bản xứ cần phải làm thủ tục này.

Khách du lịch đến từ các quốc gia không thuộc khối Schengen phải đóng dấu vào trong hộ chiếu lúc mới đến sân bay. Con dấu này tương đương với tuyên bố về sự hiện diện. Khách du lịch đến từ các quốc gia thuộc khối Schengen yêu cầu phải khai báo về sự hiện diện của mình ở một văn phòng cảnh sát địa phương, trụ sở cảnh sát hoặc nơi khách lưu trú như nhà nghỉ, khách sạn trong vòng tám ngày làm việc. Hầu hết các khách sạn đều quan tâm đến vấn đề này khi làm thủ tục cho khách của mình. Cần phải giữ lại một bản sao biên lai do cơ quan Ý cấp. Để tham khảo thêm thông tin có thể xem qua [website Italian Government](#).

Các công dân nước ngoài có kế hoạch làm việc tại Ý cần phải có trước hết một thị thực cho phép làm việc tại nước sở tại hoặc lãnh sự quán Ý. Người lao động tại Ý cần phải có giấy phép lao động để được chấp thuận làm việc. Giấy phép này chỉ cấp cho công việc chuyên môn hay kỹ năng nhất định. Người sử dụng lao động phải nộp giấy phép tại Văn phòng Lao Động của tỉnh.

Nếu thông tin được chấp nhận, người sử dụng lao động trong tương lai cũng có thể yêu cầu tiếp tục kê khai để được sự chấp thuận của chính quyền địa phương và trung ương. Giấy phép sau đó sẽ được gửi cho người lao động để họ có thể thực hiện các thủ tục thực thi nhập cảnh. Quá trình diễn ra ít nhất là 3 đến 4 tháng trước khi được thực thi.

Một người muốn tìm kiếm công việc ở Ý có thể nộp đơn trực tiếp tại Đại Sứ Quán hay Lãnh Sự Quán Ý kèm theo các thông tin cần thiết chứng minh kinh nghiệm trong lĩnh

vực làm việc của mình.

Đại sứ quán Việt Nam tại Ý

Địa chỉ: 156 Qua fron - 00164 Roma – Ý

Điện thoại: +39 06 66160726

+39 06 99704318

Fax: +39 06 66157520

Email: vnemb.it@mofa.gov.vn

Website: www.mofa.gov.vn/vnemb.italia

- **Văn phòng Đại sứ quán:**

Giờ làm việc: Từ thứ Hai đến thứ Sáu

Sáng: 08g30 – 13g00

Chiều: 14g30 – 18g00

Đại sứ quán đóng cửa các ngày lễ chính của Ý và của Việt Nam

- **Lãnh sự: (thị thực, hộ chiếu, công chứng...)**

Giờ tiếp khách: Từ thứ Hai đến thứ Sáu

Sáng: 09g00 – 13g00

Chiều: 14g30 – 17g00

- **Thương vụ:**

Via Po, 22 – int 16 – 00198 ROMA – ITALIA

Điện thoại: +39 06 8413913

Fax: +39 06 8414072

Email: it@moit.gov.vn, thanhnguyen@moit.gov.vn vinatrade@hotmail.com

+ **Nguyễn Đức Thanh , Tham tán Thương mại**

Tel: +39 06 841 3913/ +39 3470981570

+ **Đỗ Việt Hà, Tùy viên Thương mại**

Tel: +39 340 796 0659

Giờ làm việc: Từ thứ Hai đến thứ Sáu

Sáng: 09g00 – 13g00

Chiều: 14g00 – 18g00

- **Danh bạ điện thoại của Đại sứ quán**

+ Tổng đài điện thoại: +39 06 66160726

+39 06 99704318

+ Fax: +39 06 66157520

+ **Các số điện thoại nội bộ:**

- Văn phòng: 215
- Lãnh sự: + 39 324 88 79 384
- Phòng chính trị: 224
- Đại diện tại các tổ chức quốc tế: (FAO, IFAD, WFP): 228
- Cộng đồng người Việt, lưu học sinh: 226

Viễn thông

Cuộc gọi đến đường dài đến Ý yêu cầu "0" trong mã thành phố được bao gồm khi quay số. Ví dụ cuộc gọi đường dài từ Việt Nam đến Rome như sau: +39-06-46741 (39 là mã nước, 06 mã cho thành phố Rome). Mã thành phố của Milan là 02.

Máy điện thoại di động mang "SIM Card" Việt Nam nếu có chuyển vùng quốc tế thì hoàn toàn sử dụng tốt khi sang Ý. Tuy nhiên thương nhân và cán bộ Việt Nam khi đi công tác sang Ý nếu có nhu cầu gọi điện thoại về nước nhiều thì nên mua "SIM Card" trả trước của Ý dùng sẽ đỡ tốn hơn.

Để truy cập Internet có thể sử dụng các dịch vụ thông qua các trạm Internet và quán cà phê. Các quán internet cho phép khách du lịch truy cập dễ dàng cũng như gọi điện thoại quốc tế.

Ngôn ngữ

Tiếng Ý được sử dụng tại mọi địa phương trong giao tiếp giữa người Ý thuộc các vùng khác nhau và với khách nước ngoài, song giữa người Ý có gốc cùng địa phương thì thường dùng thổ ngữ để nói chuyện với nhau.

Do Ý là tập hợp của nhiều tiểu vương quốc trước đây, nên sự đa dạng về văn hóa và ngôn ngữ là đặc điểm nổi bật và tự nhiên. Ở Ý không có nhiều người biết và nói được ngoại ngữ, nên có khó khăn nhất định trong giao tiếp đối với người nước ngoài; tại một số vùng phía Bắc (giáp Áo, Thụy Sĩ) thì tiếng Pháp và tiếng Đức tương đối phổ biến, tại các vùng còn lại tiếng Anh được sử dụng nhiều hơn. Hầu hết các công ty thương mại lớn sử dụng cả tiếng Anh và Ý.

Quy định về tiền tệ khi nhập cảnh

Số lượng đồng Euro được mang vào Italia không hạn chế. Có thể mang ra khỏi Italia tới đa 100 nghìn Euro, nếu nhiều hơn phải có giấy phép của Hải quan Italia.

Y tế

Các dịch vụ y tế được đánh giá tốt và đạt tiêu chuẩn. Các nhu cầu y tế thông thường sẵn có. Các du khách không cần phải có giấy phép tiêm chủng. Nước uống có thể chấp nhận được tuy nhiên tại Naples thì được khuyến khích sử dụng nước đóng chai. Vệ sinh ở Ý đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Thời tiết

Ý có khí hậu Địa Trung hải ôn hòa; Thời tiết mùa hè nắng ấm và khô ráo. Mùa Đông không quá lạnh, tại thủ đô Roma có những năm không có tuyết.

Giờ làm việc

- **Giờ làm việc bình thường:** sáng từ 8AM hoặc 9AM đến trưa hoặc 1PM và chiều từ 3PM tới 6PM hoặc 7PM, từ Thứ Hai đến Thứ Sáu.
- **Giờ làm việc các Bộ của chính phủ:** từ 8AM đến 2PM mà không nghỉ.
- **Ngân hàng:** từ 8:30AM đến 1PM và 3PM – 4PM, đóng cửa vào thứ Bảy và Chủ Nhật.
- **Các cơ sở bán lẻ:** đóng cửa vào ngày chủ nhật, ngoại lệ ở khu du lịch.

Trong những năm gần đây, Ý đã ban hành pháp luật về cung cấp sự linh hoạt trong điều hành cửa hàng bán lẻ.

- **Các ngày lễ**

Các ngày lễ ở Ý cần phải được chú ý đến khi lập các dự tính kinh doanh trong tương lai. Tháng 7 và 8 không phải là tháng tốt để kinh doanh tại Ý vì hầu hết các công ty đóng cửa cho kỳ nghỉ trong thời gian này. Trong dịp Giáng Sinh và năm mới các công ty cũng nghỉ. Khi một kì nghỉ ở Ý rơi vào ngày thứ 7, các văn phòng và cửa hàng đều đóng cửa.

Tạm nhập nguyên vật liệu và tài sản cá nhân

Nguyên vật liệu có thể được tạm nhập vào Ý mà không cần trả thuế, phí nếu như những nguyên vật liệu đó được sử dụng trong quá trình sản xuất, chế biến các sản phẩm để xuất khẩu. Nhà nhập khẩu nộp 1 khoản tiền đặt cọc, thường thì theo các mẫu bảo lãnh có sẵn tại các ngân hàng hoặc các công ty bảo hiểm. Đến khi hàng thành phẩm được xuất đi thì khoản đặt cọc bảo lãnh này được thanh toán và tiền đặt cọc được trả lại. Hàng hóa tạm nhập để tái xuất cũng không phải chịu thuế và phí nhập khẩu theo sự phê chuẩn của Hải quan Ý.

Hàng mẫu không có giá trị thương mại cũng không phải trả thuế, phí.

Tài liệu in quảng cáo phải chứng nhận "tài liệu quảng cáo - không có giá trị thương mại". Những hàng mẫu có giá trị thương mại cũng có thể không bị đánh thuế khi tuân thủ các điều kiện sau:

- Hàng mẫu được đảm bảo là nhập khẩu vào Ý chỉ để trưng bày và sẽ tái xuất chứ không để bán.
- Có chứng nhận xuất xứ bởi Phòng Thương mại và Công nghiệp chứng minh nguồn hàng.
- Có 1 khoản tiền đặt cọc hay trái phiếu được nộp thay cho thuế, phí khi tạm nhập. Khoản tiền này sẽ được trả lại khi hàng hóa được tái xuất.
- Phiếu đóng gói (bản sao) với đầy đủ các thông tin mô tả sản phẩm bao gồm giá trị, trọng lượng...

Nhà sản xuất nhập khẩu mẫu may phục vụ cho sản xuất các hàng hoá tương tự ở Ý có thể là mẫu hàng hóa được miễn thuế vào Ý. Vận chuyển hàng có thể chứa một số mẫu hàng hóa khác nhau, miễn là chỉ có một mẫu của từng loại. Để thực hiện điều kiện này, hải quan Ý yêu cầu số lượng hàng hóa mẫu có trong các tài liệu thương mại. Hóa đơn thương mại phải có các nội dung mô tả sản phẩm vận chuyển có trong mẫu hàng hóa. Việc cung cấp thông tin không rõ ràng sẽ phải chịu thuế tiêu thụ bình thường.

Hàng mẫu có đủ điều kiện miễn phí, nếu:

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

Chương 8: Đầu mối liên hệ và các sự kiện thương mại

Các cơ quan chính phủ

1. Ngân hàng Ý

Địa chỉ: Via Nazionale 91

00184 Roma

Điện thoại: +39-06-47921

Website: www.bancaditaly.it

2. Cơ quan điều tiết chứng khoán

Địa chỉ: Via G.B. Martini 3

00198 Roma

Điện thoại: +39-06-847-71

Fax: +39-06-841-7707

Email: consob@consob.it

Website: www.consob.it

3. Ủy ban Thương mại Ý có văn phòng ở các thành phố, ITC Atlanta

Địa chỉ: 2301, Peachtree Center - Harris Tower

233, Peachtree Street N.E.

P.O.Box 56689 Atlanta Georgia 30343

Điện thoại: (404) 525-0660

Fax: (404) 525 -5112

Email: atlanta@ice.it

Website: <http://www.italtrade.com>

4. ITC Miami

Địa chỉ: Istituto Nazionale per il Commercio Estero

4000 Ponce de Leon

Suite 590 Coral Gables,

FL 33146, Miami

Điện thoại (305) 461-3896

Fax: (305) 374-7945

Email: miami@ice.it

Website: www.italtrade.com

5. Ủy ban Thương mại Ý (ICE)

Địa chỉ: Viale Liszt 2, 00144 Roma

Điện thoại: +39-06-5992-1

Fax: +39-06-5929-9743

Email: ice@ice.it

Website: www.ice.gov.it

Các Hiệp hội – Liên đoàn thương mại – Ngân hàng Ý

1. ABI - Associazione Bancaria Ýna

Hiệp hội Ngân hàng Ý

Địa chỉ: Piazza del Gesù 49 (Palazzo Altieri)

00186 Roma

Điện thoại: +39-06-67671

Fax: +39-06-6767-457

Email: abi@abi.it

Website: www.abi.it

2. Hiệp hội các nhà doanh nghiệp nữ và điều hành kinh doanh Ý (AIDDA)

Địa chỉ: Via degli Scialoja 18

00196 Roma

Điện thoại: +39-06-3230-578

Fax: +39-06-3230-562

Email: aidda@aidda.org

Website: www.aidda.org

3. Hiệp hội các Nhà thầu xây dựng (ANCE)

Địa chỉ: Via Guattani,

16 - 00161 Roma

Điện thoại: +39-06-845-671

Fax: +39-06-8456-7550

Email: info@ance.it

Website: www.ance.it

4. Hiệp hội ngành công nghiệp ô tô Ý - ANFIA

Địa chỉ: Corso Galileo Ferraris 61

10128 Torino

Điện thoại: +39-011-554-6511

Fax: +39-011-545-986

Email: anfia@anfia.it

Website: www.anfia.it

5. ANIA - Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici

Hiệp hội các công ty bảo hiểm ý – Association of Insurance Companies

Địa chỉ: Via della Frezza 70

00186 Roma

Điện thoại: +39-06-326-881

Fax: +39-06-322-7135

Email: info@ania.it

Website: www.ania.it

6. ANIE – Associazione Nazionale Imprese

Hiệp hội ngành công nghiệp điện và điện tử Ý

Địa chỉ: Viale Lancetti 43

20158 Milano

Điện thoại: +39-02-326-41

Fax: +39-02-326-4212

Email: info@anie.it

Website: www.anie.it

7. Hiệp hội ngành thiết bị văn phòng (ASSINFORM)

Điện thoại: +39-02-0063-28-1

Fax: +39-02-0063-28-24

Email: segreteria@assinform.it

Web: www.assinform.it

8. Hiệp hội nhượng quyền kinh doanh Ý (ASSOFRANCHISING)

Địa chỉ: Via Melchiorre Gioia, 70

20125 Milano

Điện thoại: +39-02-2900-3779

Fax: +39-02-655-5919

Email: assofranchising@assofranchising.it

Website: www.assofranchising.it

9. Tổng Liên đoàn Nông nghiệp Ý (CONFAGRICOLTURA)

Địa chỉ: Corso Vittorio Emanuele II, 101, 00186 Roma

Điện thoại: +39-06-685-21

Fax: +39-06-686-1726

Email: info@confagricoltura.it

Website: www.confagricoltura.it

10. Liên đoàn các ngành kinh doanh nhỏ và vừa của Ý (CONFAPI)

Địa chỉ: Via del Plebiscito 117

00186 Roma

Điện thoại: +39-06-690-151

Fax: +39-06-679-1488

Email: mail@confapi.org

Website: www.confapi.org

11. Tổng Liên đoàn nghề thủ công (CONFARTIGIANATO)

Địa chỉ: Via San Giovanni in Laterano 152

00184 Roma

Điện thoại: +39-06-703-741

Fax: +39-06-7045-2188

Email: confartigianato@confartigianato.it

Website: www.confartigianato.it

12. Tổng Liên đoàn Thương mại, Du lịch, Dịch vụ và các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ý

Địa chỉ: Piazza G.G. Belli 2

00153 Roma

Điện thoại: +39-06-586-61

Fax: +39-06-580-9425

Email: confcommercio@confcommercio.it

Website: www.confcommercio.it

13. Tổng Liên đoàn các doanh nghiệp vận tải Ý

Địa chỉ: Via Panama 62

00198 Roma

Điện thoại: +39-06-855-9151

Fax: +39-06-841-5576

Email: confetra@confetra.com

Website: www.confetra.com

14. Liên đoàn các ngành nghề của Ý

Địa chỉ: Viale dell'Astronomia 30

00144 Roma

Điện thoại: +39-06-59-031

Fax: +39-06-59-19615

Email: confindustria@confindustria.it

Website: www.confindustria.it

15. Hiệp hội ngành dược quốc gia

Địa chỉ: Largo del Nazareno 3/8

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-675-801

Fax: +39-06-678-6494

Website: www.farminindustria.it

16. Liên đoàn ngành công nghiệp thép của Ý

Địa chỉ: Viale Sarca 336

20126 Milano

Điện thoại: +39-02-661-461

Fax: +39-02-661-46219

Email: direzione@federacciai.it

Website: www.federacciai.it

17. Liên minh ngành công nghiệp nhựa Ý

Địa chỉ: Via San Vittore 36

20123 Milano

Điện thoại: +39-02-439-281

Fax: +39-02-435-432

Email: info@federazionegommaplastica.it

Website: www.federazionegommaplastica.it/

18. Liên đoàn ngành công nghiệp hoá chất của Ý

Địa chỉ: Via Giovanni da Procida 11

20149 Milano

Điện thoại: +39-02-345-651

Fax: +39-02-345-65310

Email: federchimica@federchimica.it

Website: www.federchimica.it

19. Liên đoàn ngành công nghiệp gỗ của Ý

Địa chỉ: Foro Bonaparte 65

20121 Milano

Điện thoại: +39-02-806041

Fax: +39-02-80604392

E-mail: web@federlegno.it

Website: www.federlegnoarredo.it

20. Liên hiệp ngành công nghiệp đóng tàu quốc gia, ngành hàng hải và các lĩnh vực có liên quan của Ý

Địa chỉ: Piazzale J. F. Kennedy 1

16129 Genova

Điện thoại: +39-010-576-9811

Fax: +39-010-553-1104

Email: ucina@ucina.it

Website: www.ucina.net

21. Liên minh Phòng Thương mại Ý, ngành công nghiệp, thủ công mỹ nghệ và nông nghiệp của Ý

(Là tổ chức có trách nhiệm bảo vệ cho toàn bộ liên minh phòng thương mại ở Ý) Địa

chỉ: Piazza Sallustio 21

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-470-41

Fax: +39-06-489-070-4240

Email: segreteria.generale@unioncamere.it

Website: www.unioncamere.gov.it

22. Liên đoàn thương mại gỗ

Địa chỉ: Via Toscana 10

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-4200-681

Fax: +39-06-4281-7391

Email: fedecomlegno@federlegno.it

Website: www.federlegnoarredo.it

23. Các công ty nghiên cứu thị trường tại Ý, ACNielsen Ý S.p.a.

Địa chỉ: Via Giuseppe di Vittorio 10

20094 Corsico (MI)

Điện thoại: +39-02-451-971

Fax: +39-02-458-66235

Website: www.acnielsen.it

24. C.R.A. (Nghiên cứu và phân tích theo yêu cầu của khách hàng)

Địa chỉ: 20147 Milano

Điện thoại +39-02-414-921

Fax: +39-02-412-71623

Email: info@cra-research.com

Website: www.cra-research.com

25. Databank S.p.A.

Địa chỉ: Via San Vigilio, 1

20142 Milano

Điện thoại: +39-02-77-54-811

Fax: +39-02-76-26-1646

Email: databank@cervedgroup.com

Website: www.databank.it

26. Demoskopea S.p.a

Địa chỉ: Via Porlezza 16

20123 Milano

Điện thoại: +39-02-721-451

Fax: +39-02-8909-6128

Email: info@demoskopea.it

Website: www.demoskopea.it

27. Interactive Market Research

Địa chỉ: Via Scarlatti 150

80127 Napoli

Điện thoại +39-081-229-2473

Fax: +39-081-229-2463

Email: info@interactive-mr.com

Website: www.imrgroup.com

28. M&T Marketing & Trade S.r.l.

Địa chỉ: Corso di Porta Ticinese 60

20123 Milano

Điện thoại +39-02-894-02219

Fax: +39-02-581-01117

Email: segreteria@marketingtrade.it

Website: www.marketingtrade.it

29. Pragma S.r.l.

Địa chỉ: Via Nizza 152-154

00198 Roma

Điện thoại: +39-06-844-881

Fax: +39-06-844-88298

Email: pragma@pragma-research.it

Website: www.pragma-research.it

30. Các ngân hàng thương mại của Ý (Intesa Sanpaolo S.p.A)

(Được sáp nhập giữa Sanpaolo IMI S.p.A. và Banca Intesa vào tháng 1/2007)

Địa chỉ: Piazza San Carlo, 156

10121 Torino

Điện thoại: +39-011-555-1

Website: www.intesasanpaolo.com

31. Unicredit Group S.p.A.

(Được thành lập vào tháng 5 năm 2007 từ sự sáp nhập của Unicredito Ýno S.p.A. và CapÝ S.p.A. CapÝ S.p.A được thành lập năm 2002 với sự sáp nhập của Banca di Roma, Bibop-Carire và Banco di Sicilia)

Địa chỉ: Piazza Cordusio

20123 Milano

Điện thoại: +39- 02-88-621

Website: www.unicreditgroup.eu

32. Banca Nazionale del Lavoro BNL S.p.A.

Địa chỉ: Via Vittorio Veneto 119

00187 Roma

Điện thoại: +39-06-470-21

Website: www.bnl.it

33. Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.

Địa chỉ: Piazza Salimbeni 3

53100 Siena

Điện thoại: +39-0577-294-111

Website: www.mps.it

Đầu mối liên lạc tại EU**1. Ủy ban châu Âu (EC)**

Địa chỉ: Rue de la Loi 200 / Wetstraat 200

B-1049 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.299.11.11 (tổng đài)

Fax: 32.2.295.01.38 (295.01.39 và 295.01.40)

Websites: http://ec.europa.eu/index_en.htm

2. EFTA – Hiệp hội Thương mại tự do châu Âu

Địa chỉ: Rue Joseph II, 12-16

B – 1000 Brussels

Điện thoại: 32.2.286.17.11

Fax: 32.2.286.17.50

Website: <http://www.efta.int/>

3. Thông tin về Hải quan – và những vấn đề liên quan trong phạm vi EU

Ông Walter Deffaa, Tổng giám đốc

Tổng cục Hải quan và Thuế

Địa chỉ: Rue de la Loi 200

B-1049 Brussels

Điện thoại: 32.2.295.43.76

Fax: 32.2.296.90.46

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

4. Liên hệ về các tiêu chuẩn:

Ông Gordon Gillerman

Giám đốc Chương trình tiêu chuẩn và thông tin toàn cầu

Địa chỉ: 100 Bureau Dr. Mail Stop 2100

Gaithersburg, Maryland 20899

Điện thoại: (301) 975-2573

Website: <http://ts.nist.gov/Standards/Global/about.cfm>

5. CEN – Ủy ban châu Âu về tiêu chuẩn hoá

Địa chỉ: Avenue Marnix 17

B – 1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.550.08.11

Fax: 32.2.550.08.19

Website: <http://www.cen.eu/>

6. CENELEC – Ủy ban châu Âu về Tiêu chuẩn hoá kỹ thuật điện

Địa chỉ: Avenue Marnix 17

B – 1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.519.68.71

Fax: 32.2.519.69.19

Website: <http://www.cenelec.eu/>

7. ETSI – Viện tiêu chuẩn viễn thông châu Âu

Địa chỉ: Route des Lucioles 650

F – 06921 Sophia Antipolis Cedex, Pháp

Điện thoại: 33.4.92.94.42.00

Fax: 33.4.93.65.47.16

Website: <http://www.etsi.org/>

8. NORMAPME

Văn phòng ngành thủ công và các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Địa chỉ: Rue Jacques de Lalaing 4

B – 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.282.05.30

Fax: 32.2.282.05.35

Website: <http://www.normapme.com/>

9. ANEC

Hiệp hội liên kết đại diện người tiêu dùng trong tiêu chuẩn hoá

Địa chỉ: Avenue de Tervueren 32, Box 27

B – 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.743.24.70

Fax: 32.2.706.54.30

Website: <http://www.anec.org>

10. ECOS**Tổ chức đối với tiêu chuẩn hoá môi trường người dân của châu Âu**

Địa chỉ: Rue d'Edimbourg 26

B – 1050 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.894 46 55

Fax: 32.2.894 46 10

Website: <http://www.ecostandard.org/>

11. EOTA**Tổ chức về việc chấp thuận kỹ thuật của châu Âu (đối với các sản phẩm xây dựng)**

Địa chỉ: Avenue des Arts 40

B – 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.502.69.00

Fax: 32.2.502.38.14

Website: <http://www.eota.be/>

Các Hiệp hội lĩnh vực tư nhân**1. Liên minh doanh nghiệp châu Âu**

Địa chỉ: Avenue de Cortenbergh 168

1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.237.65.11

Fax: 32.2.231.14.45

Website: www.buinessseurope.eu

2. Viện châu Âu

Địa chỉ: 1001 Connecticut Avenue, N.W.,

Suite 220, Washington DC, 20036-5531

Điện thoại: (202) 895-1670

Website: <http://www.europeaninstitute.org/>

3. Trung tâm Nghiên cứu chính sách của châu Âu (CEPS)

Địa chỉ: 1 Place du Congres

B-1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.229.39.11

Fax: 32.2.219.41.51

Website: <http://www.ceps.eu/index.php>

4. Trung tâm chính sách châu Âu

Địa chỉ: Residence Palace

155 Rue de la Loi, 1040 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.231.03.40

Fax: 32.2.231.07.04

Website: <http://www.epc.eu>

5. Hội nghị bàn tròn về công nghiệp hoá (ERT)

Địa chỉ: Place des Carabiniers 18a

B-1030 Brussels

Điện thoại: 32 2 534 31 00

Fax: 32 2 534 73 48

Website: <http://www.ert.be/>

6. Hiệp hội Nghiên cứu chính sách xuyên châu Âu (TEPSA)

Địa chỉ: 11 Rue d'Egmont

B-1000 Brussels, Bỉ

Điện thoại: 32.2.511.34.70

Fax: 32.2.511.67.70

Website: <http://www.tepsa.be/>

Các website chính liên quan đến châu Âu

- Cổng thông tin chính của [EU](#)
- Nguồn tin của [EU](#), tình hình chính sách và thực thi
- Chỉ số từ A – Z của EU: <http://www.eurunion.org/infores/euindex.htm>
- Thông tin liên quan đến làm ăn kinh doanh ở EU. Mạng lưới làm ăn kinh doanh của EU (nguồn tài chính, các tiêu chuẩn kỹ thuật, luật sở hữu trí tuệ)
http://ec.europa.eu/youreurope/bU.S.iness/index_en.htm
- Dữ liệu thâm nhập thị trường EU (Thông tin về biểu thuế và những thông tin

thương mại khác): <http://madb.europa.eu/>

- EURLEX – Luật pháp châu Âu: <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>
- [CORDIS](#) – Cơ quan Nghiên cứu và Phát triển dịch vụ thông tin:
- Cơ quan thống kê của Ủy ban châu Âu ([Eurostat](#))
- Cơ quan xuất bản chính thức của châu Âu: <http://publications.europa.eu/>
- [Website](#) chính thức về đồng euro của châu Âu
- Ngân hàng Trung ương châu Âu, Frankfurt, Đức: <http://www.ecb.int>
- Ngân hàng Đầu tư châu Âu, Luxembourg: <http://www.eib.org/>
- Hội đồng Liên minh châu Âu: <http://www.consilium.europa.eu/>
- Quốc hội châu Âu: <http://www.europarl.europa.eu/>
- Tòa án tối cao của châu Âu: <http://curia.europa.eu/>