

REUSSIR EN ITALIE !



**REUSSIR
EN
ITALIE !**



SOMMAIRE

I.	LES TENDANCES DE L'ÉCONOMIE ITALIENNE	p38
II.	LES ÉCHANGES COMMERCIAUX FRANCO-ITALIENS	p39
III.	LES SECTEURS PORTEURS	p40
	a. L'Aérospatial	p40
	b. Les TIC : connectez-vous sur l'Italie	p40
	c. L'Automobile, depuis toujours en pôle position	p42
	d. Mécanique : un secteur bien huilé	p42
	e. Chimie : une formule gagnante pour conquérir le marché	p43
	f. Biotechnologies et Industrie Pharmaceutique	p44
	g. Les Nanotechnologies	p45
	h. Le Tourisme : un pays qui vaut un patrimoine	p45
	i. La Logistique: un «pont» naturel entre Nord et Sud de l'Europe	p46
	j. La mode	p47
IV.	CONSEILS POUR UNE ENTREPRISE SOUHAITANT APPROCHER L'ITALIE	p48
V.	TEMOIGNAGE D'ENTREPRISE : MOBILITE INTERNATIONALE - QUEL CONTRAT CHOISIR EN ITALIE ?	p50
VI.	LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE EN ITALIE - CFCII	p52



Située au cœur de la Méditerranée, l'Italie représente un **carrefour commercial important** entre l'Europe méridionale et l'Europe centrale et septentrionale aisément accessible par voie routière, maritime et aérienne. Avec plus de **60 millions de consommateurs**, connus pour leur exigence et leur sensibilité envers les marques, et un PIB qui se place au quatrième rang européen, le marché italien offre de grandes opportunités aux entreprises en expansion.

De par sa position stratégique, l'Italie est en mesure de capter un marché international de 396 millions de consommateurs Européens et de 240 millions partagés entre l'Afrique Septentrionale et le Moyen-Orient.

Membre du G8 (organisation regroupant les 8 pays les plus industrialisés), l'Italie représente la 6^{ème} puissance économique de la planète en terme de PIB mondial, derrière les Etats-Unis, le Japon, l'Allemagne, la Chine, la France et le Royaume-Uni.

I. LES TENDANCES DE L'ÉCONOMIE ITALIENNE

Connue pour un tissu industriel dense et caractérisé par un grand nombre de petites entreprises familiales, l'Italie compte **4.21 millions d'entreprises** dont 4 millions sont composées de moins de 10 salariés.

Au cours des 20 dernières années, la force de l'industrie italienne a résidé dans le travail et la production manufacturière des PME. Organisées en « district industriel », situées principalement dans les régions du Nord/Nord Est du pays, les PME italiennes constituent le cœur du secteur industriel de la péninsule. Ce concept de « **district industriel** » s'est depuis diffusé le long de la côte adriatique pour devenir l'une des caractéristiques de l'organisation industrielle en Italie.

Grace à ce modèle, l'Italie est un des pays dans lequel l'initiative entrepreneuriale est la plus développée et cette autonomie a permis le développement de la créativité, de la recherche du beau et bon goût sur le produit fini qui a rendu célèbre dans le monde entier le « **Made in Italy** ».

La production industrielle a augmenté de 7% au mois de juillet 2009 indiquant ainsi la reprise comme l'a annoncé récemment Giulio Tremonti, Ministre de l'Économie Italien.

Particulièrement développé dans les secteurs de l'automobile, des constructions navales, de la métallurgie et de l'agro-alimentaire le secteur industriel représente 32% du PIB. Toutefois, si l'on exclut les activités liées à la construction, ce pourcentage tombe à 28%.

Les entreprises investissant en Italie peuvent compter sur un important bassin de jeunes diplômés, avec plus de deux millions d'étudiants universitaires en 2008, avec une moyenne de 300.000 « Laureati » par an (la Laurea étant l'équivalent italien de notre ancienne maîtrise).

Caractérisé par un parcours universitaire proche des exigences du monde « productif » et de grands talents dans les domaines de la médecine, de l'architecture, de la mode et du design, les diplômés italiens s'illustrent également de part leurs compétences technico-professionnelles, comme, par exemple celle relative à la construction des machines : de l'électroménager aux appareils biomédicaux, des instruments de précision aux machines industrielles, des pièces automobiles à celles pour l'aérospatiale.

De nombreuses enquêtes réalisées au cours des dernières années mettent en lumière le fait que les entreprises françaises en Italie reconnaissent l'excellente qualification ainsi que la créativité de la main d'œuvre italienne. En effet, d'après un sondage IPSOS réalisé en février 2008 sur 60 multinationales implantées en Italie, 55% d'entre elles citent la présence d'un capital humain qualifié parmi les éléments attractifs de la péninsule.

La structure économique de l'Italie, d'après les données de l'Institut National de Statistiques est semblable à celle des autres pays européens « avancés » :

- ▶ Le secteur tertiaire représente 69% du PIB, dont les secteurs clés sont le tourisme et le commerce.
- ▶ L'industrie représente 29% du PIB : la mécanique et le secteur textile constituent les points forts.
- ▶ Les activités agricoles, enfin, réalisent 2% du PIB. L'Italie est le plus grand producteur européen de riz, de fruits et de légumes et également le plus grand producteur et exportateur mondial de vin.

La répartition géographique de la production de la richesse nationale est la suivante :

- ▶ Environ 31,8% du PIB est produit dans les régions du Nord Ouest du pays (Ligurie, Piémont, Lombardie, Vallée d'Aoste)
- ▶ 22,3% est réalisé par les régions du Nord Est (Vénétie, Trentin Haut Adige)
- ▶ 21% par les régions du Centre (Latium, Molise, Abruzzes)
- ▶ 24.8% par les régions du Sud dites du « Mezzogiorno » (Campanie, Pouilles, Calabre)

L'Italie peut se vanter d'avoir un des plus élevés niveaux de production de secteur tertiaire et le taux d'emploi le plus haut dans le secteur manufacturier.

II. LES ECHANGES COMMERCIAUX FRANCO-ITALIENS

La France et l'Italie sont l'un pour l'autre des partenaires commerciaux de premier plan.

Avec près de **74 Milliards d'euros** d'échanges bilatéraux pour l'année 2008, l'Italie confirme sa place de deuxième partenaire commercial de la France, soit 35,5 Milliards € d'exportations françaises (en baisse de 2,0 %) et 38,3 Milliards d'€ d'importations (en baisse de 1%). Le solde commercial français vis-à-vis de l'Italie est déficitaire à hauteur de 2,8 Milliards € et se détériore de 328 Millions d'€ par rapport à 2007, principalement en raison de la baisse des exportations françaises de produits automobiles (- 10,4 %). Toutefois, la forte augmentation des exportations françaises de produits énergétiques (+ 27,3 %) permet à la France d'atténuer son déficit commercial vis-à-vis de l'Italie.

Les échanges sont marqués par une forte imbrication sectorielle.

Les investissements français touchent à peu près tous les secteurs : les industries de biens d'équipement et les produits semi-finis, les industries de biens de consommation, les services bancaires (en 2006 la participation du Crédit Agricole dans le capitale de Banca Intesa, le rachat par BNP-Paribas de la Banca Nazionale del Lavoro ; l'acquisition en 2007 de CariParma par le Crédit Agricole et la participation de 5% du groupe Bolloré dans le groupe italien Mediobanca), la grande distribution, l'énergie, l'industrie automobile. Des perspectives existent dans le domaine des assurances et de l'aéronautique. **La balance agricole est traditionnellement excédentaire pour la France** (17% des exportations françaises vers l'Italie).

<i>Clients</i>	<i>Exportations en 2008</i>	<i>Part (%)</i>
Allemagne	46,6	12,8
France	41	11,2
Espagne	23,9	6,5
Etats-Unis	23	6,3
Royaume-Uni	19,2	5,3
Suisse	14,5	4
Russie	10,5	2,9
Belgique	9,9	2,7
Pologne	9,6	2,6
Autriche	8,6	2,3

<i>Fournisseurs</i>	<i>Importations en 2008</i>	<i>Part (%)</i>
Allemagne	60,4	16
France	32,3	8,6
Chine	23,6	6,3
Pays-Bas	20,2	5,4
Libye	17,4	4,6
Russie	16,1	4,3
Espagne	14,8	3,9
Belgique	14,4	3,8
Etat-Unis	11,8	3,1
Royaume-Uni	11,4	3

La France et l'Italie coopèrent étroitement dans le domaine des transports.

Le 9 octobre 2009, Dominique Bussereau, secrétaire d'Etat chargé des Transports, et Altero Matteoli, ministre italien des Infrastructures et des Transports, ont signé un accord de ferroutage entre la France et l'Italie. Cette convention s'inscrit dans le plan d'engagement national pour le fret ferroviaire présenté par Jean-Louis Borloo le 16 septembre dernier. L'accord vise à réduire le trafic routier dans les vallées alpines en transférant 100.000 poids lourds par an sur la future autoroute ferroviaire. Depuis 2003, un service expérimental a déjà permis de transporter plus de 100.000 camions. Une nouvelle liaison devrait être créée entre Lyon et Turin. L'autoroute ferroviaire sera gérée par une concession de service public.

III. LES SECTEURS PORTEURS

a. L'Aérospatial



Leader pour la production d'hélicoptères, partenaire du projet pour la construction de la Station Spatiale Internationale, un volume d'affaires de **10 Milliards d'euros en 2008**, l'Italie est le lieu d'implantation idéal pour les investissements high tech du secteur.

Les **points forts** de l'industrie aérospatiale italienne sont **l'excellence de sa recherche et sa productivité élevée**. Elle est leader européen pour les avions d'entraînement et un des principaux partenaires du développement de nouvelles productions : **avions sans pilotes (UAV)** et **avions à décollage et atterrissage vertical (ADAV)**.

Le secteur est bien équilibré : les grands groupes de premier plan de l'industrie aérospatiale (**Finmeccanica, Alenia, Agusta**) sont engagés dans d'importants partenariats internationaux et un tissu de petites et moyennes entreprises très dynamique participe activement au développement des technologies de pointe dans les grands consortiums de recherche européens.

L'aérospatial italien offre de véritables opportunités aux investisseurs étrangers, notamment dans le domaine des industries à capital risque, par l'intermédiaire de partenariats et de joint-ventures. Elle possède aussi une capacité de conception autonome et joue un rôle important d'intégrateur de systèmes.

L'industrie aérospatiale est partenaire d'importants **accords de coopération internationale (Agusta-Westland, Alcatel-Alenia, MNDDBA et Eurosystems)**. Elle réalise un **chiffre d'affaires de 10 milliards d'euros, emploie 50.000 salariés et investit 1,3 milliards d'euros en recherche et développement**.

Les hélicoptères, les avions sans pilote, l'électronique pour la navigation aérienne, les systèmes de propulsion et naturellement l'espace sont les spécialisations de pointe de l'industrie et de la recherche et développement. Ces secteurs sont actuellement engagés dans les principaux programmes internationaux d'aérospatial et de défense, auxquels ils apportent leur compétence exclusive en conception, développement et production.

La compétitivité de l'industrie aérospatiale italienne a été confirmée par le fait que l'Italie ait remporté d'importants appels d'offre pour la fourniture d'avions militaires (juin 2007 : Alenia Aeronautica pour les Etats-Unis pour la fourniture de 78 avions militaires C 27 J).

Leader du marché aéronautique, Finmeccanica (entreprise à participation publique) a créé un grand pôle industriel national regroupant 44.000 personnes. Spécialisé dans la fabrication d'avions furtifs, le groupe Finmeccanica peut se vanter de sa localisation mondiale : le centre de production en Grande Bretagne compte plus de 10.000 employés, près de 15.000 salariés aux Etats-Unis et 4000 en France (Toulouse, Sophia-Antipolis, Valbonne entre autres).

Les centres de recherche de pointe, **l'excellence du capital humain (avec 700 nouveaux ingénieurs spécialisés par an)** et le coût du travail le plus compétitif des pays industrialisés permettent à ce secteur d'offrir de grandes possibilités d'investissement.

b. Les TIC : connectez-vous sur l'Italie

Placée au quatrième rang européen, de bonnes prévisions de croissance et un marché intérieur de 60 millions de consommateurs passionnés par les nouvelles technologies, l'Italie est la destination à ne pas manquer pour les entreprises de Technologies d'Information et de Communication (TIC) qui souhaitent expérimenter de nouveaux produits et des solutions innovantes.

Dotées d'une solide expérience acquise au fil du temps, les entreprises italiennes de TIC s'affirment aujourd'hui dans plusieurs technologies d'avant-garde spécialisées.



Elles tirent le dynamisme du secteur, un des plus actifs et des plus intéressants de l'économie italienne pour les investisseurs.

Avec ses 60 millions de consommateurs avertis et particulièrement réceptifs aux innovations technologiques, l'Italie est des marchés pilotes les plus extraordinaires du monde pour développer et lancer des produits et des services TIC.

Les entreprises italiennes du secteur IT sont le quatrième plus grand marché d'Europe, avec **69 milliards d'euros de chiffre d'affaires**.

Le marché du sans fil, notamment, est premier marché européen et l'un des plus évolués du monde avec 70 millions de cartes à puce, **41 millions d'utilisateurs de téléphone mobile** enregistrés en 2008 et les meilleures perspectives de croissance d'Europe pour la téléphonie de 3^{ème} génération (UMTS). Si on tient compte de la diffusion de la bande large fixe (plus de 10 millions de lignes ADSL), du développement rapide des nouveaux médias (IPTV, numérique terrestre, mobile TV), ainsi que des industries traditionnelles du cinéma et de la télévision, l'Italie est le lieu idéal où développer les mobiles dotés de Service à Valeur Ajoutée (VAS) et les contenus numériques.

En outre, le pays offre des opportunités uniques dans le domaine des systèmes TIC embarqués qui développe des technologies et applications nouvelles pour des produits et des secteurs industriels de pointe.

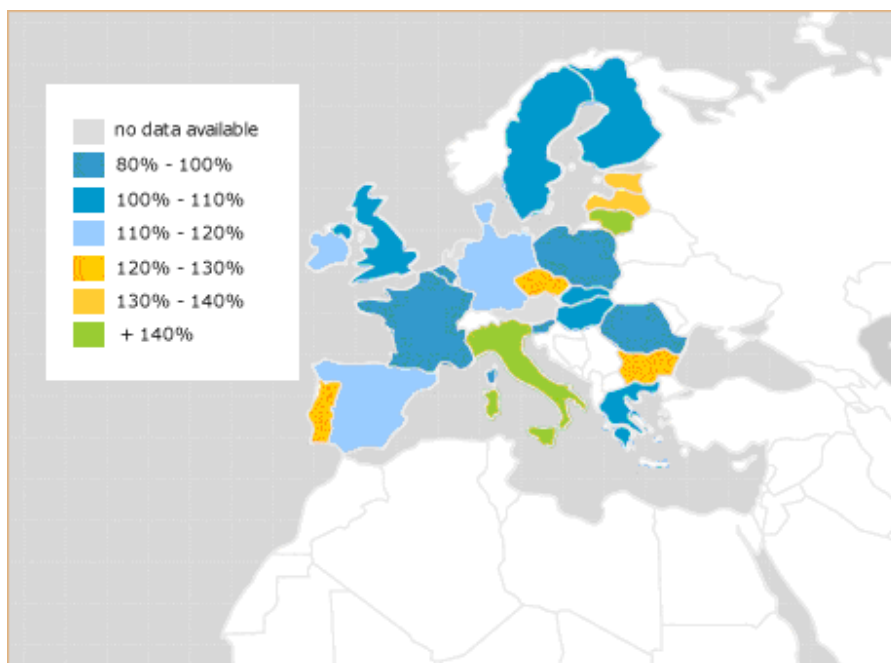
Pour soutenir le développement de nouvelles activités, le territoire italien possède un système de recherche et des centres internationaux d'excellence qui opèrent en étroite collaboration avec le monde des entreprises ainsi qu'un capital humain apprécié dans le monde entier de 50.000 diplômés par an dans les nouvelles technologies informatiques.

Ce contexte favorable a amené les principaux groupes étrangers à investir dans toutes les branches TIC du pays. Dans le très important secteur des logiciels et services IT, on trouve quelques géants comme Microsoft, IBM, EDS, Siemens Business Services, Accenture et Cisco Systems.

Les services Telecom comptent des entreprises clés comme Avaya, Vodafone, Telecom Italia, Albacom et H3G. Les géants de la microélectronique présents sur le territoire sont STMicroelectronics et Micron, mais aussi Marvell, Infineon et Maxim avec ses centres de design et de semi-conducteurs.

Alcatel, Ericsson et Siemens Mobile Communications font de l'Italie un point clé du marché global pour les équipements et les solutions de télécommunication.

Degré de pénétration de la téléphonie mobile en Europe



Source: 13^{ème} Rapport de la Commission Européenne sur les TLC, mars 2008

c. L'Automobile, depuis toujours en pôle position



Design, technologie et compétence, centres de recherche d'avant garde.

Dans le pays qui a construit l'histoire de l'automobile, les opportunités ne manquent pas : le marché, en constante croissance, apprécie de plus en plus les marques étrangères.

L'Italie a une longue tradition dans la conception, le développement ainsi que dans la production d'automobiles, de pièces détachées et d'accessoires. Une tradition que l'on peut même faire remonter à **Léonard de Vinci**, qui dessina une série de véhicules et de machines qui présentaient des solutions techniques et des astuces utilisées aujourd'hui, parmi lesquelles : des différentiels, des roulements à bille et un changement de vitesses à trois rapports.

Un siècle plus tard, en **1629**, un autre Italien, **Giovanni Branca**, projeta pour la première fois un véhicule à vapeur autotracteur, et son projet fut réalisé en 1680 par Newton. Mais ce n'est pas tout : le premier prototype de moteur à combustion interne a vu le jour à Firenze en **1858**, inventé par deux italiens, **Eugenio Bersanti et Felice Matteucci**. A la fin du XIX^{ème} siècle, quand les premiers ateliers de mécanique automobile se sont développés, l'Italie était encore en première ligne : avec Bianchi à Milan, en 1885, suivie en 1898 et 1899 par les marques Isotta Fraschini et OM à Milan et FIAT à Turin. Le début du XX^{ème} siècle, entre 1904 et 1912, a vu la naissance des usines Itala et Lancia à Turin, d'Alfa Romeo à Milan, de Maserati à Bologne, pour arriver enfin, à des époques plus récentes, aux mythiques Ferrari, Abarth et Moretti dans les années Quarante, puis à Lamborghini, Giannini et Innocenti dans les années Soixante.

C'est également à cette tradition de longue date dans la conception et la production d'automobiles que l'Italie doit sa place parmi les cinq principaux pays producteurs en Europe, avec plus d'un million de véhicules par an. Le secteur, constitué de 2.500 entreprises réalisant un chiffre d'affaires de 45 Milliards d'euros, emploie 170.000 personnes et a un solde commercial positif dans la balance commerciale de 6 milliards. En effet, la filière italienne représente, dans son ensemble, 45 milliards d'euros et emploie 170.000 personnes.

En avril 2009, grâce aux récents succès obtenus en Italie et à l'étranger par les nouveaux produits et technologies, **le Groupe FIAT** a signé avec **Chrysler LCC un accord** pour la création d'une alliance stratégique globale. Cette alliance se compose de 2 aspects : en échange de l'entrée de Fiat dans le capital de Chrysler, l'entreprise italienne fournira les droits relatifs aux diverses plateformes, technologies, modèles, et devra coopérer dans les principaux secteurs d'activités de Chrysler.

En outre, pour la seconde année consécutive, la FIAT a obtenu la première place dans le classement JATO DYNAMICS des ventes avec les plus basses émissions en Europe. Ce résultat a été obtenu, notamment, grâce au moteur hybride alimenté par essence et méthane ou GPL (au prochain quadrimestre de 2009, ce type de moteur représentera 13% des immatriculations italiennes).

Mais, si l'automobile représente le secteur le plus significatif de l'industrie manufacturière italienne, c'est aussi et surtout parce qu'il contribue de façon substantielle à l'activité de recherche et développement à l'échelle nationale, ainsi qu'à l'introduction de nouvelles technologies sur la scène internationale.

d. L'industrie mécanique : un secteur bien huilé

D'importants éléments de créativité alliés aux plus hauts standards technologiques caractérisent le secteur italien de la production, dont les produits sont universellement reconnus pour l'excellence du « Made in Italy », des voitures à l'électroménager en passant par les secteurs énergétique et aérospatial.

La mécanique italienne est connue de longue date pour son expérience industrielle, sa **créativité**, ses **standards technologiques de pointe**, la **personnalisation poussée de sa production** qui s'adapte parfaitement à la demande.

Elle fabrique les nombreux produits de consommation courante qui incarnent l'excellence du « Made in Italy » comme l'automobile, l'électroménager, l'aérospatial ou l'énergie.

L'industrie italienne des biens de consommation se classe **au quatrième rang mondial** (au second en Europe). Elle représente **9,3% de la production** et son **chiffre d'affaires total atteint 21,4 milliards d'euros**. La qualité de sa production est reconnue sur les marchés internationaux et la **tire fortement vers l'exportation** (plus de 70% de la production nationale). **L'Allemagne, la Chine, les Etats-Unis** sont les premiers consommateurs de produits italiens.

Les points forts du secteur sont la grande flexibilité de sa production customisée, un tissu industriel innovant consolidé par des entreprises d'envergure internationale, une main d'œuvre disponible et des structures de recherche hautement qualifiées.

La recherche joue un rôle de premier plan dans les performances du secteur mécanique. Les centres de recherche et l'industrie sont fortement intégrés, ce qui favorise **des transferts de technologie fluides** et fonctionnels et la présence d'une main d'œuvre très spécialisée.



Avec ses parcs scientifiques, ses centres de recherche publics et privés, **l'augmentation vertigineuse du nombre de brevets déposés au cours de ces 5 dernières années et plus de 200.000 doctorats en ingénierie par an**, l'Italie possède un capital extraordinaire de matière grise au service du secteur.

Les synergies importantes entre la recherche et la production sont issues des 15 **bassins industriels italiens** spécialisés dans les différentes branches de l'industrie mécanique : les biens de consommation, l'automobile, l'emballage, l'aérospatial et les machines outils.

Grâce à l'excellence des petites et moyennes entreprises, les possibilités d'investissement sont très importantes et ont déjà attiré de nombreuses multinationales comme **Bosch, Emco-Mecof, Heidenhain, KPL Packaging, Mitutoyo, Siemens** et **Rockwell Automation**.

e. Chimie : une formule gagnante pour conquérir le marché



Quatrième producteur avec 12% de la production européenne, la chimie italienne est l'un des secteurs les plus dynamiques du pays, caractérisé par une forte propension à l'innovation, par la présence de ressources humaines hautement qualifiées et par de grandes multinationales qui ont choisi l'Italie pour implanter leur activité.

Une **structure équilibrée de multinationales** (36% des industries du secteur avec 288 sites de production), **de grandes et moyennes entreprises** (23% de la production) **et de PMI** (41% de la production) font de la chimie une des industries les plus avancées d'Italie sur le plan technologique et une de celles qui connaît la plus forte croissance.

Le secteur chimique italien est composé de grands complexes industriels. Les investisseurs peuvent y développer leur activité en réalisant des économies externes et s'appuyer sur des collaborations intégrées et des synergies de recherche grâce à la proximité géographique des centres de recherche, des grandes entreprises et des PMI.

L'industrie chimique italienne **pèse environ 69 milliards d'euros** et bénéficie de l'implantation durable de **nombreux leaders étrangers** comme : **3M, Air Liquide, Basf, Basell, Bayer, Clariant, Condea Augusta, EVC, Exxon, Henkel, L'Oréal, Manuli Packaging, Procter & Gamble, Rohm and Haas, Solvay** et **Unilever**.

Les entreprises étrangères investissent dans le pays pour plusieurs raisons, mais notamment parce qu'il existe un **important marché aval pour la chimie** (autres industries ou consommateurs, importants débouchés commerciaux dans de nombreux secteurs de l'industrie italienne : alimentaire, automobile, pharmacie, électronique, matières plastiques).

L'excellence de la recherche joue un rôle de premier plan, notamment en **chimie fine et spécialisée**, tout comme la qualité reconnue du secteur scientifique qui propose **431 doctorats en chimie et pharmacie** et compte **57.000 étudiants universitaires**.

En outre, les **25 parcs scientifiques et technologiques** en activité dans le secteur lui donnent une importante valeur ajoutée.

Le professionnalisme de haut niveau et la compétence des chercheurs et des salariés du secteur n'empêchent pas l'Italie d'avoir le coût du travail le plus bas d'Europe (France, Allemagne, Hollande, Royaume-Uni).

Le personnel employé dans le secteur chimique compte parmi les plus qualifiés. Il possède des compétences spécifiques en innovation, contrôle de qualité, gestion environnementale et marketing.

La Lombardie est la 2^{ème} région chimique européenne en termes de poste de travail derrière la Rhénanie-Westsphalie. Elle occupe le 1^{er} rang européen en termes de nombre d'entreprises.

f. Biotechnologies et Industrie Pharmaceutique

Un environnement favorable et stimulant où développer des projets de Sciences de la Vie. Des coûts compétitifs pour les entreprises innovatrices et des normes simples pour l'expérimentation clinique sont des éléments incontournables de l'Italie auxquels s'ajoutent une recherche d'excellence dans le domaine de la Santé.

L'Italie a une **longue et solide expérience dans l'industrie et la recherche sur les sciences de la vie**. Son **chiffre d'affaires (16 milliards d'euros)** et le **nombre de ses salariés (plus de 85.000 personnes)** la place au **troisième rang en Europe**. Le secteur est très innovant et investit en recherche et développement plus d'1 milliard d'euros par an dans les créneaux les plus innovants des biotechnologies médicales.



Les investissements en recherche et développement des entreprises sont en pleine croissance. Les initiatives économiques dans le secteur des biotechnologies sont de plus en plus nombreuses. Elles proviennent souvent de spin-off universitaires ou de grands groupes industriels étrangers implantés en Italie.

Les **400 entreprises pharmaceutiques ou opérant dans le domaine des biotechnologies** - parmi lesquelles de grands noms d'envergure internationale (**Abbot, Astrazeneca, Amgen, Baxter, Boehringer, Bristol Myers-Squibb, Chiron, ElanPharma, Eli Lilly, Ethicon, Glaxosmithkline, Merck Serono, Merck & Co, Novartis, Patheon, Pfizer, Roche, Sanofi-Aventis, Schering Plough, Servier, Sigma Taked, Tau, Wyeth ...**) - et leur importante activité induite couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur ajoutée du secteur.

Ces entreprises s'implantent en Italie, attirées par une **main d'œuvre hautement qualifiée** et disponible, dont le coût est plus avantageux que dans les autres pays européens. Elles sont en interaction constante avec les centres de recherche publics dont elles apprécient la tradition d'excellence dans la recherche médicale. Plusieurs pôles de biotechnologies se sont créés de cette façon. Ils sont fortement spécialisés dans **le diagnostic, les neurosciences, l'oncologie, les applications au secteur biomédical, la bioinformatique, la biomécanique et les nanotechnologies**.

Avec des **dépenses en médicaments de 19 milliards d'euros par an** (300 euros par habitant), l'Italie est en outre un des marchés les plus prometteurs d'Europe et du monde.

Le secteur offre d'excellentes perspectives de développement pour les prochaines années. L'attention croissante portée aux problèmes de santé et au vieillissement de la population italienne contribue à ouvrir de nouveaux créneaux pour les opérateurs du secteur.

D'après les statistiques de l'OCSE, l'Italie est le pays au monde enregistrant la plus forte croissance du taux de vieillissement de sa population, avec une espérance de vie parmi les plus élevées : 77 ans pour les hommes et 83 ans pour les femmes.

Les perspectives offertes par l'expérimentation clinique sont encourageantes, surtout en Italie où les multinationales peuvent compter sur des structures d'avant-garde dans plusieurs domaines thérapeutiques (oncologie, cardiologie, maladies vasculaires, immunologie).

g. Les Nanotechnologies: de grandes opportunités pour les sciences de l'infiniment petit

L'Italie dispose de nombreux atouts pour devenir l'un des principaux acteurs mondiaux dans le secteur des nanotechnologies : plus de **4.300 chercheurs** et des financements pour la recherche qui s'élèvent à **70 millions** d'euro.

Cette excellence se concentre sur des secteurs d'application importants tels que la nanoélectronique, les TIC, la santé et les systèmes médicaux, les transports, l'aérospatiale, la chimie, l'énergie, le textile et les matériaux.

Le nombre grandissant d'entreprises témoigne de la croissance constante du secteur. Parmi les grands acteurs, on recense le Centre de recherche FIAT, le Centre de Développement des Matériaux (CSM) , le Centre technique du groupe Italcementi, le groupe Finmeccanica, Olivetti i-Jet, Pirelli Labs et STMicroelectronics.

L'Italie peut se vanter de bénéficier d'un large marché d'application pour les nanotechnologies dans les secteurs traditionnels du « made in Italy »

- *Industrie agroalimentaire* : confections nanostructurées, biocapteur pour le contrôle des viandes, du poisson, des produits laitiers, du vin, de l'huile...
- *Plastique et caoutchouc* : composants nanostructurés permettant d'augmenter la résistance à l'usure des composants automobiles
- *Mécanique* : composants mécaniques nanostructurés et nano-systèmes pour appareillage biomédical
- *Maroquinerie et chaussures* : les nanotechnologies sont utilisés dans la conception de chaussures plus résistantes, plus légères, imperméables et transpirantes.
- *Electroménager* : peintures autonettoyantes intégrant des nano-composites pour le revêtement de meubles de cuisines et de salles de bain
- *Textile* : tissus plus légers, plus résistants, imperméables, etc. ...

La qualité de la recherche menée en Italie continue à étonner. Les **résultats** obtenus dans certains domaines sont extrêmement avancés et dépassent souvent ceux de pays à l'avant-garde : il suffit de penser aux convergences réalisées entre **nanoélectronique** et **composants biotechnologiques**, comme par exemple, dans le cas des molécules d'hémoglobine.

h. Le Tourisme : un pays qui vaut un patrimoine



Avec un chiffre d'affaires direct et induit de 155,5 Milliards d'euros en 2008, soit 9,7% du PIB, plus de 33.000 hôtels et 400.000 opérateurs, le tourisme est l'un des moteurs de l'économie italienne.

En 2008, l'Italie s'est confirmée comme la 1^{ère} destination demandée tant auprès des Tour Operators européens qu'américains.

Le rapport 2008 du *World Tourism Travel* estime que dans les 10 prochaines années la part du secteur touristique dans le PIB est destinée à croître pour atteindre 10,1%, soit une valeur de 238,9 milliards d'euros.

En 2008, l'industrie touristique emploie directement 1.006.000 salariés (soit 4,4% des salariés italiens) et représente 4% du PIB national.

Avec un patrimoine artistique, historique et culturel particulièrement dense, auquel s'ajoutent une gastronomie et une nature d'une richesse enviable, l'Italie offre un énorme potentiel de croissance et des opportunités exceptionnelles d'investissement.

Le secteur fait l'objet d'une demande croissante en matière d'investissements pour améliorer la qualité des services offerts et consolider leur intégration à la fois en termes de dimensions des structures et d'internationalisation.

- ▶ Une position géographique enviable : un port naturel pour passagers et marchandises au cœur de la Méditerranée
- ▶ Un climat agréable et salubre toute l'année : ensoleillé et sec avec quelques brèves périodes relativement froides pendant les mois d'hiver
- ▶ L'un des **patrimoines culturels et naturels les plus riches du monde**
- ▶ Parmi les cinq premières destinations touristiques du monde

L'Italie présente d'excellentes opportunités d'investissement dans les **infrastructures d'accueil** et de **services**.

i. La Logistique : un « pont » naturel entre Nord et Sud de l'Europe

Élancée dans la Méditerranée et reliée au nord de l'Europe, l'Italie est le carrefour naturel pour les flux commerciaux intercontinentaux entre l'Asie, l'Europe, le Nord de l'Amérique et l'Afrique du Nord. Marché producteur et final à la fois, l'Italie est une plate-forme logistique pour le commerce international, avec de nouveaux investissements et parmi les meilleures infrastructures de transport et de télécommunications du bassin Méditerranéen.

« Que le monde est petit ! ».

Ce dicton est aujourd'hui d'autant plus véridique que la globalisation et la libéralisation des marchés ont permis d'augmenter de façon significative les flux commerciaux de marchandises, biens et services, et ont fait émerger un éventail toujours plus articulé d'activités du secteur de la logistique.

L'**Italie** est donc non seulement un important **marché de départ et de destination des marchandises**, mais aussi une **plate-forme logistique naturelle** pour les échanges entre les pays méditerranéens et l'Europe septentrionale.



Grâce à sa **position stratégique**, l'Italie est un lieu de « jonction » fondamental pour les flux commerciaux en provenance d'Asie, d'Europe et d'Amérique du Nord. Située au centre de la Méditerranée, l'Italie est **frontalière avec divers pays industrialisés**, tous ayant de forts potentiels de croissance (France, Suisse, Autriche, Slovaquie). L'élargissement de l'U.E favorise les échanges commerciaux, en particulier sur l'axe est-ouest, où l'Italie occupe une **place particulièrement enviable**.

- ▶ Nombre de **liaisons portuaires** élevées avec les autres pays du bassin méditerranéen
- ▶ 263 ports répartis sur 8122 kms de côtes : 512 millions de tonnes de marchandises en 2007 et 49 millions de passagers
- ▶ Infrastructures modernes en constante expansion grâce à 125 milliards d'euro alloués par la Plan National pour les Infrastructures Stratégiques (PNIS)
- ▶ Chiffre d'affaires annuel du secteur estimé à 120 milliards d'euro
- ▶ 160.000 entreprises opérant dans le secteur des transports et de la logistique
- ▶ Investissements massifs des multinationales étrangères ces dernières années.



j. La mode



Le secteur du textile et de la mode s'affiche, depuis toujours, comme l'un des secteurs d'excellence du « Made in Italy », au niveau national mais aussi et surtout à l'international.

La matière première (les fibres textiles) est le dénominateur commun à une industrie où les technologies jouent un rôle important et où les clients sont approchés par du BtoB ou BtoC selon la place et le poids de la filière sur un marché.

L'industrie textile est composée de deux secteurs complémentaires : les entreprises qui évoluent dans en « amont », pour les opérations de filage, tissage et celles travaillant en aval c'est-à-dire dans la confection (qu'il s'agisse de sous vêtements, de vêtements, ou encore de linge de maison).

Il existe également différentes filières pour les procédés utilisés : alors que certaines entreprises s'occupent du travail de la laine, du coton, d'autres se sont spécialisés dans la transformation de fibres synthétiques.

La diffusion de l'industrie textile-mode intéresse le territoire national dans son ensemble (Gucci, Cavalli et Ferragamo à Florence ; Prada et Armani à Milan ; Fendi et Bulgari à Rome). Des districts industriels spécialisés dans le domaine textile ont été constitués (comme par exemple à Côme, Biella, Prato, Vicence) et sont caractérisés par des économies externes et des synergies interentreprises. La production textile est en grande partie réalisée par des **PME, hautement qualifiées** et spécialisées opérant dans des niches de marché.

Un savoir faire d'exception, des compétences diversifiées, une grande flexibilité, une grande rapidité de réalisation, une personnalisation des productions, une innovation constante du secteur (que ce soit pour les matières utilisées ou pour les méthodes de fabrication), **un style unique et une grande créativité** sont les principales caractéristiques du secteur textile italien, grâce auxquelles le secteur a acquis ses lettres de noblesse.

Une étude publiée par la banque "Monte dei Paschi" dresse un bilan mitigé de la situation des marchés de la mode et de l'habillement en Italie pour l'année 2009. Le rapport relève une chute de près de 15% de la production industrielle des deux secteurs sur les 10 derniers mois. Une tendance qui devrait, selon le rapport, se poursuivre durant la seconde partie de l'année, faisant de 2009 une « année noire » pour le textile local. Cependant, malgré cette situation de crise, le rapport table sur une réelle **reprise dès les premiers mois de 2010**. L'étude montrerait que, dans les deux districts lombards de Côme et Biella, la production pourrait enregistrer des hausses respectives de 2,8 et 1,1%, accompagnées de progressions des courbes d'exportations à hauteur de 2,2 et 2,4% supplémentaire.

	Année 2008	
	en Millions d'€	Var. %
Chiffre d'affaires	54 116	-1,6
Production	38 920	-2,3
Exportations	27 774	-1,1
Importations	17 774	-0,8
Nbre d'entreprises	56 608	-2,4
Nbre d'employés (en milliers)	508	-0,9

IV. CONSEILS POUR UNE ENTREPRISE SOUHAITANT APPROCHER LE PAYS

Conseil 1 : L'importance des contacts

Pour faire du commerce en Italie, il faut d'abord se rencontrer et se connaître. Plus la société est une petite structure, plus elle se situe au sud, plus l'aspect relationnel prend de l'importance.

Les relations professionnelles laissent en général une large place aux **moments de convivialité** : un rendez-vous d'affaires est systématiquement accompagné d'un café, souvent suivi d'un déjeuner au restaurant, voire d'une invitation à domicile.

Ainsi, d'une manière générale, les contacts avec les hommes d'affaires italiens sont **simples, cordiaux et chaleureux**. Leur volubilité ne trahit pas un manque de sérieux ou d'intérêt, mais une manière habile de jauger l'interlocuteur en testant ses réactions.

Conseil 2 : Le piège de « l'autosionismo »

Le « système Italie » rencontre des problèmes de fonctionnement, mais quel pays en est exempt ?

Les Italiens sont très conscients de ces insuffisances et n'hésitent pas à pratiquer **l'autocritique**.

Cependant, en tant qu'étranger, l'industriel français devrait faire preuve de psychologie et comprendre que les Italiens préfèrent s'adonner à cette pratique seuls, sans ingérence extérieure car, sans être nationaliste, l'Italien est fier. Il faut donc avant toute chose bannir tout comportement de condescendance : il serait en effet très mal supporté. Il ne faut pas oublier que le monde industriel italien est incroyablement dynamique et que les faiblesses de l'État italien sont largement dépassées par celui-ci.

Et, s'il est un sujet à éviter soigneusement, c'est la politique : un esprit cartésien français aura du mal à comprendre les comportements et les raisonnements italiens... alors autant s'abstenir plutôt que de froisser son interlocuteur par des jugements faussés, surtout à l'heure actuelle.

Conseil 3 : L'importance de l'apparence

Des éléments que l'on pourrait qualifier de superficiels demeurent bien ancrés dans les comportements et les mentalités : c'est toujours l'importance accordée au « Status Symbols ».

Ainsi, la marque et le modèle de la voiture, la griffe du costume ou de la montre et la présentation en général priment. Mais ce sens du « **paraître** » est en parfait adéquation avec le sens quasi inné de l'esthétique des choses et des êtres. Ajoutons à cela qu'en Italie, l'argent est synonyme de réussite et que l'on affiche son succès sans mauvaise conscience.

C'est pourquoi l'industriel étranger devra lui aussi veiller à « *fare bella figura* » en soignant non seulement son aspect extérieur mais aussi – et c'est indispensable – celui de ses produits : un bon produit dans un mauvais emballage se vendra très mal et, dans tous les cas, ne permettra pas d'obtenir les prix escomptés. La valorisation du produit et de la société au travers d'un catalogue de grande qualité graphique s'avère essentielle.

Conseil 4 : La famille toujours présente

La société italienne est parfaitement structurée autour de **la cellule de base** qu'est **la famille** élargie aux amis. Ainsi, par tradition et par culture, l'industriel identifie encore souvent son entreprise à la famille, notamment dans les PME/PMI qui sont plus de quatre millions. Ce caractère familial de l'entreprise est une de ses forces : le « Pater Familias » sait qu'il peut compter sur une équipe familiale unie qui offrira beaucoup plus de souplesse que des employés syndiqués.

Le réinvestissement des bénéfices dans l'affaire familiale se fait aussi beaucoup plus facilement puisque la famille sait qu'elle construit ainsi son patrimoine.

Le patron italien sait toutefois faire preuve de réalisme : lorsqu'il se rend compte que son héritier ne ressent pas de vocation ou ne présente pas la carrure nécessaire à la reprise de l'affaire familiale, il n'hésite pas à confier la direction à une personne extérieure au cercle familial mais compétente.

L'identification de l'industriel italien à son entreprise explique qu'il y passe ses soirées, voire ses fins de semaine et ses vacances. En contrepartie, il trouve encore tout à fait normal de voyager, se restaurer et même passer ses vacances aux frais de la société.

Conseil 5 : Des décideurs intuitifs, créatifs et fonceurs

Quiconque a déjà travaillé avec des Italiens a pu apprécier leur créativité et leur sens de l'innovation, qu'une capacité innée pour les affaires leur permet d'exploiter commercialement.

« Fonceur », l'homme d'affaires italien aime prendre de vitesse ses concurrents en investissant massivement et rapidement sur une idée nouvelle, les laissant derrière lui alors qu'ils n'en sont qu'au stade des études.

Cette **dynamique de l'innovation** concerne principalement les productions propres mais elle peut également profiter à des innovateurs étrangers dont les produits pourront être lancés par des commerçants ou industriels italiens intuitifs : toutefois, là encore, ils cherchent à être les meilleurs et à perfectionner la nouveauté étrangère pour en faire un produit de qualité ou de design supérieur.

Conseil 6 : La « *combinazione* » ou le « *système D* » italien

Le peuple italien et notamment celui du Sud n'a pas le même rapport à la loi que ses voisins européens.

Les lois, fruits jusqu'à ces dernières années de compromis laborieux, comportaient déjà en elle mêmes, en général, toutes les lacunes qui permettent de les contourner. Conformément à l'adage populaire « *Fatta la legge, trovato l'inganno* », la loi à peine faite, on a déjà trouvé la faille.

On n'hésite pas à prendre quelques libertés avec le fisc – par ailleurs pesant – dès que le gain espéré est plus important que les risques encourus : cette pratique ne donne pas mauvaise conscience car il est admis que l'Etat utilise mal l'argent public, bien que les contrôles de l'Etat fonctionnant de mieux en mieux, le risque devient de plus en plus fréquent.

Conseil 7 : Souplesse, disponibilité, ouverture sur l'étranger

Ces traits de comportement s'observent dans plusieurs domaines :

- Au niveau industriel : **l'outil industriel est particulièrement flexible** du fait de l'organisation interne des entreprises, de leur caractère souvent familial et du recours à la sous-traitance.
- Au niveau commercial : l'Italien est toujours **à l'écoute du marché** et prêt à modifier ou à lancer un produit pour satisfaire la demande. Il est très **disponible** pour recevoir un visiteur, pour étudier un nouveau produit, surtout s'il y entrevoit un intérêt personnel.
- Au niveau de l'organisation : parce qu'il délègue ses responsabilités à un petit nombre de collaborateurs sûrs, l'entrepreneur italien peut se permettre d'être disponible, la centralisation du pouvoir permet des prises de décisions rapides...

Il faut ajouter que, si l'homme d'affaires italien s'adapte volontiers aux nouvelles conditions du marché, s'il sait faire preuve de disponibilité, il attend les mêmes qualités de la part de ses interlocuteurs.

Cette profonde adhérence avec le réel explique le sens du marketing du patron italien : celui-ci s'intéresse au marché et au client alors que l'industriel français s'intéresse au produit pour lui-même ou par goût du raffinement technologique.

L'Italie est le pays européen qui fait le moins d'étude de marché mais la mentalité est différente et l'industriel sait élaborer une stratégie de pénétration des marchés, avec une évolution rapide de la gamme des produits. Ainsi, l'Italie dispose aujourd'hui d'une **forte capacité organisatrice**. Très tôt, le patron italien a compris qu'une entreprise qui n'a pas de compétitivité à l'international est vulnérable. Alors, il exporte car il voyage énormément à l'étranger et parle plusieurs langues (anglais bien sûr, mais aussi français qui était très largement enseigné il y a une trentaine d'années).

L'attaque des marchés étrangers stimule l'industriel italien : dès le départ, le produit est conçu, non en fonction du marché national, mais compte tenu d'un marché international.

Alors que, sauf quelques brillantes exceptions qui vont heureusement croissant, l'exportateur français présente les défauts des qualités italiennes : il tente d'imposer son produit pour les qualités qui ont fait son succès sur son propre marché.

Conseil 8 : « Fantaisie » peut être mais « Précision » toujours

A la différence de leurs homologues nordiques, les industriels de la péninsule, parfois **plus intuitifs et dynamiques** que rationnels et précis (surtout s'il s'agit d'une petite ou moyenne entreprise), admettent une certaine marge d'amateurisme chez leurs interlocuteurs : une brochure commerciale en français, un tarif avec des prix départ, un italien très imparfait... Mais ils exigent surtout la fiabilité du partenaire : régularité, précision et qualité du service sont devenus des paramètres incontournables. Si le fournisseur n'est pas rigoureux, le patron italien n'aura aucun scrupule à en profiter : en retardant systématiquement les paiements à une entreprise qui ne surveillerait pas ses échanges, en « retaillant » les factures sous prétexte de livraisons non conformes, de non respect d'une exclusivité, etc....

Il ne suffit pas de négocier un contrat, il faut aussi s'assurer de son suivi : les Italiens y attachent une grande importance.

Conseil 9 : Un formalisme paradoxal

Parallèlement à **cette souplesse** s'ajoute, surtout dans les grandes entreprises, un très grand formalisme :

- **Respect de la hiérarchie** interne des organisations : il faut bien choisir son interlocuteur à contacter dans une société et le traiter selon son rang (attention aux titres : dottore, ingegnere, ragioniere).
- **Formalisation de tous les accords** verbaux et termes des entretiens : il ne faut pas hésiter à confirmer par écrit tant un rendez vous que les conclusions d'une conversation ou les conditions d'un contrat de travail.

V. TEMOIGNAGE D'ENTREPRISE : MOBILITE INTERNATIONALE - QUEL CONTRAT CHOISIR EN ITALIE ?

Trois contrats possibles : le détachement, l'expatriation ou le transfert.

Le dernier étant le plus prisé par les sociétés et notamment par les Pme, la Chambre Française de Commerce et d'Industrie en Italie (CFCII) dispose depuis 1995 d'un service d'Appui Administratif aux Entreprises lui permettant d'assurer le rôle de représentant social en Italie pour le compte d'entreprises françaises ayant opté pour le contrat local.

Interview de Nicolas Billon, Country Manager Italia pour Klee Group à Milan.



«Quand je me suis installé en Italie il y a maintenant deux ans, ma société et moi ne sommes pas partis sur un contrat d'expatriation mais sur un contrat de détachement qui semblait la solution la plus souple à l'époque puisqu'elle me permettait dans un premier temps de conserver un lien avec la société mère, et surtout de maintenir l'affiliation au système de sécurité sociale français», déclare Nicolas Billon, Country Manager Italia pour Klee, groupe français présent à Milan.

Dans le cadre d'un "détachement", le contrat de travail initial du salarié avec son employeur d'origine continue en effet de s'appliquer. Cette formule est appréciée des entreprises lorsqu'elles souhaitent envoyer un salarié pour une mission courte, dont la durée est difficile à déterminer avant le départ.

«Le fait est qu'au bout d'un certain temps passé en Italie il est préférable de signer un contrat local, ne serait-ce que pour témoigner de la volonté de s'implanter dans le pays sur le long terme. Quoi qu'il en soit, on ne peut pas prolonger un contrat d'expatriation ou de détachement indéfiniment pour des raisons de couverture sociale. Tout dépend du pays d'affectation, mais on peut néanmoins reconduire une fois un « contrat de détachement » si l'on juge qu'il y a encore du potentiel sur place à développer», ajoute Nicolas Billon.

Dans le cas de figure d'un "transfert", encore appelé "contrat local", le contrat de travail initial du salarié est rompu et un nouveau contrat de droit local est conclu avec l'entreprise d'accueil. Le salarié donne donc sa démission pour passer un CDI avec la filiale de l'entreprise du pays d'affectation ou la représentation sociale de celle-ci. Il sera donc soumis au régime social et à la fiscalité du pays d'accueil. « Lors du passage d'un « contrat de détachement » à un « contrat local », tout est question de négociation entre le salarié et l'entreprise », précise Nicolas Billon. « Si on veut maintenir le même niveau de net, le coût entreprise est beaucoup plus élevé. Ce qui m'a surpris en Italie, c'est que le niveau des impôts que j'aurais à payer est largement supérieur à celui que j'aurais à payer en France », résume-t-il.

Le contrat local, moindres frais pour l'entreprise

« On parle beaucoup du statut d'expatrié mais la formule a peu la cote auprès des entreprises implantées en Italie ; cette formule reste une solution adaptée lorsqu'une société souhaite envoyer un salarié dans une zone à haut risque et l'Italie n'en fait pas partie. Un contrat d'expatriation coûte cher à l'entreprise, puisqu'elle a entre autres à sa charge les cotisations à la Caisse des Français de l'Étranger, le paiement du loyer... », insiste d'emblée Chantal Pallin Zanardi, Secrétaire Général de la CFCII.

Ce que les entreprises demandent en réalité, c'est un contrat qui engendre le moins de frais annexes possibles, et le contrat local répond parfaitement à ces attentes. « Les entreprises embauchent de plus en plus souvent des Français déjà résidents en Italie ou des Italiens qui connaissent déjà les termes de leur contrat d'embauche » ajoute-t-elle. « Klee Group a fait appel à la CFCII en tant que représentant social afin qu'elle gère le suivi de deux de nos salariés, un Italien et une Française en contrat local. Un service non négligeable pour les entreprises françaises connaissant mal les contrats italiens », spécifie Nicolas Billon. « Nous aidons également en amont les entreprises françaises puisque nous disposons d'un service de sélection du personnel, capable de trouver des candidats français et italiens ayant la double culture » conclut Chantal Pallin Zanardi.

Propos recueillis par Allison Maigret

Pour télécharger l'article :

<http://www.francemondexpress.fr/mobilite-internationale-quel-contrat-choisir-en-italie,473.html>

Chambre Française de Commerce et d'Industrie en Italie

Allison Maigret

Tel. : +39.02.72.53.72.04 - Fax : +39.02.86.55.93

@ : a.maigret@chambre.it - Site : www.chambre.it

VI. LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE EN ITALIE

Association de droit privé, représentante en Italie des réalités des marchés économiques et financiers français et italien, la CFCII est inscrite au registre des Chambres de Commerce Etrangères et Italo-étrangères sous tutelle du Ministère du Développement Economique Italien. Elle est membre de l'UNIONCAMERE et de l'UCCIFE.

Depuis près de 125 ans, la CFCII a su créer, améliorer et développer toute une gamme de **services « sur mesure » pour les entreprises françaises** désireuses de s'implanter sur le territoire italien ainsi que pour celles italiennes voulant s'installer en France.

Pour une entreprise, s'adresser à la CFCII, c'est la certitude de :

- Recevoir un accueil personnalisé pour comprendre et analyser la démarche de son entreprise
- Une information pertinente sur la situation économique italienne et la pratique des affaires en Italie ainsi que sur le degré d'ouverture du marché italien
- Un accès aux coordonnées de partenaires potentiels (membres de la CFCII par exemple).

Principaux services proposés par la CFCII :

- Recherche et sélection de personnel : www.jobchambre.it
- Service de gestion de ressources humaines externalisé
- Domiciliation fiscale/Mandataire fiscal
- Domiciliation logistique, hébergement/coaching VIE, bureaux virtuels
- Récupération amiable de créances
- Récupération de TVA
- Services d'Appui commercial : sélection de partenaires ; test de produits ; réalisation d'études de marché ; organisation de tournées commerciales ; informations juridiques et fiscales
- Service de Relations Publiques et bureau de presse
- Service d'organisation d'évènements promotionnels

PRINCIPAUX INDICATEURS (DONNEES 2008)

Population : 60.1 millions d'habitants
PIB : 1.814.557 millions USD
Taux de croissance : 1,9%
Taux d'inflation : 3.5%
Exportations vers la France : 38,5 Milliards €
Importations françaises : 35,5 Milliards €
Position de la France : 2^{ème} client de l'Italie
IDE : 364 839 millions USD en 2007

Pour plus d'informations, contactez :
Chambre Française de Commerce et d'Industrie en Italie :
Via Leone XIII, 10
I-20145 MILANO
Tél : +39 02 72 53 71 - Fax : +39 02 86 55 93
@ : info@chambre.it – site: www.chambre.it