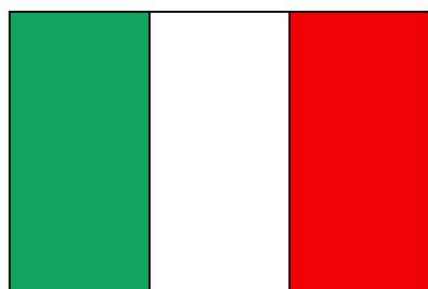


# Export naar Italië



## Inhoud

1. Algemene informatie .....	3
2. Bijkomende indicatoren .....	5
Economische indicatoren .....	5
Sociale en milieu-indicatoren .....	5
Vrijhandelsovereenkomsten.....	5
3. Ter plaatse: een stappenplan .....	6
Markttoegang en eerste contacten .....	6
Exporteren .....	6
Interessante markten voor een eerste export.....	8
4. Ondernemingsklimaat .....	9
5. Wat kunnen wij voor jou betekenen?.....	10
Onze contacten ter plaatse .....	10
Belangrijke adressen.....	10
Nuttige websites om je in te verdiepen.....	10



## 1. Algemene informatie

- De toeristische sector is erin geslaagd om de verliezen in 2020-2021, althans nominaal, weg te werken door 164,6 miljard euro aan toeristische consumptie te registreren. Er is een bijna volledig herstel van de uitgaven van buitenlanders, die weer boven de drempel van 55 miljard zijn uitgekomen. Moeilijker is het herstel van de binnenlandse uitgaven aan toerisme, die weliswaar boven 70 miljard zijn uitgekomen, maar niet boven het niveau van vóór COVID-19 (-2%). De regering heeft veel faciliteiten voorzien om de toeristische sector na COVID-19 te helpen door de overheidsuitgaven te verhogen.
- Er is nooit een koolstofheffing ingevoerd in Italië, hoewel er sinds begin 1999 wel een milieubelastinghervorming van kracht is op basis van een hervorming van de accijnsheffingen op de transportsector en de invoering van een verbruiksbelasting op kolen en grondstoffen. In Italië is de netpariteit bereikt omdat de prijs van zonne-energie in de commerciële sector in evenwicht is met de retailprijzen voor elektriciteit. Dit komt door de concurrerende installatiekosten van fotovoltaïsche systemen, de hoge instalingsniveaus en de relatief dure netenergieprijzen.
- Binnen de audiovisuele markt blijft televisie het belangrijkste medium qua inkomsten in 2022 met een totaal van 7,9 miljard euro, 73% van het totaal. De groei zal echter matig zijn en het aandeel in de totale markt zal tussen 2024 en 2025 onder 70% zakken. In 2022 zullen de totale inkomsten van de Italiaanse audiovisuele markt ongeveer 10,8 miljard euro waard zijn, wat in de buurt komt van de waarden van vóór de COVID-19-pandemie, maar alleen dankzij de sterke groei van de online component. Na de terugval in 2020 als gevolg van de pandemie en het daaruit voortvloeiende uitstel van veel productieprojecten hervatten de inkomsten van de top 50-bedrijven in de sector hun groei met aanzienlijke kracht en noteren in 2022 een waarde rond 1.440-1.480 miljoen euro. In een decennium (2013-2022) groeiden de inkomsten van de toonaangevende bedrijven met 100%. In 2023 bedragen de middelen van het fonds voor de ontwikkeling van investeringen in film en audiovisueel werk meer dan 746 miljoen euro. Het seizoen 2022/2023 wordt gekenmerkt door de groei van het entertainment in uren. Er zijn in totaal 16.855 uren ongescripte nieuwe inhoud op lineaire netwerken, een cijfer dat duidt op een herstel van +7% ten opzichte van het seizoen 2021/2022.
- Aangezien de Italiaanse industrie sterk exportgericht is, zijn transport en logistiek echte hefboomen voor het concurrentievermogen. Dit systeem groeit nu al een aantal jaren veel sneller dan het bbp. De totale waarde van de logistieke activiteiten in Italië in 2023 is 135,4 miljard euro of 8,2% van het Italiaanse bbp en er werken ongeveer 1,4 miljoen mensen in de sector. Logistiek is goed voor 45,3% of 61,3 miljard euro. Zoals eerder vermeld, maakt het toenemende gewicht van de export de kwestie van middellange- en langetermijninvesteringen en -planning in de transport- en infrastructuursectoren steeds belangrijker. Aangezien meer dan 60% van de handel van Italië met andere Europese landen gebeurt, spelen de Alpenpassen een cruciale rol in zowel het spoor- als wegtransport. Daarom moet worden afgestapt van het standpunt dat logistiek en transport alleen als een kost worden beschouwd en niet als een concurrerende troef die moet worden benut. In Italië is er behoefte aan een efficiënte regulering van overheidsopdrachten, een goed functionerend havensysteem en de definitie van een effectief nationaal luchthavenplan. Bureaucratische procedures moeten worden vereenvoudigd en gedigitaliseerd.
- De e-commercesector in Italië blijft groeien. In 2023 waren aankopen via e-commerce door Italianen goed voor meer dan 54,2 miljard euro, een groei van meer dan 6 miljard ten opzichte van het voorgaande jaar, zij het niet vergelijkbaar met de cijfers tijdens de pandemiejaren 2020-2021. 2023 was een jaar waarin de normale gang van zaken werd hervat na de lockdownboost en de daaropvolgende herschikking van de markt in 2022. De economische



crisis begint echter invloed te krijgen op een aantal meer volatiele sectoren zoals elektronica, waar de verkoop is gedaald.

Hoewel er een kentering is geweest voor e-commerce op het gebied van schoonheid, mode en voeding, zijn de prognoses voor de eerste helft van 2024 dat farmaceutische producten (+19,7%) en huisdieren (+38,5%) de drijvende kracht voor de sector zullen zijn. Generatie Z heeft zich gevestigd als een belangrijke drijvende kracht op het gebied van online winkelen, vertegenwoordigt de meerderheid van de wereldbevolking en is zo de belangrijkste online consument geworden. Een verwachte trend voor 2024 op het gebied van e-commerce zal inspelen op de specifieke behoeften van deze generatie zijn, met een focus op gepersonaliseerde winkelervaringen, duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid door merken. Artificiële intelligentie (AI) heeft de e-commercesector het afgelopen jaar ingrijpend veranderd door een reeks diensten die zich richten op het analyseren van het consumentengedrag. Het doel is de online winkelervaring te optimaliseren door gebruikers te boeien en te stimuleren via gerichte marketingstrategieën.

Marketing na verzending speelt een belangrijke rol door verkopers in staat te stellen om gepersonaliseerde communicatie te creëren op basis van de gegevens van de ontvanger, en de integratie van een chatbot en ondersteuningslinks helpen shoppers het gevoel te geven dat ze worden begeleid tijdens het leveringsproces door rechtstreeks contact te onderhouden met de verkoper in plaats van met de koerier.



## 2. Bijkomende indicatoren

### Economische indicatoren

U vindt de belangrijkste sociaaleconomische indicatoren voor dit land en zijn handel met Brussel en België in de publicatie "Brussel en de wereld - Landenstatistieken" op [analytics.brussels](https://analytics.brussels), de online databibliotheek van [hub.brussels](https://hub.brussels).

De publicatie "Brussel en de wereld - Algemene statistieken" bevat ook gegevens over de handel tussen het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en de rest van de wereld, per continent en per grote wereldregio. Dezelfde gegevens zijn ook beschikbaar voor de verschillende gewesten van België en voor België in zijn geheel.

### Sociale en milieu-indicatoren

Als u wilt weten hoe België ervoor staat op sociaal, economisch en milieuvlak, kunt u een reeks samengestelde indicatoren van de Europese Commissie raadplegen, gestructureerd volgens de 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen<sup>1</sup> van de Verenigde Naties en de 6 prioritaire beleidsdomeinen van de Europese Commissie<sup>2</sup>.

### Vrijhandelsovereenkomsten

Europese overeenkomsten hebben een grote invloed op de toegankelijkheid van de markt en de handel met bepaalde landen. De links hieronder, gepubliceerd door de Europese Commissie, geven je alle informatie die je nodig hebt over vrijhandelsovereenkomsten en handelsbelemmeringen. Bestaande overeenkomsten, overeenkomsten die nog niet geratificeerd zijn en overeenkomsten waarvan verwacht wordt dat ze geratificeerd zullen worden, kunnen hier geraadpleegd worden :

- Vrijhandelsovereenkomsten
- Handelsbelemmeringen

---

<sup>1</sup> Geen armoede, Geen honger, Goede gezondheid en welzijn, Kwaliteitsonderwijs, Gendergelijkheid, Schoon water en sanitaire voorzieningen, Schone en betaalbare energie, Fatsoenlijk werk en economische groei, Industrie, innovatie en infrastructuur, Verminderde ongelijkheden, Duurzame steden en gemeenschappen, Duurzame consumptie en productie, Actie tegen klimaatverandering, Leven in het water, Leven op het land, Vrede, rechtvaardigheid en doeltreffende instellingen, Partnerschappen om de doelen te bereiken.

<sup>2</sup> Een groen pact voor Europa, Een economie ten dienste van de mensen, Een Europa dat klaar is voor het digitale tijdperk, Een sterker Europa op het wereldtoneel, Bevordering van onze Europese manier van leven, Een nieuwe impuls voor de Europese democratie.



## 3. Ter plaatse: een stappenplan

### Markttoegang en eerste contacten

- Het wordt sterk aanbevolen om de financiële toestand en situatie van Italiaanse bedrijven te controleren via het Italiaanse handelsregister ([www.registroimprese.it](http://www.registroimprese.it); [www.italianbusinessregister.it/en/home](http://www.italianbusinessregister.it/en/home)) voordat er een overeenkomst wordt gesloten.
- In Italië is de handelsagent nog steeds een uiterst belangrijk element om jezelf op de markt te introduceren. Een Italiaanse handelsagent moet, volgens de Italiaanse wet, ingeschreven zijn in het Handelsagentenregister. Voor meer informatie: [www.fnaarc.it](http://www.fnaarc.it); [www.forumagenti.it/en](http://www.forumagenti.it/en)
- Vooral voor de consumptiegoederensector kan de distributeur een alternatief zijn als introductiemethode op de markt.
- Zodra je de Italiaanse markt grondig hebt geprospecteerd en overtuigd bent van de zakelijke mogelijkheden voor je producten/diensten, kunnen lokale consultants die deskundig zijn in jouw sector, de toegang tot de Italiaanse markt vergemakkelijken door je te helpen met een businessplan op maat.



### Exporteren

#### Betalingen

- Italië brengt zijn elektronisch factureringssysteem met overheidsinstanties in overeenstemming met het kader dat is vastgelegd in Richtlijn 2014/55/EG. De factuur met de overheid wordt Fattura Elettronica PA genoemd. Voor meer informatie: [Services - Electronic invoicing - Agenzia delle Entrate \(www.agenziaentrate.gov.it\)](http://www.agenziaentrate.gov.it)
- Een gebruikelijke vorm van betaling in Italië is betaling via kredietbrief (letter of credit (L/C) of documentair krediet). Met een L/C staat de bank van het bedrijf waarmee je handelt garant voor de betaling.
- Betalingstermijnen in Italië zijn langer dan in de meeste West-Europese landen. Het gemiddelde ligt rond 50 dagen.

#### Ondernemingsvormen

De voornaamste ondernemingsvormen in Italië zijn de volgende:

1. Met rechtspersoonlijkheid (società di capitali):
  - a. Società a responsabilità limitata (s.r.l.; besloten vennootschap)
  - b. Società per azioni (s.p.a; naamloze vennootschap)

2. Zonder rechtspersoonlijkheid (società di persone); dit zijn de meest voorkomende vormen:

a. S.n.c. - Società in nome collettivo

b. S.a.s. - Società in accomandita semplice (commanditaire vennootschap)

Voor meer informatie: [Starting a business in Italy | Italian Trade Agency \(www.ice.it\)](http://www.ice.it)

### **Steun en subsidies**

Ontdek alle subsidies voor Brusselse bedrijven op de website van Brussel Economie en Werkgelegenheid.



## Interessante markten voor een eerste export

- **Digitale markt**

Italië staat op de 18e plaats in de Europese DESI (index van de digitale economie en samenleving), op een totaal van 27 EU-lidstaten. In het rapport 2023 van het Digital Innovation Observatory wordt echter opmerkelijke vooruitgang opgemerkt dankzij de ontwikkeling van nieuwe digitale vaardigheden en de aanwezigheid van stimulansen voor onderzoek en ontwikkeling. Het onthult aanzienlijke verschillen in technologie tussen Italiaanse regio's. Lombardije staat bovenaan met een score van 72/100, terwijl Calabrië het minst technologisch is met een score van 18,8.

- **Software**

De softwaremarkt in Italië is bijna 3,5 miljard euro waard en stelt meer dan 23.000 mensen tewerk. Lombardije is de eerste regio in het land wat betreft de aanwezigheid van lokale softwarebedrijven (36,6% van het totaal), de omzet (41,7%) en het aantal werknemers (35%). Er zijn ook bemoedigende cijfers voor Italiaanse softwarestart-ups, die een totale omzet van 172 miljoen euro realiseren en 1.652 mensen tewerkstellen. De vooruitgang die de afgelopen jaren is geboekt op het gebied van digitalisering heeft software ingezet als middel om bedrijven weerbaar te maken tegen contextuele schokken.

- **Fintech**

Ondanks de trage opstartfase van fintech in Italië, heeft het land met succes veel internationale fintechbedrijven aangetrokken die nu in Milaan zijn gevestigd en die hebben beslist om samen te werken met Fintech District om een uniek toegangspunt tot het lokale ecosysteem te hebben en in 2018 werd een fintechlobby opgericht. De toekomst van fintech in Italië lijkt veelbelovend en biedt tal van mogelijkheden voor ontwikkeling en succes voor nieuwe ondernemers in de sector.

- **Duurzaam bouwen en architectuur**

Italië staat op de negende plaats in de door de U.S. Green Building Council (USGBC) gepubliceerde ranglijst van de tien beste landen ter wereld voor LEED-gecertificeerde gebouwen in 2022. Dit is een zeer prestigieus resultaat, dat concreet de enorme inspanningen aantoont die alle betrokken belanghebbenden op het systeemniveau van het land hebben geleverd om de transitie naar volledig duurzame ontwikkeling in de bouw- en vastgoedsector te versnellen.

- **Groene technologieën, waaronder energie en milieu, circulaire economie**

De circulaire economie is op gang gekomen in Italië en zal de komende jaren naar verwachting verder groeien. Het regelgevingskader voor de circulaire economie wordt duidelijker en regionale en lokale overheden ondersteunen de invoering van de circulaire economie met financiële stimulansen. Dit zal een grotere deelname van Italiaanse bedrijven stimuleren, vooral van kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's).

Kalender van alle vakbeurzen: [www.aefi.it/en](http://www.aefi.it/en)





## 4. Ondernemingsklimaat

- Voor een eerste presentatie van het bedrijf of het product is het aan te raden om eerst telefonisch contact op te nemen, gevolgd door een schriftelijk verzoek. Transparantie over de samenstelling van het bedrijf is niet altijd gemakkelijk. Geduld en een beleefde aanpak zijn aangewezen.

Nadat er een hechte zakenrelatie is opgebouwd, is persoonlijk contact van fundamenteel belang in Italië. Italianen zijn gewend om zich op openlijke wijze emotioneel te uiten.



- De Italiaanse gastvrijheid overtreft de Belgische normen (persoonlijke begeleiding, ophalen van mensen, uitnodiging voor lokale restaurants, kleine geschenken enz.). Bloemen als geschenk kun je beter vermijden (als je ervoor kiest om bloemen als geschenk te geven, vermijd dan paren, paarse kleuren en chrysanten); ga liever voor een typisch Belgische specialiteit. Het is gebruikelijk om bijvoorbeeld met Kerstmis een relatiegeschenk naar nauwe contacten te sturen.
- Stiptheid is over het algemeen niet altijd een prioriteit, maar is regionaal gebonden. Tien minuten vertraging wordt ook in het noorden van Italië geaccepteerd.
- Van een presentatie wordt verwacht dat ze formeel en tot in de puntjes verzorgd is.
- Informeer naar de titel van je gesprekspartner en gebruik zijn of haar academische titel. Hiërarchie speelt nog steeds een belangrijke rol binnen de bedrijven en belangrijke beslissingen worden vaak enkel door senior managers genomen.
- Klassieke visitekaartjes worden nog steeds uitgewisseld tijdens de eerste ontmoeting. De digitale versie is in opkomst.
- Dresscode: het concept 'fare bella figura' maakt deel uit van het Italiaans zijn. Het gaat om de balans tussen goed gekleed (maar niet overdressed) zijn, een verzorgd uiterlijk en een onberispelijk gedrag. In een zakelijke en institutionele context worden open schoenen/sandalen niet veel gezien.
- Over het algemeen is het binnen het team en in het geval van een hechte zakelijke relatie de gewoonte om op een minder formele manier met elkaar om te gaan.
- Lokale partners kunnen interessante en nuttige tussenpersonen zijn, niet alleen omwille van hun kennis van de taal, maar meer nog omwille van hun kennis van de markt en van de vaak ingewikkelde en langzame administratieve procedures en bureaucratie. Houd rekening met lange krediettermijnen en een traditie van kortingen bij prijsonderhandelingen, evenals lange betalingstermijnen en lange leveringstermijnen.
- De Italiaanse werkweek duurt 40 uur met flexibele uren. Meestal van 9 uur tot 13 uur en van 14.30 uur tot 18 uur. Smart working is goed ingeburgerd in de Italiaanse werkcultuur.
- Zomervakanties worden meestal in augustus genomen. Veel bedrijven zijn twee volle weken gesloten. Ook de periode tussen Kerstmis, Nieuwjaar en Driekoningen wordt gekenmerkt door een verminderde activiteit.

## 5. Wat kunnen wij voor jou betekenen?

### Onze contacten ter plaatse

De Algemeen Afgevaardigden en Lokale Vertegenwoordigers die in dienst zijn van hub.brussels, zijn officiële vertegenwoordigers van de Brusselse regering in het buitenland. Ze ondersteunen Brusselse bedrijven die willen exporteren en zoeken en prospecteren nieuwe investeerders.

Ze hebben de informatie, expertise en diepgaande kennis over de specifieke kenmerken van verschillende buitenlandse markten. Op basis van die kennis helpen ze bij het verfijnen en afstemmen van uw exportplannen, met advies over regelgeving, concurrentie, markttoegangsvoorwaarden, vergunningen, enz. Bovendien kunnen ze u helpen met uw vragen over export, bepaalde sectoren binnen het rechtsgebied, contacten met tussenpersonen, bedrijfscultuur en nog veel meer.



#### **Guglielmo Pisana**

Italy (Milan - Malta - San Marino)

Embassy of Belgium

Via Gaetano de Castillia 23;

20124 Milano

Italy

[milan@hub.brussels](mailto:milan@hub.brussels)

### Belangrijke adressen

Ons kantoor is gevestigd in het Brussels House in Milaan. Aarzel niet om via e-mail een afspraak te maken om de ruimte te bezoeken en alle mogelijkheden en diensten te ontdekken die aan de Brusselse bedrijven worden aangeboden ([www.hub.brussels/en/brussels-house-milan](http://www.hub.brussels/en/brussels-house-milan)).

### Nuttige websites om je in te verdiepen

Voeg hier belangrijke links naar websites toe. Dit kunnen interessante databanken zijn, overheidswebsites voor bedrijven, handelsagentschappen, datasites voor economische analyse enz.

Belgisch-Italiaanse Kamer van Koophandel: [www.ccitabel.com](http://www.ccitabel.com)

Italian Trade & Investment Agency (ICE): [www.ice.it/en](http://www.ice.it/en)

Vereniging van de Italiaanse Kamers van Koophandel: [www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)

Italiaanse Franchisingvereniging: [www.assofranchising.it](http://www.assofranchising.it)

Databank om financiële gegevens van Italiaanse bedrijven op te vragen:  
[www.italianbusinessregister.it/en/home](http://www.italianbusinessregister.it/en/home)

Bedrijfsvereniging van het district Milano, Lodi, Monza en Brianza: [www.assolombarda.it](http://www.assolombarda.it)



