

MERKUR

Magazine de la Chambre de Commerce du Luxembourg

Juillet | Août 2019



4€



Space Economy

Le Luxembourg à la conquête de l'espace

Italie Faits & chiffres



Capitale: Rome
Langues d'affaires: italien, anglais, français
Monnaie: euro
Superficie: 301.300 km²
Population: 59.290.000 personnes (2018)
PIB par habitant: 34.260 \$ (2018)
Classement mondial du PIB par habitant: 25^e mondial (2018) (le Luxembourg est 5^e)
Taux de croissance: 0,8 % (2018)
Taux d'inflation: 1,14 % (2018)
Taux de chômage: 10,6 % (2018)
Facilité à faire des affaires: 51^e (2018) sur 160 pays classés par la Banque mondiale (le Luxembourg est 66^e)
Dette publique (en pourcentage du PIB): 132 % (2018)
Exportations de biens du Luxembourg vers l'Italie: 531.497 millions € (2018)
Importations de biens au Luxembourg depuis l'Italie: 521.011 millions € (2018)
Logistics Performance Index: 3,73/5; l'Italie est 21^e (2019) sur 167 pays classés par la Banque mondiale (le Luxembourg est 16^e)
Population italienne au Luxembourg: 21.000 personnes (2018)
Nombre de banques italiennes au Luxembourg: 6
Indicateur de corruption: 53^e sur 180 pays classés par Transparency International (2018)
Principaux secteurs économiques:
 Services: 73,9 %
 Industrie: 23,9 %
 Agriculture: 2,1 %

Sources: OECD, CIA, STATEC, Transparency International, FMI

ITALIE

MADE IN ITALY

L'Italie, contrairement aux stéréotypes ancrés dans le subconscient collectif, n'est pas seulement la patrie du design et de la mode. C'est avant tout la deuxième plus grande puissance manufacturière de l'Union européenne. L'ingéniosité et la technologie ont permis à ce pays structurellement compliqué d'être présent dans le monde entier grâce à son made in Italy.

Texte : Affaires internationales, Chambre de Commerce

L'Italie est un pays industriel à l'économie diversifiée, dont le produit intérieur brut est comparable à celui de pays comme la France ou la Grande-Bretagne. Huitième puissance économique mondiale, elle est caractérisée par des contrastes régionaux importants entre le nord, très développé, industrialisé et dynamique; le centre, autour de Rome, dominé par le secteur tertiaire et les fonctions politiques de la capitale; et le sud, le Mezzogiorno, plus rural et souffrant d'un taux de chômage élevé. La prépondérance du capitalisme familial dans tous les secteurs d'activité contribue fortement à la notoriété du savoir-faire italien dans le monde. La balance commerciale de l'Italie est positive. Forte de sa tradition industrielle et de son tissu de PME densément implanté au nord et au centre, l'Italie est par exemple solidement installée dans le trio de tête des plus importants exportateurs mondiaux de machines-outils, derrière le Japon et l'Allemagne. La péninsule est également le deuxième pays de l'Union européenne, après l'Irlande, quant aux mesures fiscales favorables à l'innovation. L'Italie est parvenue à se tailler une place de leader en Europe dans différents secteurs tels que l'industrie pharmaceutique (juste après la Suisse), l'agroalimentaire (pâtes, riz, salaisons et vin), la sidérurgie au service de l'automobile, l'électroménager, les machines-outils, et le design, secteur qui représente à lui seul 29.000 entreprises. Près de 40 % des entreprises du secteur manufacturier utilisent des imprimantes 3D, et 25 % la robotique.

SITUATION ÉCONOMIQUE

L'économie italienne a connu une embellie en 2017, mais la croissance est restée en deçà de la moyenne de la zone euro. Toutefois, l'année 2018 marque un retournement avec une entrée en récession technique au deuxième semestre. Rome table sur une hausse de son PIB de 0,2 % en 2019 et 0,7 % en 2020.

Le rattrapage de l'Italie est contraint par la stagnation de sa productivité, tenant à diverses faiblesses structurelles. Le poids de l'endette-

ment public (132 % du PIB), source d'instabilité financière, est une contrainte majeure pour la conduite de la politique budgétaire. Le marché de la dette souveraine italienne connaît des turbulences, alimentées par l'adoption d'une politique budgétaire expansive qui s'affranchit des règles européennes. Le secteur bancaire, pénalisé par les créances douteuses héritées de la crise, poursuit sa consolidation et son assainissement.

LE GRAND-DUCHÉ AU PAYS DE LA DOLCE VITA

Le Luxembourg et l'Italie entretiennent des relations amicales de longue date (environ 20.000 Italiens vivent au Grand-Duché). Les touristes et hommes d'affaires des deux pays bénéficient de vols quotidiens dans les deux sens.

En dépit de la crise économique, les relations commerciales entre le Luxembourg et la République italienne se maintiennent à un niveau élevé. En 2018, l'Italie a représenté le sixième partenaire commercial le plus important du Luxembourg, avec des échanges à hauteur d'un milliard d'euros.

Alors qu'ArcelorMittal et Paul Wurth ont noué, il y a 40 ans, les premiers liens économiques entre les deux pays, un certain nombre de sociétés luxembourgeoises ont suivi (Cerazitiz, Cimalux, SES...). N'oublions pas le secteur des transports: Cargolux Italia, coentreprise réunissant les intérêts italiens et ceux de Cargolux Airlines International, est devenue un des leaders en Europe, ainsi que CFL Multimodal, qui a lancé une navette de trains combinés entre Bettembourg et Trieste.

SECTEURS PORTEURS

Les sciences de la vie, les technologies et innovations environnementales, l'aérospatial et l'agroalimentaire sont parmi les secteurs porteurs. S'agissant d'un marché mature, seuls les produits de haute qualité, innovants et de niche ont une chance d'y pénétrer.

L'Italie étant championne du produit fini, les entreprises luxembourgeoises peuvent trouver de très bons débouchés dans la fourniture de pro-



duits semi-finis, de matières premières et/ou d'ingrédients. Pour les biens de consommation, le goût de l'acheteur final évolue. La population vieillit, ce qui ouvre d'autres marchés. Le bien-être et la santé, liés à une bonne alimentation, sont un autre facteur d'achat, tout comme le bio, l'Italie étant dans ce domaine le premier producteur et exportateur européen. Sans oublier les nouvelles technologies : les TIC sont dynamiques, avec le boom de la téléphonie mobile, de l'e-commerce et l'essor de la sécurité informatique, des techniques et services Internet.

ACCÈS AU MARCHÉ

En Italie, la présentation des produits ou services doit être parfaitement soignée. Les sociétés luxembourgeoises désireuses d'y faire des affaires devront avoir un site web attractif et de la documentation de qualité.

En outre, bien que les Italiens soient de grands commerçants dans le monde entier, la langue italienne reste de rigueur lors des premières prises de contact. Il est donc impératif d'investir dans la traduction des documents de présentation et de se faire accompagner par une personne maîtrisant l'italien.

À cause des disparités culturelles et économiques existant entre le nord et le sud du pays, il sera parfois nécessaire de recourir à plusieurs partenaires. Il est en effet très rare de pouvoir compter sur un seul importateur en mesure de couvrir tout le territoire. Pour rappel, la distance nord-sud est de 1.300 km. ●

Avec 7.456 km de côtes et de nombreux ports, l'Italie a toujours été un pays champion du commerce.

Contacts utiles :

**Chambre de Commerce
Affaires Internationales**
Edith Stein / Anne-Catherine Fohl
Tél. : (+352) 42 39 39-482/372
E-mail : italia@cccl.lu

**Camera di Commercio
Italo-Lussemburghese**
Tél. : (+352) 45 50 831
E-mail : info@ccil.lu

**Ambassade du Grand-Duché
de Luxembourg en Italie**
Ambassadeur : M. Paul Dühr
Tél. : (+39 06) 77 20 11 77/78
E-mail : rome.amb@mae.etat.lu

Agenda

La Chambre de Commerce organise une mission économique en Italie du Nord du 9 au 12 décembre 2019
Plus d'informations : italia@cccl.lu



INTERVIEW
SEBASTIEN DEBLIN
Key account manager, Codipro

Quelles sont vos relations commerciales avec l'Italie ?

« Codipro est présent depuis de nombreuses années sur le marché italien. Nous avons fait le choix de travailler avec un distributeur exclusif, le marché italien est en constante croissance du fait de la relation que nous avons établie avec notre partenaire ainsi que des actions de prescription qui sont réalisées directement chez les utilisateurs finaux. Début 2019, nous avons décidé de passer à la vitesse supérieure en proposant un contrat de licence autorisant notre partenaire local à utiliser notre marque sous l'appellation 'Codipro Italia'. Nous espérons que cela nous permettra d'accroître notre notoriété et d'accélérer notre développement en Italie. Ce contrat constitue également une belle marque de confiance envers notre partenaire historique.

Quelles opportunités ce marché présente-t-il selon vous ?

« Actuellement, Codipro est très actif dans la filière automobile, néanmoins, l'industrie italienne ne se résume pas seulement à ce secteur. D'autres secteurs tels que la construction navale, le secteur énergétique, la fabrication de machines-outils sont également porteurs pour Codipro. Cette diversification d'industrie constitue un potentiel de développement important, raison pour laquelle nous avons mis en place un contrat de licence avec notre partenaire local.

Quels risques ou difficultés y rencontrez-vous ?

« Le marché italien est assez morcelé et composé de beaucoup de petites et moyennes entreprises qui sont actives dans des secteurs très diversifiés. La culture est également très différente selon que nous sommes au nord ou au sud du pays. Les achats se font le plus souvent localement et sont encore souvent basés sur le relationnel. La langue peut également constituer un obstacle pour les actions commerciales.

Quels conseils donneriez-vous aux entreprises qui voudraient travailler avec ce pays ?

« Codipro n'a pas la prétention de donner des conseils qui valent pour toutes les sociétés et tous les secteurs. Dans notre domaine d'activité, le fait d'avoir un partenaire local est indispensable. A priori, il n'est pas compliqué de trouver des partenaires locaux, le challenge réside plutôt dans le fait de trouver un partenaire fiable et performant. »