

GUIDA EKSPORTI

ITALIA



GUIDA EKSPORTI - ITALIA

1. PËRMBLEDHJE E VENDIT

1.1 Treguesit e Përgjithshëm Ekonomikë

TREGUESI	VLERA (2023)
PBB NOMINAL	2.1 trilion € (2023)
PBB PËR FRYMË	35,000 €
POPULLSIA	59 milionë
SHKALLA E RITJES EKONOMIKE	0.9% - 1.2%
NORMA E PAPUNËSISË	7.50%
INFLACIONI	5% - 6%
BORXHI PUBLIK	140% e PBB-së (2023)

Italia është ekonomia e 8-të më e madhe në botë (sipas të dhënave të FMN për vitin 2023) dhe një nga motorët ekonomikë të BE-së, e karakterizuar nga industri të zhvilluara, turizmi, prodhimi i makinerive dhe moda.

1.2 Hapja ndaj Tregtisë (Raporti Tregti-PBB)

30% - 35% Raporti Tregti - PBB	700 MLD € Eksportet totale	650 MLD € Importet totale
* Vlera (2023)	* Vlera (2023)	* Vlera (2023)

Italia ka një ekonomi të hapur dhe të lidhur me tregtinë globale. Pjesë e madhe e eksporteve drejtohen drejt BE-së, SHBA dhe Kinës.

2. ANALIZA E TREGUT

2.1 Statistikat e Import-Eksportit

						
Farmaceutikë	Makineri Industriale	Automobilistikë	Moda dhe Luksi	Ushqime dhe Pije	Produkte Kimike	Energjia dhe Elektronika

EKSPORTET (€ MILIARDË)						
37	49.8	36.2	30	28	25.7	22.5
IMPORTET (€ MILIARDË)						
45	70	42	20	24	57	93

Italia eksporton kryesisht makineri, automjete, farmaceutikë dhe produkte luksoze. Për shembull, sektori i makinerive dhe pajisjeve industriale përfaqëson rreth 49.8 miliardë euro të eksporteve totale, ndërsa sektori farmaceutik arrin në 37 miliardë euro. Më poshtë është një tabelë krahasuese që tregon shpërndarjen e eksporteve sipas sektorëve kryesorë. ndërsa importon energji, makineri dhe kimikate..

2.2 Partnerët Kryesorë Tregtarë

				
Gjermania	Franca	SHBA	Kina	Spanja
EKSPORTET (%)				
12.50%	10.20%	8.50%	6.30%	5.70%
IMPORTET (%)				
15%	10.50%	5%	10.20%	4.80%

3. OBJEKTIVAT E EKSPORTIT

3.1 Qëllimet

- Rritja e eksportit të produkteve shqiptare të bujqësisë, tekstilit dhe teknologjisë.
- Krijimi i partneriteteve të reja me distributorë, investitorë dhe rrjete biznesi për të zgjeruar praninë tregtare.
- Diversifikimi i tregjeve për produktet "Made in Albania".

3.2 Strategjia e Hyrjes në Treg

- Bashkëpunimi me distributorë lokalë.
- Shitje direkte dhe pjesëmarrje në tregjet online (platforma e-commerce).
- Përdorimi i rrjetëzimeve B2B dhe panairove tregtare në Itali.

4. MUNDËSITË PËR BIZNESET SHQIPTARE

 BUJQËSIA DHE USHQIMET Rritja e konsumit të produkteve organike	 TEKSTILET DHE MODA Përvoja e Shqipërisë në fasoneri dhe qasje konkurruese	 TEKNOLOGJIA DHE STARTUP-ET Mbështetja e BE për startup-et inovative
---	--	--

* Sektorët me Potencial / Arsyeja

5. RREGULLORET DHE BARRIERAT TREGTARE

5.1 Tarifat Doganore dhe Importit

- Produktet nga Shqipëria kanë preferenca tarifore për shkak të Marrëveshjes së Stabilizim – Asociimit (MSA) me BE-në.
- Taksa TVSH për importet varion midis 4% dhe 22%.

5.2 Barrierat Jotarifore

- Certifikimi CE për mallrat industriale.
- Rregullat e BE-së mbi sigurinë ushqimore.

6. AKTORËT DHE PARTNERËT KRYESORË



* Institucionet / Roli

7. AKTIVITETE PROMOVUESE

- Pjesëmarrja në panairë ose aktivitete B2B.
- Platforma online si B2B Italia dhe MarketPlace EU ofrojnë mundësi të gjera për eksportuesit shqiptarë. B2B Italia është një platformë që lehtëson lidhjet midis prodhuesve dhe distributorëve italianë, duke ofruar mundësi për të depërtuar në rrjetet ekzistuese të shitjeve. MarketPlace EU, nga ana tjetër, siguron një qasje më të gjerë në tregjet e BE-së, duke mundësuar ekspozimin e produkteve në një audiencë më të madhe dhe ndihmon me përmbushjen e rregulloreve të BE-së për importet.

8. ANALIZA SWOT

FAKTORËT	PIKAT POZITIVE	SFIDA
FORCAT	Kosto e ulët e prodhimit, pozicioni strategjik	Kapacitetet e kufizuara të prodhimit
DOBËSITË	Mungesa e markave të fuqishme shqiptare	Konkurrencë e fortë nga vendet aziatike
MUNDËSITË	Rritja e eksportit brenda BE	Nevoja për përshtatje me rregullat e BE
KËRCËNIMET	Proteksionizmi tregtar	Inflacioni dhe kostot e lëndëve të para

9. REKOMANDIME

- Italia mbetet një nga tregjet më tërheqëse për eksportuesit shqiptarë, por ata përballen me sfida si standardet e rrepta të cilësisë, konkurrencën nga prodhuesit më të vendosur dhe nevojën për një strategji të fortë marketingu për të fituar besimin e blerësve italianë.
- Duhet të forcohet markimi dhe strategjitë e diferencimit.
- Rekomandohet qasja me partnerë dhe rrjetëzimi B2B.

Lidhje për burime të tjera:

Trading economic: <https://tradingeconomics.com/italy/imports-by-category>

Agjencia Italiane për Tregtinë e Jashtme (ICE): <https://www.ice.it/it/mercati/albania>

Informacion mbi kompanite: <https://www.guidamonaci.it/gmbig/>

B2B Italia: <https://www.b2bitalia.org/>

Access2Markets: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/it/home>

GUIDA EKSPORTI ITALIA