Mercoledì 1 Aprile 2026
Promozione del Made in Italy [1]

PMI italiane e mercato francese: a La Spezia un focus operativo su opportunità e accesso al mercato con la Camera di Commercio Italiana di Nizza

La Francia è uno dei mercati più accessibili per le imprese italiane, ma non per questo è semplice. È da questa consapevolezza che è partito il seminario promosso dalla Camera di Commercio Italiana di Nizza **[2]** e ospitato il 23 marzo presso la **CNA La Spezia**, rivolto alle PMI liguri interessate a strutturare la propria presenza oltre confine.

L'incontro ha messo subito in chiaro un punto: la Francia non è un mercato secondario, ma uno sbocco stabile e strategico per l'Italia. I dati lo confermano: nel 2024 l'interscambio ha raggiunto circa **106 miliardi di euro**, con esportazioni italiane pari a 61,7 miliardi e un saldo commerciale ampiamente positivo. Un trend che si consolida anche nel 2025. Tuttavia, la prossimità geografica non elimina la complessità operativa. Entrare nel mercato francese richiede metodo, preparazione e una conoscenza puntuale delle dinamiche locali.

In questo contesto, la **Costa Azzurra emerge come un'area ad alto potenziale per le PMI**. Un territorio composto in larga parte da piccole imprese, dove la domanda è trainata da **turismo**, **servizi** e **filiere ad alto valore**. Ospitalità, agroalimentare, arredo, forniture per hotel e ristorazione, benessere: sono questi alcuni dei comparti in cui le aziende italiane possono trovare spazi concreti, a condizione di sapersi posizionare in modo chiaro e competitivo.

Accanto a questa dimensione, il seminario ha acceso i riflettori su un altro livello di opportunità, meno immediato ma altrettanto rilevante: quello dell'innovazione. Il polo di Sophia Antipolis rappresenta infatti un hub europeo nei settori dell'**intelligenza artificiale**, della **cybersicurezza** e della **mobilità intelligente**, aprendo prospettive anche per le PMI italiane attive nei servizi avanzati, nella consulenza e nella subfornitura qualificata.

Non sono però mancate le indicazioni più operative, spesso decisive per trasformare un interesse in un ingresso reale sul mercato. Dalle procedure per il distacco dei lavoratori agli obblighi amministrativi, fino alle evoluzioni della fatturazione elettronica e alle specificità settoriali, come l'assicurazione decennale nell'edilizia: elementi che incidono direttamente sulla capacità di operare in Francia in modo conforme ed efficace.

Il quadro che emerge è chiaro: le opportunità esistono, ma non sono uniformi. In una regione come la PACA, dove

alcuni settori crescono e altri rallentano, funzionano le proposte che rispondono a esigenze concrete del territorio più che quelle generaliste.

Il valore dell'iniziativa sta proprio qui: aver spostato il focus dall'idea astratta di internazionalizzazione alla pratica del mercato. Per le PMI italiane, la Francia resta una destinazione naturale. Ma è anche un contesto esigente, in cui competenze, affidabilità e capacità di adattamento fanno la differenza tra un tentativo e una strategia di crescita.

Ultima modifica: Venerdì 17 Aprile 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/pmi-italiane-mercato-francese-spezia-un-focus-operativo-opportunita-accesso-al-mercato

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D577
[2] https://www.assocamerestero.it/ccie/chambre-de-commerce-italienne-nice-sophia-antipolis-cote-dazur