COREA DEL SUD
E LE NUOVE OPPORTUNITÀ

ITA ITALIAN TRADE AGENCY

1
IL PAESE

SEOUL
La Corea del Sud è una repubblica semi presidenziale membro di **APEC, EBRD, OCSE, ONU**

Abitanti
51.418.097

Valuta
Won sudcoreano

Superficie
100.364
kmq

1.1
ANALISI GEOPOLITICA E CARATTERISTICHE SOCIOECONOMICHE DEL MERCATO

PAESE TRA I PIÙ SVILUPPATI AL MONDO IN TERMINI DI

tecnologia · **livello di istruzione** · **welfare**

I PRIMATI DELLA COREA DEL SUD

1° Produzione di schermi LCD · Produttore di telefoni cellulari · Connessioni internet in banda larga nelle abitazioni (96% utenze)

2° Livello d'istruzione · Cantieristica navale

3° Produttore di semiconduttori

6° Ricerca tecnologica

7° Automotive

1.2
SNAPSHOT DEI PRINCIPALI DATI MACROECONOMICI

12ª Economia mondiale

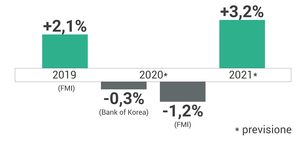
4ª in Asia

Fonte: World Bank, 2019

PIL (2019)

1,7 trilioni di USD
(nominale, Fonte WB)

ANDAMENTO DEL PIL



* previsione

+2,7%
Crescita reale media negli ultimi 5 anni

REDDITO PRO CAPITE

31.360 USD
27° al mondo

PERCENTUALE DELLA POPOLAZIONE APPARTENENTE ALLA CLASSE MEDIA

67% 2015

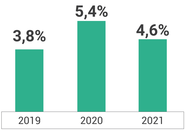
58% 2019

ETÀ MEDIA
42,1 anni

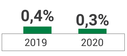
DIMENSIONE MEDIA NUCLEI FAMILIARI
2,35 membri

25 milioni di persone
(circa 50% popolazione) vive nell'area metropolitana di Seoul

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



TASSO INFLAZIONE



VALORI RELATIVI A IMPORT ED EXPORT

VERSO IL MONDO
(dati in mld USD)

Esportazioni		Importazioni
574	2017	478
605	2018	535
542 (-10,4%)	2019	503 (-6%)

7° Paese esportatore

8° Paese importatore

VERSO L'ITALIA
(dati in mld Euro - fonte: Istat/ICE)

Esportazioni		Importazioni
3,4	2017	4,3
4,1	2018	4,6
3,7 (-9,7%)	2019	4,9 (+6,5%)

25° Paese esportatore

17° Paese importatore

SALDO IMPORT/EXPORT 2019

+1,2 miliardi di euro per l'Italia

+94% Crescita delle esportazioni italiane nel periodo 2010-2019

COREA DEL SUD

1°

paese in Asia per import pro capite dall'Italia dopo Giappone e Cina

PRINCIPALI FORNITORI NEL 2019

1°	2°	3°	17°
Cina	Giappone	Usa	Italia (2ª in UE dopo la Germania)

LE IMPORTAZIONI DALL'ITALIA NEL 2019

Prodotti	Quota %	Var. 2019/2018
Macchinari industriali	17,6%	+0,5%
Articoli in pelle	17,5%	+17,5%
Calzature	7%	+13%
Abbigliamento	5,4%	+7,7%
Auto/moto	5,3%	-10,3%
Macchinari elettrici	4,1%	-4,5%
Farmaceutico	4%	+7,6%
Gioielleria	2,2%	+24%
Arredo	2%	+1,3%
Food	1,9%	+1,3%
Cosmetica	1,5%	+7,4%
Vini e bevande	0,8%	+8%

1.3
QUADRO NORMATIVO REGOLAMENTARE, BARRIERE DOGANALI ED OSTACOLI AL COMMERCIO

2011
Anno dell'entrata in vigore
del trattato di libero scambio con l'UE

COSA PREVEDE
Dazio zero per 98% delle merci

A COSA SI APPLICA

Forniture fino a 6.000 €
senza formalità

Per forniture
oltre i 6.000 €

È necessario
lo status
di esportatore
autorizzato

2
TREND O EVENTI PARTICOLARI NEL MERCATO

INVESTIMENTI IN R&D
4,8% del Pil nel 2019,
tra i più alti al mondo

PIANO GOVERNATIVO
"THE KOREAN NEW DEAL"

Investimenti in 5 anni di **62 mld di USD**

Creazione di **220.000 posti di lavoro** in

digitalizzazione

crescita sostenibile

reti sociali di sicurezza

SETTORI IN RAPIDO CAMBIAMENTO NEL MESE DI APRILE 2020

Prodotti alimentari
+56%

Abbigliamento
-8,8%

Canali online
+17%

Department store
-16,9%

Supermarket
-2,6%

Convenience store
-1,9%

3.1
ISTRUZIONI PER AFFRONTARE IL MERCATO

ACCORDO DI LIBERO SCAMBIO SK/UE

Per beneficiare dell'esenzione
dei dazi bisogna dotarsi
di "**Certificato di Esportatore Autorizzato**"

È necessario per tutte le spedizioni
con valore complessivo **superiore a 6.000 €**

Accesso al mercato **senza particolari barriere**

Maggiori difficoltà su determinate merceologie
per le quali è richiesta la **registrazione presso MFDS** (Ministry Food and Drug Safety)

Regole più severe (procedure speciali
di accreditamento con visita
degli ispettori coreani in Italia) per:

prodotti a base di carne

prodotti ortofrutticoli freschi

Regole meno complesse per:

vini

maggior parte di prodotti alimentari

IL MERCATO DELLA GDO

60%
circa del totale
del retail

Concentrata su 4 grandi gruppi

- **Lotte**
- **Shinsegae**
- **Hyundai**
- **Galleria** (gruppo Hanwa)

La GDO preferisce acquistare tramite

- **Importatori**
- **Distributori**
- **Agenti**

3.2
IL MADE IN ITALY

Il Made in Italy
è sinonimo di stile
e l'immagine è molto alta

1 milione unità/anno
I visitatori coreani in Italia ante Covid-19

IL VALORE RICONOSCIUTO
AL PRODOTTO ITALIANO È DATO DA

- **Tradizione**
- **Stile**
- **Gusto**
- **Fattura**

CRITICITÀ

- Prezzi ritenuti troppo alti
- Necessità, nel settore moda, di adeguarsi al cambiamento per non andare fuori mercato
- Assistenza post-vendita non all'altezza dei concorrenti

3.3
GLI ASPETTI CULTURALI DELLA COREA DEL SUD

I COREANI SONO PERSONE

- Riservate
- Che tendono a non parlare inglese anche quando sono in grado
- Oneste e affidabili, hanno bisogno di tempo per sintonizzarsi con i partner

CONSIGLI PER ENTRARE
NEL MERCATO SUDCOREANO

- **Strategie di medio periodo, farsi vedere spesso, no approccio "mordi e fuggi"**
- **Ok sito in inglese, consigliato sito in coreano, obbligatorio materiale informativo dettagliato**
- **Ove possibile condivisione di una reference list**

3.5
L'E-COMMERCE

95,1%
penetrazione
internet

80%
popolazione
usa smartphone

96%
utenze internet
a banda larga

POCO UTILIZZATI

- **Google**
- **Whatsapp**

MOLTO UTILIZZATI

- **Naver** (motore ricerca, email, navigazione)
- **Kakao** (instant messaging, navigation, mobility)

32 milioni
(62% della popolazione)
i compratori online

24%
tasso di penetrazione dell'e-commerce
sui consumi totali

Il commercio online ha avuto un impulso probabilmente irreversibile

PIATTAFORME PIÙ UTILIZZATE

- **Gmarket**
- **Coupang**
- **Auction**
- **11 st.**

4.0
OPPORTUNITÀ DI CRESCERE PER IL MERCATO

Settori industriali

OPPORTUNITÀ

- tecnologie avanzate
- tecnologie di nicchia
- soluzioni customizzate
- macchine agricole

Moda e accessori

- pelletteria
- abbigliamento
- calzature

Arredamento e design

- ambiente domestico

Cosmetica

- igiene personale
- prodotti di erboristeria
- profumi

CONCORRENZA DEGLI ALTRI PARTNER COMMERCIALI

Settori industriali	Germania/Giappone
Beni di consumo sistema moda/persona	Francia
Abbigliamento	Cina, Vietnam, Indonesia
Pelletteria	Cina, Francia
Calzature	Cina, Vietnam
Gioielleria	Francia, Svizzera
Cosmetica	Francia, Usa, Giappone

SETTORI IN POTENZIALE CRESCITA

- Food/vino
- Beni di consumo sistema casa/tempo libero

Attrazione degli investimenti e opportunità per le imprese italiane

2017

Anno in cui è stato attivato il programma IKMP (Invest Korea Market Place)

A COSA SERVE

Identifica, supporta e promuove startup innovative, venture companies e Pmi coreane

I SUOI NUMERI

228 progetti di investimento selezionati

14 settori industriali

GLI INCENTIVI PREVISTI PER GLI INVESTITORI STRANIERI

- Esenzioni fiscali
- Esenzioni dazi
- Prestiti a tassi agevolati

4.0
ATTIVITÀ DI SUPPPORTO E PROMOZIONE DI AGENZIA ICE

ICE ha un ufficio a **Seoul**

+400

Le richieste di assistenza ricevute ogni anno

I SERVIZI PIÙ RICHIESTI

- **Servizi per conoscere**
- **Servizi per crescere**
- **Ricerca partner e clienti esteri**
- **Organizzazione incontri d'affari**
- **Organizzazione eventi**

LE INIZIATIVE B2C CONFERMATE

fino a ottobre 2021
High Street Italia

da settembre 2020
Progetto e-commerce
vetrina Made in Italy su Gmarket

ottobre/novembre 2020
Promozione GDO abbigliamento
con Galleria Department Store

ottobre/novembre 2020
Promozione GDO food&wine
con Galleria Department Store

INIZIATIVE B2B NEL II SEMESTRE 2020

29/31 ottobre
Kiemsta 2020
Padiglione italiano
fiera settore
macchine agricole

fine ottobre 2020
Missione virtuale
settore macchinari
elettrici
ed elettronici

settembre 2020
Workshop
autonomo
abbigliamento
e accessori

ottobre 2020
Workshop
autonomo
pelletteria

novembre 2020
Workshop
autonomo
cosmetica

ottobre/novembre 2020
Design day/
Mostra design

novembre 2020
Settimana italiana
della Cucina