



Perché la COREA?



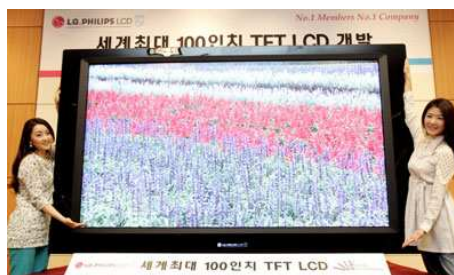
La Corea del Terzo millennio:

Negli anni 60 il reddito pro-capite coreano era di 79 \$. Nel 2007 è stato di 24.500\$.

- Il GDP coreano, dopo le incredibili punte di crescita toccate nel 1999 (9,5%), continua tuttora ad aumentare stabilmente di anno in anno. Sebbene nel 2007 l'economia coreana sia cresciuta del 4,8 %, tale dato non è ritenuto ancora soddisfacente. Il nuovo eletto presidente, Lee Myung Bak, ha promesso un **tasso di crescita che tornerà presto intorno a valori del 7%, come negli anni '90 del grande sviluppo industriale;**
- Secondo stime coreane, supportate anche dalla prestigiosa *Goldman & Sachs*, il reddito pro-capite del Paese dovrebbe raggiungere i 40.000 \$ entro il 2017, facendo della Corea **uno dei primi Paesi al mondo per livello di benessere** (attualmente la Corea è la tredicesima economia al mondo per prodotto interno lordo);
- Si stima che il motore della crescita coreana rimarranno sempre **le esportazioni che nel 2007 hanno sfiorato quota 350 miliardi \$**, e si stima supereranno il **bilione di \$** entro i prossimi 5 anni.

"From imitation to creation"

- Questo straordinario flusso di prodotti coreani all'estero è frutto della decisione strategica di puntare su settori ad alto valore aggiunto ed all'avanguardia mondiale (telefonini, semiconduttori e memorie per computer, elettronica). La Corea ha però raggiunto livelli di eccellenza mondiale anche in diversi settori a media intensità tecnologica: automobili e autoveicoli (**la Corea costituisce il più vasto mercato dell'Estremo Oriente, in termini di volumi, per l'importazione dall'Europa di veicoli pesanti**) cantieristica navale, edilizia ed infrastrutture.
- Oltre ad essere noti al mondo per la loro produttività, la forza lavoro è anche altamente specializzata: più del 41% dei lavoratori coreani tra i 25 ed i 34 anni è infatti in possesso di un titolo universitario.



"From creation to innovation"

- Il miracolo economico compiuto dalla Corea negli ultimi cinquant'anni viene attribuito principalmente alla Ricerca scientifica ed all'Innovazione tecnologica, che in Corea rimangono al centro dell'attenzione politica, economica e sociale.
- Per il futuro, obiettivo del Governo coreano e di diverse grandi multinazionali è di essere fortemente presenti in **altri settori industriali, oggi allo stato embrionale, ma che saranno decisivi nei mercati globali fra qualche anno**: robotica, biotecnologie, nano-tecnologie e genetica applicata alle cellule staminali (nel 2008 il governo investirà in ricerca oltre 22,3 miliardi di \$). L'industria culturale inoltre, come la cinematografia, telenovelle, spettacoli e musica pop, sta riscuotendo un incredibile successo in tutta l'Asia, ed ha creato una vera e propria moda, definita "*Hallyu*" (onda coreana), che sta influenzando positivamente l'immagine coreana;
- **La Corea punta sulla ricerca e l'innovazione**, con massicci investimenti sia pubblici che privati. Tra il 2000 e il 2007 il numero di domande di brevetti coreani è aumentato esponenzialmente, facendone il secondo paese al mondo nel rapporto tra numero di brevetti e personale ricercatore;
- Il forte aumento degli investimenti esteri in Corea avvenuto negli ultimi anni, è calato nel 2007. Si prevede però una rilevante ripresa grazie ai **forti incentivi concessi dal Governo in quattro zone economiche libere, create attorno ai maggiori porti ed aeroporti del Paese** (fra i quali il porto di Busan, quinto al mondo per volume di merci scambiate, e l'aeroporto di Incheon, terzo al mondo per traffico di voli cargo) ed agli accordi di libero scambio (FTA) recentemente siglati con vari paesi tra cui gli USA. Tutto ciò nell'ottica di un ambizioso progetto: quello di **fare del Paese lo snodo economico, logistico e finanziario dell'Estremo oriente**.

- Numerosi investimenti da parte straniera sono avvenuti per avvalersi dell'eccellenza della ricerca coreana: tra questi, compagnie come Microsoft, Morgan Stanley (gigante americano in campo assicurativo), la Volvo Construction Equipment, la multinazionale Oracle e la tedesca BASF sono fortemente coinvolte nella costruzione di stabilimenti e centri R&D all'avanguardia.



"From cheap to chic"

- **L'andamento delle importazioni dall'estero e' indicativo di uno degli sviluppi piu' importanti della societa' e del costume coreano: il progressivo spostamento di gusti ed abitudini di consumo verso i modelli (ergo prodotti) occidentali.** Un importante percentuale della spesa di una famiglia coreana media e' costituita da prodotti importati: è certo che **le importazioni di prodotti stranieri continueranno anche nel 2008 la loro forte ascesa (+ 11,5% nei primi nove mesi del 2007) e supereranno la quota di 322,5 miliardi \$ dell'anno passato.**

L'Italia e la Corea:

- Nel 2007 **le importazioni di prodotti italiani sono cresciute dell' 17,4 % ed il loro valore globale per i primi nove mesi ha toccato quota 2,6 miliardi \$;**
- Tra le prime al mondo, per sviluppo percentuale d'incremento, e' stata la crescita delle esportazioni di **vini italiani (+ 112,8%)** (la Corea **è per il vino il secondo mercato nell'area asiatica**) e di **prodotti alimentari in genere (+51,7% il caffè, +41,5% i prodotti caseari)**. **Le recenti aperture del mercato coreano ai prosciutti nostrani ed alle varietà italiane di riso per risotti** e la massiccia presenza di ristoranti italiani (oltre 600 nella capitale Seoul) fanno ben sperare per il futuro;
- Si difendono bene anche gli altri tradizionali settori della nostra economia: **macchinari (+ 11,5%), abbigliamento (+18,8%), apparecchi elettrici (+8,1%) e composti chimici organici (+31,9%)** . **Grossi spazi sussistono anche per i nostri mobili, la gioielleria, le calzature e l'ottica.** Incoraggiante anche il settore **turismo**, con visite coreane in costante crescita verso tutte le nostre città, e l'**industria navale (in particolare la componentistica)**: la Corea e' infatti il primo produttore al mondo di navi mercantili).
- **La maggior parte dei flussi commerciali dall'Italia verso questo Paese e' ancora il frutto dell'iniziativa di importatori e di licenziatari di marchi coreani.**
- **Ancora scarsi, inoltre, sono gli investimenti italiani in Corea e gli accordi industriali fra imprese dei due Paesi.**



Più Italia in Corea:

- Accanto alle altre grandi realtà del continente asiatico, dunque, **la Corea va vista come un partner di estrema importanza ed interesse e dotato di un sistema economico moderno, solido ed affidabile;**
- La Corea si trova in una fase del suo sviluppo economico e culturale simile a quella del Giappone di un 10~15 anni fa circa: **e' in questo momento che si vanno consolidando preferenze e gusti dei sempre più ricchi consumatori coreani ed**

e' in questo momento che gli investimenti sul mercato in termini di immagine dei prodotti e marchio saranno strategici per assicurarsi nei prossimi anni la fedelta' della clientela coreana;

- E' ora, dunque, di guardare con piu' attenzione alla Corea e **riflettere sulle opportunita' che questo Paese offre alle imprese italiane**. Come già effettuato da altri Paesi (Germania, Francia, Paesi bassi, USA, Giappone) anche l'Italia dovrebbe incrementare iniziative di collaborazione scientifica e tecnologica e la conclusione di accordi industriali. Oltre all'eccellenza nel campo della ricerca ed al suo mercato interno, la Corea potrebbe inoltre favorire quelle società italiane interessate ad un ingresso in Cina o in altri mercati asiatici .



Come in Corea ?

- Un buon punto di partenza puo' senz'altro consistere nel presentare le eccellenze del Made in Italy in occasione delle piu' importanti **fiere coreane**: *Seoul Wine Expo, Seoul Food, Kormarine, Seoul Motor Show, Biennale del Design, Kortex (macchine tessili) e Simtos (macchine utensili)*;
- E' importante poi individuare un **importatore** / socio di fiducia che **conosca bene la realta' locale**, i gusti dei consumatori, le reti di distribuzione e che aiuti a superare eventuali problemi dovuti alla lingua, a normative locali eccetera. Buone fonti informative possono essere la Korean Importers Association (www.koima.or.kr) e l'associazione Invest in Korea (www.investkorea.org);
- Il rapporto con la Corea e con i suoi operatori economici (importatori, distributori, agenti, consumatori, ecc.) deve essere improntato su un rapporto di **fiducia anche personale**, su progetti di **lungo periodo** e su strategie concordate assieme e che assegnino ad ognuno ruoli e responsabilita' ben definiti. La mentalita' del "mordi e fuggi" o degli affari facili e veloci **non** premiano in questo mercato;
- E' fondamentale spingere il proprio importatore ad investire in **capillari campagne pubblicitarie e promozionali** che raggiungano il grande pubblico soprattutto attraverso la televisione ed internet (la Corea e' il Paese al mondo con la piu' alta percentuale di collegamenti ad internet in banda larga);
- E' opportuno che l'azienda italiana **segua questo mercato** con visite periodiche e fornisca al proprio importatore/representante tutta l'assistenza necessaria a garantire una forte penetrazione nel mercato (**materiale informativo e promozionale, servizi post-vendita**, pezzi di ricambio, corsi di formazione laddove necessario,ecc.);



- Per alcune imprese, potrebbero rivelarsi promettenti anche **strategie che mirino a produrre direttamente *in loco* i prodotti destinati al mercato coreano** o ad altri vicini mercati asiatici (come e' gia' il caso dei frigoriferi Arneg, della creme Nivea, delle automobili Renault, degli schermi Philips, ecc.);
- **Incrementare gli investimenti italiani in Corea e gli accordi industriali fra imprese dei due Paesi.** Questi ultimi (soprattutto in alcuni settori come la meccanica strumentale, la logistica o in settori di **alta tecnologia come l'elettronica digitale e le ICT, le biotecnologie, la robotica, i nano-materiali,** ecc.) potrebbero sfruttare sia il notevole mercato interno sia la **favorevole posizione geografica della Corea e la sua ottima dotazione di infrastrutture e di manodopera qualificata per produzioni a medio-alto valore aggiunto da destinare ai maggiori mercati asiatici;**
- **Cooperazioni industriali italo-coreane** potrebbero, in particolare, essere un utile veicolo per pianificare con *partner* esperti produzioni e/o commercializzazioni nel **mercato cinese;**
- **Il complesso industriale di Kaesong (Corea del Nord):** Il progetto, che ha visto la luce nel 2006, fortemente sponsorizzato dal padre fondatore della Hyundai, si propone di ridurre il divario economico fra le due Coree, con l'integrazione fra il capitale e la tecnologia sudcoreana e i fattori della produzione a basso costo della Corea del Nord. Esso è aperto alla **partecipazione di ditte straniere** (sia individualmente che sotto forma di *joint venture* con partner coreani), che potrebbero delocalizzare i propri impianti produttivi in una zona supportata anche da varie agevolazioni fiscali.

In bocca al lupo !