



Sommario

- Congiuntura economica
I semestre 2015

- News – Global Korea

- News – Consumi

- News – Economia

- News – Affari in Corso

- Richieste prodotti

collaborazione

industriale

- Fiere internazionali in

Corea

(ottobre~dicembre 2015)

CONGIUNTURA ECONOMICA I SEMESTRE 2015

Nel secondo trimestre del 2015 la crescita è stata del 2,2%, la più debole degli ultimi due anni. L'export in calo e i consumi stagnanti, questi ultimi duramente colpiti dal clima creatosi a seguito dei diversi casi di MERS (Middle East Respiratory Syndrome) registrati nel mese di giugno, hanno spronato il governo a lanciare un pacchetto di misure atte a dare una spinta agli investimenti e a stimolare la domanda interna: 4,4 mld USD sono stati distribuiti nei settori del turismo e delle costruzioni, per incentivare gli investimenti e l'avvio di progetti che altrimenti non avrebbero visto la luce.

Il virus della MERS ha fatto 36 vittime e contagiato 186 persone, facendo della Corea il secondo paese più colpito dopo l'Arabia Saudita, dove è stata prima diagnosticata la malattia. Centinaia di scuole sono state chiuse e i coreani hanno ridotto al minimo incontri e uscite per paura del contagio. Ciò ha portato a consumi minimi, annullamento di fiere e convention e a gravi danni al settore del turismo, soprattutto considerando il ruolo del "turismo a scopo di shopping", fenomeno in crescita e che da tempo alimenta il *retail* coreano, grazie soprattutto ai flussi provenienti dalla Cina (anche a bordo di navi da crociera, che hanno cancellato le tappe in Corea, in particolare nell'isola di Jeju).

Per quanto riguarda i consumi nel secondo trimestre 2015 essi rimangono fermi con -0,2% rispetto allo stesso periodo del 2014. L'inflazione si è arrestata a +0,2%, mantenendosi al di sotto di un punto percentuale da dicembre 2014, facendo temere per una possibile deflazione.

Nel primo semestre del 2015 le esportazioni coreane sono diminuite del 5,2% totalizzando 268 mld USD. La domanda del primo paese cliente, la Cina, è calata del 2,1%.

Le importazioni coreane

Nel primo semestre 2015 le importazioni coreane dal mondo sono diminuite del 15,55%, mentre le importazioni dall'Italia sono scese del 4,77%. Il calo ha interessato tutti i principali paesi fornitori della Corea eccetto la Cina (+1,2%). I cali maggiori (tra il 30 e il 52%) riguardano i paesi che esportano petrolio e gas (Arabia S., Qatar, Kuwait, EAU), con ruolo attribuibile al notevole calo del prezzo. A fine agosto il greggio costava 40 dollari al barile (-34% in due mesi), mentre il prezzo di metalli quali il rame e il nickel è sceso del 20%. Si tratta di livelli vicini al 2009, quando è scoppiata la crisi finanziaria globale.

In ambito Europeo la Germania ha un andamento tutto sommato più positivo (-0,27%), la Francia addirittura sale (+10,48%, attribuibile in gran parte al settore aeronautica-aerospazio) e il Regno Unito scende oltre la media mondo (-33,03%).

Italia: come detto, il calo è stato pari al 4,77% ma aumenta - sebbene di poco - la quota sul totale import coreano, che passa da 1,14% a 1,29%. Tiene comunque il "sistema moda", che in tutti (o quasi) i sub-settori che lo compongono presenta importazioni in crescita:

1. +3,47% gli "articoli in pelle" (che rimane la seconda voce dell'export italiano in Corea);
2. + 4,88% l'abbigliamento;
3. +19,12 le calzature;
4. + 5,35% l' "abbigliamento in maglia";
5. +7,8% le pellicce;
6. +4,4% gli occhiali
7. Male invece per la gioielleria (-53,42%) e per la cosmetica/profumeria (-3,9%).

NEWS – GLOBAL KOREA

Record di vendite per Hyundai-Kia in Europa

Nel primo semestre del 2015 la vendita delle auto Hyundai e Kia in Europa ha registrato un nuovo primato, con rispettivamente 231.445 e 200.375 vetture vendute. Il dato aggregato vede una crescita dell'8,3% rispetto allo stesso periodo del 2014. I modelli piu` popolari sono l'utilitaria Hyundai i10 e la SUV compatta Kia Sportage. Le vendite in Europa sono in controtendenza rispetto a quanto succede nel resto del mondo. La crescita media delle vendite globali di Hyundai-Kia si attesta infatti a -2,4%, con -6,2% in Cina.

Il 10% delle importazioni cinesi e` 'made in Korea'

Per la prima volta i prodotti coreani hanno superato il 10% di quota del mercato cinese dei prodotti d'importazione. Lo dicono le statistiche sull'interscambio del primo semestre 2015 e la Corea si conferma il primo paese fornitore della Cina, prima di Giappone e Stati Uniti. I prodotti coreani hanno superato quelli giapponesi dal 2013 e il divario e` aumentato di anno in anno. L'andamento generale delle importazioni cinesi e` diminuito del 19,1%, soprattutto per il calo del prezzo delle materie prime, del greggio e dell'acciaio, ma in confronto le importazioni dalla Corea sono calate in maniera meno drastica, con -7,2% a fronte di -32,6% dall'Australia e -13,3% dalla Germania.

Le *memory chip* coreane costituiscono il 50% del mercato cinese dei semiconduttori d'importazione e negli ultimi anni hanno goduto di una crescita a doppia cifra. La seconda voce coreana piu` importata sono i prodotti cosmetici, che si posizionano prima di quelli provenienti dalla Francia, con una quota del 23,6%. Il fatturato dei prodotti coreani per la cura della pelle e per il *maquillage* ha superato i 311,5 mln USD, un aumento del 630% rispetto al primo semestre del 2014.

Il recente FTA stipulato fra i due paesi dovrebbe spingere ulteriormente l'export coreano, soprattutto in campo agricolo, ittico, medicale e i prodotti per bambini. La domanda cinese di semilavorati dalla Corea e` invece calata a causa dell'economia a rilento e dell'avanzamento tecnologico nel settore manifatturiero.

3 imprenditrici coreane fra le donne piu` potenti del mondo di Forbes

La presidente di Hyundai Group Hyun Jeongeun figura fra le donne piu` potenti dell'area Asia-Pacifico per il secondo anno consecutivo. Lo dice Forbes, che ne loda l'impegno per favorire la pace nella penisola coreana attraverso il turismo e la cooperazione economica con la Corea del Nord.

Fra le coreane Forbes include anche la presidente dell'hotel Shilla, Lee Boojin, primogenita del presidente del gruppo Samsung, e Kwon Seonjoo, presidente dell'Industrial Bank of Korea.

"...la Corea si conferma il primo paese fornitore della Cina prima di Giappone e Stati Uniti."



Hyun Jeongeun, CEO di Hyundai Group

NEWS – CONSUMI

“I coreani cambiano lo smartphone mediamente ogni 14 mesi, mentre i giovani lo cambiano in meno di un anno.”

Importazioni di formaggio dalla Corea record nel 2014

La dieta dei coreani si sta occidentalizzando e il consumo di prodotti a base di farina (pane e pasta), piuttosto che di riso, e' in aumento. Di conseguenza il 2014 ha visto le importazioni di formaggio raggiungere 97.215 tonnellate, un aumento del 14,3% rispetto al 2013.

Le importazioni coreane di formaggio stanno crescendo di una media annuale del 10% dal 2010 e per l'anno in corso si prevede che toccheranno le 100mila tonnellate. Il tipo di formaggio piu' consumato dai coreani e' la sottiletta, spesso abbinata anche a piatti coreani.

I coreani cambiano lo smartphone ogni 14 mesi

I coreani cambiano lo smartphone mediamente ogni 14 mesi, mentre i giovani lo cambiano in meno di un anno. Sono i risultati di un sondaggio effettuato su un campione di 10.172 persone di cui il 92,4% e' in possesso di un telefono cellulare. Per fascia d'eta' gli adolescenti utilizzano uno smartphone per il periodo piu' breve, circa 10 mesi, e la durata dello smartphone aumenta con l'eta': i 50enni lo cambiano ogni 21 mesi, i 60enni ogni 29 e i 70enni ogni 34 mesi. Il 99,3% dei 20enni possiede uno smartphone, contro il 13,8% dei 70enni.

Il vino e' l'alcolico piu' amato dai coreani

Per anni i coreani hanno considerato il vino come un lusso esotico consumato da pochi fortunati. Ora non e' piu' cosi' e anzi per la prima volta il vino ha sorpassato il whiskey ed e' diventata la bevanda alcolica piu' importata in Corea. Secondo la dogana coreana nel primo semestre del 2015 le importazioni coreane di vino hanno totalizzato 94,4 mln USD contro 89,8 mln USD del whiskey. L'abbassamento dei prezzi ha certamente influito sul successo del vino, grazie anche ai vari accordi FTA stipulati dalla Corea con l'Unione Europea, il Cile e gli Stati Uniti.

L'aumento delle consumatrici di bevande alcoliche e' un altro dei fattori della crescita del vino, che rispetto al soju, il liquore piu' diffuso in Corea, ha una gradazione alcolica piu' bassa ed e' quindi piu' accessibile a palati piu' delicati. Tra l'altro anche il soju, dalla gradazione alcolica superiore al 20%, ha dovuto adeguarsi al trend e oggi esistono diverse varianti piu' leggere (13% di alcol) e dal sapore fruttato (uva, mirtillo, melograno, ecc.).

Il vino e' diventato piu' facile da bere non solo sul fronte del prezzo, ma anche grazie a confezioni piu' comode. Il numero crescente dei single e la diffusione capillare di drugstore aperti 24 ore su 24 stanno contribuendo alla domanda di vini sempre piu' economici e dosati in confezioni molto pratiche. Shinsegae L&B ha proposto due bottiglie di misure diverse per il Moscato e Moscato rose' della californiana Meander: la standard da 750 ml e da 275 ml, entrambe con il tappo da avvitare invece di quello di sughero. Meander ha venduto piu' di 250.000 bottiglie in soli tre mesi, un risultato impressionante per un solo tipo di vino.

Le case vinicole americane si stanno mostrando particolarmente all'avanguardia nel recepire i nuovi trend. Stack Wines viene venduto in confezioni di plastica monouso da 187 ml, venduti in pile verticali, che ben si prestano a picnic e al campeggio, un'attivita', quest'ultima, di cui i coreani sono grandi appassionati. Le variete' di vino sono tre: Cabernet Sauvignon, Chardonnay e un rosso chiamato Charisma.



NEWS – ECONOMIA

Giu' i profitti dei grandi gruppi coreani

Le esportazioni dei primi dieci grandi gruppi industriali coreani nel 2014 sono calate complessivamente del 4,6% e solo tre di essi hanno registrato un aumento delle vendite nei mercati esteri. Il gruppo Samsung ha rilevato le perdite piu' pesanti con introiti dall'estero calati del 12,3% rispetto al 2013. Fra i grandi gruppi ad aver chiuso con profitto il 2014 vi e' Posco, con un aumento delle esportazioni del 16,4%, seguito da Hyundai Motor (+4%) e SK Group (+1,6%).

Gli investimenti nel primo semestre 2015

Ad agosto 2015 il governo ha approvato un piano di deregolarizzazione delle proprie zone franche al fine di attirare maggiori capitali stranieri, che per l'anno in corso si auspica supereranno i 20 mld USD. Questo piano si rivolge soprattutto alla Cina e ai paesi del Medio Oriente, in quanto gli investimenti dalle imprese cinesi sono aumentati considerevolmente anche in vista dell'FTA stipulato con la Corea, che dovrebbe entrare in vigore entro l'anno. Per quanto riguarda i paesi del Medio Oriente, gli Emirati Arabi e l'Arabia Saudita hanno acquistato quote importanti di imprese edilizie coreane.

Gli investitori stranieri potranno ora impiegare il 30% di lavoratori stranieri contro il precedente 20%, il visto per il personale straniero di imprese farmaceutiche con centri di ricerca all'interno delle otto zone franche verra' allungato a cinque anni contro gli attuali tre, e' prevista una maggiore liberta' durante le transazioni commerciali e l'apertura di stabilimenti di dimensioni maggiori a 150mila mq sara' facilitata grazie a meno burocrazia per quanto concerne il fattore ambientale. Inoltre sono previsti incentivi fiscali per tutte le imprese in regola con le tasse e per coloro che costruiranno un centro logistico vicino all'aeroporto di Incheon, che il governo coreano vuole spingere per attrarre gli investimenti in campo logistico e dell'e-commerce.

Gli investimenti esteri diretti nel secondo trimestre del 2015 sono ammontati a 5,3 mld USD, e provengono soprattutto dall'Arabia Saudita (1,1 mld), coinvolta in un progetto di ampia portata con Posco E&C. 1,3 mld USD sono costituiti da M&A con imprese cinesi ed europee. Il dato aggregato dei primi due trimestri del 2015 e' di 8,9 mld USD di investimenti esteri.

Da parte delle imprese italiane i casi di investimenti in Corea nel primo semestre del 2015 sono stati 10 per un ammontare totale di 15,4 mln USD, di cui tre nel settore manifatturiero (8,8 mln USD) e sette nei servizi (6,6 mln USD). I dati sulle imprese coreane che hanno investito in Italia parlano di un totale di 4,1 mln USD per nove casi, di cui la grande maggioranza (3,2 mln USD) e' andata ai servizi in ambito scientifico e tecnologico. Altri settori di interesse da parte coreana sono il manifatturiero e la distribuzione all'ingrosso e al dettaglio.

Le startup coreane aumentano anche durante il primo semestre 2015

Anche il primo semestre del 2015 ha visto una crescita delle start-up dell'11,9% rispetto al 2014 con la nascita di 46.419 nuove aziende. Con questo ritmo il 2015 potrebbe chiudersi con un saldo positivo di 90.000 nuove attivita'. La startup guidate dai giovani sotto i 30 anni sono quelle che crescono di piu' (+28,8%), seguite da quelle con imprenditori ultrasessantenni (+24,4%). La maggioranza dei nuovi imprenditori, il 38,6%, e' compresa nella fascia d'eta' dei 40 anni.

Fatturato a picco per i principali produttori coreani della cantieristica navale

Nel primo semestre del 2015 i primi tre costruttori coreani, Hyundai Heavy Industries, Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering e Samsung Heavy Industries hanno avuto perdite di fatturato pari a 4 mld USD, soprattutto per la cattiva amministrazione delle commesse di impianti *off shore*, che li ha costretti ad avviare un piano di ristrutturazione e contenimento della spesa per la seconda meta' dell'anno. Le piattaforme produttive consentono margini di guadagno superiori rispetto ad una petroliera, ma richiedono tempi di lavoro piu' lunghi e costi piu' elevati. L'errore dei coreani e' stato quello di proporre preventivi troppo bassi senza riuscire a prevedere le criticita' che un lavoro impegnativo come la costruzione di impianti *off shore* puo' implicare.

"i casi di investimenti (italiani) in Corea del primo semestre del 2015 sono stati 10 per un ammontare totale di 15.4 mln USD, di cui tre nel settore manifatturiero (8.8 mln USD) e sette nei servizi (6.6 mln USD)."



NEWS – AFFARI IN CORSO

Seminario investimenti – M&A coreani in Italia (Seoul, 22 settembre 2015)

Come follow-up alla missione a Milano di imprese coreane avvenuta lo scorso marzo e al seminario "Investments and Business in Italy" organizzato a Milano il 16 giugno, lo scorso 22 settembre si è tenuta a Seoul un'iniziativa dedicata alle opportunità di investimento coreano in Italia organizzata dal KOTRA (Korea Trade Investment Promotion Agency) e dal MOTIE (Ministry of Trade Industry & Energy) in collaborazione con l'ICE e l'Ambasciata. L'evento - un seminario e una sessione di incontri mirati tra operatori -, ha visto la partecipazione di centotrenta persone. Per parte italiana erano presenti nove società di servizi (studi legali, aziende di consulenza, banche) fra cui Unicredit e Intesa Sanpaolo. Durante i vari interventi, fra cui quello del viceministro del MOTIE Inho Lee, è stato illustrato un modello di investimento potenzialmente vincente, ovvero la creazione di joint-venture basate sul territorio di provenienza del partner straniero, che permetterebbe ai prodotti dell'impresa italiana di penetrare nuovi mercati. L'ingresso nel capitale di una società italiana consente all'investitore straniero di condividere la tecnologia, il know how e l'uso di un marchio mentre l'azienda italiana ne beneficerebbe in termini di aumento del capitale e di accesso a nuovi mercati.

"Lo spazio di Eataly vanta uno stile e design italiani e si estende su una superficie di 2000mq"

Eataly sbarca in Corea

Il primo negozio Eataly in Corea è stato inaugurato a Pangyo, città satellite di Seoul, lo scorso 21 agosto nei nuovissimi grandi magazzini Hyundai, i più grandi del paese per dimensioni. Lo spazio di Eataly vanta uno stile e design italiani e si estende su una superficie di 2000mq, di cui il 30% è dedicato alla vendita dei prodotti con, fra gli altri, corner tematici di Ferrero, Caffè Vergnano, Cioccolato Venchi. Il restante 70% è occupato da sei ristoranti che offrono menu fedeli alla tradizione italiana. Fra le quattrocento etichette di vino presenti circa la metà sono state introdotte nel mercato coreano per la prima volta.

Hyundai Green Food, del gruppo Hyundai, ha investito 5 milioni di euro sul progetto e ha scommesso su Pangyo, situata a sud della capitale e considerata il distretto dell'IT coreano, che si trova in una fase di forte espansione edilizia e residenziale di alto livello.

La piemontese Eataly si aggiunge quindi a Peck, il marchio milanese di gastronomia di alta qualità, introdotta dal gruppo Lotte nel 2014 nel suo World Mall a Seoul, e conferma il grande successo riscosso dalla cucina italiana in questo paese.

L'italiana Technoprobe investe 5 mln USD nella provincia di Gyeonggi

Technoprobe, produttore italiano di componenti di semiconduttori, ha deciso di investire 5 mln USD in una joint-venture con la coreana Kodi-S nella provincia di Gyeonggi, nei dintorni di Seoul. Sarà presto attivo uno stabilimento produttivo localizzato a Yongin e per l'impresa italiana si tratta della prima unità produttiva in Asia, che darà lavoro a 150 persone.

Parri distribuisce un'edizione limitata delle sue borse di coccodrillo

Eliden, un corner multimarca all'interno di Avenuel, i grandi magazzini di Lotte dedicati ai marchi di lusso, distribuirà fino al 10 ottobre 2015 un'edizione limitata delle borse di coccodrillo Colomba di Parri attraverso un pop-up store. In caso di riscontro positivo da parte della clientela, Eliden deciderà se distribuire in maniera permanente il marchio di lusso fiorentino. Il modello Colomba viene prodotto in solo 50 esemplari all'anno e qualcuno in più su misura. I grandi magazzini Avenuel sono gli unici in Corea a distribuire sia l'edizione limitata Colomba, sia la linea classica e fra i modelli in vendita c'è anche una clutch bag scelta dalla regina Elisabetta II d'Inghilterra. Parri utilizza solo pelli di coccodrillo americano della Louisiana, invece delle varietà più economiche dei paesi del sud est asiatico e il processo produttivo avviene nella sua interezza in Italia. I prezzi delle borse di Parri vanno da un minimo di 9000 USD a un massimo di 19.000 USD circa.

Giordano Parri ha aperto la sua bottega del cuoio nel 1950, nel cuore del distretto della concia di Firenze e ha scelto di realizzare oggetti in pelle pregiata anche durante gli anni difficili del dopoguerra.

Il marchio sportivo di Armani EA7 arriva in Corea

Il marchio sportivo di Armani EA7, noto per vestire l'Italia alle Olimpiadi, inclusa la prossima edizione di Rio de Janeiro, è arrivato in Corea grazie a Shinsegae International. EA7 è nato nel 2004 e fa parte della gamma di Emporio Armani (da dove prende le iniziali, più il numero della maglia del Milan del calciatore ucraino Andriy Shevchenko, di cui Giorgio Armani è un grande fan) e offre abbigliamento specifico per l'atletica, il fitness, il tennis, il golf e l'outdoor.



Il modello Colomba di Parri

Richieste Prodotti Collaborazione Industriale

Settore	Ragione sociale	Contatto	Email	Prodotto desiderato
Moda	Shinjeo	-	info.shinjeo@gmail.com	Cappelli
Moda	JNH International	Mr.Kiwan,Kil	wstrada2@gmail.com	Sciarpe
Moda	WIVIS	Mr.Jisong,Shim	jazminshim@gmail.com	Abbigliamento da golf
Moda	Baby Prime	Mr.Jungsik,Ahn	babyprime@babyprime.co.kr	Abbigliamento da bambino
Componenti auto	Keukdong Gasket Industrial Co., Ltd.	Ms. Naeun, CHOI	test@kdg.co.kr	Sheet per gasket d'auto
Alimentare	Ecofood	Ms. JiWoo, Lee	ecofood.teri@gmail.com	Estratto di limone (non altri prodotti alimentari)
Alimentare	Taehyang	Ms. Wonjin, Kim	taehyang.wonjin@gmail.com	Polvere di yogurt (non altri prodotti alimentari)
Casa	Iko International Co.	Mr. Nam Youngwook	ikotrad@iko.co.kr	Mobili in plastica
Pelli	ENR Network	Ms. Mookyung Jang	upsacmk@gmail.com	Pelli bovine (spessore 1.2~1.4mm, piu' di 45mq)
Casa	Lotte Homeshopping	Mr. Wonwoo Jang	wonjang@lotte.net	Tutto per la casa
Casa	Hantex Korea	Mr. Kyungseok Moon	hantexkorea@gmail.com	Tende
Accessori hi-tech	Hanbo ENC	Mr. Hyunksoon Kwon	hskwon@hanboenc.com	Lavorazione conto terzi di custodie in pelle per cellulari

NON SI ASSUMONO RESPONSABILITA' SULLA SERIETA' E SOLVIBILITA' DELLE AZIENDE

Fiere Internazionali in Corea (ottobre~dicembre 2015)

Fiera	Data	Luogo	Email	Sito web
Hotel & Restaurant Fair	7~10 ottobre	KINTEX, Ilsan	miraefairs@naver.com	www.horex.co.kr
SIBF – Seoul International Book Fair	7~11 ottobre	COEX, Seoul	sibf@kpa21.or.kr	www.sibf.or.kr
Korea Architecture Fair & Festival	20~23 ottobre	COEX, Seoul	kaffair@naver.com	www.kaff.biz
Music Fair	11~13 novembre	KINTEX, Ilsan	info@genkorea.co.kr	www.musicfair.co.kr
International Cafe` Show	12~15 novembre	COEX, Seoul	andy@exporum.com	www.cafeshow.com

INDIRIZZO
DELL'UFFICIO ICE DI SEOUL
12 Fl. Leema Bldg
42 Jongro-1gil Jongro-gu
Seoul (110-755)

TELEFONO
(+82) 2 7790811
FAX
(+82) 2 7572927

EMAIL
seoul@ice.it
SITO WEB
www.ice.gov.it/estero2/seoul

L'ufficio di Seoul dell'ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese, istituito nel 1979, e' al servizio delle aziende italiane per:

- Informazioni generali e specifiche settoriali
- Analisi di mercato sia settoriali che di prodotto
- Ricerca clienti e partners
- Organizzazione incontri d'affari
- Informazioni riservate sulle imprese coreane
- Assistenza relativa alla contraffazione e alla violazione dei diritti sulla proprieta` intellettuale

E' POSSIBILE RICHIEDERE A TITOLO GRATUITO LA NOSTRA NOTA CONGIUNTURALE AGGIORNATA AL I SEMESTRE 2015



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - AGENZIA PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE