



ΓΡΑΦΕΙΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
ΣΕΟΥΛ

Έρευνα Αγοράς Κρασιού Νοτίου Κορέας 2020.

A. Διαδικασίες Εισαγωγής Ελληνικού Κρασιού

A.1. Υφιστάμενο Πλαίσιο

Από την 1^η Ιουλίου του 2011 τέθηκε σε ισχύ η “Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Δημοκρατίας της Κορέας”, η οποία προβλέπει σταδιακή κατάργηση των εισαγωγικών δασμών για τα περισσότερα προϊόντα. Για το κρασί, **ο εισαγωγικός δασμός έχει μηδενισθεί.**

Για να υπαχθεί το εξαγόμενο ελληνικό προϊόν στην Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών (ΣΕΣ), εφόσον η συνολική αξία του εμπορεύματος υπερβαίνει τις 6.000 ευρώ, ο εξαγωγέας θα πρέπει να ζητήσει την έκδοση “Άδειας Εγκεκριμένου Εξαγωγέα” από την Τελωνειακή Περιφέρεια στην χωρική αρμοδιότητα της οποίας είναι εγκατεστημένος, καθώς η εν λόγω συμφωνία δεν προβλέπει την έκδοση πιστοποιητικού κυκλοφορίας EUR.1. Οι όροι και οι προϋποθέσεις για την έκδοση Άδειας Εγκεκριμένου Εξαγωγέα καθορίζονται με την υπ’ αριθμ. Δ17Γ 5005477 ΕΞ2012/03-02-2012 Απόφαση του Υπουργού Οικονομικών (Α.Υ.Ο.), η οποία δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ αρ. 588/Τεύχος Β’/05-03-2012 και αναρτήθηκε στο διαδικτυακό τόπο διαύγεια, όπου και είναι προσβάσιμη [εδώ](#).

A.1.1. Διαδικασίες Εξαγωγής

Υφίσταται και διευκρινιστικό έγγραφο της Διεύθυνσης Δασμολογικών Θεμάτων και Τελωνειακών Οικονομικών Καθεστώτων του Υπουργείου Οικονομικών, το οποίο δύναται να αντληθεί από την ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων [εδώ](#) (πρόκειται για το αρχείο Απλοποιημένη Διαδικασία Εξαγωγές στην Κορέα - Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Δημοκρατίας της Κορέας).

Από τον ανωτέρω σύνδεσμο έχει κανείς πρόσβαση και στα **απαραίτητα δικαιολογητικά** που θα πρέπει να υποβληθούν στην αρμόδια τελωνειακή αρχή (Αίτηση, Υπεύθυνες Δηλώσεις, Ερωτηματολόγιο αυτό-αξιολόγησης).

Η σαφής γνώση της σχετικής διαδικασίας από τον εξαγωγέα είναι πολύ σημαντική, διότι σε αρκετές περιπτώσεις τα Ελληνικά Τελωνεία δεν είναι ενημερωμένα ή/και παρουσιάζουν μεγάλη δυσκαμψία στην έκδοση της άδειας αυτής.

Ωστόσο, η απόκτησή της από τον εξαγωγέα είναι απολύτως απαραίτητη, διότι αυτός στη συνέχεια θα πρέπει να συντάξει “**Δήλωση Προτιμησησιακής Καταγωγής**” στο τιμολόγιο, στο δελτίο παράδοσης ή σε άλλο εμπορικό έγγραφο (αλλά όχι στη φορτωτική, καθώς αυτή δεν εκδίδεται από τον εξαγωγέα). Πρέπει όμως πάνω στο έγγραφο της δήλωσης καταγωγής να γίνεται λεπτομερής και επακριβής καταγραφή των εμπορευμάτων ώστε να είναι εφικτός ο εντοπισμός και η αναγνώρισή τους.

Η δήλωση αυτή πρέπει να έχει τη μορφή:

«The exporter of the products covered by this document (customs authorization No..... (Αναφέρεται ο αριθμός έγκρισης του εξαγωγέα από το τελωνείο)) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of (αναφέρεται η καταγωγή των προϊόντων)».

Εντούτοις, υπάρχει **η δυνατότητα να πραγματοποιηθεί η εξαγωγή χωρίς να ακολουθηθεί η ανωτέρω διαδικασία**. Στην περίπτωση αυτή, καταβάλλεται κανονικά ο βασικός δασμός του 15% και στη συνέχεια, εφόσον υποβληθεί η άδεια εγκεκριμένου εξαγωγέα συν την δήλωση προτιμησησιακής καταγωγής εντός διαστήματος δώδεκα μηνών, το ποσό αυτό επιστρέφεται. Είναι μια λύση την οποία δεν προκρίνουμε, διότι στη συνέχεια οι διάφοροι φόροι εντός της Κορεατικής επικράτειας υπολογίζονται επί του 115% της αξίας (αξία CIF& εισαγωγικός δασμός), και επιβαρύνουν επιπλέον την τελική τιμή του προϊόντος, καθώς βέβαια η διαφορά του φόρου δεν επιστρέφεται μαζί με τον καταβληθέντα δασμό. Η διαφορά αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική σε μια τόσο ανταγωνιστική αγορά. Σε κάποιες περιπτώσεις ωστόσο, η ανωτέρω επιλογή αποτελεί μια **λύση εκτάκτου ανάγκης**, προκειμένου να μην χαλάσει μια εμπορική συμφωνία και το προϊόν να εισέλθει στην αγορά.

A.2.2. Επιμέρους χαρακτηριστικά

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στη **ρήτρα απευθείας μεταφοράς**, σύμφωνα με την οποία η μεταφορά των εμπορευμάτων πρέπει να γίνεται απευθείας μεταξύ Ε.Ε. και Κορέας ή,

εφόσον υπάρχει μεταφόρτωση, απαγορεύεται η ελεύθερη κυκλοφορία και η αποθήκευση των προϊόντων στον ενδιάμεσο σταθμό:

«The preferential treatment provided for under this Agreement applies only to products, satisfying the requirements of this Protocol, which are transported directly between the Parties. However, products constituting one single consignment may be transported through other territories with, should the occasion arise, trans-shipment or temporary warehousing in such territories, provided that they are not released for free circulation in the country of transit or warehousing and do not undergo operations other than unloading, reloading or any operation designed to preserve them in good condition».

Όταν αποστέλλονται δείγματα προς ενδιαφερόμενη Κορεατική εταιρεία, προκειμένου να εκτελωνιστούν χωρίς προβλήματα θα πρέπει στην φορτωτική να αναγράφεται λεπτομερώς το περιεχόμενο, η ποσότητα και μια συμβολική αξία. Ως συνολική αξία περιεχομένου προτείνεται η αναγραφή **UNDERVALUE**.

Σε περίπτωση επίσκεψης στην Κορέα με εμπορικά δείγματα, συνιστάται θερμά η πρότερη επικοινωνία με το Γραφείο ΟΕΥ Πρεσβείας Σεούλ, το οποίο δύναται να χορηγήσει έγγραφο βεβαίωσης χρήσης των φιαλών αυτών που να επιδειχτεί από τον Έλληνα επιχειρηματία στα Κορεατικά Τελωνεία..

A.3. Περαιτέρω Παρατηρήσεις και Προτάσεις

Για τα προϊόντα **βιολογικής καλλιέργειας**, από 1^{ης} Φεβρουαρίου του 2015 τέθηκε σε ισχύ η **συμφωνία αμοιβαίας αναγνώρισης** Ευρωπαϊκής Ένωσης – Δημοκρατίας της Κορέας, με την οποία επιλύθηκαν οριστικά τα προβλήματα που υπήρχαν, καθώς γίνονται πλέον αποδεκτές στην Κορέα όλες οι νόμιμες πιστοποιήσεις της χώρας μας.

Επιπρόσθετα, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στα συστατικά του προϊόντος, και κυρίως στα πρόσθετα, όπως συντηρητικά, χρωστικές ύλες και ενισχυτικά γεύσης, καθώς στην Κορέα η νομοθεσία είναι εξαιρετικά ανελαστική και επιβάλλονται πολύ αυστηροί έλεγχοι. Εφόσον έχει οποιαδήποτε αμφιβολία, ο Έλληνας επιχειρηματίας θα πρέπει να συνεννοηθεί εκ των προτέρων με τον Κορεάτη εισαγωγέα του. Ταυτόχρονα, αξίζει τον κόπο να έχει υπόψη του και τον Κώδικα Τροφίμων της Νοτίου Κορέας, ο οποίος βρίσκεται αναρτημένος στην αγγλική γλώσσα [εδώ](#).

Μεγάλη προσοχή πρέπει να δίδεται στις **ετικέτες των προϊόντων προς εξαγωγή**, καθώς η εγχώρια νομοθεσία είναι αυστηρή και η ερμηνεία των προβλεπομένων από τη Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών ιδιαίτερα “στενή”. Για παράδειγμα, οι αναγραφές στην ετικέτα:

- **Εξαιρετικής ποιότητας** (Τι το καθιστά εξαιρετικό; Ποιος το βεβαιώνει αυτό; Σε τι διαφέρει από το μέσο προϊόν;)
- **Υγιεινό προϊόν** (Τι ακριβώς το καθιστά τέτοιο; Πώς και από ποιόν πιστοποιείται αυτό;)

δεν γίνονται αποδεκτές και είναι εξαιρετικά πιθανό τα κορεατικά τελωνεία να μην επιτρέψουν την εισαγωγή του προϊόντος και να επιβάλλουν την επιστροφή του στην χώρα προέλευσης. Παρακαλούνται οι Έλληνες επιχειρηματίες να είναι προσεκτικοί και φειδωλοί με τις ετικέτες τους. Ότι αναγράφεται θα πρέπει να είναι πιστοποιημένο από αναγνωρισμένο φορέα, για παράδειγμα αν ένα προϊόν έχει λάβει κάποιο βραβείο σε διεθνή διαγωνισμό, αυτό μπορεί να αναγραφεί στην ετικέτα εφόσον η επιχείρηση δύναται να προσκομίσει το αντίστοιχο παραστατικό.

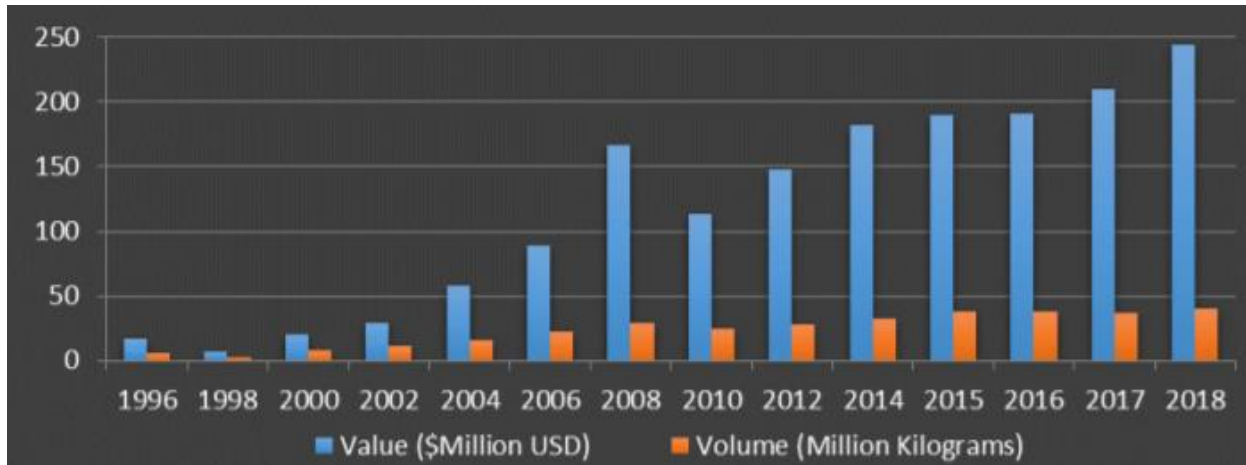
Τέλος σχετικά με τη **νέα Κορεατική Νομοθεσία επιβολής περιβαλλοντικού φόρου ανακύκλωσης** έως και 30% για προϊόντα (όπως το κρασί) με αδιαφανείς ή έγχρωμες γυάλινες φιάλες, επισημαίνουμε ότι το καθ' ύλην αρμόδιο Υπουργείο Περιβάλλοντος της Κορέας, κατόπιν συντονισμένης πίεσης από οινοπαραγωγές χώρες εντός και εκτός της Ε.Ε., αποδέχτηκε σε πρώτη φάση την μη αναγραφή του όρου “difficult” στις ετικέτες του εισαγόμενου κρασιού. Επιπρόσθετα, δεσμεύθηκε να εκκινήσει διαδικασία διαβούλευσης με τους εμπλεκόμενους φορείς, όπως η Ένωση Εισαγωγέων Οίνου και Οινοπνευματωδών Κορέας, η οποία αναμένεται να διαρκέσει έως και το τέλος του 2020, προκειμένου να **εξεταστεί το ενδεχόμενο πλήρους εξαίρεσης των εισαγόμενων κρασιών από την επιβολή του περιβαλλοντικού φόρου ανακύκλωσης**, στόχος που αποτελεί φυσικά και το τελικό ζητούμενο.

B. Ανάλυση Αγοράς

B.1.1. Γενικό Πλαίσιο

Τα αλκοολούχα ποτά που επιλέγουν οι καταναλωτές στη Νότια Κορέα, κατά σειρά προτιμήσεως, είναι κυρίως η μπύρα και το soju. Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί ανοδική πορεία στην κατανάλωση του Makgeolli, ένα είδος παραδοσιακού κρασιού από ρύζι. Η κατανάλωση του κρασιού βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης ωστόσο οι εισαγωγές αυξάνονται με σταθερούς ρυθμούς. Συγκεκριμένα, το 2018 οι εισαγωγές ήταν περίπου 244 εκατ. \$ Η.Π.Α., σημειώνοντας αύξηση της τάξεως του 15,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ το 2019 ήταν περίπου 259,2 εκατ. \$, σημειώνοντας αντίστοιχη αύξηση της τάξεως του 6,3%. Οι εισαγωγές του κρασιού στην Κορέα προβλέπεται να ακολουθήσουν σταθερά ανοδική πορεία και για τα επόμενα έτη.

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ ΝΟΤΙΟΥ ΚΟΡΕΑΣ



Ωστόσο, η ποσότητα εισαγόμενου κρασιού στην χώρα σημειώνει καθοδική πορεία από το 2015. Αυτή η εξέλιξη οφείλεται στη σταδιακή μείωση των εισαγωγών χύδην κρασιού προς εμφιάλωση στην Κορέα και στην στροφή προς ακριβότερες, εισαγόμενες ετικέτες, στο βαθμό που βελτιώνεται και ενισχύεται η καταναλωτική συνειδητοποίηση του αγοραστικού κοινού.

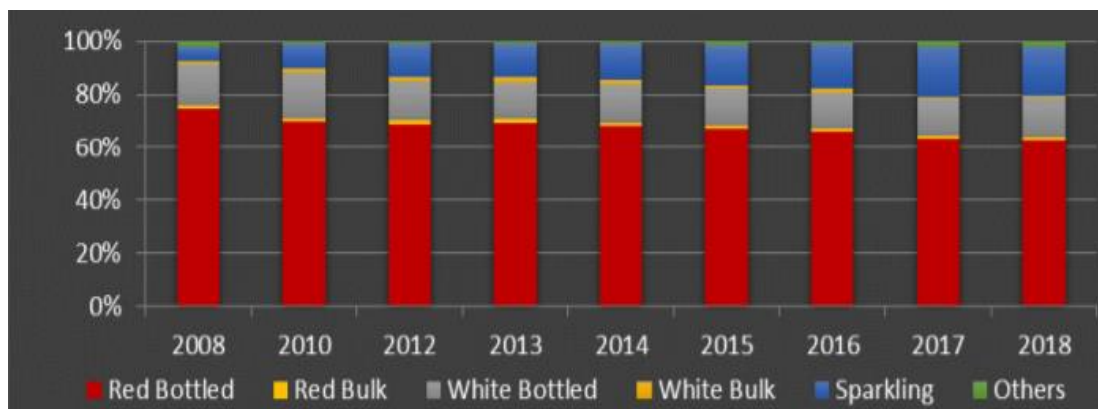
B.1.2. Προκλήσεις της αγοράς και ανταγωνιστές

Σύμφωνα με το Euromonitor International, η κατανάλωση του κόκκινου κρασιού στη Νότιο Κορέα παραμένει σταθερά η κυρίαρχη προτίμηση των καταναλωτών, καθώς έχει διαφημιστεί και καθιερωθεί ως οίνος με ευεργετικές λειτουργίες για ανθρώπινη υγεία. Συγκεκριμένα, το κόκκινο κρασί αποτέλεσε το 64% του συνολικού εισαγόμενου οίνου στη Νότιο Κορέα κατά το 2017.

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι οι Κορεάτες καταναλωτές χαρακτηρίζονται από έντονη επιθυμία για τη φροντίδα της υγείας τους, είναι αναμενόμενη η κυριαρχία του κόκκινου κρασιού και εν γένει ποτών με χαμηλότερο βαθμό αλκοόλ. Στο πλαίσιο αυτό, σημειώνεται επίσης άνοδος της κατανάλωσης του αφρώδους και λευκού οίνου, ως αποτέλεσμα ακριβώς της αύξησης του καταναλωτικού ενδιαφέροντος για εναλλακτικά ποτά με λιγότερο αλκοόλ. Συγκεκριμένα, η αξία του καταναλωθέντος αφρώδους οίνου σημείωσε τη μεγαλύτερη αύξηση της τάξης του 19% κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών.

Επιπρόσθετα, το κρασί έχει επίσης διαφημιστεί εκτενώς στη χώρα ως συνοδευτικό φαγητού (of food-wine pairing), γεγονός που αποτελεί έναν επιπλέον παράγοντα που αναμένεται να συντελέσει στην διαχρονική αύξηση της κατανάλωσής του. Για παράδειγμα, ο ερυθρός οίνος

μπορεί να συνδυαστεί με Κορεάτικες “σπεσιαλιτέ” όπως bulgogi, kal bijjim και kallbigui, ενώ ο λευκός οίνος με ψάρι, oden και namul.

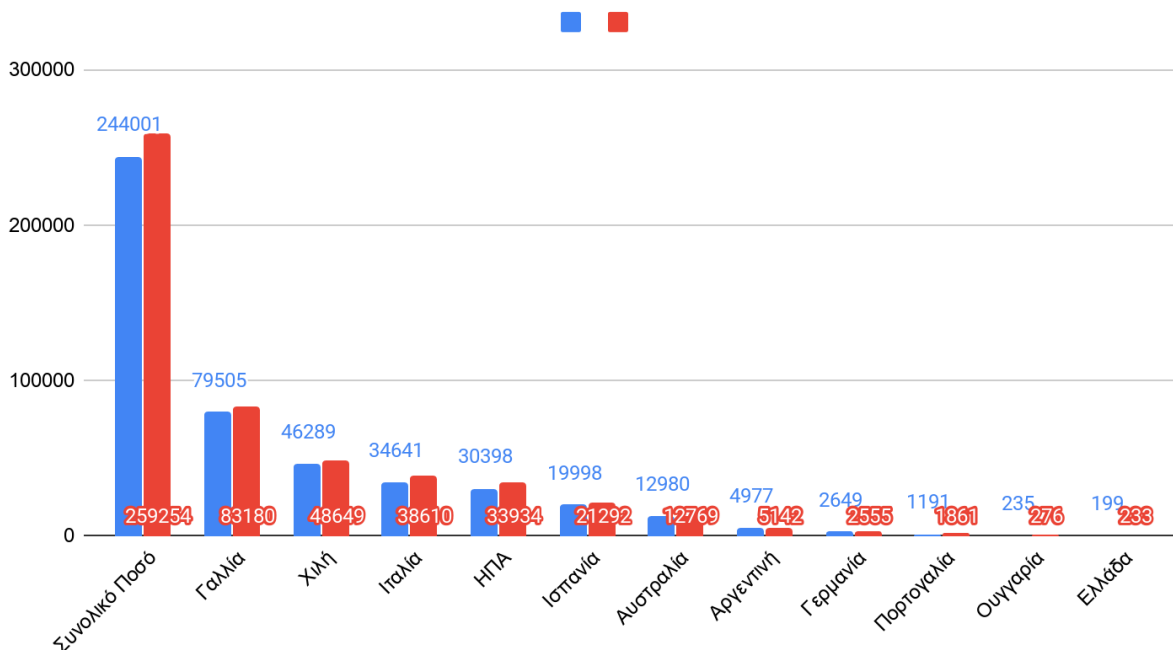


ΕΙΚΟΝΑ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΟΙΝΩΝ ΣΤΗ Ν. ΚΟΡΕΑ

Επισημαίνουμε ότι οι Κορεάτες καταναλωτές ακολουθούν πιστά τις νέες τάσεις (οίνοι νέων προελεύσεων και χαρακτηριστικών, καταστήματα και wine bars), οι οποίες διαδίδονται ταχύτατα και ευρύτατα δια της χρήσης ποικίλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης, γεγονός που οφείλουν να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους οι Ελληνικές εξαγωγικές οινοποιητικές επιχειρήσεις. Ενδιαφέρουσες διεθνείς Εκθέσεις είναι οι Seoul Food & Hotel, Wines & Spirits Expo, Wine Meets World, Korea World Travel Fair και Food Week Korea.

Φυσικά είναι ευνόητο ότι οι ανταγωνίστριες χώρες δεν αδρανούν και, φυσικά, στις περισσότερες περιπτώσεις διαθέτουν το συγκριτικό πλεονέκτημα προγενέστερης από εμάς εισόδου στην αγορά. Σημαντικότερες προμηθεύτριες χώρες της Νοτίου Κορέας είναι η Γαλλία (83,1 εκ. \$ ΗΠΑ), η Χιλή (48,6 εκ. \$ ΗΠΑ), η Ιταλία (38,6 εκ. \$ ΗΠΑ), οι ΗΠΑ (33,9 εκ. \$ ΗΠΑ), η Ισπανία (21,2 εκ. \$ ΗΠΑ) και η Αυστραλία (12,7 εκ. \$ ΗΠΑ), όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα και πίνακα:

Εισαγόμενο κρασί ανά χώρα για τα έτη 2018 και 2019



*Αξία CIF σε \$ ΗΠΑ

Rank	Country	2018		2019(1~12)	
		Value	Inc. Rate	Value	Inc. Rate
0	Total Sum	244,001,146	16.2	259,254,957	6.3
1	France	79,505,097	15.8	83,180,449	4.6
2	Chile	46,289,268	13.9	48,649,708	5.1
3	Italy	34,641,996	15.4	38,610,211	11.5
4	U.S.A	30,398,816	22.8	33,934,463	11.6
5	Spain	19,998,139	22.2	21,292,494	6.5
6	Australia	12,980,676	5.5	12,769,580	-1.6
7	Argentina	4,977,003	5.2	5,142,187	3.3
8	N.Zealand	3,611,050	35.8	3,957,568	9.6
9	South Africa	4,130,300	28.3	3,445,889	-16.6
10	Germany	2,649,757	-18.9	2,555,266	-3.6
11	Portugal	1,191,821	23.6	1,861,684	56.2
12	Canada	727,867	18.2	797,424	9.6
13	Utd. Kingdom	730,823	132.8	668,755	-8.5
14	Austria	460,407	163.9	375,836	-18.4
15	Hungary	235,085	127.0	276,001	17.4
16	Greece	199,701	21.5	233,929	17.1
17	Moldova	214,228	157.0	216,972	1.3
18	Slovenia	137,275	1,085.4	143,485	4.5
19	Romania	63,724	59.1	127,306	99.8

Επίσης, κατά το 2018 σημειώθηκαν ιδιαίτερα αυξημένες εισαγωγές κρασιού στη Νότιο Κορέα και από μη παραδοσιακές οινοπαραγωγούς χώρες . Ωστόσο, το 2019 κάποιες σημείωσαν σημαντική πτώση στις εισαγωγές κρασιού στη χώρα όπως η Μεγάλη Βρετανία (669 χιλ. \$ ΗΠΑ, πτώση 8,5%) και η Αυστρία (376 χιλ. \$ ΗΠΑ, πτώση 18,4%), ενώ άλλες ακολούθησαν ανοδική πορεία με αργούς ρυθμούς, όπως η Ουγγαρία (276 χιλ. \$ ΗΠΑ, άνοδος 17,4%), η Μολδαβία (217 χιλ. \$ ΗΠΑ, άνοδος 1,3%) και η Σλοβενία (143 χιλ. \$ ΗΠΑ, άνοδος 4,5%). Σε κάποιες από αυτές τις περιπτώσεις, πιθανολογούμε ότι οι επιδόσεις του 2018 ήταν συγκυριακές, όπως στην περίπτωση της Μεγάλης Βρετανίας (διασύνδεση του προϊόντος με την βασιλική οικογένεια) και της Μολδαβίας (πολύ μεγάλες παραγγελίες από έναν μόνο εισαγωγέα).

Μία πρόκληση της παρούσας αγοράς είναι το γεγονός ότι όχι μόνο οι Κορεάτες καταναλωτές αλλά και οι ειδικοί κρασιού ταυτίζουν το κρασί με συγκεκριμένες ευρωπαϊκές χώρες όπως η Γαλλία. Απόρροια της νοοτροπίας αυτής, είναι η κυριαρχία της Γαλλίας στις εισαγωγές κρασιού στην Κορέα επί συναπτά έτη. Σε συνδυασμό με την καθιέρωση του γαλλικού κρασιού ως premium wine και τη ραγδαία αύξηση της κατανάλωσης των λευκών και αφρωδών οίνων, εκτιμάται πως η κατανάλωση του θα σημειώσει ανοδική πορεία, καθώς οι περισσότερες εισαγωγές τέτοιου είδους κρασιού προέρχονται από τη Γαλλία, τη Χιλή και τη Γερμανία. Αξιοσημείωτη είναι η ηγετική θέση της Χιλής ως χώρα εξαγωγής κρασιού από άποψη ποσότητας. Η ανοδική της πορεία οφείλεται εν μέρει στην Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Νοτίου Κορέας-Χιλής, η οποία τέθηκε σε ισχύ τον Απρίλιο του 2004, και είχε ως αποτέλεσμα την άμεση θεαματική αύξηση των εξαγωγών Χιλιανού κρασιού της τάξεως του 167,8%. Παράλληλα, επέτυχε σταδιακά να καθιερωθεί μεταξύ των Κορεατών καταναλωτών ως ένα αξιόλογο country brand, το οποίο εξακολουθεί να διατηρεί.

Ακόμη δύο σημαντικοί ανταγωνιστές στους οποίους αξίζει να αναφερθούμε είναι η Ιταλία και η Ισπανία. Το εισαγόμενο κρασί από την Ιταλία παραμένει ένα από τα κυρίαρχα κρασιά στις επιλογές των Κορεατών καταναλωτών, καθώς είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τη δημοφιλή ιταλική γαστρονομία και άλλα στοιχεία του ιταλικού τουρισμού. Συγκεκριμένα, το 2019 σημείωσε αύξηση της τάξεως του 11,5% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Εκτιμάται ότι το ιταλικό κρασί θα συνεχίσει να είναι ένα από τις κυρίαρχες επιλογές κρασιού και ότι θα επωφεληθεί από την αυξανόμενη τάση κατανάλωσης λευκού και αφρώδους κρασιού. Από την άλλη πλευρά, το ισπανικό κρασί σε μεγάλο βαθμό εισάγεται στην Κορέα ως bulk wine (χύμα) με χαμηλή τιμή για τοπική εμφιάλωση ή ανάμειξη, όχι μόνο με κρασί από σταφύλι αλλά και με άλλες ποικιλίες οίνου

από διάφορα φρούτα (Fruity wine) . Αναμένεται ότι η αυξημένη ζήτηση για διαφοροποιημένες γεύσεις είναι πιθανό να οδηγήσει επίσης σε αύξηση της κατανάλωσης του ισπανικού κρασιού κατά τα προσεχή έτη .

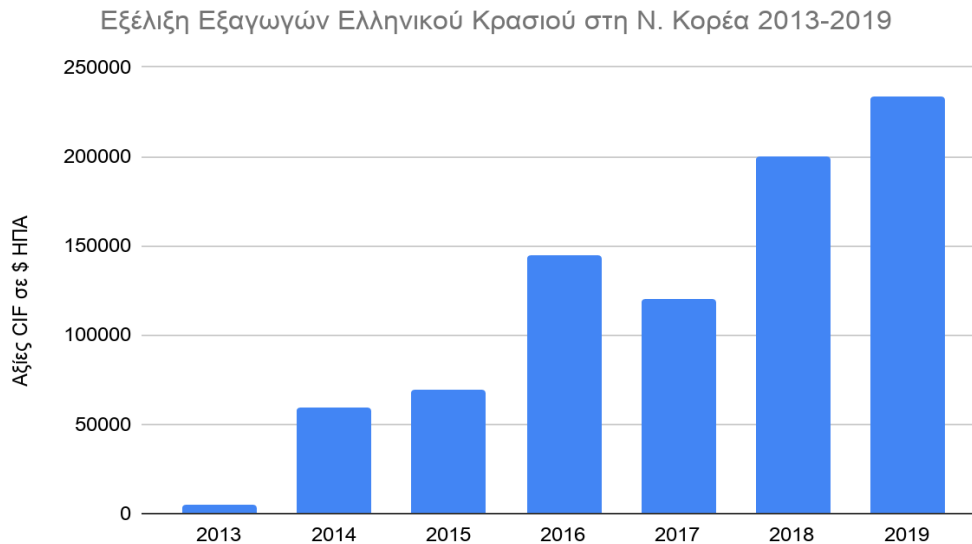
Γ. Το ελληνικό κρασί στη Νότια Κορέα

Γ.1.1 Πορεία Εξαγωγών ελληνικού κρασιού

Η επιτυχία του προγράμματος προβολής και προώθησης ελληνικού κρασιού στη Νότιο Κορέα, το οποίο υλοποίησε κατά τα τελευταία έτη το Enterprise Greece πιστοποιείται απλά από την ύπαρξη και σταδιακά αυξανόμενη δημοφιλία και κατανάλωση του προϊόντος στην χώρα της Άπω Ανατολής, παρότι, όπως μας ειπώθηκε χαρακτηριστικά από έναν εισαγωγέα “with regards to competition, the product is still in its infancy”. Αλλά και η γνωριμία με το κρασί γενικότερα και η δημοφιλία του στο Κορεατικό κοινό αποτελεί ένα αρκετά πρόσφατο φαινόμενο, με το συνολικό μέγεθος της αγοράς να μην ξεπερνάει το 1 δις \$ Η.Π.Α..

Χαρακτηριστικά, ενώ η αξία CIF των ελληνικών εξαγωγών κρασιού προς τη Ν. Κορέα το 2013 ήταν μόλις 5.000 δολάρια ΗΠΑ, δηλαδή ουσιαστικά ανύπαρκτες, το 2016 έφτασαν τα 145.000 δολάρια και το 2018 τα 200.000 δολάρια, ενώ το 2019 ανήλθαν σε 234.000 δολάρια. Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Ν. Κορέας, το ελληνικό κρασί εισέρχεται στη χώρα της Άπω Ανατολής χωρίς την καταβολή εισαγωγικών δασμών.

Η αξία των εξαγωγών μας έχει σημειώσει σημαντική αύξηση (49.2%e) τον Ιανουάριο και το Φεβρουάριο του τρέχοντος έτος σε σχέση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του παρελθόντος έτους. Ωστόσο, η συνολική πορεία των εξαγωγών μας εντός του τρέχοντος ημερολογιακού έτους είναι εκ των πραγμάτων αμφίβολη, καθώς είναι ακόμη αδύνατο να αξιολογήσουμε τις συνέπειες της εξελισσόμενης επιδημίας κορονοϊού στην συμπεριφορά των Κορεατών καταναλωτών.



Γ.1.2. Προωθητικές ενέργειες και εδραίωση στην αγορά

Στην κορεατική αγορά, υπάρχουν σήμερα δεκάδες ετικέτες ποιοτικού ελληνικού κρασιού από αρκετά οινοποιεία, ενώ εκπροσωπούνται τόσο οι μεγαλύτεροι εξαγωγείς όσο και πολλοί μικρότεροι παραγωγοί. Παρότι η άνοδος των εξαγωγών μας κατά την τελευταία πενταετία υπήρξε εμφανώς θεαματική, σε μεγάλο βαθμό λόγω και της προωθητικής προσπάθειας του Enterprise Greece, σημαντικό ρόλο έχει επίσης διαδραματίσει η σχεδόν ανύπαρκτη βάση των εξαγωγών μας κατά το 2013. Σε κάθε περίπτωση, υπό την αντίθετη οπτική γωνία, χωρίς τις προσπάθειες του Enterprise Greece σήμερα **δεν θα υπήρχε ουσιαστικά ελληνικό κρασί στη Νότιο Κορέα**. Από εδώ και στο εξής, δεν θα πρέπει να αναμένεται ραγδαία, αλλά μάλλον σταδιακή πρόοδος, με περιστασιακές διορθώσεις. Η επιτυχής προσέγγιση της αγοράς της Νοτίου Κορέας προϋποθέτει υπομονή και επιμονή, μεσο-μακροπρόθεσμο σχεδιασμό, συνεχή αποτίμηση αποτελεσμάτων και στενή συνεργασία με το Γραφείο ΟΕΥ και τους εισαγωγείς.

Το κύκλωμα διανομής του ελληνικού κρασιού στη Νότιο Κορέα εξακολουθεί να είναι περιορισμένο, πλην όμως έχει πραγματοποιήσει σημαντικά βήματα προς τα εμπρός, όπως η παρουσία στις κάβες σημαντικών πολυκαταστημάτων (Lotte) και αλυσίδων εξειδικευμένων καταστημάτων (Wine&More του ομίλου Shinsegae). Σε γενικές γραμμές, το ένα τρίτο του εισαχθέντος ελληνικού κρασιού κατευθύνεται προς επιχειρηματικά δώρα, ένα τρίτο προς τους οινικούς καταλόγους εστιατορίων και ένα τρίτο προς τη λιανική πώληση. Έως το 2016, το ελληνικό κρασί εισαγόταν στη χώρα από δύο μόνο εταιρείες αλλά το πρόγραμμα προώθησης και

η ετήσια πρόσκληση αγοραστών στην Ελλάδα έχουν συμβάλει στην προσθήκη τεσσάρων ακόμη εισαγωγέων.

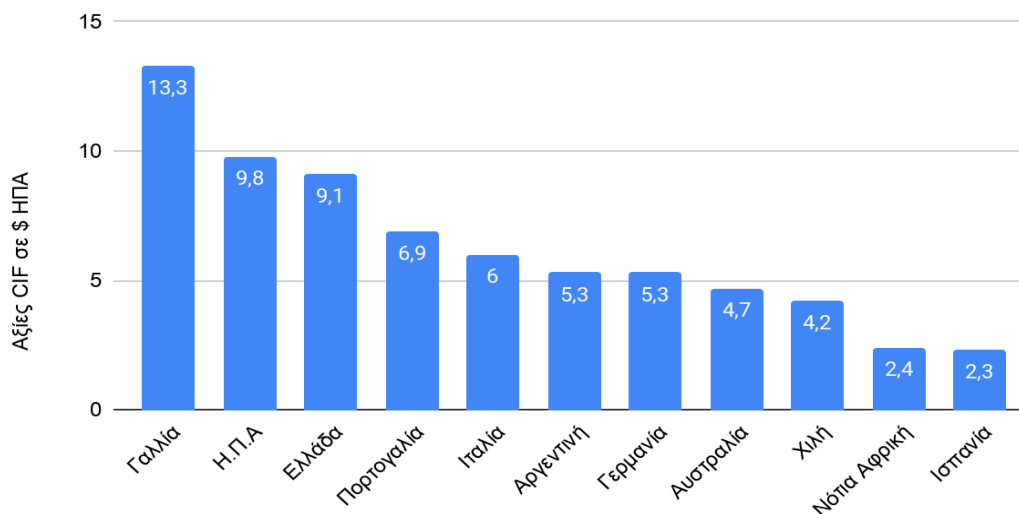
Θα πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι η αγορά Κρασιού της Νοτίου Κορέας χαρακτηρίζεται από υψηλή φορολογία και πολλούς μεσάζοντες, με αποτέλεσμα τα προϊόντα, παρά την απουσία εισαγωγικού δασμού, να φτάνουν στον τελικό καταναλωτή σε πολύ υψηλές τιμές. Προκειμένου να καταστεί αντιληπτός ο τρόπος διαμόρφωσης των τιμών καταναλωτή, θα υποθέσουμε ότι ένα ελληνικό μπουκάλι κρασιού φτάνει στην Κορέα με αξία CIF 10 ευρώ. Η τελική τιμή αγοράς διαμορφώνεται, κατ' εκτίμηση, με βάση τον ακόλουθο πίνακα:

ΣΤΑΔΙΟ	ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ	ΔΙΑΜΟΡΦΟΥΜΕΝΗ ΤΙΜΗ
A	Άφιξη στην Κορέα, τιμή CIF	10 ευρώ
B	Εισαγωγικός δασμός 0%: A X 1	10 ευρώ
C	Φόρος αλκοολούχων (liquor tax) 30% B X 1,3	13 ευρώ
D	Φόρος εκπαίδευσης (education tax) 10% : C X 1,1	14,30 ευρώ
E	Φ.Π.Α. (V.A.T.) 10%: D X 1,1	15,73 ευρώ
F	Δαπάνες εκτελωνισμού (paperwork, inspection, warehousing & transportation), κατ' εκτίμηση 8% επί της τιμής CIF (A) EX1,08	16,98 ευρώ
G	Προμήθεια εμπορικού αντιπροσώπου 15%: FX 1,15	19,5 ευρώ
H	Προμήθεια χονδρεμπόρου 15%: G X 1,15	22,4 ευρώ
I	Περιθώριο κέρδους Πολυκαταστήματος 30%: HX 1,3. Τιμή λιανικής	29,19 ευρώ

Κατά τον τρόπο αυτό, το προϊόν που φτάνει στην Κορέα με τιμή CIF 10 ευρώ, φτάνει τελικά να πωλείται να πωλείται στο ράφι σε τιμή λιανικής σε ένα πολυκατάστημα στα 29 με 30 ευρώ.

Από την άλλη πλευρά, το πρόγραμμα δράσης του Enterprise Greece για τη Νότιο Κορέα επέτυχε και σημαντικά ποιοτικά αποτελέσματα. Έως και το 2014 δεν υπήρχε καμία απολύτως γνώση για το προϊόν τόσο στους επαγγελματίες όσο και στο αγοραστικό κοινό, ενώ πλέον είναι ευδιάκριτος ο σχηματισμός της εικόνας ενός προϊόντος εξαιρετικής ποιότητας, με πλούσια ιστορία και μοναδικά γευσιγνωστικά χαρακτηριστικά (country brand & product image). Η επιτυχία αυτή δύναται να αποτυπωθεί ποσοτικά μέσω της αποτίμησης της μέσης αξίας μιας εισαγόμενης φιάλης ελληνικού κρασιού σε σχέση με τον ανταγωνισμό κατά το 2019:

Μέση αξία εισαγόμενης φιάλης οίνου 2019



Από 23 έως 25 Νοεμβρίου 2018 πραγματοποιήθηκε στην Σεούλ με μεγάλη επιτυχία το πρώτο σεμινάριο ελληνικού οίνου αποκλειστικά για Κορεάτες γευσσιγνώστες. Το εν λόγω εργαστήριο ελληνικού οίνου συνδιοργανώθηκε από το Enterprise Greece και την Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου (ΕΔΟΑΟ), υλοποιήθηκε δε σε αίθουσα της αναδόχου εταιρείας Wine21 Blog στην περιοχή Gangnam, με την ενεργό στήριξη της Ελληνικής Πρεσβείας,

Η εκδήλωση, με τίτλο “Wines of Greece – The World of Greek Wine”, διήρκεσε τρεις πλήρεις ημέρες, με εισηγητή τον Dip. WSET κ. Γρηγόρη Μιχαήλο και προκάλεσε μεγάλο ενδιαφέρον στην εδώ οινική κοινότητα. Συμμετείχαν 22 αξιόλογοι έως διακεκριμένοι Κορεάτες γευσσιγνώστες, καλύπτοντας πλήρως την πληρότητα της αίθουσας, ενώ σχηματίστηκε και λίστα αναμονής.

Με την ολοκλήρωση του σεμιναρίου πραγματοποιήθηκαν εξετάσεις τόσο θεωρητικές όσο και τυφλής γευσσιγνωσίας ελληνικών οίνων. Οι 14 επιτυχόντες παρέλαβαν τα διπλώματα αποφοίτησης σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στην Πρεσβευτική κατοικία στις 19 Ιουνίου τρέχοντος έτους. Επιθυμητός στόχος είναι να καταστούν οι απόφοιτοι ουσιαστικοί και ενεργοί “Πρέσβεις” του ελληνικού κρασιού στην Κορέα. Εξακολουθεί να εκκρεμεί η πρόσκληση στην Ελλάδα των δύο κορυφαίων στην βαθμολογία προκειμένου να διευρύνουν και να εμβαθύνουν τις γνώσεις τους γύρω από το ελληνικό κρασί.

Γ.2. Προτάσεις

Οπωσδήποτε, υπό το φως των ανωτέρω και λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες της εδώ αγοράς, το πρόγραμμα θα πρέπει οπωσδήποτε όχι μόνο να συνεχισθεί αλλά και να αυξηθεί ο αριθμός των ετησίων δράσεων, έστω και αν αυτές είναι μικρότερου βεληνεκούς. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να καταβληθεί και προσπάθεια ευρύτερης αξιοποίησης των κοινωνικών δικτύων και συνεργασίας με εδώ διασημότητες και influencers. Εννοείται ότι θα πρέπει να αξιοποιηθούν κατάλληλα και οι επιτυγχόντες “Greek Wine Ambassadors” του σεμιναρίου εκπαίδευσης εκπαιδευτών.

Είναι εμφανές ότι η μη έγκριση του προγράμματος δράσης για την Κορέα από το ΥΠ.Α.Α.Τ. για το 2018 και το 2019, λόγω ζητήματος προσαρμογής της Ελληνικής Νομοθεσίας ως προς την αντίστοιχη Κοινοτική, δημιούργησε εξαιρετική δυσκολία στην βέλτιστη υλοποίησή του παρά τις προσπάθειες του Enterprise Greece να διατηρήσει τις σημαντικότερες από τις ετήσιες δράσεις με χρηματοδότηση από τον προϋπολογισμό του. Επίσης, δεν αποτελεί προφανώς βέλτιστη πρακτική η συγκέντρωση όλων των δράσεων στο πρώτο εξάμηνο του ημερολογιακού έτους και η απουσία μας στο δεύτερο, κρίσιμο, εξάμηνο που οδηγεί στην έντονη αγοραστική κίνηση των εορτών του τέλους του έτους. Το τρέχον έτος θα πρέπει να θεωρηθεί εκ των πραγμάτων παρενθετικό, λόγω της έξαρσης της επιδημίας του κορονοϊού.

Η συνολική μας εντύπωση είναι ότι η εν λόγω προωθητική δράση έχει εξελιχθεί διαχρονικά και αποτελεί πλέον μια κατασταλαγμένη, συμπαγή και ουσιαστική εκδήλωση προώθησης του ελληνικού κρασιού στην Κορέα. Προκειμένου εξάλλου να έχουμε πιο απτά αποτελέσματα στο πλαίσιο μελλοντικών προωθητικών εκδηλώσεων, είναι απολύτως απαραίτητο να είναι παρούσες περισσότερες ελληνικές οινοποιητικές επιχειρήσεις ώστε να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους όπως μόνο εκείνες ξέρουν. Η απουσία τους μεταφέρει ένα μη θετικό μήνυμα προς τις Κορεατικές επιχειρήσεις του κλάδου, ώστε η στρατηγική πρόσκλησης εισαγωγέων, εμπόρων και μεγάλων αγοραστών χάνει ένα μεγάλο μέρος του νοήματός της, καθώς είναι σχεδόν αδύνατο να κλειστεί συμφωνία για ετικέτα που δεν την παρουσιάζει ο παραγωγός της.

Σε ότι αφορά στη συνολική αποτελεσματικότητα του προγράμματος προβολής και προώθησης του ελληνικού κρασιού στην Κορέα, είναι βέβαια γεγονός ότι αυτή τη στιγμή το κόστος του είναι ακριβό σε σχέση με το αποτέλεσμα. Ωστόσο, οι εξαγωγές μας ήταν ουσιαστικά ανύπαρκτες πριν την υλοποίηση του προωθητικού προγράμματος και θα πρέπει πάντα να λαμβάνουμε υπόψη μας ότι τα προωθητικά προγράμματα στις χώρες της Άπω Ανατολής, της

Κορέας βέβαια μη εξαιρουμένης, πρέπει να έχουν διάρκεια προκειμένου να αποφέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Το κρασί είναι ένα πολύ σημαντικό προϊόν για την εικόνα της χώρας μας στο εξωτερικό, καθώς μάλιστα το ακόμη αδύναμο προφίλ μας (weak country branding) συνεχίζει να αποτελεί το υπ' αριθμόν ένα πρόβλημα των ελληνικών εξαγωγών, ιδίως σε τόσο αναπτυγμένες και απαιτητικές αγορές όσο της Κορέας. Καθώς οι πόροι για την προώθηση των προϊόντων μας και την βελτίωση του ελληνικού brand είναι καταφανώς περιορισμένοι, πιστεύουμε ότι ακριβά προγράμματα, όπως αυτό του κρασιού, θα πρέπει να συνδυάζονται με την επιπλέον προβολή τόσο της ελληνικής γαστρονομίας και των επώνυμων προϊόντων της όσο και του τουριστικού μας προϊόντος. Η προβολή των επιπλέον κλάδων θα έχει ως τελικό αποτέλεσμα την αναβάθμιση του συνολικού παραγωγικού προφίλ της χώρας μας με αυτονόητα πολλαπλασιαστικά θετικά αποτελέσματα για όλα τα προϊόντα της.

Η πραγματική απογείωση του ελληνικού κρασιού στην Κορεατική αγορά αναμένεται να λάβει χώρα όταν εμπλακούν πλέον ενεργά στη διανομή του μεγάλοι όμιλοι εταιρειών, οι οποίοι ελέγχουν πολυεπίπεδα την οικονομική δραστηριότητα στη χώρα. Η επίτευξη όμως του στόχου αυτού, όπως προαναφέραμε, αποτελεί μια αργή διαδικασία, η οποία προϋποθέτει απόλυτα τη συνέπεια της πολιτικής προβολής και προώθησης του προϊόντος σε βάθος χρόνου.

Ο Προϊστάμενος



Κωνσταντίνος Δίκaros, Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄

Το Γραφείο ΟΕΥ Πρεσβείας Σεούλ ευχαριστεί θερμά την ασκούμενη κα Βασιλική Μπότση για την πολύτιμη συμβολή της στην επιμέλεια, ενημέρωση και εμπλουτισμό της παρούσας έρευνας αγοράς.