



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

A. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	4
A.1 Γενικά Χαρακτηριστικά Χώρας	4
A.2 Δημογραφικά Στοιχεία	5
A.3 Βασικά Μακροοικονομικά Μεγέθη Αγοράς	6
A.4 Κορεατική Οικονομία και Ελληνικές Εξαγωγές εν μέσω πανδημίας	7
B. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	11
B.1 Θεσμικό πλαίσιο	11
B.1.1 Νομικές Μορφές Εταιριών	11
B.1.2 Διαδικασία ίδρυσης εταιρίας	11
B.1.3 Καθεστώς αδειοδοτήσεων	12
B.1.4 Σήμανση / πιστοποίηση προϊόντων (ετικέτες, πιστοποιήσεις)	12
B.1.5 Τιμολόγηση	13
B.1.6 Τελωνειακή νομοθεσία (Διαδικασία – Αρχές)	13
B.1.7 Διαδικασίες εισαγωγής / περιορισμοί εισαγωγών	15
B.1.8 Μη δασμολογικά εμπόδια πρόσβασης	16
B.1.9 Εξασφάλιση πιστώσεων	17
B.1.10 Καθεστώς ιδιοκτησίας	17
B.1.11 Εργασιακό καθεστώς	17
B.2 Στρατηγική Εισόδου στην Αγορά της Νοτίου Κορέας	18
B.2.1 Συνεργασία με Αντιπροσώπους/διανομείς	19
B.2.2 Δημιουργία θυγατρικής/υποκαταστήματος/αντιπροσωπίας	19
B.2.3 Δίκτυα Διανομής	21
B.2.4 Προώθηση – Διαφήμιση	22
B.2.5 Πρακτικές οδηγίες	23
B.3 Καταναλωτικά Πρότυπα	23
B.4 Βιομηχανική Ιδιοκτησία	24



Γ. ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ - ΔΑΣΜΟΛΟΓΗΣΗ	26
Γ.1 Συμφωνίες αποφυγής διπλής φορολογίας.....	26
Γ.2 Φορολογία Φυσικών προσώπων	27
Γ.3 Φορολόγηση Επιχειρήσεων	27
Γ.4 Ειδικότεροι φόροι	28
Γ.5. Δασμοί - Δασμολόγιο	28
Γ.6 Ειδικές Οικονομικές ζώνες (FTZ)	29
Δ. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	30
Δ.1 Αναπτυξιακός Νόμος - Κίνητρα Επενδύσεων.....	30
Δ.2 Καθεστώς Ιδιωτικοποιήσεων	31
Δ.3 Πιστοληπτική ικανότητα χώρας – Κίνδυνοι/ προοπτικές.....	32
Ε. ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ - ΠΡΟΜΗΘΕΙΣ	33
ΣΤ. ΚΛΑΔΟΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	35
ΣΤ.1 Διαδικασίες εισαγωγής Ελληνικών προϊόντων.....	35
ΣΤ.2 Διμερείς Οικονομικές & Εμπορικές Σχέσεις.....	40
ΣΤ.3 Ελαιόλαδο	45
ΣΤ.4 Κρασί	54
ΣΤ.5 Μπύρα.....	64
ΣΤ.6 Εμφιαλωμένο Νερό	71
ΣΤ.7 Κονσέρβες Ροδακίνων	77
ΣΤ.8 Μέλι	83
ΣΤ.9 Γούνες & Γουνοδέρματα.....	87
ΣΤ.10 Δομικά Υλικά (Μάρμαρα, Αλουμίνιο)	98
ΣΤ.11 Καλλυντικά	104
Ζ. ΧΡΗΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	109
Η. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΝΟΤΙΟΥ ΚΟΡΕΑΣ 2020	114



A. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

A.1 Γενικά Χαρακτηριστικά Χώρας

Η συνολική έκταση της Ν. Κορέας είναι 98.445 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Η χώρα είναι αρκετά ορεινή και διαθέτει μικρά αποθέματα ορυκτών ενώ η καλλιεργήσιμη γη αντιστοιχεί στο 18,1% της συνολικής έκτασής της.

Το κλίμα της Ν. Κορέας είναι εύκρατο. Το καλοκαίρι είναι θερμό με βροχές και υψηλή υγρασία, ενώ ο χειμώνας είναι πολύ ψυχρός και ξηρός. Η άνοιξη και το φθινόπωρο έχουν ευχάριστο και ήπιο καιρό. Η ετήσια βροχόπτωση κυμαίνεται από 1000 mm έως 1800 mm..

Στη Δημοκρατία της Κορέας ισχύει το προεδρικό σύστημα διακυβερνήσεως. Επικεφαλής της εκτελεστικής εξουσίας είναι ο Πρόεδρος της Δημοκρατίας, ο οποίος εκλέγεται ανά πενταετία και διορίζει τον Πρωθυπουργό (με σύμφωνη γνώμη της Βουλής), τους Υπουργούς (οι οποίοι δεν είναι απαραίτητο να είναι βουλευτές) και τους επικεφαλής των λοιπών αρχών ή οργανισμών ασκήσεως εκτελεστικής εξουσίας. Ο Πρόεδρος είναι επίσης επικεφαλής των ενόπλων δυνάμεων της χώρας. Μετά από την αποπομπή της Προέδρου κας Park Geun Hye τον Μάρτιο 2017, νέος Πρόεδρος εξελέγη τον Μάιο του ίδιου έτους ο κ. Moon Jae-In του Δημοκρατικού Κόμματος της Κορέας.

Υπάρχουν 18 υπουργεία, τα οποία είναι τα εξής:

- Ministry of Culture, Sports and Tourism
- Ministry of Education
- Ministry of Environment
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
- Ministry of Foreign Affairs
- Ministry of Gender Equality and Family
- Ministry of Government Legislation
- Ministry for Health and Welfare
- Ministry of Justice
- Ministry of Trade, Industry, and Energy
- Ministry of Employment and Labor
- Ministry of Land, Infrastructure and Transport
- Ministry of National Defense
- Ministry of Patriots and Veterans Affairs
- Ministry of the Interior and Safety
- Ministry of Economy and Finance
- Ministry of Unification
- Ministry of Science and ICT



Η δικαστική εξουσία ασκείται από τα δικαστήρια, η ανεξαρτησία των οποίων είναι συνταγματικά κατοχυρωμένη.

Το 1910 η χώρα κατελήφθη από την Ιαπωνία και απελευθερώθηκε το 1945, οπότε το βόρειο τμήμα της κορεάτικης χερσονήσου κατελήφθη από τους Ρώσους και το νότιο από τους Αμερικανούς. Ακολούθως ανατέθηκε η ενοποίηση της χώρας στα Ηνωμένα Έθνη (1947).

Το 1948, υπό την επίβλεψη των Ηνωμένων Εθνών διεξήχθησαν εκλογές στο νότο και αναδείχθηκε Πρόεδρος της Δημοκρατίας ο Syngman Rhee, ενώ στο βορά δημιουργήθηκε η Λαϊκή Δημοκρατία της Κορέας. Τον Ιούνιο του 1950 στρατεύματα της Βόρειας Κορέας εισέβαλαν στη Νότια Κορέα και αυτό υπήρξε η απαρχή του κορεάτικου εμφυλίου πολέμου (1950-1953). Μέχρι σήμερα δεν έχει υπογραφεί συνθήκη ειρήνης και υφίσταται καθεστώς ανακωχής.

Η Κορεάτικη γλώσσα ανήκει στην ουραλοαλταϊκή γλωσσική οικογένεια και συγγενεύει με τα Ιαπωνικά και τα Μογγολικά, ενώ έχει σημαντική κινεζική επιρροή. Το κορεατικό αλφάβητο (Hangeul) χρονολογείται από το 15^ο αιώνα. Η αγγλική γλώσσα διδάσκεται ως δεύτερη γλώσσα στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Η Κινεζική και Ιαπωνική διδάσκονται ευρέως στα δευτεροβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα.

A.2 Δημογραφικά Στοιχεία

Ο πληθυσμός της Ν. Κορέας το 2018 ήταν περίπου 51,4 εκατ. κάτοικοι. Η πληθυσμιακή πυκνότητα είναι από τις μεγαλύτερες παγκοσμίως και ανέρχεται σε περίπου 500 κατοίκους ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο. Πλέον του 80% του πληθυσμού κατοικεί σε αστικές περιοχές. Το προσδόκιμο ζωής αυξάνεται συνεχώς και το 2018 ήταν 82,5 χρόνια, το οποίο αναλύεται σε 79,4 χρόνια για τους άνδρες και σε 85,8 χρόνια για τις γυναίκες. Υπάρχει έντονη υπογεννητικότητα και αντιστοιχούν 1,27 παιδιά σε κάθε γυναίκα.

Διοικητικά η Ν. Κορέα περιλαμβάνει 9 επαρχίες, οι οποίες είναι οι εξής: Gyeonggi, Gangwon, South Chungcheong, North Chungcheong, South Jeolla, North Jeolla, South Gyeongsang, North Gyeongsang και Jeju. Τα σημαντικότερα αστικά κέντρα είναι η πρωτεύουσα Σεούλ που αριθμεί περίπου 10 εκατ. κατοίκους, το Busan (3,5 εκατ.), το Incheon (2,2 εκατ.), το Daegu (1,6 εκ), το Daejeon (1,5 εκατ.), η Gwangju (1,5 εκατ.), και το Ulsan (1,1 εκατ.). Στην ευρύτερη περιοχή γύρω της Σεούλ έχουν συγκεντρωθεί περί τα 20 εκατ. κάτοικοι και είναι ένα τα πλέον πυκνοκατοικημένα αστικά κέντρα παγκοσμίως.

Το ήμισυ του πληθυσμού είναι θρησκευτικά ενεργό. Εξ' αυτών το 25% είναι βουδιστές, το 25% προτεστάντες, το 8% καθολικοί, το 0,8% άλλες θρησκείες και οι υπόλοιποι είναι χωρίς θρησκεία. Οι Κορεάτες, ανεξαρτήτως θρησκείας, είναι βαθύτατα επηρεασμένοι από τις αρχές του κομφουκιανισμού ενώ εξακολουθεί να επιβιώνει η πανάρχαια λατρεία των πνευμάτων (Σαμανισμός).



A.3 Βασικά Μακροοικονομικά Μεγέθη Αγοράς

Βασικά Μακροοικονομικά Μεγέθη 2019

Α.Ε.Π.	1,62 τρις \$ ΗΠΑ
ΑΕΠ κατά κεφαλή	31.555 \$ ΗΠΑ = 28.174 €
Ρυθμός ανάπτυξης (αύξηση ΑΕΠ)	2 % (2018: 2,7%)
Σύνθεση ΑΕΠ Ν. Κορέας	Πρωτογενής τομέας 2,2%, Βιομηχανία 39,3%, Υπηρεσίες 58,3%
Πληθωριστικός δείκτης	0,8%
Δείκτης ανεργίας	4,5 %
Καθαρή Αποταμίευση	7% του διαθέσιμου εισοδήματος
Άμεσες Επενδύσεις από αλλοδαπή	230,6 δις \$ ΗΠΑ – σωρευτικά
Άμεσες Επενδύσεις στην αλλοδαπή	344,7 δις \$ ΗΠΑ – σωρευτικά
Πρωτογενές Δημοσιονομικό Πλεόνασμα	1,6 % του Α.Ε.Π.
Δημόσιο Χρέος	35,9 % του ΑΕΠ
Εξωτερικό Χρέος	458,2 δις \$ ΗΠΑ ή 28,3% του Α.Ε.Π.
Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών	+ 3,9% του ΑΕΠ
Αποθεματικά ξένου συναλλάγματος και χρυσού	398 δις \$ ΗΠΑ
Εμπορικό Πλεόνασμα	+ 39 δις \$ ΗΠΑ (2,4% του ΑΕΠ)
Κυριότερα εξαγωγίμα προϊόντα	Ημιαγωγοί, διυλισμένα πετροχημικά, αυτοκίνητα και ανταλλακτικά, πλοία, εξοπλισμοί ασύρματης επικοινωνίας, επίπεδες οθόνες, χάλυβας, ηλεκτρονικά, πλαστικά, ηλεκτρονικοί υπολογιστές
Κύριοι Πελάτες	Κίνα (25,1%), Η.Π.Α. (13,5%), Βιετνάμ (8,9%), Χονγκ Κονγκ (5,9%), Ιαπωνία (5,2%)
Κυριότερες εισαγωγές	Αργό πετρέλαιο, ημιαγωγοί, φυσικό αέριο, λιγνίτης, χάλυβας, μέρη ηλεκτρονικών υπολογιστών, και ειδών ασύρματης επικοινωνίας, αυτοκίνητα, χημικά προϊόντα, κλωστοϋφαντουργικά
Κύριοι Προμηθευτές	Κίνα (21,3%), Η.Π.Α. (12,3%), Ιαπωνία (9,5%), Σαουδική Αραβία (4,3%), Βιετνάμ (4,2%), Αυστραλία (4,1%), Γερμανία (3,95%),



A.4 Κορεατική Οικονομία και Ελληνικές Εξαγωγές εν μέσω πανδημίας κορονοϊού (Α' εξάμηνο 2020)

Τόσο σε ότι αφορά το επιδημιολογικό όσο και το οικονομικό σκέλος, θα λέγαμε ότι η Νότιος Κορέα αποτελεί έναν ιδιόμορφο μικρόκοσμο σε σχέση με τα διεθνώς τεκταινόμενα, και ιδίως την κατάσταση στις Η.Π.Α. και την Ε.Ε..

Η χώρα δεν βρίσκεται βέβαια σε κάποιο είδος οικονομικού “απυρόβλητου”, παρότι επέτυχε να ελέγξει την διασπορά του κορονοϊού SARS-CoV-2 χωρίς καν να καταφύγει σε καραντίνα, απαγόρευση των μετακινήσεων και κλείσιμο της αγοράς αλλά χάρη σε ένα εκτεταμένο πρόγραμμα εξέτασης του πληθυσμού, απομόνωση των επιβεβαιωμένων κρουσμάτων και εξονυχιστική ιχνηλάτηση των επαφών τους με την βοήθεια της τεχνολογίας.

Παρότι η εικόνα της αγοράς και οι οικονομικές προβλέψεις για το ορατό μέλλον είναι σαφώς πιο ευοίωνες από την μεγάλη πλειοψηφία των κρατών (και μάλιστα των αναπτυσσόμενων), θα πρέπει να σημειωθεί ότι:

- Η αβεβαιότητα για την εγχώρια και διεθνή εξέλιξη της πανδημίας, σε συνδυασμό με την ακραία απορρύθμιση της αγοράς πετρελαίου έχουν επηρεάσει ισχυρά τον δείκτη επιχειρηματικής –αλλά και καταναλωτικής- εμπιστοσύνης. Ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης (Consumer Sentiment Index – CSI) έπεσε τον Μάρτιο κατά 18,5 μονάδες, στις 78,4 και ο δείκτης επιχειρηματικής εμπιστοσύνης (Business Sentiment Index – BSI) σημείωσε κατά τον Απρίλιο μείωση κατά 15 μονάδες, περιοριζόμενος στις 54. Ο κύκλος εργασιών της λιανικής πώλησης σημείωσε τον Φεβρουάριο πτώση 6% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019 ενώ οι παραγωγικές επενδύσεις συρρικνώθηκαν κατά 4,8%.
- Καθώς η πορεία της Νοτιοκορεατικής οικονομίας παρουσιάζει υψηλότατο βαθμό εξάρτησης από το εξωτερικό εμπόριο, η δραστικά περιορισμένη διεθνής ζήτηση προκάλεσε μείωση της αξίας των εξαγωγών κατά 0,5% τον Μάρτιο (σε σχέση με το αντίστοιχο μήνα παρελθόντος έτους) και 26,9% κατά τον μήνα Απρίλιο. Οι εξαγωγές ανταλλακτικών αυτοκινήτων μειώθηκαν κατά 49,8%, του υλικού ασύρματων επικοινωνιών κατά 30,7%, των αυτοκινήτων κατά 28,5% και των ψηφιακών μνημών (memory chips) κατά 14,9%.
- Το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον αρχίζει πλέον να ασκεί ισχυρή πίεση, ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στους αυτοαπασχολούμενους και στα νοικοκυριά με χαμηλότερα εισοδήματα. Στην αγορά εργασίας, ο αριθμός των απασχολούμενων κατά το μήνα Μάρτιο μειώθηκε κατά 195.000 σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019, εξέλιξη που σηματοδοτεί την μεγαλύτερη αύξηση της ανεργίας στην χώρα μετά την διεθνή χρηματοοικονομική κρίση του 2008-2009.
- Κατά το πρώτο τρίμηνο του έτους, το ΑΕΠ σημείωσε πτώση 1,4% ενώ η εκτίμηση του ΔΝΤ (World Economic Outlook, April 2020) για το σύνολο του έτους είναι ύφεση της τάξης



του 1,2%, η οποία βέβαια είναι πολύ ευνοϊκότερη από εκείνη της Ιαπωνίας (-5,4%), των Η.Π.Α. (-5,9%) και της Ε.Ε. (-7,5%). Σύμφωνα δε με τα πρόσφατα στοιχεία ΟΟΣΑ για τη Ν. Κορέα, οποίων η ύφεση το 2020 θα κινηθεί στο 1,2%, ενώ για το 2021 προβλέπεται ανάπτυξη της τάξης του 3,1% (η κυβέρνηση προβλέπει αύξηση 3,6%). Ως κυριότεροι παράγοντες για την συγκριτικά ευοίωνη αυτή εκτίμηση αναφέρονται η επιτυχία της χώρας να επιπεδοποιήσει εγκαίρως την μολυσματική καμπύλη (curve flattening), με αποτέλεσμα να αποφύγει ακραίες ρήξεις της βιομηχανικής της παραγωγής. Ακόμη και έτσι, η βιομηχανική παραγωγή σημείωσε τον Φεβρουάριο κάμψη 4,1% σε σχέση με τον ίδιο μήνα του παρελθόντος έτους, ενώ ο τομέας των υπηρεσιών συρρικνώθηκε αντίστοιχα κατά 3,5%.

Λόγω της συνεχιζόμενης αβεβαιότητας ως προς την εξέλιξη της πανδημίας σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο, η κυβέρνηση της χώρας δεν έχει προς το παρόν ανακοινώσει ένα σαφές σχέδιο οδικού χάρτη για την τελική έξοδο από τον φαύλο οικονομικό κύκλο που έχει απρόσμενα προκύψει..

Σε κάθε περίπτωση, η Κεντρική Τράπεζα της Κορέας έχει προβεί σε μέτρα σαφούς χαλάρωσης της νομισματικής της πολιτικής (μείωση επιτοκίου αναφοράς από 1,25% σε 0,75%), με στόχο την ενίσχυση της ρευστότητας της αγοράς, καθώς και συγκράτησης της αξίας του εθνικού νομίσματος δια της χρήσης των συναλλαγματικών της αποθεματικών. Για τον ίδιο λόγο υλοποίησε και ανταλλαγή συναλλάγματος (currency swap) ύψους 60 δις δολαρίων με τις Η.Π.Α.

Από την πλευρά της, η κυβέρνηση της Νοτίου Κορέας, κάνοντας χρήση των δικών της υψηλών αποθεματικών, που δημιουργήθηκαν από σειρά ετών με συμπαγή δημοσιονομικά πλεονάσματα, έχει προβεί, μέσω αλληπάλληλων τροποποιήσεων του προϋπολογισμού, στην έγκριση κλιμακούμενων πακέτων στήριξης της εθνικής οικονομίας καθώς και ενίσχυσης και προστασίας της παραγωγικής της σπονδυλικής στήλης. Τα πακέτα αυτά συνίστατο σε:

1. Ενίσχυση 24,9 δις \$ Η.Π.Α. στις 19 Μαρτίου για την τόνωση της πραγματικής οικονομίας,
2. Χρηματοδότηση 77,8 δις \$ Η.Π.Α. στις 24 Μαρτίου για την εξασφάλιση χρηματοοικονομικής σταθερότητας,
3. Εκταμίευση 15,6 δις \$ Η.Π.Α. στις 30 Μαρτίου και επιπλέον 6,2 δις \$ Η.Π.Α. στις 8 Απριλίου για διάφορα συμπληρωματικά μέτρα.
4. Συμπληρωματικό προϋπολογισμό Ιουνίου ύψους 29,4 δις \$ Η.Π.Α., οι πόροι του οποίου θα κατευθυνθούν σε μέτρα φορολογικών ελαφρύνσεων (32,3% του οικονομικού πακέτου), προσέλκυση αλλοδαπών επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας, ενίσχυση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και τόνωση της ζήτησης των νοικοκυριών (32%), έκτακτες γραμμές χρηματοδότησης και στήριξη της χρηματιστηριακής αξίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (14,2%), καθώς και ενίσχυση του κοινωνικού δικτύου προστασίας και στήριξη της απασχόλησης (26,6%).

Τέλος, μετά την συγκρουσιακή κατάσταση με την Ιαπωνία το καλοκαίρι του 2019 και τα εκατέρωθεν εμπορικά αντίμετρα που δημιούργησαν σοβαρά ζητήματα στην Κορεατική



βιομηχανία ημιαγωγών και οθονών υψηλής τεχνολογίας, η κρίση του COVID-19 έφερε με ακόμη εντονότερο τρόπο στην επιφάνεια την ισχυρή διασύνδεση και εξάρτηση της οικονομίας της Κορέας από την αντίστοιχη της Κίνας, ιδίως σε ότι αφορά στην αλυσίδα προμηθειών ενδιάμεσων δευτερογενών εισροών (με εξέχον παράδειγμα την αυτοκινητοβιομηχανία). Παρότι δεν έχουν ακόμη ανακοινωθεί τα σχεδιαζόμενα μέτρα και η μονεταριστική τους εξειδίκευση, είναι βέβαιο ότι η Νότιος Κορέα επεξεργάζεται εκτεταμένα σχέδια επέκτασης και διαφοροποίησης του διεθνούς δικτύου προμηθευτών της, καθώς και εγχώριας ανάπτυξης βιομηχανικής παραγωγής των πλέον κρίσιμων και στρατηγικών ενδιάμεσων εισροών.

Με βάση τα πλέον πρόσφατα επίσημα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Νοτίου Κορέας, η αξία των ελληνικών εξαγωγών προς τη χώρα της Άπω Ανατολής κατά το χρονικό διάστημα Ιανουάριος – Απρίλιος 2020 σημείωσε μεγάλη άνοδο της τάξης του 78,5%, σε σχέση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του παρελθόντος έτους (από 167,6 σε 299 εκατομμύρια δολ. Η.Π.Α.).

Παρότι το μεγαλύτερο μέρος της αύξησης αυτής αποδίδεται στον διπλασιασμό των εξαγωγών **ελαφρών ορυκτελαίων**, τα περισσότερα από τα σημαντικότερα εξαγωγίμα προϊόντα μας παρουσίασαν επίσης αυξητική τάση. Ενδεικτικά αναφέρουμε, κατά σειρά σπουδαιότητας:

- Οι εξαγωγές **φαρμάκων** (Δασμολογική Κλάση 300490) **αυξήθηκαν κατά 24%**, από 17,8 σε 22,1 εκ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **κονσερβών ροδακίνου** (Δ.Κ. 200870) **σχεδόν διπλασιάστηκαν**, από 1,4 σε 2,7 εκ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **μαρμάρων** (Δ.Κ. 680221 & 680291) **υπερδιπλασιάστηκαν**, από 0,9 σε 2 εκ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **Μαστίχας Χίου** (Δ.Κ. 130190) **αυξήθηκαν κατά 53,5%**, από 0,95 σε 1,46 εκ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **καπνού** (Δ.Κ. 240110) **αυξήθηκαν κατά 79,6%**, από 452 σε 812 χιλ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **γιαουρτιού** (Δ.Κ. 040310) **υπερδιπλασιάστηκαν**, από 65 σε 142 χιλ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **καβουριών** (Δ.Κ. 030610) **σημείωσαν κατακόρυφη άνοδο**, από 53 σε 134 χιλ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **τυριού** (Δ.Κ. 040690, κυρίως φέτα) **αυξήθηκαν κατά 28,9%**, από 85 σε 109 χιλ. δολ. Η.Π.Α.,
- Οι εξαγωγές **σε επιτραπέζιες ελιές** (Δ.Κ. 200570) **αυξήθηκαν κατά 35,2%**, από 59 σε 80 χιλ. δολ. Η.Π.Α..



Στον αντίποδα, κάμψη σημείωσαν οι εξαγωγές μας σε **αλουμίνια** (Δ.Κ. 7606, -76,5%), **ελαιόλαδο** (Δ.Κ. 150910, -42%) και **γούνινα παλτά** (Δ.Κ. 4303, -43,5%).

Από εκτεταμένες συζητήσεις με Έλληνες εξαγωγείς, Κορεάτες εισαγωγείς και ευρύτερη παρατήρηση της εδώ αγοράς, σημειώνουμε τα κατωτέρω:

1. Η μεγάλη αύξηση των εξαγωγών κονσέρβας ροδακίνου αποδίδεται κατά κύριο λόγο στην επιτυχία της επιχειρηματικής αποστολής τροφίμων που διοργανώθηκε από την Ελληνική Πρεσβεία στις 18 Νοεμβρίου 2019.
2. Η κατασκευαστική δραστηριότητα στην Κορέα δεν παρουσίασε κάμψη άξια λόγου εν μέσω πανδημίας.
3. Σε ότι αφορά τα καταναλωτικά αγαθά, οι οδηγίες τήρησης κοινωνικών αποστάσεων σε συνδυασμό με το ήδη, προ κορονοϊού, ιδιαίτερα ισχυρό δίκτυο ηλεκτρονικού εμπορίου, σε πολλές περιπτώσεις τόνωσαν (ελλείψει άλλων διεξόδων) τον καταναλωτισμό του Κορεατικού κοινού και, κατά προέκταση, τις πωλήσεις ελληνικών προϊόντων και τον κύκλο εργασιών των εισαγωγέων τους.
4. Σύμφωνα με τους Κορεάτες εισαγωγείς, θετικό ρόλο είχε επίσης το άπαξ διατεθέν πακέτο οικονομικής ενίσχυσης των νοικοκυριών και, συνεπώς, της κατανάλωσης από την κυβέρνηση της χώρας.
5. Αντίθετα επλήγησαν οι πωλήσεις προϊόντων που είτε είναι ασύμβατα με το μοντέλο διάθεσης μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου (γούνινα παλτά) είτε δεν επιτρέπεται καν να διατεθούν μέσω αυτού (αλκοολούχα). Χαρακτηριστικά, ενώ οι εξαγωγές ελληνικού **κρασιού** αυξήθηκαν κατά το πρώτο δίμηνο τρέχοντος έτους κατά 50%, στην συνέχεια, λόγω έξαρσης της COVID-19 περιορίστηκαν σημαντικά κατά το δεύτερο δίμηνο, με αποτέλεσμα να κλείσει το πρώτο τετράμηνο στα επίπεδα περίπου του αντίστοιχου διαστήματος του περασμένου έτους.
6. Η έλλειψη απευθείας αεροπορικής σύνδεσης Ελλάδας – Νοτίου Κορέας, η κατά ισχυρή προτεραιότητα χρήση του χώρου (cargo) των εμπορευματικών αεροπορικών μεταφορών για υγειονομικό υλικό και η μειωμένη συχνότητα άφιξης φορτίων δια θαλάσσης προκάλεσαν αφενός καθυστερήσεις στην προμήθεια της αγοράς με ελληνικά προϊόντα και, αφετέρου, διπλασιασμό του μεταφορικού κόστους για τις θαλάσσιες και εξαπλασιασμό του για τις εναέριες μεταφορές. Κατά συνέπεια, παρά τον αυξημένο κύκλο εργασιών, οι περισσότεροι εισαγωγείς σημείωσαν σοβαρή μείωση των περιθωρίων κέρδους.



B. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

B.1 Θεσμικό πλαίσιο

B.1.1 Νομικές Μορφές Εταιριών

Στην Κορέα υφίστανται πέντε (5) κύριες νομικές μορφές εταιρειών:

1. **Private Enterprise** (Saeob Ja, Ατομική Επιχείρηση): Αποτελείται από ένα φυσικό πρόσωπο το οποίο ασκεί την δραστηριότητά της.
2. **Limited Liability Corporation** (Yuhan Hoesa): Ο πιο συνήθης τύπος εταιρείας, πρέπει να έχει τουλάχιστον έναν διευθύνοντα και έναν μέτοχο. Απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο της τάξης των 9.000 ευρώ για την δημιουργία της. Η ευθύνη των εταίρων είναι περιορισμένη και ανέρχεται έως του ύψους του κατατεθειμένου εταιρικού κεφαλαίου.
3. **Joint Stock Corporation** (Chusik Hoesa): Οι μέτοχοι έχουν ευθύνη που ανέρχεται στο ποσό που αντιπροσωπεύουν οι μετοχές τους. Οι μετοχές μεταβιβάζονται ελεύθερα αν και σε ορισμένες περιπτώσεις απαιτείται η σύμφωνη γνώμη του Διοικητικού Συμβουλίου. Οι εταιρείες αυτές είναι υποχρεωμένες να προσκαλούν συνελεύσεις των μετόχων τουλάχιστον μία φορά ετησίως, προκειμένου να συζητηθούν τα οικονομικά αποτελέσματα της εταιρείας και η κατανομή μερισμάτων.
4. **Limited Liability Partnership** (Harja Hoesa): Οι εταίροι διακρίνονται σε εκείνους που έχουν απεριόριστη ευθύνη, δια της προσωπικής τους περιουσίας, και σε εκείνους που έχουν περιορισμένη ευθύνη έως του ύψους του κεφαλαίου που έχουν επενδύσει στην εταιρεία. Μόνο οι εταίροι απεριόριστης ευθύνης συμμετέχουν στην λήψη αποφάσεων που αφορούν την εταιρεία.
5. **General Partnership** (Harmyeong Hoesa): Όλοι οι εταίροι έχουν απεριόριστη ευθύνη, δια της προσωπικής τους περιουσίας. Απαιτείται ομοφωνία προκειμένου να μεταβιβαστεί η ιδιοκτησία της εταιρείας.

B.1.2 Διαδικασία ίδρυσης εταιρίας

Η ίδρυση εταιρίας στη Νότιο Κορέα είναι μια ιδιαίτερα απλοποιημένη διαδικασία, η οποία διαρκεί κατά μέσο όρο 4 ημέρες έναντι 8,3 ημέρες που είναι ο μέσος όρος των χωρών ΟΟΣΑ. Η διαδικασία ανοίγματος επιχείρησης προϋποθέτει την ύπαρξη διεύθυνσης που θα αποτελέσει την έδρα της επιχείρησης και περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

1. Αίτηση έγκρισης ίδρυσης επιχείρησης στο Δημαρχείο ή σε εξειδικευμένες κυβερνητικές υπηρεσίες. Τα ζητούμενα παραστατικά εξαρτώνται από τη νομική μορφή της εταιρίας και το αντικείμενο δραστηριοποίησής της. Η διαδικασία έγκρισης διαρκεί λίγες ημέρες.
2. Απόκτηση εταιρικής και προσωπικής σφραγίδας.
3. Εγγραφή στο πρωτοδικείο και τις φορολογικές αρχές.
4. Καταχώρηση της εταιρίας σε διάφορους ασφαλιστικούς οργανισμούς (National Pension Fund, Public Health Insurance Program, Employment Insurance).
5. Μετά τις ανωτέρω εγγραφές, η νέα επιχείρηση αποκτά νομική υπόσταση και εμβάζεται το προβλεπόμενο κατατεθειμένο κεφάλαιο στον τραπεζικό της λογαριασμό.



B.1.3 Καθεστώς αδειοδοτήσεων

Δεν έχουμε να αναφέρουμε κάτι.

B.1.4 Σήμανση / πιστοποίηση προϊόντων (ετικέτες, πιστοποιήσεις)

Όλα τα εισαγόμενα στη Νότιο Κορέα προϊόντα πρέπει να αναφέρουν υποχρεωτικά στην ετικέτα τους την χώρα προέλευσης (Country of Origin Labelling). Πέραν τούτου υφίστανται συγκεκριμένες συμπληρωματικές απαιτήσεις για τις ετικέτες, οι οποίες καθορίζονται από κανονισμούς και εγκυκλίους των καθ' ύλη αρμόδιων Κορεατικών υπηρεσιών ανάλογα με το προϊόν.

Καταρχάς, οι Έλληνες εξαγωγείς οφείλουν να δίνουν μεγάλη προσοχή στις **ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΡΟΣ ΕΞΑΓΩΓΗ**, καθώς η εγχώρια νομοθεσία είναι αυστηρή και η ερμηνεία των προβλεπόμενων 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;)
- **Με μειωμένη περιεκτικότητα σε αλάτι** (Ποια είναι η φυσιολογική περιεκτικότητα; Πόσο μειωμένη; Ποιος το πιστοποιεί αυτό; Ο Οργανισμός που το βεβαιώνει είναι πιστοποιημένος; Ποια η ακριβής επίπτωση στην ανθρώπινη υγεία από ένα προϊόν με μειωμένη ποσότητα αλατιού;)
- **Υγιινό 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.

Επιπλέον, σε όλα τα εισαγόμενα προϊόντα επικολλάται αυτοκόλλητο (sticker) στην Κορεατική γλώσσα, το οποίο πρέπει να περιλαμβάνει:

Για τα τρόφιμα

- Χώρα προέλευσης
- Όνομα προϊόντος
- Κατηγορία προϊόντος
- Όνομα και Διεύθυνση εισαγωγέα
- Ημερομηνία παραγωγής
- Ημερομηνία λήξης
- Ποσότητα (βάρος, όγκος, αριθμός τεμαχίων)
- Συστατικά
- Θρεπτική αξία

Για τα καλλυντικά

- Μέγεθος προϊόντος
- Ημερομηνία παραγωγής
- Ονομασία προϊόντος



- Οδηγίες χρήσης
- Συστατικά
- Διεύθυνση κατασκευαστή, διεύθυνση και τηλέφωνο εισαγωγέα
- Αριθμός παρτίδας (lot number)

Για τα φαρμακευτικά

- Χώρα προέλευσης
- Ονόματα και διευθύνσεις παραγωγού και εισαγωγέα
- Ονομασία προϊόντος
- Ημερομηνία παραγωγής και αριθμός παρτίδας (batch number)
- Ονόματα και περιεκτικότητες συστατικών
- Ποιότητα
- Αριθμός τεμαχίων
- Οδηγίες αποθήκευσης
- Ημερομηνία λήξης διανομής
- Οδηγίες χρήσης
- Αριθμός άδειας εισαγωγής
- Ενδεδειγμένες χρήσεις
- Τιμή εισαγωγής και προτεινόμενη λιανική τιμή

Για τα κλωστοϋφαντουργικά

- Χώρα προέλευσης
- Σύνθεση υφάσματος, ποσοστιαία περιεκτικότητα σε ίνες
- Όνομα Παραγωγού
- Όνομα Εισαγωγέα
- Μέγεθος
- Οδηγίες καθαρισμού

B.1.5 Τιμολόγηση

Δεν έχουμε να αναφέρουμε κάτι.

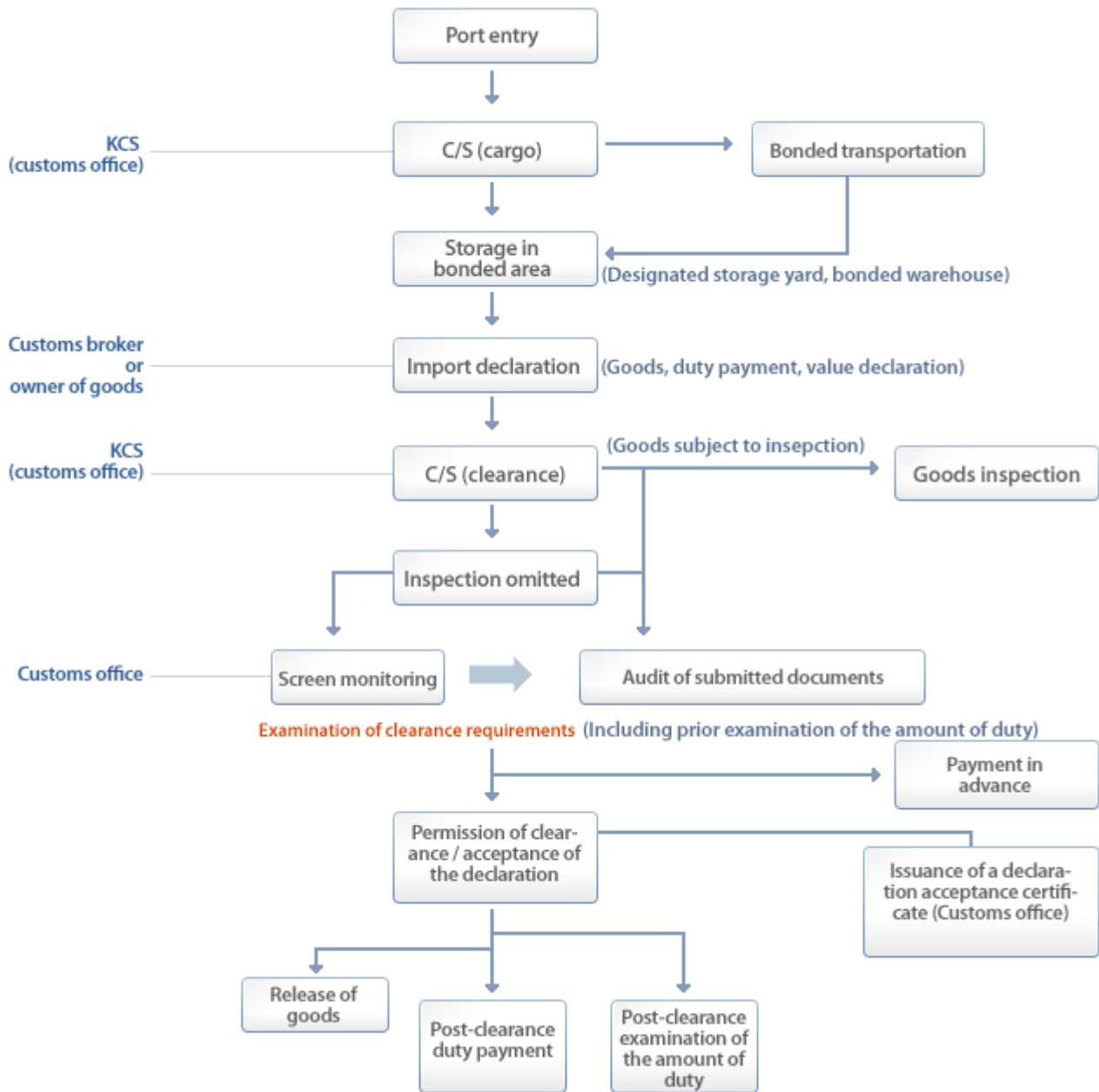
B.1.6 Τελωνειακή νομοθεσία (Διαδικασία – Αρχές)

Η Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Ν. Κορέας έχει γενικά απλουστεύσει τις διαδικασίες εισαγωγής ευρωπαϊκών προϊόντων στην Κορέα. Η λειτουργία των Κορεατικών τελωνείων περιγράφεται αναλυτικά στην ιστοσελίδα τους στον σύνδεσμο

http://www.customs.go.kr/kcshome/main/content/ContentView.do;jsessionid=0k1bdxqphp32HDcybXMf37dhT2GSRXJnfY7sGPCYGGQpyDB0n4GQX!22074067?contentId=CONTENT_ID_000001332&layoutMenuNo=21051



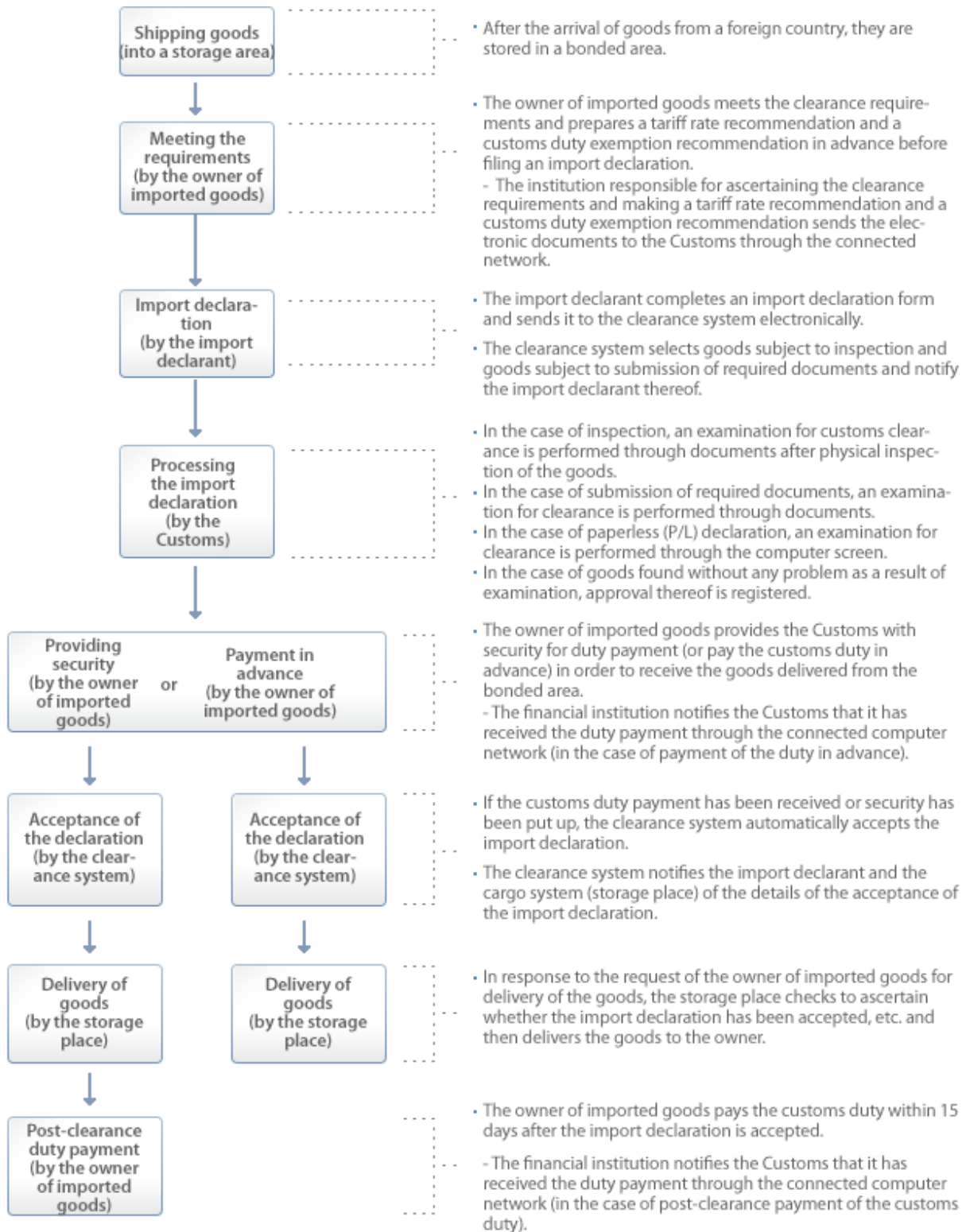
Το διάγραμμα ροής της λειτουργίας τους είναι το κατωτέρω





B.1.7 Διαδικασίες εισαγωγής / περιορισμοί εισαγωγών

Αντίστοιχα, το διάγραμμα ροής του εκτελωνισμού εισαγομένων ειδών έχει ως εξής



Από 1/7/2011 που ετέθη σε ισχύ η Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Ν. Κορέας, οι δασμοί για τα περισσότερα προϊόντα καταργήθηκαν ή μειώνονται σταδιακά ανάλογα με την προβλεπόμενη μεταβατική περίοδο, πλην ορισμένων εξαιρέσεων για ευαίσθητα προϊόντα.



Β.1.8 Μη δασμολογικά εμπόδια πρόσβασης ελληνικών προϊόντων στην Κορεατική αγορά.

ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ, ΝΑΥΤΙΛΙΑ: Παρά την συνεχιζόμενη ισχυρότατη στήριξη που προσφέρουν οι Έλληνες εφοπλιστές στα Κορεατικά ναυπηγεία (και κατ' επέκταση στην Κορεατική οικονομία), μέσω εκτεταμένων παραγγελιών πλοίων, τα τελευταία εξακολουθούν να εφαρμόζουν ως πάγια πρακτική την **μη συμπερίληψη Ελληνικών κατασκευαστικών εταιρειών Ναυτιλιακού Εξοπλισμού στη λίστα των προμηθευτών τους** (standard makers' list). Οι γνωστές αιτιάσεις των Κορεατικών ναυπηγείων περί ποιότητας, εμπειρίας και ανταγωνιστικότητας ευσταθούν έως ενός –περιορισμένου- σημείου, ωστόσο το φαινόμενο, στο σύνολό του, αποτελεί τελικά μη δασμολογικό εμπόδιο προστασίας της εγχώριας βιομηχανίας.

Στο μεταξύ, το “Πενταετές Σχέδιο για την Αναζωογόνηση της Ναυτιλιακής Βιομηχανίας” (The Five-year plan for the Shipping Industry Revival) του Κορεατικού Υπουργείου Ωκεανών και Αλιείας, το οποίο προβλέπει επιδοτήσεις της ναυπηγικής βιομηχανίας, προτιμησιακό καθεστώς για τους εγχώριους υπεργολάβους και μέτρα προστατευτισμού, τα οποία δημιουργούν σαφείς προϋποθέσεις προτιμησιακής μεταχείρισης ναυλώσεων εσωτερικού/εξωτερικού, προς και από τα Κορεατικά λιμάνια υπέρ των εγχωρίων ναυτιλιακών εταιρειών, περιορίζοντας τις δυνατότητες πρόσβασης του αλλοδαπού εφοπλισμού σε αυτά.

ΦΥΤΟΪΓΕΙΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΦΡΟΥΤΩΝ – ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΡΕΑΤΟΣ: Η φυτοϋγειονομική διαδικασία προκειμένου να επιτραπεί η εισαγωγή φρέσκων φρούτων από την Ε.Ε. προς την Κορέα είναι εξαιρετικά αργή, ενώ η αρμόδια Κορεατική Αρχή Animal and Plant Quarantine Agency, επικαλούμενη υποστελέχωση, αρνείται να εξετάσει ταυτόχρονα άνω του ενός προϊόντα από κάθε κράτος-μέλος. Η σχετική διαδικασία για το ελληνικό ακτινίδιο ξεκίνησε το 2013 και ολοκληρώθηκε μόλις τον Απρίλιο του 2020. Η καθυστέρηση σε τέτοιο βαθμό αποτελεί μη δασμολογικό εμπόδιο πρόσβασης στην κορεατική αγορά. Στην συνέχεια θα υποβληθεί αντίστοιχο αίτημα για τα κεράσια ή τα δαμάσκηνα.

Η αντίστοιχη διαδικασία για τα προϊόντα χοιρινού κρέατος ξεκίνησε τον Δεκέμβριο του 2017 και βρίσκεται σε πρωταρχικό στάδιο. Η Κορεατική πλευρά ζήτησε επιπλέον στοιχεία από τις Ελληνικές Αρχές.

ΜΕΛΙ: Η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας προβλέπει εφέτος ποσόστωση εισαγωγής ευρωπαϊκού μελιού με μηδενικό δασμό 63 τόνων ενώ η αντίστοιχη με τις Η.Π.Α. (KORUS) 253.5 τόνους. Επίσης, η ποσόστωση κατανέμεται στους εισαγωγείς μέσω δημοπρασίας από την Korea Agrofisheries and Food Corporation. Καθώς το 85-90% του εισαγόμενου ευρωπαϊκού μελιού στην Κορέα είναι ελληνικό, ο ανταγωνισμός από τις Η.Π.Α. είναι ουσιαστικά αθέμιτος ενώ η διαδικασία πλειστηριασμού δημιουργεί στρεβλώσεις στην αγορά καθώς επιβαρύνει την τελική τιμή του προϊόντος.

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ: Παρότι η ονομασία δεν τυγχάνει προστασίας προϊόντος ΠΟΠ/ΠΓΕ, η ευρύτερη χρήση του όρου στη Νότιο Κορέα είναι απαράδεκτη και παραπλανητική για τον καταναλωτή, καθώς χαρακτηρίζει αδιακρίτως προϊόντα των οποίων τα συστατικά, η διαδικασία παρασκευής, η υφή και η γεύση ουδεμία σχέση έχουν με το αυθεντικό ελληνικό γιαούρτι, ενώ ταυτόχρονα συνοδεύονται και από ξεκάθαρες οπτικές αναφορές στην χώρα μας (Παρθενώνας, Κίονες Ναών, Ορθόδοξες εκκλησίες, εικόνες από τα ελληνικά νησιά, έως και την ελληνική σημαία), με αποτέλεσμα την παραπλάνηση του Κορεάτη καταναλωτή. Η έλλειψη κανονιστικού πλαισίου για τις πρώτες ύλες και την διαδικασία παραγωγής γιαουρτιού



αποτελεί μη δασμολογικό εμπόδιο, καθώς επιτρέπει στα εγχώρια προϊόντα να πωλούνται στην αγορά σε τιμές υποπολλαπλάσιες του αυθεντικού εισαγόμενου ελληνικού και ταυτόχρονα να το δυσφημίζουν με την χαμηλή τους ποιότητα. Με άξονα την αυστηρότατη Κορεατική νομοθεσία προστασίας του καταναλωτή, αίτημά μας είναι, **καταρχάς η απάλειψη των οπτικών αναφορών, η εισαγωγή σαφούς κανονιστικού πλαισίου και η αλλαγή της ονομασίας του εγχώρια παραγόμενου προϊόντος με χρήση του όρου “Greek Style”.**

ΥΠΕΡΒΟΛΙΚΕΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΕΣ: Η λήψη δυσανάλογα μεγάλων δειγμάτων για υγειονομικούς και φυτοϋγειονομικούς ελέγχους από τα Κορεατικά τελωνεία επηρεάζει αρνητικά τα προϊόντα γκουρμέ περιορισμένης ποσότητας και υψηλής αξίας, όπως το **Μέλι Κυθήρων**, και, σε κάποιες περιπτώσεις επιβαρύνει εξαιρετικά την τελική τιμή καταναλωτή ή καθιστά αδύνατη την διάθεσή τους στην αγορά.

ΕΚΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ ΕΛΕΥΘΕΡΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ Ε.Ε. – Ν. ΚΟΡΕΑΣ: Η Συμφωνία που τέθηκε σε ισχύ το 2011 εμφανίζει σημεία κόπωσης ενώ η αντίστοιχη που υπεγράφη πρόσφατα με την Ιαπωνία είναι σαφώς πιο μοντέρνα και εναρμονισμένη με το πνεύμα των καιρών. Από ελληνικής πλευράς, ζητείται επανεξέταση, αν όχι κατάργηση, των ποσοστώσεων μελιού (βλ. ανωτέρω) και εμπλουτισμός της λίστας ευρωπαϊκών προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ που αναγνωρίζονται στην Κορέα. Αναφέρουμε χαρακτηριστικά τον ερυθρό κρόκο Κοζάνης (προϊόν Π.Ο.Π. αναγνωρισμένο στην Ε.Ε. αλλά όχι στην Κορέα) που πληροφορούμαστε ότι ήδη αντιμετωπίζει ανταγωνισμό από εισαγωγές από την Κίνα.

B.1.9 Εξασφάλιση πιστώσεων

Οι Κορεατικές εταιρείες έχουν, σε γενικές γραμμές, εύκολη πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό, με επιτόκια που κυμαίνονται από 1,50 έως 1,70%.

Σε ότι αφορά στους αλλοδαπούς, η δανειοδότηση είναι επίσης εφικτή αλλά με σοβαρότερη γραφειοκρατική διαδικασία (η οποία φυσικά διεκπεραιώνεται αποκλειστικά στα κορεατικά) και αυστηρότερες εγγυήσεις για την αποπληρωμή του δανείου.

B.1.10 Καθεστώς ιδιοκτησίας

Δεν καταγράφονται περιορισμοί ή ιδιαιτερότητες στην κτήση βιομηχανικών, εμπορικών και οικιστικών περιουσιακών στοιχείων από αλλοδαπούς στη Νότιο Κορέα.

B.1.11 Εργασιακό καθεστώς

Η καλπάζουσα τεχνολογική πρόοδος και η δημογραφική γήρανση επιδρούν και πιέζουν ισχυρά την αγορά εργασίας της Νοτίου Κορέας, καθώς 43% των εργαζομένων αντιμετωπίζουν την προοπτική αντικατάστασης ή βαθιάς μετατροπής της φύσης της εργασίας που επιτελούν εξαιτίας της εισαγωγής ή εξέλιξης βιομηχανικών αυτοματισμών. Η κατάσταση επιδεινώνεται λόγω του ταχέως γηράσκοντος εργαζόμενου πληθυσμού και της ιδιαίτερης, βαθιά κατακερματισμένης σύνθεσής του, με 21% εργαζόμενους μερικής απασχόλησης και 20% αυτοαπασχολούμενους.

Παρά την προσπάθεια της κυβέρνησης να ισχυροποιήσει και επεκτείνει την προστασία και ασφαλιστική κάλυψη των δύο αυτών κατηγοριών εργαζομένων, οι εξελίξεις στην αγορά φαίνεται να τρέχουν γρηγορότερα από την βελτίωση του κανονιστικού πλαισίου. Οι μορφές αυτές αγοράς δεν αποτελούν βέβαια καινούργιο φαινόμενο για την Κορέα, πλην όμως η συνεχής προσπάθεια βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας και η εισαγωγή νέων μορφών



εργασίας που συνδέονται με το διαδίκτυο συντελούν στο γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των εργαζομένων αυτών δεν έχει καμία ή έχει πολύ ασθενή ασφαλιστική κάλυψη, ενώ και η πρόβλεψη για τους ανέργους είναι ισχνή.

Επιπρόσθετα, το ποσοστό των εργαζομένων που ανήκει σε συνδικάτα φθίνει εδώ και δεκαετίες και έχει περιοριστεί από 12,4% του εργαζόμενου πληθυσμού το 1985 σε 10,5% το 2017, με αποτέλεσμα το αντίστοιχο ποσοστό που καλύπτεται από συλλογικές συμβάσεις να μειωθεί από 14,5% σε 13,1% στο ίδιο χρονικό διάστημα και οι ενώσεις των εργοδοτών να μην διαθέτουν πολλές φορές ξεκάθαρο θεσμικό συνομιλητή. Η Κυβέρνηση της Νοτίου Κορέας επιχείρησε να αντιδράσει με την ίδρυση τριμερούς επιτροπής (Υπουργείο Εργασίας, εκπρόσωποι εργοδοτών και εργαζομένων), πλην όμως τα αποτελέσματα δεν κρίνονται ικανοποιητικά.

Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, η συνεχιζόμενη κατάρτιση και επιμόρφωση του ενήλικου εργαζόμενου πληθυσμού αποκτά κρίσιμη σημασία αλλά και εκεί τα ποσοστά της Νοτίου Κορέας υπολείπονται του μέσου όρου χωρών ΟΟΣΑ. Ακόμη χειρότερα, η επιμόρφωση είναι πολύ συνηθέστερη μεταξύ των εργαζομένων με υψηλά προσόντα, με αποτέλεσμα να αυξάνει το χάσμα μεταξύ των υψηλά και χαμηλά αμειβομένων. Η Κυβέρνηση της Νοτίου Κορέας εξήγγειλε μέτρα αντιμετώπισης του προβλήματος, ώστε εντός του 2019, 100.000 εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης, αυτοαπασχολούμενοι και υπάλληλοι Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων αναμένεται να παρακολουθήσουν προγράμματα επαγγελματικής επιμόρφωσης.

B.2 Στρατηγική Εισόδου στην Αγορά της Νοτίου Κορέας

Βασική προϋπόθεση για την είσοδο στην αγορά, αποτελεί η προσαρμογή των προϊόντων στα καταναλωτικά πρότυπα της Κορέας π.χ. διαστάσεις, γεύσεις, σχεδιασμό, κλπ. Επίσης, απαιτείται μακροχρόνια προσπάθεια και συνεχής παρουσία με συχνές επισκέψεις, εκθέσεις, επιδείξεις και επικοινωνία με τους εδώ συνεργάτες. Η διαφήμιση στην Κορέα είναι πολύ αναπτυγμένη και χρησιμοποιεί πληθώρα μέσων και πρακτικών, αλλά συχνά ξεφεύγει των δυνατοτήτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που αποτελούν συνήθως την πλειοψηφία των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων.

Οι τιμές των προϊόντων παίζουν μεγάλο ρόλο, ειδικά όταν πρόκειται για εισροές της παραγωγής και πρώτες ύλες. Όμως, το ίδιο ισχύει και για τα καταναλωτικά αγαθά, τα οποία συχνά επιβαρύνονται υπέρμετρα μέχρι να φτάσουν στον τελικό καταναλωτή, λόγω της πολυπλοκότητας και ανελαστικότητας του συστήματος διανομής.

Τα τελευταία χρόνια, η εμφάνιση των εκπτωτικών καταστημάτων συνέβαλε στην ανάπτυξη της αγοράς φθηνών προϊόντων. Παράλληλα όμως εξακολουθεί να υπάρχει έντονη ζήτηση και για επώνυμα προϊόντα.

Οι επιχειρηματίες που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στην Κορέα πρέπει να λάβουν υπόψη τα εξής:

- α) Υπάρχουν εμπόδια στην εισαγωγή ορισμένων προϊόντων, όπως για παράδειγμα τα οπωροκηπευτικά και τα προϊόντα κρέατος.
- β) Η συνεργασία με τον κατάλληλο αντιπρόσωπο αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την είσοδο στην αγορά.



- γ) Οι Κορεάτες επιχειρηματίες στην συντριπτική τους πλειοψηφία είναι αξιόπιστοι, αλλά πάντα απαιτείται η δέουσα προσοχή, ειδικά για όσους έρχονται σε επαφή για πρώτη φορά με τη αγορά.
- δ) Η προσωπική επαφή παίζει καθοριστικό ρόλο στην επίτευξη συμφωνίας.
- θ) Οι συχνές επισκέψεις στην Κορέα και αντίστροφα, ενισχύουν το κλίμα συνεργασίας και εμπεδώνουν τις προσωπικές σχέσεις.
- ι) Επειδή τα ελληνικά προϊόντα δεν είναι γνωστά στην Κορέα, απαραίτητη είναι η συμμετοχή των ενδιαφερομένων σε εκθέσεις και επιχειρηματικές αποστολές.

B.2.1 Συνεργασία με Αντιπροσώπους/διανομείς

Δεν υπάρχουν σοβαρές ιδιαιτερότητες στις σχέσεις με τους Κορεάτες αντιπροσώπους-διανομείς. Χρειάζεται σίγουρα πολύ προσοχή πριν την υπογραφή των συμβολαίων, και ιδίως σε ότι αφορά την χώρα της οποίας το νομικό σύστημα είναι αρμόδιο για την επίλυση ενδεχομένων εμπορικών διαφορών.

Στην συνέχεια, από την στιγμή που θα υπογραφούν τα συμβόλαια συνεργασίας, είναι αρκούτσως ασυνήθιστο για τις Κορεατικές εταιρείες να παραβιάσουν τους όρους τους και το ίδιο φυσικά συστήνεται και στους Έλληνες επιχειρηματίες.

Σε ότι αφορά την ουσία των σχέσεων, η διαπροσωπική επικοινωνία δια ζώσης είναι εξαιρετικά σημαντική με βάση την κοινωνική και επιχειρηματική κουλτούρα της Νοτίου Κορέας, οπότε προτείνεται θερμά η, όσο το δυνατόν, τακτική ανταλλαγή επισκέψεων και η ανάπτυξη απτών κοινωνικών σχέσεων με τους Κορεάτες εταίρους.

Επίσης, εκτιμούνται ιδιαίτερα οι πρωτοβουλίες για την προβολή-προώθηση των εξαγόμενων προϊόντων και την ενίσχυση του μεριδίου τους στην Κορεατική αγορά, αλλά σε κάθε περίπτωση πρέπει να τονίζεται και να επιδιώκεται η εν λόγω προσπάθεια και η χρηματοδότησή της να επιμερίζεται στις δύο πλευρές.

B.2.2 Δημιουργία θυγατρικής/υποκαταστήματος/αντιπροσωπίας.

Υπάρχουν τρεις μορφές εταιρειών που μπορεί να ιδρύσει μια αλλοδαπή εταιρεία στη Νότιο Κορέα, Θυγατρική Εταιρεία (Subsidiary Company), Υποκατάστημα (Foreign Branch) ή Γραφείο Αντιπροσωπίας (Liaison Office).

Θυγατρική Εταιρεία

Η αρχική επένδυση θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 100 εκατομμύρια γουόν (περί τις 80.000 ευρώ). Δημιουργείται ξεχωριστή νομική οντότητα με τον δικό της ισολογισμό, υποχρεώσεις και χρέη, τα οποία δεν δεσμεύουν την μητρική εταιρεία. Από την άλλη πλευρά, αυξάνεται η πολυπλοκότητα σε ότι αφορά την διαχείριση, την διοίκηση και την συμμόρφωση προς τους νόμους και κανονισμούς της Κορέας.

Σε γενικές γραμμές, τα βήματα εγγραφής της θυγατρικής εταιρείας έχουν ως εξής:

α. Δημιουργία εταιρικής σφραγίδας,

β. Ορισμός εταιρείας για την έμβαση του μετοχικού κεφαλαίου. Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας εγγραφής, η εταιρεία μπορεί να ανοίξει τραπεζικό λογαριασμό σε εμπορική τράπεζα της Κορέας, όπου και θα εμβασθεί το κεφάλαιό της.

γ. Πληρωμή του φόρου σύστασης επιχείρησης (Corporate Registration Tax Bill), του χαρτοσήμου (Incorporation Fee) και ολοκλήρωση της εγγραφής της εταιρείας on-line μέσω



της πλατφόρμας Start-Biz www.startbiz.go.kr. Απαιτείται η ηλεκτρονική υποβολή των στοιχείων ταυτότητας των εταίρων και των εταιρικών παραστατικών στα Κορεατικά.

δ. Πληρωμή εγγραφής στην Κοινωνική Ασφάλιση (Social Security Registration Fees), πάντα μέσω της πλατφόρμας Start-Biz. Απαιτείται η πληρωμή εγγραφής στο Πρόγραμμα Ασφάλισης Δημόσιας Υγείας (Public Health Insurance Program), στο Ταμείο Εθνικής Συνταξιοδότησης (National Pension Fund), στο Ταμείο Ανεργίας (Employment Insurance) και στο Ασφαλιστικό Ταμείο Βιομηχανικών Ατυχημάτων (Industrial Accident Compensation Insurance).

ε. Άνοιγμα εταιρικού τραπεζικού λογαριασμού.

στ. Δημιουργία εταιρικής έδρας.

ζ. Εάν η εταιρεία απασχολεί τουλάχιστον δέκα εργαζομένους, θα πρέπει να υποβάλλει καταστατικό όρων εργασίας (Rules of Employment) στην αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Εργασίας.

Υποκατάστημα

Ένα υποκατάστημα δύναται να δραστηριοποιείται και να δημιουργεί κέρδη στην Κορέα αλλά δεν διαθέτει εγχώρια θεσμική οντότητα, δεν αναγνωρίζεται ως άμεση επένδυση από την αλλοδαπή και θεωρείται ότι αποτελεί την ίδια θεσμική οντότητα με την μητρική εταιρεία σε ότι αφορά τόσο στην διοίκηση όσο και στην λογιστική διαχείριση. Είναι απλούστερα γραφειοκρατικά και φθηνότερα στην δημιουργία τους από μια θυγατρική εταιρεία. Αντίθετα από τα Γραφεία Αντιπροσωπείας, μπορούν να έχουν άμεση εμπορική δραστηριότητα και εισπράξεις, ενώ υφίσταται ένας βαθμός διαχωρισμού των χρεών και υποχρεώσεών τους σε σχέση με την μητρική εταιρεία. Συνήθως προτείνονται για επιχειρηματικές δραστηριότητες περιορισμένου σχετικά βεληνεκούς, η επέκταση των οποίων συνήθως οδηγεί σε αναβάθμιση του υποκαταστήματος σε θυγατρική εταιρεία.

Σε γενικές γραμμές, τα βήματα δημιουργίας υποκαταστήματος έχουν ως εξής:

α. Ορισμός τράπεζας εκτός Κορέας για την αποστολή μελλοντικών εμβασμάτων, κεφαλαίου κίνησης κλπ. Κοινοποίηση επίσημα μεταφρασμένων σχετικών παραστατικών σε Κορεατική τράπεζα με άδεια χειρισμού ξένου συναλλάγματος.

β. Εγγραφή του υποκαταστήματος στο τοπικό δικαστικό Γραφείο Μητρώου (Court Registry Office). Ορισμός του αντιπροσώπου (όχι κατ' ανάγκη Κορεάτη υπηκόου), ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την διαχείριση του υποκαταστήματος.

γ. Εγγραφή στις φορολογικές αρχές και απόκτηση πιστοποιητικού και αριθμού εγγραφής (Business Registration Certificate and Number). Ο εν λόγω αριθμός χρησιμοποιείται και για την απόδοση του Φ.Π.Α.

δ. Άνοιγμα εταιρικού τραπεζικού λογαριασμού

ε. Δημιουργία εταιρικής έδρας.

στ. Εγγραφή στο σύστημα Κοινωνικής Ασφάλισης, υποχρεωτικά στο Πρόγραμμα Ασφάλισης Δημόσιας Υγείας και στο Ασφαλιστικό Ταμείο Βιομηχανικών Ατυχημάτων αλλά και στο Ταμείο Εθνικής Συνταξιοδότησης εφόσον το υποκατάστημα απασχολεί πέντε τουλάχιστον εργαζομένους.

ζ. Εάν το υποκατάστημα απασχολεί τουλάχιστον δέκα εργαζομένους, θα πρέπει να υποβάλλει καταστατικό όρων εργασίας (Rules of Employment) στην αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Εργασίας.



Αντιπροσωπία

Η αντιπροσωπία, αντίθετα από τις δύο προηγούμενες οντότητες, δεν ασκεί εμπορική δραστηριότητα και πωλήσεις και, επομένως, δεν μπορεί να καταγράψει κέρδη. Η λειτουργία της λοιπόν περιορίζεται σε μη εμπορικές δραστηριότητες, όπως η έρευνα αγοράς και η έρευνα και ανάπτυξη προϊόντων (R&D). Ως εκ τούτου, η ίδρυση και λειτουργία της είναι απλούστερη και φθηνότερη, ωστόσο εξακολουθούν να ισχύουν οι προϋποθέσεις γνωστοποίησης της ίδρυσής της σε Κορεατική Τράπεζα με άδεια χειρισμού ξένου συναλλάγματος, όπως και η εγγραφή της στις φορολογικές αρχές.

Σε γενικές γραμμές, τα βήματα δημιουργίας αντιπροσωπίας έχουν ως εξής:

- α. Γνωστοποίηση δημιουργίας της αντιπροσωπίας σε Κορεατική Τράπεζα με άδεια χειρισμού ξένου συναλλάγματος.
- β. Εγγραφή στις φορολογικές αρχές και απόκτηση πιστοποιητικού και αριθμού εγγραφής (Business Registration Certificate and Number).
- γ. Δημιουργία εταιρικής έδρας.
- δ. Εγγραφή στο σύστημα Κοινωνικής Ασφάλισης, υποχρεωτικά στο Πρόγραμμα Ασφάλισης Δημόσιας Υγείας και στο Ασφαλιστικό Ταμείο Βιομηχανικών Ατυχημάτων αλλά και στο Ταμείο Εθνικής Συνταξιοδότησης εφόσον η αντιπροσωπία απασχολεί πέντε τουλάχιστον εργαζομένους.
- ε. Εάν το υποκατάστημα απασχολεί τουλάχιστον δέκα εργαζομένους, θα πρέπει να υποβάλλει καταστατικό όρων εργασίας (Rules of Employment) στην αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Εργασίας.

B.2.3 Δίκτυα Διανομής

Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της Κορέας είναι συγκεντρωμένο στα μεγάλα αστικά κέντρα, όπως Seoul, Busan, Incheon, Daegu και Daejeon, τα οποία αποτελούν και τα σημαντικότερα κέντρα διανομής εμπορευμάτων.

Ειδικότερα, στην ευρύτερη περιοχή της Σεούλ και τις περιβάλλουσες αυτήν δορυφορικές πόλεις, συγκεντρώνεται το 27% του πληθυσμού της χώρας, στο οποίο αντιστοιχεί το 45% της συνολικής καταναλώσεως αγαθών.

Το δίκτυο διακίνησης εμπορευμάτων είναι εξαιρετικά αναπτυγμένο και περιλαμβάνει ένα εκτεταμένο οδικό δίκτυο, σύγχρονους σιδηροδρόμους, εξαιρετικές λιμενικές εγκαταστάσεις, οκτώ διεθνή αεροδρόμια και επτά για πτήσεις εσωτερικού.

Στην Κορέα υπάρχει ένα παραδοσιακό σύστημα διανομής, το οποίο εξακολουθεί να παίζει σημαντικό ρόλο και περιλαμβάνει τα μικρά οικογενειακά καταστήματα, τις παραδοσιακές αγορές και τους υπαίθριους ή πλανόδιους πωλητές.

Όμως, τα εισαγόμενα προϊόντα διακινούνται κυρίως από το σύγχρονο σύστημα διανομής που περιλαμβάνει μεγάλα πολυκαταστήματα, υπεραγορές, εμπορικά κέντρα, αλυσίδες καταστημάτων, μπουτίκ, εκπτωτικά καταστήματα, κλπ.



Στην Κορέα το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι εξαιρετικά αναπτυγμένο και ειδικά το τηλεμάρκετινγκ και οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου. Οι συνολικές πωλήσεις του τηλεμάρκετινγκ ανέρχονται σε \$ 3,5 δις και διενεργούνται κυρίως από τις επιχειρήσεις CJ, Hyundai, GS, Lotte, and Nongsusan.

Η Κορέα διαθέτει πολύ προηγμένη διαδικτυακή υποδομή και κουλτούρα που την καθιστά ιδανική χώρα για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Το 98% του πληθυσμού έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, ενώ υπάρχουν πάνω από 30.000 διαδικτυακοί τόποι πώλησης. Το 2017 οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου έφτασαν τα 83 δις \$ Η.Π.Α., σημειώνοντας αύξηση 42% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Μεγάλη άνθηση επίσης γνωρίζουν και οι πωλήσεις κατ' οίκον (door-to-door sales). Μεγαλύτερη διακίνηση door to door παρουσιάζουν το νωπό γάλα, το γιαούρτι και το εμφιαλωμένο νερό.

Το σύστημα διανομής στην Κορέα χαρακτηρίζεται από πληθώρα μεσαζόντων. Πρώτος μεσάζων είναι ο εμπορικός αντιπρόσωπος, εισαγωγέας ή διανομέας. Προτού φθάσουν στο λιανοπωλητή τα προϊόντα, διέρχονται μέσω καναλιών αντιπροσώπων ή χονδρεμπόρων.

Οι μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων συνήθως δεν αγοράζουν απευθείας από το εξωτερικό, αν και η πρακτική αυτή τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να αλλάζει. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι μεγάλες επιχειρήσεις του λιανεμπορίου εισάγουν αγαθά, μέσω εταιρειών διεθνούς εμπορίου που ανήκουν στον ίδιο όμιλο. Η προώθηση προϊόντων μέσω των θυγατρικών εταιρειών των μεγάλων ομίλων επιχειρήσεων δεν σημαίνει αυτόματα και την επιτυχή τους τοποθέτηση στη συγκεκριμένη αγορά. Οι μεγάλες εταιρείες διεθνούς εμπορίου συχνά υστερούν σε ευελιξία, σε σχέση με μικρότερες επιχειρήσεις που εισάγουν λιγότερα προϊόντα και επικεντρώνουν περισσότερο το ενδιαφέρον τους σε αυτά.

Το ποσοστό επιβάρυνσης των προϊόντων μέχρι να φτάσουν στον τελικό καταναλωτή έχει μεγάλη διακύμανση και υπολογίζεται μεταξύ 50% και 150%, ανάλογα με το προϊόν. Ο συντελεστής του ΦΠΑ είναι 10%, ενώ σε ορισμένα προϊόντα υπάρχουν και διάφοροι φόροι κατανάλωσης (ιδίως στα αλκοολούχα).

Για τα περισσότερα καταναλωτικά αγαθά τα ποσοστά μεικτού κέρδους έχουν ως εξής:

- Εμπορικός αντιπρόσωπος: Γενικώς 10%. Το ποσοστό αυξάνεται σε 15-18% όταν πρόκειται περί εισαγωγής προϊόντων υψηλής τεχνολογίας.
- Χονδρέμπορος : 15%
- Συνήθη καταστήματα: 15%
- Μικρά (οικογενειακά) καταστήματα: 15%
- Αλυσίδες supermarkets : 15-20%
- Πολυκαταστήματα : 20-35%
- Καταστήματα εκπτώσεων : 10-12%

Ενίοτε, οι εγχώριες βιομηχανίες εισάγουν προϊόντα ομοειδή προς τα δικά τους και τα προωθούν μέσω του δικτύου τους. Συχνά όμως υφίσταται κίνδυνος αντιγραφής του εισαγομένου προϊόντος.

B.2.4 Προώθηση – Διαφήμιση

Στην Κορέα, το σημαντικότερο μέρος της προώθησης-διαφήμισης των προϊόντων γίνεται μέσω του διαδικτύου και πιο συγκεκριμένα από τα κοινωνικά δίκτυα.



Εξέχουσας σημασίας είναι επίσης η προώθηση-διαφήμιση μέσω influencers, vloggers, διασημοτήτων (celebrities) και τοποθέτησης προϊόντων σε δημοφιλείς τηλεοπτικές σειρές (K-Dramas).

Δυστυχώς, οι επιλογές αυτές είναι συνήθως μάλλον απαγορευτικές για τις ελληνικές εταιρείες, λόγω κόστους, σε ορισμένες όμως περιπτώσεις υπάρχουν κάποιες δυνατότητες προβολής σε συνεργασία με τον Κορεάτη αντιπρόσωπο.

B.2.5 Πρακτικές οδηγίες

Η μεγάλη πλειοψηφία των Κορεατών επιχειρηματιών είναι αξιόπιστοι αλλά οπωσδήποτε δεν εκλείπουν τα φαινόμενα εξαπάτησης. Καταρχάς, συνιστάται η αρχική διερεύνηση ενός νέου επιχειρηματικού εταίρου μέσω του Γραφείου ΟΕΥ Σεούλ ενώ είναι δυνατόν και να του ζητηθούν τα στοιχεία των τραπεζικών του λογαριασμών. Στην συνέχεια, αν η Ελληνική εταιρεία είναι εισαγωγική, δεν πληρώνει ποτέ το σύνολο του τιμολογίου προκαταβολικά. Καταβάλλει μια προκαταβολή έως 30% του ποσού και για το υπόλοιπο χρησιμοποιεί τα εργαλεία της ενεργού πιστώσεως. Σε περίπτωση εξαγωγής, ζητείται η καταβολή προκαταβολής τουλάχιστον 30% και τα λοιπά ξανά με ενέγγυο πίστωση, ενώ αν υπάρχουν κάποιες αμφιβολίες για τον πελάτη αλλά ο εξαγωγέας επιθυμεί παρόλα αυτά να υλοποιήσει την συναλλαγή, προτείνεται η ασφάλιση της εξαγωγής μέσω ΟΑΕΠ.

Παρότι η οικονομία της Νοτίου Κορέας είναι ψηφιοποιημένη σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό, η υποβόσκουσα κουλτούρα της Άπω Ανατολής επιβάλλει την εγκαθίδρυση σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των επιχειρηματιών μέσω σειράς διαπροσωπικών συναντήσεων και εκατέρωθεν επισκέψεων. Για τον λόγο αυτό, οι Έλληνες επιχειρηματίες θα πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι πολλές φορές τα αρχικά email επικοινωνίας λαμβάνονται ως spam από τους Κορεάτες και ενδέχεται να μην απαντήσουν καν.

Απαιτούνται λοιπόν επαναληπτικές συναντήσεις δια ζώσης, κατά προτίμηση τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Κορέα. Να ληφθεί υπόψη ότι οι Κορεάτες είναι επιθετικοί επιχειρηματίες και σκληροί διαπραγματευτές, αλλά αν και όταν επιτευχθεί συμφωνία και υπογραφούν τα σχετικά συμβόλαια, τείνουν να τα τηρούν απαρέγκλιτα και οι επιχειρηματικές αυτές σχέσεις είναι συχνά μακροχρόνιες.

B.3 Καταναλωτικά Πρότυπα

Θα πρέπει να ληφθεί υπόψη, ότι οι καταναλωτικές συνήθειες των Κορεατών υφίστανται διαφοροποιήσεις ανάλογες με τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και τις κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές που επηρεάζουν το σύγχρονο τρόπο ζωής.

Ειδικότερα για τα τρόφιμα ορισμένα από τα χαρακτηριστικά της κορεατικής αγοράς είναι τα εξής:

- Σημαντικός είναι ο ρόλος των εστιατορίων, στα οποία υπολογίζεται ότι δαπανείται το ήμισυ περίπου της οικογενειακής δαπάνης για διατροφή.
- Υπάρχουν πάρα πολλοί μεσάζοντες
- Η πλειοψηφία των εταιρειών που ασχολούνται με το εμπόριο τροφίμων είναι μικρομεσαίες.
- Ο μεγαλύτερος κύκλος εργασιών στα τρόφιμα γίνεται οπωρολαχανικά, τα ψάρια και το κρέας.



- Η υποδομή δεν είναι η καλύτερη δυνατή.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του Κορεάτη καταναλωτή τροφίμων είναι τα εξής:

- Ιδιαίτερη έμφαση στην υγιεινή διατροφή
- Ισχυρή προτίμηση για την παραδοσιακή κορεατική διατροφή, αν και τελευταία υπάρχει τάση υιοθέτησης δυτικών διατροφικών προτύπων, κυρίως από τους νέους και τους πιο εύπορους.
- Σε γενικές γραμμές όμως δεν γνωρίζει πολλά πράγματα για τα εισαγόμενα προϊόντα.
- Το 46% των Κορεατών αγοράζουν εισαγόμενα προϊόντα ελκυσόμενοι από τη συσκευασία τους, και μόλις το 20%, λόγω της διατροφικής τους αξίας.

Οι Κορεάτες δεν συνηθίζουν να τοποθετούν στην κατάψυξη ή να διατηρούν στο ψυγείο φρέσκα προϊόντα. Αυτό γίνεται συνήθως για τυποποιημένα αγαθά όπως noodles, έτοιμα γεύματα, γαλακτοκομικά ή τον κιμά. Επειδή όμως υπάρχει τάση για ολοένα και μεγαλύτερη απασχόληση στους χώρους εργασίας με αντίστοιχη συνέπεια την εκ μέρους των εργαζομένων έλλειψη χρόνου για παρασκευή γευμάτων, είναι βέβαιο ότι μελλοντικά θα υπάρξει ακόμη μεγαλύτερη ζήτηση τυποποιημένων προϊόντων διατροφής.

Όλο και περισσότεροι Κορεάτες αγοράζουν πλέον προϊόντα μέσω των υπηρεσιών που προσφέρει το telemarketing και το διαδίκτυο, καθώς τα προμηθεύονται χωρίς να μετακινηθούν και παραδίδονται σπίτι τους. Ειδικά για το διαδικτυακό εμπόριο, η ραγδαία εξάπλωσή του οφείλεται στην ευρύτατα διαδεδομένη διαδικτυακή κουλτούρα, καθώς η Κορέα είναι μια από τις κορυφαίες χώρες σε συνδέσεις διαδικτύου.

Όσον αφορά στο telemarketing, η Κορέα μέσα σε ελάχιστα χρόνια αναδείχτηκε ως η δεύτερη μεγαλύτερη αγορά παγκοσμίως. Αρχικά το telemarketing αφορούσε κυρίως σε κοσμήματα και είδη ενδύσεως-υποδήσεως. Σήμερα το 35% των σχετικών εκπομπών διαφημίζουν προϊόντα υγείας και ομορφιάς. Έχει υπολογισθεί, ότι οι τηλεθεατές προγραμμάτων telemarketing στην Κορέα δαπανούν χρόνο 3-4 φορές περισσότερο από εκείνους των Η.Π.Α., κυρίως λόγω υψηλότερης ποιότητας προϊόντων διαφημιζομένων στα Κορεάτικα κανάλια.

B.4 Βιομηχανική Ιδιοκτησία

Στην Κορέα υπάρχει νομοθεσία προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων, αλλά σε πολλές περιπτώσεις εφαρμόζονται ιδιόζουσες πρακτικές που δημιουργούν προβλήματα. Ένα σημείο που πρέπει να προσέχουν οι ξένες επιχειρήσεις είναι να μην παραχωρούν τη διαχείριση των πνευματικών δικαιωμάτων τους στους αντιπροσώπους τους, γιατί σε περίπτωση άρσης της συνεργασίας θα αντιμετωπίσουν προβλήματα.

Οι ξένες επιχειρήσεις που θέλουν να κατοχυρώσουν εμπορικά σήματα ή ευρεσιτεχνίες πρέπει να τα υποβάλλουν στο Korea Intellectual Property Office (KIPO), η ιστοσελίδα του οποίου είναι: <http://www.kipo.go.kr/en/>. Η συνεργασία με δικηγορικό γραφείο που έχει άδεια λειτουργίας στην Κορέα είναι απαραίτητη για την ολοκλήρωση της διαδικασίας. Για τα



συγγραφικά δικαιώματα ισχύει αντίστοιχη διαδικασία καταχώρησης στο Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST), η ιστοσελίδα του οποίου είναι: <http://www.mcst.go.kr/english/index.jsp>.

Κατά τα άλλα, το πρόβλημα των απομιμητικών προϊόντων δεν είναι ιδιαίτερα σοβαρό στη Νότιο Κορέα.



Γ. ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ - ΔΑΣΜΟΛΟΓΗΣΗ

Γ.1 Συμφωνίες αποφυγής διπλής φορολογίας

Η Νότιος Κορέα έχει συνάψει τις ακόλουθες συμφωνίες αποφυγής διπλής φορολογίας:

Albania	Hungary	Papua New Guinea
Algeria	Iceland	Peru
Australia	India	Philippines
Austria	Indonesia	Poland
Azerbaijan, Republic of	Iran	Portugal
Bahrain	Ireland	Qatar
Bangladesh	Israel, Republic of	Romania
Belarus	Italy	Russia
Belgium	Japan	Saudi Arabia
Brazil	Jordan	Serbia
Brunei	Kazakhstan	Singapore
Bulgaria	Kenya	Slovakia
Canada	Kuwait	Slovenia
Chile	Kyrgyzstan	South Africa, Republic of
China, People's Republic of	Laos	Spain
Colombia, Republic of	Latvia	Sri Lanka
Croatia	Lithuania	Sweden
Czech Republic	Luxembourg	Switzerland
Denmark	Malaysia	Tajikistan
Ecuador	Malta	Thailand
Egypt	Mexico	Tunisia
Estonia	Mongolia	Turkey
Ethiopia	Morocco	Turkmenistan
Fiji	Myanmar	Ukraine
Finland	Nepal	United Arab Emirates
France	Netherlands	United Kingdom
Gabon	New Zealand	United States
Georgia	Norway	Uruguay
Germany	Oman	Uzbekistan
Greece	Pakistan	Venezuela
Hong Kong	Panama	Vietnam



Γ.2 Φορολογία Φυσικών προσώπων

Οι μόνιμοι κάτοικοι της Νοτίου Κορέας φορολογούνται στο σύνολο των εισοδημάτων τους από την Κορέα και το εξωτερικό ενώ οι μη μόνιμοι κάτοικοι της χώρας μόνο επί των εισοδημάτων τους επί Κορεατικού εδάφους. Οι συντελεστές φορολόγησης, ανάλογα με το προσωπικό εισόδημα, έχουν ως ακολούθως:

Income tax table for 2019

Taxable income		Total tax on income below	Tax rate on income in
bracket		bracket	bracket
From KRW	To KRW	KRW	Percent
0	12,000,000	0	6
12,000,001	46,000,000	720,000	15
46,000,001	88,000,000	5,820,000	24
88,000,001	150,000,000	15,900,000	35
150,000,001	300,000,000	37,600,000	38
300,000,001	500,000,000	94,600,000	40
500,000,001	Over	170,600,000	42

Γ.3 Φορολόγηση Επιχειρήσεων

Οι επιχειρήσεις στη Νότια Κορέα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- Resident Corporations: Εγχώριες επιχειρήσεις με την έδρα, τα κεντρικά γραφεία και την διοίκηση στην Κορέα, οι οποίες φορολογούνται στον παγκόσμιο κύκλο εργασιών τους.
- Nonresident Corporations: Αλλοδαπές εταιρείες με δραστηριότητες στην Κορέα, οι οποίες φορολογούνται μόνο για αυτές.

Ο κύκλος εργασιών των εταιρειών περιλαμβάνει τα έσοδα από επιχειρηματική δραστηριότητα, από ενοίκια, τα μερίσματα, τόκους καταθέσεων, δικαιώματα χρήσης (royalties), εκποίηση περιουσιακών στοιχείων.

Ο συντελεστής φορολόγησης ανέρχεται σε 10% για τα πρώτα 200 εκατομμύρια γουόν, 20% για τα έσοδα μεταξύ 200 εκατομμυρίων και 20 δις γουόν, 22% για τα έσοδα από 20 δις έως 300 δις γουόν και 25% για έσοδα άνω των 300 δις γουόν. Προβλέπονται επίσης και ορισμένες εκπτώσεις φόρου (σχηματισμός αποθεματικών για συντάξεις και εξυπηρέτηση δανείων, έκτακτα αποθεματικά και αποθεματικά για συνεισφορές σε μη κερδοσκοπικές οργανώσεις). Σε περίπτωση δραστηριοποίησης σε χώρα με την οποία έχει συνυπογραφεί συμφωνία αποφυγής διπλής φορολογίας, το ποσό φορολόγησης στο εξωτερικό εκπίπτει από την φορολόγηση της εταιρείας στη Νότιο Κορέα.



Γ.4 Ειδικότεροι φόροι

Φ.Π.Α. 10% σε όλα τα προϊόντα

Χαρτόσημο (Stamp Duty) κυμαίνεται από 50 έως 350.000 γουόν

Φόρος υποκαταστήματος (Branch Tax) 22% επί του κύκλου εργασιών υποκαταστήματος αλλοδαπής εταιρείας, εφόσον δεν υφίσταται διμερής συμφωνία με ειδικότερη ρήτρα

Φόρος κτήσης περιουσιακών στοιχείων (Acquisition Tax), ανάλογα με την αξία τους

Φόρος Ακίνητης Περιουσίας (Property Tax), ανάλογα με το ύψος της

Φόρος αύξησης μετοχικού κεφαλαίου επιχειρήσεων (Capital Duty) 1,44% στην μητροπολιτική περριοχή Σεούλ και 0,48% εκτός αυτής

Φόρος κληρονομιάς (Inheritance Tax), από 10% έως 50% της εκτιμώμενης αξίας αγοράς των περιουσιακών στοιχείων

Φόρος δωρεάς εν ζωή (Gift Tax), επίσης από 10% έως 50% της εκτιμώμενης αξίας αγοράς των περιουσιακών στοιχείων

Γ.5. Δασμοί - Δασμολόγιο

Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Νοτίου Κορέας οι εισαγωγικοί δασμοί έχουν σταδιακά μηδενισθεί ή μειωθεί ιδιαίτερα για τα περισσότερα προϊόντα ελληνικού ενδιαφέροντος, ενώ για κάποια προϊόντα, όπως το μέλι, ισχύει ειδικό καθεστώς ποσοστώσεων (αυσας). Η ελληνική εξαγωγική επιχείρηση μπορεί εξάλλου να ελέγξει εύκολα την τρέχουσα δασμολογική επιβάρυνση των προϊόντων της, με βάση τον κωδικό συνδυασμένης ονοματολογίας τους, μέσω της ιστοσελίδας

<http://www.customs.go.kr/kcshome/tariff/CustomsTariffView.do>.

Για τα κύρια προϊόντα ελληνικού ενδιαφέροντος, οι εισαγωγικοί δασμοί της Νοτίου Κορέας έχουν ως κατωτέρω:

A/A	ΠΡΟΪΟΝ	ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟΣ ΔΑΣΜΟΣ
1	Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο	5%
2	Μέλι	0%*
3	Τυρί	0%**
4	Γιαούρτι	10%
5	Κονσέρβες Φρούτων	0%
6	Κρασί	0%
7	Μπύρα	7%
8	Εμφιαλωμένο Νερό	5%
9	Αναψυκτικά	0%
10	Γούνες	0%
11	Προφίλ Αλουμινίου	0-3%
12	Μάρμαρα	5%
13	Προϊόντα περιποίησης δέρματος	0-5%
14	Φάρμακα	0-3%
15	Καπνός	10%

* Έως το ύψος της ποσόστωσης των 63 τόνων

** Υφίσταται επίσης ποσόστωση, αλλά τόσο υψηλή που καθίσταται άνευ σημασίας



Γ.6 Ειδικές Οικονομικές ζώνες (FTZ)

Η Νότια Κορέα διαθέτει:

1. Επτά (7) **βιομηχανικές** ελεύθερες ζώνες, υπό την εποπτεία της Free Trade Zone Administration Agency <http://fez.go.kr/global/en/intro/organization.do>
 - **Gimje Free Trade Zone**, έκταση 991.000 m², www.motie.go.kr/ftz/gimje, 25 εταιρείες, Major Industries: Special Equipment Vehicles, Carbon Materials, Machine Manufacturing
 - **Gunsan Free Trade Zone**, έκταση 1.256.000 m², www.motie.go.kr/ftz/gunsan, 28 εταιρείες, Major Industries: Chemical, Machinery, Electrical & Electronic Equipment
 - **Daebul Free Trade Zone**, έκταση 1.157.000 m², www.motie.go.kr/ftz/daebul, 34 εταιρείες, Major Industries: Shipbuilding, Machinery, Electrical & Electronic Equipment
 - **Yulchon Free Trade Zone**, έκταση 344.000 m², www.motie.go.kr/ftz/yulchon, 14 εταιρείες, Major Industries: Chemical, Machinery, Metal
 - **Donghae Free Trade Zone**, έκταση 248.000 m², www.motie.go.kr/ftz/donghae, 17 εταιρείες, Major Industries: Non-metal, Machinery, Electrical & Electronic Equipment, Fisheries Processing
 - **Ulsan Free Trade Zone**, έκταση 819.000 m², www.motie.go.kr/ftz/ulsan, 35 εταιρείες, Major Industries: Machinery, Metal, Steel, Electrical & Electronic Equipment, Transportation Equipment
 - **Masan Free Trade Zone**, έκταση 957.000 m², www.motie.go.kr/ftz/masan, 113 εταιρείες, Major Industries: Machinery, Automobile Parts, Electrical & Electronic Equipment, Precision Instruments
2. Πέντε (5) ελεύθερες ζώνες στα **λιμάνια** Busan, Gwangyang, Incheon, Pohang & Pyeongtaek-Dangjin υπό την εποπτεία της Regional Administration of Oceans and Fisheries και μία (1) ελεύθερη ζώνη στο **αεροδρόμιο** του Incheon υπό την εποπτεία της Seoul Regional Office of Aviation



Δ. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Δ.1 Αναπτυξιακός Νόμος - Κίνητρα Επενδύσεων

Τα σημαντικότερα κίνητρα παραγωγικών επενδύσεων της Νοτίου Κορέας έχουν ως κατωτέρω:

Φορολογικές Ελαφρύνσεις (Tax Support). Εκπροσωπούν την μερίδα του λέοντος των επενδυτικών κινήτρων

- Ελαφρύνσεις φορολογίας επί επιχειρηματικών κερδών και εισοδημάτων (Corporate Tax & Income Tax Reduction)
- Ελαφρύνσεις στην κτήση περιουσιακών στοιχείων και στον φόρο ακίνητης περιουσίας (Acquisition and Property Tax Reduction)
- Εκπτώσεις στους εισαγωγικούς δασμούς κεφαλαιουχικού εξοπλισμού (Exemption from Customs Duties)

Χρηματικές Ενισχύσεις (Cash Grants)

- Επιδοτήσεις αγοράς γης για βιομηχανική χρήση
- Επιδοτήσεις για leasing βιομηχανικής γης
- Επιδοτήσεις για πρόσληψη προσωπικού, εκπαίδευση και συνεχιζόμενη επιμόρφωση

Πακέτο κινήτρων για εγκατάσταση στις βιομηχανικές ζώνες της χώρας

Οι βασικές προϋποθέσεις και το ύψος των χορηγούμενων κινήτρων έχουν ως ακολούθως:

		Qualifications	Incentives
Tax Reductions	New Growth Engines & Indigenous-Tech Businesses	<ul style="list-style-type: none"> • Technologies by field that fall into the categories of new growth engines and original technologies; and the establishment and operation of factories to do businesses utilizing related technologies, materials and production process. 	<ul style="list-style-type: none"> • Income tax, corporate tax: 100% for 5 years, 50% for 2 years after that (if submitted the application by 31 Dec 2018) • Acquisition tax, property tax: 100% for 15 years (check the ordinance) • Customs tariff, value-added tax, special consumption tax: 100% for 5 years
	Foreign Investment Zones	Individual type <ul style="list-style-type: none"> • Manufacturing: min. \$30M • Tourism & resort, international convention: min. \$20M • Logistics: min. \$10M • R&D centers: min. \$2M & min. 10 researchers 	
		Complex type <ul style="list-style-type: none"> • Manufacturing: min. \$10M • Logistics: min. \$5M 	<ul style="list-style-type: none"> • Income tax, corporate tax: 100% for 3 years, 50% for 2



	Qualifications	Incentives
Free Economic Zones	<ul style="list-style-type: none"> • Manufacturing, tourism & resort, international convention: min. \$10M • Logistics, medical institutions: min. \$5M • R&D centers: min. \$1M (min. 10 researchers) 	<p>years after that (if submitted the application by 31 Dec 2018)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquisition tax, property tax: 100% for 15 years (check the ordinance) • Customs tariff: 100% for 5 years
Land Support	<ul style="list-style-type: none"> • Min. 30% foreign investment 	<ul style="list-style-type: none"> • Reduction of rent fee • Support for infrastructure
Cash Grants	<ul style="list-style-type: none"> • Min. 30% foreign investment • Manufacturing: Parts & materials specialty businesses, new growth engines and indigeneous-tech businesses • R&D centers: New R&D facilities (min. 5 researchers) 	<ul style="list-style-type: none"> • Negotiable

Για περισσότερες πληροφορίες παραπέμπουμε στον σύνδεσμο
[http://m.investkorea.org/res/en/etc/Incentives for FDI_eng_2017.pdf](http://m.investkorea.org/res/en/etc/Incentives%20for%20FDI_eng_2017.pdf)

Δ.2 Καθεστώς Ιδιωτικοποιήσεων

Η Νότια Κορέα είναι μία από τις πιο φιλελεύθερες και προσανατολισμένες στον ιδιωτικό τομέα χώρες παγκοσμίως. Έπειτα από την επέμβαση του ΔΝΤ στα οικονομικά της χώρας προ εικοσαετίας, η Νότια Κορέα έφερε εις πέρας ένα εξαιρετικά φιλόδοξο πρόγραμμα ιδιωτικοποιήσεων και αποκρατικοποίησης της οικονομίας της.



Δ.3 Πιστοληπτική ικανότητα χώρας – Κίνδυνοι/ προοπτικές

Η Νότια Κορέα είναι μια από τις πιο ανταγωνιστικές βιομηχανικές χώρες παγκοσμίως και πρωτοπόρος σε πολλούς τομείς υψηλής τεχνολογίας, όπως οι ημιαγωγοί, ηλεκτρονικά, τηλεπικοινωνίες, τεχνολογίες διαδικτύου, αυτοκινητοβιομηχανία, χαλυβουργία, πετροχημικά, πυρηνικοί αντιδραστήρες, τρένα υψηλής ταχύτητας, συστήματα διαχείρισης αεροδρομίων, πολεμική βιομηχανία.

Καθώς η διεθνής ζήτηση για τα Κορεατικά προϊόντα παραμένει ισχυρή, τα μακροοικονομικά μεγέθη της χώρας για το 2017 εξακολουθούν να είναι συμπαγή. Η χώρα παρουσιάζει τριπλό πλεόνασμα, δημοσιονομικό, εμπορικό και τρεχουσών συναλλαγών.

Ως εκ τούτου, η πιστοληπτική ικανότητα της χώρας είναι ισχυρή. Ο δείκτης αξιολόγησης της Standard & Poor's είναι AA με σταθερή προοπτική και της Moody's AA2 με επίσης σταθερή προοπτική.

Η κυβέρνηση της Νοτίου Κορέας αναμένεται ωστόσο να έλθει αντιμέτωπη στο προσεχές μέλλον με μια σειρά κοινωνικών και οικονομικών προκλήσεων, όπως η συνεχιζόμενη κυριαρχία των μεγάλων επιχειρηματικών ομίλων (chaebols) και η υψηλότερη εξάρτηση από τις εξαγωγές (σε σχέση με την εγχώρια κατανάλωση), το συνταξιοδοτικό σύστημα για τον ταχέως γηράσκοντα πληθυσμό της χώρας, η ακαμψία που χαρακτηρίζει την αγορά εργασίας σε συνδυασμό με την προοδευτική πτώση της παραγωγικότητας, τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στους νέους και φτώχιας στους ηλικιωμένους, η διεύρυνση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων, ην στασιμότητα εισοδήματος και η υπερχρέωση των νοικοκυριών καθώς και η διαφθορά.

Πρόσφατα, η Κορεατική οικονομία βρίσκεται υπό αυξανόμενη πίεση, καθώς:

- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από την Κίνα φέρνει σε ολοένα δυσκολότερη θέση την Κορεατική ναυπηγική βιομηχανία, η οποία είναι από τις σημαντικότερες κινητήριες δυνάμεις της οικονομίας της και, καθώς είναι εντάσεως εργασίας, απασχολεί πολύ μεγάλο αριθμό εργαζομένων,
- Ο κλιμακούμενος εμπορικός πόλεμος Η.Π.Α – Κίνας δημιουργεί υψηλό βαθμό αβεβαιότητας στις διεθνείς αγορές, με αποτέλεσμα την κάμψη της ζήτησης για προϊόντα – κλειδιά της Κορεατικής οικονομίας, όπως οι ημιαγωγοί και οι οθόνες τεχνολογίας αιχμής OLED/AMOLED για έξυπνα κινητά και ηλεκτρονικούς υπολογιστές, και
- Ο υπό εξέλιξη (με ιστορικά αίτια) εμπορικός πόλεμος Νοτίου Κορέας – Ιαπωνίας εντείνει τη νευρικότητα στην βιομηχανία και κοινωνία της Νοτίου Κορέας, προκαλεί αβεβαιότητα ως προς τον εφοδιασμό βιομηχανιών-κλειδιών με απολύτως απαραίτητα χημικά συστατικά, επηρεάζει αρνητικά τον δείκτη εμπιστοσύνης καταναλωτή (consumer confidence index) και δημιουργεί μια απρόβλεπτη και αμφίβολης έκβασης κατάσταση έντασης με έναν κρίσιμο οικονομικό και εμπορικό της εταίρο.



E. ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ - ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ

Οι προμήθειες της κεντρικής κυβέρνησης, των δημόσιων οργανισμών και της τοπικής αυτοδιοίκησης στην Κορέα γίνονται μέσω ενός οργανισμού, με την επωνυμία Public Procurement Service (PPS). Μέσω του οργανισμού αυτού προκηρύσσονται οι προμήθειες αγαθών άνω των 100.000 δολαρίων και τα κατασκευαστικά έργα άνω των 3.000.000. Για μικρότερα ποσά η διαδικασία διενεργείται από τους ίδιους τους δημόσιους οργανισμούς. Εξαιρούνται οι προμήθειες του Υπουργείου Άμυνας. Οι δημόσιες προμήθειες αντιστοιχούν στο 10% περίπου του κορεατικού ΑΕΠ.

Στις αρμοδιότητες του PPS συμπεριλαμβάνεται και η διαχείριση των κρατικών αποθεμάτων βασικών πρώτων υλών, τα οποία διοχετεύονται στην αγορά σε περιόδους κρίσεων. Για προϊόντα ευρείας κατανάλωσης, το PPS έχει δημιουργήσει ένα είδος καταστήματος, από το οποίο οι φορείς του δημοσίου μπορούν να τα προμηθεύονται άμεσα και χωρίς διαγωνισμό. Επιπλέον, το PPS έχει την ευθύνη λειτουργίας ενός συστήματος ηλεκτρονικής διακυβέρνησης για τη διενέργεια δημοσίων προμηθειών, με την επωνυμία KONEPS (Korea Online e-Procurement System), το οποίο χρησιμοποιούν όλοι οι φορείς του ευρύτερου δημοσίου τομέα, με την εξαίρεση του Υπουργείου Άμυνας και ορισμένων δημοσίων οργανισμών που έχουν αναπτύξει δικά τους εξειδικευμένα συστήματα.

Μέσω του KONEPS έχουν τυποποιηθεί οι διαδικασίες προμηθειών και δημιουργήθηκε μια μεγάλη βάση δεδομένων, στην οποία περιέχονται πληροφορίες για προϊόντα, τιμές, προμηθευτές και πελάτες. Με το KONEPS έγινε εφικτή η εξασφάλιση διαφάνειας, η αύξηση της αποτελεσματικότητας, η μείωση του κόστους και η επιτάχυνση των διαδικασιών των προμηθειών του δημοσίου.

Στο σύστημα συμμετέχουν 38.000 φορείς και είναι καταγεγραμμένοι 140.000 προμηθευτές, εκ των οποίων το 2% είναι επιχειρήσεις από το εξωτερικό. Μέσω του KONEPS πραγματοποιείται το σύνολο των προμηθειών της κεντρικής κυβέρνησης και ένα συνεχώς αυξανόμενο ποσοστό των προμηθειών του ευρύτερου δημόσιου τομέα.

Οι προμηθευτές με μία και μόνη εγγραφή στο KONEPS μπορούν να εξασφαλίσουν δικαίωμα συμμετοχής σε όλους τους διαγωνισμούς από οποιοδήποτε φορέα. Μετά την ταυτοποίησή τους, με τη χρησιμοποίηση πιστοποιητικών ψηφιακής υπογραφής, όλα τα στάδια των προμηθειών πραγματοποιούνται πλέον ηλεκτρονικά. Με τον τρόπο αυτό, η εγγραφή στο σύστημα, η δημοσίευση, η σύναψη του συμβολαίου και η πληρωμή διενεργούνται μέσω του διαδικτύου, χωρίς να απαιτείται καμία προσωπική επαφή. Χαρακτηριστικό της αποτελεσματικότητας του συστήματος είναι ότι οι πληρωμές διενεργούνται εντός 4 ωρών σε σύγκριση με δύο εβδομάδες από το κλασικό σύστημα.

Αν και θεωρητικά πρόκειται για ένα εξαιρετικά προηγμένο και διαφανές σύστημα, στην πράξη, η συμμετοχή των ξένων επιχειρήσεων είναι εξαιρετικά δυσχερής. Η εγγραφή ξένων επιχειρήσεων πρέπει να γίνει στην κορεατική γλώσσα και για την απαιτούμενη ταυτοποίηση του προμηθευτού απαιτείται η ύπαρξη αντιπροσώπου στην Κορέα.

Πέραν τούτου οι προκηρύξεις δημοσιεύονται στην κορεατική γλώσσα. Δημοσίευση στην αγγλική γλώσσα γίνεται μόνο για τις περιπτώσεις που καλύπτει η Συμφωνία περί Δημοσίων Συμβάσεων (GPA) του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (WTO).

Κατά κανόνα χρησιμοποιείται η πρακτική της διαμόρφωσης των προδιαγραφών και των όρων των προκηρύξεων κατά τρόπο που να ευνοεί κορεατικές επιχειρήσεις και προϊόντα.



Σε γενικές γραμμές θεωρείται ότι η Κορέα φροντίζει να τηρεί τις προβλέψεις της Συμφωνίας του ΠΟΕ για τις Δημόσιες Προμήθειες. Όμως, στην πράξη, πληθώρα προβλημάτων κάνουν εξαιρετικά δύσκολη την πρόσβαση των ξένων επιχειρήσεων. Οι προσφορές μπορούν να υποβάλλονται μόνο στην Κορεατική γλώσσα.

Συχνά η Κορέα θέτει ως προϋπόθεση τη συνεργασία με κορεατικές επιχειρήσεις, με στόχο να επιβάλλει έμμεσα τη μεταφορά τεχνολογίας. Τελικά, αν και θεωρητικά δεν απαιτείται, στην πράξη ο μόνος τρόπος συμμετοχής σε κορεατικές δημόσιες προμήθειες, είναι μέσω της συνεργασίας με κορεατική επιχείρηση ή με το άνοιγμα θυγατρικής στην Κορέα.

Τα όρια για την υπαγωγή των κορεατικών δημοσίων προμηθειών στη Συμφωνία του ΠΟΕ καθορίζονται σε ΕΤΔ (Ειδικά Τραβηχτικά Δικαιώματα) του ΔΝΤ και είναι:

- Για τις προμήθειες αγαθών και υπηρεσιών 130.000 ΕΤΔ για το στενό δημόσιο τομέα, 200.000 ΕΤΔ για τις προμήθειες αγαθών του ευρύτερου δημόσιου τομέα και 400.000 ΕΤΔ για την τοπική αυτοδιοίκηση.
- Για τις κατασκευές το αντίστοιχο ποσό είναι 5.000.000 ΕΤΔ
- Ένα ΕΤΔ υπολογίζεται σε 1,2 Ευρώ.

Η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Ευρωπαϊκής Ένωσης και Κορέας προβλέπει καθεστώς που υπερβαίνει την αντίστοιχη συμφωνία του ΠΟΕ και επιπλέον εισάγει διαδικασία επίλυσης διαφορών. Επίσης, με βάση τη συμφωνία ελευθέρου εμπορίου εισάγεται και η περίπτωση των κατασκευαστικών έργων **BOT** (Build-Operate-Transfer), με όριο 15.000.000 ΕΤΔ.

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να αντλήσουν πληροφορίες για προμήθειες αγαθών και υπηρεσιών ή για δημόσια έργα στην ιστοσελίδα www.pps.go.kr/english



ΣΤ. ΚΛΑΔΟΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΣΤ1. Διαδικασίες εισαγωγής Ελληνικών προϊόντων στη Νότια Κορέα

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 τα περισσότερα προϊόντα τροφίμων-ποτών ελληνικού ενδιαφέροντος, οι εισαγωγικοί δασμοί έχουν πια μηδενισθεί, ενώ για κάποια προϊόντα, όπως το μέλι, ισχύει ειδικό καθεστώς ποσοστώσεων (quotas). Η ελληνική εξαγωγική επιχείρηση μπορεί εξάλλου να ελέγξει εύκολα την τρέχουσα δασμολογική επιβάρυνση των προϊόντων της, με βάση τον κωδικό συνδυασμένης ονοματολογίας τους, μέσω της ιστοσελίδας

<http://www.customs.go.kr/kcshome/tariff/CustomsTariffView.do>

Η χώρα μας δεν μπορεί ακόμη να εξαγει στην Κορέα προϊόντα κρέατος ή νωπά φρούτα και λαχανικά (με εξαίρεση το ακτινίδιο), καθώς δεν έχουν συνυπογραφεί μέχρι στιγμής τα απαραίτητα διμερή φυτοϋγειονομικά πρωτόκολλα. Η διαδικασία ολοκληρώθηκε για το ακτινίδιο μόλις τον Μάιο του 2020 ενώ βρίσκεται σε αρχικό στάδιο για το χοιρινό κρέας.

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 στο σύνδεσμο

<https://diavgeia.gov.gr/doc/%CE%9244%CE%A5%CE%97-%CE%913%CE%A3?inline=true>.

Επίσης, 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 <https://portal.gsis.gr/portal/page/portal/ICISnet/services?serid=10418419&adreseelD=10001980> (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 Προτιμησιακής Καταγωγής**", στο τιμολόγιο, το 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 εισαγωγικός δασμός (στην περίπτωση του κρασιού, για παράδειγμα, είναι 15%) και στη συνέχεια, εφόσον υποβληθεί η άδεια εγκεκριμένου εξαγωγέα συν την δήλωση προτιμησιακής 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. Σε κάποιες περιπτώσεις ωστόσο, αποτελεί μια λύση εκτάκτου ανάγκης, προκειμένου να μην χαλάσει μια εμπορική συμφωνία και το προϊόν να εισέλθει στην αγορά.

Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας, στην τελευταία αναγνωρίζονται και τυγχάνουν προστασίας 160 ευρωπαϊκές **γεωγραφικές ενδείξεις**, μεταξύ των οποίων και οι ελληνικές **φέτα, μαστίχα Χίου, ελιές Καλαμάτας, ούζο, κρασί Σάμου και ρετσίνα**. Η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί την αναγνώριση επιπλέον 46 γεωγραφικών ενδείξεων, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται και οι ελληνικές ελαιόλαδο Καλαμάτας, Λακωνίας και Σητείας Λασιθίου Κρήτης, Τσίπουρο, Γραβιέρα Κρήτης και Κασέρι.

Για τα προϊόντα **βιολογικής καλλιέργειας**, από 1^{ης} Φεβρουαρίου του 2015 τέθηκε σε ισχύ **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.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις που θα θελήσουν να εξάγουν για πρώτη φορά γαλακτοκομικά-τυροκομικά προϊόντα στην Κορέα, πρέπει να ακολουθήσουν την διαδικασία έγκρισής τους από το Ministry of Food and Drug Safety (MFDS). Απαιτείται η έκδοση πιστοποιητικού παστερίωσης και υγειονομικού πιστοποιητικού (Health Certificate). Το αίτημα της επιχείρησης υποβάλλεται στο Ελληνικό Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ) και τα πιστοποιητικά που θα εκδοθούν στη συνέχεια αποστέλλονται από την Ελληνική επιχείρηση στο Γραφείο ΟΕΥ Πρεσβείας Σεούλ, το οποίο τα διαβιβάζει στο MFDS, προκειμένου να εγκριθεί η εισαγωγή των προϊόντων. **Τονίζουμε ξανά ότι η διαδικασία αυτή θα πρέπει να ακολουθηθεί μία μόνο φορά, πριν την πρώτη εξαγωγή των προϊόντων**. Η άδεια εισαγωγής έχει **διετή διάρκεια** αλλά μπορεί να ανανεωθεί πολύ εύκολα από την εξαγωγό εταιρεία μέσω της ιστοσελίδας του MFDS στον σύνδεσμο <https://impfood.mfds.go.kr/#!CFAAA01F040>.

Ο κατάλογος των ελληνικών εγκεκριμένων εταιρειών είναι διαθέσιμος στον σύνδεσμο <https://impfood.mfds.go.kr/#!CFAAA01F050> (στο πεδίο Country συμπληρώνετε GR, στο Type of Business επιλέγετε Milk Processing Plant και πιέζετε Search).

Οι ενδιαφερόμενες ελληνικές εταιρίες παρακαλούνται όπως επικοινωνήσουν με το ΥΠΑΑΤ, Διεύθυνση Κτηνιατρικής Δημόσιας Υγείας, Τμήμα Αλιευμάτων, Γάλακτος και Λοιπών



Τροφίμων Ζωικής Προέλευσης, κυρία Εύη Χατζηγιαννακού, τηλ. (210) 2125770, email echatzigian@minagric.gr.

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 στον σύνδεσμο

www.mfds.go.kr/eng/eng/index.do?nMenuCode=120&page=2&mode=view&boardSeq=69982.

Η εισαγωγή και εμπορία **καλλυντικών** στην Νότιο Κορέα υπάγεται στην αρμοδιότητα του Ministry of Food and Drug Safety (MFDS), χωρίζονται δε σε δύο κατηγορίες: **Λειτουργικά Καλλυντικά (Functional Cosmetics)**, τα οποία περιλαμβάνουν τα προϊόντα λεύκανσης, αντιρυτιδικά, αντιηλιακά, αποτριχωτικά, κατά της τριχόπτωσης, για ανταύγειες μαλλιών (decarage), κατά της ακμής και συνδυασμοί αυτών. Για τα προϊόντα αυτά απαιτείται έλεγχος και προέγκριση κυκλοφορίας στην αγορά από το MFDS, μια διαδικασία που διαρκεί 60 εργάσιμες ημέρες (3 μήνες). Ο εισαγωγέας απευθύνει σχετικό αίτημα στο MFDS, υποβάλλοντας τα συστατικά του προϊόντος, την μέθοδο παρασκευής και τα δεδομένα των κλινικών δοκιμών που έγιναν στο εξωτερικό. Για τα λοιπά, **Κανονικά Καλλυντικά (Regular Cosmetics)**, η διαδικασία είναι απλοποιημένη και έχει ανατεθεί από το MFDS στην Ένωση Φαρμακευτικών Εμπόρων Κορέας (Korea Pharmaceutical Traders Association). Ο ενδιαφερόμενος εισαγωγέας υποβάλλει αίτηση έγκρισης κυκλοφορίας του προϊόντος, η οποία συνοδεύεται από πλήρη κατάλογο των συστατικών του και την μέθοδο παρασκευής του, λαμβάνει δε την απάντηση σε 3-4 εργάσιμες ημέρες. Τα αποτελέσματα των κλινικών δοκιμών γίνονται αποδεκτά και δεν απαιτούνται νέες κλινικές δοκιμές στην Κορέα.

Μεγάλη προσοχή συνιστάται 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;)
- **Με μειωμένη περιεκτικότητα σε αλάτι** (Ποια είναι η φυσιολογική περιεκτικότητα; Πόσο μειωμένη; Ποιος το πιστοποιεί αυτό; Ο Οργανισμός που το βεβαιώνει είναι πιστοποιημένος; Ποια η ακριβής επίπτωση στην ανθρώπινη υγεία από ένα προϊόν με μειωμένη ποσότητα αλατιού;)
- **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.



Το Κοινοβούλιο της Νοτίου Κορέας υπερψήφισε, με συνοπτικές διαδικασίες, νομοσχέδιο του Υπουργείου Περιβάλλοντος, το οποίο τροποποιεί ριζικά τις διαδικασίες ανακύκλωσης γυάλινων συσκευασιών τροφίμων-ποτών (Act on the Promotion of Saving and Recycling of Resources). Η εφαρμογή του ως άνω νόμου ξεκινά από τις 25 Δεκεμβρίου 2019 και ενδέχεται να έχει σοβαρές συνέπειες για τα εισαγόμενα προϊόντα που χρησιμοποιούν γυάλινες συσκευασίες.

Πιο συγκεκριμένα, κάθε γυάλινη συσκευασία θα λαμβάνει ένα χαρακτηρισμό που θα περιγράφει την **συνολική δυσκολία** ανακύκλωσής της: Excellent/Good/Normal/Difficult. Ο χαρακτηρισμός "Difficult" θα πρέπει να αναγράφεται υποχρεωτικά σε ένα στίκερ που θα επικολληθεί στην συσκευασία, ενώ η αναγραφή των τριών άλλων κατηγοριών θα είναι προαιρετική.

Από την ημερομηνία της 25^{ης} Δεκεμβρίου, που θα τεθεί ο νόμος αυτός σε ισχύ, θα υπάρξει μεταβατική περίοδος εννέα (9) μηνών (έως τις 24 Σεπτεμβρίου 2020), κατά την διάρκεια της οποίας οι Κορεάτες εισαγωγείς θα πρέπει να προχωρήσουν σε αυτοαξιολόγηση (self-evaluation) των συσκευασιών, με την βοήθεια εξειδικευμένων εγχώριων φορέων (έναντι αμοιβής, φυσικά) και με βάση στοιχεία που θα τους παράσχει ο αλλοδαπός εξαγωγέας. Τα στοιχεία αυτά αφορούν:

1. **Την γυάλινη συσκευασία.** Εάν το μπουκάλι ή το δοχείο δεν είναι διαφανές (clear bottle) και/ή είναι έγχρωμο, η κατάσταση ανακύκλωσης είναι αυτομάτως "Difficult".
2. **Το καπάκι.** Εάν είναι δύσκολο να αφαιρεθεί ή να ανακυκλωθεί (τα κριτήρια δεν έχουν ακόμη γνωστοποιηθεί), η κατάταξή του θα είναι "Difficult".
3. **Η ετικέτα.** Εάν δεν μπορεί να αφαιρεθεί εύκολα από την γυάλινη συσκευασία ή δεν είναι φτιαγμένη 100% από χαρτί, μπορεί επίσης να χαρακτηριστεί ως "Difficult".

Αφού ολοκληρωθεί η διαδικασία αυτοαξιολόγησης στις 24/9/2020, θα υπάρχει ένα χρονικό περιθώριο έξι (6) μηνών για την επικόλληση των σχετικών στίκερς.

Τονίζουμε ιδιαίτερα ότι, ακόμη και αν ένα μόνο από τα ανωτέρω συστατικά της συσκευασίας χαρακτηριστεί ως "Difficult", τότε το σύνολο της συσκευασίας χαρακτηρίζεται αυτομάτως ως "Difficult". Στην περίπτωση αυτή, προκειμένου να εισαχθεί το προϊόν στη Νότιο Κορέα, θα πρέπει να καταβληθεί περιβαλλοντικός φόρος επί της αξίας CIF, το ύψος του οποίου δεν έχει ακόμη οριστικοποιηθεί, αλλά θα οριστεί με διοικητική απόφαση του Υπουργείου Περιβάλλοντος και πληροφορίες αναφέρουν ότι δύναται να φτάσει το 30%.

Εννοείται ότι μια επιπλέον επιβάρυνση τέτοιου βεληνεκούς του εισαγόμενου προϊόντος συν το κόστος της αξιολόγησης της συσκευασίας προβλέπεται να επιβαρύνει υπέρμετρα την ήδη υψηλή τιμή λιανικής πολλών εισαγόμενων προϊόντων, παρά την Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών E.E. – Νοτίου Κορέας.

Ιδιαίτερα ανησυχητική παρουσιάζεται η κατάσταση για το **κρασί** (αλλά και για την μπύρα, το αεριούχο νερό και το ελαιόλαδο), καθώς πρακτικά όλες οι φιάλες του κρασιού είναι αδιαφανείς ή ημιδιαφανείς και έγχρωμες, προκειμένου να προστατεύσουν το περιεχόμενο από την οξείδωση που προκαλούν οι ακτίνες του ηλίου. Η εκτίμηση της Ένωσης Εισαγωγέων Κρασιού και Οινοπνευματωδών Ποτών Νοτίου Κορέας (Korea Wines and Spirits Importers Association – KWSIA) είναι ότι όλες οι συσκευασίες του εισαγόμενου κρασιού θα χαρακτηρισθούν ως "Difficult" και θα κληθούν να καταβάλλουν τον ως άνω υψηλό περιβαλλοντικό φόρο.



Σημειώνουμε, εξάλλου, ότι τα εγχωρίως παραγόμενα αλκοολούχα ποτά (soju, μπύρα), παρότι πωλούνται σε εξίσου αδιαφανή και χρωματιστά μπουκάλια (τα μπουκάλια του δημοφιλέστατου soju είναι συνήθως σκούρα πράσινα ή καφέ), εξαιρούνται τόσο από την διαδικασία αυτοαξιολόγησης όσο και από την επιβολή περιβαλλοντικού φόρου, με την αιτιολογία ότι οι συσκευασίες τους συνήθως επιστρέφονται, και, αφού καθαριστούν και απολυμανθούν, μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν έως δέκα (10) φορές.

Επιπρόσθετα, η νέα νομοθεσία **απαγορεύει εξολοκλήρου** την εισαγωγή στην Κορεά προϊόντων που χρησιμοποιούν τις ακόλουθες συσκευασίες:

1. PVC Bottles,
2. Έγχρωμα PET Bottles,
3. PET Bottles με αυτοκόλλητα και ετικέτες που δεν μπορούν να αφαιρεθούν με θερμική επεξεργασία (thermal alkali).

Συνιστάται στις Ελληνικές εξαγωγικές εταιρείες, και ιδίως τις οινοπαραγωγικές, να έλθουν άμεσα σε επαφή με τους Κορεάτες εισαγωγείς τους και να παρακολουθήσουν στενά τις εξελίξεις και τις συνέπειες που θα επιφέρει στην εγχώρια αγορά η νέα νομοθεσία. Εννοείται ότι θα υπάρχει τακτική ενημέρωση και από εμάς.

Θα ήταν ενδεχομένως δόκιμο για τις Ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις, των οποίων οι αδιαφανείς/έγχρωμες συσκευασίες είναι περισσότερο αισθητικό χαρακτηριστικό παρά προστατευτικό του περιεχομένου, να εξετάσουν το ενδεχόμενο στροφής τους προς καθαρές φιάλες.

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. Για παράδειγμα:

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΑ (COMMERCIAL SAMPLES)

Περιγραφή	Ποσότητα	Τιμή Μονάδας
Βαζάκια Ελιάς 300 gr	3	0,01 ευρώ
Πλαστικά μπουκάλια ελαιολάδου 500 ml	5	0,01 ευρώ

Ως συνολική αξία περιεχομένου προτείνεται η αναγραφή **UNDER VALUE**.

Σε περίπτωση επίσκεψης στην Κορέα με μη αναλώσιμα εμπορικά δείγματα, συνιστάται θερμά η προηγούμενη έκδοση **CARNET ATA** από το οικείο Επιμελητήριο.



ΣΤ2. Διμερείς Οικονομικές και Εμπορικές Σχέσεις

Η Νότιος Κορέα είναι μια πολύ ενδιαφέρουσα αγορά για τα ελληνικά προϊόντα, καθώς οι δύο οικονομίες παρουσιάζουν σχεδόν απόλυτα συμπληρωματικό παραγωγικό προφίλ. Η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας επηρέασε, ανοδικά την διμερή ροή εμπορίου, η οποία υπερδιπλασιάστηκε από 226 εκ. ευρώ το 2010 (εκτός πλοίων και πετρελαιοειδών) σε 457,9 εκ. ευρώ το 2019. Σε αυτό το διάστημα, οι εισαγωγές μας αυξήθηκαν κατά 60,5% και οι εξαγωγές μας υπερτετραπλασιάστηκαν. Ακόμη, σε σχέση με το παρελθόν έτος, οι εισαγωγές μας αυξήθηκαν κατά 8,1% ενώ οι εξαγωγές μας κατά 38,6%.

Προφανώς οι ναυπηγήσεις αποτελούν σημαντικότατο τμήμα των διμερών μας σχέσεων καθώς, σε μια ιδιαίτερα δύσκολη συγκυρία για τα Κορεατικά ναυπηγεία, οι παραγγελίες Ελλήνων εφοπλιστών αντιπροσωπεύουν ίσως το 25-30% του κύκλου εργασιών τους. Ωστόσο η χώρα μας δεν τις έχει ακόμη αξιοποιήσει προκειμένου να αποσπάσει αντισταθμιστικά οφέλη υπέρ των Ελληνικών εταιρειών ναυτιλιακού εξοπλισμού. Κατά περίπτωση, επίσης, καταγράφονται αξιόλογες εξαγωγές ορυκτελαίων από τα διυλιστήρια της χώρας μας προς τη Νότιο Κορέα.

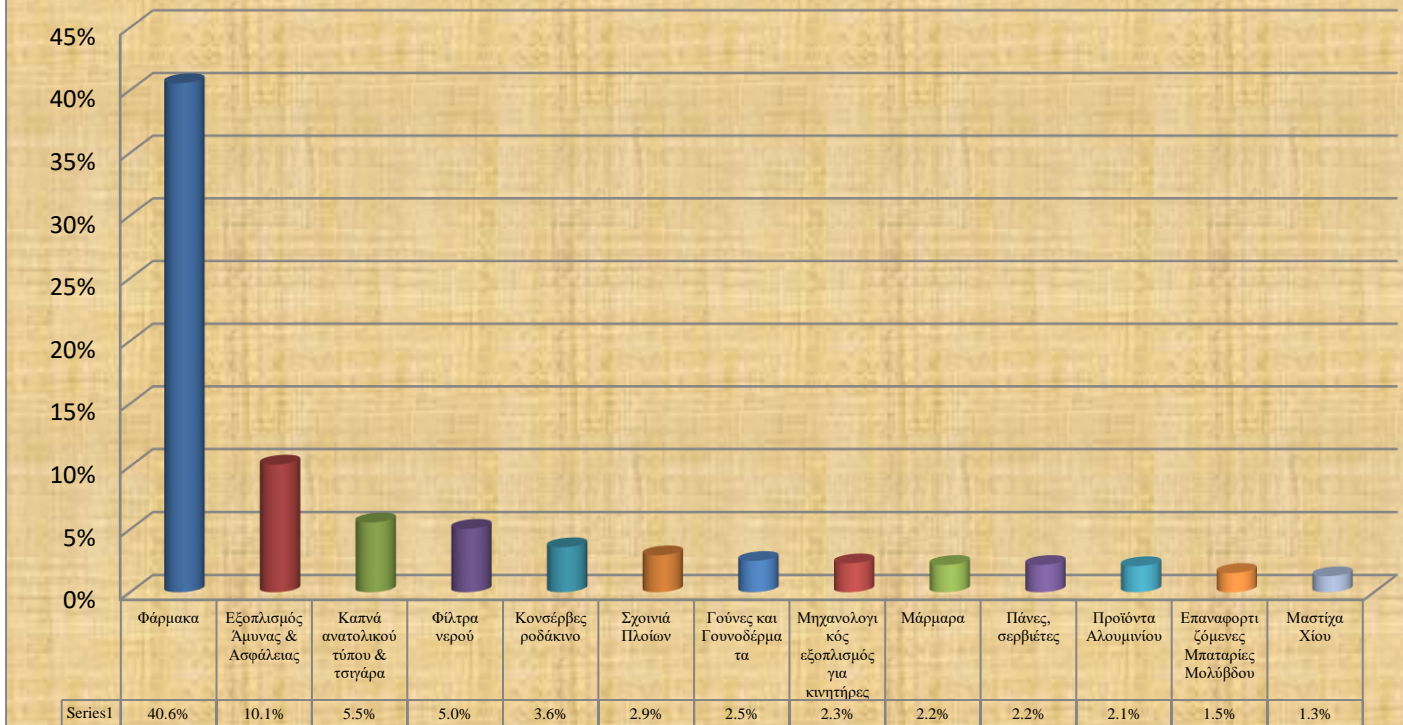
Εξαιρώντας τις ναυπηγήσεις και τα πετρελαιοειδή, το διμερές μας εμπόριο με την Νότιο Κορέα είναι ανισομερές και σταθερά ελλειμματικό, καθώς η Κορέα εξάγει προϊόντα πολύ υψηλής προστιθέμενης αξίας, σε αντίθεση με την Ελλάδα που στηρίζεται ακόμη πρωτίστως σε παραδοσιακά προϊόντα χαμηλής προστιθέμενης αξίας. Οι εξαγωγές μας προς την Κορέα παρουσιάζουν πάντως σοβαρά περιθώρια βελτίωσης (και όντως βαίνουν αυξανόμενες), ενώ η εικόνα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών μας είναι σαφώς πιο ευοίωνη, εφόσον συνυπολογίζει το ισχυρό τουριστικό μας πλεόνασμα.

Συνολικά, είναι πολύ σημαντική η οργάνωση συνδυαστικών δράσεων (π.χ. κρασί, γαστρονομία, τουρισμός) με στόχο την συνολική ενίσχυση της εικόνας της χώρας μας και των προϊόντων της, σε μια χώρα όπου η παρουσίαση έχει ίσως μεγαλύτερη σημασία από το περιεχόμενο.

Η Νότιος Κορέα, παρά την Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου με την Ε.Ε., παρουσιάζει πολλές ιδιαιτερότητες σε ότι αφορά στις διαδικασίες εισαγωγής, οι οποίες εμφανίζουν μεγάλη ρευστότητα και παραλλακτικότητα ανάλογα με το προϊόν. Συνιστάται στους Έλληνες επιχειρηματίες να έρχονται σε επαφή με το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Πρεσβείας μας, προτού επιχειρήσουν εξαγωγές προς την χώρα της Νοτιοανατολικής Ασίας.

Εισαγωγές από Νότιο Κορέα: 618,5 εκ. ευρώ (2019) Πλην ναυπηγήσεων: 301,1 εκ. ευρώ	Εξαγωγές προς Ν. Κορέα: 156,8 εκ. ευρώ (2019) Πλην πετρελαιοειδών: 156,8 εκ. ευρώ
<p>Πλοία: 51,3% των συνολικών εισαγωγών</p> <p>Κυριότερες εισαγωγές (πλην ναυπηγήσεων): Οργανικά χημικά για παραγωγή ρούχων και πλαστικών φιαλών, επιβατικά αυτοκίνητα, ελάσματα σιδήρου & χάλυβα, ηλεκτρικός & μηχανολογικός εξοπλισμός για κινητήρες εσωτερικής καύσης, κοινό πλαστικό (πολυαιθυλένιο), προπυλένιο & πολυπροπυλένιο για πλαστικές συσκευασίες καταναλωτικών προϊόντων</p>	<p>Ελαφρά ορυκτέλαια: Δεν σημειώθηκαν εξαγωγές</p> <p>Κυριότερες εξαγωγές: Φάρμακα, Εξοπλισμός άμυνας & ασφάλειας, καπνά ανατολικού τύπου & τσιγάρα, φίλτρα νερού, κονσέρβες ροδάκινο, σχοινιά πλοίων, γούνες και γουνοδέρματα, μηχανολογικός εξοπλισμός για κινητήρες εσωτερικής καύσης, μάρμαρα, πάνες-σερβιέτες, προϊόντα αλουμινίου, επαναφορτιζόμενες μπαταρίες μολύβδου, Μαστίχα Χίου</p>

Εξαγωγές Ελλάδα προς Νότιο Κορέα 2019



Σε ότι αφορά στις επενδύσεις, οι σωρευτικές Κορεατικές επενδύσεις στην χώρα μας είναι πολύ περιορισμένες και περιορίζονται σε δίκτυα διανομής και γραφεία εκπροσώπησης των ναυπηγείων και άλλων μεγάλων επιχειρήσεων.

Από ελληνικής πλευράς, ξεχωρίζουν οι επενδύσεις στην Νότιο Κορέα της Intralot (παιχνίδια λοταρίας μέσω κινητής τηλεφωνίας, αυτή την στιγμή βρίσκεται σε αδράνεια), Folli-Follie (δίκτυο προώθησης κοσμημάτων, με τα γνωστά προβλήματα) και COSMOS (σκάφη αναψυχής). Πρόσφατα εγκαινιάσθηκε το Γραφείο εκπροσώπησης της ERMA First (ναυτιλιακός εξοπλισμός) στο Μπουσάν, ενώ η διαδικασία ασηπτικής συσκευασίας ελληνικού χυμού πορτοκαλιού της εταιρείας Biofresh στη Νότιο Κορέα έχει προς το παρόν ανασταλεί.

Τέλος, επισημαίνουμε προϊόντα και τομείς των διμερών οικονομικών και εμπορικών σχέσεων, στους οποίους υφίστανται απτές προοπτικές προώθησης και ενίσχυσης της ελληνικής παρουσίας στην Νότιο Κορέα:

- Τουρισμός:** Κλάδος με εξαιρετική δυναμική και προοπτικές αλλά αναξιοποίητος λόγω έλλειψης συνεκτικής στρατηγικής προώθησης-προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην Κορέα. Οι 50-55.000 Κορεάτες επισκέπτες που κατ'εκτίμηση υποδεχόμαστε ετησίως αποτελούν την κορυφή του παγόβουνου σε ότι αφορά τις δυνατότητες της χώρας μας. Είναι εξαιρετικά σημαντικό να ξεπεράσουμε τους 100.000 τουρίστες ώστε να επιτύχουμε την τακτική απευθείας διασύνδεση Αθήνας-Σεούλ με πτήσεις της Korean Air. Η ετήσια συμμετοχή στην Διεθνή Έκθεση Τουρισμού της Σεούλ έχει ξεπεραστεί ως εργαλείο προβολής και προώθησης του τουριστικού μας προϊόντος.

Σε πρώτη φάση απαιτείται ακριβής καταγραφή του αριθμού των Κορεατών επισκεπτών και η χρονική κατανομή τους εντός του έτους. Στη συνέχεια, προτείνεται η κατάρτιση ανανεούμενων τριετών προγραμμάτων, με έμφαση σε συγκεκριμένους τομείς θεματικού τουρισμού,



εστιασμένες εκδηλώσεις στην Κορέα και αντίστοιχα fam trips στην Ελλάδα. Θα πρέπει επίσης να δοθεί προτεραιότητα στην προσέλκυση γυρισμάτων Κορεατικών τηλεοπτικών και κινηματογραφικών εκπομπών στην χώρα μας.

- Παρά την συνεχιζόμενη ισχυρότατη στήριξη που προσφέρουν οι Έλληνες εφοπλιστές στα Κορεατικά ναυπηγεία (και κατ' επέκταση στην Κορεατική οικονομία), μέσω εκτεταμένων παραγγελιών πλοίων, τα τελευταία εξακολουθούν να εφαρμόζουν ως πάγια πρακτική την **μη συμπερίληψη Ελληνικών κατασκευαστικών εταιρειών Ναυτιλιακού Εξοπλισμού στη λίστα των προμηθευτών τους** (standard makers' list). Οι γνωστές αιτιάσεις των Κορεατικών ναυπηγείων περί ποιότητας, εμπειρίας και ανταγωνιστικότητας ευσταθούν έως ενός –περιορισμένου- σημείου, ωστόσο το φαινόμενο, στο σύνολό του, αποτελεί τελικά μη δασμολογικό εμπόδιο προστασίας της εγχώριας βιομηχανίας και έτσι θα πρέπει να αντιμετωπιστεί από την ελληνική πλευρά. Υπενθυμίζεται ότι η ίδια η Νότιος Κορέα απαιτεί (και λαμβάνει) υψηλότατα αντισταθμιστικά οφέλη από τις Η.Π.Α. για τις προμήθειες οπλικών συστημάτων από αυτές. Ιδιαίτερη σημασία έχει επίσης η συμφωνία της HEMEXPO με την Ένωση Ελληνικών Βιομηχανιών Διαστημικής Τεχνολογίας & Εφαρμογών (ΕΒΙΔΙΤΕ), για την παραγωγή διακριτών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας και ανταγωνιστικότητας. Στο μεταξύ, το “Πενταετές Σχέδιο για την Αναζωογόνηση της Ναυτιλιακής Βιομηχανίας” (The Five-year plan for the Shipping Industry Revival) του Κορεατικού Υπουργείου Ωκεανών και Αλιείας, προβλέπει επιδοτήσεις της ναυπηγικής βιομηχανίας, προτιμησιακό καθεστώς για τους εγχώριους υπεργολάβους και μέτρα προστατευτισμού, τα οποία δημιουργούν σαφείς προϋποθέσεις προτιμησιακής μεταχείρισης ναυλώσεων εσωτερικού/εξωτερικού, προς και από τα Κορεατικά λιμάνια υπέρ των εγχωρίων ναυτιλιακών εταιρειών, περιορίζοντας τις δυνατότητες πρόσβασης του αλλοδαπού εφοπλισμού σε αυτά. Σε εφαρμογή του σχεδίου αυτού, συστάθηκε στις 4 Ιουλίου 2018 η κρατική εταιρεία Korea Ocean Business Corporation (KOBIC), με αρχικό μετοχικό κεφάλαιο 4,5 δις δολάρια ΗΠΑ, η οποία στοχεύει στην ενίσχυση των επενδύσεων στον ναυπηγικό τομέα και την εξασφάλιση εγγυήσεων για φτηνή δανειοδότηση μικρομεσαίων κορεατικών υπεργολαβικών επιχειρήσεων του κλάδου. Στόχος είναι η επίτευξη παραγγελιών 140 πλοίων χύδην φορτίου (bulk) και 60 φορτηγών πλοίων (container ships) κατά την περίοδο 2018 – 2020. Εκφράζονται βάσιμοι και έντονοι φόβοι ότι αφενός τα μέτρα αυτά θα ενισχύσουν τις αναθέσεις υπεργολαβιών ναυπήγησης υπέρ των εγχωρίων και εις βάρος των αλλοδαπών εταιρειών, ενώ θα αυξήσουν με τεχνητό τρόπο υπέρμετρα τη διεθνή προσφορά σε ένα ήδη αρκετά κορεσμένο τομέα. Αυτονόητα, τα προστατευτικά αυτά μέτρα αντίκεινται κατάφορα στις ρήτρες της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας, και μάλιστα στα άρθρα 11.9 – 11.15 περί επιδοτήσεων. Στις αιτιάσεις των Βρυξελλών και της εδώ Αντιπροσωπείας της Ε.Ε., οι απαντήσεις από Κορεατικής πλευράς υπήρξαν ελάχιστα ικανοποιητικές, θεωρώντας τα προβλεπόμενα στο εν λόγω σχέδιο ως ουσιαστικά πολιτικές διακηρύξεις, οι οποίες δεν πρόκειται να υλοποιηθούν με τον τρόπο που περιγράφονται. Επισημαίνουμε ότι η Ιαπωνία έχει προσφύγει εις βάρος της Ν. Κορέας επί του θέματος, με την Ε.Ε. να συμμετάσχει ως τρίτο μέρος (third party).
- **Κονσέρβες ροδάκινο:** Οι κονσέρβες φρούτων είναι ιδιαίτερα δημοφιλές προϊόν για το καταναλωτικό κοινό της Ν. Κορέας αλλά οι εξαγωγές μας είχαν πέσει σε χαμηλά επίπεδα



το 2010, λόγω του ανταγωνισμού από την Κίνα. Η Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών E.E. – Νοτίου Κορέας του 2011 άλλαξε ωστόσο άρδην την εικόνα, καθώς οι ελληνικές κονσέρβες ροδακίνου έχουν σταδιακά εξαιρεθεί από τον εισαγωγικό δασμό βάσης του 50%, με αποτέλεσμα να έχουν καταστεί μια ιδιαίτερα ελκυστική λύση για τους Κορεάτες εισαγωγείς και καταναλωτές, καθώς συνδυάζουν πλέον ποιότητα, αξιοπιστία προμηθευτή και ανταγωνιστική τιμή. Κατά συνέπεια, οι εξαγωγές μας ανέρχονται πλέον σε άνω των 150 κοντέινερς ετησίως που αντιστοιχούν σε 4.700 τόνους αξίας 5,1 εκ. \$ Η.Π.Α.. Η Ελλάδα έχει θέσει σχεδόν πλήρως στο περιθώριο τις παραδοσιακές ανταγωνίστριες χώρες (Κίνα, Νότια Αφρική, Χιλή), αποσπώντας κυριαρχικό μερίδιο αγοράς της τάξης του 70%, το οποίο μάλιστα εξακολουθεί να παρουσιάζει ανοδικές τάσεις, καθώς οι εξαγωγές μας εμφάνισαν κατά το πρώτο πεντάμηνο του 2020 νέα κατακόρυφη αύξηση 68,6%.

- **Ελαιόλαδο:** Η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου E.E.-N. Κορέας έχει διευκολύνει τις εξαγωγές. Ο εισαγωγικός δασμός περιορίστηκε στο 5%. Το ελαιόλαδο θεωρείται ακόμη εξωτικό προϊόν και όχι βασικό είδος διατροφής. Η επέκταση των (κυρίως ιταλικών) εστιατορίων διευκολύνει την εξοικείωση του κοινού αλλά το ελαιόλαδο παραμένει ασύμβατο με την Κορεατική κουζίνα. Η εγχώρια κατανάλωση αυξάνεται σταδιακά. Στην αγορά κυριαρχεί η Ισπανία (εξαγωγές 39,5 εκ. \$, 67,8% της αγοράς), με μέτριο ποιοτικά ελαιόλαδο, και ακολουθούν η Ιταλία και η Ελλάδα. Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας εξακολουθεί να είναι χαμηλό (2,4%), αλλά το 2019 υπήρξε χρονιά ρεκόρ για τις εξαγωγές έξτρα παρθένο ελαιολάδου μας στην Κορέα (173 τόνοι, αξίας 1,373 εκ. €). Το ελληνικό εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο θεωρείται κορυφαίας ποιότητας στη Ν. Κορέα και οι εισαγωγείς πληρώνουν παραπάνω (premium) για αυτό, αν και οι υψηλές αυτές τιμές έχουν παράλληλα αρνητική επίδραση στην ανταγωνιστικότητα του προϊόντος.
- **Μέλι:** Η Κορέα διαθέτει εγχώρια παραγωγή μελιού, το οποίο όμως είναι πολύ υποδεέστερο ποιοτικά του εισαγόμενου. Οι περιορισμένες μας εξαγωγές το 2019 ήταν συγκυριακό φαινόμενο, καθώς η Ελλάδα είναι ουσιαστικά η μόνη ευρωπαϊκή χώρα που εξάγει μέλι στην Κορέα, ενώ ο διεθνής ανταγωνισμός προέρχεται από τις Η.Π.Α., Νέα Ζηλανδία, Αυστραλία και, δευτερευόντως, από τον Καναδά. Δυστυχώς οι εξαγωγές μας παρουσιάζουν οροφή που ορίζεται τόσο από την χαμηλή ποσόστωση και τις στρεβλώσεις που η ετήσια δημοπρασία της προκαλεί στην εγχώρια αγορά όσο και από τις πολύ ευνοϊκότερες συνθήκες που δημιουργεί η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Νοτίου Κορέας – Η.Π.Α. για τις αντίστοιχες εξαγωγές αμερικανικού μελιού.
- **Γούνες:** Η Κορέα αποτελεί ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα αγορά για τα ελληνικά γουναρικά, καθώς συνδυάζει οικονομική ευμάρεια, ισχυρή μεσαία τάξη, κρύο χειμώνα και παντελή έλλειψη ακτιβισμού εναντίον της φυσικής γούνας. Η εγχώρια παραγωγή βαίνει φθίνουσα. Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρου Εμπορίου, ο εισαγωγικός δασμός έχει μηδενισθεί. Η Κίνα καλύπτει το χαμηλό κομμάτι της αγοράς, ενώ ο ανταγωνισμός για την Ελλάδα προέρχεται κυρίως από την Ιταλία, την Γαλλία αλλά και την Τουρκία. Κατά την τελευταία πενταετία, η εξέλιξη των εξαγωγών ελληνικών γουναρικών προς τη Νότιο Κορέα έχει υπερκεράσει τον ανταγωνισμό. Προτείνουμε την συνέχιση και ενίσχυση της δράσης πρόσκλησης αγοραστών στη Διεθνή Έκθεση Γούνας Καστοριάς καθώς και την κατάρτιση μεσοπρόθεσμου προγράμματος προβολής & προώθησης του brand name "Kastoria Fur" στην Κορέα. Λόγω της φύσης τους, τα γουναρικά είναι ιδιαίτερα δύσκολο



να παραγγελθούν αλλά και να διατεθούν μέσω on-line καναλιών, οπότε το 2020, λόγω έξαρσης πανδημίας κορονοϊού, θα πρέπει να θεωρείται μια παρενθετική χρονιά ως προς τις εξαγωγές μας προς την Κορέα.

- **Κρασί, Μπύρα:** Η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου E.E.-N. Κορέας έχει διευκολύνει τις εξαγωγές. Ο εισαγωγικός δασμός έχει μηδενισθεί. Παρόλα αυτά, λόγω της διάρθρωσης της αγοράς και υψηλών ειδικών φόρων, η τελική τιμή καταναλωτή είναι ιδιαίτερα ψηλή. Το κρασί εξακολουθεί να θεωρείται ένα νέο είδος πολυτελείας στη Νότιο Κορέα, αποκλειστικά εισαγόμενο. Το συνολικό μέγεθος της αγοράς σε επίπεδα λιανικής πώλησης δεν ξεπερνά το 1 δις \$ Η.Π.Α.. Σημαντικότεροι προμηθευτές είναι η Γαλλία, η Χιλή, η Ιταλία, οι Η.Π.Α., η Ισπανία και η Αυστραλία. Έως το 2014, οι εξαγωγές μας ήταν ουσιαστικά ανύπαρκτες και δεν υπήρχε καμία απολύτως γνώση για το προϊόν τόσο στους επαγγελματίες όσο και στο αγοραστικό κοινό. Χάρη στο πρόγραμμα προβολής-προώθησης που εφάρμοσε το Enterprise Greece τα τελευταία χρόνια, κατά το 2019 είχε πλέον διαμορφωθεί μία, έστω και περιορισμένη, βάση 6 εισαγωγέων (με ικανοποιητικό αριθμό ετικετών από αρκετά ποιοτικά οινοποιεία) και αξίας CIF 234.000 \$ Η.Π.Α.. Το μερίδιο αγοράς μας εξακολουθεί να είναι χαμηλό, είναι όμως πλέον ευδιάκριτος ο σχηματισμός της εικόνας ενός προϊόντος εξαιρετικής ποιότητας, με πλούσια ιστορία και μοναδικά γευσιγνωστικά χαρακτηριστικά. Οι Κορεάτες προτιμούν γενικά το ερυθρό κρασί αλλά από την Ελλάδα εισάγεται κυρίως λευκό.
Η μπύρα είναι επίσης ενδιαφέρον προϊόν με υψηλή κατανάλωση και προοπτικές, καθώς και πολύ αξιολογες εισαγωγές από την Ευρώπη. Δεν καταγράφονται ωστόσο ακόμη ελληνικές εξαγωγές.
- Η κατασκευαστική δραστηριότητα εξακολουθεί να αποτελεί μία από τις ατμομηχανές της Κορεατικής οικονομίας, δημιουργώντας επιχειρηματικές ευκαιρίες στον κλάδο των **δομικών υλικών**. Τα **κατεργασμένα μάρμαρα** είναι ενδιαφέρον προϊόν πολυτελείας για την κορεατική αγορά κατασκευών. Ο ανταγωνισμός προέρχεται κυρίως από την Κίνα, την Ιταλία, την Αίγυπτο, το Ομάν και την Τουρκία. Το 2019 ήταν μέτριο έτος για την Ελλάδα. Εξαγωγές αξίας 3,5 εκ. \$ Η.Π.Α.. Την θέση της στην αγορά βελτίωσε η Αίγυπτος. Τα **προφίλ αλουμινίου** είναι ένα επίσης πολύ ενδιαφέρον, και μάλιστα μη πεπερασμένο με μεγάλη προστιθέμενη αξία, προϊόν για την κορεατική αγορά, με ευρεία χρήση στα υψηλά κτίρια που κυριαρχούν στην Κορέα. Ο εισαγωγικός δασμός έχει ουσιαστικά μηδενισθεί. Ο ανταγωνισμός προέρχεται κυρίως από την Κίνα, τις Η.Π.Α., την Γερμανία, την Γαλλία, την Ταϊλάνδη και την Ιαπωνία. Ιδιαίτερη σημασία έχει η εξοικείωση με το σύστημα των κορεατικών επιχειρηματικών ομίλων και τις ιδιαίτερες τεχνικές προδιαγραφές, ενώ μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι προοπτικές συνεργασιών και υπεργολαβιών σε τρίτες χώρες. Οι ελληνικές εξαγωγές παραμένουν χαμηλές σε σχέση με τον ανταγωνισμό αλλά αναπτύσσονται ταχύτατα. Κατά το 2019, οι εξαγωγές μας σημείωσαν ιστορικό υψηλό αξίας 3,4 εκ. \$ Η.Π.Α..
- Οι καταναλωτικές τάσεις της χώρας για υγιεινή διατροφή, υψηλή ποιότητα και ξεχωριστή παρουσίαση δημιουργούν επίσης πολλές δυνατότητες για **βιολογικές υπερτροφές, ελληνικά βότανα (καλλυντικές και φαρμακευτικές/παραφαρμακευτικές χρήσεις), αεριούχο νερό & αναψυκτικά, καλλυντικά (αντιρυτιδικά, λεύκανση δέρματος, αντιγήρανση) και χειροποίητα κοσμήματα (designer jewelry)**.



ΣΤ.3 ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

- Η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Ε.Ε.-Ν. Κορέας έχει διευκολύνει τις εξαγωγές. Ο εισαγωγικός δασμός περιορίστηκε στο 5%.
- Το ελαιόλαδο θεωρείται ακόμη εξωτικό προϊόν και όχι βασικό είδος διατροφής. Η επέκταση των (κυρίως ιταλικών) εστιατορίων διευκολύνει την εξοικείωση του κοινού αλλά το ελαιόλαδο παραμένει ασύμβατο με την Κορεατική κουζίνα. Η εγχώρια κατανάλωση αυξάνεται σταδιακά.
- Στην αγορά κυριαρχεί η Ισπανία (εξαγωγές 39,5 εκ. \$, 67,8% της αγοράς), με μέτριο ποιοτικά ελαιόλαδο, και ακολουθούν η Ιταλία και η Ελλάδα.
- Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας εξακολουθεί να είναι χαμηλό (2,4%), αλλά το 2019 υπήρξε χρονιά ρεκόρ για τις εξαγωγές έξτρα παρθένου ελαιολάδου μας στην Κορέα (173 τόνοι, αξίας 1,373 εκ. €).
- Το ελληνικό εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο θεωρείται κορυφαίας ποιότητας στη Ν. Κορέα και οι εισαγωγείς πληρώνουν παραπάνω (premium) για αυτό, αν και οι υψηλές αυτές τιμές έχουν παράλληλα αρνητική επίδραση στην ανταγωνιστικότητα του προϊόντος

Η αγορά βρώσιμων ελαιολάδων της Κορέας κυριαρχείται κυρίως από το αραβοσιτέλαιο και το σογιέλαιο. Στη Νότιο Κορέα δεν υπάρχει εγχώρια παραγωγή ελαιολάδου και η κατανάλωση τροφοδοτείται αποκλειστικά από τις εισαγωγές. Για το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο (Δασμολογική Κλάση 150910) η ΣΕΣ ορίζει εισαγωγικό δασμό της τάξης του 5%, ενώ τα λοιπά ελαιόλαδα της κλάσης 150990 εισέρχονται στη Νότιο Κορέα αδασμολόγητα.

Οι εισαγωγές ελαιολάδου σημείωσαν ραγδαία άνοδο κατά την περίοδο 2000 - 2005, όταν έφτασαν στο ύψος ρεκόρ των 96,5 εκατ. δολ. ΗΠΑ για το εξαιρετικά παρθένο και των 17,3 εκατ. δολ. ΗΠΑ για τα λοιπά ελαιόλαδα. Έκτοτε σημειώθηκε σταδιακή αποκλιμάκωση με αποτέλεσμα η αξία των εισαγωγών το 2009 να διαμορφωθεί σε 26 εκ. δολ. ΗΠΑ για το εξαιρετικά παρθένο και σε 6 εκ. δολ. ΗΠΑ για τα λοιπά ελαιόλαδα. Στη συνέχεια παρατηρείται μια σταδιακή –αλλά, προφανώς, πιο βιώσιμη– άνοδος, αν και το 2019 υπήρξε έτος διόρθωσης, καθώς η αξία των εισαγωγών περιορίστηκε στα 58,2 εκ. δολ. ΗΠΑ (έναντι 64,6 εκ. \$ ΗΠΑ το 2017, μείωση 10%) για το εξαιρετικά παρθένο και στα 8,7 εκ. δολ. ΗΠΑ (έναντι 10 εκ. \$ ΗΠΑ το 2017, μείωση 12,7%) για τα λοιπά ελαιόλαδα.

Οι λόγοι που οδήγησαν σε απότομη άνοδο των εισαγωγών ελαιολάδου σχετίζονται κυρίως με την προβολή που δόθηκε στα οφέλη που παρουσιάζει η κατανάλωσή του για την



ανθρώπινη υγεία. Άλλοι παράγοντες ήταν η αύξηση του αριθμού των δυτικών εστιατορίων, και κυρίως των ιταλικών, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και η πραγματοποίηση περισσότερων ταξιδιών στο εξωτερικό με αποτέλεσμα να καταστεί η κορεατική κοινωνία πιο ανοικτή σε νέες γευστικές εμπειρίες. Σημαντικό ρόλο στην αγορά έχουν επίσης τα επιχειρηματικά δώρα, όπου βεβαίως η ποιότητα και η πρωτοτυπία της συσκευασίας ενέχουν ρόλο-κλειδί.

Όμως, σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας, ο οποίος και οδήγησε στην αποκλιμάκωση των εισαγωγών, είναι η ασυμβατότητά του ελαιολάδου με την κορεατική κουζίνα και διατροφή. Ως αποτέλεσμα, το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης γίνεται από εστιατόρια δυτικής κουζίνας, ενώ η οικιακή κατανάλωση είναι περιορισμένη και απευθύνεται σε πολύ μικρό τμήμα του πληθυσμού.

Στην Κορέα το ελαιόλαδο εξακολουθεί να θεωρείται ως ένα εξωτικό προϊόν και όχι ως βασικό είδος διατροφής, αντίθετα με την Ελλάδα και τις δυτικές χώρες. Εννοείται ότι η κατάσταση αυτή ισχύει σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό για τις επιτραπέζιες ελιές.

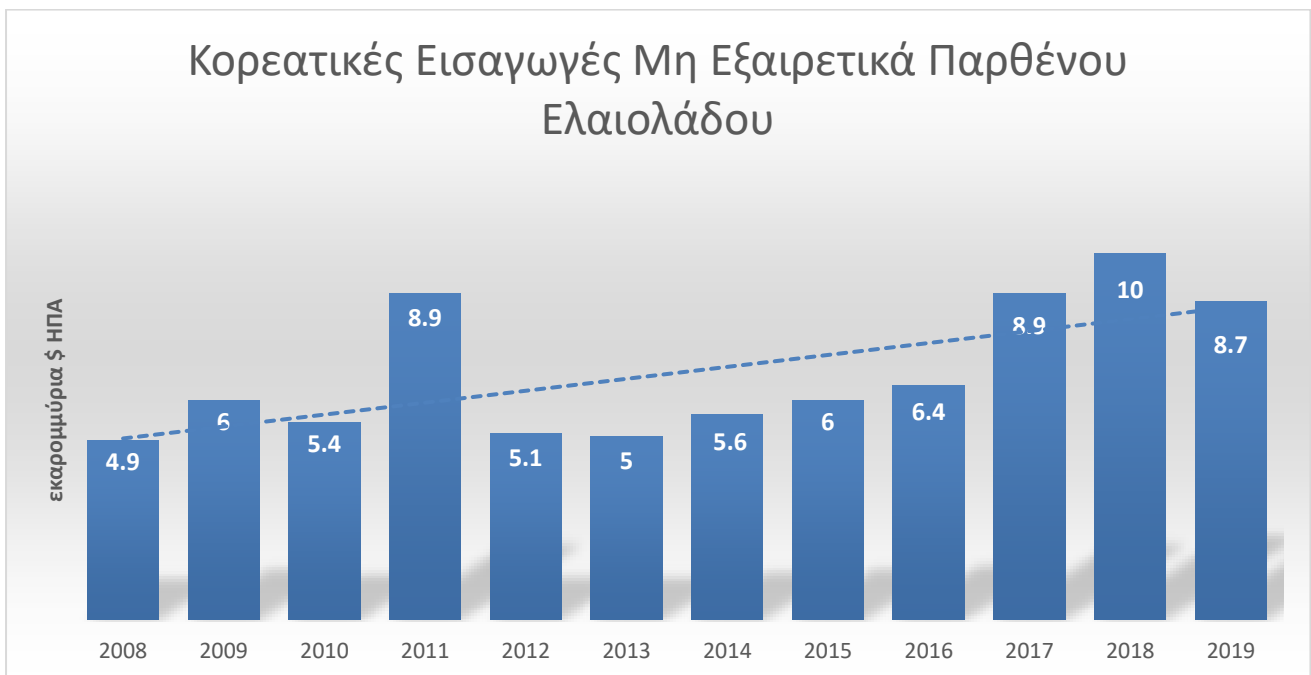
Συνολικά, χάρη στην άποψη που έχει ευρέως εδραιωθεί μεταξύ των Κορεατών για τις ευεργετικές ιδιότητες του ελαιολάδου, αλλά και στη σταδιακή διείσδυση δυτικών καταναλωτικών προτύπων, αναμένεται ότι η κατανάλωση του προϊόντος θα διατηρήσει και στο προσεχές μέλλον την ήπια ανοδική της τάση.

Σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας της Ν. Κορέας, τα τελευταία χρόνια οι εισαγωγές λοιπών (μη παρθένων) ελαιολάδων έχουν ως εξής:

Λοιπά Ελαιόλαδα (Δασμολογική Κλάση 150990)			
Έτος	Αξία σε εκ. δολ. ΗΠΑ	Ποσότητα (τόνοι)	Αξία (\$ CIF/kg)
2008	4,9	1.129	4,34
2009	6	1.989	3,02
2010	5,4	1.701	2,71
2011	8,9	2.796	3,18
2012	5,1	1.325	3,85
2013	5	1.067	4,69



2014	5,6	1.360	4,12
2015	6	1.422	4,22
2016	6,4	1.606	3,99
2017	8,9	1.921	4,63
2018	10	2.246	4,46
2019	8,7	2.131	4,1



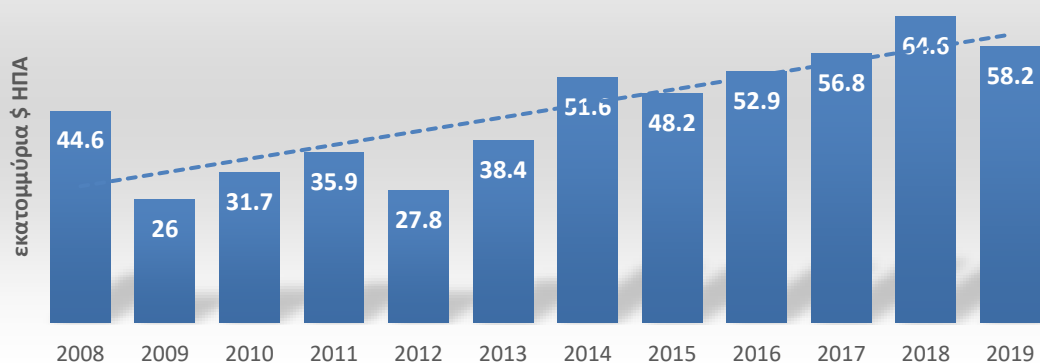
Οι εξαγωγές μη εξαιρετικά παρθένων ελαιολάδων από την χώρα μας προς την Νότιο Κορέα είναι απειροελάχιστες έως μηδενικές. Κυριότεροι προμηθευτές της Νοτίου Κορέας στην κλάση αυτή είναι η **Ισπανία** (1.372 τόνοι/4,53 εκ. δολ. ΗΠΑ ή 51,8% της αξίας των εισαγωγών), η **Ιταλία** (426 τόνοι/2,8 εκ. δολ. ΗΠΑ ή 32% της αξίας των εισαγωγών) και η **Τουρκία** (290 τόνοι/765 χιλ. δολ. ΗΠΑ ή 8,75% της αξίας των εισαγωγών).

Σε ότι αφορά στις εισαγωγές εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου, το οποίο και συγκεντρώνει το ελληνικό ενδιαφέρον, η κατάσταση διαμορφώθηκε ως ακολούθως:



Εξαιρετικά Παρθένο Ελαιόλαδο (Δασμολογική Κλάση 150910)			
Έτος	Αξία σε εκ. δολ. ΗΠΑ	Ποσότητα (τόνοι)	Αξία (\$ CIF/kg)
2008	44,6	9.845	4,53
2009	26	7.300	3,56
2010	31,7	9.616	3,30
2011	35,9	10.594	3,38
2012	27,8	8.527	3,26
2013	38,4	9.068	4,24
2014	51,6	13.520	3,81
2015	48,2	10.737	4,49
2016	52,9	12.262	4,31
2017	56,8	10.939	5,19
2018	64,6	13.419	4,77
2019	58,2	13.992	4,16

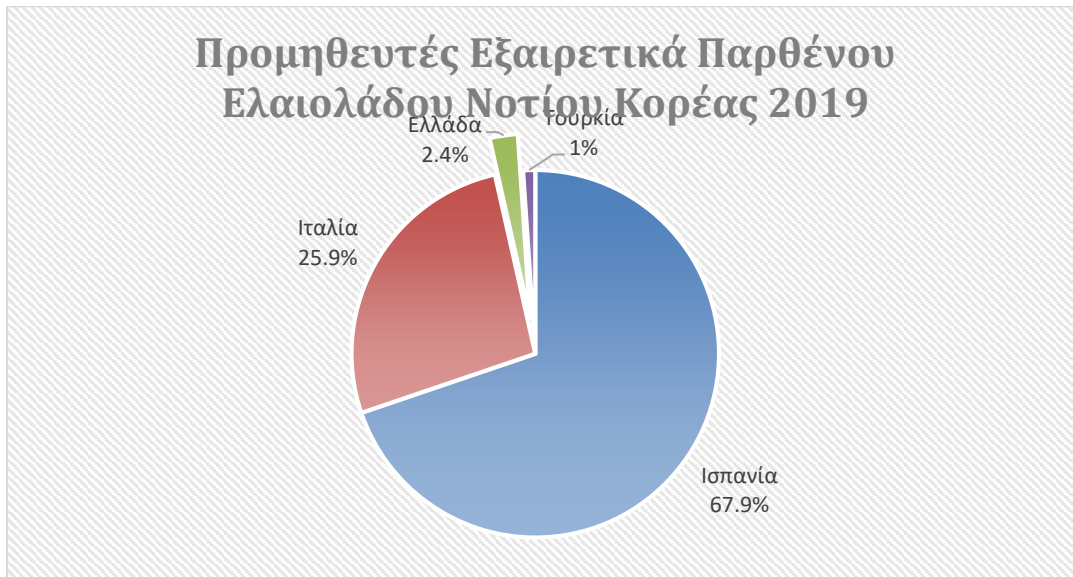
Κορεατικές Εισαγωγές Εξαιρετικά Παρθένου Ελαιολάδου



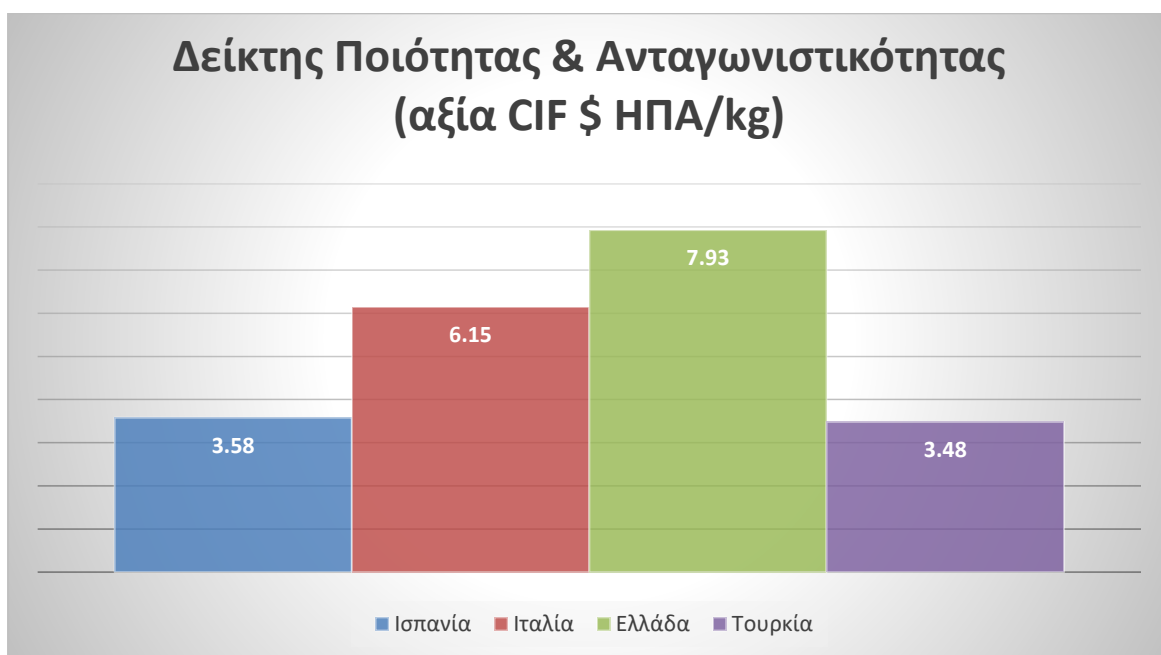
Σε ότι αφορά τους προμηθευτές εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου της Νοτίου Κορέας, κυρίαρχη είναι η θέση της **Ισπανίας**, η οποία, κατά το 2019, κάλυψε το 78,8% των εισαχθέντων ποσοτήτων (11.000 τόνοι) και το 67,8% της αξίας των εισαγωγών (39,5 εκ.



δολάρια ΗΠΑ). Ακολουθούν η **Ιταλία** (2.461 τόνοι/15,1 εκ. δολ. ΗΠΑ ή 26% της αξίας των εισαγωγών), η **Ελλάδα** (173 τόνοι/1,37 εκ. δολ. ΗΠΑ ή 2,36% της αξίας των εισαγωγών), η **Τουρκία** (173,6 τόνοι/604 χιλ. δολ. ΗΠΑ ή 1,04% της αξίας των εισαγωγών), η **Γαλλία** (77,5 τόνοι/574 χιλ. δολ. ΗΠΑ ή 1% της αξίας των εισαγωγών) και οι **Η.Π.Α.** (27,8 τόνοι/391 χιλ. δολ. ΗΠΑ ή 0,7% της αξίας των εισαγωγών).



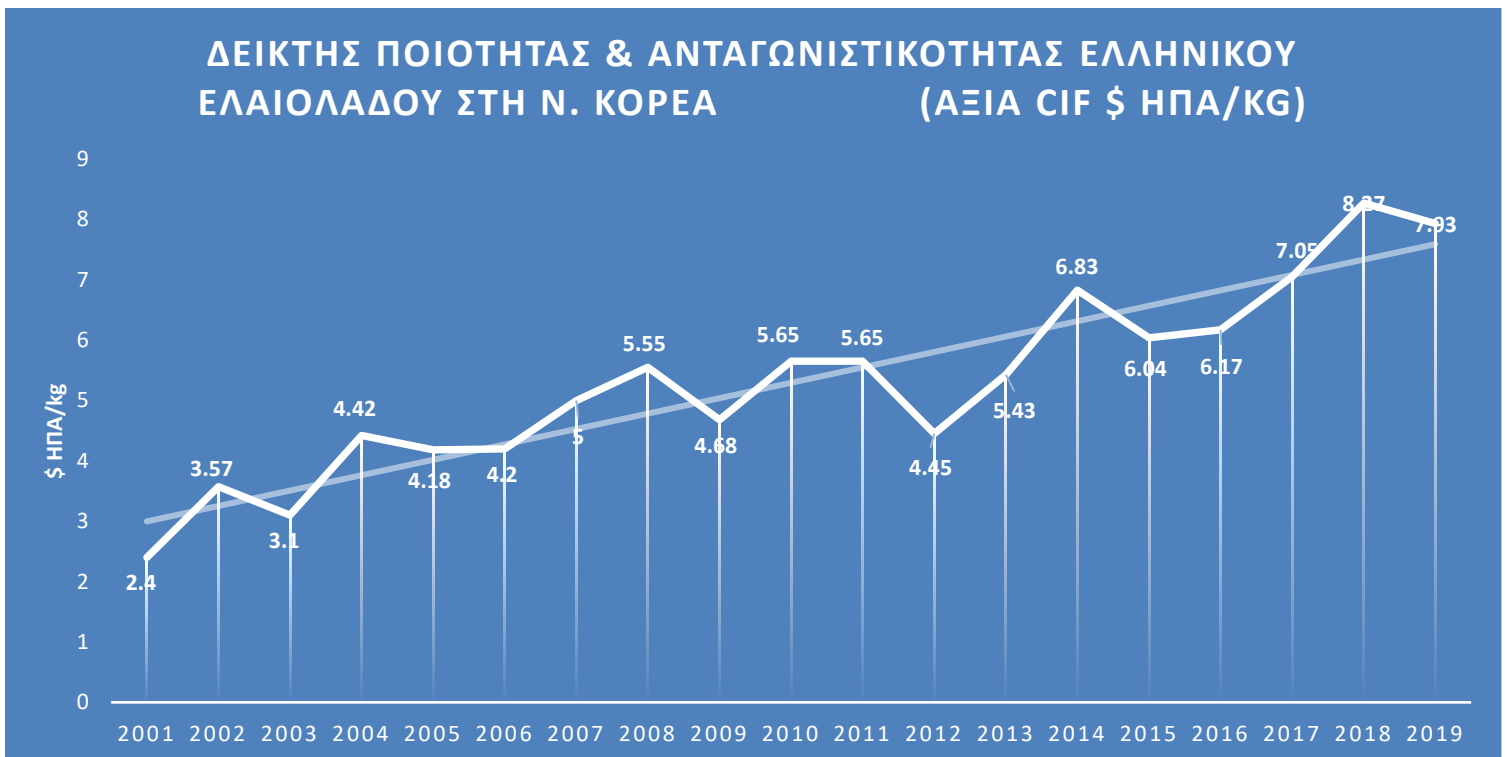
Στη συνέχεια, εφόσον αναλύσουμε την ποιότητα (αλλά και ανταγωνιστικότητα) του προϊόντος της Ελλάδας και των κύριων ανταγωνιστριών χωρών, με βάση τον καλύτερο δείκτη που διαθέτουμε, την αξία CIF σε δολ. ΗΠΑ/κιλό εισαγόμενου προϊόντος, προηγείται η χώρα μας με 7,93 \$/kg και ακολουθούν η Ιταλία με 6,15 \$/kg, η Ισπανία με 3,58 \$/kg και η Τουρκία με 3,48 \$/kg.





Οι ελληνικές εξαγωγές ελαιολάδου στην Κορέα άρχισαν ουσιαστικά από το έτος 2000 και ακολούθησαν ανοδική τάση. Πρόσφατα, υπάρχει αξιόλογο ενδιαφέρον για το ελληνικό ελαιόλαδο και οι εξαγωγές του αυξήθηκαν πιο γρήγορα από την άνοδο της κατανάλωσης του προϊόντος, με αποτέλεσμα την αύξηση του μεριδίου μας στην αγορά, το οποίο παραμένει ωστόσο περιορισμένο (2,4% έναντι 1,7% το 2018). Η ποσότητα του εξαχθέντος ελληνικού ελαιολάδου κατά την τελευταία εξαετία κυμάνθηκε μεταξύ 100 και 200 τόνων και η αξία του μεταξύ 743 χιλιάδων (2017) και 1,37 εκατομμυρίου δολαρίων ΗΠΑ (το 2019, που αποτέλεσε και έτος-ρεκόρ για την αξία των εξαγωγών μας) . Ο πολύ σημαντικός για εμάς δείκτης της αξίας ανά κιλό (διότι, σε συνδυασμό με την αύξηση των εξαγωγών, καταδεικνύει την εικόνα του ελληνικού προϊόντος στην εδώ αγορά) αυξήθηκε αργά αλλά σταθερά, από 2,4 δολ. ΗΠΑ/κιλό το 2001 σε 7,93 δολ. ΗΠΑ/κιλό το 2019.

Προκειμένου να σταθεροποιηθεί και να ενισχυθεί η παρουσία του ελληνικού ελαιολάδου στην αγορά της Νοτίου Κορέας, προτείνεται η κατάρτιση και εφαρμογή ενός μεσοπρόθεσμου προγράμματος προβολής και προώθησης ανάλογο με εκείνο του ελληνικού κρασιού.



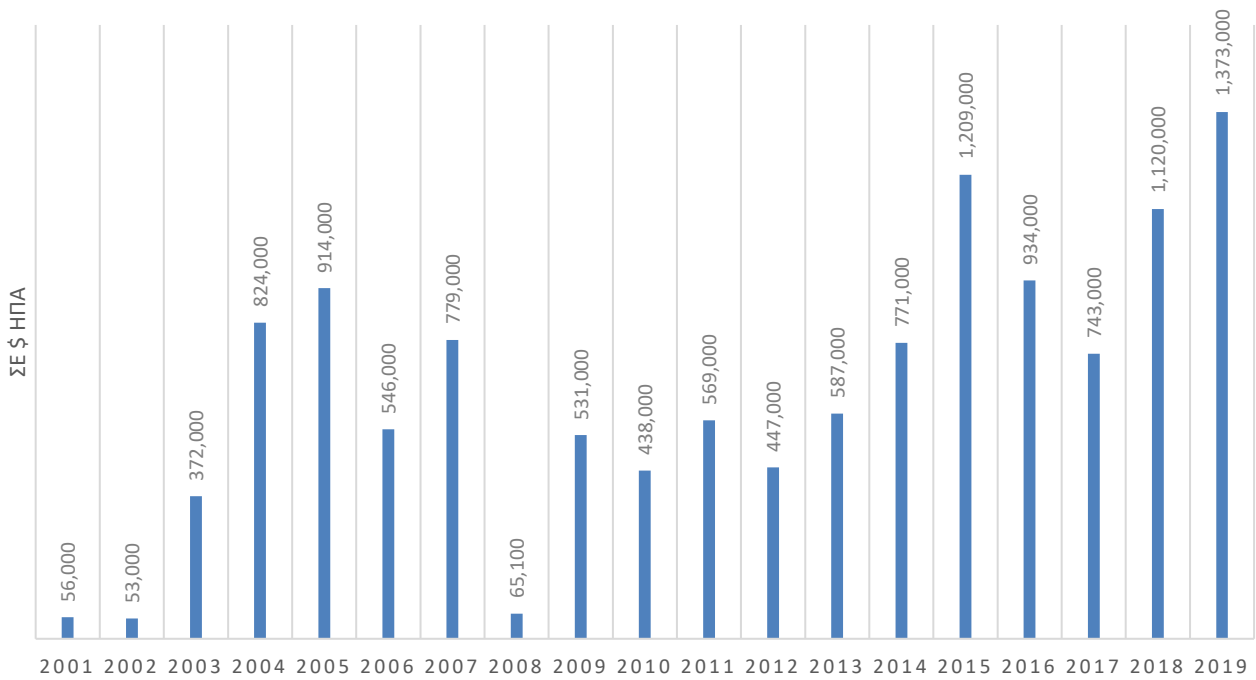
Η στατιστική εξέλιξη των ελληνικών εξαγωγών εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου προς την Κορέα έχει ως εξής:



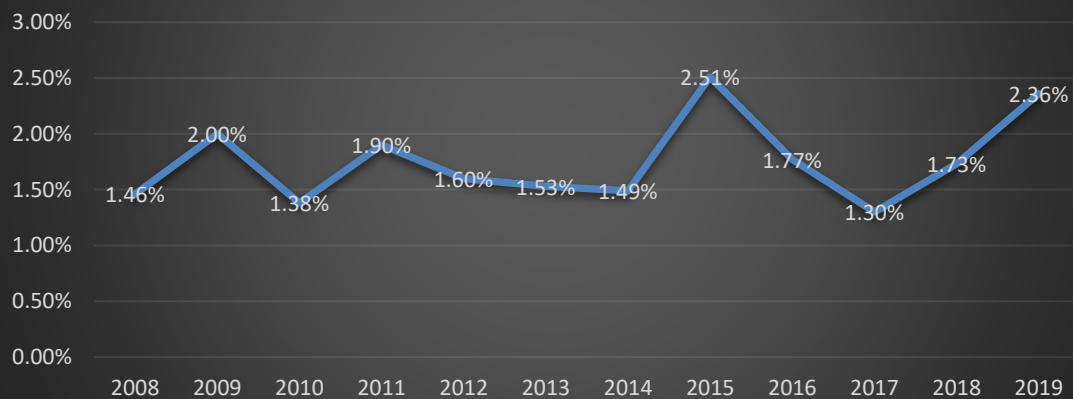
Ελληνικές Εξαγωγές Εξαιρετικά Παρθένου Ελαιόλαδου (Κλάση 150910)			
προς την Νότιο Κορέα			
Έτος	Αξία σε δολ. ΗΠΑ	Ποσότητα (τόνοι)	Αξία (\$ CIF/kg)
2000	2.000	0,3	6,17
2001	56.000	23,2	2,40
2002	53.000	14,8	3,57
2003	372.000	109	3,41
2004	824.000	186,3	4,42
2005	914.000	218,6	4,18
2006	546.000	129,9	4,20
2007	779.000	155,7	5
2008	651.000	117,3	5,55
2009	531.000	113,4	4,68
2010	438.000	77,6	5,65
2011	569.000	100,6	5,65
2012	447.000	100,4	4,45
2013	587.000	108,1	5,43
2014	771.000	112,9	6,83
2015	1.209.000	200,2	6,04
2016	934.000	151,4	6,17
2017	743.000	105,3	7,05
2018	1.170.000	135	8,27
2019	1.373.000	173	7,93



ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΝΟΤΙΟ ΚΟΡΕΑ



Μερίδιο Αγοράς Ελληνικού Έξτρα Παρθένου Ελαιολάδου στη Ν. Κορέα





Το Γραφείο ΟΕΥ Σεούλ διαθέτει ενημερωμένους καταλόγους κορεατικών εταιρειών εισαγωγής και διανομής ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελιών, οι οποίοι βρίσκονται στην διάθεση κάθε ενδιαφερόμενης ελληνικής επιχείρησης.

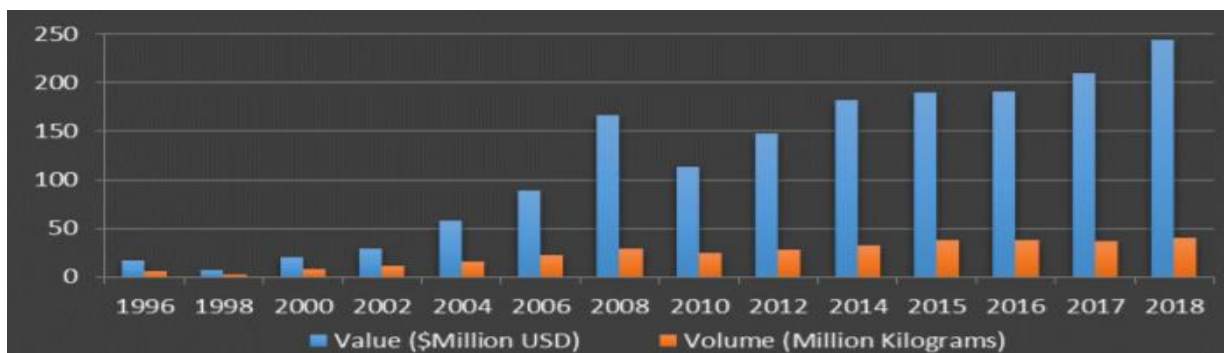


ΣΤ.4 ΚΡΑΣΙ

- Η Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Ε.Ε.-Ν. Κορέας έχει διευκολύνει τις εξαγωγές. Ο εισαγωγικός δασμός έχει μηδενισθεί. Παρόλα αυτά, λόγω της διάρθρωσης της αγοράς και υψηλών ειδικών φόρων, η τελική τιμή καταναλωτή είναι ιδιαίτερα ψηλή.
- Το κρασί εξακολουθεί να θεωρείται ένα νέο είδος πολυτελείας στη Νότιο Κορέα, αποκλειστικά εισαγόμενο. Το συνολικό μέγεθος της αγοράς σε επίπεδα λιανικής πώλησης δεν ξεπερνά το 1 δις \$ Η.Π.Α.. Σημαντικότεροι προμηθευτές είναι η Γαλλία, η Χιλή, η Ιταλία, οι Η.Π.Α., η Ισπανία και η Αυστραλία.
- Οι ελληνικές εξαγωγές ξεκίνησαν ακόμα πιο πρόσφατα, το 2014-2015, χάρη στο πρόγραμμα προβολής και προώθησης του Enterprise Greece. Κατά το 2019 είχε πλέον διαμορφωθεί μία, έστω και περιορισμένη, βάση 6 εισαγωγέων και αξίας CIF 234.000 \$ Η.Π.Α.. Το μερίδιο αγοράς μας εξακολουθεί βέβαια να είναι πολύ χαμηλό.
- Οι Κορεάτες προτιμούν το ερυθρό κρασί αλλά από την Ελλάδα εισάγεται κυρίως λευκό. Το προϊόν μας θεωρείται υψηλής ποιότητας αλλά η ανταγωνιστικότητά του δεν είναι ισχυρή.

1. Ανάλυση Αγοράς, 1.1. Γενικό Πλαίσιο

Τα αλκοολούχα ποτά που επιλέγουν οι καταναλωτές στη Νότια Κορέα, κατά σειρά προτιμήσεως, είναι κυρίως η μπίρα 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



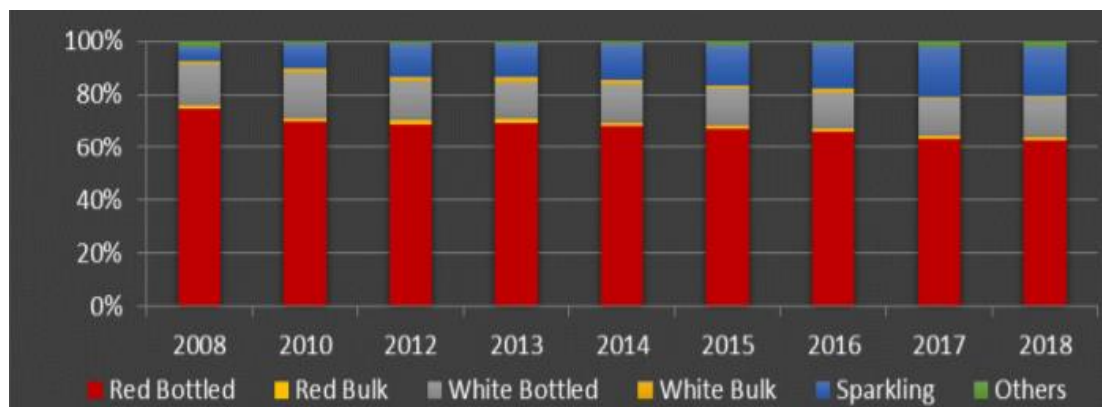
Ωστόσο, η ποσότητα εισαγόμενου κρασιού στην χώρα σημειώνει καθοδική πορεία από το 2015. Αυτή η εξέλιξη οφείλεται στη σταδιακή μείωση των εισαγωγών χύδην κρασιού προς εμφιάλωση στην Κορέα και στην στροφή προς ακριβότερες, εισαγόμενες ετικέτες, στο βαθμό που βελτιώνεται και ενισχύεται η καταναλωτική συνειδητοποίηση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

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 bjjim και kallbigui, ενώ ο λευκός οίνος με ψάρι, oden και namul.



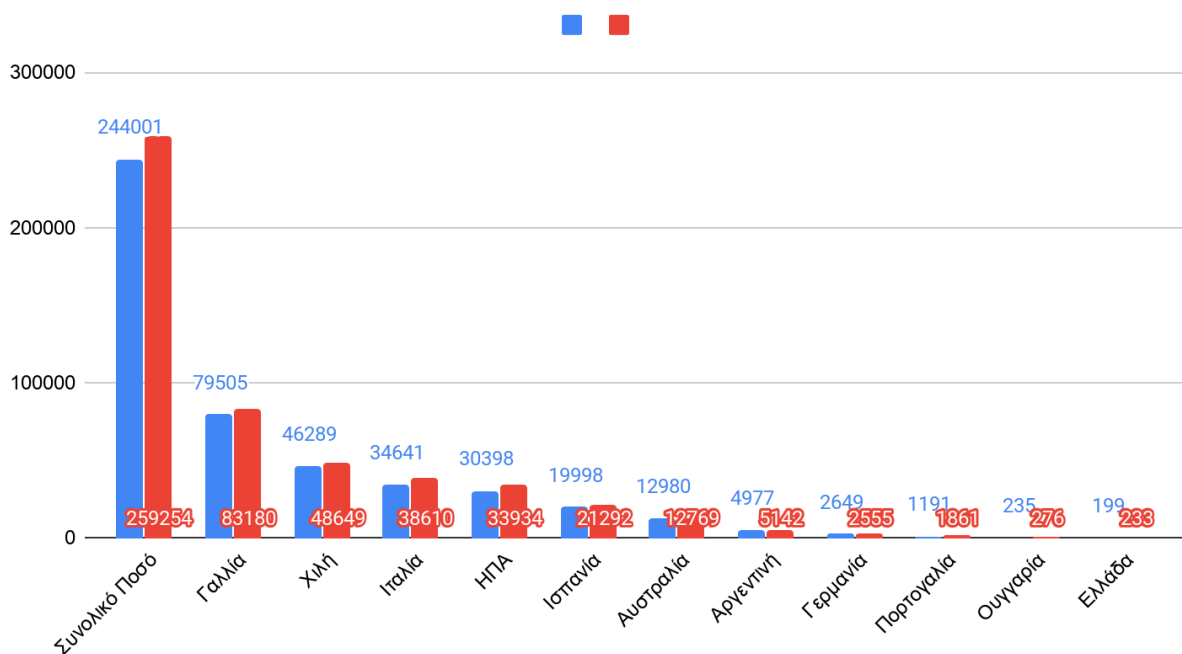
ΕΙΚΟΝΑ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΟΙΝΩΝ ΣΤΗ Ν. ΚΟΡΕΑ



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 αφρώδων 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 .

2. Το ελληνικό κρασί στη Νότια Κορέα

2.1 Πορεία Εξαγωγών ελληνικού κρασιού

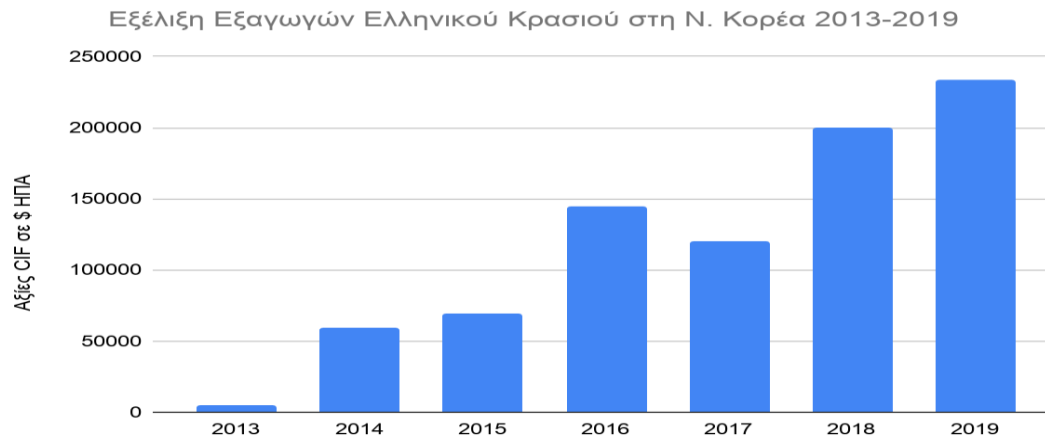
Η επιτυχία του προγράμματος προβολής και προώθησης ελληνικού κρασιού στη Νότιο Κορέα, το οποίο υλοποίησε κατά τα τελευταία έτη το Enterprise Greece πιστοποιείται απλά από την ύπαρξη και σταδιακά αυξανόμενη δημοφιλία και κατανάλωση του προϊόντος στην χώρα της Άπω Ανατολής, παρότι, όπως μας ειπώθηκε χαρακτηριστικά 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 E.E. – 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%) 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.



2.2. 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%: $A \times 1$	10 ευρώ
C	Φόρος αλκοολούχων (liquor tax) 30% $B \times 1,3$	13 ευρώ
D	Φόρος εκπαίδευσης (education tax) 10% : $C \times 1,1$	14,30 ευρώ
E	Φ.Π.Α. (V.A.T.) 10%: $D \times 1,1$	15,73 ευρώ
F	Δαπάνες εκτελωνισμού (paperwork, inspection, warehousing & transportation), κατ'εκτίμηση 8% επί της τιμής CIF (A) $E \times 1,08$	16,98 ευρώ
G	Προμήθεια εμπορικού αντιπροσώπου 15%: $F \times 1,15$	19,5 ευρώ
H	Προμήθεια χονδρεμπόρου 15%: $G \times 1,15$	22,4 ευρώ
I	Περιθώριο κέρδους Πολυκαταστήματος 30%: $H \times 1,3$. Τιμή λιανικής	29,19 ευρώ

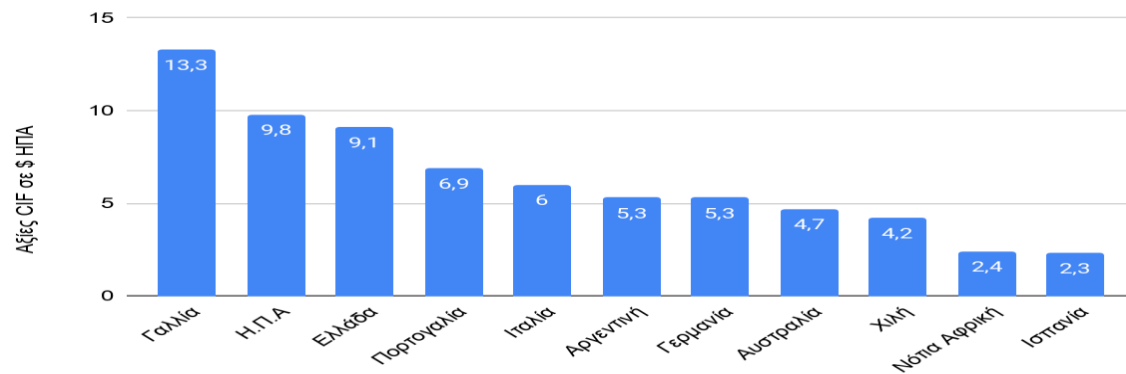
Κατά τον τρόπο αυτό, το προϊόν που φτάνει στην Κορέα με τιμή CIF 10 ευρώ, φτάνει τελικά να πωλείται να πωλείται στο ράφι σε τιμή λιανικής σε ένα πολυκατάστημα στα 29 με 30 ευρώ.

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 γευσιγνώστες. 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 γευσιγνώστες, καλύπτοντας πλήρως την πληρότητα της αίθουσας, ενώ σχηματίστηκε και λίστα αναμονής.

Με την ολοκλήρωση του σεμιναρίου πραγματοποιήθηκαν εξετάσεις τόσο θεωρητικές όσο και τυφλής γευσιγνωσίας 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.



3. 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 επιτυχόντες “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.



ΣΤ.5 ΜΠΥΡΑ

- Ενδιαφέρον προϊόν με υψηλή κατανάλωση και προοπτικές, καθώς και πολύ αξιόλογες εισαγωγές από την Ευρώπη. Δεν καταγράφονται ακόμη ελληνικές εξαγωγές.

Η μπύρα αποτελεί ένα ιδιαίτερα δημοφιλές ποτό για το Κορεατικό κοινό, το οποίο καταναλώνεται σε μεγάλες ποσότητες. Μια ποικιλία παραγόντων συμβάλουν στην διαχρονική αύξηση της κατανάλωσης, μεταξύ των οποίων:

- Οι τάσεις για μια πιο υγιεινή διατροφή, οι οποίες ευνοούν την κατανάλωση ποτών με χαμηλότερη περιεκτικότητα σε αλκοόλ έναντι κυρίως του παραδοσιακού soju,
- Η σταθερά υψηλή κατανάλωση από τον γυναικείο πληθυσμό, και
- Η κάμψη της Κορεατικής οικονομίας που δημιουργεί τάση στροφής σε χαμηλότερης αξίας ποτά.

Οι ετήσιες πωλήσεις μπύρας στη Νότιο Κορέα ανέρχονται σε 2 δις \$ Η.Π.Α. Το 90% της αγοράς καλύπτεται από εγχώρια παραγόμενες μπύρες, το ποσοστό αυτό είναι ωστόσο φθίνον. Η μορφή της αγοράς είναι ολιγοπωλιακή, καθώς τρεις εταιρείες κατέχουν την μερίδα του λέοντος, η **Oriental Brewery Company Co., Ltd.** (Brands: Cass, OB, Cafri) κατέχει το 60% της αγοράς, η **Hite-Jinro Co.** (Brands: Terra, Hite, Max, Stout, Filite) το 26% της αγοράς και η **Lotte Chilsung Co.** (Brands: Kloud, Fitz) το 4% της αγοράς. Ο περιορισμένος ανταγωνισμός έχει ωθήσει στην ανάπτυξη και προσφορά πρακτικά ομοιόμορφων lagers μέτριας ποιότητας και μάλλον ουδέτερης γεύσης.

Οι μικροζυθοποιείες (microbreweries) αποτελούν ένα πολύ πρόσφατο φαινόμενο στην Κορέα. Υπάρχουν σήμερα στην χώρα 100 περίπου εξ αυτών πλην όμως το μερίδιο αγοράς τους παραμένει μικρό, κάτω του 1% της συνολικής κατανάλωσης.

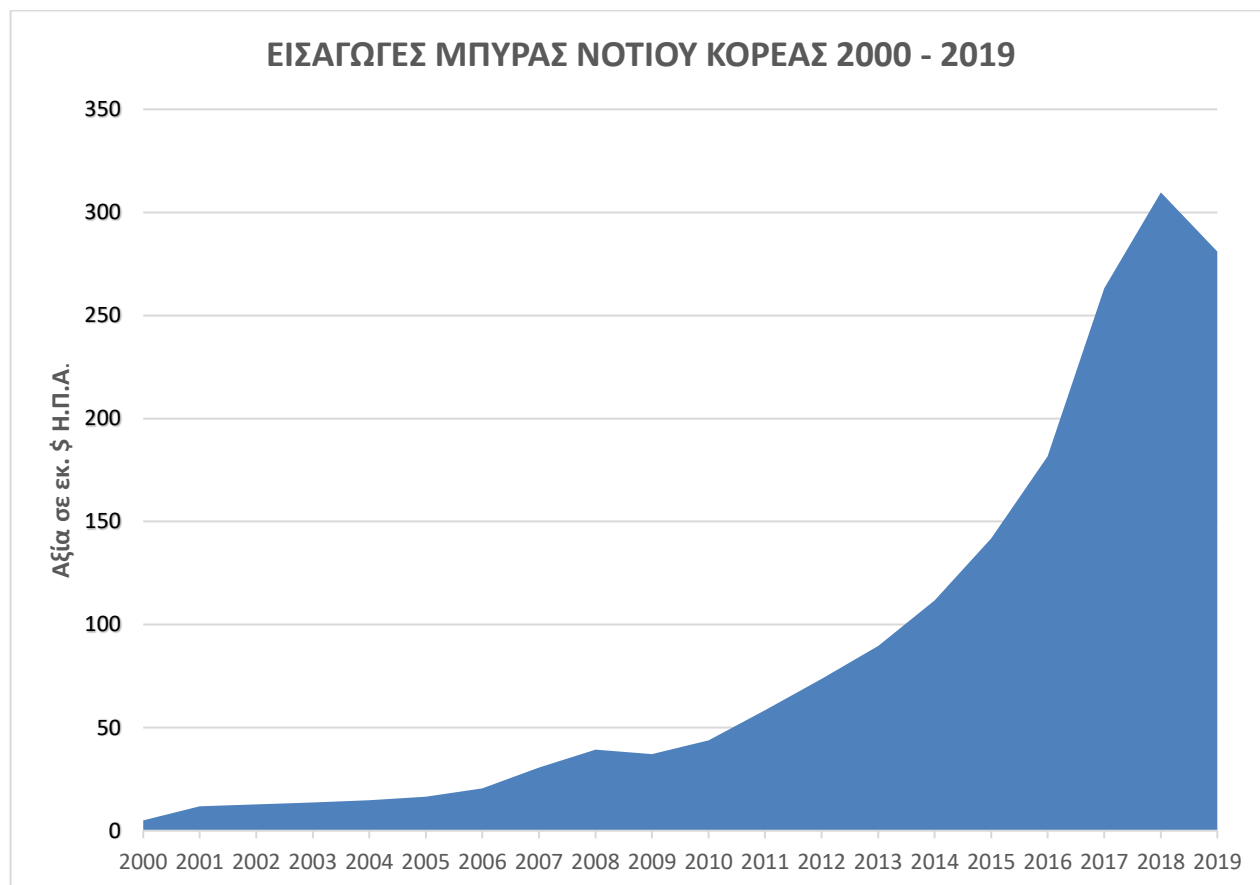
Η ομοιομορφία και μέτρια ποιότητα της εγχώριας παραγωγής στρέφει σταδιακά το καταναλωτικό κοινό προς εισαγόμενα προϊόντα. Η τάση αυτή εντείνεται περαιτέρω εξαιτίας της κατά μέσο όρο αύξησης της τιμής χονδρικής των εγχωρίων ζύθων κατά 5% περίπου λόγω της νομοθεσίας της κυβέρνησης του κ. Moon για αύξηση του κατώτατου ημερομισθίου στην χώρα.

Οι εισαγωγές μπύρας της Νοτίου Κορέας αυξήθηκαν από 11,9 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2001 σε 58,4 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2011, 141,9 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2015 και 309,7 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018 για να σημειώσει το 2019 διορθωτική κάμψη στα 280,9 εκ. \$ Η.Π.Α.. Επισημαίνουμε ότι η αξία των εισαγωγών υπερδιπλασιάστηκε το 2018 σε σχέση με το 2015, ενώ παρουσίασε αύξηση 18 % σε σχέση με το 2017. Η εισαγόμενη μπύρα καλύπτει πλέον το 10% περίπου της αγοράς με



τάσεις αυξητικές, καθώς το καταναλωτικό κοινό στρέφεται πλέον προς προϊόντα υψηλότερης ποιότητας με πλουσιότερη και πιο διαφοροποιημένη γεύση.

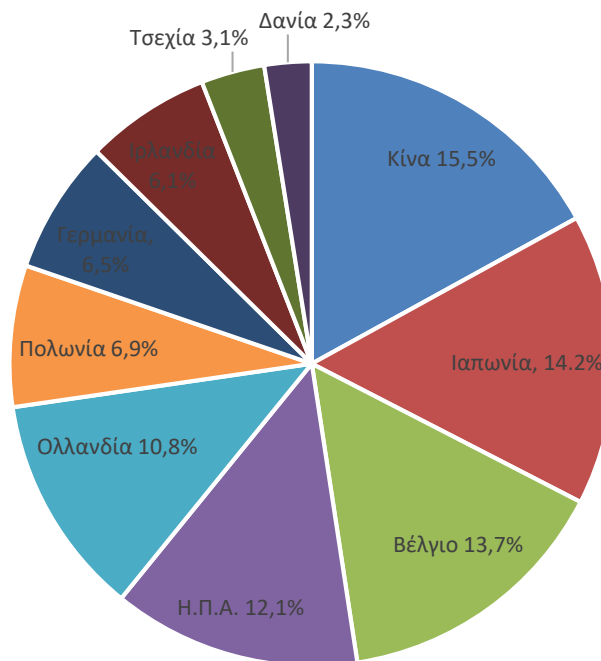
Εισαγωγές Μπύρας (Κλάση 2203) Νοτίου Κορέας			
Έτος	Αξία σε εκ. δολ. ΗΠΑ	Ποσότητα (χιλ. τόνοι)	Αξία (\$ CIF/kg)
2000	5	8,3	0,60
2001	11,9	19,5	0,61
2002	12,8	20	0,64
2003	13,7	20,7	0,66
2004	14,8	21,3	0,69
2005	16,5	22,8	0,72
2006	20,5	26,9	0,76
2007	30,6	35,8	0,85
2008	39,4	43,2	0,91
2009	37,2	41,5	0,90
2010	43,8	48,7	0,90
2011	58,4	59	0,99
2012	73,6	74,7	0,99
2013	89,7	95,2	0,94
2014	111,7	119,5	0,93
2015	141,9	170,9	0,83
2016	181,6	220,5	0,82
2017	263,1	331,2	0,79
2018	309,7	388	0,80
2019	280,9	360,1	0,78



Κύριος προμηθευτής της Νοτίου Κορέας κατά το παρελθόν έτος υπήρξε η **Κίνα** (43,5 εκ. \$ Η.Π.Α., 15,5% της συνολικής αξίας εισαγωγών), ακολουθούμενη από την **Ιαπωνία** (39,8 εκ. \$ Η.Π.Α., 14,2% της συνολικής αξίας, μεγάλη μείωση λόγω εμπορικού πολέμου με τη Ν. Κορέα). Πέραν τούτων, και με εξαίρεση τις **Η.Π.Α.** (33,9 εκ. \$ Η.Π.Α., 12,1% της συνολικής αξίας), η πλειοψηφία των Κορεατών καταναλωτών τείνουν να θεωρούν την Ευρώπη ως την κύρια προέλευση διαφοροποιημένων γεύσεων και τύπων ποιοτικής μπίρας. Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας, ο εισαγωγικός δασμός για την μπίρα που εισάγεται από την Ε.Ε. είναι **της τάξης του 7%** (έναντι του βασικού εισαγωγικού δασμού 30% που καταβάλουν οι Ιαπωνικές μπίρες. Αντίθετα, η μπίρα από τις Η.Π.Α. εισέρχεται στην Κορέα χωρίς καταβολή εισαγωγικού δασμού.). Ως αποτέλεσμα, σημειώνονται αξιόλογες εισαγωγές από το **Βέλγιο** (38,6 εκ. \$ Η.Π.Α., 13,7% της συνολικής αξίας), την **Ολλανδία** (30,4 εκ. \$ Η.Π.Α., 10,8% της συνολικής αξίας), την **Πολωνία** (19,5 εκ. \$ Η.Π.Α., 6,9% της συνολικής αξίας), την **Γερμανία** (18,1 εκ. \$ Η.Π.Α., 6,5% της συνολικής αξίας), την **Ιρλανδία** (17,2 εκ. \$ Η.Π.Α., 6,1% της συνολικής αξίας), την **Τσεχία** (8,7 εκ. \$ Η.Π.Α., 3,1% της συνολικής αξίας), και την **Δανία** (6,4 εκ. \$ Η.Π.Α., 2,3% της συνολικής αξίας). **Η χώρα μας δεν έχει μέχρι στιγμής εμπορική παρουσία στην Κορέα.**



Μερίδια Αγοράς Προμηθευτών Μπύρας Νοτίου Κορέας 2019 (επί συνολικής αξίας εισαγωγών)



Στην Κορέα, οι προαναφερθείσες τρεις σημαντικότερες εταιρείες παραγωγής εγχώριας μπύρας αποτελούν και τους μεγαλύτερους εισαγωγείς. Κατά τον τρόπο αυτό, η **Oriental Brewery Company** (www.obbeer.co.kr) εισάγει τις Budweiser, Hoegaarden, Corona, Beck's, Stella Artois, Leffe, Suntory & Löwenbräu, η **Hite-Jinro** (<http://en.hitejinro.com>) τις Carlsberg, Kirin, Singha, Kronenbourg, Tooheys Brothers και η **Lotte Chilsung** (<https://company.lottechilsung.co.kr/eng/main/index.do>) τις Miller, Coors, Bluemoon & Asahi. Άλλοι αξιόλογοι εισαγωγείς είναι η **BL International Co., Ltd.** (<http://blint.co.kr>), η **Sanmi Industrial Co., Ltd.** (<http://sanmi.co.kr>), η **AE Brands Korea** (www.pilsner.co.kr) και η **BeerK Co., Ltd.** (www.beerkorea.net).

Στην Κορέα λαμβάνει χώρα η ετήσια, εξειδικευμένη στο χώρο της μπύρας, διεθνής έκθεση Korea International Beer Expo (KIBEX, www.beerexpo.kr). Η επόμενη KIBEX προγραμματίζεται για τις 30/7-1/8 του 2020.

Ακολουθεί πίνακας με ενδεικτική καταγραφή εισαγόμενων ετικετών μπύρας στην Κορέα, χώρα προέλευσης, διατιθέμενες συσκευασίες και τιμές λιανικής. Οι πλέον δημοφιλείς συσκευασίες είναι τα γυάλινα μπουκάλια των 330 ml και τα κουτάκια αλουμινίου των 500 ml.



Beer Name & Country of Origin	Packaging & Retail Price
Asahi/ Japan	Bottle 330ml & Can 500ml 3900 won
Heineken/ Netherland	Bottle 330ml & Can 500ml 3900 won
Hoegaarden/ Belgium	Bottle 330ml & Can 500ml 4000 won
Kirin/ Japan	Can 500ml 3900 won
Pilsner Urquell/ Czech Republic	Can 500ml 4200 won
Budweiser/ U.S.A.	Bottle 330ml & Can 473ml 3300 won
Sapporo/ Japan	Can 500ml 3900 won
Stella Artois/ Belgium	Bottle 330ml & Can 500ml 3900 won
Miller/ U.S.A.	Bottle 330ml & Can 473ml 3700 won
Blanc 1664/ France	Can 500ml 4400 won
Suntory Premium/ Japan	Can 500ml 4300 won
Paulaner HefeWeiss/ Germany	Can 500ml 3000 won
San Miguel/ Philippines	Can 500ml 3900 won
Kozel Lager/ Czech Republic	Bottle 330ml & Can 500ml 3900 won
Lefte Blond, Brune/ Belgium	Can 500ml 4500 won
Schmucker Hefe Weizen/Germany	Can 500ml 4500won
Peroni Nastro Azzurro/ Italy	Bottle 330ml & Can 500ml 4200 won
Kozel Dark/ Czech Republic	Bottle 330ml & Can 500ml 3800 won
Grolsch/ Netherlands	Bottle 330ml & Can 500ml 2500 ~ 3000won
Amstel/ Netherlands	Bottle 330ml & Can 500ml
Tsingtao/ China	Bottle 330ml, 640ml & Can 330ml, 500ml 3200won
Erdinger/ Germany	Bottle 330ml, 500ml & Can 500ml 4200won

Ενδεικτική ισοτιμία: 1 ευρώ = 1.300 Γουόν Κορέας



Η αγορά αλκοολούχων της Νοτίου Κορέας χαρακτηρίζεται από υψηλή φορολογία και πολλούς μεσάζοντες, με αποτέλεσμα τα προϊόντα, παρά τον χαμηλό εισαγωγικό δασμό, να φτάνουν στον τελικό καταναλωτή σε πολύ υψηλές τιμές. Προκειμένου να καταστεί αντιληπτός ο τρόπος διαμόρφωσης των τελικών τιμών καταναλωτή, θα υποθέσουμε ότι ένα ελληνικό μπουκάλι μπύρας φτάνει στην Κορέα με αξία CIF 1 ευρώ. Η τελική τιμή αγοράς διαμορφώνεται, κατ' εκτίμηση, με βάση τον ακόλουθο πίνακα:

ΣΤΑΔΙΟ	ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ	ΔΙΑΜΟΡΦΟΥΜΕΝΗ ΤΙΜΗ
A	Άφιξη στην Κορέα, τιμή CIF	1 ευρώ
B	Εισαγωγικός δασμός 7%: $A \times 1,07$	1,07 ευρώ
C	Φόρος αλκοολούχων (liquor tax) 30%: $B \times 1,3$	1,391 ευρώ
D	Φόρος εκπαίδευσης (education tax) 10%: $C \times 1,1$	1,53 ευρώ
E	Φ.Π.Α. (V.A.T.) 10%: $D \times 1,1$	1,683 ευρώ
F	Δαπάνες εκτελωνισμού (paperwork, inspection, warehousing & transportation), κατ' εκτίμηση 8% επί της τιμής CIF (A)	1,818 ευρώ
G	Προμήθεια εμπορικού αντιπροσώπου 15%: $F \times 1,15$	2,09 ευρώ
H	Προμήθεια χονδρεμπόρου 15%: $G \times 1,15$	2,4 ευρώ
I	Περιθώριο κέρδους Supermarket 20%: $H \times 1,2$ Τιμή λιανικής	2,88 ευρώ

Κατά τον τρόπο αυτό, το προϊόν που φτάνει στην Κορέα με τιμή CIF 1 ευρώ, φτάνει τελικά να πωλείται να πωλείται στο ράφι σε τιμή λιανικής 2,9 ευρώ, αν όχι περισσότερο.

Ο Κορεατικός Κώδικας Τροφίμων και Ποτών, προβλέπει τα ακόλουθα πρότυπα ασφαλείας (safety standards) για την μπύρα:



Κατηγορία	Προβλεπόμενα πρότυπα ασφαλείας
Κύρια συστατικά	Malt (barley and wheat), Hop, Water, Starch ingredients (including wheat, rice, barley, corn, potato & starch)
Μεθανόλη	Όχι πάνω από 0,5 mg/ml
Περιεκτικότητα σε αλκοόλ	Όχι άνω του 25%. Η αναγραφόμενη περιεκτικότητα δεν πρέπει να απέχει άνω του 0,5% από την πραγματική
Επιτρεπόμενα πρόσθετα	Aspartame, Stevioside, Sorbitol, Sucralose, Lactose, Acesulfame K, Erythritol, Xylitol, Milk, Milk powder, Milk cream, Casein, Arabic gum, Pectin, Carbon dioxide gas, Sugars, Caramel, Tannic acid, all coloring and flavoring agents allowed in the Korea Food Additive Code
Χαρακτηρισμός Lite	Εφόσον το προϊόν δεν αποδίδει άνω των 30 kcal θερμίδων ανά 100 ml

Η νομοθεσία της Νοτίου Κορέας απαιτεί την προσθήκη μιας ετικέτας στα Κορεατικά για όλα τα εισαγόμενα αλκοολούχα ποτά. Συνήθως πρόκειται για ένα sticker που επικολλά ο εισαγωγέας στο πίσω μέρος της φιάλης στις αποθήκες, πριν περάσει το προϊόν από τον τελωνειακό έλεγχο.

Παρά τον έντονο ανταγωνισμό, πιστεύουμε ότι η Κορεατική αγορά μπύρας θα πρέπει να προσελκύσει το ενδιαφέρον των ελληνικών ζυθοποιείων, κάτι που δεν έχει υποπέσει μέχρι σήμερα στην αντίληψή μας. Το Γραφείο μας είναι ανά πάσα στιγμή διαθέσιμο για να συνδράμει στην προσπάθεια αυτή.



ΣΤ.6 ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ ΝΕΡΟ, WATER DRINKS, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

- Ενδιαφέρουσα αγορά, ιδίως για το αεριούχο νερό, τα αναψυκτικά και τα water drinks. Περιορισμένες Ελληνικές εξαγωγές.

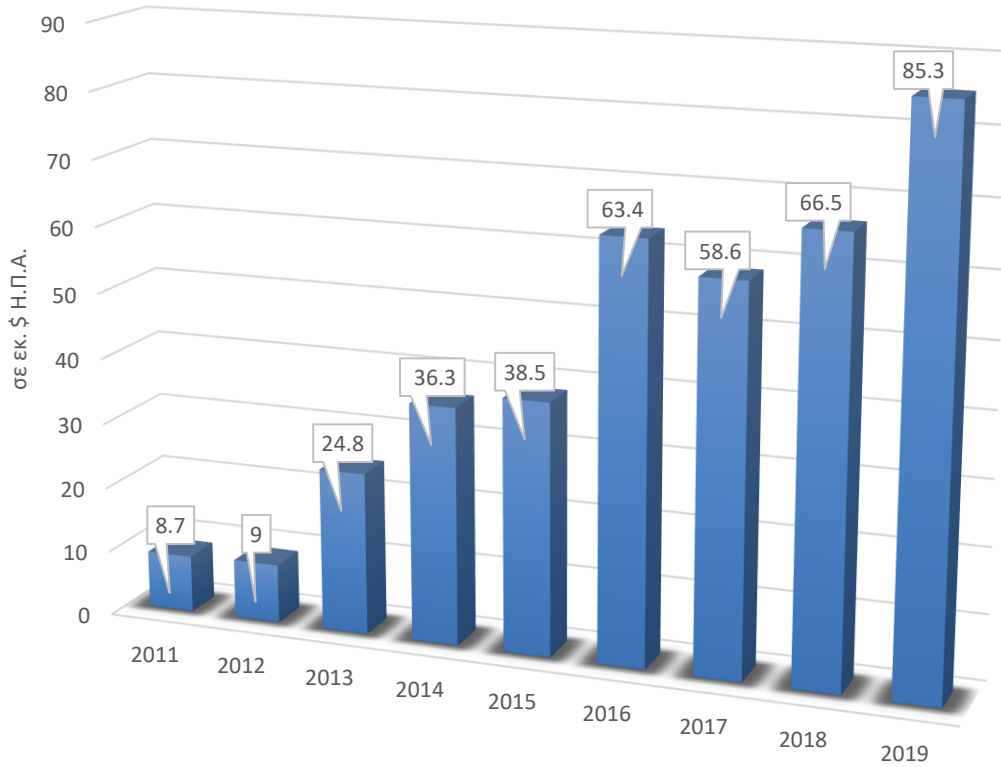
Το εμφιαλωμένο νερό (δασμολογική κλάση 220110) είναι ένα σχετικά νέο προϊόν για την αγορά της Νοτίου Κορέας, καθώς η πώλησή του επιτράπηκε μόλις το 1995 (έως τότε το Σύνταγμα της Κορέας προέβλεπε ότι οι φόροι που πληρώνουν οι πολίτες της χώρας τους δίνουν αδιαπραγμάτευτα το δικαίωμα σε πόσιμο τρεχούμενο νερό). Ο κλάδος ωστόσο αναπτύχθηκε γρήγορα κατά τα τελευταία 20 χρόνια, ως αποτέλεσμα κυκλοφορούν σήμερα γύρω στις 200 επικέτες εμφιαλωμένου μεταλλικού και αεριούχου νερού. Σε ότι αφορά το μεταλλικό νερό, την μερίδα του λέοντος κατέχουν τα εγχώρια προϊόντα, καθώς η Νότια Κορέα πραγματοποιεί και εξαγωγή νερού κυρίως στις Η.Π.Α., Ρωσία, Ιαπωνία και Φιλιππίνες. Η κατάσταση αντιστρέφεται για το αεριούχο νερό, όπου τον πρώτο λόγο έχουν τα εισαγόμενα προϊόντα.

Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας, το εμφιαλωμένο νερό προελεύσεως Ε.Ε. εισάγεται στην χώρα της Άπω Ανατολής με εισαγωγικό δασμό 5% επί της αξίας, εφόσον βέβαια ο εξαγωγέας έχει προβεί στην έκδοση "**Άδειας Εγκεκριμένου Εξαγωγέα**" από την Τελωνιακή Περιφέρεια στην χωρική αρμοδιότητα της οποίας είναι εγκατεστημένη η επιχείρησή του. Η ανωτέρω προϋπόθεση έχει εφαρμογή για αποστολή εμπορεύματος αξίας άνω των 6.000 ευρώ.

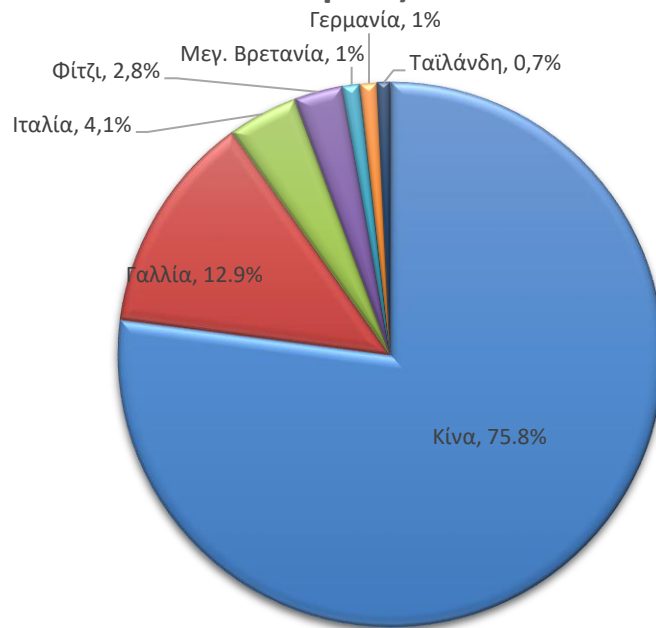
Το μέγεθος της αγοράς εμφιαλωμένου νερού της Κορέας ήταν 800 εκατομμύρια δολάρια Η.Π.Α. το 2018 και προβλέπεται να φτάσει το 1 δις δολάρια το 2020. Εξ αυτών, το 15% περίπου αντιστοιχεί σε προϊόντα αεριούχου νερού. Η αξία των εισαγωγών νερού της Κορέας αυξήθηκε από 8,7 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2011 σε 66,5 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018 και 85,3 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2019. Κυριότεροι προμηθευτές είναι η Κίνα (Baeksansu), η Γαλλία (Perrier), η Ιταλία (San Pellegrino, San Benedetto), τα νησιά Φίτζι, η Μεγάλη Βρετανία και η Γερμανία (Gerolsteiner). Οι εισαγωγές εμφιαλωμένου νερού από την Ευρώπη έχουν αναμφισβήτητα ευνοηθεί από το αυξανόμενο κύμα Κορεατών επισκεπτών προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ηπείρου. Η χώρα μας πραγματοποίησε το 2019 περιορισμένες εξαγωγές αεριούχου εμφιαλωμένου νερού (Σουρωτή) αξίας 28 χιλ. δολ. ΗΠΑ.



Εισαγωγές εμφιαλωμένου νερού Νοτίου Κορέας



Κύριοι προμηθευτές εμφιαλωμένου νερού Νοτίου Κορέας 2019

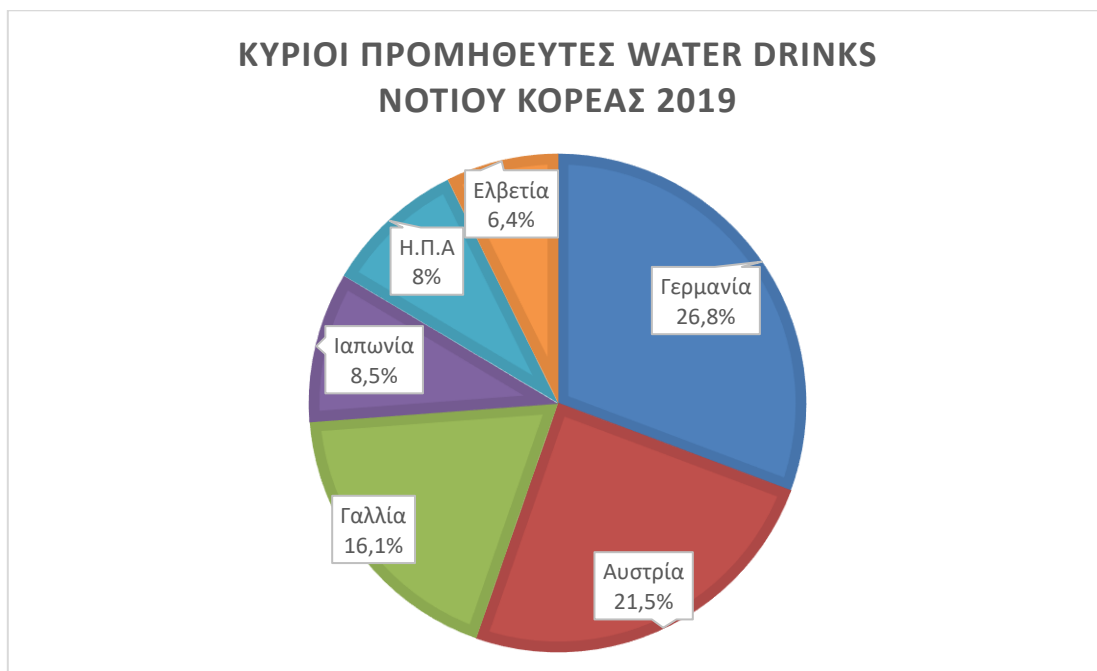
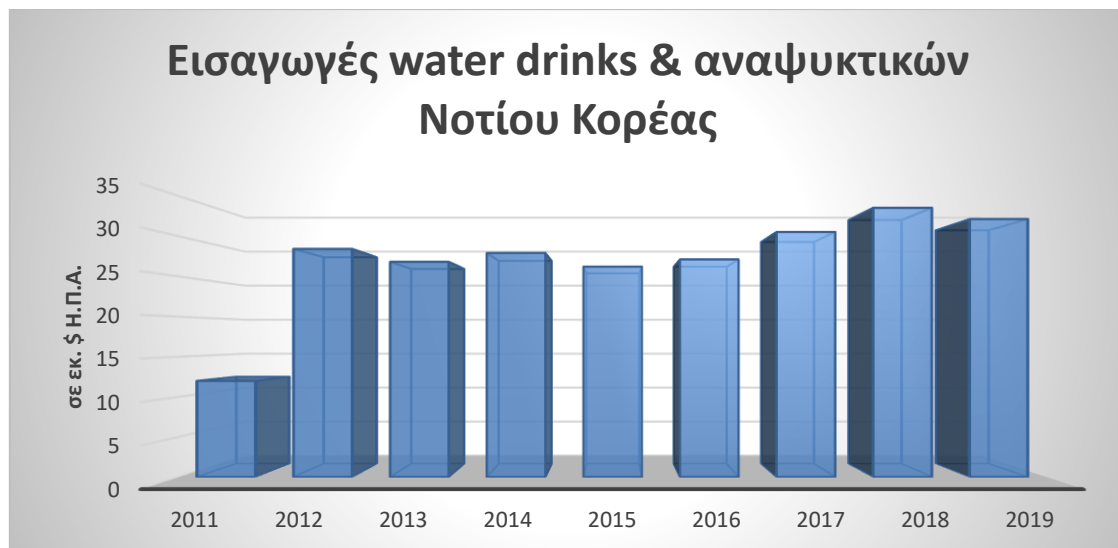


■ Κίνα ■ Γαλλία ■ Ιταλία ■ Φίτζι ■ Μεγάλη Βρετανία ■ Γερμανία ■ Ταϊλάνδη



Διαφορετικά είναι τα δεδομένα στον υποκλάδο των water drinks (δασμολογική κλάση 220210 – μεταλλικά & αεριούχα νερά με προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών και αρωματικών ουσιών, συμπεριλαμβανομένων των αναψυκτικών), τα οποία συνδέονται περισσότερο με το lifestyle και εξάγονται από την Ε. Ένωση προς τη Νότια Κορέα χωρίς την επιβολή εισαγωγικού δασμού.

Η αξία των εισαγωγών water drinks της Κορέας αυξήθηκε από 12 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2011 σε 33,5 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018 και 32,1 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2019. Οι εισαγωγές παρουσιάζουν σχετική σταθερότητα από το 2012 με ήπιες ανοδικές τάσεις. Κυριότεροι προμηθευτές είναι η Γερμανία, η Αυστρία,, η Γαλλία, η Ιαπωνία, οι Η.Π.Α. και η Ελβετία. Η χώρα μας πραγματοποίησε το 2019 εξαγωγές αναψυκτικών αξίας 128 χιλ. δολ. ΗΠΑ.





Είναι γνωστό ότι οι καταναλωτικές συνήθειες του Κορεατικού κοινού βασίζονται σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό στις τάσεις (trends) που προσδιορίζουν το γενικότερο lifestyle. Στο πλαίσιο αυτό, τα τελευταία 2-3 χρόνια έχει αναπτυχθεί έντονο ενδιαφέρον και ζήτηση για τα ακόλουθα προϊόντα:

- Αεριούχα νερά με γεύσεις φρούτων



- Αλκαλικά ύδατα, τα οποία τείνουν να θεωρούνται “πόσιμα καλλυντικά και αντιγηραντικά”





- Υδρογονούχα νερά (miracle water ή miracle drinks)

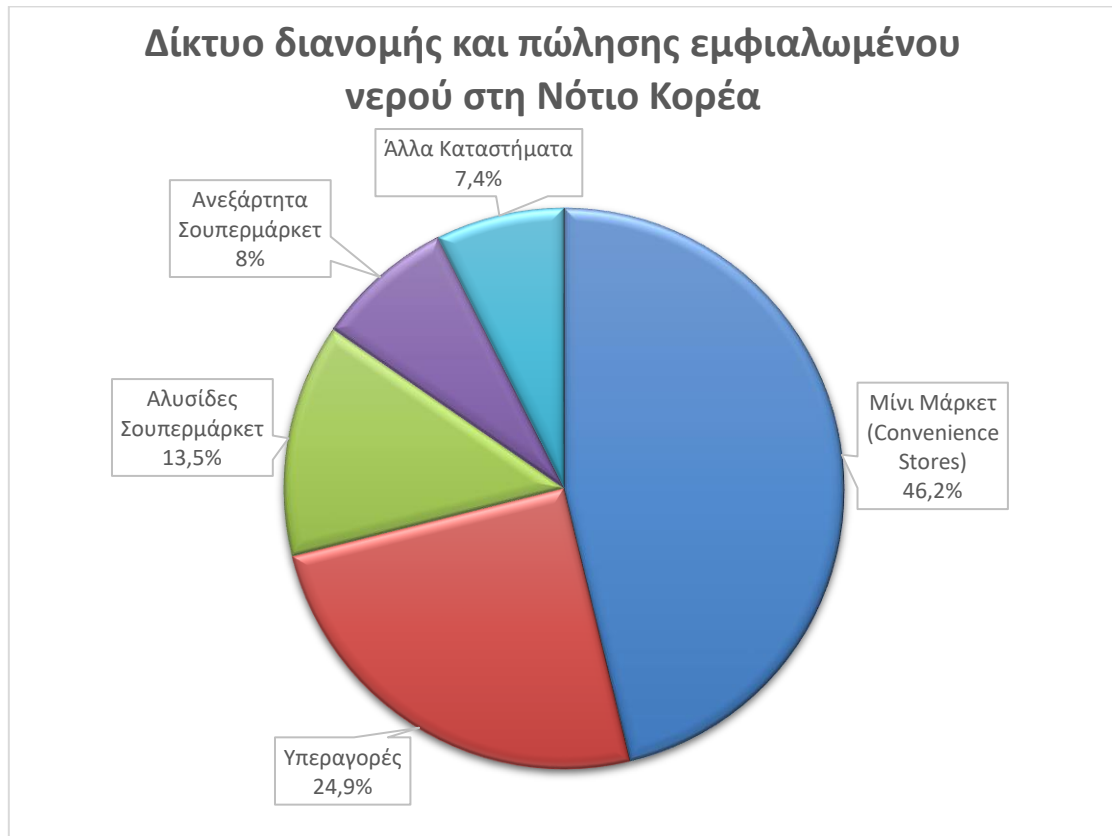


- Deep Sea ή Deep Ocean Water (προέλευσης κυρίως Ιαπωνίας, Η.Π.Α., Νορβηγίας και Ταϊβάν). Συστήνεται για εγγύους και μωρά.



Οι κυριότερες εισαγωγικές επιχειρήσεις εμφιαλωμένου νερού στη Νότιο Κορέα είναι οι **Global Generation Co.** (www.waterlime.co.kr, εισαγωγές Perrier, Evian, Fiji water κλπ.), **Jumax** (www.jumax.co.kr, εισαγωγές από διάφορες χώρες συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας), **Bora Trading Co., Ltd.** (www.boratr.co.kr, San Benedetto από Ιταλία), **Shindong** (www.shindongwine.co.kr, San Pellegrino από Ιταλία), **Alkalife** (www.alkalife.co.kr, εισαγωγές από Αυστραλία), **Konadeep Korea** (<http://konadeepkorea.com>, εισαγωγές από Χαβάη), **Geomackorea** (www.gerolsteiner.kr, εισαγωγές Gerolsteiner από Γερμανία) και **CSR & Company** (εισαγωγές LamNZ από τη Νέα Ζηλανδία).

Το εμφιαλωμένο νερό διανέμεται στην Κορέα και πωλείται κυρίως σε μίνι μάρκετ (convenience stores), υπεραγορές, αλυσίδες σουπερμάρκετ και ανεξάρτητα καταστήματα.



Σημειώνουμε ιδιαίτερα ότι οι τιμές λιανικής πώλησης του εισαγόμενου εμφιαλωμένου νερού στη Νότιο Κορέα είναι πολύ υψηλότερες από τις αντίστοιχες τιμές τελικού καταναλωτή στις χώρες παραγωγής. Χαρακτηριστικά, το San Pellegrino πωλείται οκτώ (8) φορές ακριβότερα σε σχέση με την Ιταλία, το Perrier τρεισήμισι φορές ακριβότερα σε σχέση με την Γαλλία και το Gerolsteiner δυόμισι φορές ακριβότερα σε σχέση με την Γερμανία.

Η σχετική νομοθεσία για το εμφιαλωμένο νερό είναι διαθέσιμη μέσω του συνδέσμου <http://www.law.go.kr/eng/engLsSc.do?menuId=1&query=drinking+water&x=0&y=0#liBgcolor0> (Drinking Water Management Act).

Ο κλάδος του μεταλλικού, αεριούχου νερού, των αναψυκτικών και των water drinks στην Κορέα παρουσιάζει αναμφίβολα ενδιαφέρον και πιστεύουμε ότι θα έπρεπε να τύχει του ενδιαφέροντος και της δραστηριοποίησης περισσότερων ελληνικών επιχειρήσεων.



ΣΤ.7 ΚΟΝΣΕΡΒΕΣ ΡΟΔΑΚΙΝΩΝ

- Οι κονσέρβες φρούτων είναι ιδιαίτερα δημοφιλές προϊόν για το καταναλωτικό κοινό της Ν. Κορέας.
- Ο σταδιακός μηδενισμός του εισαγωγικού δασμού για τις ελληνικές κονσέρβες ροδακίνου, στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρου Εμπορίου Ε.Ε.- Ν. Κορέας, είχε εξαιρετικά ευνοϊκές συνέπειες για τις ελληνικές εξαγωγές.
- Η Ελλάδα έχει θέσει σχεδόν πλήρως στο περιθώριο τις παραδοσιακές ανταγωνίστριες χώρες (Κίνα, Νότια Αφρική, Χιλή), αποσπώντας κυριαρχικό μερίδιο αγοράς της τάξης του 70%, το οποίο μάλιστα εξακολουθεί να παρουσιάζει ανοδικές τάσεις.
- Κατά το 2019, οι εξαγωγές μας σημείωσαν ιστορικά υψηλά των 4.700 τόνων αξίας 5,1 εκ. \$ Η.Π.Α.. Κατά το πρώτο πεντάμηνο του 2020, καταγράφηκε νέα κατακόρυφη αύξηση 68,6%.
- Στην εδώ αγορά κυριαρχούν οι private label συσκευασίες των 400 γραμμαρίων με σμαλτοποιημένη επιφάνεια (enamel tin cans) και εύκολο άνοιγμα.

Οι ελληνικές κονσέρβες ροδακίνων είναι ένα πολύ ενδιαφέρον προϊόν για τη Νότιο Κορέα, καθώς αρέσει πολύ στο Κορεατικό κοινό και καταναλώνεται ευρέως, ενώ ουσιαστικά δεν υφίσταται εγχώρια παραγωγή και οι ανάγκες καλύπτονται από τις εισαγωγές. Η Ελλάδα πραγματοποιούσε αξιόλογες εξαγωγές έως το 2005-2007, αλλά στη συνέχεια δέχτηκε ασφυκτικές πιέσεις από την Κίνα και την Ταϊλάνδη στο χαμηλό κομμάτι της αγοράς και από τη Ν. Αφρική –κυρίως- και τη Χιλή στο υψηλό (η χώρα στην Νοτίου Αμερικής μάλιστα συνήψε Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου με την Κορέα.)

Ελληνικές Εξαγωγές Κονσέρβας Ροδακίνου προς τη Ν. Κορέα			
(Δασμολογική Κλάση 200870)			
Έτος	Αξία	Συνολικές εισαγωγές Ν. Κορέας	Μερίδιο Αγοράς
2000	999	5.832	17,1%
2001	1.513	6.887	22%
2002	1.938	7.799	24,8%



2003	1.604	6.542	24,5%
2004	1.088	5.440	20 %
2005	1.795	6.365	28,2%
2006	1.618	7.787	20,8%
2007	1.235	9.023	13,7 %
2008	351	7.714	4,6%
2009	113	3.778	3 %
2010	52	4.287	1,2%
2011	349	6.315	5,7%
2012	648	7.555	8,6%
2013	1.433	7.696	18,6%
2014	1.112	8.456	13,1%
2015	1.979	8.339	23,7%
2016	3.355	9.753	34,4%
2017	3.145	10.480	30%
2018	4.275	12.143	35,2%
2019	5.076	11.652	43,6%

ΠΗΓΗ: Korea International Trade Association, ποσά σε χιλ. \$ ΗΠΑ

Οι εξαγωγές μας μηδενίστηκαν ουσιαστικά το 2010, αλλά η θέση σε ισχύ της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Ν. Κορέας τον Ιούλιο του 2011 ανέστρεψε πλήρως την τάση καθώς προέβλεπε την σταδιακή κατάργηση του υψηλότατου εισαγωγικού δασμού της τάξης του 50% σε 8 ισόποσες δόσεις. Ο εισαγωγικός δασμός μηδενίστηκε τελικά κατά το 2018.

Κατά το 2015, η αξία των εξαγωγών μας σημείωσε ιστορικό υψηλό και συνέχισε να αυξάνεται με ταχείς ρυθμούς, ξεπερνώντας το 30% των Κορεατικών εισαγωγών. Κατά το 2018, οι εξαγωγές μας σημείωσαν νέα μεγάλη αύξηση της τάξης του 35,9%, αποσπώντας νέο ιστορικά υψηλό μερίδιο αγοράς 35,2% και καταλαμβάνοντας πλέον την πρώτη θέση μεταξύ των προμηθευτών της Νοτίου Κορέας. Κατά το 2019, η χώρα μας εξήγαγε προς τη Νότιο Κορέα 4.700 τόνους κονσέρβας ροδακίνου, συνολικής αξίας 5,1 εκ. \$ Η.Π.Α. (άνοδος 18,7%



σε σχέση με το παρελθόν έτος, αποκτώντας πλέον κυριαρχική θέση στην αγορά. Σε ότι αφορά στον ανταγωνισμό:

- Η **Κίνα** ακολουθεί σταθερά πτωτική πορεία, καθώς δεν μπορεί να ανταγωνιστεί την Ελλάδα ούτε σε ποιότητα ούτε –πλέον- σε τιμή, αφού υποχρεούται να πληρώνει ολόκληρο τον εισαγωγικό δασμό του 50%. Διατηρεί ένα μικρό και συρρικνούμενο μερίδιο αγοράς της τάξης του 12,2%, το οποίο κυρίως αφορά κατεψυγμένα ροδάκινα που εισέρχονται στην Κορέα και συσκευάζονται εδώ.

- Η **Νότιος Αφρική** έχει ουσιαστικά βγει εκτός αγοράς, καθώς διαθέτει μεν υψηλή ποιότητα αλλά η τιμή παραγωγού είναι υψηλότερη από την ελληνική και ταυτόχρονα το προϊόν υφίσταται τον εισαγωγικό δασμό 50%, καθώς η χώρα δεν έχει συνάψει συμφωνία ελεύθερου εμπορίου με τη Νότιο Κορέα.

- Η **Χιλή** έχει επίσης βγει τελείως εκτός αγοράς καθώς, παρά την Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών που έχει με την Κορέα, η ποιότητα του προϊόντος είναι σαφώς κατώτερη της ελληνικής.

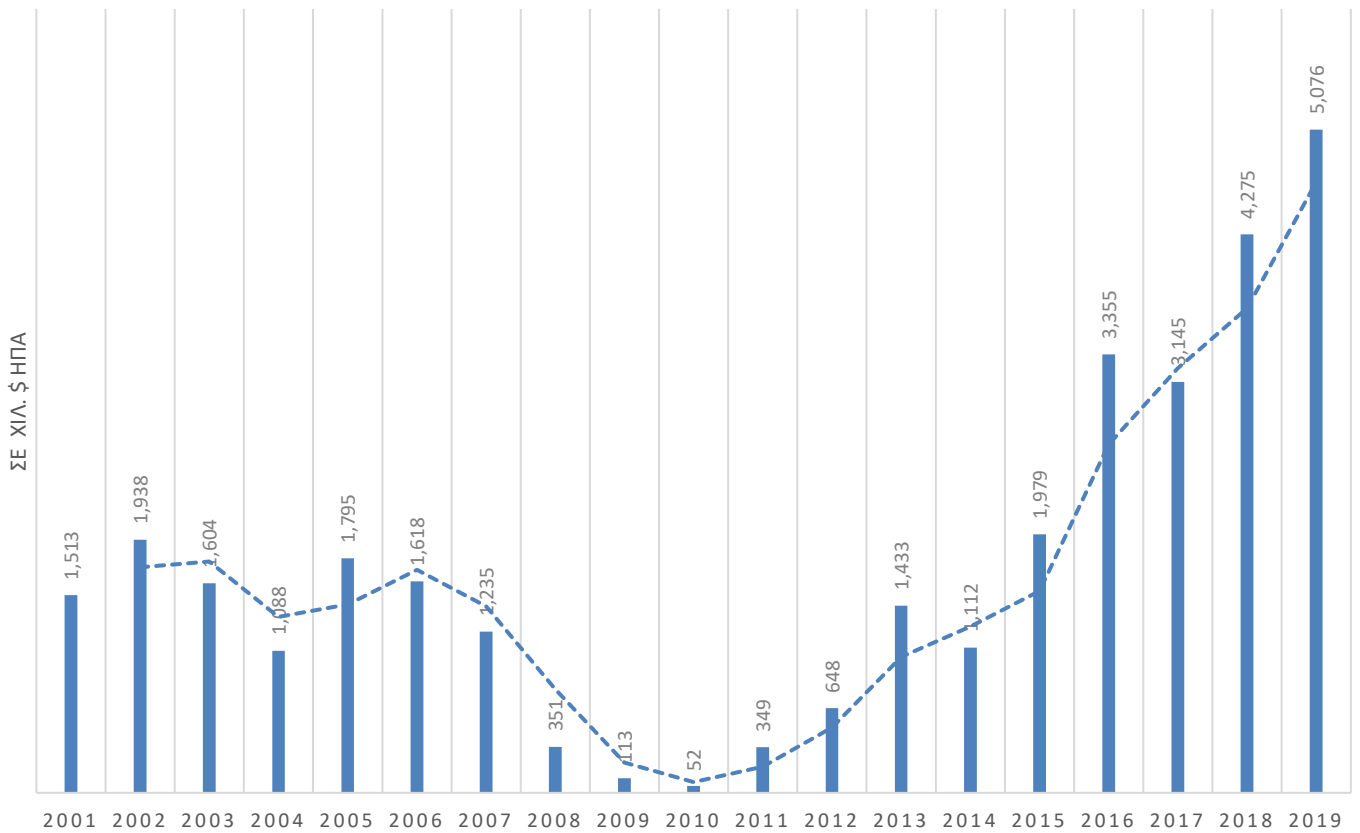
- Η **Ταϊλάνδη**, παρότι εμφανίζει αξιόλογες εξαγωγές προς την Κορέα (28,3% της αγοράς) δεν έχει πραγματικά δική της παραγωγή ροδακίνων. Πρόκειται στην ουσία για ροδάκινα πρωτίστως από την Ελλάδα και, δευτερευόντως, από την Κίνα, τα οποία εισάγονται μεταποιημένα και συσκευασμένα στην Κορέα από την εταιρεία Dole.

- Παρατηρούνται περιορισμένες εισαγωγές από την Γαλλία (716 χιλ. \$ Η.Π.Α.), την Ιταλία (564 χιλ. \$ Η.Π.Α.) και την Ισπανία (526 χιλ. \$ Η.Π.Α.).

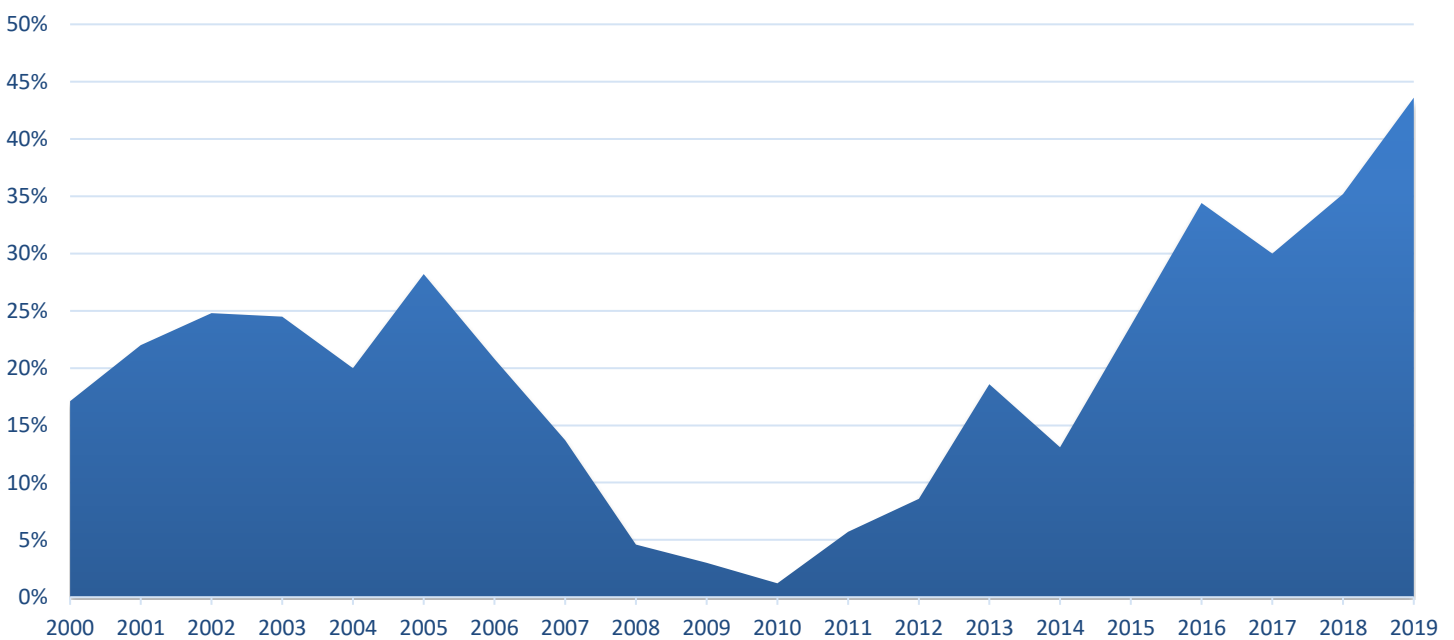
Κατά τον τρόπο αυτό, εκτιμούμε ότι **το μερίδιο αγοράς των ελληνικών κονσερβών ροδακίνου στην Κορεατική αγορά είναι στην πραγματικότητα της τάξης του 70%**. Σημειώνουμε εξάλλου ότι, κατά το πρώτο εξάμηνο του 2020, η αξία των εξαγωγών μας σημείωσε νέα κατακόρυφη άνοδο της τάξης του 68,6%.



ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΟΝΣΕΡΒΑΣ ΡΟΔΑΚΙΝΟΥ ΠΡΟΣ ΤΗ ΝΟΤΙΟ ΚΟΡΕΑ



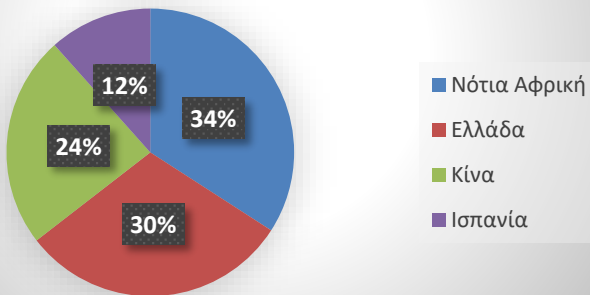
Μερίδιο Αγοράς ελληνικών εξαγωγών στην κορεατική αγορά κονσέρβας ροδακίνου



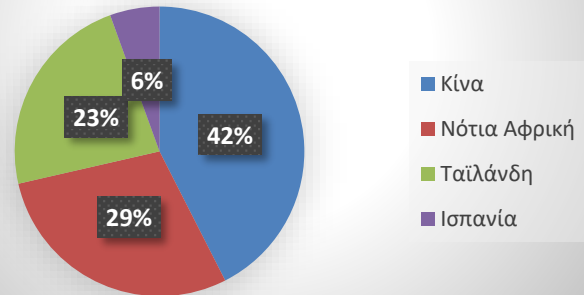


Οι ελληνικές εξαγωγές κονσέρβας ροδακίνου προς την Κορέα σε σχέση με τον ανταγωνισμό:

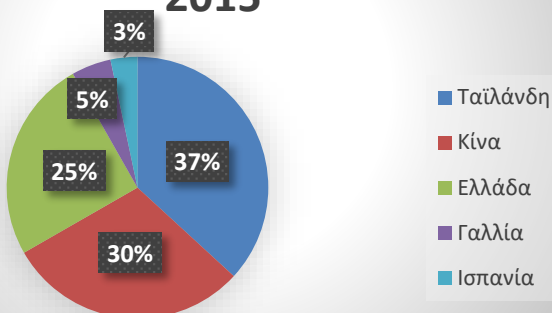
Προμηθευτές Κονσέρβας Ροδακίνου Νοτίου Κορέας, 2005



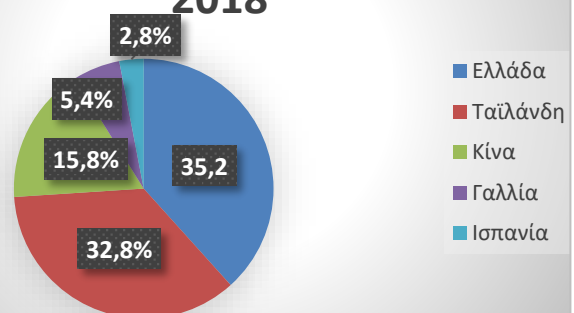
Προμηθευτές Κονσέρβας Ροδακίνου Νοτίου Κορέας, 2010



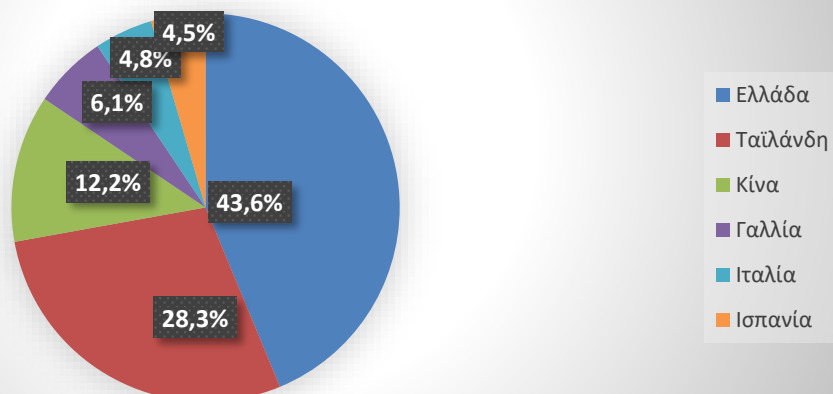
Προμηθευτές Κονσέρβας Ροδακίνου Νοτίου Κορέας, 2015



Προμηθευτές Κονσέρβας Ροδακίνου Νοτίου Κορέας, 2018



Προμηθευτές Κονσέρβας Ροδακίνου Νοτίου Κορέας, 2019





Στη Νότιο Κορέα, το προϊόν πωλείται με τη μορφή του private label και στην αγορά κυριαρχούν οι συσκευασίες των 400 και, δευτερευόντως, των 820 γραμμαρίων. Κυκλοφορούν και συσκευασίες των 3 και 3,6 κιλών για χρήση εστιατορίου.

Η Ελλάδα έχει όλες τις προϋποθέσεις να κυριαρχήσει στην κορεατική αγορά κονσέρβας ροδακίνου κατά τα προσεχή χρόνια. Στην πραγματικότητα, το κυριότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι ελληνικές εξαγωγές είναι η έλλειψη ενίοτε επαρκούς αριθμού εισερχόμενων στην χώρα μας κοντέινερς για να εξυπηρετήσουν τις εξαγωγικές μας ανάγκες, καθώς πρόκειται για προϊόν με χαμηλά περιθώρια κέρδους στο οποίο η συνολική κερδοφορία συναρτάται άμεσα από τον όγκο των εξαγωγών. Ακόμη και το πρόβλημα αυτό τείνει ωστόσο να αμβλυνθεί.

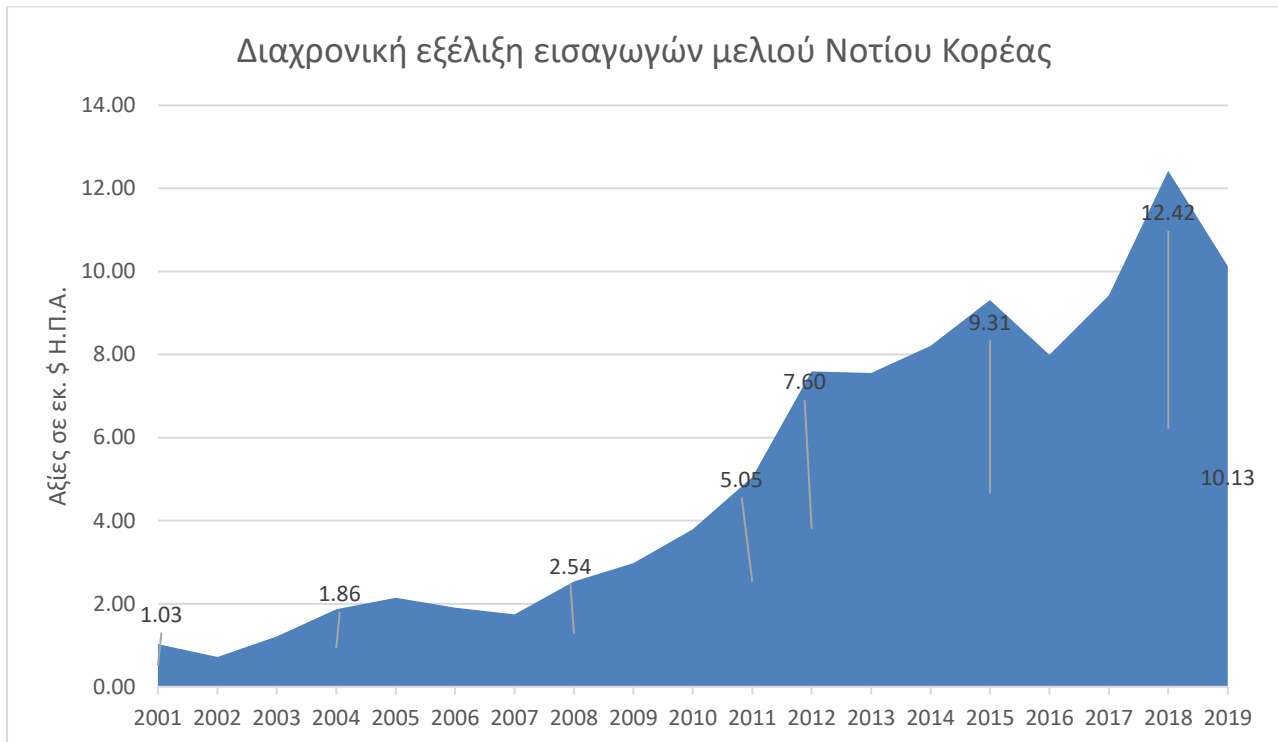
Προκειμένου να ισχυροποιηθεί περαιτέρω η θέση μας στην εδώ αγορά, απαιτείται η δραστηριοποίηση περισσότερων ελληνικών εταιρειών του κλάδου, οι οποίες θα πρέπει να αποστέλλουν τους διευθυντές εξαγωγών τους στην Κορέα τουλάχιστον δύο φορές ετησίως προκειμένου να διερευνήσουν την αγορά και να πραγματοποιήσουν στοχευμένες επιχειρηματικές συναντήσεις με την αρωγή και του Γραφείου ΟΕΥ Σεούλ. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει φυσικά να αποδίδεται επίσης στην εξασφάλιση αυστηρών διαδικασιών ποιοτικού ελέγχου και στην αποφυγή αθέμιτου ανταγωνισμού μεταξύ των ελληνικών εταιρειών εις βάρος της ομολογουμένως υψηλότερης ποιότητας του προϊόντος και της αντίστοιχης εκτίμησης που χαίρει στην απαιτητική κορεατική αγορά.



ΣΤ.8 ΜΕΛΙ

- Η Κορέα διαθέτει εγχώρια παραγωγή μελιού, το οποίο όμως είναι πολύ υποδεέστερο ποιοτικά του εισαγόμενου.
- Οι περιορισμένες μας εξαγωγές το 2019 ήταν συγκυριακό φαινόμενο, καθώς η Ελλάδα είναι σημαντικός προμηθευτής μελιού της Ν. Κορέας.
- Η Ελλάδα είναι ουσιαστικά η μόνη ευρωπαϊκή χώρα που εξαγει μέλι στην Κορέα, ενώ ο διεθνής ανταγωνισμός προέρχεται από τις Η.Π.Α., Νέα Ζηλανδία, Αυστραλία και, δευτερευόντως, από τον Καναδά.
- Η ποιότητα του ελληνικού μελιού χαίρει ιδιαίτερης εκτίμησης, υπολειπόμενη μόνο του Νεοζηλανδικού “φαρμακευτικού” μελιού Manuka.
- Οι ρήτρες της Συμφωνίας Ελευθέρου Εμπορίου Ε.Ε. – Ν. Κορέας δεν είναι ευνοϊκές για το ευρωπαϊκό (κατ’ ουσία ελληνικό) μέλι, καθώς ορίζουν χαμηλή ετήσια ποσόστωση η οποία αυξάνεται αργά και, επιπρόσθετα, διατίθεται μέσω δημοπρασίας επιβαρύνοντας την τελική τιμή του προϊόντος.
- Η Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών Η.Π.Α. – Ν. Κορέας αντίθετα είναι εξαιρετικά ευνοϊκότερη για το αμερικανικό μέλι, το οποίο τείνει σταδιακά να κυριαρχήσει στην αγορά.

Οι εισαγωγές μελιού της Νοτίου Κορέας έχουν σημειώσει θεαματική αύξηση διαχρονικά, καθώς το Κορεατικό κοινό έχει σταδιακά γνωρίσει και εξοικειωθεί με τα εισαγόμενα προϊόντα, εκτιμώντας την πολύ μεγάλη ποιοτική τους διαφορά σε σχέση με το εγχωρίως παραγόμενο μέλι. Ενδεικτικά, από 1 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2001, η αξία των εισαγωγών αυξήθηκε σε 5 εκ. \$ το 2011, 8,2 εκατομμύρια το 2014 και 12,4 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018. Το 2019, εισαγωγές σημείωσαν διόρθωση, διαμορφούμενες στα 10,13 εκ. \$ Η.Π.Α..



Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας (Παράρτημα 2-A-1, παράγραφος 10) που τέθηκε σε ισχύ το 2011, ισχύει ποσόστωση εισαγωγής για το ευρωπαϊκό μέλι στη Νότιο Κορέα, η οποία αυξάνεται σταδιακά σε ετήσια βάση. Για την περίοδο 1 Ιουλίου 2019 – 30 Ιουνίου 2020, η εν λόγω ποσόστωση ανήλθε σε 61 τόνους και κατανεμήθηκε σε Κορεατικές εισαγωγικές εταιρείες μέσω πλειοδοτικής διαδικασίας την οποία διεξάγει ο Οργανισμός Korea Agrofiseries and Food Trade Corporation (<http://www.at.or.kr>).

Προσεχώς, η Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών προβλέπει αύξηση της ποσόστωσης κατά δύο (2) τόνους ετησίως, μέχρι να φτάσει την τελική οροφή των 75 τόνων το 2026.

Οι 61 αυτοί τόνοι εισέρχονται στην Κορέα χωρίς εισαγωγικό δασμό. Περαιτέρω, ισχύει επίσης η ποσόστωση που ορίστηκε από την Συμφωνία του Γύρου Ουρουγουάης του Π.Ο.Ε. (1995) και προβλέπει την εισαγωγή 420 τόνων μελιού στην Νότιο Κορέα με εισαγωγικό δασμό 20% (Minimum Market Access – MMA). Για τις επιπλέον ποσότητες, επιβάλλεται – απαγορευτικός- εισαγωγικός δασμός της τάξης του 243%.

Το ζήτημα που δημιουργείται είναι ότι, όπως γίνεται αντιληπτό, η εξαγωγή μελιού προς τη Νότιο Κορέα εκτός ποσόστωσης είναι πρακτικά αδύνατη, καθώς η δασμολογική επιβάρυνση καθιστά την τελική τιμή του προϊόντος απαγορευτική για τον καταναλωτή (με εξαίρεση το μέλι Manuka της Νέας Ζηλανδίας, το οποίο, παρά το ότι εξαιρείται από τη Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Νέας Ζηλανδίας – Κορέας, εξακολουθεί να κατέχει



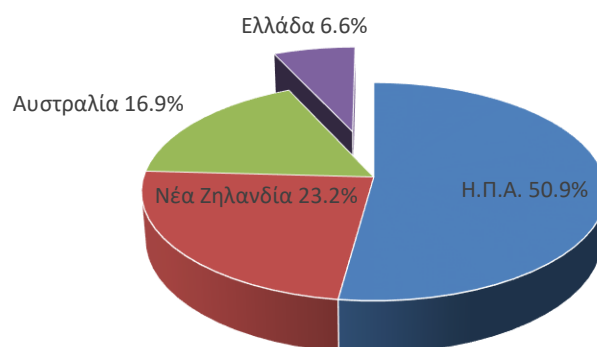
προνομιακή θέση στην εδώ αγορά, καθώς τοποθετείται στο ακριβότερο –premium- τμήμα της).

Κατά το 2018 η Ελλάδα αποτέλεσε τον πέμπτο σημαντικότερο προμηθευτή της Νοτίου Κορέας (653 χιλ. δολ. ΗΠΑ), μετά τη Νέα Ζηλανδία (3,79 εκ. δολάρια), τις Η.Π.Α. (3,58 εκ. δολάρια), την Αυστραλία (2,27 εκ. δολάρια) και τον Καναδά (691 χιλ. δολ. ΗΠΑ). Η χώρα μας, εξάλλου, εξήγαγε άνω του 90% της ευρωπαϊκής ποσόστωσης μελιού, καθώς οι μόνες άλλες χώρες που εξήγαν το 2018 –περιορισμένες- ποσότητες μελιού στη Νότιο Κορέα ήταν η Γερμανία (16 χιλ. δολάρια), η Αυστρία (15 χιλ. δολάρια) και η Γαλλία (14 χιλ. δολάρια).

Παρότι η Ελλάδα έχει πολύ σημαντικά συμφέροντα σε ότι αφορά στις εξαγωγές μελιού στην Κορέα, το 2019 δεν κατέγραψε σχεδόν καθόλου εξαγωγές προς την χώρα της Άπω Ανατολής (μόλις 33 χιλ. \$ Η.Π.Α. έναντι 653 χιλ. \$ Η.Π.Α. το 2018). Η Νότιος Κορέα προμηθεύτηκε μέλι κυρίως από τις Η.Π.Α. (3,68 εκ. \$ Η.Π.Α., 36,3% των εισαγωγών), τη Νέα Ζηλανδία (2,8 εκ. \$ Η.Π.Α., 27,6% των εισαγωγών), την Αυστραλία (2,47 εκ. \$ Η.Π.Α., 24,4% των εισαγωγών) και τον Καναδά (587 χιλ. \$ Η.Π.Α., 5,8% των εισαγωγών).

Η εκτίμησή μας είναι ότι πρόκειται για συγκυριακό φαινόμενο που οφείλεται κυρίως στην μη εξάντληση των υπάρχοντων αποθεμάτων των εισαγωγέων ελληνικού μελιού. Κατά το πρώτο πεντάμηνο του 2020, η κατάσταση έχει ήδη αναστραφεί και η χώρα μας εμφανίζεται ως ο τέταρτος σημαντικότερος προμηθευτής μελιού της Κορέας παγκοσμίως (231 χιλ. \$ Η.Π.Α.), μετά από τις Η.Π.Α. (1,78 εκ. \$ Η.Π.Α.), τη Νέα Ζηλανδία (807 χιλ. \$ Η.Π.Α.) και την Αυστραλία (589 χιλ. \$ Η.Π.Α.). Καμία άλλη ευρωπαϊκή χώρα δεν εμφανίζει άξιες λόγου εξαγωγές μελιού προς τη Νότιο Κορέα κατά το διάστημα αυτό.

Εισαγωγές Μελιού Νοτίου Κορέας, Α' πεντάμηνο 2020





Η απόδοση χρηματικής αξίας, μέσω δημοπρασίας, σε ποσότητες προϊόντων που θεωρητικά εισέρχονται αδασολόγητα στην αγορά αντίκειται στην ίδια την έννοια της ποσόστωσης, καθώς αφενός επιβαρύνει με διαφορετικό τρόπο την τελική τιμή καταναλωτή και αφετέρου, με το πέρασμα του χρόνου δημιουργεί στρεβλώσεις στην αγορά. Στην περίπτωση του μελιού, κάποιες μεγάλες εισαγωγικές εταιρείες, υποβάλλοντας κατά περίπτωση πολύ μεγάλες προσφορές (bids) έχουν ανεβάσει σε δυσθεώρητα ύψη το κόστος κτήσης μονάδων της ποσόστωσης, από 1 εκατομμύριο γουόν ανά τόνο που ήταν πριν από λίγα χρόνια σε 5-6 εκατομμύρια γουόν σήμερα, ποσό που αντιστοιχεί σε 15-18% της αξίας του προϊόντος και πλησιάζει την δασμολογική επιβάρυνση των 420 τόνων του MMA. Κατά τον τρόπο αυτό, σταδιακά η διαδικασία αγοράς ποσόστωσης μέσω της πλειοδοτικής διαδικασίας καθίσταται ολοένα και λιγότερο ελκυστική για τις μικρότερες εισαγωγικές εταιρείες, με συνέπεια κατά το διάστημα 1/7/2019-30/6/2020 να έχουν διατεθεί μέχρι στιγμής 44 από τους 61 διαθέσιμους τόνους της ποσόστωσης, ενώ εκκρεμεί η τελευταία δημοπρασία της 30^{ης} Ιουνίου.

Ένα επιπλέον ζήτημα για το ελληνικό προϊόν είναι ότι, σύμφωνα με την Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου Η.Π.Α. – Νοτίου Κορέας (KORUS FTA), οι Η.Π.Α. έχουν ποσόστωση αδασολόγητης εξαγωγής μελιού ύψους **246 τόνων** για το 2019, η οποία αυξάνεται κατά 3% ετησίως, **στο διηνεκές** (KORUS FTA, Korea TRQ Appendix 2-B-1, paragraph 13). Κατ' αυτό τον τρόπο, ενώ οι δικές μας εξαγωγές ασφυκτιούν εντός της χαμηλής ευρωπαϊκής ποσόστωσης, το μερίδιο αγοράς των Η.Π.Α. αναπόφευκτα θα αυξάνεται μελλοντικά εις βάρος του δικού μας, καθώς και ο ρυθμός αύξησης της αμερικανικής ποσόστωσης είναι υψηλότερος από τον ευρωπαϊκό και δεν έχει τελική οροφή (καταργώντας ουσιαστικά, τελικά, την ίδια την έννοια της ποσόστωσης). Δεν προκαλεί συνεπώς εντύπωση ότι οι Η.Π.Α. ήδη τείνουν να κυριαρχήσουν στην αγορά εισαγόμενου μελιού της Ν. Κορέας.

Κατόπιν παρεμβάσεων του Γραφείου μας, το ζήτημα έχει τεθεί τόσο στις συνεδριάσεις της Επιτροπής MAAC (Market Access Advisory Committee) όσο και, κατ' επανάληψη, από εμάς στην εδώ Αντιπροσωπεία της Ε.Ε.. Προτείνουμε, επιπλέον, στο πλαίσιο των ευρύτερων συζητήσεων επί των προοπτικών εκσυγχρονισμού της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Κορέας, να τίθεται με σταθερότητα και συνέπεια από την πλευρά μας το αίτημα **αναπροσαρμογής της ετήσιας ευρωπαϊκής ποσόστωσης μελιού στα πρότυπα της Συμφωνίας Ελευθέρου Εμπορίου KORUS.**



ΣΤ.9 ΓΟΥΝΕΣ ΚΑΙ ΓΟΥΝΟΔΕΡΜΑΤΑ

- Η Κορέα αποτελεί ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα αγορά για τα ελληνικά γουναρικά, καθώς συνδυάζει οικονομική ευμάρεια, ισχυρή μεσαία τάξη, κρύο χειμώνα και παντελή έλλειψη ακτιβισμού εναντίον της φυσικής γούνας. Η εγχώρια παραγωγή βαίνει φθίνουσα.
- Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρου Εμπορίου, ο εισαγωγικός δασμός έχει μηδενισθεί. Η Κίνα καλύπτει το χαμηλό κομμάτι της αγοράς, ενώ ο ανταγωνισμός για την Ελλάδα προέρχεται κυρίως από την Ιταλία, την Γαλλία αλλά και την Τουρκία.
- Κατά την τελευταία πενταετία, η εξέλιξη των εξαγωγών ελληνικών γουναρικών προς τη Νότιο Κορέα έχει υπερκεράσει τον ανταγωνισμό.
- Προτείνουμε την συνέχιση και ενίσχυση της δράσης πρόσκλησης αγοραστών στη Διεθνή Έκθεση Γούνας Καστοριάς καθώς και την κατάρτιση μεσοπρόθεσμου προγράμματος προβολής & προώθησης του brand name "Kastoria Fur" στην Κορέα.
- Λόγω της φύσης τους, τα γουναρικά είναι ιδιαίτερα δύσκολο να παραγγελθούν αλλά και να διατεθούν μέσω on-line καναλιών, οπότε το 2020, λόγω έξαρσης πανδημίας κορονοϊού, θα πρέπει να θεωρείται μια παρενθετική χρονιά ως προς τις εξαγωγές μας προς την Κορέα.

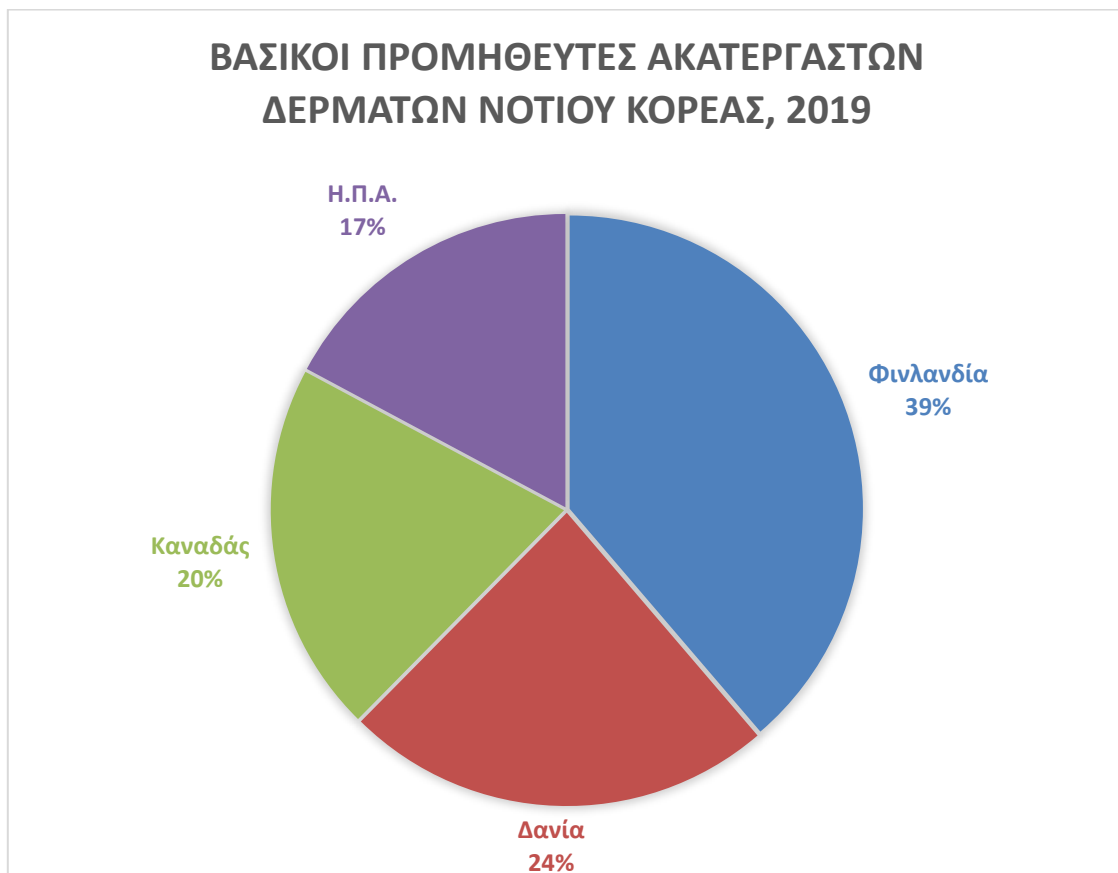
Η Νότιος Κορέα είναι μια πολύ σημαντική αγορά για την ελληνική γούνα, καθώς διαθέτει μεγάλη αγοραστική δύναμη και αξιόλογη ζήτηση, ενώ πλέον η Κορέα αποσύρεται σταδιακά από τον τομέα της παραγωγής. Σύμφωνα με στοιχεία του Συνδέσμου Γούνας Κορέας, το μέγεθος της αγοράς εκτιμάται σε 1 δις δολάρια ΗΠΑ, εκ των οποίων τα μισά αφορούν ενδύματα και τα λοιπά γούνινα αξεσουάρ.

Υπάρχουν τρεις βασικές δασμολογικές κλάσεις σε ότι αφορούν στα προϊόντα γούνας, η 4301 (ακατέργαστα γουνοδέρματα), 4302 (κατεργασμένα γουνοδέρματα) και 4303 (ενδύματα και αξεσουάρ γούνας). Από αυτές, ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την χώρα μας παρουσιάζουν τα κατεργασμένα γουνοδέρματα και (πρωτίστως) τα γούνινα ενδύματα & αξεσουάρ.

Κλάση 4301 – Ακατέργαστα γουνοδέρματα: Η Νότιος Κορέα εισήγαγε το 2019 προϊόντα συνολικής αξίας 67,1 εκ. \$ Η.Π.Α. (έναντι 108,7 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018), τα οποία επιμερίσθηκαν σε γουνοδέρματα mink (Δ.Κ. 430110, 68,5%), γουνοδέρματα αλεπούς (Δ.Κ. 430160, 30,3%) και λοιπά γουνοδέρματα (1,2%). Οι εισαγωγές της Κορέας προήλθαν από την Φινλανδία (25,9 εκ. δολ.), την Δανία (15,8 εκ. δολ.), τον Καναδά (13,7 εκ. δολ.) και τις Η.Π.Α. (11,5 εκ. δολ.). Η



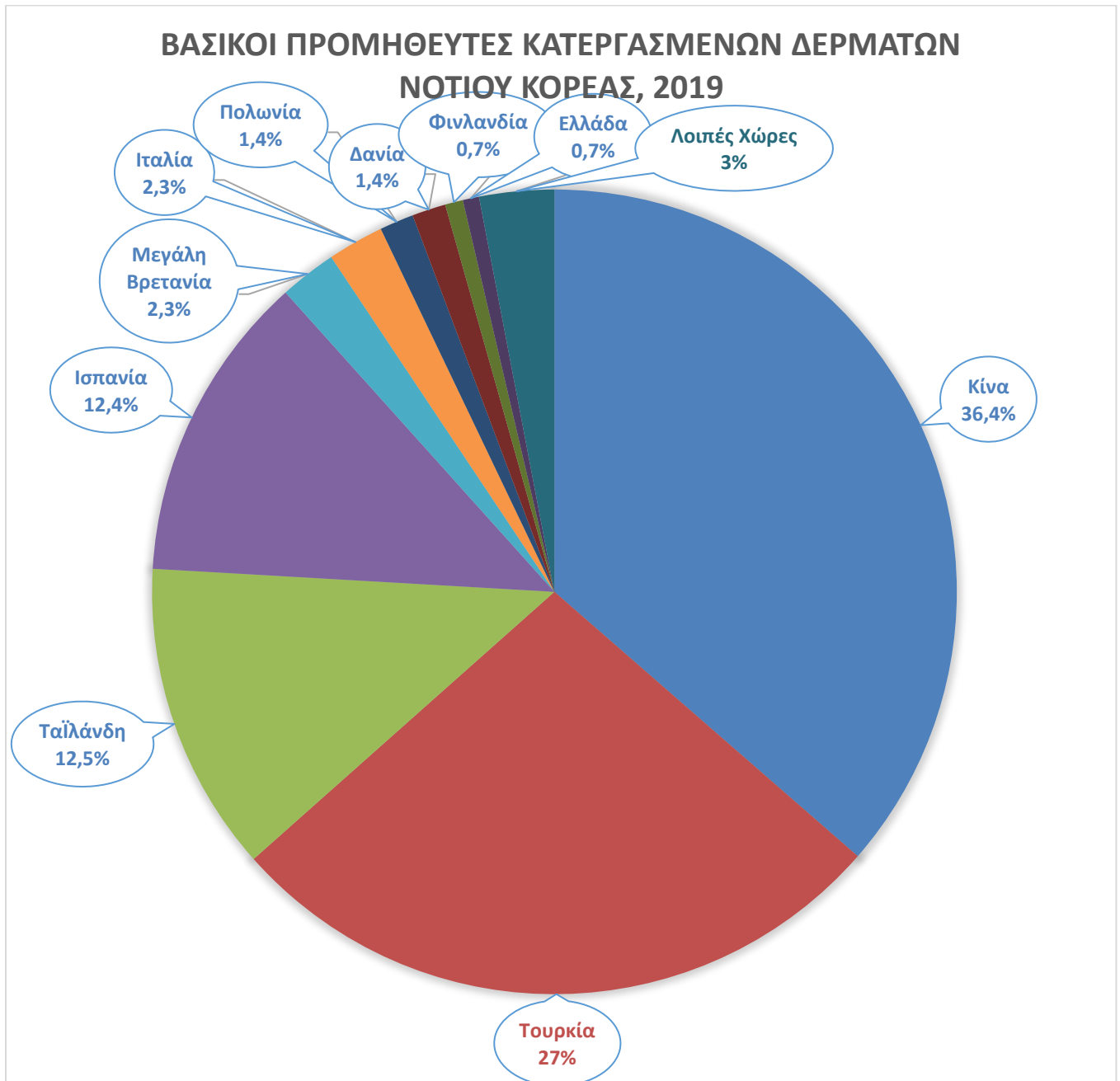
χώρα μας κατά το 2019 δεν κατέγραψε εξαγωγές ακατέργαστων γουνοδερμάτων προς τη Νότιο Κορέα.





Κλάση 4302 – Κατεργασμένα γουνοδέρματα: Η Νότιος Κορέα εισήγαγε το 2019 προϊόντα συνολικής αξίας 65,3 εκ. \$ Η.Π.Α. (έναντι 90,2 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018), τα οποία επιμερίσθηκαν σε γουνοδέρματα scrap (Δ.Κ. 430230, 32,6%), γουνοδέρματα mink (Δ.Κ. 430211, 13,3%), και λοιπά γουνοδέρματα (54,1%). Κυριότεροι προμηθευτές της Κορέας είναι η Κίνα (23,8 εκ. δολ. ΗΠΑ), η Τουρκία (17,65 εκ. δολ.), η Ταϊλάνδη (8,15 εκ. δολ.) και η Ισπανία (8,1 εκ. δολ.). Η χώρα μας κατά το 2018 εξήγαγε προς τη Νότιο Κορέα κατεργασμένα γουνοδέρματα συνολικής αξίας 427 χιλ. \$ ΗΠΑ..

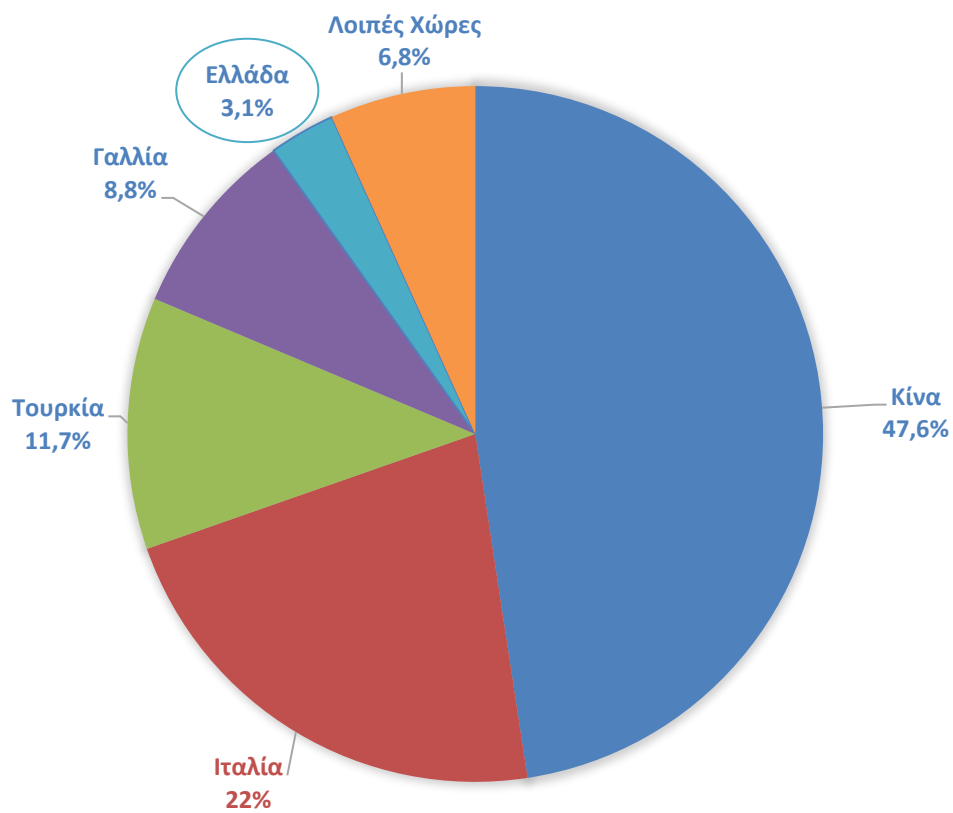




Κλάση 4303 – Ενδύματα και αξεσουάρ γούνας: Η Νότιος Κορέα εισήγαγε το 2019 προϊόντα συνολικής αξίας 104,9 εκ. \$ Η.Π.Α. (έναντι 129,2 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018), τα οποία ήταν σχεδόν εξολοκλήρου ενδύματα mink (97,8%). Κυριότεροι προμηθευτές της Κορέας είναι η Κίνα (49,9 εκ. δολ.), η Ιταλία (23,1 εκ. δολ.), η Τουρκία (12,3 εκ. δολ.), η Γαλλία (9,2 εκ. δολ.) και η **Ελλάδα** (3,2 εκ. δολ.).

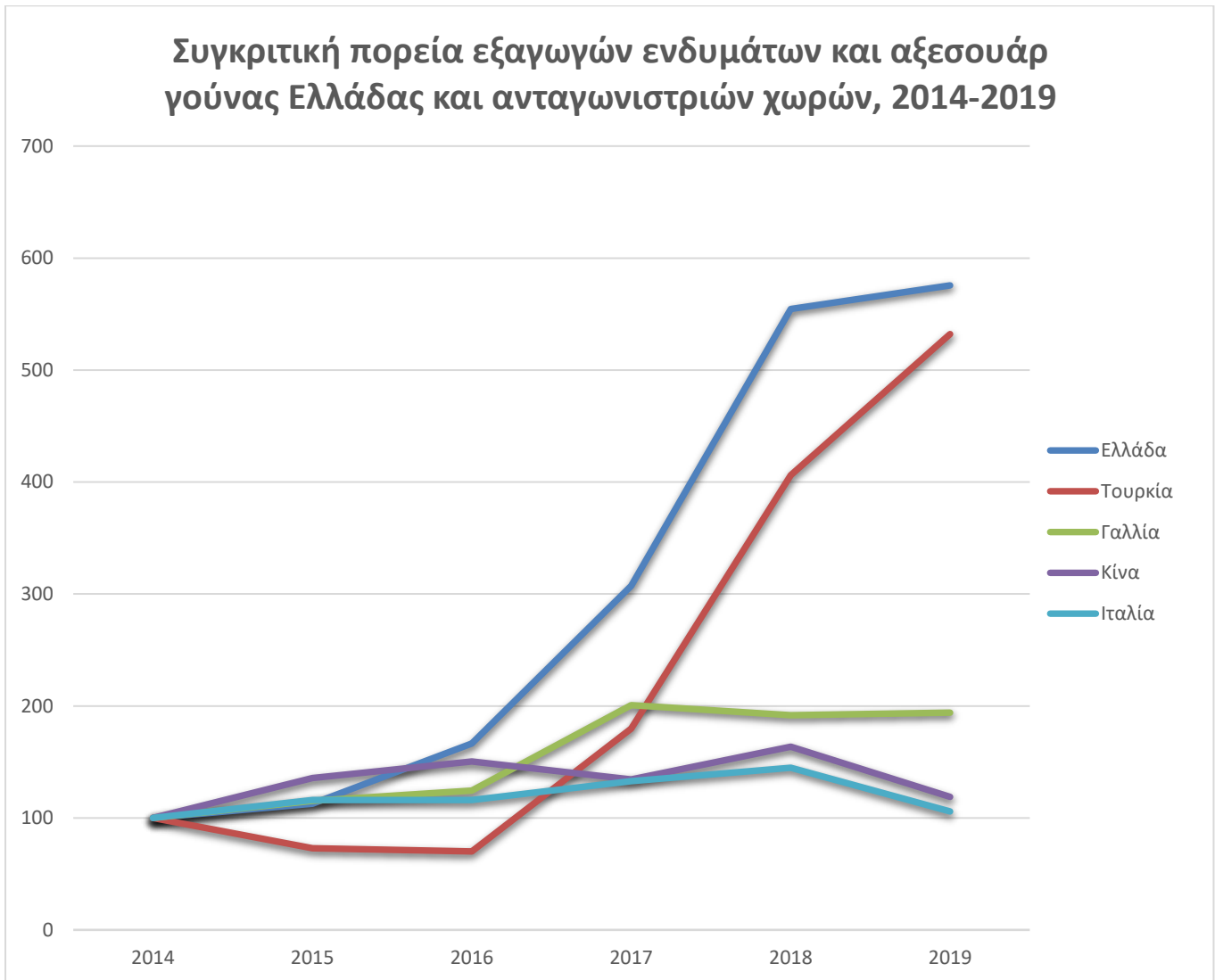


ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ & ΑΞΕΣΟΥΑΡ ΓΟΥΝΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΚΟΡΕΑΣ, 2019





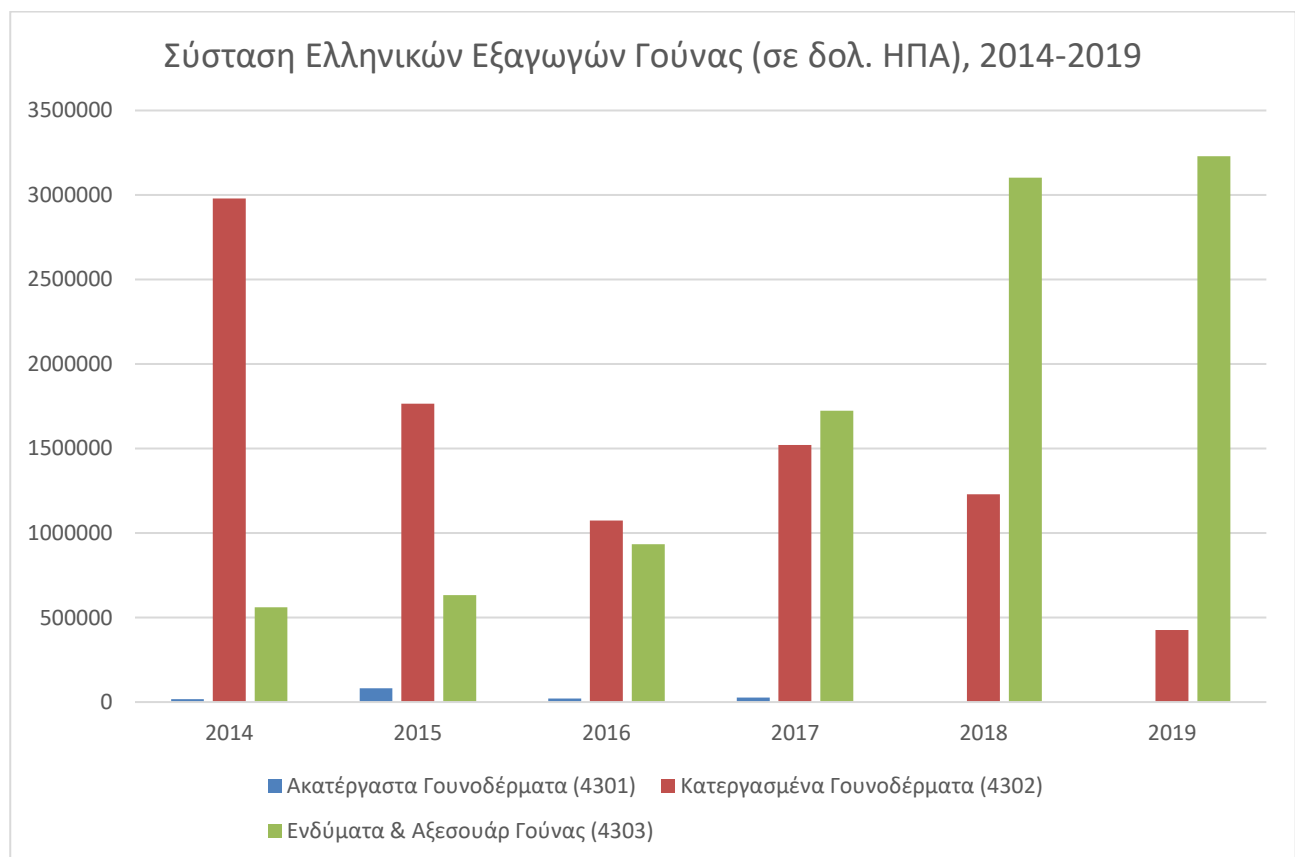
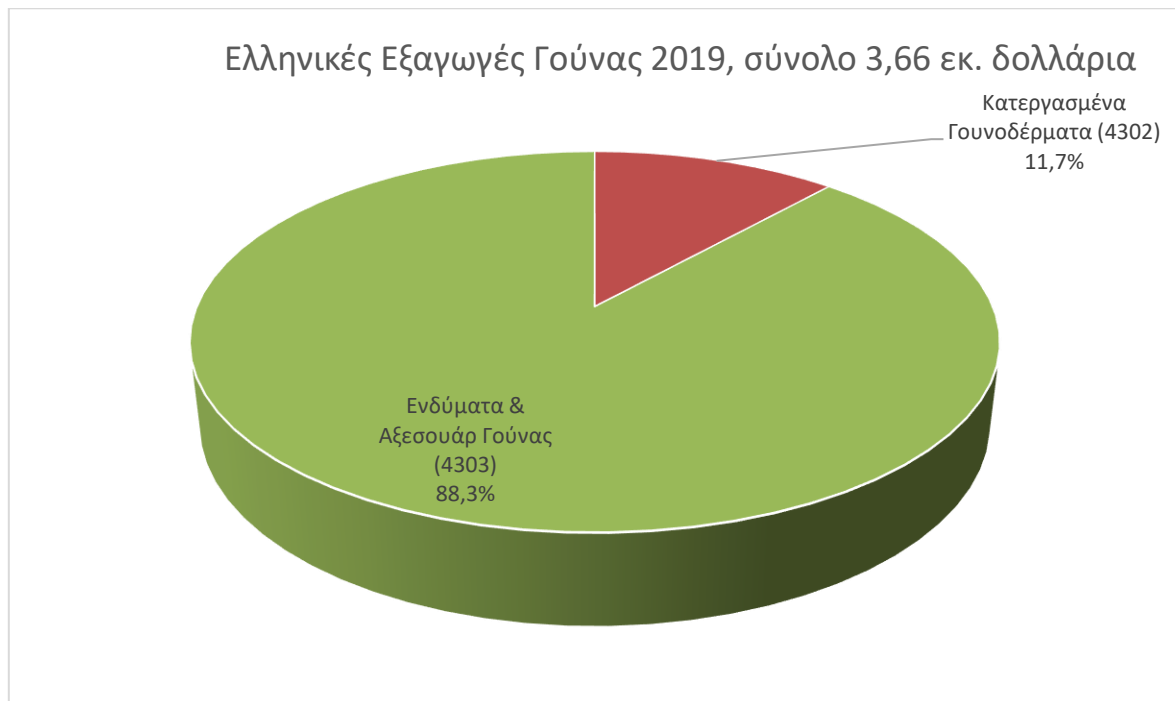
Ταυτόχρονα, καταγράφουμε στο κατωτέρω διάγραμμα την ιδιαίτερα θετική πορεία των ελληνικών εξαγωγών ενδυμάτων και αξεσουάρ γούνας προς τη Νότιο Κορέα κατά την πενταετία 2014-2019 σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες (μόνο η Τουρκία εμφανίζει συγκρίσιμη πορεία).



Συνολικά, οι εισαγωγές προϊόντων γούνας της Νοτίου Κορέας σημείωσαν κατά το 2019 μείωση της τάξης του 27,7% σε σχέση με το παρελθόν έτος (από 328,1 σε 237,3 εκ. \$ Η.Π.Α.). Οι δύο τελευταίοι ήπιοι χειμώνες στη χώρα έχουν οπωσδήποτε συμβάλει στην εξέλιξη αυτή, καθώς αρκετές εταιρείες, παρά τις προσφορές στο τέλος της χειμερινής περιόδου, δεν κατάφεραν να εξαντλήσουν το στοκ τους. Κατά την ίδια χρονική περίοδο, η Ελλάδα εξήγαγε προϊόντα αξίας 3,66 εκ. δολαρίων ΗΠΑ έναντι 4,33 εκατομμυρίων κατά το 2018 (πτώση της τάξης του 15,5%, η οποία εστιάσθηκε στις εξαγωγές κατεργασμένων δερμάτων, καθώς οι εξαγωγές μας σε ενδύματα και αξεσουάρ γούνας σημείωσαν οριακή άνοδο 3,8%).



Παρατηρούμε σταδιακή μείωση και υποκατάσταση των εξαγωγών κατεργασμένων γουνοδερμάτων από ενδύματα και αξεσουάρ γούνας, εξέλιξη που κρίνεται ως ιδιαίτερα ικανοποιητική, καθώς τα τελευταία είναι προϊόντα που ενσωματώνουν σαφώς μεγαλύτερη τεχνογνωσία και προστιθέμενη αξία.





Σε γενικές γραμμές, οι εισαγωγές από την Κίνα καλύπτουν το χαμηλό κομμάτι της αγοράς και, παρά το μεγάλο μερίδιο που καταλαμβάνουν, δεν αποτελούν τον ουσιαστικό ανταγωνισμό για τα ελληνικά προϊόντα, ο οποίος, στην περίπτωση των ενδυμάτων και αξεσουάρ γούνας προέρχεται κυρίως από την Ιταλία, την Γαλλία αλλά και την Τουρκία.

Πιστεύουμε ότι οι εξαγωγές ελληνικής γούνας προς τη Νότιο Κορέα εμφανίζουν ιδιαίτερα θετικές προοπτικές, με έμφαση στα τελειοποιημένα προϊόντα (ενδύματα και αξεσουάρ) που παρουσιάζουν και την μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία και περιθώρια κέρδους. Σημειώνουμε ότι, στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την Κορέα, η οποία τέθηκε σε ισχύ το 2011, **ο εισαγωγικός δασμός στην Κορέα για όλα τα ευρωπαϊκά προϊόντα γούνας έχει μηδενιστεί**. Χρειάζεται ωστόσο προσοχή στο γεγονός ότι γίνονται δειγματοληπτικοί έλεγχοι από τα Κορεατικά Τελωνεία και για να γίνει δεκτή η προέλευση “Made in Greece”, θα πρέπει να πιστοποιείται η διαδικασία μεταποίησης δερμάτων της Δ.Κ. 4302 προς παραγωγή τελικών προϊόντων της Δ.Κ. 4303 εντός της ελληνικής επικράτειας (βλ. τον ορισμό του όρου “sufficiently processed” στο EU-RoK Free Trade Agreement/Protocol Concerning the Definition of Originating Products and Methods of Administrative Co-Operation, Article 5, page 966 & Annex II, page 1003 για τα προϊόντα γούνας).

Με επιτυχία υλοποιήθηκε η συμμετοχή της Κορεατικής αποστολής στην 44^η Διεθνή Έκθεση Γούνας Καστοριάς. Στην πόλη της Καστοριάς μετέβησαν δεκατέσσερις Κορεάτες επιχειρηματίες από εννέα εταιρείες και ένας εκπρόσωπος της Ένωσης Γούνας Κορέας (Korean Fur Association), συνοδευόμενοι από τον υπογράφοντα και την επιτόπια υπάλληλο του Γραφείου ΟΕΥ Σεούλ. Τέσσερις (4) από τις εταιρείες ήταν “παραδοσιακοί αγοραστές”, οι οποίοι είχαν επισκεφθεί ξανά στο παρελθόν την Έκθεση Καστοριάς, τρεις (3) εταιρείες επισκέφθηκαν την Έκθεση για πρώτη φορά, ενώ για πρώτη φορά συμμετείχαν στην αποστολή και δύο (2) νέες μεγάλες εταιρείες από τον ευρύτερο χώρο των ειδών πολυτελείας, οι οποίες ενδιαφέρονται για ευρύτερες συνεργασίες και συμπαραγωγές.

Όλοι οι Κορεάτες επιχειρηματίες πραγματοποίησαν πολυάριθμες επαφές και παραγγελίες ενώ μας εξέφρασαν την ομόφωνη ικανοποίησή τους για την ποιότητα των προϊόντων και τον επαγγελματισμό των συνομιλητών τους. Καθώς η μέση Κορεάτισσα καταναλώτρια διαθέτει ήδη 2-3 γούνινα παλτά μινκ (κυρίως blackglama), η προσοχή των Κορεατών εμπόρων στρέφεται πλέον σε ακριβότερες γούνες από sable (zibellina), lynx & chinchilla. Οι παραγγελίες που καταγράφηκαν έφτασαν το 1,5 εκ. €, συνεπώς, η σχέση



κόστους/οφέλους της δράσης πρόσκλησης Κορεατών αγοραστών στη Διεθνή Έκθεση Καστοριάς είναι καταφανώς ιδιαίτερα ευνοϊκή και προτείνεται η συνέχισή της.

Οι εκπρόσωποι της Ένωσης Γούνας Κορέας είχαν εξάλλου ιδιαίτερα παραγωγικές συναντήσεις με στελέχη του Συνδέσμου Γουνοποιών Καστοριάς και της Ελληνικής Ομοσπονδίας Γούνας, στις οποίες συμμετείχε και ο υπογράφων. Κύριο αντικείμενο των συναντήσεων αυτών υπήρξε η ανταλλαγή απόψεων για την διαμόρφωση μιας συνολικής στρατηγικής προβολής, προώθησης και **ισχυροποίησης του ονόματος και της θέσης** της ελληνικής γούνας στην Κορεατική αγορά.

Το μέγεθος της Έκθεσης προκαλεί πραγματικά εντύπωση, ενώ υπάρχει σχεδιασμός περαιτέρω επέκτασής της. Η Διεθνής Έκθεση Καστοριάς αποτελεί σήμερα μία από τις τρεις σημαντικότερες Εκθέσεις Γούνας παγκοσμίως, μαζί με την Έκθεση του Μιλάνου και του Χονγκ Κονγκ. Αρκετοί Κορεάτες επιχειρηματίες μας εκμυστηρεύτηκαν ότι η Έκθεση του Χονγκ Κονγκ φθίνει τα τελευταία χρόνια με ταχείς ρυθμούς, με αποτέλεσμα να υπάρχουν ακόμη και σκέψεις κατάργησής της στο ορατό μέλλον, με αποτέλεσμα πολλές Κορεατικές εταιρείες του κλάδου να εξετάζουν το ενδεχόμενο να επισκέπτονται μόνο το Μιλάνο και την Καστοριά.

Οι εξελίξεις αυτές δημιουργούν ένα παράθυρο προοπτικής για την Καστοριά να καταστεί μία από τις δύο μεγαλύτερες Εκθέσεις στον κόσμο και να αναβαθμιστεί συναφώς, τόσο σε επίπεδο εθνικών και διεθνών συμμετοχών, όσο και σε ότι αφορά στους αριθμούς και την διαφοροποίηση προέλευσης των αλλοδαπών επισκεπτών.

Την στιγμή αυτή, η Έκθεση δίνει την εντύπωση πως απευθύνεται σχεδόν μονοσήμαντα σε Ρώσους αγοραστές, με μόνη αναγνωρίσιμη προσθήκη την Κορεατική αντιπροσωπεία και λοιπούς μεμονωμένους αγοραστές από άλλες χώρες. Η Ρωσική αγορά είναι φυσικά πολύ σημαντική για τα ελληνικά γουναρικά, είναι όμως και ασταθής και, όπως έχει δείξει η εμπειρία, η αποκλειστική εστίαση σε αυτή ενέχει σοβαρότατους επιχειρηματικούς κινδύνους.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, προτείνουμε στο Enterprise Greece και στον Σύνδεσμο Γουνοποιών Καστοριάς την **ενίσχυση και επέκταση του προγράμματος πρόσκλησης αγοραστών** στις προσεχείς Εκθέσεις. Το εν λόγω πρόγραμμα θα πρέπει να συμπεριλάβει αγοραστές και από άλλες χώρες που εισάγουν γούνες. Σε ότι αφορά στο γεωγραφικό χώρο της Άπω Ανατολής, η Νότια Κορέα αποτελεί έναν επιτυχημένο πιλότο, καθώς συνδυάζει τρία βασικότερα για την γούνα στοιχεία: **Ευμάρεια σε συνδυασμό με ισχυρή μεσαία τάξη, κρύο χειμώνα και παντελή έλλειψη ακτιβισμού εναντίον της φυσικής γούνας**. Τα στοιχεία αυτά ισχύουν, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, σε αρκετές χώρες της περιοχής, ώστε θα μπορούσε να προσκληθεί δοκιμαστικά για το 2020, μικρός αριθμός αγοραστών από



την Ιαπωνία, την Κίνα, το Χονγκ Κονγκ και την Ταϊβάν. Ειδικά η απουσία ή η υποτονική παρουσία ακτιβισμού θα μπορούσε να καταστήσει την γεωγραφική περιοχή της Άπω Ανατολής σημαντικό κέντρο πωλήσεων για την ελληνική γούνα κατά τα προσεχή 15-20 χρόνια. Επίσης, σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Γουνοποιών, θα πρέπει να εντοπιστούν και άλλες αγορές-στόχοι για τις ελληνικές εταιρείες του κλάδου ώστε να προσκληθούν πελάτες και από εκεί (π.χ. Ιράν).

Ταυτόχρονα, η προσέλευση μεγαλύτερου και πιο διαφοροποιημένου ως προς την εθνική και γεωγραφική προέλευση αριθμού αγοραστών και η εκδηλωθείσα ζήτηση πιστεύουμε ότι θα συμβάλλουν στην αντίστοιχη διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του σχεδιασμού των ελληνικών γουναρικών, ο οποίος αυτή τη στιγμή είναι κάπως μονότονος και επαναλαμβανόμενος αφού στοχεύει πρωτίστως στην προσέλκυση της Ρωσίδας καταναλώτριας.

Πέραν τούτου, προκειμένου να βελτιωθεί η αναγνωρισιμότητα και να προβληθεί η ποιότητα των προϊόντων μας σε διεθνές επίπεδο, αποτελεί απόλυτη ανάγκη η δημιουργία εμπορικής ονομασίας (brand name) "**Γούνα Καστοριάς**" και στη συνέχεια η προστασία της και η υιοθέτηση και υποχρεωτική χρήση της σε όλα τα προϊόντα ελληνικής γούνας. Η εμπορική αυτή ονομασία θα πρέπει να συνδεθεί με την πλούσια ιστορία της γούνας στην περιοχή και να δημιουργηθεί έντυπο και οπτικοακουστικό υλικό, βασισμένα σε ιστορικά σημεία καμπής και ανέκδοτα. Το εν λόγω υλικό μπορεί στη συνέχεια να μεταφραστεί στις γλώσσες των προαναφερθέντων αγορών-στόχων ώστε να ενισχύσει την συνειδητοποίηση των εκεί καταναλωτών για την ελληνική γούνα και να συμβάλλει στη διεθνή προώθηση και προβολή της.

Πιστεύουμε ότι η προσπάθεια αυτή θα πρέπει να τύχει τόσο της οργανωτικής όσο και της οικονομικής στήριξης του Enterprise Greece, καθώς μάλιστα η όλη οικονομία του Νομού Καστοριάς είναι αξεδιάλυτα συνδεδεμένη με τον εξωστρεφή κλάδο της παραγωγής γούνας.

Από την άλλη πλευρά, προκειμένου να υπάρξουν πιο απτά αποτελέσματα πρέπει οι ανωτέρω κινήσεις να συνδυαστούν και με ένα μεσοπρόθεσμο σχέδιο προωθητικών κινήσεων στην Κορέα, όπως η διοργάνωση κοινού εργαστηρίου για Έλληνες και Κορεάτες σχεδιαστές προκειμένου να αναπτυχθούν μοντέλα προσαρμοσμένα στον κορεατικό σωματότυπο και τις εδώ τρέχουσες σχεδιαστικές τάσεις, καθώς και εκδήλωσης επίδειξης γουναρικών προς ενίσχυση της εικόνας (brand name) της "Γούνας Καστοριάς" στην Κορέα τουλάχιστον κάθε 2-3 χρόνια. Τελικός στόχος και βέλτιστο αποτέλεσμα του πλάνου αυτού θα πρέπει να



Θεωρείται το στάδιο συμπαραγωγής από Έλληνες γουνοποιούς και Κορεάτες επιχειρηματίες-επενδυτές για την Κορεατική και, κατ' επέκταση, για την αγορά της Άπω Ανατολής.

Τέλος, το τρέχον έτος, λόγω πανδημίας κορονοϊού, θα πρέπει να θεωρηθεί παρενθετικό σε ότι αφορά στις εξαγωγές γουναρικών προς την Κορέα. Σε ότι αφορά την εδώ αγορά, έχει παρατηρηθεί σαφής ενίσχυση του επιχειρηματικού μοντέλου on-line πωλήσεων, το οποίο όμως δυστυχώς δεν ταιριάζει καθόλου στην φύση των γούνινων παλτών, τα οποία διατίθενται κυρίως μέσω πολυκαταστημάτων ή εξειδικευμένων μπουτίκ. Από την άλλη πλευρά, η ακύρωση των φετινών διεθνών εκθέσεων έχει δυσχεράνει τις επαφές μεταξύ παραγωγών και εισαγωγέων, καθώς και τις παραγγελίες. Εκτός ελαχίστων περιπτώσεων ύπαρξης μεγάλης εμπιστοσύνης μεταξύ αγοραστή-πωλητή, η γούνα, ως ιδιαίτερο και ακριβό προϊόν πολυτελείας, δεν μπορεί ούτε να παραγγελθεί ούτε να διατεθεί on-line. Τα μέχρι στιγμής στατιστικά στοιχεία εμπορίου του 2020 επιβεβαιώνουν τα ανωτέρω.



ΣΤ.10 ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ

I. Μάρμαρα

- Ενδιαφέρον προϊόν για την κορεατική αγορά, λόγω ισχυρού τομέα κατασκευών. Εξάγουμε κυρίως κατεργασμένα μάρμαρα.
- Ο ανταγωνισμός προέρχεται κυρίως από την Κίνα, την Ιταλία, την Αίγυπτο, το Ομάν και την Τουρκία.
- Το 2019 ήταν μέτριο έτος για την Ελλάδα. Εξαγωγές αξίας 3,5 εκ. \$ Η.Π.Α.. Την θέση της στην αγορά βελτίωσε η Αίγυπτος.

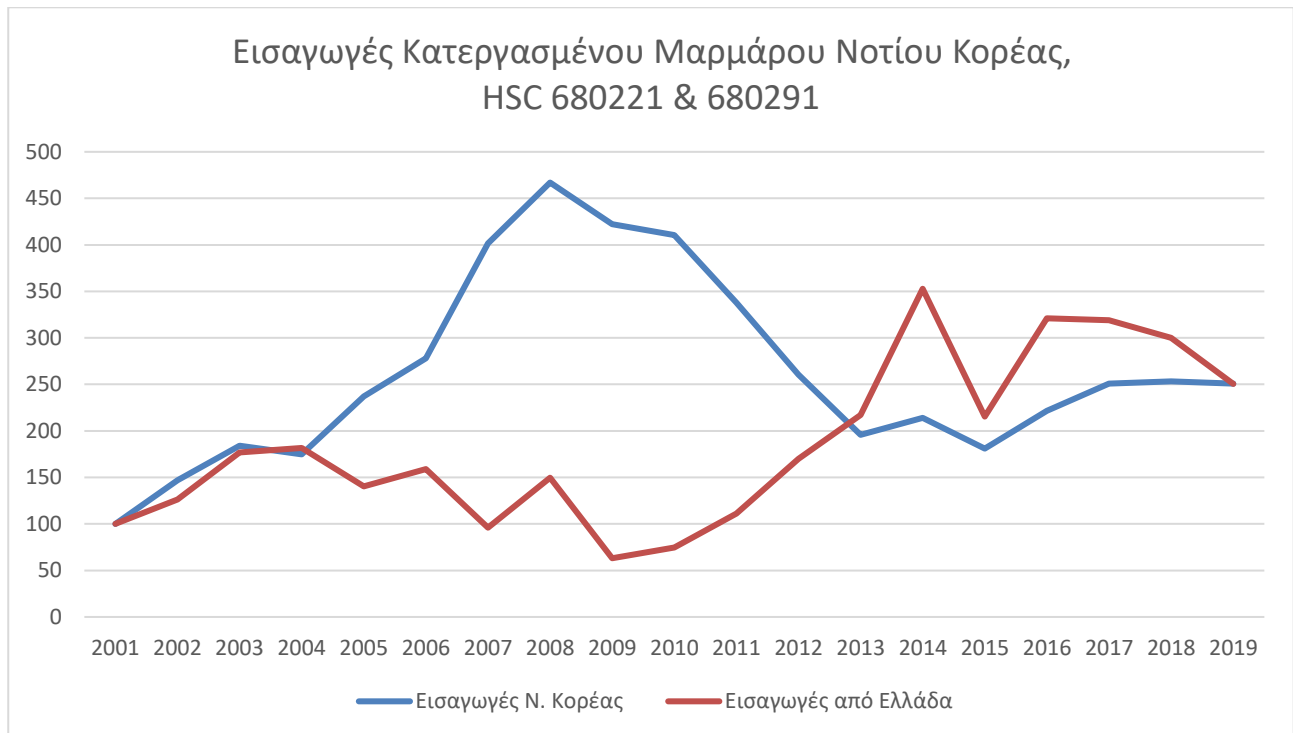
Η ζήτηση του μαρμάρου ως δομικού υλικού “πολυτελείας” ακολουθεί, όπως είναι φυσικό, την πορεία του κατασκευαστικού τομέα. Κατά συνέπεια, οι εισαγωγές κατεργασμένου μαρμάρου (δασμολογικές κλάσεις 680221 και 680291) της Νοτίου Κορέας αυξήθηκαν από 50,8 εκ. δολ. ΗΠΑ το 2001 σε 237,3 εκ. δολ. ΗΠΑ κατά το 2008. Στη συνέχεια, λόγω της κρίσης του κατασκευαστικού τομέα, ο οποίος επλήγη από την υπερπροσφορά νεόκτιστων διαμερισμάτων και την υπερχρέωση των νοικοκυριών, σημείωσαν κάμψη για να διαμορφωθούν το 2015 σε 92,1 εκ. δολ. ΗΠΑ. Η εκ νέου αναθέρμανση της οικοδομικής δραστηριότητας οδήγησε σε αύξηση των εισαγωγών μαρμάρων σε 128,7 εκ. δολ. ΗΠΑ το 2018 και 127,5 εκ. δολ. ΗΠΑ το 2019.

Αντίθετα, η διακύμανση των ελληνικών εξαγωγών κατεργασμένου μαρμάρου δεν υπήρξε τόσο ακραία, καθώς επηρεάστηκαν περισσότερο από τη σύναψη συγκεκριμένων συμβολαίων προμήθειας για έργα κορεατικών κατασκευαστικών εταιριών στην Κορέα ή σε τρίτες χώρες. Σημειωτέον ότι οι κορεατικές κατασκευαστικές επιχειρήσεις πολύ σπάνια εισάγουν οι ίδιες μάρμαρα, καθώς προτιμούν να τα προμηθεύονται από εγχώριους εισαγωγείς και διανομείς.

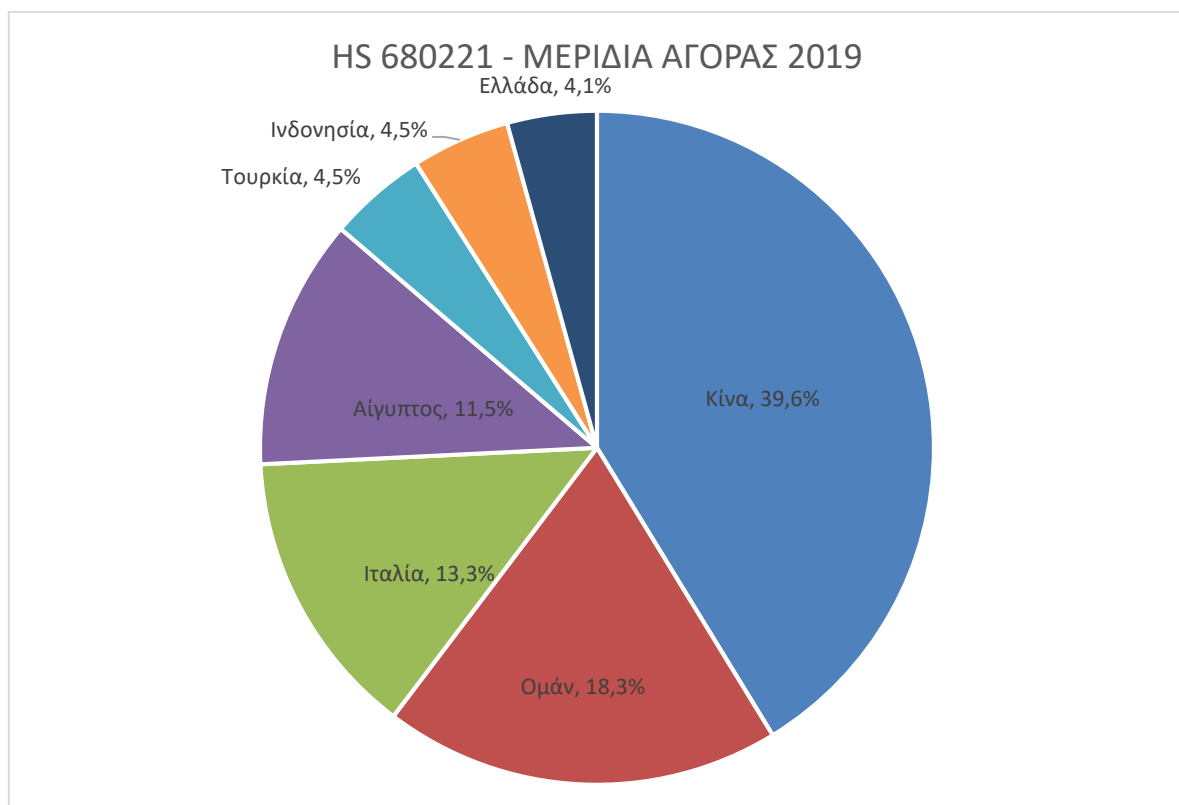
Το μερίδιο αγοράς του ελληνικού κατεργασμένου μαρμάρου στην εδώ αγορά ήταν 4,6% το 2014 (ιστορικό υψηλό), 3,5% το 2017, 3,3% το 2018 και 2,8% το 2019 (3,5 εκ. \$ Η.Π.Α.). Ο ανταγωνισμός προέρχεται πρωτίστως, στην δασμολογική κλάση 680221 από την Κίνα, την Αίγυπτο, την Ιταλία, το Ομάν, και την Τουρκία, ενώ στην δασμολογική κλάση 680291 από την Κίνα, την Ιταλία, το Ομάν, την Αίγυπτο, το Πακιστάν και την Τουρκία. Σαφώς και το ελληνικό μάρμαρο διαθέτει αξιόλογες προοπτικές στην κορεατική αγορά αλλά απαιτείται πιο έντονη δραστηριοποίηση των ελληνικών εξαγωγικών εταιριών και προσοχή στην συμμόρφωση προς τις κορεατικές προδιαγραφές.

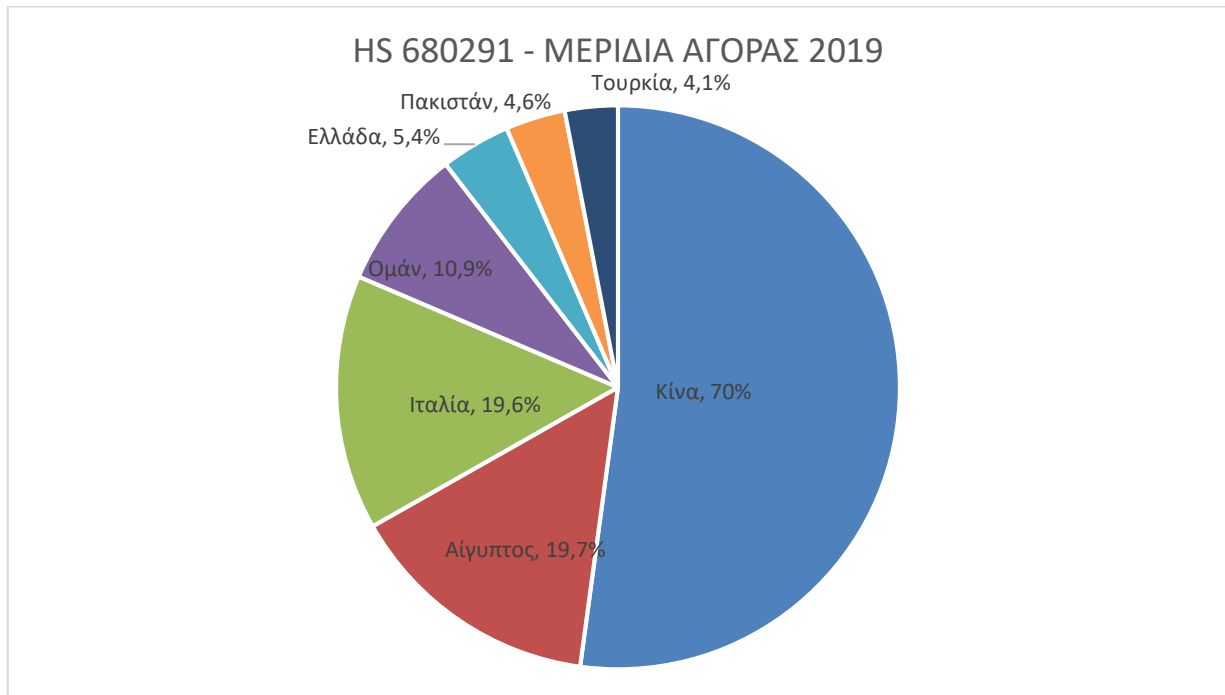


Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας, οι εισαγωγές ακατέργαστου μαρμάρου πραγματοποιούνται αδασμολόγητα ενώ το κατεργασμένο επιβαρύνεται με εισαγωγικό δασμό της τάξης του 5%.

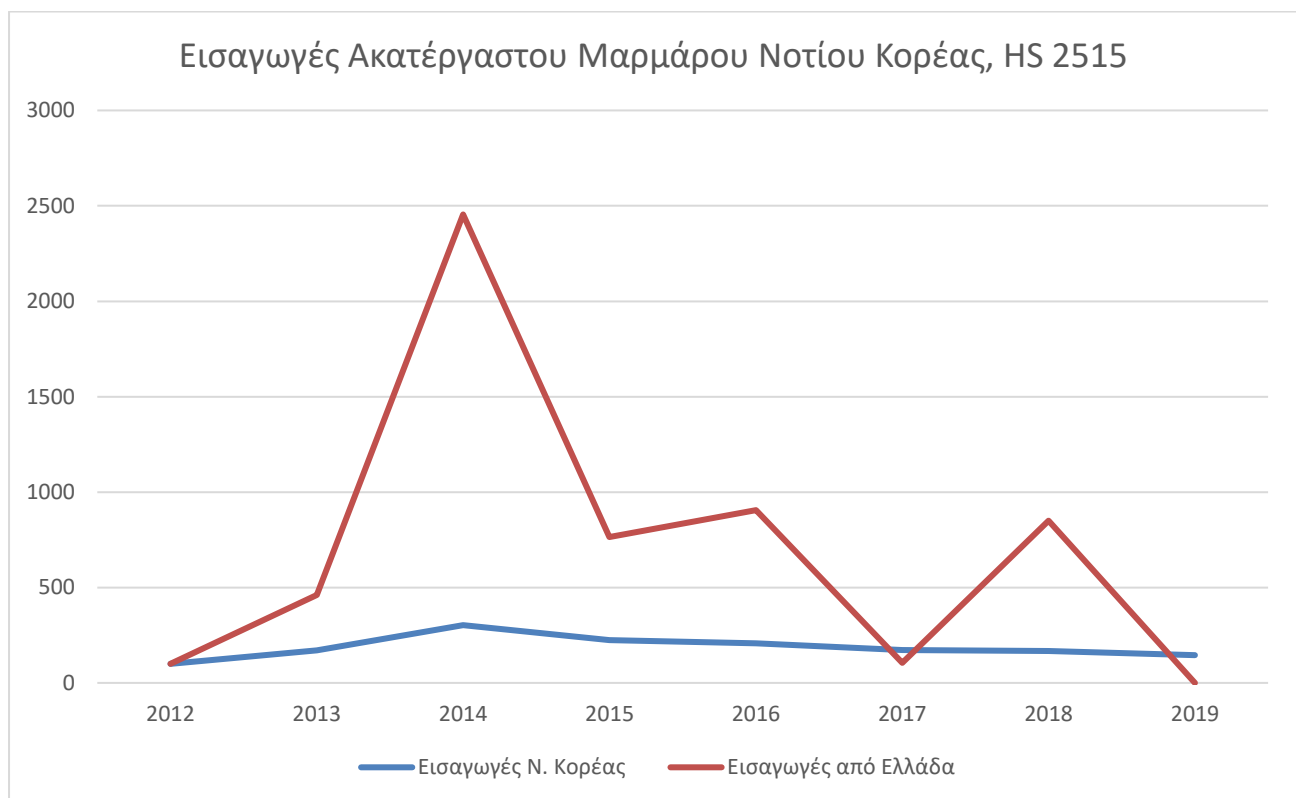


Προμηθευτές Επεξεργασμένων Μαρμάρων Νοτίου Κορέας





Οι εισαγωγές ακατέργαστου μαρμάρου της Νοτίου Κορέας είναι πολύ πιο περιορισμένες (1,8 εκ. δολ. ΗΠΑ το 2018) και ακολούθησαν, σε γενικές γραμμές, την πορεία των κατεργασμένων μαρμάρων. Οι εξαγωγές μας σε ακατέργαστα μάρμαρα είναι επίσης πολύ χαμηλές και παρουσιάζουν διαχρονικά μεγαλύτερη παραλλακτικότητα από τις εξαγωγές μας σε κατεργασμένα.





Το 2019 ήταν γενικά μια μέτρια χρονιά για τις ελληνικές εξαγωγές μαρμάρου στη Νότιο Κορέα. Δεν εξαγάγαμε καθόλου ακατέργαστο μάρμαρο, ενώ η αξία των εξαγωγών μας κατεργασμένου μαρμάρου σημείωσε πτώση της τάξης του 16,6% σε σχέση με το παρελθόν έτος. Από τις ανταγωνίστριες χώρες, αξιόλογη αύξηση σημείωσε το μερίδιο αγοράς της Αιγύπτου.

II. Αλουμίνιο

- Επίσης πολύ ενδιαφέρον, και μάλιστα μη πεπερασμένο με μεγάλη προστιθέμενη αξία, προϊόν για την κορεατική αγορά, με ευρεία χρήση στα υψηλά κτίρια που κυριαρχούν στην Κορέα.
- Ο εισαγωγικός δασμός έχει ουσιαστικά μηδενισθεί. Ο ανταγωνισμός προέρχεται κυρίως από την Κίνα, τις Η.Π.Α., την Γερμανία, την Γαλλία, την Ταϊλάνδη και την Ιαπωνία.
- Ιδιαίτερη σημασία έχει η εξοικείωση με το σύστημα των κορεατικών επιχειρηματικών ομίλων και τις ιδιαίτερες τεχνικές προδιαγραφές, ενώ μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι προοπτικές συνεργασιών και υπεργολαβιών σε τρίτες χώρες.
- Οι ελληνικές εξαγωγές παραμένουν χαμηλές σε σχέση με τον ανταγωνισμό αλλά αναπτύσσονται ταχύτατα. Κατά το 2019, οι εξαγωγές μας σημείωσαν ιστορικό υψηλό αξίας 3,4 εκ. \$ Η.Π.Α..

Τα προφίλ αλουμινίου είναι ένα ακόμη πιο ενδιαφέρον προϊόν για την κορεατική αγορά, καθώς:

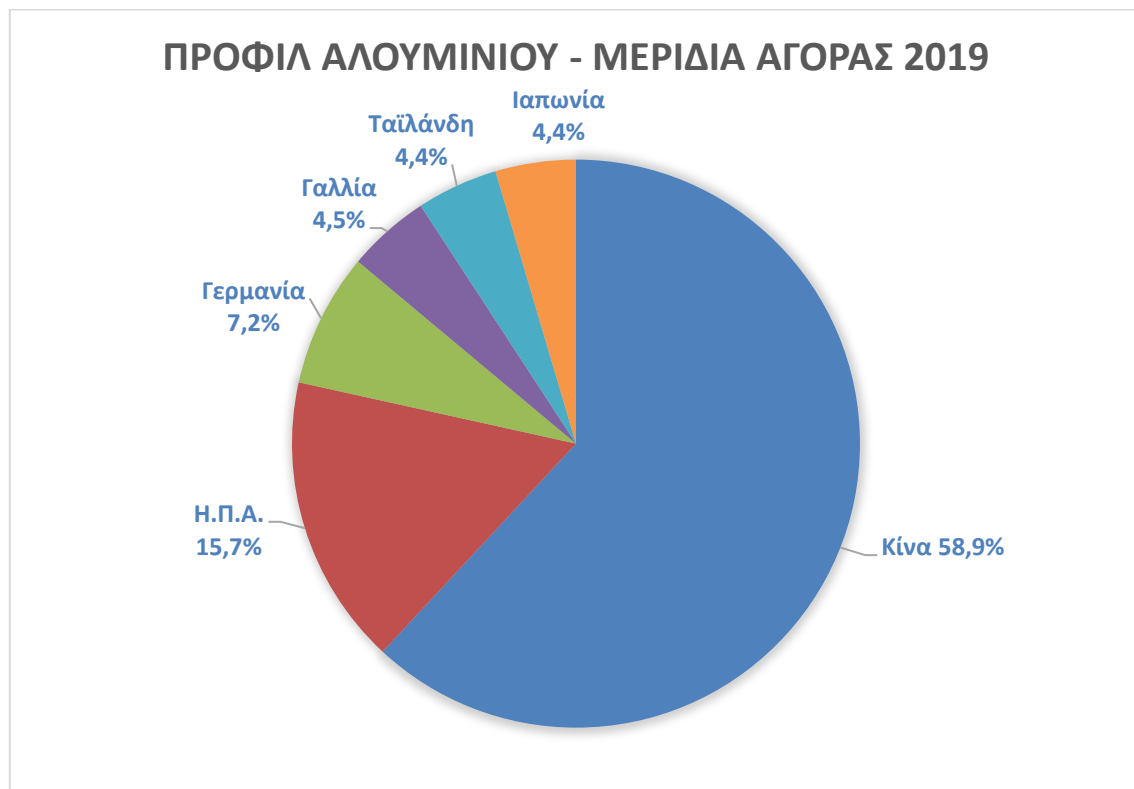
- Δεν είναι πεπερασμένος πόρος (αντίθετα από τα μάρμαρα),
- Έχει μεγάλη προστιθέμενη αξία και δημιουργεί πολλές θέσεις εργασίας,
- Η χώρα μας έχει πολύ αξιόλογη τεχνογνωσία και σοβαρές εξαγωγές,
- Δεν αποτελεί δομικό υλικό πολυτελείας αλλά είναι απολύτως απαραίτητο, και μάλιστα στα υψηλά κτίρια που καταλαμβάνουν τη μερίδα του λέοντος του κατασκευαστικού τομέα της Νοτίου Κορέας, και
- Ένα πολύ σημαντικό τμήμα του προϋπολογισμού κατασκευής των κτιρίων αυτών (έως και 50%) αφορά τις προσόψεις τους, όπου τοποθετούνται τα προφίλ αλουμινίου.



Οι ελληνικές εξαγωγές κινούνται ακόμη σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Οι εξαγωγές μας ωστόσο σε ελάσματα και ταινίες αλουμινίου (δασμολογική κλάση 7606) αυξήθηκαν από 689 χιλ. \$ Η.Π.Α. το 2017 σε 1,5 εκ. \$ Η.Π.Α. το 2018, φτάνοντας το 2019 στα ιστορικά υψηλά επίπεδα των 3,4 εκ. \$ Η.Π.Α..



Ο ανταγωνισμός προέρχεται κυρίως από την Κίνα, Η.Π.Α., Γερμανία, Γαλλία, Ταϊλάνδη και Ιαπωνία. Το συνολικό μέγεθος των ετήσιων εισαγωγών της Νοτίου Κορέας είναι της τάξης του 1,13 δις δολαρίων Η.Π.Α.





Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών Ε.Ε. – Νοτίου Κορέας, οι εισαγωγές αλουμινίου επιβαρύνονται –ανάλογα με την δεκαπήφια δασμολογική κλάση- με εισαγωγικό δασμό της τάξης του 0 έως 3%.

Καθώς σχεδόν το σύνολο της κατασκευαστικής δραστηριότητας στη Νότιο Κορέα ελέγχεται από τους μεγάλους επιχειρηματικούς ομίλους (chaebols), είναι σημαντικό για τις ελληνικές εταιρείες του κλάδου να αφιερώσουν πόρους στην ανάπτυξη των κατάλληλων επαφών και διασυνδέσεων, καθώς και στην σε βάθος κατανόηση των τεχνικών προδιαγραφών που πρέπει να διέπουν τα προϊόντα αυτά στην Κορέα.

Εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης και η προοπτική συνεργασιών ελληνικών εταιρειών του κλάδου με κορεατικές κατασκευαστικές εταιρείες σε έργα που αναλαμβάνουν οι τελευταίες στην αλλοδαπή, και ιδίως σε γεωγραφικές περιοχές οι οποίες είναι ιδιαίτερα οικείες στους Έλληνες επιχειρηματίες, όπως η Ανατολική Ευρώπη, η Βόρεια Αφρική και η Μέση Ανατολή. Προς την κατεύθυνση αυτή προτείνεται η συμμετοχή στην ετήσια Διάσκεψη Συνεργασίας Παγκοσμίων Υποδομών της (Global Infrastructure Cooperation Conference – GICC, <https://www.gicc.kr/eng/>, μήνας Σεπτέμβριος), όπου πρακτικά οι κορεατικές κατασκευαστικές εταιρείες συναντιούνται με τους πελάτες και συνεργάτες τους, πρωτίστως από τις ευρύτερες γεωγραφικές περιοχές της Βόρειας και Υποσαχαρικής Αφρικής, Μέσης Ανατολής, Κεντρικής & Νοτιοανατολικής Ασίας και Νοτίου Αμερικής. Οι ενδιαφερόμενες ελληνικές εταιρείες ή σύνδεσμοι παρακαλούνται να επικοινωνήσουν με το Γραφείο μας προκειμένου να λάβουν περαιτέρω πληροφορίες και επιβοήθηση.



ΣΤ.11 ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

- Η Νότιος Κορέα είναι σημαντικότετος παραγωγός, καταναλωτής, εξαγωγέας και εισαγωγέας καλλυντικών.
- Εξάγει πρωτίστως προϊόντα περιποίησης δέρματος και make-up.
- Εισάγει καλλυντικά αξίας 1,45 δις \$ Η.Π.Α.. Σημαντικότεροι προμηθευτές είναι η Γαλλία, οι Η.Π.Α., η Ιαπωνία και η Ιταλία.
- Αγορά με πολλές ιδιαιτερότητες ως προς την δομή της και τους ενδεδειγμένους τρόπους προβολής και προώθησης των προϊόντων.
- Περιορισμένες ελληνικές εξαγωγές μισού εκατομμυρίου δολ. Η.Π.Α.. Προοπτικές σε προϊόντα με φυσικά συστατικά και υψηλή λειτουργικότητα.

Η Νότιος Κορέα είναι **σημαντικότετος παραγωγός, καταναλωτής, εξαγωγέας και εισαγωγέας καλλυντικών προϊόντων**. Αποτελεί την δέκατη μεγαλύτερη αγορά καλλυντικών, με εκτιμώμενο κύκλο εργασιών 7 δις δολάρια Η.Π.Α., αντιπροσωπεύοντας το 2,9% της παγκόσμιας αγοράς και εξακολουθεί να παρουσιάζει ετήσια μέση ανάπτυξη της τάξης του 5%. Οι Κορεάτισες ακολουθούν διαδικασία περιποίησης της επιδερμίδας πολλών σταδίων, ενώ και οι Κορεάτες ξοδεύουν περισσότερο κατά κεφαλή χρήματα ετησίως για καλλυντικά από οποιαδήποτε άλλη χώρα στον κόσμο.

Η συνολική αξία της ετήσιας εγχώριας παραγωγής καλλυντικών ανέρχεται σε 10 δις δολάρια ΗΠΑ, και κατανέμεται σε προϊόντα περιποίησης δέρματος (57,8%), make-up (15,9%) και περιποίησης μαλλιών (13%). Στην αγορά κυριαρχούν δύο εταιρείες, η Amore Pacific (Laneige, Etude House, Innisfree, Sulwhasoo, Mamonde) και η LG Household & Health Care Ltd. (Isa Knox, Face Shop), με συνολικό μερίδιο αγοράς 41,3%. Ακολουθούν οι Kolmar Korea (2,9%), Aekyung (2,6%), Atomy (2,5%), Cosmax (2,1%), Able C&C (2%), It's skin (1,8%), Nu Skin Korea (1,7%), Nature Republic (1,6%), Etude (1,5%), Tonymoly (1,3%), Yonwoo (1,1%), L&P Cosmetics (1,1%), Skinfood (1%).

Κατά τα τελευταία χρόνια, τα κορεατικά προϊόντα του κλάδου παρουσιάζουν αυξημένη δημοτικότητα και παρουσία εκτός Κορέας, με αιχμή του δόρατος τις χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας, σε μεγάλο βαθμό λόγω της διάδοσης της νεανικής της κουλτούρας και τρόπου ζωής (K-pop/K-beauty). Κατά το 2017, η Κορέα εξήγαγε προϊόντα αξίας 5,6 δις δολαρίων, με κύριο πελάτη την Κίνα και βασική έμφαση στα προϊόντα skincare & make-up. Η κατανομή στις βασικές δασμολογικές κλάσεις έχει ως εξής:



- **Αρώματα** (Δασμολογική Κλάση 3303) αξίας 12,7 εκ. δολ. ΗΠΑ, τα οποία εξήχθησαν κατά κύριο λόγο στην Κίνα (25,2%), στην Ιαπωνία (24,5%) και στη Σιγκαπούρη (16,2%).
- **Προϊόντα περιποίησης δέρματος και make-up** (Δασμολογική Κλάση 3304) αξίας 5,3 δις δολ. ΗΠΑ, τα οποία εξήχθησαν στην Κίνα (45,8%), στο Χονγκ Κονγκ (14,8%), στις Η.Π.Α. (8,1%), στην Ιαπωνία (6,4%), στο Βιετνάμ (3,6%), στην Ρωσία (3,4%), στην Ταϊβάν (2,2%), στην Ταϊλάνδη (2,2%) και στη Σιγκαπούρη (2%).
- **Προϊόντα περιποίησης μαλλιών** (Δασμολογική Κλάση 3305) αξίας 300 εκ. δολ. ΗΠΑ, τα οποία εξήχθησαν στην Κίνα (52,2%), στις Η.Π.Α. (8%), στην Ιαπωνία (5,9%), στην Ταϊβάν (4,6%) και στο Χονγκ Κονγκ (4,4%).

Η τάση στην εγχώρια αγορά είναι η ενίσχυση των δικτύων πώλησης μέσω διαδικτύου, εξειδικευμένων καταστημάτων (brand shops), τηλεπωλήσεων και drug stores. Οι σημαντικότερες αλυσίδες drug stores είναι τα CJ Olive Young (950 καταστήματα), GS Watsons-Lalania (188 καταστήματα), Lotte LOHBs (96 καταστήματα) και τα Boots του ομίλου Shinsegae (10 καταστήματα), προσφέρουν δε κατά κύριο λόγο οργανικά και φυσικά καλλυντικά, συμπληρώματα διατροφής και διάφορα καταναλωτικά είδη (wellness products).

Η προβολή, προώθηση και πώληση καλλυντικών προϊόντων μέσω κινητής τηλεφωνίας παρουσιάζει, κατά τα τελευταία έτη, εκθετική ανάπτυξη στη Νότιο Κορέα, η οποία διαθέτει το ταχύτερο διαδίκτυο παγκοσμίως σε συνδυασμό με την υψηλότερη κατά κεφαλή κατοχή έξυπνων τηλεφωνικών συσκευών (smartphones). Στο πλαίσιο των πωλήσεων μέσω διαδικτύου, οι πωλήσεις μέσω smartphones, από 17% το 2013 ξεπέρασαν το 50% το 2017. Η νέα αυτή τάση αποκαλείται "m-commerce" και αναφέρεται στη συνήθεια διερεύνησης της αγοράς σε επίπεδο καταστημάτων και στη συνέχεια πραγματοποίησης αγορών μέσω τηλεφωνικών συσκευών.

Ιδιαίτερη δυναμική παρουσιάζει επίσης το φαινόμενο της προβολής μέσω διαδικτύου ως μέσο προσαρμογής του διαφημιστικού μηνύματος στις ιδιαιτερότητες του κάθε καταναλωτή, ενώ εξαιρετικά διαδεδομένη και αποτελεσματική παραμένει η χρήση αναγνωρίσιμων προσωπικοτήτων (celebrities/beauty bloggers) για την προβολή των προϊόντων μέσω του διαδικτύου (celebrity product placement).

Το βασικότερο χαρακτηριστικό της Κορεατικής αγοράς είναι η πόλωση μεταξύ δύο ακραίων τάσεων, με την ταυτόχρονη ύπαρξη ισχυρής ζήτησης για τα πλέον ακριβά και υψηλής ποιότητας καλλυντικά (μεγάλα πολυκαταστήματα και ορισμένες εξειδικευμένες αλυσίδες), ενώ το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών προτιμά τα πολύ χαμηλής τιμής προϊόντα (αλυσίδες καταστημάτων χαμηλού κόστους).



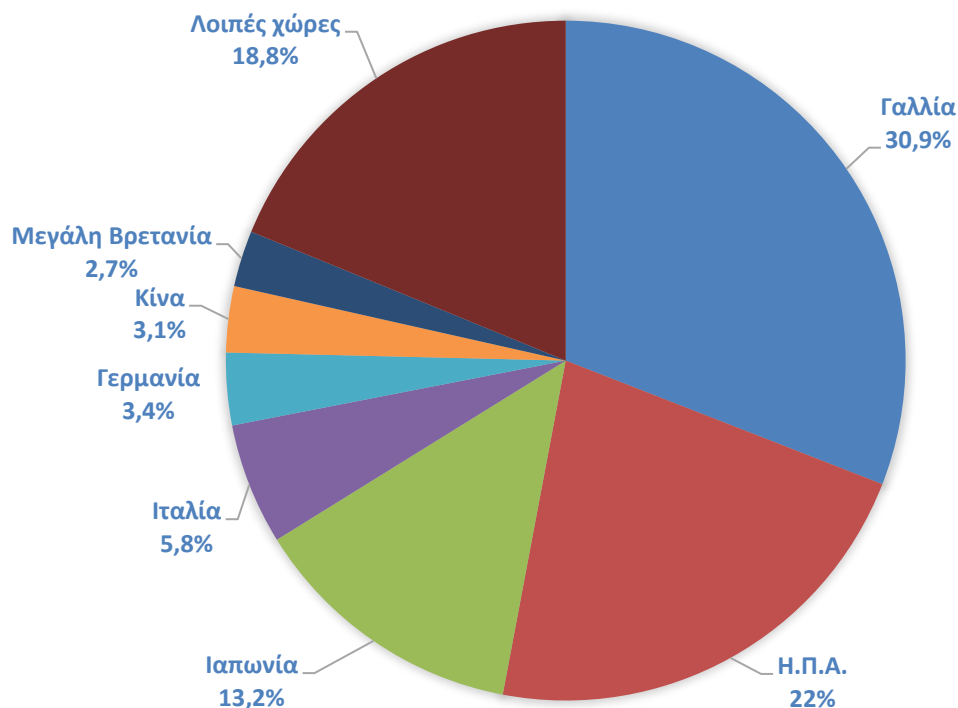
Πολύ ενδιαφέρουσα είναι η στροφή των Κορεατών προς τα καλλυντικά που ταυτόχρονα έχουν και θεραπευτικές ιδιότητες (cosmeceuticals). Αυτά απαντώνται υπό την ορολογία “highly functional products” (εξαιρετικώς λειτουργικά καλλυντικά), με ιδιαίτερη έμφαση στα προϊόντα λευκάνσεως δέρματος. Επίσης, υψηλή ζήτηση υπάρχει για αντιρυτιδικά και για προϊόντα προστασίας από τον ήλιο.

Ταυτόχρονα, ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα αποτελεί επίσης η προϊούσα γήρανση του πληθυσμού της χώρας, καθώς οι Κορεάτισσες στην ηλικιακή ομάδα των 50 – 65 ετών δαπανούν κατά κεφαλή 46% περισσότερο από τη μέση καταναλώτρια, με αποτέλεσμα να ευνοείται η ανάπτυξη και διάθεση εξειδικευμένων και ακριβότερων καλλυντικών για ηλικιωμένες.

Στην Κορεατική αγορά υφίσταται μεγάλη ποικιλία εισαγόμενων καλλυντικών, τα οποία αντιπροσωπεύουν το 40% του συνολικού κύκλου εργασιών. Τα προϊόντα αυτά προσπαθούν να διαφοροποιηθούν από τα αντίστοιχα της εγχώριας παραγωγής μέσω της αναγνωρισιμότητας της μάρκας (brand identity), της συσκευασίας, των συστατικών και της λειτουργικότητάς τους. Τα εισαγόμενα καλλυντικά διατίθενται μέσω του διαδικτύου (32,7%), εξειδικευμένων καταστημάτων (16%), υπεραγορών (9%), πολυκαταστημάτων (6,6%), καταστημάτων αφορολόγητων ειδών (1,7%) και τηλεπωλήσεων (1,3%).

Η συνολική αξία των εισαγόμενων στη Νότιο Κορέα καλλυντικών διαμορφώνεται στα **1,45 δις δολ. ΗΠΑ**. Οι σημαντικότερες συνολικά προμηθεύτριες χώρες της Νοτιοκορεατικής αγοράς είναι η Γαλλία (449,4 εκ. δολ. Η.Π.Α.), οι Η.Π.Α. (320,3 εκ. δολ. Η.Π.Α.), η Ιαπωνία (191,8 εκ. δολ. Η.Π.Α.), η Ιταλία (83,9 εκ. δολ. Η.Π.Α.), η Γερμανία (50 εκ. δολ. Η.Π.Α.), η Κίνα (45,7 εκ. δολ. Η.Π.Α.) και η Μεγάλη Βρετανία (38,8,2 εκ. δολ. Η.Π.Α.).

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΝΟΤΙΟΥ ΚΟΡΕΑΣ, 2019



Στις επιμέρους κατηγορίες, η κατάσταση διαμορφώνεται ως εξής:

- Στα **προϊόντα περιποίησης δέρματος** (skincare, δασμολογικές κλάσεις 330491, 330492, 330493 & 330499), οι συνολικές εισαγωγές είναι **846,8 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από την Γαλλία (32%), τις Η.Π.Α. (24,3%, με μάρκες όπως MAC, Bobby Brown, Estee Lauder, Maybelline, Neutrogena, Aveeno & Cetaphil), και την Ιαπωνία (12,1%).

- Στα **αρρώματα** (perfumes, δασμολογική κλάση 3303), οι συνολικές εισαγωγές είναι **178,9 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από την Γαλλία (55,1%), την Ιταλία (16%) και τις Η.Π.Α. (15,6%).

- Στα **προϊόντα περιποίησης του τριχωτού της κεφαλής** (δασμολογική κλάση 3305), οι συνολικές εισαγωγές είναι **222,5 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από τις Η.Π.Α. (26,4%), την Ταϊλάνδη (19,9%) και την Ιαπωνία (19,5%).

- Στα **προϊόντα μακιγιαρίσματος** (δασμολογικές κλάσεις 330410 & 330420), οι συνολικές εισαγωγές είναι **183,2 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από την Γαλλία (32,7%), την Ιαπωνία (23,3%), τις Η.Π.Α. (15,4%) και την Ιταλία (10,5%).



• Στα **παιδικά καλλυντικά** (δασμολογικές κλάσεις 33049120 & 33049930), οι συνολικές εισαγωγές είναι **15,5 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από την Μαλαισία (26,7%), την Γαλλία (22,4%), την Γερμανία (18,1%) και τις Η.Π.Α. (12,5%).

• Στα **προϊόντα περιποίησης νυχιών** (δασμολογική κλάση 330430), οι συνολικές εισαγωγές είναι **6,4 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από τις Η.Π.Α. (31%), την Γερμανία (27,5%) και την Γαλλία (20,8%).

Οι ελληνικές εξαγωγές καλλυντικών προς την Κορέα κατά το 2019 περιορίζονται σε 505 χιλ. δολ. ΗΠΑ (471 χιλ. \$ Η.Π.Α. προϊόντα περιποίησης δέρματος, 31 χιλ. \$ Η.Π.Α. προϊόντα περιποίησης νυχιών και 2 χιλ. \$ Η.Π.Α. προϊόντα περιποίησης τριχωτού κεφαλής). Ωστόσο, οι προτιμήσεις των Κορεατών καταναλωτών δείχνουν να μετατοπίζονται από τον απλό προσανατολισμό προς ορισμένες μάρκες υψηλού προφίλ σε αναζήτηση προϊόντων που χαρακτηρίζονται από φυσικά συστατικά και υψηλή αποτελεσματικότητα για τη χρήση που προορίζονται. Η εξέλιξη αυτή δημιουργεί ένα παράθυρο ευκαιρίας για τα ελληνικά προϊόντα του κλάδου, εφόσον βέβαια τοποθετηθούν σωστά στην εδώ αγορά και προωθηθούν αναλόγως.

Η σημαντικότερη Διεθνής Έκθεση του κλάδου στη Νότιο Κορέα είναι η

COSMOBEAUTY Seoul 2021, International Cosmetics & Beauty Expo

https://www.cosmobeautyseoul.com/fairContents.do?FAIRMENU_IDX=658&hl=ENG

5 – 7 Μαΐου 2021

Απολογισμός Cosmobeauty 2019 (η έκδοση Απριλίου 2020 ακυρώθηκε λόγω πανδημίας κορονοϊού): 373 εκθέτες με 520 περίπτερα, από 13 χώρες. 52.376 επισκέπτες από 85 χώρες, εκ των οποίων οι 20.426 αγοραστές και 31.950 γενικό κοινό.

Επιμέρους θεματικές ενότητες:

- Καλλυντικά – Ζώνη Ομορφιάς
- Ζώνη Εσωτερικής Ομορφιάς (αδυνατίσμα, υγιεινή διατροφή)
- Φυσικά και Οργανικά Προϊόντα



Ζ. ΧΡΗΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1. Ελληνικές Αρχές

Embassy of Greece in Seoul	Τηλ: +82-2-729-1400, 1	Fax: +82-2-729-1402
	27th fl Hanwha Bldg, 86 Cheonggyecheon-ro, Jung-gu, Seoul 04541	
	South Korea	
	greekemb@kornet.net	
	gremb.sel@mfa.gr	
Office of Economic & Commercial Affairs	Τηλ: +82-2-729 1397	Fax: +82-2-729-1402
	27th fl Hanwha Bldg, 86 Cheonggyecheon-ro, Jung-gu, Seoul 04541	
	South Korea	
	ecocom-seoul@mfa.gr	

2. Αρχές Νοτίου Κορέας

Ministry of Foreign Affairs	Τηλ: +82-2-2100-2114	Fax: +82-2-2100-7999
	95-1, Doryeom-dong, Jongno-gu, Seoul 110-787	
	South Korea	
	www.mofa.go.kr	
	web@mofat.go.kr	
Ministry of Economy and Finance	Τηλ: +82-44-215-2114	Fax: +82-44-215-8033
	Sejong Government Complex,	
	477, Galmae-ro, Sejong-si	
	30109, South Korea	
	http://english.mofe.go.kr	
	fppr@korea.kr	
Ministry of Trade, Industry and Energy	Τηλ: + 82-2-1577-0900	
	402 Hannuri-daero, Sejong-si,	
	30118 South Korea	
	http://english.motie.go.kr	



- Ministry of Culture, Sports and Tourism Τηλ +82-44-203-2000
Government Complex – Sejong 388
Galmae-ro, Sejongsi, 30119 South Korea
<http://www.mcst.go.kr/english/index.jsp>
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs Τηλ. + 82-2-6196-9110 Fax. +82-44-868-0846
94 Dasom2-ro, Government Complex-Sejong
Sejong-si, 339-012, South Korea
www.mafra.go.kr
- Ministry of Health and Welfare Τηλ. +82-129
13, Doum4-ro, Sejong-si, 30113 South Korea
www.mohw.go.kr
- Ministry of Environment Τηλ. +82-2-1577-8866
Government Complex-Sejong
11, Doum6-ro, Sejong-si, 30103 South Korea
<http://eng.me.go.kr/docs/index.html>
mepr@korea.kr
- Ministry of Land, Infrastructure and Transport Τηλ. +82-44-1599-0001 +82-44-860-9500
Government Complex-Sejong
11, Doum6-ro, Sejong-si, 30103 South Korea
<http://molit.go.kr/english/intro.do>
- Fair Trade Commission Τηλ +82-44-200-4326 +82-44-200-4242
95, Dasom3-ro, Sejong-si, 30108 South Korea
www.ftc.go.kr/eng/index.do
- Financial Services Commission Τηλ. 82-2-2100-2568
Seoul Government Complex, 209 Sejong-daero,
Jongno-gu, Seoul, South Korea



<http://www.fsc.go.kr/eng/>

fsc-media@korea.kr

3. Εμπορικά & Βιομηχανικά Επιμελητήρια

Korea Chamber of Commerce & Industry Τηλ. +82-2-6050-3114 Fax. +82-2-6050-3400
45, 4ga Namdaemunro, Jung-gu, Seoul 100-743, South Korea
<http://english.korcham.net/>
international@korcham.net

European Chamber of Commerce

li Korea - ECCK Τηλ. + 82-2-6261-2700 Fax. +82-2-6261-2730
5 Fl. Seoul Square, 416 Hangang-daero, Jung-gu, Seoul
04637 South Korea
<https://ecck.eu/>
ecck@ecck.eu

4. Τράπεζες

Bank of Korea Τηλ. +82-2-759-4114 Fax. +82-2-759-4060
110, 3-ga, Namdaemunno, Jung-gu, Seoul 100-794, South Korea
bokdplp@bok.or.kr
<http://www.bok.or.kr/>

Korea Exchange Bank EXPAT Call Center +82-1544-3000, 82-1588-3500
Foreign Office +82 42 520 2500
35, Eulji-ro, Jung-gu, Seoul, South Korea
<http://pr.kebhana.com/contents/eng/index.jsp>

Kookmin Bank Τηλ. 82-2-2073-7114
#36-3 Yeoido-dong. Yeongdeungpo-ku, Seoul South Korea
<https://omoney.kbstar.com/quics?page=oeng&QSL=F#loading>

Shinhan Bank Τηλ. +82-2-7560505



Daekyung Bldg.,20, Sejong-daero 9-gil, Jung-gu, Seoul, South Korea

<https://www.shinhan.com/en/index.jsp#300000000000>

Korea Development Bank.

Τηλ. + 82-2-787-6450

Fax. +82-2-787-6496

14 Eunhaeng-ro, Yeongdougpo-gu, Seoul, 07242 South Korea

<https://www.kdb.co.kr/index.jsp>

5. Διοργανωτές Εκθέσεων

COEX (Exhibition Center)

Τηλ. +82-2-6000-1121

COEX, World Trade Center Samseong-dong,

513, Yeongdong-daero, Gangnam-gu, Seoul 06164, South Korea

[Conventions: susan_mcgregor@coex.co.kr](mailto:susan_mcgregor@coex.co.kr)

[Exhibitions: gabrielle@coex.co.kr](mailto:gabrielle@coex.co.kr)

KINTEX (Exhibition Center)

Tel: 82-31-810-8114 Fax: 82-31-810-8083

217-60, Kintex-ro, Ilsanseo-gu, Goyang-si, Gyeonggi-do, South Korea

cklee@kintex.com

master@kintex.com

Association of Korean Exhibition Industries

Τηλ. +82-2-574-2024

<http://www.a.kei.or.kr>

kei@kei.or.kr

6. Ξενοδοχεία

Seoul Plaza Hotel

Τηλ. +82-2-771-2200

Fax +82-2-755-8897

23, Taepyeongno 2-ga, Jung-gu, Seoul, South Korea

Hilton Millennium

Τηλ. +82-2-317-3240

Fax: +82-2-754-2510.

395, 5-ga, Namdaemun-ro, Jung-gu, Seoul, 100-676 South Korea

Lotte Hotel Seoul

Τηλ. +82-2-771-1000

1 Euljiro 1 ga, Jung-gu, Seoul 100-070, South Korea



Hotel Novotel Seoul

Τηλ. +82-2-567-1101

Fax. +82-2-564-4573

130, Bongeunsa-ro, Gangnam-gu, 135-080 Seoul, South Korea

Novotel.gangnam@ambatel.com

Grand Hyatt Seoul

Τηλ. +82-2-797-1234

Fax. +82-2-798-6953

747-7 Hannam-dong, Yongsan-gu, Seoul, 140-738 South Korea

seoul.grand@hyatt.com

7. Διπλωματικές Αποστολές

Delegation of the European Commission

to the Republic of Korea

Τηλ. +82-2-3704-1700

Fax. +82-2-735-1211

11 Fl. Seoul Square, 416 Hangang-daero, Jung-gu, Seoul

04637 South Korea

https://eeas.europa.eu/delegations/south-korea_en

Delegation-rep-of-Korea@ec.europa.eu

8. Οργανισμοί και Επιχειρηματικές Ενώσεις

KITA

Korea International Trade Association

Tel. +82-2- 1566-5114,

Address: 511, Yeongdongdae-ro, Gangnam-gu, Seoul, Korea 135-729.

Τηλ. 82-2-6000-5425

Fax 82-2-6000-5199

admin@kita.net

<http://www.kita.org>

KOIMA

Korea Importers Association

KOIMA Bldg. 169, Bangbae-ro, Seocho-gu, Seoul, South Korea

Tel +82-6677-3663

Fax 82-2-798-5461

<http://www.import.or.kr>

KOTRA

Korea Trade-Investment Promotion Agency 13, Heolleungno, Seocho-gu, Seoul, Korea

Tel : 82-2-3460-7114

Fax : 82-2-3460-7777~8

<http://kotra.or.kr>



Η. ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ 2020

A/A	Όνομα Έκθεσης	Κλάδο που Αφορά	Ημ/νια Διεξαγωγής	Δικτυακός Τόπος
1	SECON	Security	18 - 20 Μαρτίου	http://www.seconexpo.com/2020/eng/main.asp
2	Bio Korea	Biotechnology	20 - 22 Μαρτίου	www.biokorea.org
3	International Green Energy Expo and Conference	Green Energy	1 -3 Απριλίου	www.greenenergyexpo.co.kr
4	Seoul International Sourcing Fair	Home interior, accessories, gifts	2 - 4 Απριλίου & 8 - 10 Οκτωβρίου	http://sipremiumseoul.com
5	Drink & Dessert Show/Coffee Expo	Wine, desserts, coffee	10 - 12 Απριλίου	http://drinkndessertshow.com
6	Cosmobeauty	Cosmetics	23 - 25 Απριλίου	www.cosmobeautyseoul.com
7	Seoul Food & Hotel	Food, Beverages, Equipment and Machinery	19 - 22 Μαΐου	www.seoulfoodnhotel.co.kr
8	Wine Meets Korea	Wine	22 - 24 Μαΐου	http://wine.world-expo.co.kr/eng
9	Seoul International Wines & Spirits Expo	Wine	12 - 14 Ιουνίου	www.siwise.com
10	In-Cosmetics Korea	Personal care ingredients and innovative technologies	17 - 19 Ιουνίου	http://korea.in-cosmetics.com/
11	Import Goods Fair	Consumer Goods	25 - 27 Ιουνίου	www.igf.co.kr
12	Autoweek Korea	Vehicle equipment, parts and materials	15 - 18 Οκτωβρίου	www.autoweek.kr
13	G-FAIR KOREA	SMEs	22-24 Οκτωβρίου	https://gfair.or.kr/eng/main.do
14	Seoul International Tourism Industry Fair	Tourism	9 - 12 Νοεμβρίου	www.kotfa.co.kr
15	Food Week Korea	Food & Beverage	25 - 28 Νοεμβρίου	http://koreafoodweek.com