

Global Market Report

EU시장 특성에 따른 우리기업 진출 전략



목 차

요 약 / 1

I. 한-EU 교역구조 / 2

- 2 | 1. EU시장 특성
- 5 | 2. 최근 한-EU 교역 구조

II. EU시장 트렌드 변화에 따른 수출 유망분야 / 15

- 15 | 1. 최근 EU시장 트렌드
- 20 | 2. EU시장 수출 유망 분야

III. 우리 기업 EU 진출 전략 / 26

- # 첨부 : 1. 설문조사 결과 / 35
- 2. 2016년 EU 기금 관련 주요 프로젝트 / 44

요 약

1. EU시장 특성

- (시장) 세계 최대 단일 경제권, 거대 내수시장 (\$18.2조/美 \$17.4조)
- (소비) 1인당 국민소득 최고의 시장, 상위 20위권에 유럽 13개국 포진
 - 지속적인 양적완화로 경기호조세 진입('16년 경제성장 1.9%, 민간소비증가 2.0% 예상)
- (기업) 높은 제조업 비중 (24.3%/美 20.5%), 자동차·화학 등 고도기술 본고장
- (역내교역 비중) 동·서유럽 분업체계 확립, EU국가간 교역 비중 63%

2. 최근 한-EU 교역구조

- (종합) '11년 이래 교역량 증가('15년 \$1,053억), 무역적자 확대('15년 \$91억)
 - 對서유럽 소비재 부문에서 적자(大), 對중·동유럽 중간재 부문에서 흑자(小)구조
- (수출) 역내기업과의 경쟁, 유럽경기침체, 우리기업 해외생산증가로 감소세('15년 \$481억)
 - 주요수출품목은 선박, 자동차, 석유제품, 전자기기(평판디스플레이 등), 반도체, 휴대폰
 - 우리 주력 수출 품목인 자동차, 전자제품은 EU 역내교역 1, 3위 품목에 해당, 역내 기업과 경쟁
 - * 수출감소품목('11-'15, 달러) : 선박(△42억), 전자기기(△22억), 휴대폰(△12억) 등
 - **수출증가품목('11-'15, 달러) : 합성수지(8), 자동차부품(10), 원동기·펌프(3), 전자(9) 등
- (수입) 한-EU FTA 관세혜택과 우리 소비자 취향 고급화로 증가세('15년 \$570억)
 - 주요수입품목은 자동차, 원유, 반도체제조용장비, 항공기, 의약품, 엔진 등
 - * 수입증가품목('11-'15, 달러) : 자동차(53), 원유(14), 의약품(4) 등
- (수입시장점유율) '15년 2.5%로 8위(中 20.3%, 美 14.2%, 日 3.5%), 중국과의 경쟁심화

3. EU시장 수출 유망 분야

- (화장품, 식음료) 한류 전파로 관련 소비재 인지도·신뢰도 개선
 - 중저가 색조·기능성 화장품, 대형 유통망을 통한 가공식품 수출 유망
- (의료기기, 의약품) 유럽 고령화로 수요 증가, 우리기업 기술 향상
 - 혈당계 등 자가진단기기 및 영상의학장비 수출 유망
- (기자재) EU기금 활용 동유럽 인프라 개선 프로젝트(총 €3,518억) 발주 본격화
 - ICT, 에너지, 환경 분야 시스템 구축 및 철강, 기계 등 기자재 조달 수주 유망

4. 우리기업 EU 진출 전략

- (수출 다변화) 경기 변동에 덜 민감한 일반소비재, 성장하는 동유럽 시장 공략
- (기술력 보강) 산업간 차세대 기술 협력 및 R&D 강화, 상품 차별화 전략
- (국가브랜드 제고) 국가 브랜드 확립과 현지 유통망을 활용한 홍보 강화

I

한-EU 교역구조

1. EU시장 특성

□ 세계 최대 규모의 고소득 선진시장

- EU(28개국)는 GDP규모('14년 기준) 18.2조 달러의 세계최대 단일 경제권으로 그 경제규모가 미국(17.4조), 중국(10.3조)보다 앞섬
- EU는 전세계 1인당 국민소득 상위 20위권 중 13개국이 포진한 지역으로 높은 구매력 보유
 - * 주요국 1인당 GDP(달러) : 룩셈부르크(1위) 103,187, 스위스(2위) 82,178, 노르웨이(4위) 76,266, 덴마크(8위) 51,424, 아이슬란드(9위) 51,068, 스웨덴(11위) 48,966, 영국(14위) 44,118, 독일(17위) 41,267 등/미국(5위) 55,904

□ 역내교역 비중 및 제조업 수준이 높아 진입이 까다로운 시장

- EU는 서유럽이 고부가가치 제조업 및 R&D 중심, 동유럽이 아웃소싱 위주의 제조업의 분업체제로 60% 대의 높은 역내교역 비중 유지
 - * EU 역내 교역비중(%) : 63.6('10) → 62.9('11) → 61.7('12) → 62.1('13) → 63.1('14)
- 역내교역 상위 5대 품목이 자동차, 화학, 컴퓨터·전자제품, 식품, 기계·장비 순으로 대부분이 제조업 품목

<EU 역내교역 상위 5대 품목 교역량과 국가별 비중>

(단위 : 백만 유로, %)

품목	자동차 (1위)		화학제품 (2위)		컴퓨터·전자제품 (3위)		식품 (4위)		기계·장비 (5위)	
교역액 (비중)	630,270 (11.2)		556,797 (9.9)		454,806 (8.1)		438,618 (7.8)		412,711 (7.4)	
구분	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중
1위	독일	26.4	독일	21.7	독일	25.8	독일	19.8	독일	17.7
2위	프랑스	11.8	네덜란드	12.3	프랑스	10.9	네덜란드	16.5	네덜란드	12.6
3위	영국	9.9	벨기에	12.0	이탈리아	9.3	프랑스	8.7	프랑스	11.5

자료원 : Eurostat

- EU는 제조업 비중이 높고 글로벌 제조기업이 포진한 선진 경제
 - '13년 기준 EU 전체 제조업 비중은 24.3%로 미국(20.5%)보다 높음
 - * EU 주요국 제조업 비중('13) : 독일(30.3%), 이탈리아(23.6%), 네덜란드(21.9%), 영국(21.3%), 폴란드(32.3%)
 - EU에는 화학, 기계, 자동차, 항공 등 분야는 물론 IT, 전자 등 첨단분야 글로벌 경쟁력 보유 기업이 다수 소재
 - * 포춘글로벌 500대기업(145개사, 29%), 히든챔피언 기업(1,948개사 72.5%)가 유럽에 소재

□ 높은 제조업 수준을 바탕으로 기술규제를 통한 무역기술장벽(TBT) 강화

- '05~'15년 WTO에 통보된 TBT 16,283건 중 EU가 12%(1,943건) 차지
 - * 對WTO TBT 통보문 비중('05~'15) : 북미(13%, 2,146건), 중국(7%, 1,104건), 일본(2%, 354건)
- TBT는 국민들의 건강 및 안전에 직접적인 영향을 미치는 화학물질 관리 규제로 지속적으로 강화
 - * (예) 장난감 내 비스페놀 A, 바륨 성분 수치 제한 강화('14.3월)
- 최근 전기, 전자, 기계, 자동차에 대한 CE(안전통합 인증마크), EuP(에너지사용제품 환경디자인) 등 환경규제들이 강화되는 추세
- 또한, 자원, 안전 등 신규 기술규제가 계속 추가되면서 실질적인 무역장벽으로 작용 중
 - * (예) '15.5월 분쟁광물 사용금지 및 '18.9월부터 자동차 e-call(사고시 자동구조 요청) 장착 의무화 등

□ 유로화 약세로 EU 수출은 회복 중이나 부작용도 예상

- ECB는 디플레이션 우려 극복을 위해 저금리 및 대규모 양적완화 정책을 '18년까지 연장할 것을 시사, 유로화 약세 장기화가 예상됨
 - * EU 양적완화 : ECB는 '15.3월 ~'16.3월 매월 600억 유로의 국채매입, '16.4월부터 월 800억유로로 매입 증액 예정
 - * 유로화 환율 : 1.36달러/유로('14.1월)→1.13달러/유로('15.10월)→1.00달러/유로('16.10월)
- 유로화 약세로 EU상품의 수출경쟁력이 제고되는 한편, 수입가격 상승으로 인한 EU의 수입 감소 또한 예상됨

<최근 5개년 EU 수입 추이>

(단위 : 백만 유로, %)

연도	2011	2012	2013	2014	2015
수입액	2,401,989	2,310,754	2,238,366	2,244,034	1,914,145
변화율	18.5	△3.8	△3.1	0.3	△14.7

자료원 : GTA

- 또한 마이너스 금리 정책에 따른 유로화 약세로 도이치뱅크의 '조건부 후순위 채권'(코코본드) 부실 가능성 등이 대두, 금융 불안감 가중

□ 대규모 난민 유입과 브렉시트 논의에 따른 경제·사회적 부담 가중

- '15년 중동 등지에서 총 110萬여명의 난민 유입으로 EU 회원국들에 복지 부담이 가중됨에 따라 독일 등과 재정여력이 부족한 회원국들 간 난민 수용 관련 의견 대립 심화
- 이민자 복지 혜택 감축을 주 의제로 브렉시트 이슈가 재부상하는 등 EU 통합까지 저해

<브렉시트(Brexit)>

1) 배경

- '12년 말 심화되기 시작한 유럽 재정위기를 계기로 촉발된 영국의 EU 탈퇴여론
- '15년 말 유럽지역 난민유입 사태가 심각해지면서 영국내 Brexit 찬성여론 득세

2) 주요 논점

- '15년 11월 캐머런 총리는 영국의 EU 잔류를 위한 1) 이민자 복지혜택 제한 2) 유럽의회 제정 법률에 대한 회원국 의회의 거부권 및 선택적 수용 3) 비유로권 국가의 유로존 시장 접근 보장 등 4가지 요구조건을 EU 측에 제시
- '16.2.18~19 EU 정상회의에서 30시간이 넘는 회의 끝에 영국 측 요구조건이 대부분 수용됨, 영국 캐머런 총리는 오는 6.23 브렉시트 찬반 국민투표 실시 발표

3) 경제적 영향

- 단기 : 불확실성으로 인한 對영국 투자유입 감소, 파운드화 가치하락 예상
- 장기 : 영국이 EU에 제공하는 공동농업정책(CAP)지원금 등 분담금 감소로 재정 적자 해소 가능, EU 규제에서 자유로워 영국경제의 근본적인 체질개선 가능. EU 단일시장 접근성 상실은 제3국과의 무역협정 체결로 상쇄가능

- 최근 파리 테러가 난민으로 위장 입국한 테러범 소행으로 밝혀지고 독일 쾰른 소요 등 난민 유입 증가로 사회 불안이 증가하여 관광객 수 감소 및 소비시장 위축 우려

2. 최근 한-EU 교역구조

가. 개요

□ (총괄) 우리의 對EU 무역은 전반적으로 증가추세이나 무역수지 적자 지속

<우리나라의 對EU 교역 추이>

(단위 : 백만 달러, %)

	2011		2012		2013		2014		2015	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
수출	55,727	4.1	49,371	△11.4	48,857	△1.0	51,658	5.7	48,079	△6.9
수입	47,424	22.5	50,374	6.2	56,230	11.6	62,394	11.0	57,199	△8.3
수지	8,303	-	-1,003		-7,373	-	-10,736	-	-9,120	-
교역액	103,151	11.8	99,745	△3.3	105,087	5.4	114,052	8.5	105,278	△7.7

자료원 : 관세청

- (수출) 유럽 경기 침체, 유가하락, 유로 약세 등 경기적 요인과 우리기업 해외생산 확대, 경쟁심화 등 구조적 요인이 겹쳐 감소세

- '15년 對EU 수출은 전년 대비 6.9% 감소한 480억 달러 기록

- 對EU 10대 수출국 모두 수출이 감소한 가운데, 우리나라는 감소율 기준 7번째로, 달러화와 위안화 동시 약세로 인해 미국과 중국 대비 다소 높은 수출 감소율을 기록하였으나 일본보다는 감소율이 낮음

* 주요국 對EU 수출감소율 : 러시아(△39.4), 일본(△11.6), 중국(△2.9), 미국(△0.5)

- (수입) 유럽대비 양호한 국내경기, 한-EU FTA 관세인하 품목의 수요증가, 유럽車 선호 등으로 급증세

- 단, '15년은 우리 내수 부진, 원자재價 하락으로 8.3% 감소한 572억 달러 기록

<한-EU FTA로 인한 관세인하 품목 수입 추이>

(단위 : 백만 달러, %)

품목	관세율 변화	2011		2012		2013		2014		2015	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
자동차	8→0	2,683	36.7	3,252	21.2	3,838	18.0	5,977	55.8	7,883	31.9
자동차부품	8→0	1,178	16.9	902	△23.5	964	6.9	1,091	13.2	978	△10.3
편직제의류	13→0	2	10.0	5	165.1	12	116.5	8	△34.8	2	△67.6
무선통신기기부품	8→0	80	△3.8	70	△12.6	96	37.1	181	88.2	193	6.8

* 주 : 자동차부품, 편직제의류는 '11.7월부 관세철폐. 나머지는 '14.7월부 관세철폐. 자동차 중 1,500cc이하는 '16.7 관세철폐예정

자료원 : 관세청

- EU는 '11년부터 재정위기 등으로 경기침체에 직면, 우리나라는 상대적으로 양호한 성장률을 보여 양 지역 수입수요에 차이 존재
 - * 우리나라 GDP 성장률(%) : 3.7('11년)→2.3('12년)→2.9('13년)→3.3('14년)→2.5('15년)
 - * EU GDP 성장률(%) : 1.8('11년)→△0.5('12년)→0.1('13년)→1.3('14년)→1.8('15년)
- (수지) '12년부터 4년째 적자 상태로 지속적인 수입 증가가 주요인
- (수입시장점유율) EU의 주요 수입국 중 8위로 점유율 2%대에서 답보상태

<EU의 10대 수입국 (역외 수입)>

(단위 : 백만 달러, %)

순위	수입 대상국	금액			점유율		
		2013	2014	2015	2013	2014	2015
1	중국	371,744	399,662	388,127	16.6	17.8	20.3
2	미국	258,853	270,819	269,366	11.6	12.1	14.1
3	러시아	252,835	223,414	135,396	11.4	10.0	7.1
4	스위스	125,289	128,138	113,351	5.6	5.7	5.9
5	터키	67,161	72,048	68,062	3.0	3.2	3.6
6	노르웨이	95,859	95,259	67,545	4.3	4.3	3.5
7	일본	74,981	74,814	66,113	3.4	3.3	3.5
8	한국	47,577	51,498	46,850	2.1	2.3	2.5
9	인도	48,770	49,191	43,598	2.2	2.2	2.3
10	브라질	41,116	40,535	33,777	1.8	1.8	1.8

자료원 : GTA

□ (품목별) 선박, 휴대폰 등 주력품목 수출 감소하고, 자동차 원유 등 수입증가

- (수출) 對EU 수출 비중이 높은 10대 주력품목의 수출 급감
 - 우리 수출 주력품목인 선박 수출 급감, 전자기기(평판디스플레이 등), 반도체, 무선통신기기, 자동차 수출 감소
 - * 수출감소액(11년→15년, 단위 : 달러) : 선박(△42억), 전자기기(△22억), 석유제품(△12억), 무선통신기기(△12억), 반도체(△9억), 자동차(△9억)
 - 자동차, 전자제품은 EU 역내교역 1위, 3위 품목에 해당, 역내 기업과도 경쟁
 - 한편, 합성수지, 자동차 부품, 원동기·펌프, 전지 등은 수출 증가
 - * 수출증가액(11년→15년, 단위 : 백만 달러) : 합성수지(8), 자동차부품(10), 원동기·펌프(3), 전지(9)

<우리나라의 對EU 10대 수출품목>

(단위: 백만 달러, %)

품목	2013		2014		2015	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
화물선	2,452	6.2	3,280	7.4	2,105	5.3
자동차(2,500cc이하)	2,531	6.4	2,501	5.7	2,013	5.0
탱커	900	2.3	830	1.9	1,448	3.6
경유·등유	1,642	4.1	2,475	5.6	1,389	3.5
송수신기기	1,659	4.2	1,652	3.7	1,143	2.9
무선통신기기	2,222	5.6	2,055	4.7	988	2.5
자동차(1,500cc이하)	863	2.2	1,201	2.7	909	2.3
액정디바이스	1,541	3.9	1,199	2.7	879	2.2
전자집적회로	802	2.0	909	2.1	826	2.1
해양구조물	0	0	0	0	766	1.9

자료원 : GTA

○ (수입) FTA 관세인하 대상품목과 對EU 만성 적자 품목 수입 급증

- 한-EU FTA에 따른 관세 혜택과 우리나라 소비자들의 취향 고급화로 자동차 수입 급증
- 중대형 자동차는 '14년부터 관세 무관세 대상품목으로 FTA 발효 후 연평균 수입 25.2% 증가, '14년은 전년대비 50% 이상 증가
 - * 우리나라의 對EU 자동차 관세율 변화('11.7→'14.7) : 중·대형(1,500cc초과) 승용차 (8%→0%)
- 對이란 제재와 FTA에 따른 관세인하(3%→0%)로 북해산 원유 수입 증가

<우리나라의 對EU 10대 수입품목>

(단위 : 백만 달러, %)

품목	2013		2014		2015	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
자동차(2,500cc이하)	1,977	3.8	2,693	4.7	3,301	6.3
원유	2,969	5.6	1,545	2.7	2,088	4.0
자동차(2,500cc초과)	874	1.7	1,373	2.4	1,789	3.4
반도체제조용장비	1,655	3.1	1,600	2.8	1,659	3.2
항공기	1,314	2.5	1,944	3.4	1,368	2.6
자동차(3,500cc초과)	720	1.4	933	1.6	1,073	2.0
자동차(1,500cc초과)	564	1.1	779	1.4	1,064	2.0
의약품	931	1.8	1,106	2.0	1,036	2.0
휘발유	666	1.3	1,134	2.0	948	1.8
엔진	639	1.2	685	1.2	531	1.0

자료원 : GTA

- 對일본 수입품이던 화학제품, 전기 및 기계 부품 상당수를 EU산 제품으로 수입 전환

<우리나라의 對EU 주요 기계 및 화학제품 관세율 및 수입 추이>

(단위 : 백만 달러, %)

품목	관세율 변화	2011		2012		2013		2014		2015	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
기타계측기	8→0	19	19.6	21	11.5	21	1.6	33	55.2	13	△61.3
액체펌프	8→0	627	31.6	640	2.0	781	22.0	828	6.1	751	△9.3
폴리아미드	6.5→0	138	13.6	161	17.2	114	△29.1	177	54.6	190	7.1
의약품	6.5→0	1,419	8.4	1,521	7.2	1,488	△2.2	1,718	15.4	1,608	△6.4
석유수지	8→0	27	33.3	34	27.3	41	21.1	50	22.4	58	14.3

* 주 : 기타계측기, 폴리아미드는 '11.7월부 관세철폐. 나머지는 '14.7월부 관세철폐

자료원 : 관세청

□ (성질별) 수출은 중간재만 증가한 반면, 수입은 중간재, 최종재 모두 증가

- (수출) 중간재 수출은 증가했으나 소비재를 포함한 최종재 수출은 감소했고, 특히 자동차를 제외한 소비재 수출은 총 수출액의 3%대에 머무름
- (수입) 중간재 뿐 아니라 소비재를 포함한 최종재 수입 모두 증가

<우리나라의 對EU 상품 성질별 수출 현황 >

(단위 : 백만 달러, %)

구분		2014		2015	
		수출액	비중	수출액	비중
총수출		51,658	100.0	48,079	100.0
1차산품		3,816	7.4	3,117	6.5
중간재		24,147	46.7	23,160	48.2
최종재		23,694	45.9	21,800	45.3
	자본재	16,417	31.8	15,737	32.7
	소비재	7,276	14.1	6,063	12.6
	소비재(자동차제외)	2,033	3.9	1,731	3.6

자료원 : OECD BEC 코드 및 HS 통계 활용, 관세청 통계에서 재구성

□ (국가별) 對서유럽 최종재 수출 감소 및 對중·동유럽 중간재 수출 확대

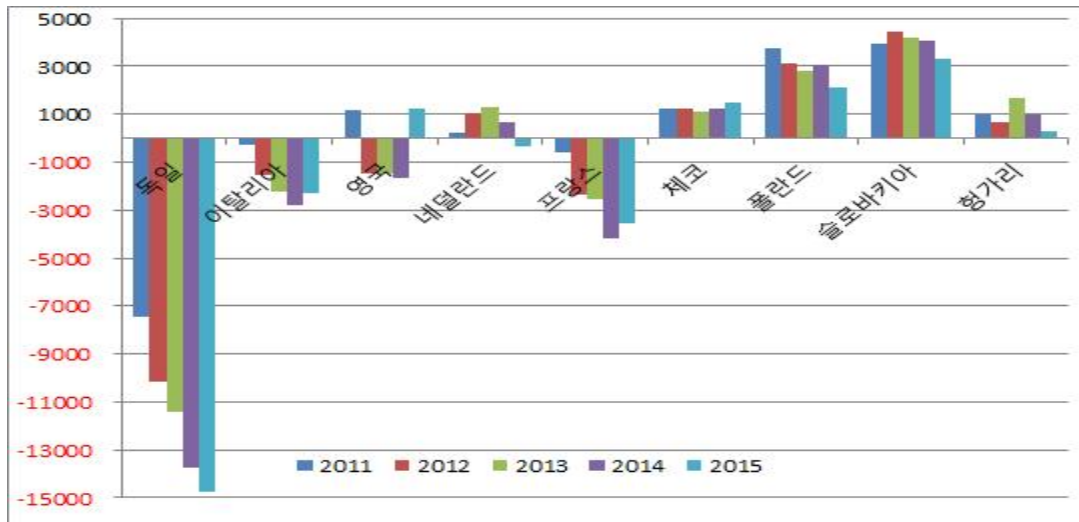
- (수출) 서유럽 대상 선박, 자동차, 휴대폰, 반도체 등 최종재 수출 감소세
 - 한편, 최근 신흥시장으로 주목받는 동구권 국가로의 자동차부품·전자 부품 등 중간재 수출 확대로 지속적인 무역수지 흑자

- 폴란드·슬로바키아는 對EU무역 중 최대 흑자국으로 '15년 기준 對 V4국가 무역수지 72억 달러 흑자 기록

* V4(비셰그라드 4) : 폴란드, 헝가리, 체코, 슬로바키아(우리나라 對EU무역액의 11%)

< 최근 5년간 우리나라의 對EU 주요국 대상 무역수지 >

(단위 : 백만 달러)



자료원 : 관세청

- (수입) 서유럽으로부터의 수입은 크게 증가, 중·동유럽으로부터의 수입은 미미한 증가
 - 대獨 무역수지 적자가 대EU 무역수지 적자에 가장 큰 영향을 미치고 있으며, 구조적이고 만성적인 형태('05년 이후 지속 적자)
 - 대英 무역수지는 '12년~'14년 적자였으나 원유 수입 급감으로 인해 '15년 흑자로 돌아섬

□ (종합) 對서유럽 소비재 부문 적자가 對EU 무역적자의 주요인

- 소비재를 비롯한 최종재 부문 수입이 급증하여 무역수지 적자 발생
- 전반적으로 對서유럽 소비재 부문에서 적자가 누적되고, 對중·동유럽 중간재 흑자가 이를 상쇄하는 구조임
- 서유럽 5개국(독일, 이탈리아, 영국, 프랑스, 네덜란드)과의 무역이 한-EU 총 교역액의 64%를 차지하는 등 對EU 무역 전체 구조 결정

나. 우리기업 해외생산 증가에 따른 수출 감소

□ 현대·기아차 동유럽 현지 생산으로 자동차 및 부품 수출증가세 주춤

- 기아차 및 현대차가 각각 '07년과 '09년 동유럽 현지 공장에서 자동차 양산을 시작하면서 對EU 자동차 직접 수출량 감소 추세
 - * 기아차(슬로바키아 질리아) : '06년 완공, 연간 30만대 생산(기아차 총생산의 10%)
 - ** 현대차(체코 노소비체) : '08년 완공, 연간 30만대 생산(현대차 총생산의 10%)
- 자동차 부품도 한-EU FTA에 따른 관세인하 효과(4.5% 즉시철폐) 보다 운송비용 절감 등 요인으로 현지 조달이 유리하여 수출증가 제약

* 기아차 슬로바키아 생산법인, “한-EU FTA로 인한 관세인하 효과가 크지 않아 FTA 전후로 주로 현지에서 조달하던 부품 조달선이 크게 변화하지 않았다.”(‘15.1월 KOTRA 설문조사)
- 단, 폭스바겐 사태를 계기로 전기차·하이브리드차 등 친환경차 및 관련 부품 수요 증가가 본격화될 가능성도 상존

<최근 10개년 우리나라의 對EU 자동차 및 자동차부품 수출 추이>

(단위 : 백만 달러, %)

품목	연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
자동차	수출액	9,063	8,670	5,220	2,720	3,312	5,668	5,128	5,737	5,575	5,030
	증감률	10.5	-4.3	-39.8	-47.9	21.8	71.1	-9.5	11.9	-2.8	-9.8
자동차 부품	수출액	853	2,073	2,246	1,650	2,946	3,446	3,234	3,079	3,262	3,513
	증감률	49.2	143.1	8.3	-26.5	78.5	17.0	-6.2	-4.8	6.0	7.7

자료원 : 관세청

□ 휴대폰은 중국과 베트남 등 해외생산으로 직접수출 감소세

- 삼성전자가 '09년 베트남에 대규모 휴대전화 생산시설을 설립하면서 對EU 휴대폰 직접 수출량 급감
 - 삼성 휴대폰 국내 생산량은 전체의 8% 정도(구미공장 4천만대)에 그치며, 대부분이 베트남, 중국에서 생산되어 수출

- * 베트남(박닝 및 타이응웬) : '09년 및 '14년 완공. 최대 2억4천만대 생산가능(삼성
휴대전화 생산량의 40% 생산)
- ** 중국(텐진 및 후이저우) : '01년 및 '07년 생산시작. 최대 1억 5천만대 생산가능(삼성
휴대전화 생산량의 20% 생산)

- 그 결과 우리의 휴대폰 직접수출액 및 비중이 '10년 대비 50% 이상 감소

<對EU의 국별 휴대폰 수출 추이>

(단위 : 백만 달러, %)

순위	수출국	구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	총계	수출액	51,619	58,461	61,101	65,711	65,292	76,003
		비중	100	100	100	100	100	100
1	중국	수출액	27,842	32,118	32,416	34,537	36,966	47,135
		비중	53.9	54.9	53.1	52.6	56.6	62.0
2	베트남	수출액	483	3,441	8,249	10,839	9,336	10,892
		비중	0.9	5.9	13.5	16.5	14.3	14.3
3	미국	수출액	3,505	3,601	3,699	3,604	4,090	4,466
		비중	6.8	6.2	6.1	5.5	6.3	5.9
4	홍콩	수출액	2,218	1,907	1,711	1,958	1,929	2,792
		비중	4.3	3.3	2.8	3.0	3.0	3.7
5	말레이시아	수출액	2,983	2,949	2,765	2,746	2,900	2,592
		비중	5.8	5.0	4.5	4.2	4.4	3.4
6	멕시코	수출액	2,218	2,567	2,086	2,165	1,527	1,548
		비중	4.3	4.4	3.4	3.3	2.3	2.0
7	한국	수출액	3,883	2,747	2,924	3,256	2,695	1,538
		비중	7.5	4.7	4.8	5.0	4.1	2.0

자료원 : GTA

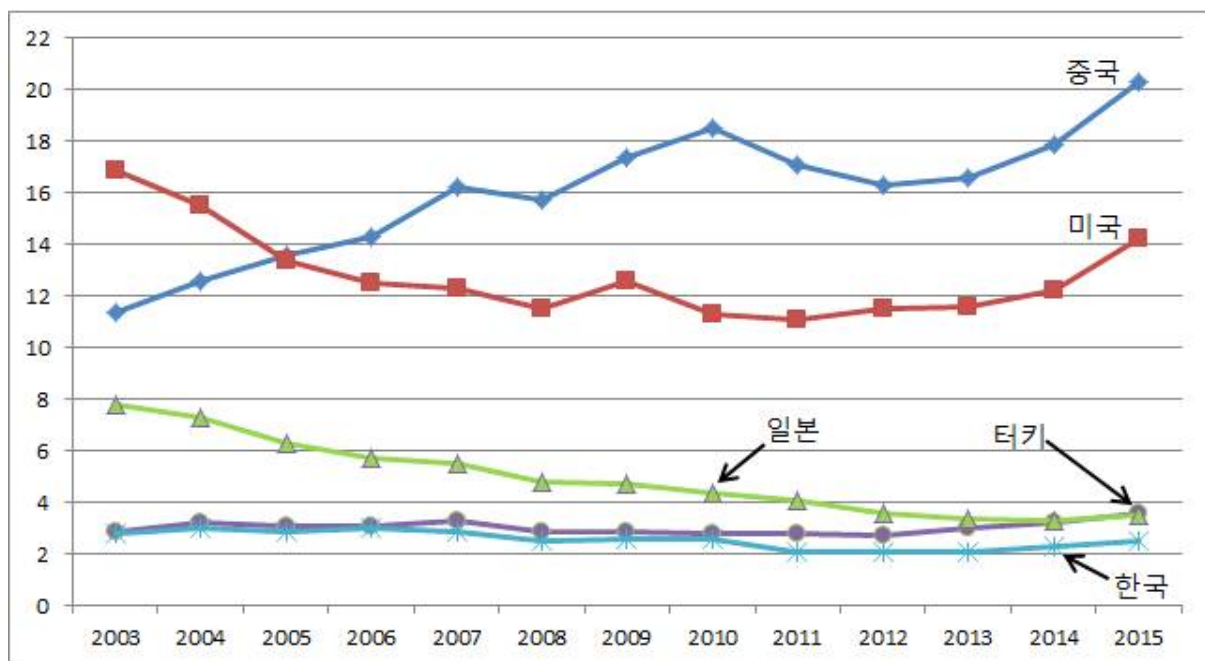
다. 중국, 미국 등과 EU역외 수입시장에서 경쟁 치열

□ 중국은 미국을 제치고 EU의 최대 역외수입대상국으로 자리매김

- EU의 주요 수입대상국은 중국과 미국으로(EU역외수입의 약 35%), 그간 미국으로부터의 수입이 가장 많았으나 '06년을 기점으로 중국산 저가 상품의 공세로 인해 중국으로부터 수입이 가장 많아짐

<EU 주요 무역대상국별 역외 수입시장점유율 추이>

(단위: %)



자료원 : Eurostat

- 일본은 최근 3개년 간 3%대 점유율을 보이고 있으며, 우리나라는 이보다 약간 낮은 2%대 점유율 지속
- 터키는 EU와 '95년 체결한 관세동맹에 힘입어 수입시장점유율 상승 추세

□ 미국·일본과 수출 경합중인 가운데 중국이 맹추격

- 미국, 일본과 자동차, 자동차 부품, 전자집적회로 등 품목에서 경합 중
 - 자동차 및 자동차부품은 일본이 약간 우세한 반면, 전자집적회로는 미국이 우세하며, 축전지는 우리가 약간 앞서는 편임

<EU시장에서의 한·미·일 주요 경합 품목>

(단위 : 백만 달러, %)

	품목	구분	한국	미국	일본
1	자동차	對EU수출액	4,801	7,767	8,534
		수입점유순위	4	2	1
2	자동차부품	對EU수출액	2,928	2,661	3,361
		수입점유순위	4	5	2
3	전자집적회로	對EU수출액	2,042	2,234	1,183
		수입점유순위	4	3	8
4	축전지	對EU수출액	826	699	729
		수입점유순위	2	4	3
5	휴대폰	對EU수출액	1,538	4,466	310
		수입점유순위	7	3	12

자료원 : GTA

<자동차 브랜드별 EU 시장 점유율(2015)>

순위	브랜드	점유율	지역 구분	브랜드 수	점유율
1	VW	24.6	유럽브랜드	8	66.8
2	PSA	10.6			
3	Renault	9.7	미국브랜드	2	14.1
4	Ford	7.3			
5	GM	6.8	일본브랜드	6	12.6
6	BMW	6.5			
7	FCA	6.2	한국브랜드	2	6.1
8	Daimler	5.8			
9	Toyota	4.2	기타	-	0.2
10	Nissan	3.9			
11	현대	3.3			
12	기아	2.7			

자료원 : 한국자동차산업협회

○ 컴퓨터, 휴대폰 등에서 중국과 경쟁심화

- 전자제품의 경우 중국은 아직 서유럽지역 시장점유율 기준 10대 기업에 포함되지 못하고 있음
- 그러나 최근 가격 경쟁력을 앞세워 유럽시장에서 Lenovo, Huawei, Xiaomi 등이 급속도로 시장점유율을 확대, 삼성 등 우리 브랜드를 추격 중

<전자제품 제조사별 EU시장 점유율(2015)>

(단위 : %)

	순위	기업명	2010	2011	2012	2013	2014	2015
서 유 럽	1	삼성	14.4	16.1	19.5	22.4	21.9	20.8
	2	Apple	7.0	9.7	11.7	13.0	13.5	14.1
	3	Sony Corp	6.5	6.7	8.0	7.7	6.8	6.7
	4	LG	5.5	5.1	4.9	4.7	5.0	5.3
	5	Microsoft	-	-	0.0	0.1	5.6	5.1
	8	Lenovo	0.4	0.9	1.0	1.2	2.2	2.6
	13	Huawei	0.0	0.2	0.4	0.6	0.9	1.0
	50	Haier	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2
동 유 럽	1	삼성	23.0	24.7	26.5	25.5	23.9	24.0
	2	Microsoft	-	-	-	-	10.0	9.2
	3	LG	9.1	7.1	5.5	5.4	5.8	5.5
	4	Apple	1.1	1.4	2.4	3.6	4.6	4.9
	5	Lenovo	0.6	0.8	1.1	1.6	3.5	4.7
	16	Huawei	0.0	0.1	0.3	0.7	0.8	0.9
	44	Xiaomi	-	-	0.0	0.1	0.1	0.2

자료원 : Euromonitor

- 또한, 최근 중국 가전기업들은 글로벌 M&A를 통한 기술적 성장으로 기술력 면에서도 우리 수출 기업 위협 중
- 일례로 Lenovo는 모토로라 인수('12.1) 등을 통해 휴대폰 부문 기술력 증진
 - * 중국의 對EU 휴대폰 수출 추이 : 168억 달러('11) → 261억 달러('15)

II

EU시장 트렌드 변화에 따른 수출 유망분야

1. 최근 EU시장 트렌드

가. EU 경기호조세 진입 속에 민간소비 확대 전망

□ ECB의 양적완화 조치로 경기 회복세 강화 예상

- ECB의 저금리(0.05%) 및 양적완화('15.3월부터 매월 600억 유로 국채매입) 등으로 그리스를 제외한 EU회원국 모두 플러스 성장세 유지
 - * '16.3.10 ECB 통화정책회의 결과 : 기준금리를 0.05%에서 0%로 인하하고, 매월 양적완화 규모를 기존 600억 유로에서 800억 유로로 확대하며, 회사채도 매입대상에 포함기로 결정
 - 그리스는 3차 구제금융협약에 따른 긴축조치 이행으로 민간소비 1.7% 감소 전망
- (성장률) '16년 EU는 완만한 경기회복 예상
 - * '16년 유로존 경제성장률 전망(%) : 1.9(IMF), 1.6(KIEP), 1.8(EU), 1.8(OECD)
 - OECD 전망('16.2) 경기선행지수에 따르면, 유로 지역(19개국)은 프랑스가 견고한 성장세를 지속하는 가운데, 독일과 이탈리아 등을 중심으로 안정적인 성장세를 이어갈 것으로 전망
 - * '15.12 EU 주요국 경기선행지수 : 100.6(유로존), 100.9(프랑스), 99.9(독일), 101.1(이탈리아)
- (실업률) '15년 기준 독일을 비롯한 대부분의 국가에서 실업률 감소
 - * '14-'15 실업률 변화(%) : 독일(5→4.6), 프랑스(10.3→10.4), 네덜란드(7.4→6.9), 폴란드(9→7.5), 슬로바키아(13.2→11.5)
- (민간소비) 민간소비 증가율도 2.0%에 달할 것으로 예상(EU·OECD 전망)
 - OECD 전망('16.2) 소비자신뢰지수에 따르면 특히 이탈리아, 스페인, 영국의 소비가 크게 증가할 것으로 전망
 - * '15.1 EU 주요국 소비자신뢰지수 : 101.0(유로존), 102.8(이탈리아), 101.8(스페인), 102.1(영국)
- 경기 회복시 자동차, 가전제품 등 내구재 수요 증가가 예상되며, 미용에 대한 수요도 증가하여 화장품, 미용제품 등 생활소비재 수요 증가 기대

나. EU 균형발전을 위한 대규모 공공 프로젝트 발주 본격화

□ EU기금을 통한 중·동유럽 공공 프로젝트 시장 확대

- EU기금은 EU 회원국간의 사회·경제적 결속을 강화하고 지역간 발전 불균형을 해소하는 한편, 고용창출 장려를 목적으로 EU 집행위원회가 회원국에 제공하는 지원금
- EU기금은 모든 회원국(총 270개 지역)이 지원받을 수 있으나, 지원 금액은 지역별 GDP 수준에 따라 달라짐
 - EU는 GDP 수준에 따라 역내를 3개 지역으로 분류하여 관리 중

	구분	기준 (EU 평균대비 1인당 GDP)	인구 비중	금액 (유로)	동유럽국가 기금*배정액(유로) *유럽지역개발기금에 한함
1	개발 지역 (Less Developed Regions)	75% 이하	27%	1,820억	폴란드(510억), 체코(153억), 헝가리(150억), 슬로바키아(95억)
2	전환 지역 (Transition Regions)	75~90%	12%	354억	-
3	선진 지역 (Developed regions)	90%이상	61%	543억	폴란드(22억), 슬로베니아(8억), 헝가리(5억), 루마니아(4억)

* 1개의 국가 내에서도 소득 수준에 따라 지역구분이 있음

- EU기금은 7년 단위로 집행되는데 '14~'20년에는 총 3,518억 유로가 회원국에 지원될 예정
 - 기금 배정은 폴란드가 22%로 가장 많은 비중을 차지하는 등 동유럽 국가들에 집중 배정
 - * 기금 배정 비율(%) : 루마니아(6.5), 체코(6.2), 헝가리(6.2), 크로아티아(2.4), 불가리아(2.2)
- 전체 EU기금 중 76%가 공공 프로젝트 관련 기금이며, '16년부터 EU기금 연계 프로젝트의 본격 발주 개시가 예상

□ 주요 EU기금과 관련 분야

- 유럽지역개발기금(ERDF), 유럽사회기금(ESF), 결속기금(CF)이 주요 EU기금으로 평가되며, 특히 결속기금(CF) 혜택이 주로 동유럽에 집중

○ 유럽결속기금(Cohesion Fund)

- GNI가 EU 평균대비 90% 이하인 회원국에만 지원되며, EU 균형발전을 위해 '14년~'20년 기간 동안 총 634억 유로 규모의 기금을 배정
- 우선 지원분야로 운송 및 교통 인프라 구축, 공공행정 개선, 저탄소 경제 등이 있어 병원·ICT·환경 관련 대규모 프로젝트 발주 예상
- * 그리스 테살로니키市 대중교통 e-ticketing 구축 프로젝트('16.1분기 국제공개입찰 진행)

<EU 회원국별 기금 배분현황 ('14~'20년)>

(단위: 백만 유로)

	결속 기금(CF)	유럽지역 개발기금(ERDF) & 사회기금(ESF)				ERDF	총계
		개발 지역	전환 지역	선진 지역	외곽지역 및 인구밀도 낮은 지역에 대한 특별 지원	지역간 협력	
벨기에	-	-	1,039	938	-	263	2,283
불가리아	2,278	5,089	-	-	-	165	7,588
체코	6,258	15,282	-	88	-	339	21,982
덴마크	-	-	71	255	-	226	553
독일	-	-	9,771	8,498	-	965	19,234
에스토니아	1,073	2,461	-	-	-	55	3,590
아일랜드	-	-	-	951	-	168	1,188
그리스	3,250	7,034	2,306	2,528	-	231	15,521
스페인	-	2,040	13,399	11,074	484	617	28,559
프랑스	-	3,407	4,253	6,348	443	1,089	15,852
크로아티아	2,559	5,837	-	-	-	146	8,609
이탈리아	-	22,324	1,102	7,692	-	1,136	32,823
사이프러스	269	-	-	421	-	32	735
라트비아	1,349	3,039	-	-	-	93	4,511
리투아니아	2,048	4,628	-	-	-	113	6,823
룩셈부르크	-	-	-	39	-	20	59
헝가리	6,025	15,005	-	463	-	361	21,905
몰타	217	-	490	-	-	17	725
네덜란드	-	-	-	1,014	-	389	1,404
오스트리아	-	-	72	906	-	257	1,235
폴란드	23,208	51,163	-	2,242	-	700	77,567
포르투갈	2,861	16,671	257	1,275	115	122	21,465
루마니아	6,935	15,058	-	441	-	452	22,993
슬로베니아	895	1,260	-	847	-	62	3,074
슬로바키아	4,168	9,483	-	44	-	223	13,991
핀란드	-	-	-	999	305	161	1,465
스웨덴	-	-	-	1,512	206	342	2,105
영국	-	2,383	2,617	5,767	-	865	11,839
총계	63,399	182,000	35,381	54,350	1,555	9,623	351,800

자료원: EU 집행위원회

다. 유럽 ‘한류 붐’과 우리 제품 인기 상승세

□ 유럽 현지 한류에 따른 우리 제품에 대한 인식 개선

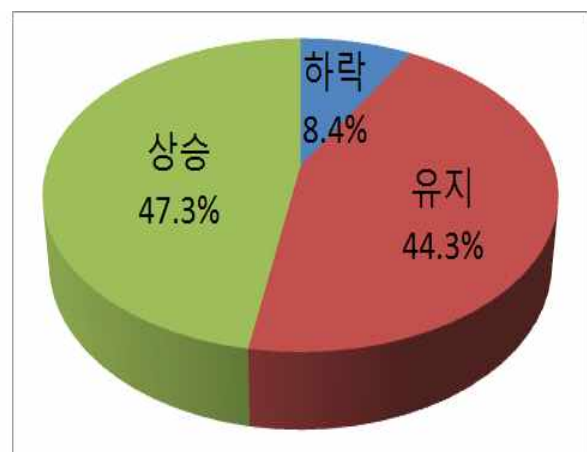
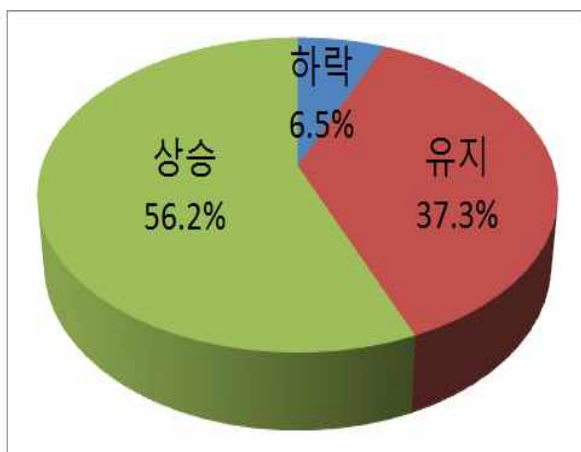
- EU 회원국민 대상 설문조사 결과에 따르면 ‘11년 유럽에 시작된 한류로 인해 우리 제품에 대한 인지도와 신뢰도가 높아짐

<對유럽지역 우리 제품 인지도/신뢰도 설문조사('16.1월) >

□ 설문조사 개요 (설문지 및 전체설문 결과는 첨부 참조)

- 조사지역 : EU 회원국 19개국(KOTRA 무역관 소재국)
- 조사대상 : 현지 일반인 및 전문가 229명
- 조사기간 : 2016.1.26.(화) ~ 2.15(월)

- (인지도) 한류로 인해 우리 제품에 대한 인지도가 상승(56.2%)하거나 최소한 유지(37.3%)되었다고 긍정적으로 답변한 응답자 비율이 총 93.5%를 차지
- (신뢰도) ‘한류 붐’ 이후 우리 제품에 대한 신뢰가 상승(47.3%)또는 유지(44.3%)되었다는 긍정적인 평가도 총 91.6% 차지



<한류에 따른 우리제품에 대한 인지도 변화>

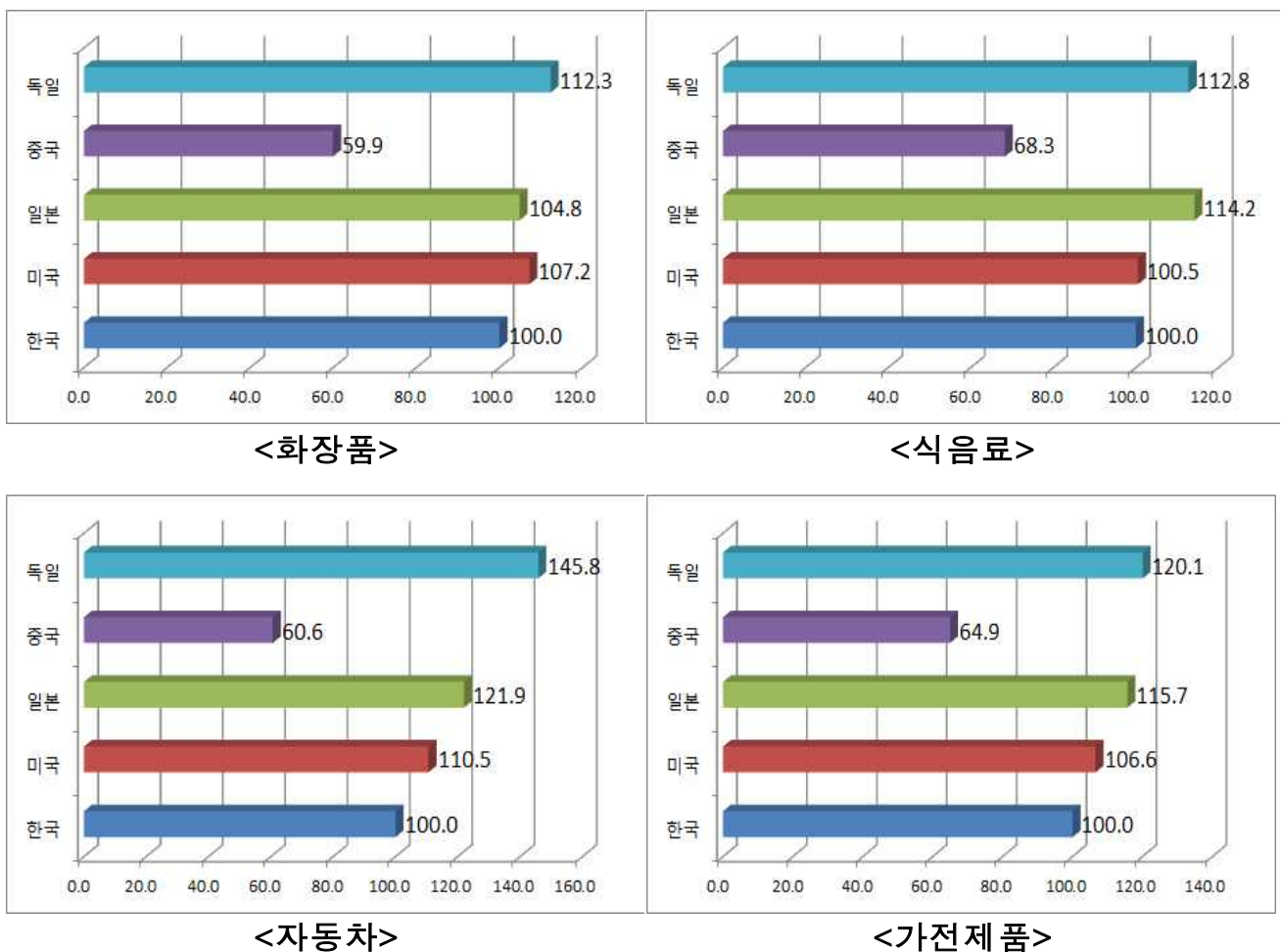
<한류에 따른 우리제품에 대한 신뢰도 변화>

- 미국, 독일, 일본, 중국 제품 등에 대비 우리 화장품과 식료품에 대한 평가가 높게 나타남

* 우리 제품가격을 100이라 했을 때 여타 국가에서 생산한 같은 제품에 대한 최대 지불희망가격을 조사

- (화장품) 우리 제품은 독일(112.3), 미국(107.2), 일본(104.8)에 이어 4위를 기록하며 중국(59.9)보다 크게 앞섬
- (식음료) 우리 제품 가격은 일본(114.2), 독일(112.8)에 이어 미국(100.5)과 유사한 수준이며, 중국(68.3)보다 크게 앞섬

<우리 제품과 주요 5개국 제품에 대한 소비자의 가치평가>



- 자동차, 가전제품은 독일, 일본산 제품에 비해 상당히 낮게 평가됨
- (자동차) 우리 제품은 독일(145.8), 일본(121.9)과 20p 이상, (가전제품)은 독일(120.1), 일본(115.7)과 20p 가까운 차이를 보이며 4위를 기록, 여전히 개선의 여지가 많은 것으로 나타남

2. EU시장 수출 유망 분야

가. 화장품, 식품 등 한류 소비재와 가전제품

□ 한류 확산에 따라 화장품과 가공식품 시장 전망 밝아

- (화장품) '15년 對EU 화장품 수출증가률이 급증(전년대비 67%상승)하는 등 우리 제품에 대한 선호도 증가
 - 유럽 화장품 시장은 글로벌 유명 브랜드가 장악한 고가품 시장과 중저가 시장으로 양분화 되어 있으며, 드럭스토어에서 판매되는 중저가 화장품 또한 높은 선호도를 구가
 - 특히 젊은 소비자 계층을 중심으로 블로그·SNS 등에 한류 관련 포스팅과 함께 우리 화장품 브랜드 '미샤' 등에 대한 상품정보 확산
 - * 미샤는 '15.2 독일 잉골슈타트에 독일 1호 매점 개점
 - 우리 제품은 세분화된 기능성 제품을 보유하고, 새로운 재료나 질감을 빠르게 적용하여 소비자들에게 어필하는 것으로 평가됨
 - 아이 메이크업, 립글로스 등 색조 화장품이나 파우더류 등에서 증가세가 뚜렷하며, BB크림이나 마스크팩도 인기
 - * 영국 여성들 사이에 美 할리우드에서 소개된 '우리 BB크림'에 대한 관심이 증가, 영국의 많은 화장품 기업들이 출시하며 대중화 단계 진입
- (한식) 아시아권 음식에 대한 수요 확대와 한식 인지도 상승
 - 아시아 식품이 유럽시장에 본격 진출한 지 10년 정도로, 중식, 일식, 태국식 시장이 이미 성숙기에 접어들어 따라 한식이 새로운 비즈니스 활로로 등장
 - 특히 K-pop, 한국 드라마 등이 유럽 내 문화적 배경이 다른 소수 이민자 그룹 내에서 인기를 끌면서 한식에 대한 관심도 증가하여 외국인 제품 유통망을 중심으로 우리 가공식품의 인기가 상승

- 올림픽 등 국제 행사와 연계한 한식 소개 행사와, 한식 레스토랑 진출 등을 통해 한인사회를 넘어 현지인을 대상으로 한 한식판매 성공 사례 증가추세

<런던의 한식 레스토랑>



한식 패스트푸드 체인점 '김치(Kimchee)'는 '13년 한인타운이 아닌 런던 중심부에 개점, 테이크아웃이 가능한 한식으로 현지인 대상 성공을 거둔 사례

- '15.6월 밀라노 엑스포 한국관 참여를 통해 자국 제품에 대한 자부심이 강한 이탈리아 시장에서도 김, 라면, 호떡 등 다양한 한식 소개에 성공

<최근 對EU 화장품 및 가공식품 수출 추이>

(단위 : 천 달러, %)

품목	구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015
화장품	수출액	10,435	14,905	17,561	18,774	27,547	45,898
	증가율	6.5	42.8	17.8	6.9	46.7	66.6
인스턴트 면류	수출액	15,691	20,534	20,986	25,277	26,580	30,935
	증가율	7.1	30.9	2.2	20.4	5.2	16.4

자료원 : 관세청

○ 대형유통망 활용시 현지 진출 유리

- 경기회복 추세로 인해 미용에 관심이 많은 유럽 여성들 사이에서 우리나라 화장품 등 미용관련 제품에 대한 관심이 높아지고 있음
- 하지만, 아직 우리 제품을 직통하는 유통망이 없어 온라인 주문에 의존하는 상황으로 유럽 소비자들은 배송, A/S에 대한 의구심을 제기하며 구매를 주저하는 것으로 나타남
- * '14 유럽바이어(360개사) 대상 설문조사 결과, 현지 A/S 및 지사 등 상주직원 부재를 對한국 수입의 애로사항으로 지적(38.7%)
- 현지 소비자들의 신뢰를 얻고 있는 대형 유통망 등에 직접 진출하는 것이 유망할 것으로 예상

□ 한-EU FTA에 따른 관세철폐로 가전제품 시장 유망

- 한-EU FTA 5년차인 '16.7월부터 컬러TV(관세율 14%)·TV 카메라 및 수상기(14%)·VCR(14%) 등 주요 가전제품들이 관세철폐 예정
 - 일본·중국은 EU와 FTA 등을 미체결, 수입TV 등에 관세 14% 부과
 - 한-EU FTA 체결이후 진공청소기·전자레인지 등 우리 소형가전 제품은 이미 무관세로 수출 중으로 상기 가전과 수출 시너지 효과 전망
- * 관세율 변화(%) : 진공청소기(2.2→0), 전자레인지(5→0)
- ** 진공청소기 수출액 변화율 : 115.4%('13년)→62.2%('14년)
- 현재 삼성이 동·서유럽 모두에서 가전제품 시장점유율 1위를 차지하고 있고, LG는 서유럽(4위)·동유럽(3위)에서 상위 점유율을 기록 중으로 지속적인 선전 기대

나. 의료기기 및 의약품

□ 유럽 고령화와 우리 의료제품 기술력 상승이 맞물려 진출 기회 확대

- 의약품은 EU의 4대 수입품목 중 하나로, 우리의 對EU 의약품 수출은 '11년 이래 꾸준히 증가해 왔음
 - * EU의 의약품 수입액 : 37,310('11) → 38,801('12) → 38,533('13) → 41,933('14)
- 우리 의료제품의 우수한 기술력을 바탕으로 영상의학장비 수출이 꾸준히 확대
 - 특히, 동구권 생활환경 개선 및 의료 인프라 개선 프로젝트 등으로 對폴란드 등 동유럽을 중심으로 의료기기 수출이 큰 폭으로 증가
 - * 對폴란드 영상의학장비 수출액(백만 달러) : 7('11) → 7('12) → 10('13) → 11('14) → 12('15)

- 동유럽 현지에서는 현대화된 의료기기를 생산하지 못해 수입에 크게 의존하고 있으며, 우리 의료기기가 유럽이나 미국 제품보다 가격은 저렴하면서 유사한 품질을 가진 제품으로 인식되어 인기
- 특히 영상장비, 환자감시장치(patient monitor)에 대한 수요가 높음

<우리나라의 對EU 의약품 및 의료기기 수출 현황>

(단위 : 백만 달러, %)

품목	구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
의약품	수출액	16	19	22	42	54	67
	증감율	-7.0	23.0	13.2	91.7	27.4	24.7
영상의학장비	수출액	206	232	260	295	306	275
	증감율	12.2	12.4	12.2	13.4	3.8	-10.2
가정용 의료기기	수출액	9	10	10	8	10	11
	증감율	-11.5	13.4	-1.7	-17.6	14.7	18.7

자료원 : 관세청

- 유럽 고령화로 실버산업 발달과 함께 가정용 의료기기 수요도 높아
 - 유럽은 국가별 차이는 있으나 명실상부한 고령화 사회로 독일, 이탈리아의 경우 이미 초고령화 사회로 진입
 - 이에 따라 의약품 뿐 아니라 혈당계 등 자가 의료 진단기기에 대한 수요가 증가 추세

<세계 의료기기시장 현황 및 전망>

(단위: 백만 달러, %)

	국가	2012	2014	2016 _e	2018 _e	'13-'18 변화율
1	미국	118,921.8	135,226.5	150,762.2	166,781.9	5.6
2	일본	32,434.2	30,068.7	30,187.9	33,626.6	2.5
3	독일	23,124.7	26,186.6	28,271.1	32,248.9	4.7
4	중국	14,097.2	20,301.9	28,363.4	40,353.5	18.7
5	프랑스	13,544.8	14,953.3	15,878.5	17,945.8	3.8
6	영국	9,906.1	10,388.9	12,275.5	14,083.1	7.3
7	이탈리아	8,610.9	8,940.7	9,039.6	9,730.9	1.4
8	러시아	6,763.2	7,904.5	9,404.9	11,504.0	9.1
9	캐나다	6,815.0	7,287.3	7,561.2	8,626.0	3.5
10	브라질	5,290.3	6,447.7	7,955.0	10,980.7	13.2

자료원: Worldwide Medical Market Forecast to 2018, Espicom, 주: '16년 및 '18년은 전망치

다. 공공 프로젝트 관련 분야

□ EU기금으로 추진되는 건설, 교통, ICT 인프라 구축은 우리의 강점분야

- 최근 IT, 환경·에너지 분야를 중심으로 우리 기업의 EU진출 노력이 확대되고 있으며 이미 동유럽을 중심으로 수출 사례 창출
 - * '12년 포스코건설은 폴란드 생활폐기물처리 발전소 프로젝트(2.5억달러) 수주, '13년 KT는 폴란드 초고속인터넷망 프로젝트 2건(1.4억달러) 수주
- 우리 기업들은 현재 폴란드 스마트 교통요금 징수 시스템, 체코 광통신 기간망 구축 등 강점 분야의 프로젝트 수주를 추진 중
- 특히 올해부터 EU기금 사업이 집중되는 동유럽은 물론 인프라가 노후화된 서유럽에서도 대규모 공공 프로젝트사업이 진행될 예정으로 수출기회 요인으로 활용노력 필요

<EU 기금 관련 유망 프로젝트('16)>

연번	국가	프로젝트명	발주규모 (백만 유로)
1	폴란드	Pulawy 발전소 CCGT프로젝트	265
2		바르샤바 AFC(Automatic Fare Collection) 프로젝트	46
3		토룬市 지능형 교통체계시스템(ITS) 프로젝트	24
4		크라쿠프市 외곽 도로 건설	676
5	헝가리	태양광 발전 모듈(PV) 조달 입찰	3
6		플라스틱 폐기물 재활용 플랜트 건설	15
7	체코	프라하 도심공항철도	1380
8		가스 파이프라인망 건설 1	150
9		가스 파이프라인망 건설 2	300
10		국가 고속 광통신 기간망 및 Access망 구축	500
11		프라하시 통합 지능형교통체계시스템(ITS) 구축 프로젝트	미정
12		교통부 고속도로 전자 통행료 징수 시스템	미정
13	루마니아	Sibiu-Avrig-Fagarasi-Codlea-Brasov 고속도로 건설	816
14		부쿠레슈티서부 및 Grozavesti 온수 보일러 시스템 유지보수	10
15		Raja Constanta 상·하수 인프라 구축	299
16	불가리아	소피아市 RDF 열병합 발전소 건설 프로젝트	135
17		철도개보수 및 교통신호 시스템 구축 프로젝트	282
18	크로아티아	크로아티아 LNG 가스터미널 구축 프로젝트	405-630
19		크로아티아 e-School Program 프로젝트	180

* 상세내용 첨부 기타자료 참조

<동유럽 국가별 우리기업 관심 분야>

국가	우리기업 주요 관심 분야
폴란드	초고속 인터넷망 구축, 지능형교통체계시스템(ITS), 소각발전소 건설 등
헝가리	축구경기장 건설, 병원건설, ITS, 지하철 개보수 등
체코	공항철도건설, 공항 안전인식시스템 구축, ITS 프로젝트 등
루마니아	태양광 발전, 수처리 등
불가리아	철도현대화 프로젝트, Mechanical Biological Treatment system 설비 프로젝트 등
크로아티아	전력·에너지, 전자교육시스템, 광통신망 구축 등 IT 프로젝트

□ 한-EU FTA로 EU 조달시장 및 민자사업 프로젝트 수주 확대 가능

- 우리 기업의 유럽지역 프로젝트 수주는 약 6억 달러로 전체 해외 수주액의 1%정도에 불과한 바 향후 확대될 여지 있음
 - '14년 우리기업의 전체 해외 수주액은 660억 달러로 '04년 대비 8.8배 증가하였으나 주로 아시아·중동지역이 71%를 차지하여 유럽 지역 진출은 더딘 편
 - * 해외수주액(달러) : ('04) 75억 → ('11) 591억 → ('12) 649억 → ('14) 660억
- EU기금 관련 프로젝트는 우리기업이 강점을 보이는 교통, ICT, 환경 인프라 건설이 많아 적극적인 진출 필요
- 한-EU FTA 체결로 일반조달시장(물품·서비스·건설) 입·낙찰시 과거 실적요구를 금지함으로써 EU 조달시장에 참가 경험이 없는 국내 기업들의 진출 기반 마련
- 한-EU FTA를 통해 1,500만 SDR(222억원) 이상의 민자사업에 대해서도 상호 개방기로 합의, 국내기업의 EU 민자시장 참여 기회 확대
 - EU 민자시장 규모는 동유럽 등 신규회원국의 가입으로 향후 더욱 확대될 전망
- 철강, 기계 등 EU기금 관련 프로젝트로 수요 증가가 예상되는 기자재 분야의 수출 확대도 가능

III

우리기업 EU 진출 전략

1. 수출 다변화

가. 수품품목 다변화

□ 경기변동에 민감한 내구재 외에 일반 소비재 수출 늘려야

- 유럽의 장기적인 경기침체로 인해 경기변동에 민감한 선박, 전자 기기, 반도체 등의 수출이 타격을 받은 바, 경기 변동에 덜 민감한 비내구 소비재 수출 품목 발굴이 필요
 - 우리의 총 수출에서 자동차를 제외한 소비재 수출이 3%대에서 답보상태
- 화장품, 가공식품 등 유럽지역 한류 확산에 따라 인지도와 선호도가 높아지는 소비재 공략
 - 유럽 화장품 시장의 뚜렷한 양분화를 고려, 드럭스토어를 통한 중저가 화장품 시장을 공략
 - 한류 등 트렌드에 민감한 젊은 여성 소비자층을 타깃팅
 - 화장품은 브랜드 네임 없이 유럽 시장 진입이 용이하지 않으므로 OEM 등을 통한 납품 레퍼런스 축적이 선행되어야 함
 - 가공식품은 현지 대형유통망 식품 벤더를 통한 시장진출이 용이
 - 유럽지역 유통망은 유럽 외 지역으로부터 구매시 벤더·디스트리뷰터를 통한 독점적 간접 구매를 선호하므로 관련 정보 사전 확인 필요
- 의약품, 의료기기 등 유럽지역 고령화 추세와 우리기업 기술력 개선에 따른 신규 수출 유망 품목에도 주력
 - 주요 수요처인 공공 및 민간병원이 주로 입찰을 통해 제품을 구입하므로 병원 입찰에 참여하는 주요 벤더들을 통해 수출

□ 대규모 인프라 프로젝트와 관련 기자재 조달 시장 공략

- 수주 가능성을 높이기 위해 EU 측에서 요구하는 EU 스탠다드의 사전 숙지와 인증 취득을 위한 노력 필요
- 풍부한 해외 수주 경험을 보유한 대기업과 중소기업의 동반 진출, 현지기업과의 파트너링을 통한 수주 기업 대상 납품 등 다양한 형태의 진출 가능

나. 수출지역 다변화

□ 동유럽 등 성장하는 수출 틈새시장 발굴

- 서유럽 5개국(독일, 이탈리아, 영국, 프랑스, 네덜란드)과의 무역 편중은 對EU 무역적자를 고착화시킬 우려 있음
 - 경제성장률이 높고 다양한 인프라 프로젝트가 추진되는 폴란드, 슬로바키아 등 동유럽 지역 시장에 우선 진출하는 전략적 접근 필요
 - * '15 경제성장률(% IMF) : 프(1.5), 독(1.6), 영(2.2), 이(1.3) / 체(2.6), 폴(3.5), 헝(2.5), 슬(3.6)
- 비셰그라드 그룹(V4: 폴란드, 헝가리, 슬로바키아, 체코)과의 경제협력 확대
 - V4 국가들은 1인당 GDP가 높아 구매력 수준이 높음
 - * '14 V4 1인당 GDP(달러) : 14,343(폴란드), 14,029(헝가리), 18,501(슬로바키아), 19,530(체코) / (참고) 13,475(크로아티아), 7,851(불가리아), 9,997(루마니아)
 - 자동차, 가전 분야 우리기업의 생산시설이 현지에 다수 진출해 있고 생산량을 증가시키는 추세로 소재·부품 수요 또한 증가할 것으로 기대
 - * V4 진출 우리기업: 현대차(체코), 기아차(슬로바키아), 삼성전자(슬로바키아, 폴란드, 헝가리), LG전자(폴란드)
- 루마니아, 크로아티아, 불가리아 등 발칸국가로의 진출 다각화
 - 특히 의료 및 ICT 인프라가 낙후된 반면 현대화된 기기의 생산이 어려워 수입의존도가 높으며 우리 의료기기, 전자제품 수출 유망
 - * 특히 크로아티아에서는 우리 TV 프로그램에서 다뤄진 후 관광객이 증가하여 한국에 대한 호감도가 높으며, 우리 제품의 우수성이 인정받고 있음

- 인프라 개선을 위한 EU 기금 프로젝트 선정시 공동투자자 참여가 요구되어 정부보조금 지급 등을 통해 외국인투자유치에 적극 노력 중

<우리나라의 對EU 국가별 수출 현황>

(단위: 백만 달러, %)

연번	국가	2014			2015(1~11월)		
		수출액	역외수입시장 점유율	대EU수출 대비 비중	수출액	역외수입시장 점유율	대EU수출 대비 비중
	총계	51,658.0		100.0			100.0
1	영국	5,783.0	0.9	11.2	6,995.0	1.0	15.8
2	독일	7,571.0	0.7	14.7	5,697.0	0.7	12.9
3	네덜란드	5,296.0	0.8	10.3	3,779.0	0.8	8.5
4	이탈리아	3,473.0	0.7	6.7	3,271.0	0.9	7.4
5	슬로바키아	4,299.0	16.3	8.3	3,285.0	17.2	7.4
6	폴란드	3,850.0	1.5	7.5	2,544.0	1.3	5.7
7	프랑스	2,639.0	0.4	5.1	2,386.0	0.5	5.4
8	스페인	2,068.0	0.6	4.0	1,966.0	0.8	4.4
9	체코	1,812.0	1.6	3.5	1,861.0	1.5	4.2
10	벨기에	2,455.0	0.6	4.8	1,839.0	0.6	4.1
11	몰타	1,014.0		2.0	1,812.0		4.1
12	슬로베니아	1,665.0		3.2	1,494.0		3.4
13	덴마크	2,232.0	2.2	4.3	1,391.0	2.2	3.1
14	그리스	1,049.0	3.1	2.0	1,289.0	3.4	2.9
15	헝가리	1,481.0	1.2	2.9	951.0	1.5	2.1
16	오스트리아	938.0	0.4	1.8	819.0	0.4	1.8
17	스웨덴	871.0	0.6	1.7	633.0	0.6	1.4
18	포르투갈	493.0		1.0	485.0		1.1
19	루마니아	598.0	0.8	1.2	487.0	0.8	1.1
20	아일랜드	463.0		0.9	335.0		0.8
21	핀란드	340.0	0.3	0.7	273.0	0.5	0.6
22	크로아티아	94.0	0.5	0.2	232.0	0.6	0.5
23	리투아니아	216.0		0.4	232.0		0.5
24	불가리아	118.0	0.3	0.2	92.0	0.3	0.2
25	라트비아	111.0		0.2	79.0		0.2
26	에스토니아	124.0		0.2	55.0		0.1
27	키프로스	31.0		0.1	24.0		0.1
28	룩셈부르크	572.0		1.1	120		0.0

자료원 : 관세청, GTA

2. 기술력 보강

가. 산업간 협력 강화

- 차세대 기술 협력 강화하여 미래 수출 먹거리 창출 필요
 - 유럽은 미래 수출 먹거리가 될 만한 자율주행자동차, 디지털 헬스케어, 지능형 교통시스템 등 차세대 기술 분야를 선도
 - 해당 분야들은 모두 기존자동차, 의료기기 분야에 ICT 등 타분야의 융합·접목이 시도되는 분야
 - ICT는 우리의 강점 분야이기도 하므로 한-EU 간 공동 연구와 공동 기술개발 등 다양한 형태의 산업 협력을 통해 기존의 비교우위를 유지하고 차세대 산업분야 경쟁력을 높여야 함

<한-프랑스 미래산업분야 연구협력>

한-불은 신성장동력창출을 위해 나노전자, 디지털헬스케어, 자율주행자동차 등의 분야에서 기술 협력을 하고, 중소·중견기업 대상 ‘한불 공동기술개발사업’ 추진에 합의

<프랑스 정부가 발표한 9대 미래 산업>

핵심산업	세부내용
에너지	바이오연료 및 폐기물 재활용
친환경도시	스마트그리드, 수자원관리, 건물에너지 효율 제고, 친환경 목재산업
친환경 이동수단	자율주행자동차, 전기자동차 충전 인프라, 고효율연비 자동차, 에너지 저장장치
미래형 교통수단	TGV, 친환경 선박, 전기항공기 및 차세대 항공기, 드론
미래형 의료	의료바이오기술, 차세대 의료기기
데이터 경제	빅데이터, 슈퍼컴퓨터, 클라우드 컴퓨팅
스마트	사물인터넷, 로봇산업, 증강현실, 스마트 섬유
디지털	사이버보안, 이동통신 인프라 구축, 나노전자기술, 시스템내장 소프트웨어, 전기추진위성
미래형 식품	기능형 식품, 미래형 식품포장, 식품 안전 및 식품 냉동보관기술

자료원 : 프랑스 경제산업디지털부

- (차세대 자동차) 폭스바겐 사태로 차세대 자동차 관련 기술개발 가속화
 - 자율주행차, 커넥티드 카 등 차세대 자동차 개발 관련 자동차 회사와 ICT 기업 등 이종 기업간 협력이 가속화 중으로, 우리 기업도 활발한 기술협력을 통해 차세대 자동차 시장을 선점하는 것이 필요

- LG전자는 폭스바겐과 함께 차량에서 난방·조명 등 가정의 전자 제품을 원격 조작하는 커넥티드 카 개발 계획을 발표
- 차세대 자동차 관련, 2차 전지, 텔레매틱스, 경량화 소재 등 핵심 부품에 대한 수요도 증가할 것으로 예상되어 관련 기업들의 지속적인 기술 개발과 협력이 요구됨
- (지능형 교통 시스템) 동유럽 교통인프라 확충 및 서유럽 교통효율 개선
 - 폴란드의 경우 베를린-모스크바, 발틱-아드리아 등 유럽대륙 횡단 도로들이 지나가 교통인프라 확장과 더불어 교통수단 연계에 대한 스마트 솔루션 필요
 - 이탈리아의 경우 산악지형이 많아 교통시설 효율과 안전성 증진을 위한 차세대 지능형 교통 시스템이 필요하므로 현지 수요 맞춤형의 스마트 교통 시스템 구축을 위해 지속적인 연구개발 협력 요망
- EU 프로젝트 수주 시 이의제기(Appeal)에 대한 기술적 대비 필요
 - EU 지역 입찰 프로세스에 고유한 제도로써 수주에 실패한 기업이 수주 기업을 대상으로 이의를 제기할 수 있는 Appeal 제도가 있음
 - * '12년 포스코 건설이 폴란드 생활폐기물처리 발전소 프로젝트 관련 appeal에 대응한 바 있음
 - 수주 기업은 이에 대해 기술적인 측면에서 방어해야 하므로 기술적 우위 유지 노력 및 설명 능력이 요구됨
- 중소·중견 기업 간 기술 및 인력 교류 확대 필요
 - EU 강소기업과의 인력 교류를 통해 수준 높은 제조업 기술을 벤치마킹하고, 기술 제휴 및 공동제품 개발 등 협력 사업 기회 발굴 가능

<한-이탈리아 장인기업 상생협력 연수단 파견('15.11.8~14)>

- KOTRA는 수제화, 가죽가방, 화장품 분야 중소기업 7개사로 구성된 연수단을 이탈리아로 파견, 현지 장인기업협회(Confartigianato Imprese)의 협조 하에 세미나 및 체험워크숍 진행
- 이탈리아 측에서는 24개 장인기업이 참여, 우리기업에 기술을 시현하고, 향후 우리기업과의 상품제작 및 중국시장 공동진출 등 협력사업 방안 협의

나. 국가의 전략적 지원 확대

□ 중소기업의 R&D와 기술창업 지원을 통한 글로벌 강소기업 육성

○ 기술혁신 선도 중소기업의 R&D 지원

- 산업 및 기술 융합 활성화 추세에 따라 국내·외 연구협력을 확대하고 혁신 기술을 개발하거나 차용하는 중소기업의 R&D 지원 요망

<EU의 Horizon 2020 프로그램>

- EU의 R&D 지원 플랫폼으로 혁신기술, R&D 실행 기업들을 대상으로 '14~'20년까지 총 702억 유로를 지원 예정
- 국제적인 연구 협력 지원 및 혁신기술 차용 중소기업 지원
 - ▷ 산업분야 : ICT, 우주항공, 나노공학, 소재, 바이오테크, 제조업
 - ▷ 사회문제 : 식량 안보 및 지속가능 농업, 클린에너지, 환경, 스마트 운송 등

○ 기술창업 지원을 통한 글로벌 강소기업 육성

- 하이테크(High-tech) 기반 중소기업 창업과 더불어 기술개발, 제품 개발, 공정지원 등 강소기업에 대한 체계적인 단계별 지원을 통해 유럽의 히든챔피언과 같은 글로벌 기업으로 육성 필요

<프랑스, French Tech 프로그램>

- 미래 먹거리·신성장 동력 창출을 위한 기업 창업 및 세계 시장 진출 지원 ('15부터 ICT분야 기업지원을 위해 2억 유로 투자펀드 조성, 해외 ICT분야 스타트업 유치를 위해 1,500만 유로 지원자금 조성)
- 주요 지원 내용
 - ▷ 멘토링 : 전문가 상담 및 자문 서비스(시장조사, 마케팅, 펀드레이징, 재무·법·행정 자문 등)
 - ▷ 네트워킹 : 대기업과의 네트워킹 주선
 - ▷ 워크숍 및 웹세미나를 통한 교육
- 창업활동이 활발한 국가에 프렌치 테크 허브 개소 : 보스톤, 샌프란시스코(실리콘밸리), 뉴욕, 도쿄, 텔아비브

다. 상품 차별화

□ 품질과 디자인으로 유럽 소비자의 기호 충족

- 아이디어 상품, 기능성 위주의 다품종 소량생산 필요
 - 유럽 소비재 시장의 트렌드는 아이디어 상품, 신기술 적용, 친환경과 에너지 절감 상품의 부상
 - * '15 유럽 주요유통망 히트상품으로 보는 4대 소비 키워드: 웰니스, 친환경, 아이디어제품, 실용성
 - * 주요 히트상품: AEG미니믹서기, Running Watch, 무필터 진공청소기, 전기자전거, 드라이샴푸 (물이 필요 없는 스프레이형)
 - 이제 아이디어 소비재를 발굴하거나 품질과 디자인 측면에서 다양한 차별화를 시도하여 유럽 소비자의 입맛을 충족시켜야 함

<제품 차별화로 수출에 성공한 사례 : B社 안경테>

- B社, 프랑스 최대 안경전문체인 Alain Affelou사에 안경테 OEM 납품 성공
- 컬러풀한 색상과 화려한 디자인을 선호하는 프랑스 소비자 맞춤형 상품 제작이 주요 성공요인
- Alain Affelou社, “한국 제품의 우수한 디자인이 아직은 프랑스 소비자들에게 잘 알려져 있지 않다. 한국도 이제 우수한 재료와 디자인으로 승부할 때다”

□ 기술 집약 고부가가치 품목 육성을 통해 선진국형 수출구조로 전환

- 의약품, 의료기기 기술제고를 통해 흑자 분야로 전환해야
 - 의약품 분야는 막대한 R&D를 앞세운 유럽의 대형 제약회사들이 독점, 對EU 무역적자의 한 요인이었음
 - 최근 우리기업도 지속적인 R&D를 바탕으로 한미약품 등과 같이 신약 기술 수출에 성공하는 등 기술력을 인정받고 있음
 - 의약품, 의료기기 등과 같이 기술 집약 고부가가치 품목을 육성, 유럽 역내 기업 혹은 미국 기업과 경쟁할 수 있는 역량을 키워나가야 함

3. 국가 브랜드 제고

가. 국가 브랜드 구축 및 홍보 확대

□ '명확한 국가브랜드' 이미지 구축 노력이 선결과제

- 우리 기업의 전자제품·IT기기 등이 유럽시장에서 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있음에도 불구하고, 이들 제품과 기업 브랜드가 한국산 인지 모르는 경우가 많음
- 한국에 대한 대표적인 문화적 이미지가 없기 때문에 이를 활용한 마케팅에 제약
 - 한국이라고 할 때 특정 문화 또는 상품이 바로 연상되도록 국가 브랜드 혹은 대표 이미지 확립이 필요

英 해로즈(Harrods) 백화점, “한국의 경우 이미 잘 알려져 있는 IT상품을 위주로 한국산임을 알리면서 현대적인 첨단 문화를 컨셉으로 가지고 가면 해외시장 개척에 유리할 것”

□ 한류상품 노출과 홍보 확대

- 현지 대형 유통업체를 활용한 한류 관련 소비재의 집중 홍보
 - '16년 한-불 수교 130주년 계기, 프랑스 대형유통망을 활용한 한국 가공식품 혹은 화장품과 같은 한류 소비재 홍보 기회 확대 가능

<2012 런던 올림픽 계기 TESCO 한국 식품전 개최>

- 영국 최대 유통기업 TESCO 런던 매장에 8월 한 달간 CJ Food 등이 공급하는 한국 식품 149종을 독립 매대에 진열. 이 중 49종은 실제 TESCO 납품에 성공
- CJ Food는 핫반, 라면 과자 등의 한식을 시범케이스로 납품. 현지인들 사이에서 CJ 비비고의 한국식 만두가 인기를 끄는 등 CJ가 납품한 제품이 TESCO 50여개 매장으로 확대됨.

○ 현지 기진출한 우리 기업을 활용하여 한류 관련 소비재 마케팅 강화

<CJ 비비고 레스토랑의 한식 마케팅>



CJ 푸드빌의 현대적 퓨전 한식 브랜드 비비고(Bibigo)는 '12.7월 런던에 한식 레스토랑을 개장, 한식의 고급화와 해외 마케팅에 성공했다고 평가받고 있음

'13년 비비고 전용 푸드트럭을 운영, 불고기, 만두, 닭강정과 같은 비비고 대표메뉴를 샘플링하고, 한류스타 사이와 다양한 이벤트 개최하여 한식 홍보

또한 현지 라디오 방송 '개피탈 FM'이 개최한 '서머타임 볼' 콘서트가 열리는 웬블리 스타디움에서 한식 체험행사 실시, 현지인들에게 한식 홍보



○ 한-EU 문화콘텐츠 제작 및 유통 협력을 통한 우리상품 노출 확대

- '15.12 한-EU 문화협력의정서가 발효되어, 특히 우리나라와 EU 회원국이 시청각물을 공동 제작할 경우 일정 요건 충족시 양측에서 모두 자국산으로 간주되어 세금, 쿼터 면에서 혜택이 주어짐

* 공동제작인정기준 : EU 측의 최소 참여국수는 애니메이션 3개국, 기타 시청각 제작물 2개국이며 양 당사자 간 재정·기술·예술적 기여도는 애니메이션 35% 이상, 기타 시청각제작물 30% 이상임

- 애니메이션, 영화 등 다양한 장르의 시청각물 공동 제작을 통해 우리 문화의 소개와 함께 우리 상품을 홍보하는 기회로 활용 가능

#

첨 부

1. 설문조사 결과

Q1. 일본, 중국, 한국에 대해 생각할 때 가장 먼저 떠오르는 상품을 적어 주십시오.

<한·중·일 대표 연상 품목 >

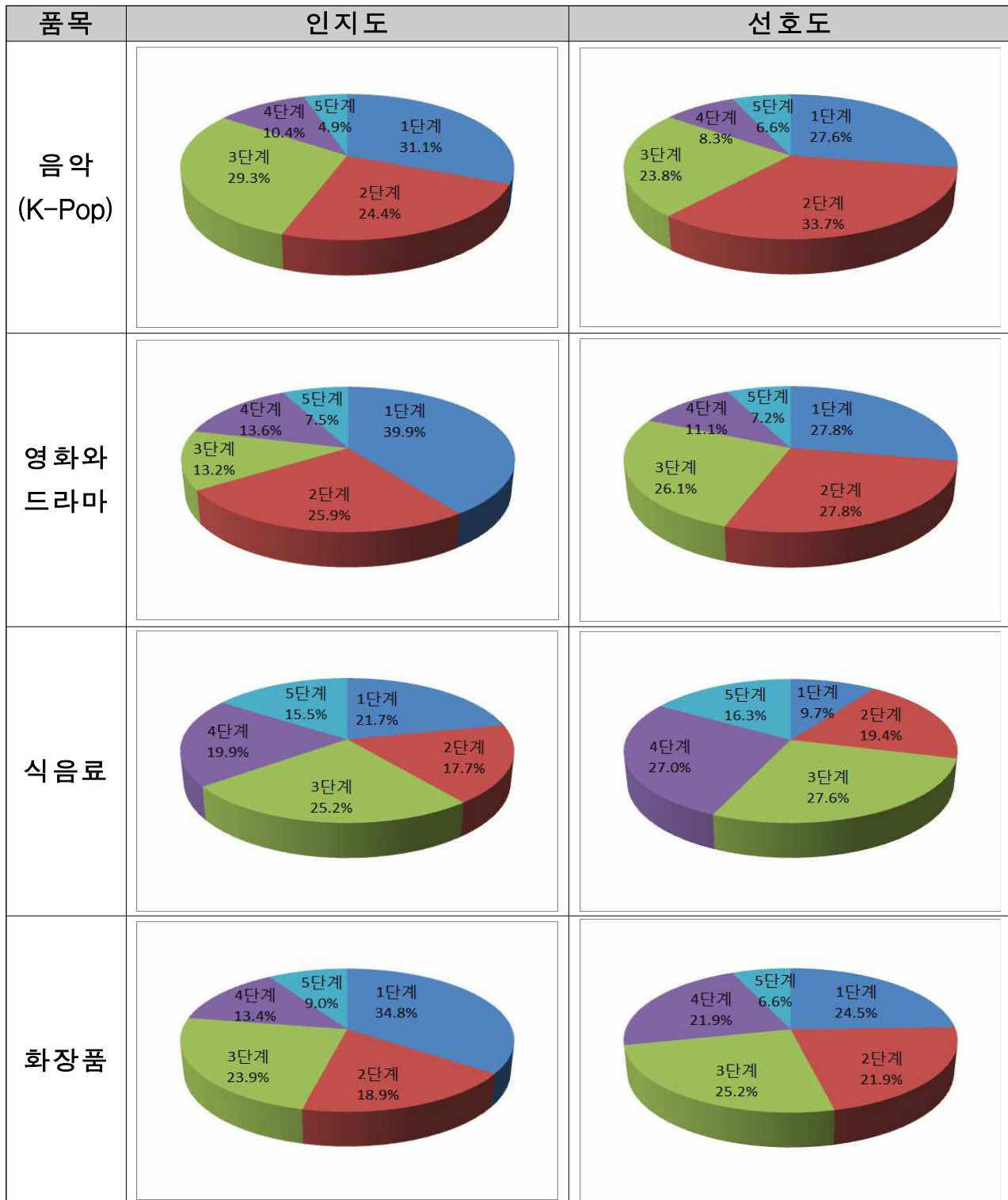
(단위 : %)

순위	일본		중국		한국	
	일반인	전문가	일반인	전문가	일반인	전문가
1	자동차 38.7	자동차 41.5	휴대폰 28.7	휴대폰 26.2	휴대폰 35.7	휴대폰 32.7
2	가전제품(기타) 10.8	가전제품(TV) 12.2	식품 13.5	의류 15.2	자동차 28.0	자동차 31.1
3	가전제품(TV) 6.6	식품 7.4	의류 12.4	식품 11.4	가전제품(TV) 14.3	가전제품(TV) 14.9
4	식품 6.0	카메라 4.7	컴퓨터 7.7	컴퓨터 6.9	전자제품 3.4	가전제품(기타) 4.1
5	카메라 5.6	전자제품 4.2	전자제품 6.2	가전제품(기타) 5.1	식품 2.5	식품 3.5
6	전자제품 5.0	가전제품(기타) 4.2	완구 5.3	전자제품 4.5	가전제품(기타) 2.5	전자제품 3.0
7	게임기 2.9	게임기 3.9	가전제품(기타) 3.8	완구 4.5	선박 1.8	선박 2.5
8	컴퓨터 2.8	컴퓨터 2.7	신발 3.1	섬유 4.5	IT제품 1.6	화장품 2.0
9	기계 2.5	음향기기 2.3	공구 2.7	신발 3.3	화장품 1.2	IT제품 1.1
10	IT제품 2.2	휴대폰 2.2	섬유 2.0	자동차 3.0	의료장비(0.7), 반도체(0.7)	음악 0.6

- 유럽 소비자들은 한국에 대해 '휴대폰'을 가장 먼저, 두 번째로 '자동차', 세 번째로 '가전제품(TV)'를 떠올렸으며, 3국 중에 유일하게 한국의 '화장품'이 10대 연상 품목에 들어있음
- 일본에 대해서는 '자동차', '가전제품', '식품'을 가장 많이 떠올렸으며, 중국에 대해서는 '휴대폰', '식품', '의류' 연상이 많음
- 3국 모두 일반인과 전문가 간에 눈에 띄는 차이는 없음

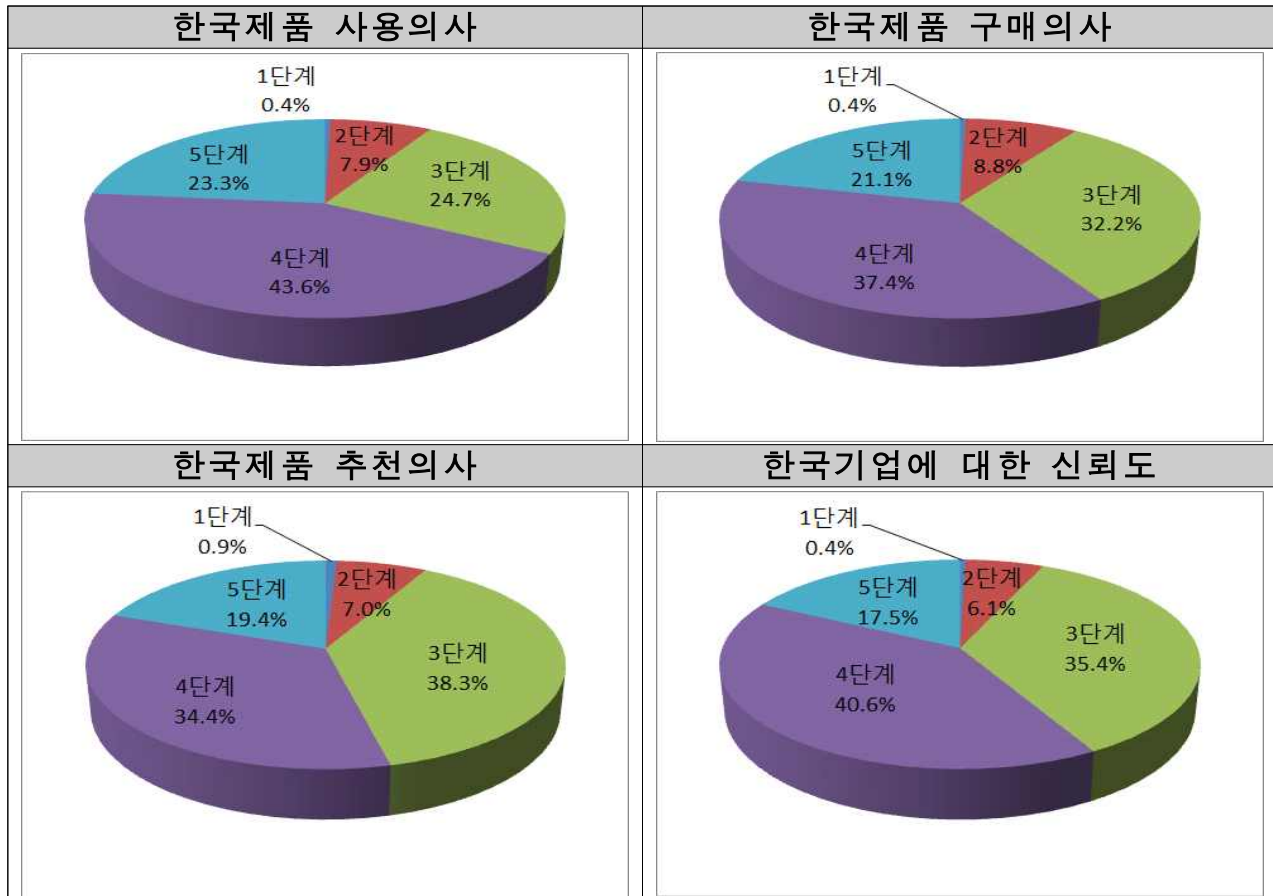
Q2. 한국 제품과 서비스에 대한 인지도와 선호도를 묻는 질문입니다.
 다음 8개의 제품군에 대해 각각 얼마나 잘 알고 계시며, 얼마나 좋아하시는지요? (1단계=0, 5단계=100, 5단계로 갈수록 높은 수준)

품목	인지도	선호도
가전 제품	1단계 3.1% 2단계 8.3% 3단계 23.2% 4단계 33.3% 5단계 32.0%	1단계 0.5% 2단계 6.9% 3단계 40.7% 4단계 34.7% 5단계 17.1%
휴대 폰	1단계 3.1% 2단계 3.5% 3단계 7.5% 4단계 25.4% 5단계 60.5%	1단계 1.9% 2단계 6.5% 3단계 22.2% 4단계 32.9% 5단계 36.6%
자동차	1단계 3.9% 2단계 3.5% 3단계 18.3% 4단계 43.2% 5단계 31.0%	1단계 5.1% 2단계 13.9% 3단계 45.4% 4단계 26.4% 5단계 9.3%
의류	1단계 43.9% 2단계 26.8% 3단계 19.3% 4단계 6.6% 5단계 3.5%	1단계 31.1% 2단계 24.4% 3단계 29.3% 4단계 10.4% 5단계 4.9%



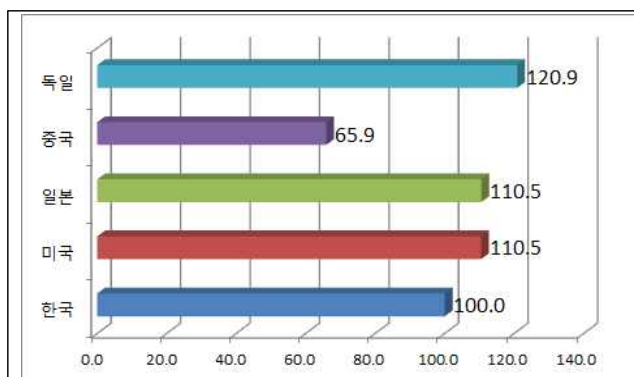
- 한국 제품군 중 인지도와 선호도 모두가 높은 품목은 휴대폰이며, 가전제품과 자동차는 인지도가 상대적으로 높고, 화장품과 음악(K-Pop)은 선호도가 상대적으로 높음
- 인지도 대비 선호도가 높은 화장품, 음악은 향후 지속적인 성장이 예상

Q3. 귀하의 한국의 제품과 기업에 대한 태도 및 의향을 묻는 질문입니다.
(1단계=0, 5단계=100, 5단계로 갈수록 높은 수준)



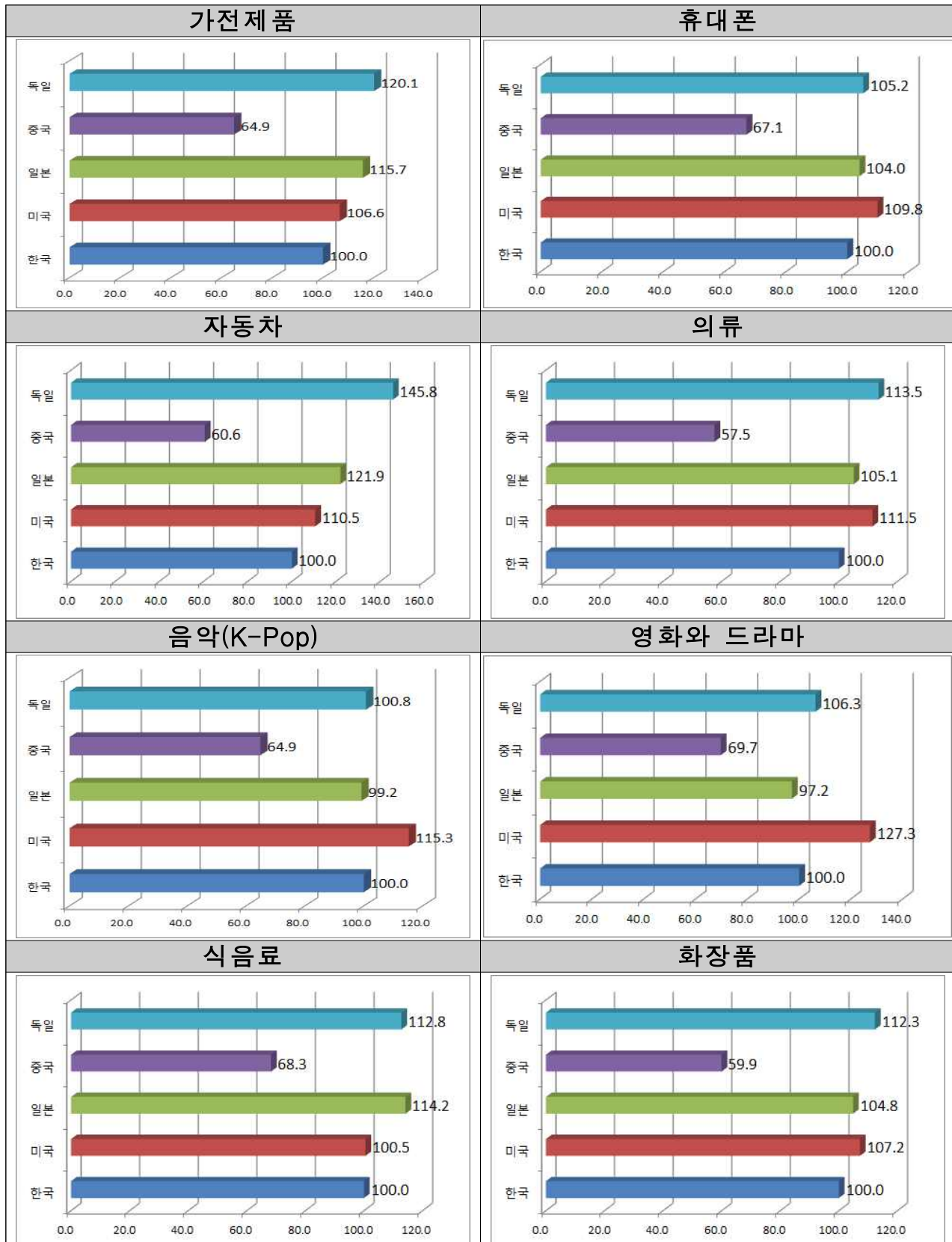
- 유럽 소비자들은 한국제품을 사용할 의사는 매우 높으나 구매와 추천 등 적극적인 소비 단계로 갈수록 그 의사가 점점 약해짐
- 실제 구매와 관련된 소비자의 불만사항 청취와 브랜드 이미지 제고 필요

Q4-1. (종합) 한국의 어떤 상품 가격이 USD100라고 했을 때, 이 상품이 미국, 일본, 중국 등의 국가에서 생산될 경우 해당 상품의 가격은 얼마 정도일 것이라고 생각하십니까? (USD 기준)



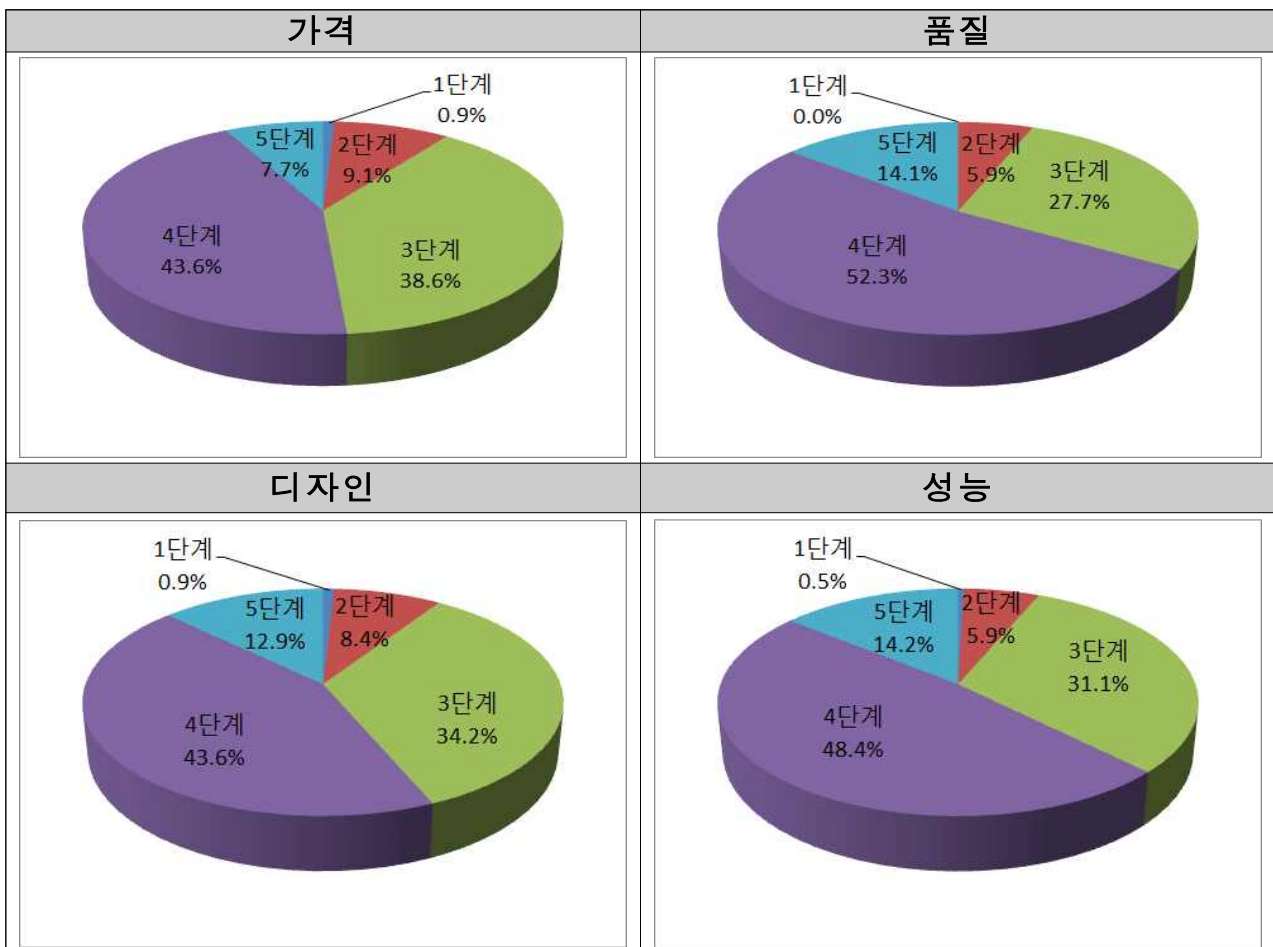
- 유럽 소비자들은 한국 제품이 유럽 (독일) 제품에 비해 크게 뒤쳐지는 반면, 미국·일본 제품에 비해서는 다소간 뒤쳐진다고 생각함
- 동시에 한국 제품이 중국 제품보다 매우 크게 앞선다고 생각함

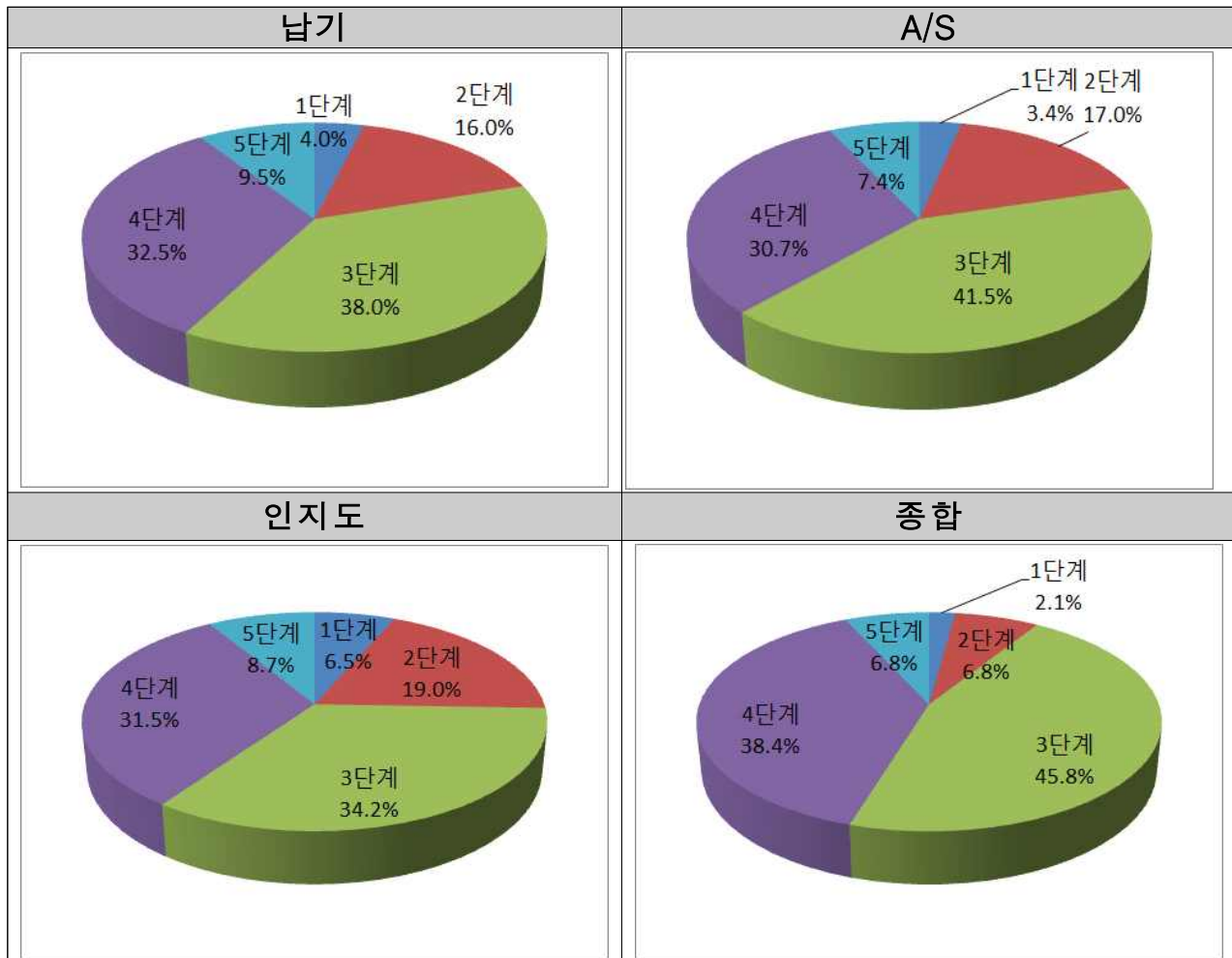
Q4-2. (품목별) 세부 제품군별로 한국의 상품 가격이 USD100라고 했을 때, 이 상품이 미국, 일본, 중국 등의 국가에서 생산될 경우 해당 상품의 가격은 얼마 정도일 것이라고 생각하십니까? (USD 기준)



- 가장 편차가 큰 제품군은 자동차, 두 번째는 가전제품
 - ‘자동차’와 ‘가전제품’ 품목에서 한국은 유럽(독일), 일본 보다 크게 뒤처지나 중국에 비해 크게 앞섬
- ‘화장품’과 ‘의류’의 경우 한국은 유럽(독일), 미국, 일본에 비해 크게 뒤지지 않으며, 중국과의 격차는 상당함
- 가장 편차가 작은 품목은 휴대폰, 두 번째는 식음료
 - ‘휴대폰’ 품목에서 한국은 미국, 유럽(독일), 일본에 크게 뒤처지지 않으나, 중국과의 격차도 상대적으로 작음
 - ‘식음료’ 품목에서도 일본, 독일, 미국과 유사하나, 중국과의 격차가 상대적으로 작음

Q5. EU 내에서 판매되는 타국 제품 대비 한국 제품의 경쟁력에 관한 질문입니다.
(1단계=0, 5단계=100)



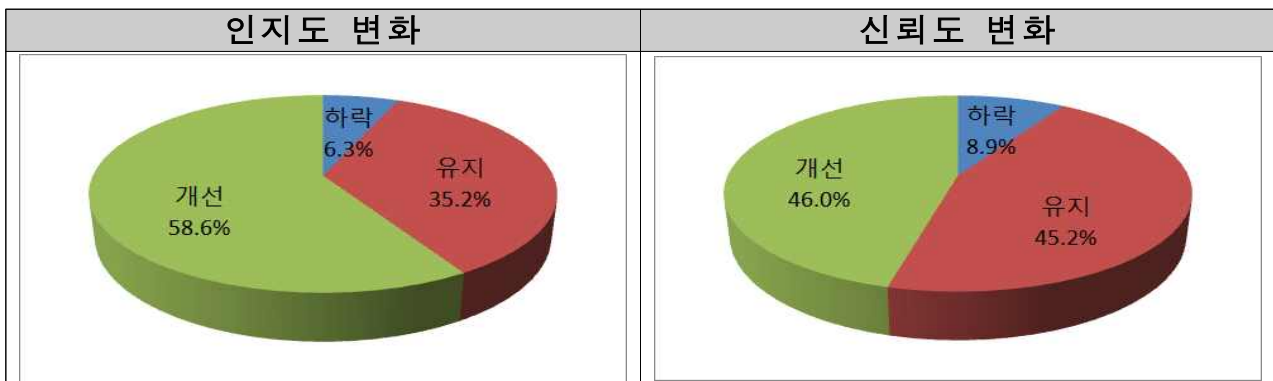


- 유럽 소비자들은 한국 제품의 '품질'을 가장 높게 평가하고, '성능'을 두 번째로 높게 평가(4~5단계 비중이 높을수록 좋은 평가)
 - '품질', '성능', '가격', '디자인' 항목은 종합 평가보다 높은 점수를 받아 제품 자체에 대한 평가가 매우 좋은 편
- 한국 제품의 '인지도'가 가장 낮은 점수를, 두 번째는 'A/S', 세 번째는 '납기'가 낮은 점수를 받음
 - 제품에 대한 홍보와 A/S 및 유통 측면에서 개선이 필요한 것으로 보임

Q6. '11.7.1 일부로 한국과 EU 간에 FTA가 발효되었습니다. 이 사실을 알고 계십니까?

- 응답자의 52.4%가 한-EU FTA 체결을 인지하고 있음

Q6-1, 6-2. 한-EU FTA로 인해 한국 제품의 인지도(6-1) 및 신뢰도(6-2)에 변화가 있었습니까? FTA체결 전이 100%였다면 현재는 어느 수준이라고 생각하십니까?

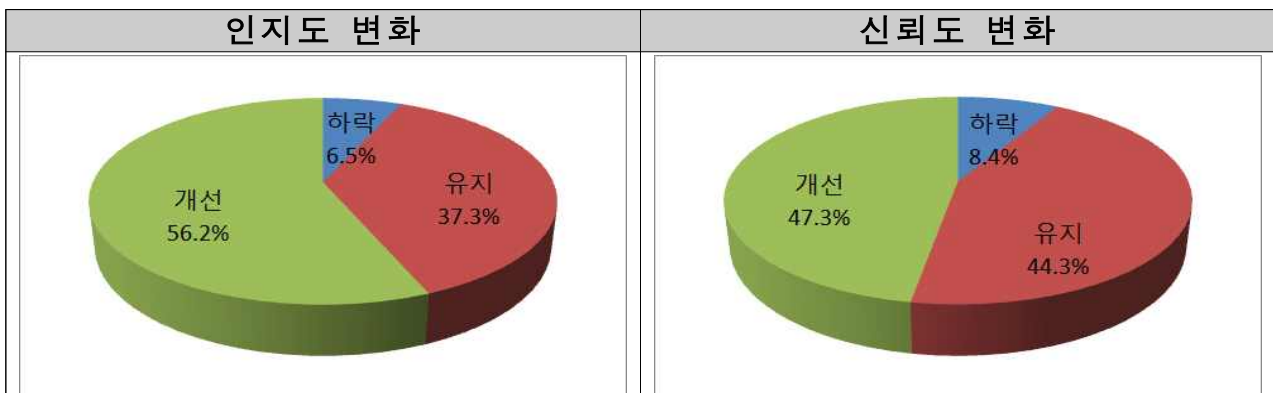


- 한-EU FTA로 인해 한국에 대한 인지도가 개선되었다는 응답이 59%에 달하였으며, 신뢰도 개선 정도는 인지도 개선에 미치지 못함

Q7. 최근 한국 가수 싸이(PSY)의 '강남스타일'등 한국의 대중문화 분야에 대해 잘 알고 계십니까?

- 응답자의 77.8%가 한국 대중문화에 대해 인지하고 있음

Q7-1, 7-2 한국 대중문화가 전파되면서 한국 제품에 대한 인지도(7-1) 및 신뢰도(7-2)에 변화가 있었습니까? 변화가 있었다면 한국 대중문화가 본격적으로 도입되기 시작한 '11년을 기준으로 현재는 어느 수준이라고 생각하십니까?



- 한국 대중문화가 유럽에 전파되면서 한국에 대한 인지도가 개선되었다는 응답이 56%에 달하였으며, 신뢰도 개선 정도는 인지도 개선에 미치지 못함

<표본구성>

(단위 : 명, %)

기준	세부할당	응답수	비율
구분	일반인	120	52.4
	전문가	109	47.6
	소계	229	100
성별	남성	150	65.5
	여성	76	33.2
	미응답	3	1.3
	소계	229	100
나이	10대	2	0.9
	20대	45	19.7
	30대	71	31.0
	40대	64	27.9
	50대	38	16.6
	60대	8	3.5
	미응답	1	0.4
	소계	229	100

※구분 기준 정의

- 일반인
 - 정의 : 각 국가별 한국과 직간접적 연관이 없는 일반인
 - 목적 : 한-EU FTA, 한류, 한국기업, 한국제품에 대한 일반대중 관점 파악
- 전문가
 - 정의 : 관계, 학계, 경제단체, 기업경영인, 바이어 등 한국 관련 정보에 대한 현지 국가의 여론 주도층
 - 목적 : 한국과 각 현지 국가의 사회/경제 동향에 대한 객관적, 전문적 견해 파악

2. 2016년 EU 기금 관련 주요 프로젝트

□ 폴란드

프로젝트명	Pulawy 발전소 CCGT 프로젝트
국가/지역	폴란드 / Pulawy
발주처 명	Grupa Azoty Zaklady Azotowe Pulawy S.A
프로젝트 단계	세부 계획 수립
발주규모/방식	265 백만 유로 / 공개입찰
프로젝트 세부내역	- 총 프로젝트 금액은 약 11,250억 PLN(약 3억 달러) 규모로 동 프로젝트를 위한 SPV 설립 - 저탄소 생산을 위한 400 MWe 규모의 CCGT power block 건설 프로젝트 - 신규 건설 block은 기존의 석탄발전소와 연계 - Azoty 그룹의 화학공장과 현대식 발전시설을 복합화하여 시너지 효과 기대 - 루벨스키에주 최대 규모의 프로젝트 중 하나로 그동안 폴란드 전력청 PGE에서 추진해 왔으나 Azoty 그룹에서 지분을 인수하면서 재추진
프로젝트일정	프로젝트 세부계획 수립단계로 2015년말 또는 2016년 초 입찰 예정
특기사항	천연가스를 주원료로 하는 발전시설이며 한국 E&C업체들이 참여해볼만한 프로젝트 Azoty그룹은 폴란드 30대 대기업으로 2991년 설립되었으며, 2014년 기준 수익이 28억 달러 규모(폴란드 재무부가 최대 주주)

프로젝트명	바르샤바 AFC(Automatic Fare Collection) 프로젝트
국가/지역	폴란드 / 바르샤바市
발주처 명	ZTM Warszawa (바르샤바市 대중교통청)
프로젝트 단계	Technical Dialogue
발주규모/방식	5천만 달러 / 공개입찰
프로젝트 세부내역	- 동 사업은 바르샤바 전체 AFC(Automatic Fare Collection)을 구축하는 사업으로 기존 교통망을 Open payment 시스템을 적용하여 교통요금 징수 시스템을 통합 구축하는 것임 - 시스템 보안, 신규 교통카드 및 결제 기능 등 고려 중 - 현장위치 : 폴란드 바르샤바(수도) 전지역 - EU기금 투입 여부에 따라 2016년 초에 발주 예상
프로젝트일정	2016년 중 입찰 진행 전망
특기사항	동 사업은 가격보다는 기술적 차별화를 요구하고 있어, 국내 기업의 참여 가능성이 높다고 판단됨.

프로젝트명	토룬市 지능형교통체계시스템(ITS) 프로젝트
국가/지역	폴란드 / 토룬
발주처 명	MZD 토룬(토룬市 도로공사)
프로젝트 단계	'14년 전체적인 컨셉 수립 완료
발주규모/방식	26 백만 달러 / 공개입찰
프로젝트 세부내역	- 실시간 교통상황 모니터링, VMS, CCTV, 대중교통 시스템 도입 - 2014년 전체적인 컨셉 수립 완료 - 2015년 중 EU의 금융지원 신청 중이며 승인 시 2016년 중 입찰 예정 - 사업기간은 3년 예상
프로젝트일정	2016년 중 입찰 진행
특기사항	한국 ITS 사절단의 폴란드 방문 시 미팅을 한바 있으며, '15년 6월 방한하여 관련 국내기업과 면담 진행

프로젝트명	크라쿠프市 외곽 도로 건설
국가/지역	폴란드 / 크라쿠프市
발주처 명	KHK(크라쿠프 개발공사)
프로젝트 단계	프로젝트 계획
발주규모/방식	6억 6천만 달러 / 공개입찰
프로젝트 세부내역	두 개의 순환도로 건설 예정 ① Zwierzyniecka and Pychowicka Route - Estimated value of the projects: USD 662 655 481 - Construction of fast road, two carriageways, 3 lanes each, 4.2 km long . 2.5 km tunnel / 2 km long fast road, two carriageways, 3 lanes each . 0.5 km long bridge over Vistula river / 0.4 km long bridge over channel ② Łagiewnicka route - Estimated value of the project: USD 334,439,162 - Construction of : 3.7 km long fast road, two 3 lane carriageways . 4 tunnels / Fast road, two 3 lane carriageways, 3.7 km long . 4 tunnels of the length (0.4 km, 0.6 km, 0.7 km and 0.25 km) . Tram track line / 1.7 km tram track . Tram tunnel 0.7 km long
프로젝트일정	프로젝트 계획 단계
특기사항	'15년 6월 방한하여 관련 국내기업과 면담, PPP 프로젝트 추진 가능

□ 헝가리

프로젝트명	태양광 발전 모듈(PV) 조달 입찰
국가/지역	헝가리 / Baracska City, Hungary
발주처 명	KLNSYS Kft
프로젝트 단계	세부계획
발주규모/방식	3.5백만 달러 / 수의계약
프로젝트 세부내역	- 1차 시범 프로젝트로 350kw의 소규모 태양광 발전을 헝가리 Baracska市の 제과업체에 설치할 계획 - 동 프로젝트는 약 600개의 태양광 모듈을 설치하여, 연간 175,000kw의 전력을 자체 조달할 예정이며, 1차분 소요비용은 약 270천 달러로 예상
프로젝트 일정	- 2015.11월말 낙찰업체 선정 - 2016. 1월말 기술제안서 접수 - 2016년 2분기 설치 시작
특기사항	- 헝가리는 EU의 공동지침에 따라 2020년까지 신재생 에너지를 통한 전력 비율을 20%까지 확대해야 하며, 다수의 소규모 업체가 EU펀드의 지원을 받아 소규모 태양광 발전을 추진할 계획이어서, 우리나라 태양광 모듈 생산업체들의 납품기회가 될 수 있음

프로젝트명	플라스틱 폐기물 재활용 플랜트 건설
국가/지역	헝가리 / 부다페스트시 인근 지역(부다페스트에서 20km 거리)
발주처 명	F사(민간기업)
프로젝트 단계	1차적으로 2015.10월중 우선협의 대상기업 선정 예정
발주규모/방식	15백만 유로 / 수의계약(가격 + 품질)
프로젝트 세부내역	F사가 수집하는 연간 7,000톤의 폐기물 PET을 원재료로 토목 섬유를 생산하는 플랜트를 건설하는 환경 프로젝트
프로젝트 일정	입찰예정일: 2016년 1/4분기
특기사항	재원조달방식: EU기금(45%) + 발주처(30%) + 낙찰자(20%, 플랜트 설비투자 형태)

□ 체코

프로젝트명	프라하 도심공항철도
국가/지역	체코 / 프라하
발주처 명	교통부
프로젝트 단계	타당성 조사 및 공식승인 절차 완료
발주규모/방식	15억 달러 / 미정
프로젝트 세부내역	타당성 조사 실시에 따라 최적의 철도구간 선정 작업 중
프로젝트일정	프라하공항철도에 대한 타당성 조사가 현재 마무리 단계에 있는바, 부처간 의견수렴 및 이해관계자 의견수렴 과정을 거쳐 2015년 여름 타당성 조사에 대한 공식 승인 절차가 완료된 것으로 추정. 향후 환경영향평가 및 국민 의견수렴 절차가 시작되며 향후 2년 정도 소요되고 기술 솔루션 선정 절차(1-2년) 진행 예정
특기사항	PPP방식 또는 EU기금 활용 여부는 2018년까지 용도허가 (zoning permit)를 확보한 이후에 결정될 예정

프로젝트명	가스 파이프라인망 건설
국가/지역	체코 / 체코, 슬로바키아, 오스트리아 접경지역
발주처 명	EU Stream
프로젝트 단계	2012년 Feasibility Study는 이미 완료 되었으나 본 프로젝트에 대해서는 아직은 이사회에서 정식 투자결정이 안된 상황으로
발주규모/방식	150백만 유로 / 공개입찰
프로젝트 세부내역	North-South노선의 일부로 슬로바키아와 폴란드를 잇는 총 길이 약 100km(슬로바키아구간만)를 다소 상회하는 구간. 아직 정확한 지정 구간은 미정이지만 현재 Kosice(SK)-Pustyny(Pol.)구간과 Velke Kapusany(SK)-Strachocina(Pol.) 구간이 유력 대상 루트로 검토되고 있음
프로젝트일정	2015년 초 시장추이를 보고 EU측으로부터 자금지원이 이루어 질 경우 2016년 상반기 중 프로젝트를 발주하고 늦어도 향후 2-3년 내에는 시 운전 예상
특기사항	동 프로젝트는 Net4Gas사에서 추진하는 모라비아 가스관 구축사업과도 직간접적으로 연관이 되어 있어 상호 연계해서 추진 할 경우 사업의 시너지효과도 있을 것으로 분석됨

프로젝트명	가스 파이프라인망 건설
국가/지역	체코 / 체코, 폴란드, 오스트리아 접경지역
발주처 명	NET4GAS
프로젝트 단계	현재 디자인 및 기초설계, 본 입찰 서류 작업들을 하기 위한 엔지니어링 업체 선정 입찰이 발주된 상태며 2016년 9월말 최종 입찰서류 제출예정임.
발주규모/방식	300백만 유로 / 공개입찰
프로젝트 세부내역	체-폴 국경에서 체-오 국경 사이 체코 구간으로 총 길이 약 150km, 가스관 직경(DN; Nominal Diameter) 1000mm
프로젝트일정	본 입찰의 실질적인 발주 시기는 2016년 9월 말경 서류 작업이 완료되어 4/4분기에 공식 입찰이 발주가 될 예정임
특기사항	Net4Gas는 체코 유일의 가스 TSO(transit system operator)로 체코 공공 조달법(PPA; Public Procurement Act)이 규정하는 공공 인프라 사업자(sector supplier)임.

프로젝트명	국가 고속 광통신 기간망 및 Access망 구축
국가/지역	체코 / 전 지역
발주처 명	산업부
프로젝트 단계	세부계획
발주규모/방식	5억 유로 / 공개입찰(EU기금 50-60% + 민간투자 40-50%-DBO 모델)
프로젝트 세부내역	체코 내 고속 광통신 기간망이 폭넓게 미치지 않은 지역에 신규로 광통신망 및 Access망을 구축하고 이를 일정기간 운영하기 위한 프로젝트(광케이블을 활용한 기존 인프라망의 현대화 및 expansion포함)
프로젝트일정	본 입찰의 실질적인 발주 시기는 2016년 9월 말경 서류 작업이 완료되어 4/4분기에 공식 입찰이 발주가 될 예정임
특기사항	체코정부는 일부 대형 로칼 통신사들이 전체 프로젝트를 독식하지 않도록 한국 측의 참여를 권장하는 입장

프로젝트명	프라하시 통합 지능형교통체계시스템(ITS) 구축 프로젝트
국가/지역	체코 / 프라하
발주처 명	프라하 교통공사(DPP)
프로젝트 단계	기존의 OPEN CARD 시스템을 대체하기 위한 대안을 수립하기 위한 계획단계 수준
발주규모/방식	미정(타당성 조사제안(50만 달러 규모))
프로젝트 세부내역	프라하 시내 현재 개별화 되어 있는 대중교통, 경찰 Security System, 신호체계, Parking System, Waste Collection System을 하나로 통합하여 관리하기 위한 프로젝트 시스템 구축 검토
프로젝트일정	발주시기 2016년 말 예상

프로젝트명	교통부 고속도로 전자 통행료 징수 시스템
국가/지역	체코 / 전 지역
발주처 명	교통부
프로젝트 단계	신규 운영사 선정을 위한 입찰 준비 중
발주규모/방식	발주규모 미정/ 발주방식(미정)
프로젝트 세부내역	체코 내 현재 고속도로는 통행료 징수시스템이 전혀 없어 신규로 도입하고자 하는 계획 추진
프로젝트 일정	사업계획 내각 승인 후 2016년 초 입찰서를 발주, 9월경에는 최종 업자 선정 완료 예정
특기사항	체코 정부는 한국의 고속철, 일반철도, 지하철 및 고속도로 등 모든 인프라 운영 현황을 파악하고 이를 벤치마킹하여, 우수한 부분은 적극 도입해 보겠다는 입장

□ 루마니아

프로젝트명	Sibiu-Avrig-Fagarasi-Codlea-Brasov 고속도로 건설
국가/지역	루마니아 / Sibiu-Brasov주
발주처 명	루마니아 도로공사
프로젝트 단계	EU 집행위에 기금 지원요청 예정
발주규모/방식	EUR 816.44 백만 /국제입찰
프로젝트 세부내역	총길이 : 120 km - Sibiu (Mohu Vest)- Fararas, 63.4km, EUR 413.62백만 - Fagaras- Brasov (Ghimbav), 56.6 km, EUR 402.82백만 . Sibi (Mohu Vest)-Talmaciu Nord 6.6km . Talmaciu Nord-Bradú Vest 3.8km . Bradú Vest - Persani 76.6 km . Persani-Vladeni Vest 5.5 km . Vladeni Vest- Brasov (Ghimbav) 27.5 km
프로젝트 일정	- 2015년 4분기 : EU 집행위 승인요청 - 2017년 1분기 : 입찰 - 2020년 : 준공
특기사항	유럽을 연결하는 사회간접자본 개발 OP사업으로 수행예산 조달 계획

프로젝트명	부쿠레슈티 서부 및 Grozavesti 온수 보일러 시스템 유지보수
국가/지역	루마니아 / 부쿠레슈티
발주처 명	Electrocentrale Bucuresti SA
프로젝트 단계	-타당성조사 진행 중, EU기금 지원 대상 사업으로 승인
발주규모/방식	EUR 10 백만/ 국제입찰
프로젝트 개요	Provide the thermal power needed by the Centralized Thermal Power Supplier System (SACET) of Bucharest Municipality under safe circumstances, continuity of supply and compliance with the environment requirements, in particular to cover the maximum thermal power needed in wintertime. Other feasibility indicators: a) CAF no. 1 - CTE West IRR (internal rate of return): 14.66% RT (recovery time): 9.31years. b)CAF no. 4 - CTE Grozavesti
프로젝트 일정	- 2015.4분기-2016.1분기 : 입찰공고 - 2016 하반기 : 프로젝트 시행
특기사항	사회간접자본 개발 OP사업으로 수행예산 조달 계획

프로젝트명	Raja Constanta 상·하수 인프라 구축
국가/지역	루마니아 / Constanta, Ialomita, Calarasi, Ilfov, Dambovita, Brasov
발주처 명	Raja Constanta
프로젝트 단계	On February 2th 2015 has been signed the contract with consortium Romair Consulting- Lois Berger for "Technical Assistance for preparation of the Financing Application and Awarding Documentation for the regional development of the water and waste water infrastructure in the operating area of SC RAJA SA CONSTANTA, for 2014-2020 period"
발주규모/방식	USD 325 백만 / 국제입찰
프로젝트 개요	2020년까지 6개 주의 상·하수 설비 유지보수, 현대화 작업을 통해 상·하수 공급 및 수질 개선
프로젝트 일정	- 2015.8월 : 타당성 조사(F/S) - 2015.12월 : 소요 예산을 위한 금융지원 신청 - 2016년 : 입찰공고 - 2020년 : 준공
특기사항	사회간접자본 개발 OP사업으로 수행예산 조달 계획

□ 불가리아

프로젝트명	소피아 市 RDF 열병합 발전소 건설 프로젝트
국가/지역	불가리아 / 소피아
발주처명	소피아 난방공사(Toplofikacia Sofia JSC)
프로젝트 단계	계획
발주규모/방식	1억 3,500만 유로 / 국제입찰
프로젝트 세부내역	○ 소피아 시내에서 연간 발생하는 약 41만 톤의 폐기물을 MBT 처리하여 연간 18만 톤의 RDF 생산(발열량 12.0~14.0 MJ/kg) ○ 폐기물 처리 절차 - Yana village(폐기물 처리장 및 MBT 전처리 설비) - Dolni Bogrov Village(퇴비 및 생화학 가스 에너지 생산 설비) - Toplofikacia Sofia(RDF를 활용한 열병합 발전) * RDF에서 생성된 폐기물 연로는 소피아 Toplofikacia에서 난방을 위해 사용 될 예정
프로젝트 일정	{구축계획} ○ 1단계 : Technology selection, site selection and principal design of the plant - 1단계는 이미 KIDSF(Kozloduy International Decommissioning Support Fund) 기금 EUR 1.5백만을 활용하여 마무리 됨 - 초안 설계(Draft Design)는 마무리 된 상황 ○ 2 단계 : Engineering & Construction of the RDF plant - 2016 상반기 엔지니어링 및 건설 입찰 발표 예정 - 엔지니어링 및 건설 입찰과 함께 발표될 예정
특기사항	- 불가리아 정부는 EU 환경 지침 중 쓰레기 재활용 목표 달성을 위해 지속적으로 폐기물처리 설비를 지속적으로 발표할 계획임 - 도시고형폐기물(MSW) 규모가 가장 많은 소피아市の RDF를 활용한 열병합 발전소 건설 프로젝트이며 엔지니어링과 건설 입찰이 하나의 Tender로 발표될 가능성이 큼

프로젝트명	플로브디프-부르가스 구간 철도개보수 및 교통신호 시스템 구축 프로젝트
국가/지역	불가리아 / 플로브디프
발주처명	NRIC(National Railway Infrastructure Company)
프로젝트 단계	세부계획
발주규모/방식	3억 662만 달러 / 국제입찰
프로젝트 세부내역	○ 프로젝트 구축 세부내역 - Construction of fiber optic cable along the line Plovdiv - Burgas - Elimination of level crossings and construction of overpasses / underpasses railway station Plovdiv-Burgas - Construction of signaling systems on the railway line Plovdiv-Burgas(ETCS level 1 version 2.3.0d) - Rehabilitation of the railway section Plovdiv-Orizovo - Modernization of railway station Orizovo-Mihaylovo - Modernization of railway station Yambol-Zimnitsa in Zavoy stations - Reconstruction of the rail signaling line development in station Zimnica - Rehabilitation of the contact network stations Zimnica-Tserkovski incl. Straldzha station - Rehabilitation of the railway section Straldzha-Tserkovski - Repair of buildings and facilities within the station complex Karnobat - Construction of protected forest belts the stations Chernograd-Ajtos - Implementation of interlinking systems in the area Karnobat-Burgas
프로젝트 일정	[구축계획] ○ 1단계 : 타당성 조사 - 1단계 타당성 조사 및 초안 설계는 Trakia Consult Consortium이 선정됨 ○ 2 단계 : 설계 및 시공업체 선정 입찰 예정 - 발주처는 플로브디프-부르가스 구간 철도개보수 및 교통신호 시스템 구축사업자 선정을 위한 입찰을 발표할 예정
특기사항	- 불가리아 정부의 플로브디프-부르가스 구간의 철도시설 개보수 및 교통신호 시스템 구축은 한국의 경부선 핵심구간 철도 개보수 및 교통신호 시스템 구축 사업임 - 불가리아 정부는 2014-2020년 기간 OP(Operation Program) “Transport”에 할당된 EU기금과 정부 예산을 투입하여 철도시설과 인프라 구축을 추진한다는 계획임

□ 크로아티아

프로젝트명	크로아티아 LNG 가스터미널 구축 프로젝트
국가/지역	크로아티아 / 크르크섬
발주처명	LNG Croatia(크로아티아 가스공사)
프로젝트 단계	투자의향서 제출(2015년 12월 15일 기한)
발주규모/방식	405-630 백만 유로 / 공개입찰
프로젝트 세부내역	1. 프로젝트 목적 ○ 천연가스의 안전한 공급 및 유동성 확보 ○ 기존 파이프라인 네트워크 독립적 운영, 에너지 수출국가로의 변화 필요 (자국 생산 천연가스의 판매 다변화, 운영 효율화 창출) ○ LNG 터미널 확보를 통한 에너지 제반 산업 육성 ○ 중·남부 유럽국가, LNG 수요 증가에 따른 안전한 공급기지로서 크로아티아의 역할 기대 2. 범위(내용): EPC + Operation ○ Terminal configuration: Onshore tanks and vaporizers ○ Planned capacity: 4-6 bcm/year ○ Tank capacity: (full containment): 2 x 180,000 m3 ○ Size of LNG supply ships: 75,000-265,000 m3 ○ Regasification technology: SPV 3. 진행상황 ○ 2012년: LNG 프로젝트 발표 ○ 2013년: 사업타당성조사, 환경영향평가 실시 ○ 2014년 8월: EU-Funded 프로젝트로 EU본부에 신청 * 러시아-우크라이나 사태 등으로 서유럽 에너지공급 안정성을 높이기 위한 전략프로젝트로 부상 ○ 2014년 10월: EU Funded Project 및 Juncker's List에 포함 ○ 2014년 12월: EU본부에서 사업모델 컨설팅을 위해 4.9백만유로 배정(Grant) ○ 2014년 12월: 입찰준비 컨설팅 회사 선정 입찰(5개회사 입찰 참여) - E&Y, A.T Kearney 등이 참여하였고 E&Y에서 수주 ○ 2015년 1월 - 6월: 주변국으로부터 가스공급 및 사용관련 의향서 접수(Open Season for capacity booking and allocation) ○ 2015년 7월: 가스 수입 및 사용관련 계약
프로젝트 일정	○ 2015년 12월 15일 한: 투자의향서 제출 ○ 2016년 상반기(예정): 사업자 선정 PQ ○ 2016년 하반기(예정): 사업자 선정 및 EPC 계약 체결 ○ 2020년 완공(예정)

프로젝트명	크로아티아 e-School Program 프로젝트
국가/지역	크로아티아
발주처명	CARNet INSTITUTION
프로젝트 단계	프로젝트 컨설팅업체 선정 입찰 중
발주규모/방식	총 2단계 180백만 유로/공개입찰
프로젝트 세부내역	1. 프로젝트 목적 ○ 디지털 전자 교육 시스템 마련을 통한 교육 선진화 ○ 초고속 통신망 구축을 통한 저 개발 지역에 대한 교육 역량 강화 ○ e-School Program 기반하의 교육자 양성 ○ e-교육 콘텐츠 시장 활성화 2. 범위(내용) ○ 2015년부터 2022년까지 eSchools 플랫폼 기반 하에 초고속 통신망 및 장비 설치가 동 프로젝트의 핵심 목적 - eSchools 기본 플랫폼 구성: 1)e -Class Book 2) Schools 2.0 3) Nikola Tesla and Classroom of the future - eSchools 플랫폼은 현재 상기 3개 분야에 대한 기본 플랫폼이 완성되었으며, 네트워크 장비 및 기타 전자교육 자재와의 호환성을 감안 최종 플랫폼을 완성시키겠다는 계획임 1) e - Class Book - e-Class 어플리케이션을 활용한 교재 및 학교 행정 서류 일체에 대한 전자문서화 - e-Class 열람권자: 교직원, 학생, 학부모 * 동 어플리케이션을 활용, △교사들의 수업 교재 등재 및 학적관리 △학생들의 성적 조회 및 과제 열람 △학부모의 자녀 학적관리 조회 가 가능할 전망 * 현재 크로아티아 전체 학교의 30% 동 어플리케이션 활용 2) School 2.0 - 2013년 6월 크로아티아 정부의 ‘교육연구 정책’ 3대 핵심 과제 선정 - 크로아티아 아카데미연구 네트워크(Croatia Academic and Research network,CARNet)와 25개 학교와의 광통신망 구축을 통한 전자 교육 실시 - 도서지역 등 저 개발 지역 학교에 대한 중점 투자를 통해 교육 상향평준화 시도 - 2013년 9월 사업 개시 후 현재까지 도서지역을 포함 총 27개 초등학교 사업 운영 3) Nikola Tesla and Classroom of the future - 동 사업 전용 포털사이트(https://tesla.carnet.hr/)를 통한 수학, 과학, 생물학 등의 교육 실시 - 전자 수업을 위한 멀티미디어 시설 구축 ○ 발주처인 CARNet(크로아티아 교육부 산하 정부기관으로

	크로아티아 연구/학술 기관, 초중등학교, 교육부, 보건부 네트워크 운영)은 전자교육 확대를 위해 관련 통신네트워크 설치, ICT 기반의 교육 자재 구매를 계획하고 있음 -도심과 부도심간의 초고속 통신 네트워크 구축 -학교 정보 통합 관리를 위한 원거리 통신 및 무선인터넷 망 확장 -태블릿 등 개인용 IT기기 및 전자스크린 장비 구매 -클라우드 기반의 e-Servic, e-Content 개발 3. 진행상황 - 2013년 : e-School 플랫폼 계획 발표 - 2014년 : 기본 플랫폼 완성 및 일부 시범 사업 실시 초고속통신망 구축을 위한 네트워크 장비 및 IT 교육 부자재 구매를 위한 정부 조달 방안 마련 - 2015년 : 시범사업 전략 및 입찰 방안 마련 * 시범사업 대상 학교 150개 중 20개 학교에 tablet/laptop(약 800대) 전자칠판(30대) 제공 사업 입찰 완료(현재 5개 컨소시엄 입찰 참여, 평가 진행 중, 9월 계약 예정) - 2015년 7월: 20개 학교 대상 e-School 시범사업(교육 및 기술 솔루션) 추진 완료 - 2015년 11월: 150개 학교 대상 시범 사업 입찰 발표 예정
프로젝트 일정	현재: 150개 학교 대상 시범사업 입찰을 위한 컨설팅 업체 선정 입찰 중



작성자

◆ 구미팀 안 령 사원



Global Market Report 16-017

EU시장 특성에 따른 우리기업 진출 전략

발 행 인	김재홍
발 행 처	KOTRA
발 행 일	2016년 3월 18일
주 소	서울시 서초구 현릉로 13 (06792)
전 화	02) 1600-7119(대표)
홈페이지	www.kotra.or.kr

ISBN : 979-11-87219-20-0 (95320)

Copyright © 2016 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는

저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

Global Market Report

EU시장 특성에 따른 우리기업 진출 전략
