



MISSIONE IMPRENDITORIALE IN COREA Settore ICT Seoul + altra città, 23-29 aprile 2010

QUADRO GENERALE DELL'ICT

La Repubblica di Corea si colloca oggi al 13mo posto nella classifica delle economie mondiali. La straordinaria crescita economica del Paese ha pochi confronti a livello globale e la **ricerca scientifica e l'innovazione tecnologica** sono considerate tra le **principali "chiavi" del suo successo**.



La fiducia riposta nella **ricerca scientifica e tecnologica**, quale **motore della crescita economica** in un mercato sempre più competitivo è stata, malgrado la crisi economica internazionale, **confermata dal Governo**, che mantiene la previsione di portare nel **2012 gli investimenti in ricerca**, pubblica e privata, al **5% del PIL**.

Il supporto del Governo e del sistema industriale del paese al settore della ricerca e dell'innovazione tecnologica non hanno subito rallentamenti. Infatti, i finanziamenti pubblici alla Ricerca e Sviluppo sono cresciuti nel 2009, secondo la pianificazione finanziaria del Governo, del 10.8%, rispetto al consuntivo del 2008. In termini programmatici, gli orientamenti del Governo hanno portato a concentrare gli sforzi di R&S in settori specifici, selezionati ai fini di un miglioramento delle condizioni di vita e di un incremento di competitività e capacità innovativa dell'industria, sia in termini di consolidamento, sia di sviluppo di nuove tecnologie e processi.

Il Governo conferma inoltre la linea strategica di un'accentuazione dei rapporti tra S&T e mondo industriale, attribuendo un maggior peso in termini di finanziamento alla ricerca tecnologica in settori particolari. Le "core technologies" individuate dal Governo sono tecnologie dell'informazione, scienze della vita e tecnologie mediche, tecnologie ambientali, nanotecnologie, tecnologie energetiche, tecnologie aerospaziali.

Già nel luglio 2003 erano stati identificati in termini specifici, attraverso il Programma "Future Economic Growth Engines", 10 settori industriali prioritari, con finanziamento pubblico. I settori erano:

- Digital TV/Broadcasting
- Digital displays/technologies
- Intelligent Robotics
- Future automobiles, including hydrogen fuel cells autos
- Next generation semiconductors chips
- Next generation mobile telecommunications
- Intelligent home networking
- Digital content & software solutions
- New and renewable energies, including next-generation batteries
- New biomedicines, artificial organs and drug delivery systems

Con la definizione della u-IT839 strategy, il governo coreano tracciava ancora, nel 2004, le **linee guida della strategia che ha consentito al paese di mantenere la leadership attuale nei settori dell'ICT** già acquisiti, (LCD, primo produttore mondiale, telefonia mobile, di cui è al secondo posto al mondo per produzione, semiconduttori, di cui è terzo produttore al mondo, ecc..) e conquistare posizioni su quei settori in cui non aveva ancora delle leadership (IT convergence, software embedded, robotica, ecc..)

Si vede bene come le strategie e scelte del Governo coreano, nella individuazione dei settori primari, oggetto di forti finanziamenti, si siano orientate in gran parte verso le tecnologie informatiche delle comunicazioni.

Per arrivare ad oggi, a titolo di esempio, il **Governo coreano ha lanciato il progetto "Green IT"**, che ambisce a **far diventare il paese uno dei principali player mondiali nel promettente mercato della Green Technology**. Il progetto è stato annunciato nel luglio di quest'anno con una dotazione finanziaria, nell'arco dei prossimi 4 anni, pari a 9.5 mld USD per lo sviluppo di nuove tecnologie "green". E ancora il progetto "IT Korea 5 Future Strategies", annunciato ad inizio settembre, che prevede un investimento complessivo di 150,25 mld USD dal 2009 al 2013, per promuovere i settori della IT Convergence, Software, Core IT, comunicazioni e Internet.

MISSIONE IMPRENDITORIALE IN COREA Settore ICT Seoul + altra città, 23-29 aprile 2010

Da ciò si può dedurre come il ruolo del governo coreano sia centrale nella scelta dei settori ritenuti strategici per lo sviluppo dell'offerta ICT della Corea



PERCHÉ UNA MISSIONE DI AZIENDE ITALIANE DELL'ICT NELLA REPUBBLICA DI COREA

Sulla base delle stesse dichiarazioni di autorevoli enti, agenzie, centri di ricerca, coreani, operanti nell'ambito dell'High-Tech, e' noto che **le società produttrici coreane**, anche le più sviluppate, **eccellono nell'adattamento e utilizzo delle tecnologie applicate nel settore dell'high-tech, per cui sono ormai conosciute e diffuse in tutto il mondo, ma sono ancora carenti nella ricerca, nonostante i fortissimi investimenti governativi a sostegno.** Questa carenza li porta perciò ad acquistare a caro prezzo tecnologie da paesi terzi, soprattutto Giappone e USA. Questo vale anche per certi comparti dell'ICT in ambiti all'interno dei quali l'Italia e certe sue eccellenze del settore potrebbero andarsi a posizionare, sia in termini di cessione di tecnologie non ancora sviluppate dal paese o di determinati prodotti dell'ICT che la Repubblica di Corea non produce ancora.

Al di là delle opportunità prima descritte, occorre anche rilevare come **in Italia manchino strategie condivise che portino alla immediata commercializzazione di prodotti realizzati attraverso la ricerca**, mentre nel paese che qui si considera, le strategie vengono orientate in quel senso. Infatti, la finalità ultima delle scelte strategiche del paese orientale è quella di realizzare nuovi prodotti immediatamente commercializzabili ed esportabili.

La possibilità di cooperare con le aziende coreane allo sviluppo di nuovi prodotti consentirebbe il vantaggio di beneficiare della comprovata capacità di portare i propri prodotti su tutti i mercati, sviluppando congiuntamente, in partnership, progetti/ricerche/prodotti.

La disponibilità di fondi/finanziamenti governativi per gli enti e le aziende coreane può diventare un beneficio per le aziende italiane in grado di proporre competenze, metodologie, tecnologie ed esperienze di cui la Corea lamenta la carenza.

In definitiva, l'ottica con cui le aziende italiane del settore devono guardare al mercato della Corea deve orientarsi verso due direttrici.

In primo luogo quello di potersi collocare all'interno di nicchie del settore ICT dove il paese denuncia carenze, ad esempio software per l'automazione e robotica ed altre tipologie di software non ancora prodotti e/o sviluppati nel paese.

Nel medio/lungo periodo, invece, le società italiane devono orientarsi verso una collaborazione tesa allo sviluppo di sinergie che portino alla realizzazione di prodotti/progetti condivisi esportabili, anche attraverso il marketing coreano, sul mercato globale del Sud, sia sul mercato interno che, soprattutto, per le esportazioni, le cui correlate azioni di marketing vengono finanziate con fondi governativi, erogati ad agenzie ed enti a questo preposti.