

Hyundai: il futuro è già qui

“Modernità”: questo il significato di “Hyundai” in lingua coreana. La nascita di Hyundai Motor Company risale al 1967: fondata da Ju-Yung Chung (padre dell’attuale Chairman & Ceo Mong-Koo Chung), che lavorava agli inizi sostanzialmente come assemblatore licenziatario di un modello Ford. È nel 1974 che Hyundai decide di sviluppare integralmente la prima automobile: la Pony, che diviene presto un modello di durevole successo, grazie anche al contributo del design italiano firmato da Giorgetto Giugiaro.

La spinta alla continua evoluzione, la curiosità verso il futuro, lo spirito sempre teso all’innovazione hanno portato Hyundai ad affermarsi, in soli 50 anni, fra le maggiori case automobilistiche a livello globale. Con 110mila dipendenti, Hyundai è presente in tutto il mondo con 8 stabilimenti produttivi e 7 Centri R&D: quella di Ulsan in Corea del Sud è la più grande fabbrica di auto al mondo. In Europa, Hyundai conta 2 fabbriche in Repubblica Ceca e Turchia, 2.100 showroom e genera 155mila posti di lavoro (tra occupazione diretta e indotto).

Guidata dal Presidente Joon Seo Lee e dal Managing Director Andrea Crespi, Hyundai Motor Company Italia nasce nel 2008 come filiale italiana della Casa automobilistica sudcoreana. In Italia, forte di una rete di 115 concessionarie, Hyundai rappresenta circa il 2,6% del mercato, con oltre 50mila esemplari venduti (dati Unrae 2019). Il suo successo deriva principalmente da due fattori. Il primo riguarda un’offerta commerciale di valore, che coniuga una gamma di prodotti equilibrata e di qualità a stile, tecnologia, servizi e sicurezza, il tutto ad un prezzo sempre interessante. Il secondo risiede su una strategia “Europea”, che con il tempo ha saputo rivoluzionare tutta l’im-

agine del brand: il 90% delle Hyundai commercializzate in Italia sono disegnate, sviluppate e costruite in Europa, specificamente per il pubblico del continente e per questo incontrano, ogni giorno di più, il gusto e il consenso degli automobilisti.

L’essenza e l’identità di Hyundai sono racchiuse nella visione «Progress for Humanity». Il brand è infatti spinto dal desiderio di creare progresso continuo per l’umanità, investendo in innovazione e tecnologie che pongono al centro le persone e la loro vita.

Già oggi Hyundai è la casa automobilistica con la più ampia gamma di motorizzazioni elettrificate sul mercato, che può vantare tutte le possibili soluzioni tecnologiche per una mobilità sostenibile: full hybrid e full electric con il Suv compatto Kona e Ioniq, plug-in hybrid con Ioniq e ibrido leggero con il Suv best-seller Tucson, Nuova i20 e Nuova i30, a cui si aggiunge il full hybrid e il plug-in hybrid della nuova Santa Fe, e la tecnologia fuel cell con il Suv a idrogeno Nexa.

La crisi che ha colpito il settore automobilistico a livello globale a seguito della pandemia da Covid-19 non fermerà il piano strategico di Hyundai per il futuro: il ruolo dell’elettrificazione è centrale, e continuerà ad esserlo, nella strategia di crescita del brand, che vede importanti investimenti nel settore. A fine 2020 quasi il 90% della gamma Hyundai in Italia sarà elettrificata, mentre a livello di Gruppo, Hyundai ha pianificato un investimento nella “future mobility” di 47 miliardi di euro con l’arrivo di 44 modelli elettrificati entro il 2025. Il piano include tutte le tecnologie di elettrificazione e un impegno sull’idrogeno, tecnologia per cui Hyundai ha stanziato 6,7 miliardi di euro in investimenti entro il 2030.



Come spesso ama ricordare il nostro Ambasciatore Federico Failla, “Italia e Corea del Sud sono due Paesi che si attraggono naturalmente, ma senza saperlo! Questo per sottolineare un gap di conoscenza reciproca che contraddistingue i rapporti tra i due Paesi: da un lato la Corea, schiacciata dalla dimensione e dalla storia di due vicini “ingombranti” come Cina e Giappone, dall’altro l’Italia che viene tipicamente percepita come un piccolo e piacevole Paese europeo, laddove il riferimento culturale cui i coreani guardano maggiormente, al di fuori dell’Asia, è rappresentato dagli Stati Uniti”.

Presidente Fussi, quale ambiente si deve attendere un imprenditore o azienda italiana che vuole avere rapporti commerciali o investire in Corea del Sud?

Dal termine della Guerra di Corea si sono susseguiti governi stabili che hanno tipicamente portato a termine i loro mandati (cinque anni) ed oggi l’indebitamento pubblico è “solo” al 40% sul Pil con un rating AA, migliore di quello di economie più grandi in Giappone ed in Cina.

La capitale Seoul, nonostante i suoi circa 20 milioni di abitanti, risulta stabilmente tra le 10 global cities più sicure al mondo.

La Corea del Sud è da 3 anni al primo posto nell’indice di Innovazione dei paesi stilato da Bloomberg, al primo posto nella spesa in R&D sul prodotto interno lordo (superiore al 4,5%), al primo posto per quanto riguarda il numero di laureati nella popolazione tra i 25 e i 35 anni (70%) ed infine al primo posto al mondo per quanto riguarda la connettività e la velocità di Internet.

Va infine ricordato come negli ultimi 10 anni la Corea abbia portato a termine una serie di accordi bilaterali di libero scambio (Free Trade Agreements) con 55 Paesi. Questo non significa l’abbattimento delle tasse di importazione in Corea, ma una certa e logica armonizzazione reciproca.

Precisi programmi di incentivi per le aziende estere

Nostra intervista a Francesco Fussi, Presidente Camera di Commercio Italiana in Corea del Sud

Esistono particolari agevolazioni o zone speciali per gli investitori esteri?

Esiste un preciso programma di incentivi per aziende straniere che vogliono investire in Corea riservato ad investimenti in particolari settori strategici oppure in particolari aree geografiche del paese in via di sviluppo.

Sono state individuate ad oggi 8 aree geografiche, le cosiddette Free Economic Zones (Fez) e 5 macro aree di sviluppo le cosiddette Future Growth Industries, specificatamente: Mobilità del futuro, Fonti di energia rinnovabili, IoT applicato agli elettrodomestici, Biomedicale e Semiconduttori e Displays.

Gli incentivi in questi casi possono riguardare contributi fino al 50% per le spese di ricerca e sviluppo, l’esenzione delle tasse di importazione sui beni e delle tasse regionali per un certo periodo, la riduzione o l’esenzione delle tasse sulla persona per i dipendenti stranieri, l’erogazione di prestiti agevolati o a fondo perduto, sino a particolari condizioni per l’affitto dei locali.

Come la pandemia mondiale ha cambiato i comportamenti ed il modo di fare business in Corea del Sud?

La Corea è stato uno dei primi paesi ad essere colpito dall’emergenza covid-19, ma anche uno dei primi ad avere reagito con successo. Ancora oggi con, circa 100 nuove positività al giorno, il sistema non viene ritenuto completamente sotto controllo, in particolare l’aver circa un 20% di casi non tracciabili viene considerata una potenziale causa di instabilità.

Pertanto, nonostante i numeri del contagio siano fortunatamente bassi, “vi sono ancora restrizioni circa l’apertura di determinati locali ed attività, l’obbligo di mascherina nei luoghi pubblici, mentre molte aziende si sono organizzate e ricevono incentivi per promuovere lo smart working.

Le previsioni circa l’andamento dell’economia coreana sono migliori che in molti altri Paesi. Si prevede infatti per il 2020 una contrazione del Pil nell’area del -1%.

In questo contesto le industrie che hanno beneficiato maggiormente della situazione creata sono evidentemente quelle legate al business non face-to-face, come quello della elettronica di consumo, degli acquisti on-line delle consegne a domicilio ed in generale dalla salute.

Quali sono secondo lei i settori su cui investire oggi in Co-

rea del Sud?

I settori per i quali oggi l’Italia vanta già un credito iniziale riconosciuto sono quelli del Food & Beverage, dove però c’è ancora molta strada da percorrere, e quello del Fashion & Luxury sia per quanto riguarda l’abbigliamento che per quanto riguarda le auto sportive.

Settori che riteniamo abbiano un notevole potenziale da esprimere sono quello del Turismo e più in generale quelli legati alla conoscenza ed apprezzamento della Cultura e dell’Arte italiana.

Rivolgendo invece lo sguardo a cosa oggi la Corea può offrire ad un investitore italiano alla ricerca di competenze specifiche, di clusters industriali di successo, va ricordato come la Corea sia leader al mondo nella produzione di Semiconduttori e Displays ed abbia una quota superiore al 40% nella cantieristica Navale e nella produzione di Abs, una delle materie plastiche di maggiore diffusione.

Va poi segnalata la presenza di ben 3 tra i principali 7 produttori mondiali di Batterie un ruolo di avanguardia nello studio delle celle a combustibile liquido e della tecnologia 5G, un ruolo crescente nella produzione di Cosmetici ed un consolidato tessuto industriale nella produzione di Automobili, Macchinari e Robots.

Quali sono le strategie messe in campo dal Governo per fronteggiare la situazione pre e post Covid-19 in Corea del Sud?

Quali sono le strategie messe in campo dal Governo per fronteggiare la situazione pre e post Covid-19 in Corea del Sud?

Come detto, il governo coreano ha dato subito prova di capacità per un’efficace gestione della pandemia e già in Aprile 2020 varò un piano molto sostanzioso per complessivi 50mld di dollari (pari a circa il 3% del Pil) a sostegno della propria economia.

Questo piano è poi stato ulteriormente sviluppato e ribattezzato nel mese di luglio 2020 in “Korea New Deal” dal Presidente Moon Jae In.

Il piano si annuncia come il più grande investimento programmato nella storia della Repubblica coreana “destinato a segnare il futuro delle prossime generazioni” e consiste in investimenti pubblici nell’ordine di 130mld di dollari (pari all’8 % del Pil) nell’arco dei prossimi cinque anni e verte su 3 pilastri: “Green”, “Digital” e “Human”.

INDICI DI GLOBAL COMPETITIVENESS E LIBERTÀ ECONOMICA (COREA DEL SUD)

	2017		2018		2019	
	Val (0 - 100)	Pos. 137 paesi	Val (0 - 100)	Pos. 140 paesi	Val (0 - 100)	Pos. 140 paesi
GCI	5,1	26	78,8	15	79,62	13
Sub indici						
Requisiti di base (%)	5,8	16			87,67	4
Istituzioni (25%)	4	58	65	27	65,76	26
Infrastrutture (25%)	6,1	8	91	6	92,09	6
Ambiente macroeconomico (25%)	6,6	2	100	1	100	1
Salute e Istruzione Primaria (25%)	6,3	28	96,1	19	99	8
Fattori stimolatori dell’efficienza (%)	4,9	26				
Alta Istruzione e Formazione professionale (17%)	5,3	25	73,6	27	74	27
Efficienza del mercato dei beni (17%)	5	24	56,2	67	56,06	59
Efficienza del mercato del lavoro (17%)	4,2	73	62,4	48	62,89	51
Sviluppo del mercato finanziario (17%)	3,9	74	81,4	19	84,37	18
Diffusione delle tecnologie (17%)	5,6	29	91	1	92,84	1
Dimensione del mercato (17%)	5,5	13	78,5	14	78,9	14
Fattori di innovazione e sofisticazione (%)	4,8	23				
Sviluppo del tessuto produttivo (50%)	4,9	26	71,6	22	70,47	25
Innovazione (50%)	4,8	18	78,2	8	79,05	6

Fonte: Elaborazioni Ambasciata d’Italia su dati World Economic Forum – Global Competitiveness Index.
Note: La percentuale tra parentesi indica il peso della voce nella composizione dell’indice / sub indice.

Quali sono secondo lei i settori su cui investire oggi in Co-