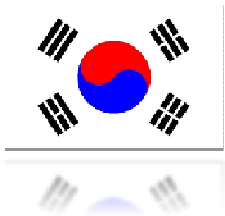


# 유럽의 무역환경 변화와 한국기업의 대응

2011.3.2

KOTRA



# 목 차



유럽, 되돌아 본 2010년



2011년 유럽시장



유럽시장의 Winner가 되는 길



# I. 유럽, 되돌아 본 2010년

## ✓ 유럽을 휩쓴 재정위기: PIGS + Ireland

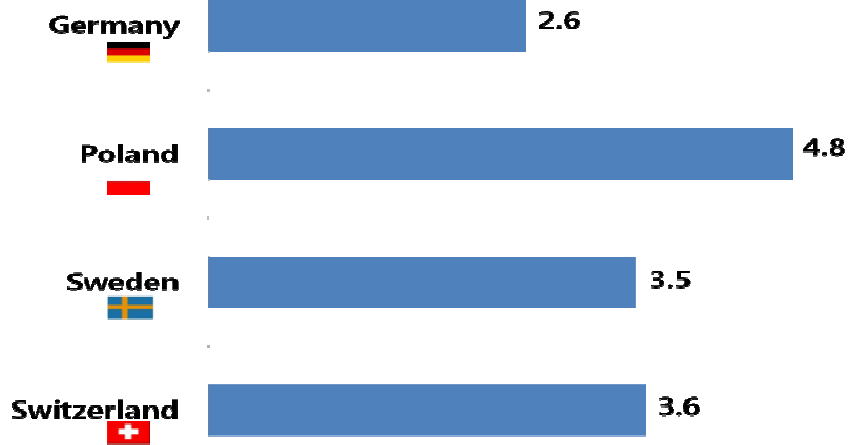
글로벌 금융위기에 이은 재정위기가 유럽을 강타



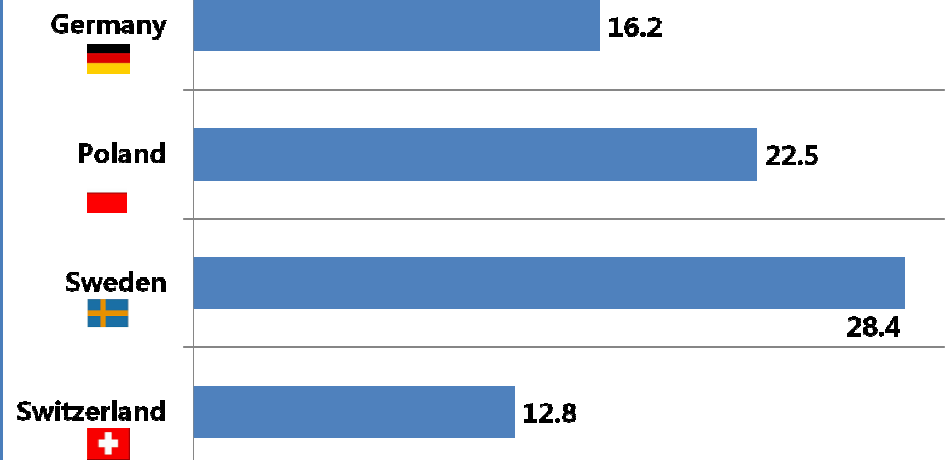
- IMF+EU, 그리스와 아일랜드에 구제금융 지원
  - 그리스: 1,200억 유로 지원 (2010.5.2)
  - 아일랜드: 850억 유로 지원 (2010.11.21)

# √ 위기를 탈출하고 있는 국가 : 독일, 폴란드, 스웨덴, 스위스

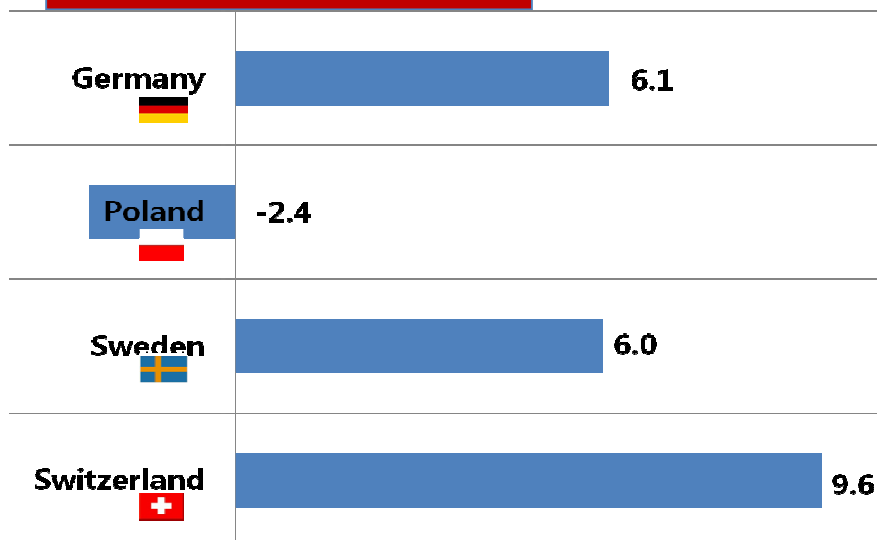
## 경제성장률(%)



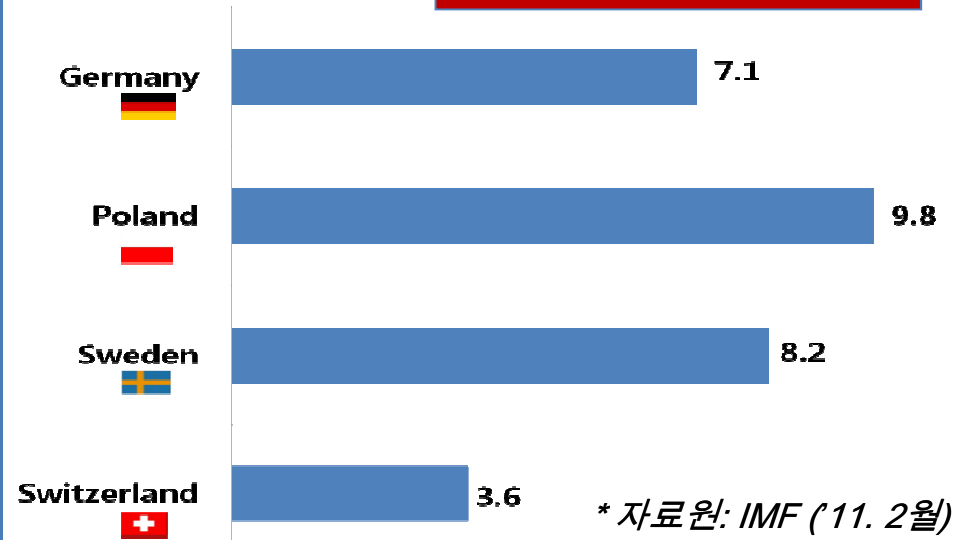
## 수출증가율(%)



## 재정적자(%)



## 실업률(%)



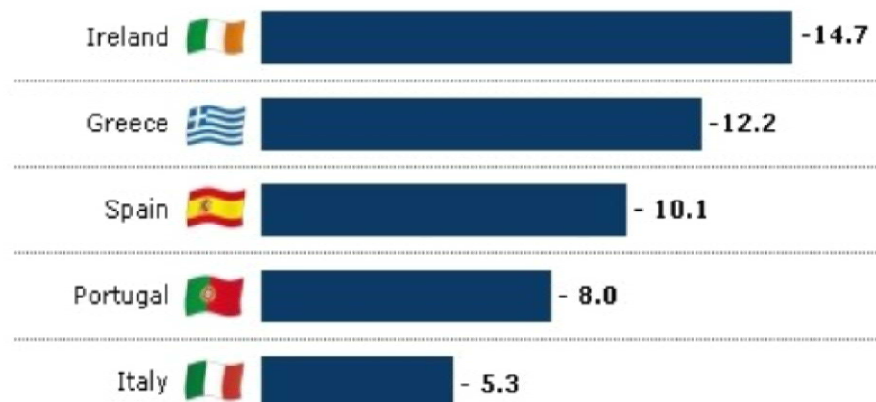
\* 자료원: IMF (11. 2월)

## √ 아직도 위기속의 국가 : 그리스, 포르투갈, 아일랜드

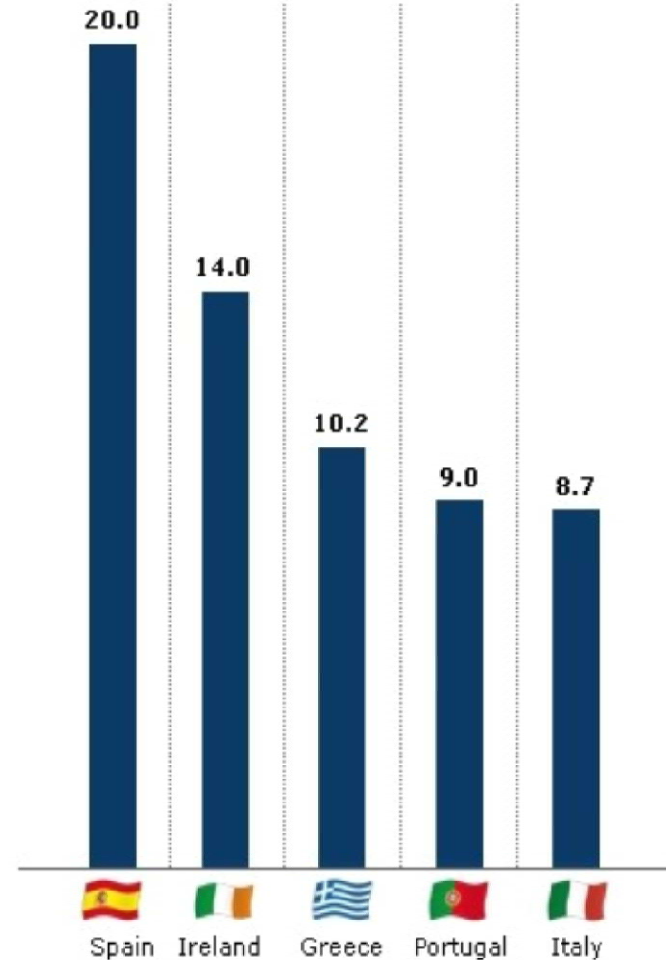
공공부채(%)



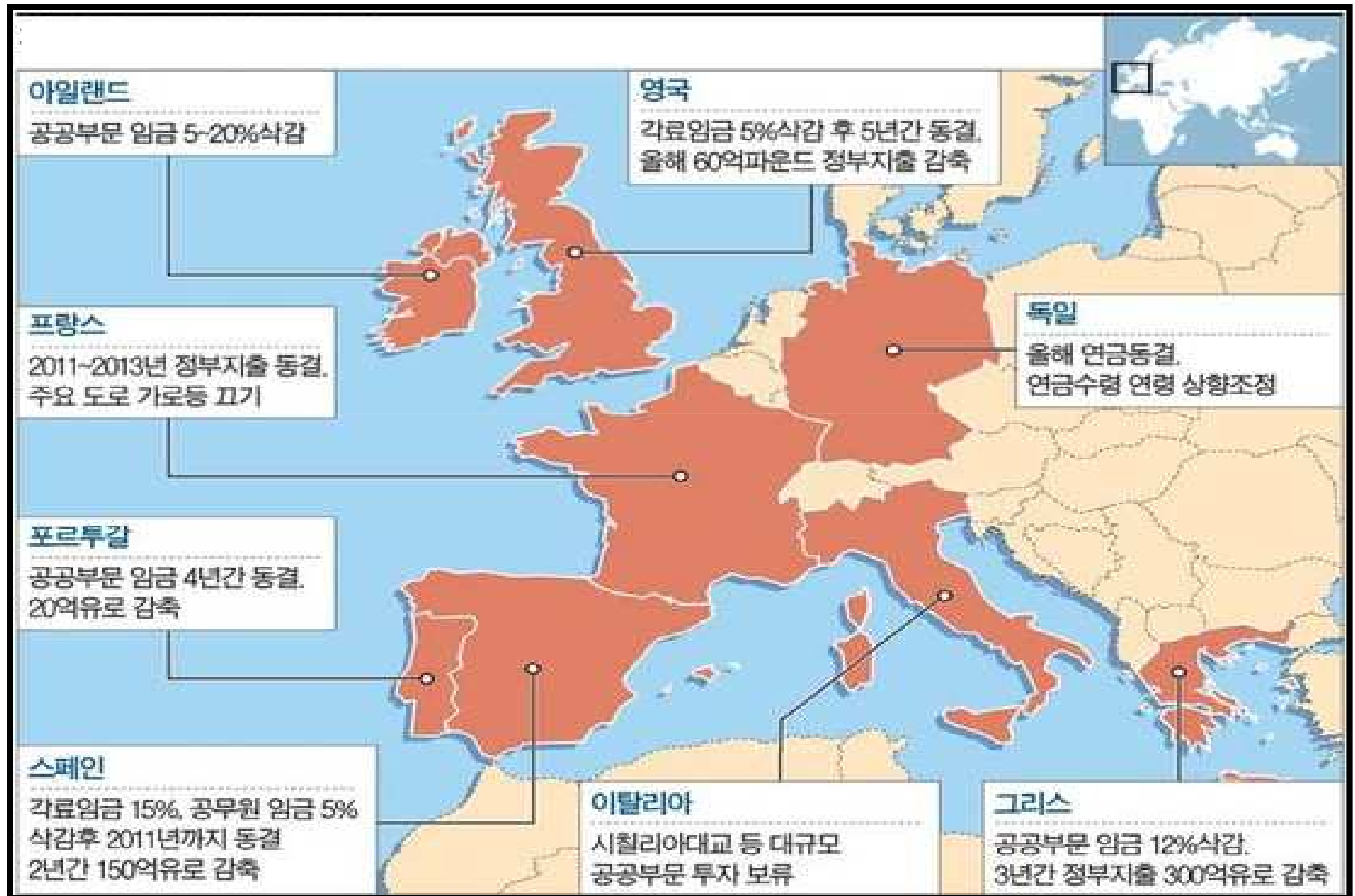
재정적자(%)



실업률(%)



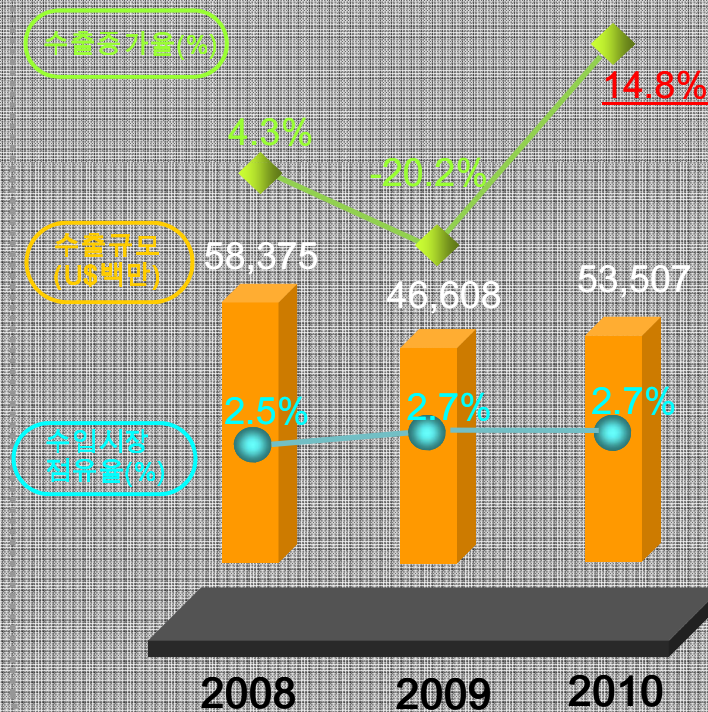
## √ 재정긴축은 아직도 진행 중





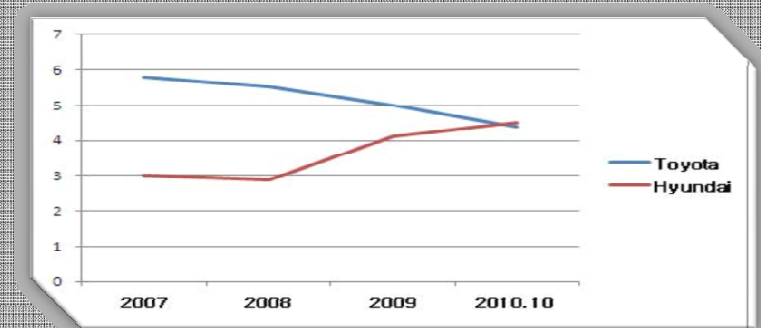
# √ 한국상품, 어려운 여건에도 선전

- 주력품목 간 명암차 존재
  - 호조 : 승용차, 자동차부품, 의료용기기
  - 부진 : 무선전화기, 모니터



- 한국 완성차, 도요타를 제치고 유럽 시장 점유율 4.5% 달성

현대·도요타 유럽시장 점유율 변화추이('07-'10)



- 삼성전자, '10년 3분기 서유럽 스마트폰 시장 점유율 10.9% 기록







## II. 2011년 유럽시장

## ✓ 호재와 악재가 혼재한 가운데 완만한 회복세

- '10년: 1% 후반대 성장세, '11년: 완만한 회복세 지속
  - 호재: 세계경제 회복세, 신흥시장 성장가속화
  - 악재: 회원국 긴축 재정, 보호주의 및 남유럽 재정위기

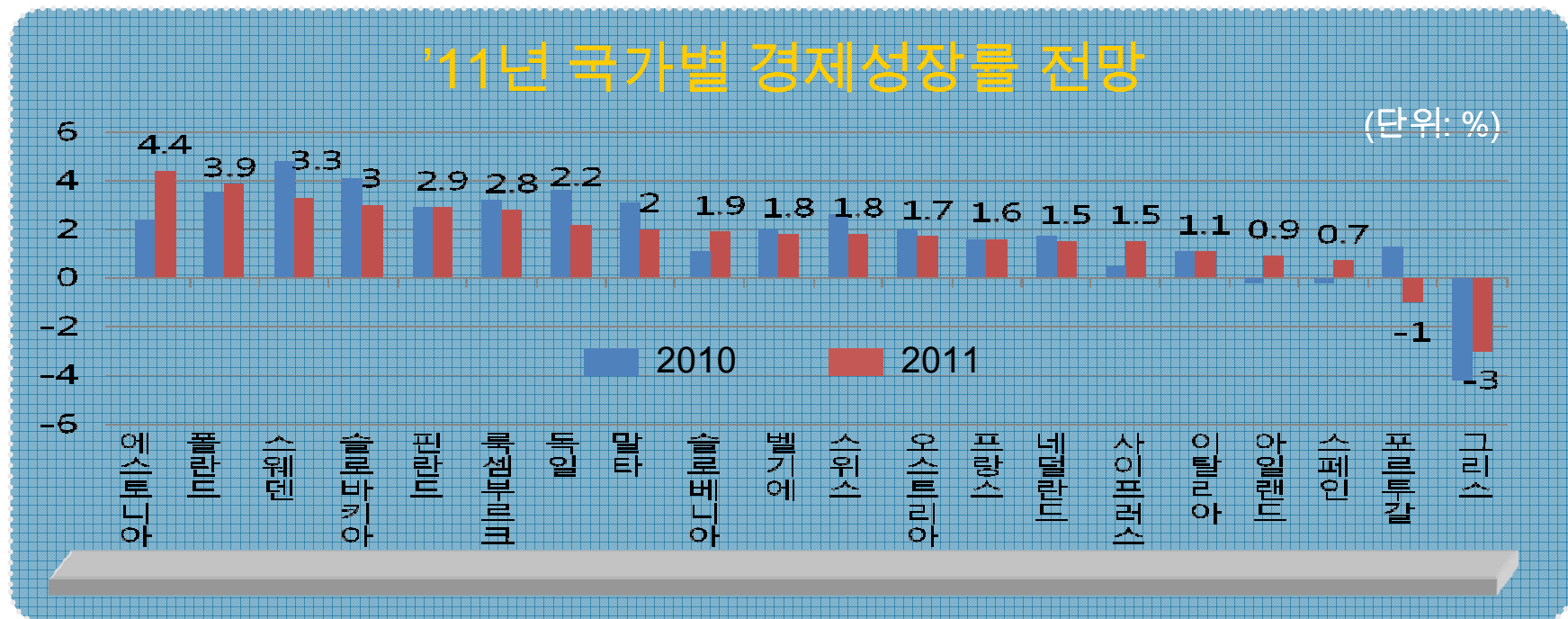
### 주요기관별 유로존(17개국) 경제성장률 전망

(단위: %)

	2010년	2011년
유럽중앙은행(ECB)	1.6	1.4
IMF	1.7	1.5
EU 집행위	1.7	1.5
Economist	1.6	1.4

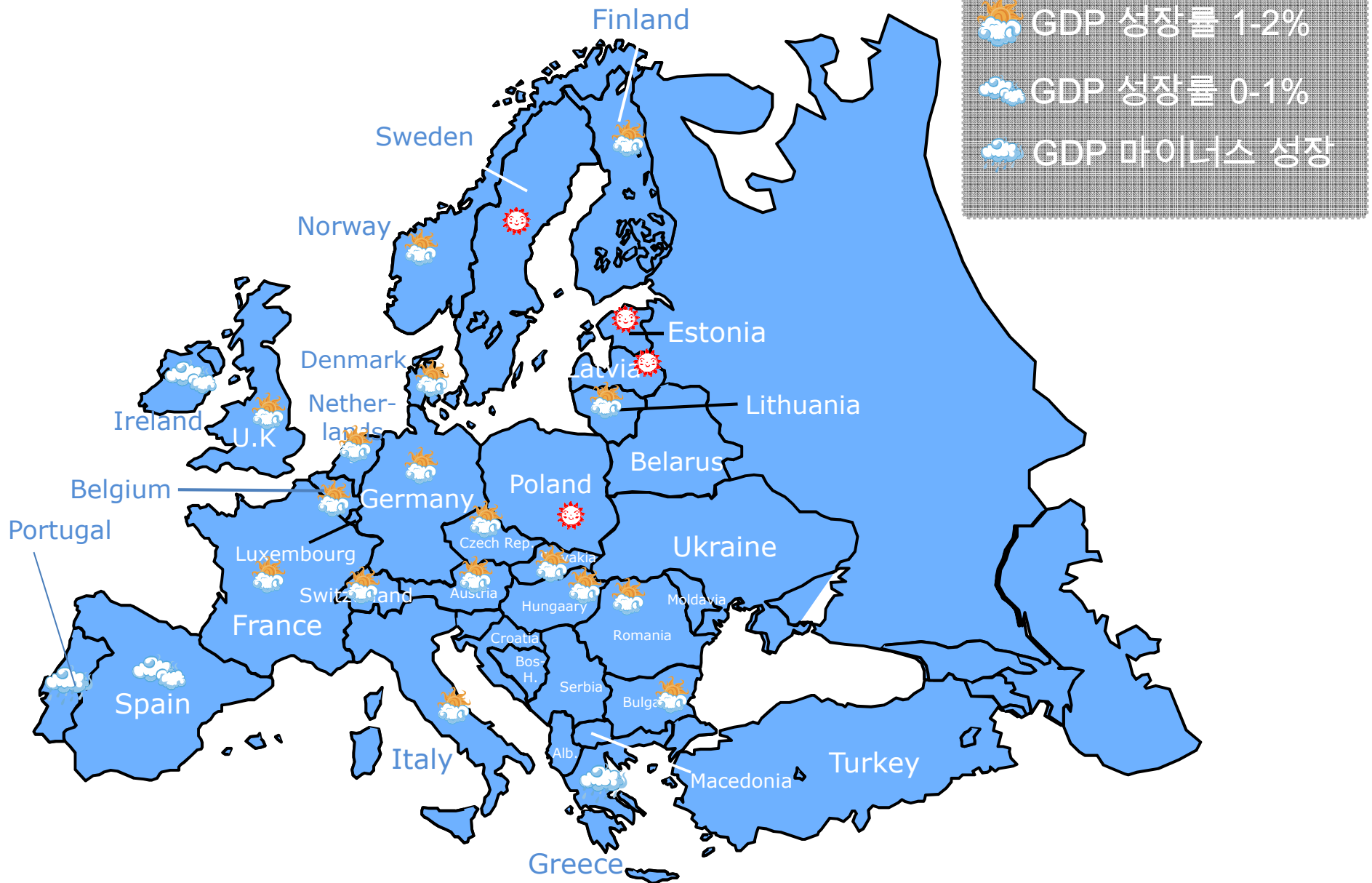
## √ 산업경쟁력에 따라 성장의 양극화 현상

- 독일·스웨덴·폴란드 등 수출확대를 기반으로 성장세 지속
- 그리스·포르투갈·아일랜드 등 계속 부진
  - 스페인·벨기에 등으로 확산 여부가 관건



\* 자료원: Eurostats ('11.2월)

# ✓ 2011년 유럽 경제기상도



## √ 경제주체들, 생존을 위한 변화와 혁신 중

### 정 부

- 공공부문 지출 축소, 복지 축소, 공공투자 축소
- 비용절감 위해 공공구매 방식 효율화

### 기 업

- 비용절감을 위한 전방위 경영효율화
- 비주력사업 매각, 전략적 제휴 확대 등 경쟁력 강화

### 가 계

- 정부 복지시혜에 의존하는 미래설계 한계 인식
- 환경·경제성을 따지는 'Better Consumption'

# √ 기업: 비용절감 등 다양한 방법으로 경쟁력 회복에 전력

## 독 일

- 단축근무제로 실업방지 및 경기회복 후 대비
- 주요 대기업 중심으로 R&D 강화 및 해외투자 확대
- 자동차 업계 향후 4년간 사상 최대인 120억 유로 해외투자예정

## 프랑스

- PSA Peugeot : 비용절감 3개년 계획 추진
  - '09년 33억 유로 비용절감에 성공, 생산성 및 수익성 제고
- Total : 비수익 사업 매각, 전략적 제휴 및 지분 참여
  - '10년 순익 103억 유로로 전년대비 32% 증가

## 스페인

- 정부지출이 활발한 중국·미국 등지로 생산공장, R&D센터 이전
- 신기술 보유 기업과 적극적인 전략적 제휴 추진
- 해외기업의 M&A를 통해 돌파구 마련

## √ 가계 : 합리적 소비로 불안한 미래 대비

### 독 일

- Homing : 가정에서 실속있게 즐기는“Homing”현상  
- 인테리어, 기호품 수요 증가
- Better Consumption : 그린 및 유기농제품, PL상품, 중고품 소비 증가

### 프랑스

- 착한 소비 : 기업의 사회기여도, 공정거래, 친환경성 제품 구매
- 가치 소비 : 온라인 쇼핑 연매출 25% 이상 증가
- 저가 소비 : 의류, 항공에서 시작된‘Low Cost’전략 자동차 등으로 확산

### 스페인

- 가격 중시 : 인터넷 쇼핑 매출 연 15% 성장
- 일본산 고가품 대신 한국산 관심 확대
- Low Cost 마케팅이 호텔•통신 등으로 확대



## ✓ 정부 : 공공지출의 효율화와 재정수입확충 박차

### 독 일

- 실업자 수당 일부 및 생활보호대상자의 부모수당(300유로) 폐지
- 실업자 보험료 산정요율 : 2.8% → 3.0% 인상
- 의료보험 기본 산정률 : 소득의 14.9% → 15.5% 인상

### 프랑스

- 연금수령 연령 2년 연장 : 60세 → 62세
- 공무원 수를 '20년까지 160만 명으로 30% 감원
- 해외 은닉재산의 국내 반입시 처벌 경감

### 스페인

- 부가세 인상 : 16% → 18%
- 공무원 임금 5% 삭감 ('10년), 동결 ('11년)
- 공기업 민영화 추진 (공항공사 49% 지분 매각 등)

# √ FTA 발효로 수출확대 호기

## ● 공산품 관세 양허가 우리측에 유리

- EU : 5년내, 한국 : 7년내 관세 완전철폐
- 3년내 조기철폐 : EU 99.4%, 한국 95.8%

구분		즉시	3년	3년내	5년	7년	총계
한	수입액	69.4	22.4	91.8	6.9	1.3	100
	품목수	90.7	5.1	95.8	3.7	0.5	100
E U	수입액	76.7	16.6	93.3	6.7	0	100
	품목수	97.3	2.1	99.4	0.6	-	100

## ● 시장규모 면에서 우리측 절대 유리

구분	EU	한국
GDP (\$)	16조	1조
수입규모 (\$)	3조 6,000억	4,250억

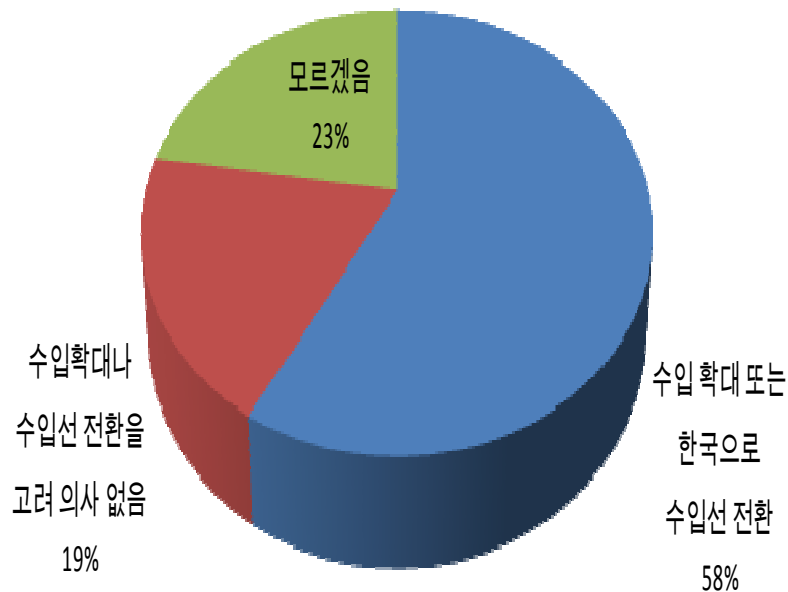
양국간 업종별 조기철폐비율(수입액 기준)

품 목		
 자동차부품	95.1%	72.2%
 전기전자	96.5%	97.8%
 섬유	92.8%	99.9%
 기계	81.7%	98.7%
 석유화학	87.3%	100%
 정밀화학	86.9%	100%
 철강	100%	100%
 비철금속	87.8%	100%
 생활용품	91.4%	100%

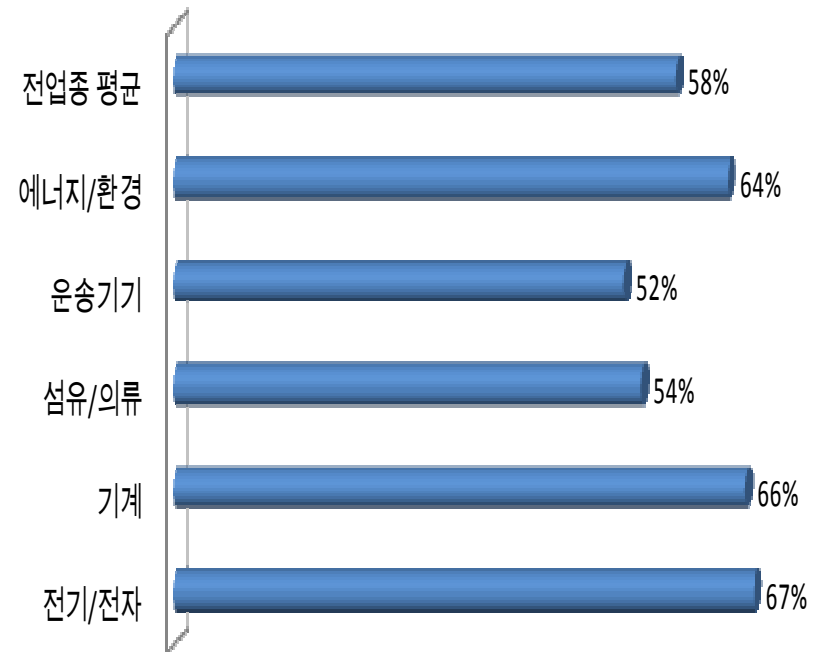
# ✓ EU 바이어, “반갑다 한-EU FTA”

‘바이어의 58%가 FTA 이후 대 한국 수입확대 또는 수입선 전환’

<FTA 발효 후, 對韓 수입확대 또는 거래선 변경고려>



<주요 업종별 확대 응답 여부>

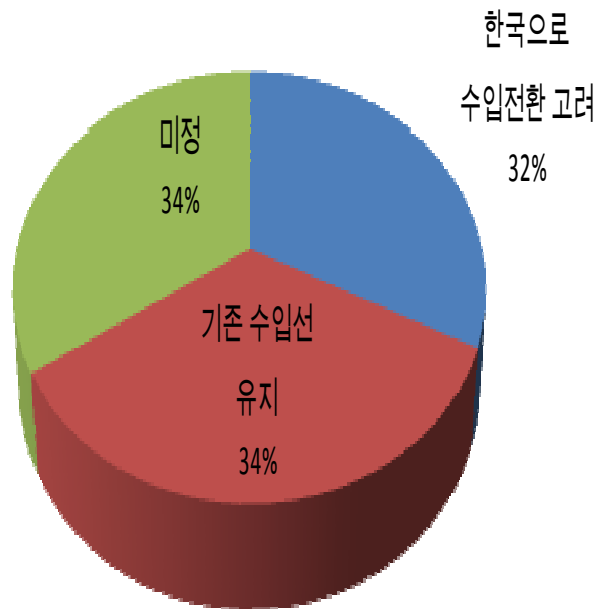


< KOTRA의 EU 바이어 342개사 대상 설문조사 결과('10.9 월) >

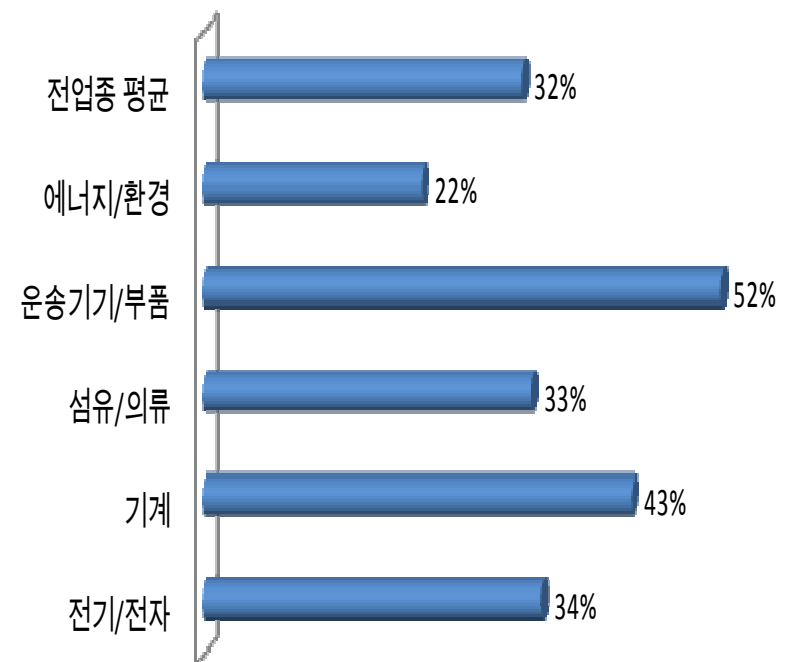
# ✓ 중국산 수입 바이어도 한국을 구매선으로 전환

‘중국산 수입 바이어의 32%가 한국으로 수입선 전환’

<對中 수입업체중對韓 수입으로 전환 검토 여부>



<업종별 中->韓 수입선전환 검토 비율>



< KOTRA의 EU 바이어 342개사 대상 설문조사 결과('10.9월) >

## √ 유력 바이어, FTA로 한국산 구매 5~15% 확대

기업명	업종 (‘10년매출액)	現관세율	양허유형	Buyer가 본 한국산 경쟁력	한국산 구매계획
Robert Bosch(독일)	자동차부품 (470억 유로)	2.7~ 4.5%	즉시 철폐	○ 안정성을 요구하는 민감한 제품군에서 중국, 일본산 보다 한국산을 더 신뢰	◇ 5~10% 구매확대
Miroglio (이탈리아)	폴리에스 테르섬유 (9억유로)	4%	즉시 철폐	○ 중국산 시장점유 급속히 증가 추세 ○ FTA로 가격경쟁 취약부분 일부 보전가능	◇ 10% 구매확대
Copaco (네덜란드)	TV (6억유로)	14%	5년 철폐	○ 필립스, Sony 등이 한국 제품과 경쟁중이나 한국산 강세 지속 ○ FTA로 학교, 기업, 공공기관 등 저가품 시장 진입 가능 전망	◇ 15% 구매확대
Ken GmbH (독일)	ABS수지 (5000만 유로)	6.5%	3년 철폐	○ 일본, 대만, 한국산 구매중 ○ 한국산의 안정적인 품질과 가격을 선호	◇ 10% 구매확대

\* 2011. 2월 EU의회 비준직후 인터뷰

A light gray world map serves as the background. The continent of Europe is highlighted in a solid orange color. A small orange rectangle is drawn over the central part of Europe, containing the word "Europe" in orange text. Other regions are labeled in gray: "United States" in North America, "China" in East Asia, "Jap" (Japan) in East Asia, and "South-East Asia" in Southeast Asia.

III. '11년 유럽시장의

Winner가 되는 길

# √ 7 Marketing Strategies로 유럽의 벽을 넘자

## Post-Crisis, 유럽 시장의 Winner

### 새로운 구매트렌드 등장

- 정부: 공공구매 효율화
- 기업: 對아시아 부품  
글로벌소싱 확대
- 가계: 실속위주의 소비  
패턴 확대

### EU의 경쟁력

- 세계 그린산업 선도
- 고도기술 및 원천기술 보고
- 동유럽 개발프로젝트

한-EU FTA 적극 활용



# 1 공공부문: 허리띠를 졸라매는 구매패턴 변화에 대응

## 유럽 재정위기, 공공구매 효율화 촉진



- 남유럽 재정위기·아일랜드 구제금융, 정부 구매에도 영향
- 자국·EU기업 위주의 조달시장을 아시아에도 점차 개방

- EU 조달시장 규모: 2.2조 유로  
- 총 GDP의 17.2%

- 독·영·불 3개국이 전체 시장의 50% 이상을 차지

- FTA 체결로 조달시장 진출여건 개선 및 참여기회 확대

- 과거 실적 요구금지
- 1,500만 SDR 이상 민자사업 개방으로 진출기회 확대

## 공항·항만 등의 시설투자 확대

- 교통의 중심지: 세계수준의 공항·항만 다수
- 노후설비 교체 수요, 비용절감/운영 효율화 프로젝트발주 증가

영국 Felixstowe 항구 LED 조명 시범설치 프로젝트 : 기존 조명타워를 LED 조명으로 교체

# 1 공공부문: 허리띠를 졸라매는 구매패턴 변화에 대응

## <대응전략>

### 다양한 유형의 소달시장에 주목

- 공항·항만 프로젝트에서 시작해 철도·의료 부문까지 확대중
- 영국 공공병원 설비기자재 구매, 사절단 방한 (4월)

### 일반 상품과 유사한 시장접근 및 사전준비

- 시장조사→현장방문→방한유치→신뢰구축→계약공급→A/S
- 기술규격, 인증제도에 철저 대비
- 역내기업과 동등한 실력을 갖춰야: A/S · 현지 물류망 확보

### <사례> 유럽 공항(London, Frankfurt) 기자재 공급 프로젝트

- '09년 Heathrow 공항 탑승교 납품 이후 국내기업의 진출이 활발
- Fraport: '15년 3터미널 신축, '11년 프로젝트 본격입찰 진행
  - 구매담당자 면담('10.2월) → 방한상담회('10.6월) → Fraport 상담회('10.11월)

## 2 기업: 합리적 구매를 위한 글로벌 Outsourcing 참여

### 생존을 위한 글로벌 소싱 확대

- 아웃소싱 세계시장 규모 U\$5천억('09년), Fortune誌 1천대 기업의 95%, 글로벌 아웃소싱 발주 中
- 한국기업에 대한 유럽 대기업의 관심도 고조



지역	자동차 업체		시기
뮌헨	Audi		7월
프랑크푸르트	GM-Opel		4월
	Benz		7월
	Ford Europe		3분기
파리	PSA		2월
밀라노	FIAT		2분기



#### ● Mercedes-Benz Auto Parts Plaza 최초 개최('11.7월)

- 프리미엄 완성차 메이커의 대명사 Mercedes-Benz와 최초로 납품상담회 개최
- 최근 글로벌 기업의 한국부품 선호도 최고조에 달해

## 2 기업: 합리적 구매를 위한 글로벌 Outsourcing 참여

### <대응전략>

#### 타겟기업에 대한 사전 철저한 준비

- 글로벌 기업의 납품업체 선정 평가기준은 매우 유사
- ☒ 품질의 안정성, ☒ 기술의 혁신성, ☒ 상호 커뮤니케이션 능력, ☒ 경쟁력 있는 가격, ☒ 적시공급 능력, ☒ 장기적인 성장 가능성 등

#### 시장별 차별화 전략을 구사해야

- OEM: 완성차의 구매정책·시스템 등록절차, 물류 등 현지 지원체제 구축, 규격 및 인증 취득
- A/S: 현지 부품전문 유통망 대상 판로 개척

#### Volkswagen 납품기업의 7대 필수조건 및 3대 우대조건

- 7대 필수조건: 1. 가격경쟁력 2. 기술경쟁력 3. 품질 및 물류 경쟁력  
4. 영어구사 직원 보유 여부 5. 구매수요 발생시 즉각 대응력  
6. 기술, 물류 요구사항 적시 충족 능력 7. 필요절차 조정능력
- 3대 우대조건: 1. 독어구사 직원 2. 독일거주 기술자 3. 유럽내 공장 보유여부

### 3 가 계: 똑똑해진(Smart) 소비자의 합리적 소비패턴 주목

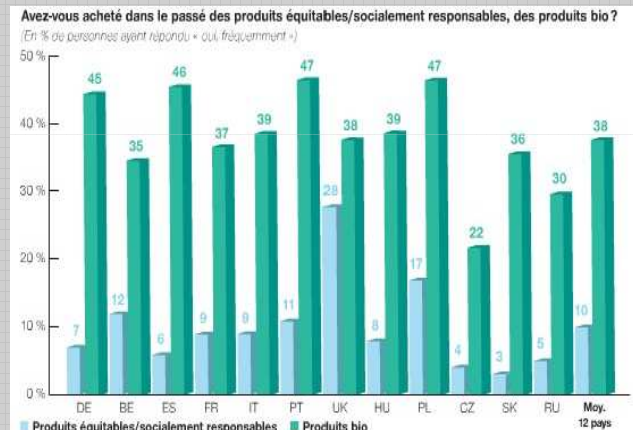
#### 재정위기 이후 민간 소비 트렌드 급변



- Smart Consumption: 단순한 소비보다 환경과 경제성을 우선 추구하는 소비 형태

- 환경의식이 소비에 반영, 그린상품 구매로 구체화
- 공정거래 시스템 하에 생산된 제품(Fair-Trade) 선호 추세

#### Bio/Fair Trade 상품 구매경험



#### 가정에서 안락함을 찾음: Homing

- 가족이나 친구를 집으로 초대 - 사회생활까지 가정에서
- 대체재 수요 증가: (영화관 대신) 평면 TV, (외식 대신) 에너지 절감형 오븐

### 3 가 계: 똑똑해진(Smart) 소비자의 합리적 소비패턴 주목

#### <대응전략>

##### 시장의 세분화 및 차별화

- 프리미엄: 디자인·품질을 바탕으로 고급백화점 등 고소득층 공략
- 중간제품: 지속성장중인 대형 유통망에 납품
- 저가제품: 브랜드 인지도가 낮은 중기제품을 위한 PL시장 진출

##### 틈새분야 적극 공략

- 진입장벽이 낮고 반응이 빠른 온라인 마켓 우선 Testing
- 환경보호 Concept을 가미한 아이디어 상품(절전형 콘센트 등)으로 승부

##### 구매유도를 위한 사전준비 철저

- CE·에코라벨 등 EU 규격 승인요건 충족
- 물류·A/S 체계 구축, 원산지 증명서 준비 등

## 4 환 경: 그린산업의 원조, 유럽과 함께 성장기회 모색

### The Hottest Industry: 뜨는 녹색산업



- 세계 신재생 에너지 시장, 지난 5년간 연평균 28.2% 성장
- EU, 재생에너지 분야 세계 1위: 전체의 39.3% 차지

- 세계 신재생 에너지시장
  - 총 1,620억불 규모('09년)
  - '20년 자동차산업 규모에 육박하는 1조불 규모로 성장

세계 신재생 에너지 생산량(GW)

구분	2008년	2009년
전체	210	305
풍력	121	159
태양광	13.5	21

### 세계 최고의 녹색기업들이 다수 포진

- 온실가스 배출량 감축 등 녹색기업에 친화적 분위기
- 각국 정부, 경기 회복을 위해 '그린 뉴딜(Green New Deal)' 정책 시행

\* 전세계 태양광 발전설비의 80%, 풍력 발전설비의 40%가 EU에 설치

- 태양광 기업: Roth & Rau(독), Centrotherm(독), Oerlikon Solar(스위스) 등
- 풍력 기업: Vestas(덴마크), Enercon(독), Siemens(독), Axiona(스페인) 등



## 4 환 경: 그린산업의 원조, 유럽과 함께 성장기회 모색

### <대응전략>

#### 녹색기업과의 다양한 협력방안 모색

- 풍력발전 시설당 8천 개에 달하는 부품수요로 인해 납품기회
- 기어박스, 컨버터, 전자부품 등 핵심부품 개발을 위한 기술협력 필요

#### 급성장 중인 해상풍력시장 공략

- 영국·덴마크·독일 등 시장 급속확산(EU 시장: '20년 40GW → '30년 150GW)
- 국내 조선·해양플랜트 등 연관산업 접목 가능

#### <사례> 한-EU Wind Power Plaza (2010.6.15-16, 함부르크)

- 풍력 글로벌 기업 40개사, 국내 납품기업 38개사 참가
- 아웃소싱 및 전략적 제휴, 공동 R&D 등 상담
  - 전략적 제휴: Siemens Wingery, 기어박스 생산 투자 검토 중
  - 기술이전: WMSC Wintec, STX 메탈 Nautilus 베어링 기술 이전 등

## 5 기술: 유럽의 원천기술 보유기업과 기술협력

### 유럽기업, 기술협력에 관심



- 주요기업, 전세계의 기업·인재·아이디어를 적극적으로 활용하는 개방형 혁신(Open Innovation) 전개

- 핵심기술 제외 대부분 아웃소싱
  - 기술이전, 공동개발, 합작투자 등 글로벌 Value Chain을 선호

- EU, 제조/부품 글로벌기업 다수
  - 자동차: Benz·BMW·PSA
  - IT: Siemens·Nokia·Ericsson
  - 제약/화학: Aventis·Bayer

### 위기 이후 유럽기업 M&A도 노려야

- 현지 시장확대 및 단시간내 선진기술 습득을 위한 지름길
- 중국기업의 유럽기업 인수: '역마르코폴로 현상' 대두

- 중국기업의 이탈리아 프라토 섬유 클러스터 인수 사례
  - 모직생산 클러스터가 '80년대 이후 중국 이민증가로 '이탈리아산 생산기지화'
  - 프라토 섬유 의류기업의 25%(약 200개사) 중국인이 운영, 원료 27% 중국 수입

## 5 기술: 유럽의 원천기술 보유기업과 기술협력

### <대응전략>

#### 조기부터 개발에 참여

- 단순 부품수출에서 벗어나 제품개발 단계부터 참여
- 글로벌 기업의 수요에 맞는 제품을 개발, 안정적 수출기반 마련

#### 정부 R&D 지원자금 활용

- 산업기술진흥원(KIAT) 등 R&D 지원기관과 협업체제 구축
- Opel Auto Parts Plaza 기술개발 섹션 추가 → 기타 완성차 메이커로 확대

#### <사례> 공동사업모델: OPEL-Korea 기술 개발 매칭 사업

- 글로벌 기업의 기술개발 수요를 발굴, 적합한 국내기업을 초기부터 매칭
  - 정부 R&D 자금을 지원하여 안정적인 수출시장 확보
  - 자동차 부품(Benz, Volkswagen, Fiat) 및 신재생 에너지 부문 시범 추진

## 6 동유럽 인프라 프로젝트 시장에 적극 참여

### EU, 신규 회원국의 인프라 개선을 위해 노력



- EU 집행위, 역내불균형 해소를 위해 3,474억 유로 배정
- 폴란드·루마니아 등 동유럽 인프라 프로젝트에 투입 => 기회

- 중동구 지역에 전체의 43%인 1,500억 유로 배정

- 승인기간내 미사용시 반납의무, 인프라 프로젝트 다수 발주

- 폴란드: EU 기준에 맞는 환경 인프라를 위해 673억 유로 배정

- 루마니아: Ilfov 플랜트 등 환경 플랜트 분야 SOC 프로젝트

### EBRD 프로젝트, 동유럽 진출을 위한 발판

- EBRD, 동유럽과 CIS 개발 프로젝트 3,400여건 추진
- 한국 수주건수 8건(2,500만 유로), 전체의 0.2%에 불과

EBRD 조달 프로젝트 국가별 수주현황(1993~2009)

	러시아	독일	오스트리아	이태리	프랑스	한국	계
규모(€백만)	2,353	1,331	864	821	542	25	12,199
계약건수(건)	256	371	169	126	136	8	3,415

## 6 동유럽 인프라 프로젝트 시장에 적극 참여

### <대응전략>

#### 경쟁력 있는 분야에 마케팅 역량 집중

- 유망분야 우선공략: 쓰레기 처리시설, 소각로 등 중소규모 환경 플랜트
- 프로젝트 발주처인 지방정부와 공기업 구매자가 공략 대상

#### 외부자금 조달방안 강구

- 현지정부도 프로젝트 자금의 25%를 자체 조달해야
- 자금조달 능력이 부족한 현지 정부는 이를 응찰 업체에 부담
- 우리기업: 국제 자금조달 능력에 제한 → EBRD 전략적 제휴

#### <사례> 루마니아 환경 프로젝트 수주지원 프로젝트

- 2015년까지 환경인프라 개선 프로젝트(총 56억 유로) 다수 추진
- 중소형 플랜트(소각로, 상하수도 등) 중심의 프로젝트 공급기회 다대
- 루마니아 환경부 MOU → 방한 상담회 → 1, 2차 현지상담회

## 7 한-EU FTA: EU시장 진출 확대의 Leverage로 활용

### 인증수출자 자격 사전취득

- 6,000유로 이상 EU 수출 시 관세청 인증수출자 자격을 취득해야
- 2011.7.1일 발효 전 취득해야 발효 즉시 관세혜택 가능

### FTA 선점효과 최대한 활용

- EU-경쟁국(중·일) FTA 체결 이전 적극적 시장개척 필요(최소 3년 이상 비교우위 선점)
- 예) 한-칠레 FTA 체결 효과, 中-칠레·日-칠레 FTA 체결 후 반감

### 강화된 가격경쟁력을 현지화로 연계

- EU 시장 : 역내교역 비중이 높고, 분업화·수직 계열화가 활발
- 특혜관세 적극 활용, 브랜드·물류·A/S 개선 등 현지화(Glocalization) 추진

## 참고 : 한-EU FTA 관세 양허 확인 방법

[www.ftahub.go.kr](http://www.ftahub.go.kr) → '한-EU FTA 협정문보기(국문)' 다운로드





# 참고 : 한-EU FTA 관세 양허 확인 방법

(한-EU FTA 협정문-제2장 부속서 2-가-2 유럽공동체 당사자 양허표)

CN2007	품목명	기준세율	양허유형
8511 20 00	- 정화용 자석발전기, 직류자석발전기와 마그네틱 플라이휠	3.2	0
8511 30 00	- 배전기와 정화코일	3.2	3
8511 40 00	- 시동전동기와 경용의 시동발전기	3.2	3
8511 50 00	- 기타의 발전기	3.2	3
8511 80 00	- 기타의 기기	3.2	0
8511 90 00	- 부분품	3.2	3
8512	전기식의 조명용 또는 신호용의 기기(제8539호의 물품을 제외한다)·원드스크린와이퍼·제상기 및 제무기(자전거용 또는 자동차용의 것에 한한다)		
8512 10 00	- 자전거에 사용되는 조명용 또는 시각 신호용 기구	2.7	0
8512 20 00	- 기타의 조명용 또는 시각신호용기구	2.7	0
8512 30	- 음향신호용 기구		
8512 30 10	-- 모터차량용 도난경보기	2.2	0
8512 30 90	-- 기타	2.7	0
8512 40 00	- 원드스크린와이퍼·제상기와 제무기	2.7	0
8512 90	- 부분품		
8512 90 10	-- 제8512.30.10호의 기기	2.2	0
8512 90 90	-- 기타	2.7	0
8513	휴대용 전등(건전지·축전지·자석발전기와 같은 자체 전원기능을 갖춘 것에 한하며, 제8512호의 조명기기를 제외한다)		
8513 10 00	- 전등	5.7	5
8513 90 00	- 부분품	5.7	0
8514	공업용 또는 이화학용의 전기식 노와 오븐(전자유도식 또는 유전식의 것을 포함한다) 및 기타 공업용이나 이화학용의 전자유도식 또는 유전식 가열기		
8514 10	- 저항가열식의 노와 오븐		
8514 10 10	-- 베이커리 및 비스킷 오븐	2.2	0
8514 10 80	-- 기타	2.2	0

즉시 철폐

만 3年  
균등철폐

Ex)기준세율 : 3.2%  
- 2011.7.1 : 2.4%  
- 2012.7.1 : 1.6%  
- 2013.7.1 : 0.8%  
- 2014.7.1 : 0%

1/4씩  
만3년에  
걸쳐 철폐

만 5年  
균등철폐

## 참고 : 2011 유럽시장 진출 KOTRA 사업 계획

주요 사업		시기	장소
FTA 수혜 품목 집중 마케팅	FTA Biz Week	9월	서울
	(자동차부품) FIAT Korea Autoparts Plaza	6월	밀라노
	Benz Korea Autoparts Plaza	7월	프랑크푸르트
	Ford Europe Korea Autoparts Plaza	10월	프랑크푸르트
	GM Opel Korea Autoparts Plaza	10월	프랑크푸르트
	(정보통신) Korea ICT 로드쇼 in EU	3월	밀라노
미래산업 진출· 협력 확대	(신재생) Korea-Europe Wind Power Plaza 2011	6월	함부르크
	한-불가리아 신재생에너지 포럼/상담회	3월	소피아
정부조달시장 진출 확대	글로벌 공항·항만 조달 상담회	5월	서울
	EU 조달시장 진출가이드 발간	6월	서울
	루마니아 EU 기금 활용 환경플랜트 수주지원	3월	부쿠레슈티
	EBRD-KOTRA 공동협력사업	연중	런던

