

2019 국별 진출전략

크로아티아



CONTENTS

2019 크로아티아 진출전략

I. 시장 전망 및 주요 이슈 3

- 1. 개요 3
 - 가. 시장 전망 3
 - 나. 주요 경제지표 4
- 2. 2019년 주요 이슈 및 전망 4
 - 가. 관광산업의 강세 지속 4
 - 나. 정부 프로젝트 견고 5
 - 다. 가처분소득 증가 6
 - 라. 중국의 투자확대 7

II. 비즈니스 환경 분석 8

- 1. 정치·경제·산업·정책 환경 8
- 2. 시장분석 12
 - 가. 시장 특성 및 전략적 가치 12
 - 나. 수출 13
 - 다. 투자진출 15
 - 라. 프로젝트 16
- 3. 한국과의 경제교류 및 주요 경험의제 16
 - 가. 교역 16
 - 나. 투자 18
 - 다. 주요 경제협력 의제 20

III. 진출전략 21

- 1. SWOT 분석 및 전략도출 21
- 2. 주요 이슈·산업별 진출전략 22
- 3. 한-크로아티아 경제협력을 통한 진출전략 28

첨부 1. 수출유망 품목 30

첨부 2. 수출유망 서비스 32

첨부 3. 2019년 KOTRA 주요 사업 (잠정) 33

첨부 4. 2019년 주요 정치경제 일정 및 전시회 캘린더 34



I 시장 전망 및 주요 이슈

1. 개요

가. 시장전망

□ 2019년 크로아티아 경제, 소폭 상승 전망

- S&P에 따르면 2019년 크로아티아 실질 GDP는 2.8% 상승하여 전년과 동일한 성장세 유지 전망
 - (민간소비) 국민기업 아그로코르(Agrokor)의 정상화와 함께 내수회복이 빨라지고 있으며, 크로아티아 정부는 2019년부터 기저귀, 생선, 고기 등 일부 생필품까지 13% 부가세 적용 품목을 확대함으로써, 추가적인 소비진작을 꾀하고 있음
 - (공공투자) 2020년까지 예정된 2차 EU 기금을 통해 의료 산업 및 도시 개발 등의 인프라 사업에 공공투자가 지속될 것으로 기대
 - (고용시장) 지속적으로 성장하는 관광산업과, 공공투자에 의해 진행되는 건설사업 등으로 크로아티아의 실업률은 감소추세를 보이고 있으나 훈련된 노동자원이 지속적으로 독일, 오스트리아 등 인접국가로 이동
 - (통화정책) 중앙은행은 유로화에 대한 쿠나의 준 페그(quasi-peg)를 약속하면서 자국 통화정책의 유연성은 둔화되고 유로화의 의존도가 더욱 높아질 것으로 예상
 - (정치환경) 크로아티아 국민기업인 유통회사 아그로코르의 구조조정에 대한 정치적 갈등으로 부총리 겸 장관이 사임하는 등 불안요소를 보이는 가운데, 2020년 의회 선거를 앞두고 표심을 겨냥한 정책이 남발될 것으로 보임
 - (경제 리스크) 크로아티아 최대 조선소인 울랴니크(Uljanik)의 재정적자 악화로, 이의 회생 여부가 2019년 크로아티아 경제의 불안요소로 작용

나. 주요 경제지표

주요지표	단위	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
인구	백만 명	4.3	4.3	4.2	4.2	4.2	4.1	4.1
명목GDP	십억 달러	58	58	49	51	55	61	64
1인당 명목GDP	달러	13,648	13,598	11,757	12,313	13,138	14,788	15,533
실질성장률	%	-0.6	-0.1	2.3	3.2	2.8	2.8	2.6
실업률	%	19.8	19.3	17.1	14.8	12.2	12	11.2
소비자물가상승률	%	2.2	-0.2	-0.5	-1.1	1.1	1.5	1.5
재정수지(GDP대비)	%	-5.3	-5.4	-3.3	-0.9	0.6	-0.5	-0.3
총수출	백만 달러	12,671	13,836	12,930	13,813	16,074	16,862	17,654
(對韓 수출)	"	12	7	8	18	64	-	-
총수입	"	22,016	22,810	20,578	21,905	24,740	26,497	28,086
(對韓 수입)	"	98	104	136	452	217	-	-
무역수지	백만 달러	-9,345	-8,974	-7,648	-8,092	-8,666	-9,635	-10,432
경상수지	"	530	1,140	2,241	1,297	2,022	1,814	1,369
환율(연평균)	현지국/US\$	5.71	5.75	6.86	6.80	6.62	6.28	6.65
외국인직접투자	백만 유로	737.1	2,297.5	190.8	1,720.6	1,790.6	-	-

* 2018년은 추정치, 2019년은 전망치

자료원: IMF, GTA, 크로아티아 중앙은행(HNB)

2. 2019년 주요 이슈 및 전망

- 크로아티아 관광산업, 매년 지속성장 중
- EU 및 외부 투자확대로 인프라 사업기회 여전
- 가처분소득 증가로 소비 촉진

가. 관광산업의 강세 지속

□ 2018년 크로아티아의 관광수입은 GDP의 20%에 육박

- 현저한 외국인 관광객 증가세
 - 크로아티아 관광청에 따르면 2017년 크로아티아에 방문한 외국인 관광객은 1,560만 명으로 이는 2016년과 비교했을 때 13.7% 상승한 수치. 상반기 기준으로 2018년에는 전년 대비 10.9% 증가하며 매해 최고 기록을 경신 중
 - 특히 기존 관광시장에서 많은 비중을 차지했던 독일, 오스트리아, 이탈리아 등 서유럽권의 꾸준한 관광객 유입과 더불어 한국, 중국, 인도 등 아시아 국가의 관광객 증가세가 더욱 활발
 - 환경적으로는 터키, 그리스, 이집트 등 다른 지중해의 대표적인 관광지에서 경제, 정치, 안전 등의 이슈가 발생하며 크로아티아로 더 많은 관광인구 유입

□ 크로아티아의 관광산업 투자가치는 여전

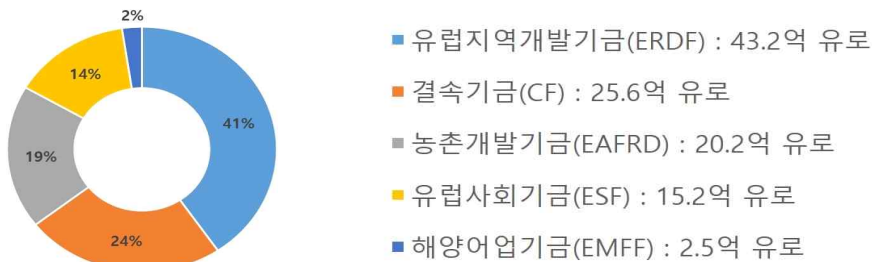
- 인천-자그레브 직항노선 개설 및 항공 루트의 다양화
 - 2011년에 국내 TV 프로그램에 소개되어 관광 매력국가로 알려지기 시작한 이후 7년 만에 한국과 크로아티아를 잇는 국적 항공사(대한항공)의 직항노선(주 3회)이 개설되었으며 이는 아시아 국가 중 크로아티아 정기노선을 개설한 최초의 사례로 기록
 - 한편 아시아나항공은 2018년 5월 크로아티아 인근도시인 이탈리아 베네치아에 주 4회 정기노선을 개설하여 그동안 내국인의 발길이 상대적으로 적게 닿았던 이스트리아 지역(풀라, 로빈)의 관광수요가 증가하는 추세
- * 베네치아-로빈은 차량으로 2시간 소요 거리로 접근성이 높은 편

나. 정부 프로젝트 견고

□ EU 결속기금(cohesion fund)의 안정적 기반 확보

- 크로아티아는 인프라 개선 및 EU 국가 간 균형발전을 위해 2014~2020년 동안 EU 기금으로 약 86억 유로를 배정받았으며 그간 교통 인프라·환경·교육·고용 등의 기준을 맞추기 위해 산업 전 분야에 자금을 배정하여 활용

[크로아티아 EU 기금 배정현황(2014~2020년)]



자료원: European Commission(유럽위원회)

- 2018년 10월 현재 3차 EU 결속기금(2021~2027) 8억 7천 유로를 확보하였는데, 이는 2차 결속기금과 비교하여 적은 금액이지만, 헝가리, 폴란드 등 다른 동유럽 국가들이 현격히 감소된 기금을 지원받거나 지원을 받지 못하고 스페인 및 그리스 등 지중해 국가들에 기금이 증가된 것에 비해 상당한 배려를 받은 것으로 평가
- 특히 슬라보니아 지역 개발 프로젝트의 경우 25억 유로의 가치가 있는 사업으로 평가받고 있으며, 9억 1,500유로의 투자금액이 36% 정도 사용된 것으로 알려짐
- 슬라보니아 지역의 오시예크(Osijek)는 유럽지역개발기금에서 1,100만 쿠나 이상의 기술지원 기금을 지원받게 되며, IT에 기반한 스마트시티의 형태로 도시가 개발예정. 이 사업은 경제사업 시설 구축과 함께 2019년 말까지 투자금의 80% 이상을 사용할 것으로 예측



※ 슬라보니아 지역

슬라보니아(Slavonia), 바라냐(Baranja), 스르엠(Srijem) 등의 도시가 분포한 이 지역은 구유고연방 내전 이후 가장 회복이 더딘 곳으로 크로아티아 실업인구의 거의 3분의 1을 차지. 인구의 20%가 가난의 위험에 처해 있으며 이 지역의 인구는 2005년 83만 3,865명에서 2015년 77만 7,000명으로 감소. EU와 세계은행이 지원하는 이 프로젝트는 국토 수로 설치 등 농어촌 개발사업부터 스타트업, 연구 개발, 에너지 분야 등 다각적인 분야에 대한 투자 집행

- 크로아티아의 수도 자그레브시는 지난 4년 반 동안 약 1억 5천만 유로의 EU 기금을 활용하였으며, 앞으로도 레머니텍 도심순환도로, 자그레브 시내와 공항을 연결하는 철도 라인 구축, 도심 폐기물 관리 센터 건설 등의 목적으로 예산이 사용될 예정

□ 의료시장은 2019년에도 2천만 유로 가용 예산 보유

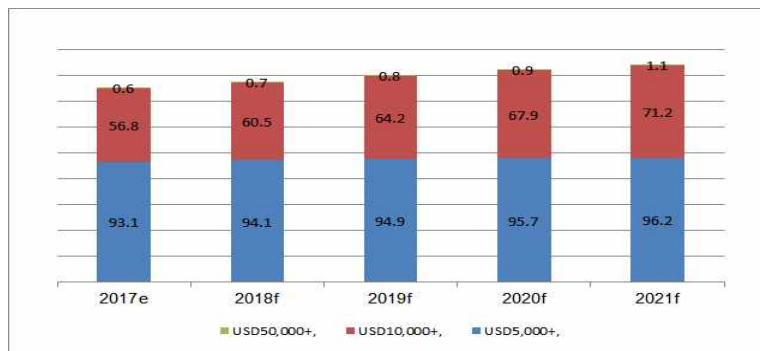
- 크로아티아 보건부는 2016~2018년에도 15억 원 규모의 EU 기금을 자그레브, 바라즈딘, 두브로브니크 병원 인프라 증진에 성공적으로 활용하였다고 발표하였고 2019년에도 2천만 유로의 가용 예산으로 지역별 의료산업의 기반을 마련하는 데 사용할 예정

다. 가처분소득 증가

□ GDP 상승 및 가처분소득 증가가 소비재 구매 확대로 이어질 것으로 전망

- 가치 평가기관 S&P는 크로아티아의 경제수준이 금융위기 이전 수준으로 회복되었다고 평가하고 있으며 국민기업 아그로코르의 정상화와 함께 내수회복이 빨라짐에 따라 소비가 증가하는 추세. 향후 3년 이상 경제적인 성장과 더불어 소비가 진작될 것으로 예측
- 중산층으로 판단할 수 있는 연소득 1만 달러 이상에 속하는 전체 가구 비율이 60.5%(2018년)에서 71.2%(2021년)로 증가할 전망

[크로아티아 가구별 가처분소득 증가율(2017~2021년)]



자료원: fitch solution

라. 중국의 투자확대

□ Pelješac Bridge 착공 및 크-중 간 협력 강화 계기

- 국가 프로젝트였던 펠레샤츠 다리(Pelješac Bridge)의 입찰자로 중국의 공공기업인 중국교통건설유한공사가 선정되면서 다수의 중국 인력과 자본이 크로아티아로 유입될 것으로 관측. 이 외에도 중국은 일대일로(One Belt, One Road) 프로젝트의 일환으로 크로아티아 철도 네트워크 및 항만의 근대화 같은 기타 인프라 프로젝트에 관여할 것으로 알려짐
- 2018년 4월 양측이 체결한 계약규모는 2억 8,100만 유로(VAT 별도)이며 향후 3년 내 완공을 목표로 하고 있음
- 중국 기업이 주요 크로아티아 항구의 개량과 리예카 항구에서 헝가리까지 철도 연결 개선 프로젝트에 포함될 것으로 예상되며, 중국 투자기업인 Jiangxiong Hua사의 보고서에 따르면 중국은 자다르 항만 프로젝트에 참여할 계획으로 초기 투자금으로 2억 1,500만 쿠나 이상을 책정할 것으로 알려짐

※ 펠레샤츠 다리(Peljesac Bridge)

현재 크로아티아 최남부 휴양도시인 두브로브니크와 달마시안 지역 사이에 보스니아 헤르체고비나 국토가 위치해 있어 두 지역이 크로아티아와 보스니아 헤르체고비나의 국경으로 나뉘고 있음. 이는 육로로 이동하는 관광객 및 물류흐름에 불편을 주고 있는데, 2007년부터 기획되었던 펠레샤츠 다리는 보스니아 헤르체고비나 국토를 가로지르는 길이 2.4km의 해양대교로, 건설이 완료될 경우 유럽에서 두 번째로 긴 해양교량이 될 것으로 전망. 2008년 금융위기로 계획이 실행되지 못해왔고, 2018년 7월에 착공됨. 크로아티아는 펠레샤츠 다리 건설로 관광객의 편의 증진, 물류 비용 감소, 그리고 향후 생겐협약국으로 인정받는 데 중요한 터닝포인트가 될 것으로 판단하여 국민적인 관심을 받는 프로젝트임. 중국 공공기업이 입찰자로 선정되어 화제가 되었음. 한편 기존 국경유지로 인하여 수혜를 받았던 보스니아 헤르체고비나는 여전히 비판적인 시각과 항의를 계속하고 있어 분쟁의 소지가 있음

□ 급증하는 중국 관광객

- 2017년 크로아티아에 방문한 중국인 관광객은 전년에 비해 50% 증가하였고 2018년에는 20만 명의 중국인이 방문할 것으로 예상(2018년 예상 한국인 관광객 수 50만 명)
- 크로아티아 관광청과 슬로베니아 관광청은 EU의 European Travel Commission의 펀드 지원금을 바탕으로 중국 시장 확대를 위한 공동 마케팅을 진행 중이며, 크로아티아 관광청은 상하이에 HTZ 사무소를 개설하는 등 중국 관광객 유치에 노력
- 2019년에 중국 베이징, 상하이에서 크로아티아로의 직항노선이 개설될 것이라는 소식이 알려지는 등 중국인 관광객이 크게 증가할 것으로 예상됨



Ⅱ 비즈니스 환경 분석

1. 정치·경제·산업·정책 환경

- (정치) 정치안정성을 얻은 연립정부 점진적 개혁정책 추진
- (경제) 꾸준한 GDP 성장으로 금융위기 이전으로 회복 기대
- (산업) 관광서비스의 비중이 높고 각종 정부 프로젝트에 기회
- (정책) IT 기반 스타트업 창업 장려 및 대외 투자유치 노력

가. 정치 환경

□ 정권안정성을 얻은 연립정부 – 점진적인 개혁정책 추진

- 2017년 두 번의 내각 불신임 투표에서 정권을 유지하면서 역으로 정치불안정성이 해소됨
- 자신감을 얻은 민주연합·국민당 연립정부는 유로존 가입을 위한 공공행정 및 연금제도 개혁을 추진할 것을 예고하였으나, 그럼에도 공격적인 개혁을 추진하기에는 정치적 기반이 약한 것으로 보임
 - 비록 의회에서 부결되었지만, 연금제도 개혁에 불만을 품은 독립연대(MOST)는 쿠윤지치(Milan Kujundžić) 장관에 대한 불신임안을 상정하는 등 반발이 거셌
- 이에 주요 개혁은 2020년 의회선거 이후로 지연될 가능성이 큼
 - 일례로, 부가가치세 인하는 민주연합의 2016년 총선 당시 공약이었음에도 불구하고, 도입이 수차례 지연되고 있으며 2019년에서 2020년 도입으로 다시 한번 연기

□ 슬로베니아/보스니아 등 주변국과의 마찰 부분 극복 필요

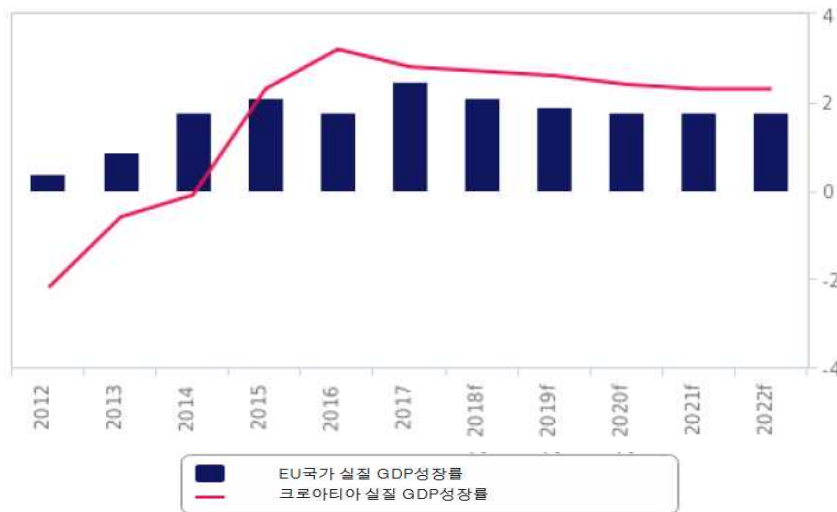
- 크로아티아 서북부 이스트리아 지방과 접해 있는 슬로베니아와 아드리아해 해상 국경분쟁이 해결되지 않은 채 지속적으로 문제가 제기되고 있으며, 크로아티아 서남부 해안 펠레샤츠 다리 건설과 관련하여 보스니아 헤르체고비나가 강력하게 비난하는 등 주변국과의 마찰요인이 존재

나. 경제 환경

□ 2019년 크로아티아 경제는 긍정적인 전망

- 2018년 2.7%, 2018년 2.8%로 경제가 성장할 전망이며 실업률 감소와 노동시장 긴축으로 인한 임금인상으로 인해 소비심리 강세
- 크로아티아의 2019년 예상 경제성장률은 EU 국가의 평균 이상으로 보이며, 2008년 글로벌 경제위기로 인해 어려움을 겪었던 국가들과 비교해도 안정적인 성장세와 회복세를 보이고 있음

[EU 국가와 크로아티아의 실질 GDP 성장률]



자료원: BMI

- 국민기업 아그로코르의 회생절차가 원만하게 진행되면서 전반적인 크로아티아 경제의 활성화에 도움을 주고 있으나 최대 조선기업인 올라니크의 부도위기가 2019년 크로아티아 경제 분야의 리스크 요인으로 작용할 수 있음
 - 올라니크 조선소 구제금융으로 2018년에만 최소 25억 쿠나의 정부예산이 소요될 것으로 보이며, 올라니크 조선소의 총부채는 약 42.5억 쿠나에 달함
 - 약 1,600명의 조선소 노동자의 임금이 체불되는 등, 위기가 장기화될 경우 조선소가 소재한 Pula 지역경제와 국가경제에 큰 악영향을 초래할 것으로 보임

다. 산업 환경

□ 서비스 분야 중심의 산업구조

- 관광, 서비스 산업의 비중이 높고, 제조업이 취약한 전형적인 수입국가
 - 2017년 부가가치 기준으로, 도소매·호텔·식당업이 22.6%, 제조업 등 일반산업이 21.0%, 부동산업이

9.8%를 차지하는 가운데 관광 및 관련 산업이 전체 GDP의 20%를 상회할 것으로 추정

○ 수입시장 활성화

- 식품 및 가공산업을 제외한 많은 공산품을 수입에 의존하고 있고, 자동차, 의약품, 전기·전자제품의 경우 수입비중이 매우 높음
- 구유고연방 해체에 따른 시장규모 축소 및 EU 가입에 따른 수출입 및 투자 자유화로 기존 제조업체가 대부분 구조조정을 거쳐 도산 또는 통폐합되면서, 많은 공산품이 유럽산 수입제품으로 대체되고 있음
- 수입 및 유통만 전문으로 하는 품목별 전문수입 에이전트 및 디스트리뷰터 발달

□ 주요 산업동향

○ 건설 프로젝트

- 2020년까지 약 106억 유로의 EU 기금을 활용하여 인프라 개선 및 에너지, 환경 프로젝트를 대거 추진하면서 건설관련 시장이 호황을 띠고 있음
- 중국 투자자본의 유입으로 인해 항만 및 철도 등의 인프라 구축에 추가적인 프로젝트 사업이 진행될 것으로 전망
- 다만 EU 자금 및 관광 인프라에 대한 의존도가 높은 부분이 리스크로 나타날 수 있음

【 크로아티아 건설산업 연도별 예상 실질성장률 】

(단위: %)

연도	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
성장률	1.93	3.00	2.89	2.62	1.56	1.15	2.25

자료원: BMI

○ 의약품 및 의료장비

- 전체 시장규모는 약 18억 달러이며 의료서비스 총 지출액은 약 40억 달러에 달함

【 크로아티아 의약품, 헬스케어 및 의료기기 시장 전망 】

(단위: 백만 달러)

연도	2017	2018	2019	2020	2021	2022
의약품 및 헬스케어	1,302	1,475	1,551	1,641	1,739	1,839
의료기기	339.1	362.8	392.7	431.7	465.6	496.4

자료원: BMI

- 크로아티아인들의 공공의료서비스 의존율은 90% 이상으로 의료서비스 비용의 대부분은 정부지출임
- 보건복지 분야는 크로아티아 정부가 최우선시하는 분야 중 하나로, 매년 5~6% 성장

○ 소비재 시장

- 가처분소득 증가는 중산층에 더 높은 사양과 프리미엄 브랜드 기기를 판매하는 기회가 될 것으로

- 보이며, 향후 3년 동안의 소비자 신뢰도 상승으로 소매시장이 안정될 것으로 예상
- 다만 작은 내수시장, 낮은 출산율, 노령화 사회로의 진입 등의 측면에서 리스크 요인이 있으나, 이는 발칸 지역으로의 시장범위 확대, 낮은 출산율에 따른 프리미엄 유아제품에 대한 니즈 발견, 상대적으로 지출 지향적인 젊은 소비층을 타겟으로 소비자 시장을 바라볼 수 있음

○ 관광산업

- 2017년 크로아티아의 관광수입은 약 11억 달러로 추정되며, 이는 전년 대비 11% 증가한 수치임
- 폭발적으로 증가하는 해외 관광객 대비 관광 인프라는 현저히 부족한 상태로 크로아티아 정부는 도로, 호텔, 공항 등 관련 인프라 개선 및 확대를 추진하고 있음
- 또한 정부는 여름철 관광객 집중에 따른 대외 리스크를 해소하기 위해 의료관광, 미식관광, 자전거 관광 등, 새로운 테마의 관광산업 육성에 힘을 쏟고 있음
- 크로아티아 자그레브는 3년 연속 유럽 최고의 크리스마스 마켓으로 선정되는 등 정부의 노력이 가시적인 성과를 거두고 있음

라. 정책·규제 환경

□ IT 기반의 스타트업 육성으로 취업률 제고 노력

- 크로아티아 정부는 취업률 향상과 관광 서비스 분야 중심의 성장에서 벗어나고자 ‘Digital Croatia’라는 슬로건 아래 IT 기반의 지식서비스 분야에 청년들의 스타트업 창업을 독려
- Digital Croatia Association을 설립하여 스타트업 기업의 창업과 성장 지원

□ 부가세 인하 2020년으로 재연기

- 2016년 크로아티아 민주동맹(HDZ) 당선 당시 공약이었던 부가세 24% 인하 정책은 2019년 추진에서 다시 1년 연기돼 2020년부터 추진 예정
- 하지만 정부는 13% 감면품목 확대는 2019년부터 적용하기로 하며, 재정건전성을 담보한 민간소비 촉진을 추구

[부가세 인하 내용]

(단위: %)

재정수입	기존	개정	비고
부가세	25	24	2020. 1. 1 시행 예정
숙박/음식/신문	13	13	2019. 1. 1 일부 품목 확대적용 (기저귀, 생고기, 생선, 과일·채소 등)
일부음식, 의약품	5	5	

자료원: Ministry of Finance

□ 16+1 이니셔티브

- 중국의 일대일로 메가 프로젝트의 일환으로 추진되는 ‘16+1 이니셔티브’는 중부 및 동부 유럽 국가와 중국 간 무역 및 투자, 교통 연결, 금융, 농업, 과학 및 기술, 보건, 교육 및 문화 분야에서 협력을 강화하는 커뮤니티
- 크로아티아, 슬로베니아뿐만 아니라, 불가리아, 체코, 에스토니아, 헝가리, 라트비아, 리투아니아, 폴란드, 루마니아, 슬로바키아 등 EU 회원국 11개국과 알바니아, 보스니아 헤르체고비나, 마케도니아, 몬테네그로, 세르비아를 포함하는 중국 중심의 투자 협력체제로 다양한 인프라 사업이 논의

2. 시장 분석

- 구유고연방의 거점 기능
- 수입 의존적인 시장구조이기에 수출기회 모색
- 프로젝트 사업에 대한 기회 여전
- 국외 투자유치에 이전보다 많은 노력

가. 시장 특성 및 전략적 가치

□ 구유고연방을 포괄하는 지리적·경제적 거점 국가

- 크로아티아는 구유고연방 7개국(① 크로아티아, ② 세르비아, ③ 슬로베니아, ④ 보스니아-헤르체고비나, ⑤ 몬테네그로, ⑥ 마케도니아, ⑦ 코소보 등) 중 인구는 세르비아(7백만 명)에 이어 두 번째로 많지만 경제규모는 최대
- 크로아티아의 인구는 약 415만 명으로 내수규모가 작다는 단점이 있으나 구 유고연방을 모두 포함할 경우 인구 1,900만 명의 시장으로 확대

[2017년 구유고연방 국가 경제규모 비교]

구분	크로아티아	슬로베니아	세르비아	보스니아 헤르체고비나	몬테네그로	코소보	합계 및 평균
인구 (백만 명)	4.149	2.066	7.03	3.507	0.623	1.867	19.242
GDP (십억 달러)	55.20	48.46	41.43	18.17	4.77	7.23	175.26
1인당 GDP (달러)	13,138	23,654	5,899	5,419	7,647	3,880	9,940
1인당GDP (달러 at PPP)	24,094	34,064	15,164	11,404	17,439	10,383	18,758
평균임금 (gross, 달러)	1,219.2	2,230.9	612.3	761.2	864.2	482	1,028.30

자료원: IMF, UNECE

- 크로아티아는 지리적으로 슬로베니아를 포함, 세르비아, 보스니아 헤르체고비나, 몬테네그로 등과 지리적 접근성이 뛰어난 입지 환경
- 크로아티아는 2013년 7월 1일 EU에 28번째로 가입하며 EU 스탠다드 도입 및 EU 기금 유입에 따른 인프라 확대로 사업여건이 개선되었고 2027년까지 공공부문의 투자가 지속될 것으로 예측
- 한국 및 일본 기업 진출이 저조하나 최근 중국이 인프라 투자를 기반으로 시장을 확대하려는 추세

□ 제조업 비중이 낮은 수입의존 시장

- 관광, 서비스 산업의 비중이 높고, 제조업이 취약한 전형적인 수입국가
- 식품 및 가공산업을 제외한 많은 공산품을 수입에 의존하고 있고, 자동차, 의약품, 전기·전자제품의 경우 수입비중이 매우 높음
- 수입 의존적인 산업구조에 크로아티아의 지리적인 이점을 고려하였을 때 산업재 유통센터 및 소비재 유통의 허브 역할을 기대할 수 있음

* 자그레브에 위치한 스웨덴 유통기업인 IKEA는 실제 구유고연방 국가의 허브 역할을 하고 있음

나. 수출

□ 크로아티아의 국가별 수출입동향

- (수출) 크로아티아의 대외수출은 2017년 누적 기준 160억 달러로 전년 동기 대비 16.4% 증가하였음
 - 이탈리아, 독일, 오스트리아 및 발칸 반도의 인근국가로 수출비중이 높음
- (수입) 대외 수입 역시 248억 달러로 전년 동기 대비 13.4% 증가하였음
 - 수입 역시 독일(15.3%), 이탈리아(12.8%), 슬로베니아(10.7%) 등 유럽 주변국의 비중이 매우 높으며 중국(3.2%), 한국(2.1%), 일본(0.1%) 등 동아시아 국가의 현지 수출은 저조함

[크로아티아의 최근 연도별 교역현황]

(단위:백만 달러, %)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017
수출	12,671	13,836	12,939	13,813	16,074
증감률	2.37	9.20	△6.55	6.83	16.37
수입	22,016	22,811	20,573	21,905	24,837
증감률	5.59	3.61	△9.78	6.44	13.38
무역수지	-9,346	-8,975	-7,634	-8,092	-8,763

자료원: Global Trade Atlas

- (EU 의존도 심화) 2013년 EU 가입 이후 역내교역으로 무역전환 뚜렷
 - 2017년 기준으로 EU 역내수출이 약 65%, 수입이 약 78%로 역내교역 비중 높음
 - 특히 EU 내 교역량의 연평균 증가율이 전체 교역량 증가율을 웃돌고 있어, 앞으로 크로아티아의 EU 의존은 더 심화될 전망

[경제권역별 크로아티아 수출]

(단위: 백만 유로, %)

구분	2014	2015	2016	2017	CAGR (2014~2017)
전체	10,369	11,528	12,317	14,017	10.57
EU	6,622	7,683	8,183	9,093	11.15
CEFTA*	2,095	2,063	2,019	2,445	5.29
OPEC	240	231	307	230	-1.39
EFTA	178	184	192	228	8.64

* 주: CEFTA: 남동유럽 자유무역협정-현재 세르비아, 보스니아 등 7개국 포함

자료원: 크로아티아 통계청(DZS)

□ 크로아티아의 품목별 수출입동향

- 광물성연료, 에너지의 교역비중이 높으며 전체적으로 주요 수출입품목이 유사한 특징을 보임. 이는 크로아티아가 재수출 비중이 높다는 것을 시사함
- 의약품 제제산업은 가장 빠르게 수출입이 증가하는 산업으로 정부는 의료산업을 관광업과 더불어 주요 육성산업으로 낙점하여 투자를 아끼지 않고 있음

[크로아티아 주요 수출품목]

(단위: 백만 달러)

품목	2015	2016	2017	비중
광물성연료, 에너지(27)	1,435	1,297	1,709	10.66
보일러, 기계류(84)	1,224	1,254	1,371	8.55
전기기기, TV, VTR(85)	1,020	1,224	1,362	8.49
의료용품(30)	573	927	1,276	7.96
목재류(44)	756	792	866	5.40
자동차 및 부품(87)	390	513	643	4.01
의류(편물제)(61)	505	492	534	3.33
가구(94)	518	550	524	3.27
철강제품(73)	416	428	520	3.24
플라스틱 및 그 제품(39)	368	389	482	3.01

자료원: Global Trade Atlas

□ 세계 주요국의 보호무역에 의한 철강산업 위축

- 2018년 EU의 철강제품에 대한 세이프가드 실시로 철강 수입시장이 혼란과 어려움을 겪고 있음
- 시장의 변동으로 인해 원재료 가격상승에 따른 제품가격 상승과 달러 대비 유로 환율의 약세, 그리고 구매심리 위축의 삼중고

- 첫 세이프가드 시효기간인 2019년 2월 이후 EU의 정책에 대해 국내 철강산업의 이목이 집중될 것으로 예측

다. 투자진출

□ 금융위기 이후 대외투자도 증가세

- 2005~2008년 성장기를 겪은 후 세계 경제위기의 영향으로 크로아티아로 외국인직접투자 유입이 좌절됨. 관광부문은 특히 영향을 받음. 그 이후 FDI 흐름은 위기 이전 수준으로 돌아가기 위해 고군분투함
 - UNCTAD의 자료에 따르면 지난해 총 FDI 유입액(21억 유로)은 전년 대비 23% 증가. FDI는 2017년 말 334억 달러(GDP의 66.8%)를 기록

[크로아티아의 외국인직접투자 현황]

(단위: 백만 달러, %)

외국인직접투자	2015	2016	2017	증감(2017)
현금	267	1,756	2,104	16.5%
물량	25,951	27,606	33,436	17.4%

자료원: Agency for Investments and Competitiveness

□ 중국의 적극적인 인프라 투자

- 두브로브닉 인근에 건설이 시작된 펠예사츠 다리가 2018년 중국 컨소시엄에 의해 시공되었고, 중국 자본에 의해 리예카 항 개발, 철로 사업 등에 대한 인프라 투자가 진행될 것으로 예측(일대일로 프로젝트 일환)
- 중국인 관광객의 폭발적인 증가로 2019년 자그레브-북경 및 상해 간 직항노선 개설 등이 적극적으로 협의되고 있음
- 향후 크로아티아의 정부 프로젝트 사업에서 중국 기업 및 상품이 우선순위가 될 수 있는 여지가 높은 것으로 관측

□ 국가별 투자진출 동향

- EU 국가들이 전체 투자의 88.4%를 차지할 정도로 투자비중이 높음
 - 2017년 1/4분기 누계기준으로 네덜란드(21.3%), 오스트리아(12.14%), 이탈리아(10.57%), 독일(9.34%)이 주요 투자국임
 - 이들은 금융, 유통, 부동산, 통신, 석유화학 등 크로아티아 시장을 장악하고 있음

- 크로아티아에 투자진출한 한국기업은 삼성전자 판매법인(구유고연방 관할) 외 2018년 셀트리온 헬스케어 및 대한항공이 크로아티아에 지사를 개소하였으나 한국 전통 제조기업의 투자는 저조한 상황임

라. 프로젝트

□ 크로아티아 EU 기금 배정 현황 및 활용 정책

- EU 본부는 크로아티아의 인프라 개선 및 균형발전을 위해 2014~2020년 EU 기금으로 약 106.7억 유로를 배정하였음
- 크로아티아는 EU에서 요구하는 교통 인프라·환경·교육·고용 등의 기준을 맞추기 위해 산업 전 분야에 자금을 배정하여 활용할 계획이나 특히 교통, 에너지, IT, 환경 프로젝트를 집중 추진 중

□ EU 기금 활용 프로젝트 추진 본격화

- 크로아티아 정부는 EU 기금 활용률 제고를 정책 우선순위로 삼고 ① 정부 역량 강화, ② 입찰조건 변경 최소화를 위한 사전준비 철저, ③ EU 기금 활용정책 홍보 등을 통해 프로젝트 추진을 위해 노력
- 그 결과 매년 EU 기금 활용액이 높아지고 있으며 다양한 프로젝트가 2019년에 추진될 예정
 - 2018년 10월 현재, 전체 기금 중 52%의 투자가 결정되었으며, 13%가 실행됨
 - 크로아티아 EU 구조투자기금 홈페이지에 따르면 2018년 10월 현재 65개 프로젝트가 공개 경쟁 중이며, 총 규모는 12억 달러에 이름

3. 한국과의 경제교류 및 주요 경험의제

가. 교역

□ 빠르게 증가하던 對크로아티아 수출둔화

- 제약 및 합성수지 수출증가에 힘입어 폭발적인 성장을 이어가던 한국의 수출은 의약품 수출둔화에 따라 전년 대비 약 1억 달러 감소함
- 하지만 이를 감안하더라도 한국의 크로아티아 수출은 EU 가입 이후 연평균 52% 증가세로 크게 성장

- 국내 철강제품 교역이 눈에 띄게 성장하였음

[우리나라의 크로아티아 주요 수출품목 및 수출량]

(단위: 백만 달러, %)

HS	품목	2015	2016	2017	증가율(2017)
30	의약품	87.3	396.4	170.0	-57.22%
84	핵연료 및 난방 기계	7.7	12.7	14.3	12.61%
39	섬유화학	14.7	20.2	7.2	-64.33%
72	철강	6.0	3.1	6.2	102.6%
90	수술 의료기기	2.8	3.4	3.8	12.95%
87	자동차	1.1	3.2	3.4	6.49%
85	전자제품 주변기기	4.5	4.1	3.0	-27.11%
합계	전체 수출	136.2	452.2	216.6	-52.1%

자료원: Global Trade Atlas

- 한국과 크로아티아의 교역은 산업간 무역이 주를 이루는 상호보완적인 교역행태를 보임
 - 주요 수출품 : 의약품, 합성수지, 철강판, 의료용기기 등
 - 주요 수입품 : 어육 및 어란, 의류, 수동부품 등

수출 성공사례: 철강 A사(크로아티아 수출)

- 우수한 품질 및 가격 경쟁력을 바탕으로 현지 컨테이너 제조사에 연간 100만 달러 수출
- 크로아티아의 對한국 철강판재 수입은 2년 연속 증가세(World Trade Atlas 통계치)

HS코드(6단위)	세부품목	對韓수입증가율(2016)	對韓수입증가율(2017)
721070	철강판재	48.5%	215.83%

- 제품의 비교우위: 유럽산 제품 대비 우수한 판재 성형 가능, 가격경쟁력 우위
 - 프랑스, 이태리산 대비 불량률 적고, 연간 가격경쟁력 우위 확보
- 마케팅 톨

필수 인증	없음
성약 소요기간	3개월/2015. 12(지사화 가입)~2016. 2(성약)
바이어 발굴경로	■ Telemarketing □ 전시회 □ Sales Rep. □ PR agent ■ 기타(온라인서치)
바이어 D/B	• Poslovna, 무역관 자체 자료
유망전시회	• 현지 국제 전시회 없음

- 무역관 담당자가 말하는 유의사항 : (바이어 성향 파악) 철강류는 바이어들의 가격민감도가 매우 높은 제품으로 가격 저점에 물량을 대거 확보하는 대표 품목임. 이에 따라 연간 가격상승 및 저하 등 전반적인 시장 흐름 파악이 중요하며, 특정 시점에 바이어에게 적정 가격을 제시하는 것이 가장 중요함
(현지 출장 필수) 크로아티아 바이어들은 현지에 직접 출장을 오지 않는 회사와는 계약을 맺지 않는 특성을 보임. 이는 유럽 주요 공급자들이 크로아티아를 자주 찾아오는 관례 탓이기도 함. 식사 또는 커피타임을 곁들인 상담을 매우 좋아하며, 출장자에 대한 신뢰도가 구매에 결정적인 영향을 미침

수출 성공사례: 화장품 B사(크로아티아 수출)

- 기존 제품과 차별화된 기능성 제품 공급을 통해 DM 공급 계약 체결
- 크로아티아의 對한국 화장품 수입은 2018년 큰 폭으로 상승

HS코드(6단위)	세부품목	對韓수입량(2017)
330499	화장품 기타	US\$ 30,847

- 제품의 비교우위: 독자 개발한 기능성 원료를 사용한 마스크팩과 크림의 우수한 품질
 - 피부질환 개선을 위한 소비자들의 관심을 받음
- 마케팅 툴

필수 인증	CPNP 등록
성약 소요기간	3개월/2018. 1(인콰이어리 발굴)~2018. 3(성약)
바이어 발굴경로	■ Telemarketing □ 전시회 □ Sales Rep. □ PR agent ■ 기타(온라인서치)
바이어 D/B	• Poslovna, 무역관 자체 자료
유망전시회	• 현지 국제 전시회 없음

- 무역관 담당자가 말하는 유의사항 : (경쟁시장) 크로아티아의 화장품 시장은 성숙시장으로 메이크업, 향수 부문은 서유럽의 전통 브랜드들이 시장을 장악하고 있음. 하지만 상대적으로 성장가능성이 높은 스킨케어, 기능성 제품 시장은 시장선점 브랜드가 없어 치열한 경쟁이 예상됨
(가격경쟁력 확보 중요) 서유럽 대비 낮은 구매력에 높은 부가세(25%)가 더해져 상대적으로 낮은 등급의 제품이 시장에 유통됨. 한국에서 저가의 제품도 크로아티아 현지에서는 중고가의 제품이 되기 때문에 가격경쟁력 확보 및 목표시장을 잘 설정하는 것이 중요함

나. 투자

□ 의료 및 관광 분야의 국내기업 투자확대

- 2018년 국내 최대 의약품 기업이 크로아티아 사무소를 개설하여 기존에 파트너십을 맺은 로컬 회사와 협업을 통해 사업을 확대
- 국적 항공사의 자그레브 주 3회 취항 노선 개설로 인해 높아진 접근성으로 투자유인이 확대되었으며, 아시아 최초 정기선 취항이라는 상징성으로 크로아티아 내 대한민국의 위상이 더욱 제고
- 한국인 관광객의 지속적인 증가에 따라 숙박, 관광, 외식 등의 소규모 사업체가 증가하고 있는 추세

□ EU 기금 활용 관련 정부 입찰 참가 시 유의사항

- EU 회원국인 크로아티아는 EU 회원국으로서 EU 조달지침에 기초하고 있으며, 공개 입찰의 경우 비용적 측면에 가장 비중이 높으며, 이 법은 지방자치단체, 다수 국영기업 및 기관 등 정부기관이 구입한 모든 항목에 적용
 - * 크로아티아 공공 조달법은 2016년 12월에 시행
- 주요 공공시설 및 운송회사, 국립 병원, 학교, 공공 금융회사 등은 조달 대부분을 공공입찰로 수행

- 이러한 입찰자들은 주로 크로아티아어로만 안내되고, 입찰 서류 역시 크로아티아어로 작성되기 때문에 정부 프로젝트에 국내 기업 및 기관은 현지 크로아티아어를 사용하는 로컬 파트너사를 찾는 것이 우선적

□ 크로아티아 현지 유통사 선정 시 유의사항

- 크로아티아는 시장의 특성상 현지 배급업체를 선정하여 수출을 하는 것이 바람직
- 크로아티아 유통사를 선정할 때, 해당 업체가 경쟁 제품을 취급하는지 반드시 확인해야 하며 관련 서비스를 제공할 수 있는 인적 인프라를 갖췄는지 확인하는 것이 필수적
 - * 현지 회사의 대응 지연으로 구매자가 대체 공급업체를 찾는 경우가 많이 발생

프로젝트 수주 실패사례 분석: 펠에사츠 대교 건설 프로젝트

- 입찰기업 : 국내 A사
- 프로젝트 내용 : 펠에사츠 반도 해상대교 건설을 통한 남부 해안지역 접근성 강화
 - 기술사항 : (길이) 2,404m, (폭) 22.5m, (면적) 54,000㎡, (최대해심) 27~28m
 - 총 사업비 4억 2천만 유로 중 85%를 EU 기금으로 활용
 - 사업 일정 : 2018년 시공, 2022년 완공 목표
- 추진경과
 - A사는 스페인 기업이 주도하는 컨소시엄에 참가하여 동 프로젝트 입찰에 참여
 - 하지만 컨소시엄을 주도하는 스페인 기업 B사가 내부경영진 교체를 겪으면서 PQ 서류 제출을 누락함
 - 뒤늦게 이 사실을 안 A사는 발주처를 설득해보았지만 입찰에 실패하였음
- 의의
 - 컨소시엄 협력업체의 실책으로 입찰에 실패한 특수 사례
 - 파트너사와 긴밀한 네트워크를 구축하여 철저한 사전준비 작업을 해야 함
 - 입찰 공고 이후 입찰서류 준비까지 장시간이 소요되는 것을 감안하여 현지 대리인을 통해 프로젝트 동향을 면밀히 파악하는 것이 필요

현지 유통사 선정 성공사례 분석: 바이오시밀러 의약품

- 입찰기업 : 국내 A사
- 유통 내용 : 제약(바이오시밀러-유방암 치료제)
- 애로사항
 - 2011년 지사화 사업 시작 이후, 현지 제약시장에 대한 면밀한 조사를 위해 연간 세 차례 이상 현지 출장을 진행하였으나, 의사들의 무관심과 병원 차원의 환자 이력관리 시스템 부재로 정확한 시장규모 파악에 어려움이 있었음
- 극복사례
 - 자그레브 무역관은 이전까지 계약이 모두 무산된 전문 처방 의약품 취급업체들보다 일정 수준 자금여력이 있는 의약품 대형 디스트리뷰터와 계약 체결 가능성이 더욱 높을 것이라 판단, 현지 1위 대형 의약품 디스트리뷰터 O사를 국내업체 S사에 소개함

- 추가 노력

- 현지 유명 의사들을 대거 한국에 초청하여 학회 및 치료제 파이프라인 실사 등을 통해 제품 확신을 이끌어냄과 동시에 이들로부터 현지 유방암 치료제 시장에 대한 상세정보 습득
- 현실성 있는 계약조건 제시를 바탕으로 잠재 파트너들의 니즈에 기반하여 협상에서 유리한 위치를 선점함

다. 주요 경제협력 의제

□ 우리 기업의 프로젝트 시장 참여

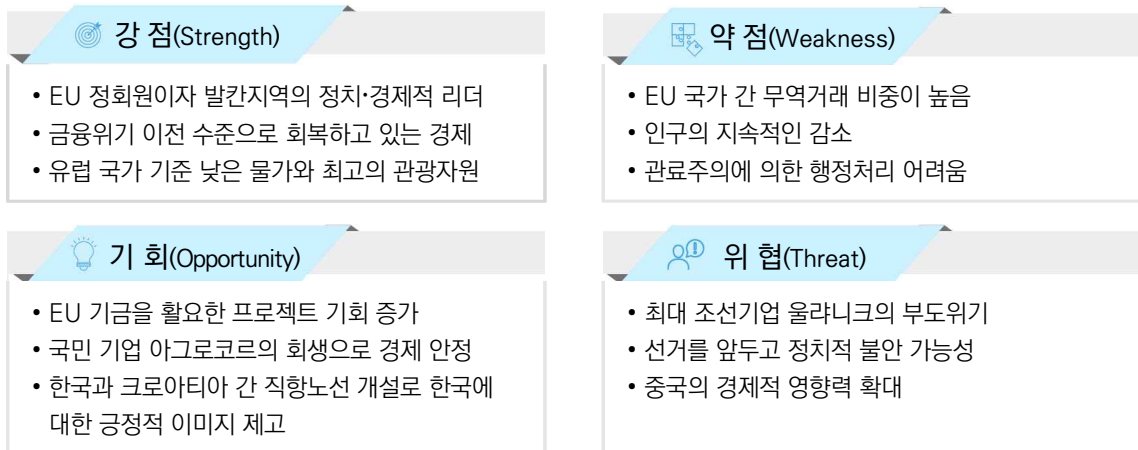
- (스마트시티) 슬라보니아 지역 스마트시티 건설계획
 - 구유고공화국 내전으로 인해 많은 피해가 있었고 그에 대한 회복이 더뎠던 지역인 크로아티아 동부 내륙의 슬라보니아 지역이 EU 기금과 세계은행의 지원으로 IT 기반의 스마트시티로 재탄생할 계획
 - 사물인터넷 및 스마트그리드와 관련한 국내 기술력을 모아서 해당 프로젝트 참여의 기회를 마련해 볼 수 있음
 - 특히 한국 회사가 강점을 보이는 Home IoT 분야 및 Security 분야의 진출에 대한 가능성 타진
- (의료) Osijek/Split general hospital 건립 프로젝트
 - 7개 지역의 클리닉 병원과 일반 병원 건립 및 인프라 개선 프로젝트 중 2019년은 오시예크와 스플리트 일반 병원 프로젝트가 진행될 예정
 - 제한 입찰 등으로 공고가 되기 때문에 기존 프로젝트 참여가 어려웠던 로컬 기업과 협업 등을 기대해 볼 수 있음
- (환경) 크로아티아, ‘Waste management plan 2017-2022’ 채택
 - 그동안 쓰레기 분리수거가 전혀 이루어지지 않았던 크로아티아는 농촌지역으로 갈수록 그 인식이 매우 낮은 수준
 - EU에 가입하며 EU에서 요구하는 폐기물 프레임워크 지침에 도달하기 위해 쓰레기 관리에 대한 계획을 채택하고 관련 사업에 많은 EU 기금이 투자될 것
 - 크로아티아의 수도인 자그레브가 선도적으로 모범을 보이기 위해 관련 프로젝트를 발주할 것으로 예상되며 이와 관련한 국내기업의 쓰레기 분리수거 시스템 및 자원 재활용과 관련한 아이템이 프로젝트에 도전할 만한 업종으로 판단
- (국방) 차세대 국방 프로젝트 추진
 - 크로아티아는 대외 정치가 안정화됨에 따라 국방비 지출 및 규모가 크지 않지만 구식 전투기, 헬리콥터, 국방 인프라를 호환 장비로 대체하고 있으며 이 역시 EU 기금을 통해 프로젝트로 진행하는 중
 - 소형 무기와 낮은 엔트리의 해군 함정, 훈련기 등의 틈새 부문에서 새로운 국방산업 수출 성장 가능성

III 진출전략

- 정부 프로젝트 참여기회 모색(의료, 건설, 환경)
- 프리미엄 소비재 수출 지원

1. SWOT 분석 및 전략도출

[크로아티아 지역 SWOT 분석]



전략방향	세부전략	진출전략
SO 전략 (역량 확대)	• EU 기금과 관련한 프로젝트 및 프로젝트와 관련한 아이템 발굴 및 진출 • 한국 대표상품에 대한 긍정적 이미지 강화	프로젝트 수혜 산업인 의료 분야 진출
ST 전략 (강점 활용)	• 동아시아 관광객을 타깃으로 한 관광분야 • 투자 및 해외취업 기회 모색	환경 및 도시 인프라 관련 시장 개척
WO 전략 (기회 포착)	• 서유럽권 대비 한국제품이 경쟁력을 갖춘 산업 시장 진출 지원	관광 투자유치에 따른 해외고용 창출
WT 전략 (위험 대응)	• 중국의 저가 상품과 차별화되는 프리미엄 상품군에 집중	IT, 뷰티 등 프리미엄 소비재 수출 지원

2. 주요 이슈·산업별 진출전략



가. (소비재) IT, 화장품 등 한류수혜 프리미엄 소비재 진출

시장여건 및 전략적 가치
○ 관광산업의 호황 및 EU 가입 효과, 건설인프라 추진 등으로 민간 소비심리 개선 ○ 출산율 저하 및 1인 가구 증가로 프리미엄 제품에 대한 수요 확대 예상 ○ 높은 국산 스마트기기 인지도 및 한류의 영향 등으로 한국제품은 고급제품으로 인식됨

□ 주요 이슈 및 트렌드

- 경제회복에 따른 가처분소득 증가로 프리미엄 소비재 시장 확대
 - 1인 가구 증가 및 출산기피 현상으로 유아시장은 축소될 것으로 보이나, 고급의류, 화장품, IT 제품 등 프리미엄 제품 시장은 확대될 전망
- 온라인 유통시장 확대추세 가속
 - 온라인 시장은 2017년 약 2억 유로로 전체 유통시장의 2%에 불과하지만 2015년부터 매년 10%

이상의 고속성장을 하고 있음

- EU 내 온라인마켓 지역차별 금지로 인해, 타 EU 국가 온라인 시장에서도 제품을 구매할 수 있어 전체 온라인 소매시장은 더 크게 성장할 것으로 보임

□ 진출전략 및 유망품목

- 온라인 시장에 초점을 둔 마케팅 전략 수립 필요
 - 온라인 플랫폼 주요 벤더(M SAN Grupa, ORBICO)들은 기존 오프라인 시장이 취급하던 대량 상품뿐만 아니라 틈새시장 공략 상품, 아이디어 상품까지 취급하고 있어 우리 제품 진출에 보다 용이한 플랫폼
 - 화장품, IT 웨어러블 기기, 소형가전 등 유럽 내 물류창고 기반이 없는 다양한 생활용품 판매도 가능할 것으로 전망
- 유럽 감성에 다가갈 수 있는 제품 개발 필요
 - 소비재의 경우 제품의 질과 가격과 더불어 '문화 및 생활습관' 등이 제품 구매에 결정적 요인을 차지하는 경우가 많아, 유럽인의 문화와 생활습관이 가미된 제품 디자인과 기술 접목 필요
 - 예컨대 주방가전의 경우에도 다양한 기능보다 철저한 마감처리 및 감성이 돋보이는 제품을 유럽인은 더욱 선호하는 것으로 유로모니터 조사 결과 나타남
 - 현지 트렌드를 반영한 제품 개발과 함께 마케팅 수단으로 현지 인플루언서 활용도 필요할 것으로 판단
- 화장품 및 IT 기기 등 유망
 - 아직 점유율은 낮지만, 서유럽 시장에서의 성공에 힘입어 최근 입소문을 타고 현지인의 수요가 급격히 증가하고 있음
 - 특히 스킨케어 제품 및 IT 웨어러블 기기, 전기자전거 등의 수요가 늘어날 것으로 보임

나. (관광) 관광산업 호황에 따른 건설시장 및 직접투자 참여

시장여건 및 전략적 가치

- 크로아티아 전체 GDP의 약 20%가 관광산업에서 비롯되며, 이는 유럽 내 최대수준임
 - * 2017년 해외 관광객 수는 약 1,600만 명(크로아티아 통계청 발표자료 기준)으로 매년 약 10% 증가
- 관광수요 충족을 위한 호텔 개보수 및 교통 인프라 건설 프로젝트 추진으로 관련시장 확대 전망
- 급증한 한국 관광객을 대상으로 한 관광분야 진출이 유망하며 이로 인한 해외 고용창출이 기대됨.

□ 주요 이슈 및 트렌드

- EU 가입 이후 유럽 관광객은 물론, 한국 및 중국 등 아시아 관광객 급증
 - 크로아티아를 방문하는 외국 관광객은 매년 10% 이상의 고성장을 지속하고 있음
 - 화려한 자연환경, 안정적인 치안 등이 최대 강점
- 정부 차원의 관광산업 다변화를 위한 투자 움직임
 - 자연 위주의 단순 관광에서 의료, 향토음식, 공예 등 부가가치 창출을 위한 새로운 관광산업 창출 시도
- 아시아 최초 양국 간 항공 정기노선 취항
 - 2018년 9월 대한항공이 인천-자그레브 간 정기 직항노선을 취항함에 따라 양국 간 접근성 확대

□ 진출전략 및 유망품목

- 관광인프라 확대수요에 따른 건설시장 공략
 - 호텔 건설 및 개보수, 교통 인프라 구축이 추진됨에 따라 건설장비 및 건축자재 수요가 증가할 전망
 - 건설중장비 외 건설 안전장비, 실내 장식재의 수요도 함께 증가할 것으로 보임
 - 관련제품 대부분을 서유럽에서 수입하고 있으나, 시장확대에 따른 신규 거래처 발굴 수요를 포착한다면 시장진출이 가능할 것으로 보임
 - 숙박공유 플랫폼을 활용한 개인 하우스 단기 임대자를 대상으로 한 보안·방범 장비 및 보안 솔루션 등 관광산업 파생 틈새 시장에서 수출 가능성 있음
- 관광분야 투자진출 및 해외취업 기회 모색
 - 늘어나는 관광수요를 뒷받침하기 위해 크로아티아 정부는 해외투자를 적극 유치하고 있음
 - 숙박, 요식업 및 레저 시장 등에 대한 투자진출이 유망할 것으로 보임
 - 급증하는 한국 관광객을 대상으로 한 관광서비스 증가로 한국인 구인수요가 늘어날 것으로 보임

다. (의약품·의료기기) 공공조달 입찰을 위해 보건부 및 병원 네트워크 구축 필요

시장여건 및 전략적 가치

- 크로아티아 보건산업(의약품, 의료기기) 규모는 약 13억 달러로 약 80% 이상을 수입에 의존
 - * 시장규모 : (의약품) 10억 달러, (의료기기) 3억 달러
- 공공의료서비스에 기반, 병원 및 약국 일부를 정부가 소유. 전체 시장의 약 60% 이상이 공공입찰을 통해 진행
 - * 국내기업 현지 진출기업 1개사(슬로베니아), 유럽 기업들의 직접 진출로 독과점 시장 형성
- 현지 유력 파트너사 발굴 및 병원 입찰 프로세스 이해를 통해 공공조달 참여 절실
 - * 우리 기업, 단순 셀러-바이어 개념을 탈피하여 파트너십 구축 노력 필요

□ 주요 이슈 및 트렌드

- 크로아티아 정부는 2012년부터 비용절감을 위해 병원공동 의료기기 공공조달 프로그램을 시행 중
 - 의료기기별 대표병원들이 공공조달을 수행함에 따라 레퍼런스가 없는 우리 기업의 시장진출 난항
- EU 기금 재원을 활용한 병원 현대화 및 의료시스템 개선 진행 중
 - 2차 EU 기금 활용기간(2014~2020년)에 총 2억 6,800만 달러의 EU 기금 투입
 - EU 기금 및 지역개발부는 2018년 3월, 저개발 및 전쟁피해지역 의료서비스 개선계획 지원을 확정하였고, 2018년 8월에는 7개 병원 현대화 프로젝트에 대한 EU 기금 투입을 결정하는 등 EU 기금 활용에 박차를 가하고 있음
- 의약품의 경우 Pliva(TEVA 그룹) 등 굴지의 현지 기업들이 존재하나, 일반·전문의약품 수입 의존도는 약 80% 이상을 차지
 - 현지 의약품 디스트리뷰터, 다국적 기업들과 파트너십 구축을 통해 병원 및 약국에 납품
 - 핵심 구매 담당자 및 의사와 오랜 네트워크를 통한 유착관계 형성
- 특히 의료기기는 약 92%를 수입에 의존하고 있으며, 독일을 필두로 한 유럽산 제품 시장점유율이 81.3%를 차지
 - 의료기기 시장은 2억 7천만 달러 규모*이며 국산제품은 2,900만 달러로 1.2%의 시장점유율을 보임
 - * 의료용 소모품 5,600만 달러, 영상진단장비 4,500만 달러, 치과장비 2,500만 달러, 정형외과기기 및 보철 3천만 달러, 환자보조기기 2,800만 달러, 기타 5,400만 달러

□ 진출전략 및 유망품목

- 공공조달 입찰을 위한 보건부 및 병원 네트워크 강화
 - 소액입찰*의 경우 병원 관계자와 보건 당국에 의해 직접 의사결정이 되며, 대규모 입찰은 건강보험공단에서 경쟁입찰을 발행함
 - * 소액입찰 : 2만 6,600유로 이하
 - 개별적으로 공고되는 소액입찰정보를 수시로 파악하고, 대규모 입찰정보 사전획득 및 낙찰성사를 위해 병원 및 보건부 관계자와 네트워크 형성이 필요
 - 현지 전시회 및 컨퍼런스 참여를 통해 현지 네트워크를 강화하고 현지 유력 파트너사 제휴를 통해 레퍼런스를 확보하는 것이 중요
- 공공조달 낙찰을 위해서는 유럽 내 거점 보관창고 확보 필요
 - 현지 바이어, 접근성이 용이한 업체를 더욱 선호하며, 이는 유럽 기업들이 현지에서 강세를 보이는

핵심 원인

- 기업의 보관창고 유무에 따라 바이어들의 취급 관심 현격히 차이
- 사유 : 현지 병원 입찰 대응이 용이, 소규모 수시 오더 및 신속한 A/S 선호
- 퀴네 앤드 나겔 등 국제적인 선사 내 한국 지부에서는 슬로베니아 코퍼항-헝가리 물류창고 라인을 통해 신속한 LCL 대응 및 제품 보관을 지원 중으로 동 서비스 활용 추천
- * 물류 애로사항 및 문의사항이 있을 시 무역관 연락 요망

○ 공조 마케팅 필요

- 글로벌 기업과 경쟁을 위해 국내 수출기업은 현지 파트너사 지원이 반드시 필요
- 홍보를 포함한 전체 마케팅 비용 중 일부를 공급자에게 요구하는 사례 수시 발생
- 이는 글로벌 기업들이 현지 진출을 위해 전통적으로 사용했던 마케팅 툴로서, 국내기업들에게도 동일한 요구 가능성 높음

○ 의료용 소모품, 치과용품 및 영상장비 유망

- 의료용 소모품, 치과용품 및 정형외과 용품 등은 바이어의 신규 거래선 확보 및 병원 입찰 활동이 매우 활발한 분야임
- 병원 현대화에 따라 컴퓨터 단층촬영 기기 및 의료영상 전송시스템 등의 수요확대도 기대됨
- 미용기술의 인기 증가로 미용기술용 봉합실, 필러 등의 수출도 유망함

라. (환경·도시인프라) 도시 인프라 재구축 및 환경 개선 관련 거래선 확보

시장여건 및 전략적 가치

- 크로아티아 쓰레기 재활용률은 18%로 EU 가이드라인인 50%에 한참 미치지 못하고 있음
- 지리적, 환경적, 산업적인 측면에서 식수 및 생활하수 처리 등의 문제는 국가 차원에서 해결해야 할 과제
- 도시 재구축 관련 프로젝트는 꾸준히 이어질 것으로 전망

□ 주요 이슈 및 트렌드

- 크로아티아는 2013년 EU 가입 이후 쓰레기 배출감소 및 재활용과 관련하여 EU에서 요구하는 폐기물 관리 가이드라인에 대응하지 못하고 있음. 2017년 11월부터 도시 쓰레기 처리 시행령이 발효되었으나 보편적으로 확대되지 못하였음
- 크로아티아는 2020년까지 유리, 플라스틱, 종이, 금속류 등의 쓰레기 재처리 및 재활용률을 50% 수준에 맞추어야 하나 현재는 18%에 그치고 있음

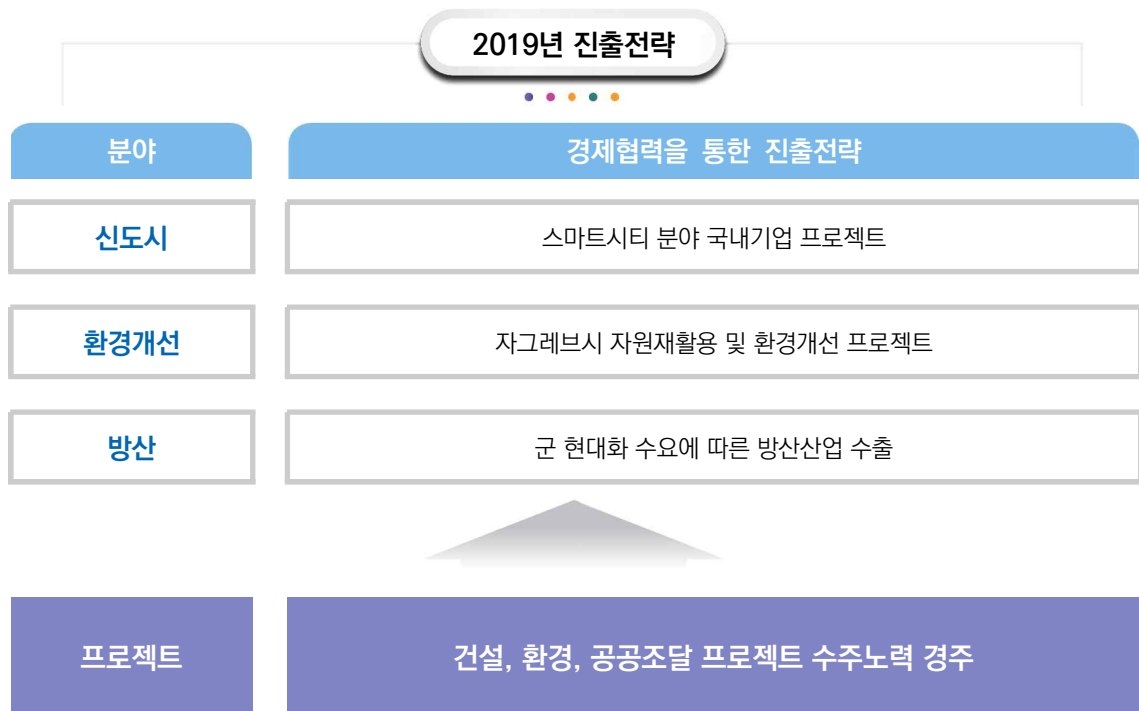
- 넓은 아드리아해와 1천여 개가 넘는 섬을 보유한 크로아티아는 유럽의 대표적인 관광의존 국가 중 하나로서 폐수 처리와 식수 공급에 어려움을 겪고 있음
 - 휴가 시즌에 해변도시를 중심으로 급격하게 증가하는 관광객으로 인해 쓰레기 및 생활하수 처리에 대한 사회적 인식이 높아짐
 - 섬 지역의 마을들은 식수 공급에 어려움이 있는 곳이 많으며, 생활하수 처리 등의 문제가 항상 발생
- 크로아티아의 동남부 내륙지방인 슬라보니아 지역 및 세르비아, 보스니아 국경에 인접한 도시들은 아직도 1990년대 내전의 영향에서 크게 회복되지 못하고 있으나, EU 기금 및 월드뱅크 투자 등이 결정되면서 도시 인프라 재구축에 많은 정부 프로젝트가 발생할 것으로 예측됨
 - 이와 관련한 건설 분야의 수요가 지속될 것으로 보이며, 정부 프로젝트로 추진되는 도시 재구축의 경우 IT와 ICT가 포함된 스마트시티 형태로 추진될 예정

□ 진출전략 및 유망품목

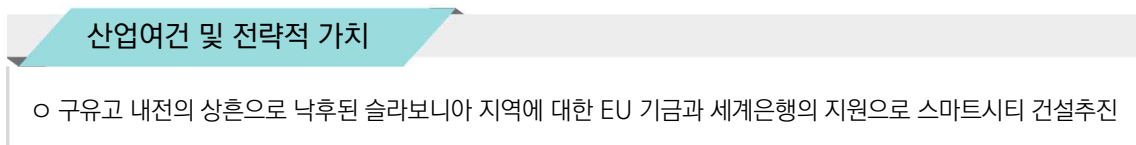
- 크로아티아 내 환경 관련 잠재 바이어 파악이 우선
 - 정부 입찰에 참여하는 공공분야 바이어와, 민간 분야에 중점을 두는 바이어 두 그룹으로 구분하여 각각의 영역에서 활동하는 주요 기업체를 파악하고 시장상황을 정확하게 이해하는 것이 필요
 - 전시회 및 컨퍼런스 참여를 통해 로컬 기업과 네트워크를 강화하고 산업과 관련한 세부정보 취득이 필수적이며, 직접적인 정부사업 참여보다는 내실 있는 현지 기업과 협력하는 것이 바람직
- CE 인증 등 자격 취득이 준비되어 있지 않으나 시장 진입이 빠르게 필요하다고 판단될 경우 제품을 조립(Assembly)할 수 있는 현지 기업과 협업하는 것도 고려
 - 대부분의 환경처리 제품은 유럽의 전기 인증(CE)이 필요하므로 이에 대한 준비 여부를 반드시 확인
 - 시기적으로 빠른 초기 시장 진입이 필요할 경우에는 제품을 조립해서 판매할 수 있는 현지 기업과 파트너십을 맺는 것도 추천
- 도시 인프라 구축과 관련한 이슈에서는 크게 건설 분야와 ICT 기반의 스마트시티 분야로 구분하여 진출전략을 수립
 - 건설 분야의 경우 파이프라인, 골조 등의 철강재와 기타 전자재의 원재료(raw material) 중심으로 수요가 발생할 것으로 보이며, 크로아티아 정부 사업에 주로 참여하는 건설회사를 확인하여 이에 대한 적극적인 영업이 필요
 - 스마트시티의 경우 정부 입찰 프로젝트로 추진되기 때문에 현지 기업과 협력이 가장 빠른 시장 진입 방법. IT 강국의 이미지를 통해 용이하게 접근이 가능할 수 있으나 국내기업이 보유하고 있는 기술력에 대한 강조보다는 실질적인 비즈니스 레퍼런스를 중심으로 영업하는 것이 바람직

- 환경 분야는 음식 쓰레기 재활용, 하수처리 제품, 건설 분야는 전자재, 스마트시티의 경우 보안 시스템 등이 유망
 - B2B 차원과 B2C 차원의 음식 쓰레기 재활용 제품, 하수에 대한 정수 및 식수화가 가능한 제품에 대한 관심과 수요가 높을 것으로 예측
 - 냉연, 열연, 강판 등의 철강류와 콘크리트 혼화제류의 전자재 제품이 수출에 유리할 것
 - IT 및 ICT에 기반한 건물 및 도시 보안 시스템과 관련한 제품이 현지 프로젝트에 알맞을 것으로 판단

3. 한-크로아티아 경제협력을 통한 진출전략



가. 슬라보니아 지역 스마트시티 건설계획 참여



□ 스마트시티 분야 국내기업 간 협력을 통한 진출방법 모색

- 기술력을 갖춘 우리 기업 간 컨소시엄 구축을 통한 프로젝트 참여 모색
- Home IoT, 보안 분야(CCTV) 등 우리 기업이 강점을 보이는 분야 진출이 유망

나. 폐기물 관리 프로젝트 참여

산업여건 및 전략적 가치

- 크로아티아는 EU 폐기물 프레임워크 지침 도달을 위한 5개년 계획을 수립하고 관련사업을 추진

□ 쓰레기 분리수거 및 재활용 등 유망분야 진출기회 포착

- 도시폐기물 50% 재활용 목표(2020년) 미달이 예상되는 등 환경개선이 미진해 관련 사업 추진이 활성화될 전망
- 스마트 분리수거, IOT 쓰레기통 등 스마트 쓰레기 수거관리 솔루션 진출도전 필요

다. 국방 현대화 사업 추진에 따른 방산물자 수출

산업여건 및 전략적 가치

- 군 현대화 수요 및 미국의 NATO 회원국 대상 GDP 대비 국방비 비율 2% 충족 요구에 따라 군 현대화 프로젝트 급물살

□ 군 현대화 프로젝트 추진에 따른 방산물자 조달시장 참여추진

- 크로아티아는 국방 지출규모가 크지는 않지만, 2000년대 들어 꾸준히 군 현대화 작업을 추진 중
- 소형무기, 훈련기 등 틈새 조달시장 참여 모색



수출유망 품목

품목명 1	HS Code	330499	수입관세율(%)	0%
화장품	수입액('17/US\$백만)	75.8	대한수입액('17/US\$백만)	0.03
	선정사유	- 최근 전체 시장규모가 1억 달러를 돌파하며 확대 - 서유럽에서의 성공을 힘입어 한국 화장품에 대한 긍정적 이미지 형성		
	시장동향	- 메이크업 제품에 대한 수요가 높으며 스킨케어 제품 수요가 저조함 - 통상 스킨케어 제품 수요가 메이크업 제품보다 높은 것을 고려 시, 스킨케어 제품수요 증가 예상		
	경쟁동향	- 메이크업, 향수류는 독일, 프랑스, 이탈리아 등지의 유명 브랜드가 시장 장악 - 스킨케어, 기능성 화장품 시장은 치열한 경쟁 예상		
	진출방안	- 유럽 진출을 위해 CPNP 등록은 필수 선결과제 - 병행수입, 온라인 마켓 소비자의 호평에도 아직 직수입자는 소수에 불과한 상태 - 시장규모를 감안할 시 적절한 수입상을 선정하여 독점거래를 추천		
품목명 2	HS Code	871160	수입관세율(%)	0%
전기자전거	수입액('17/US\$백만)	4	대한수입액('17/US\$백만)	0
	선정사유	- 정부는 레저관광 육성 및 지역개발 전략으로 전기자전거 공급계획 수립 - 에너지 절감 및 CO2 저감을 위한 정부의 인프라 구축 노력으로 전기자전거 이용객 증가		
	시장동향	- 페달보조방식(PEC) 자전거가 주요 유통모델 - 주요 관광지 중심 전기자전거 임대서비스 확대 - 수요증가로 Greyp Bikes, Grunner 등 현지 전기자전거 생산업체 수도 확대		
	경쟁동향	- 2017년 중국이 독일을 제치고 제1수출국이 됨 - EU는 중국 제품에 반덤핑 관세 잠정부과(최대 83.6%, 6개월) - 2019년 1월 조사만료 후 확정관세 부과 결정예정		
	진출방안	- 사절단 및 전시회 참가를 통해 적정 유통사 발굴 필요 - 크로아티아뿐만 아니라 슬로베니아 등 인근국가를 모두 담당할 수 있는 유통사를 선택하는 것이 장기적인 시장확대에 유리		
품목명 3	HS Code	853950	수입관세율(%)	0%
LED 조명	수입액('17/US\$백만)	11	대한수입액('17/US\$백만)	0
	선정사유	- EU는 2018년 9월부터 EU 내 할로겐 조명 생산을 전면 금지함 - 이에 따라 LED 시장 확대 예상		
	시장동향	- LED를 포함한 전체 조명기기 시장은 서유럽 제품이 강세 - 시장 수요가 높아 다양한 유통사들이 활동 중		
	경쟁동향	- 서유럽 회사들이 시장을 장악했음 - Philips(네덜란드), Modular(벨기에), Massive(UK) 등이 인기 브랜드		
	진출방안	- 중국산 저가제품과 대기업 제품의 공세를 이겨내기 위해서는 명확한 목표시장 설정 필요 - 저가시장 혹은 스마트 조명 등 차세대 프리미엄 시장 공략		
품목명 4	HS Code	902212	수입관세율(%)	0%
컴퓨터 단층촬영 기기	수입액('17/US\$백만)	3.3	대한수입액('17/US\$백만)	0
	선정사유	- 의료기기 수입은 매 3~6% 증가하는 추세로 한국제품에 대한 관심도 증가 - EU 기금 공급에 따른 의료장비 현대화 가속		
	시장동향	- 종합병원 및 응급의료센터 등 대형장비 수요는 포화상태 - 개인 정형외과 의원을 중심으로 소형장비 수요 확대 중		

	경쟁동향	- Siemens(독일), GE(미국)가 시장을 주도 - 이 외 Philips(네덜란드), Toshiba, Shimatzu(일본) 제품이 공급되고 있음		
	진출방안	- EU 내 데모교육센터를 통한 제품 홍보 필요 - 제품 홍보를 위한 단기 렌탈도 고려대상		
품목명 5	HS Code	901832	수입관세율(%)	0%
미용시술용 봉합실	수입액('17/US\$백만)	3.2	대한수입액('17/US\$백만)	0.09
	선정사유	- 비절개 미용시술에 대한 수요증가 - 한국산 제품의 높은 품질에 대한 인식 확산		
	시장동향	- EU와 미국산 제품이 시장을 주도하고 있으나 시장변화가 빨라 신규 제품수요 상존 - 소수의 한국기업들이 수출 중		
	경쟁동향	- Aesthetic Dermal RRS(스페인), Juvederm(미국) 등의 제품이 주요 공급제품		
	진출방안	- 기존 제품과 경쟁하기 위해서는 가격경쟁력 확보가 중요 - 관세율은 0%이나 높은 부가세(25%)를 고려해야 함 - 사절단 및 세미나 참석을 통한 네트워크 구축 필요		

스마트락 홈솔루션	선정사유	- 크로아티아 관광산업 발전으로 관광객 급증 - airbnb 등 공유서비스의 발전으로 인해 하우스 단기대여 공급 확대
	시장동향	- 대략적인 시장규모는 5백만 달러로 약 15만 가구가 하우스 렌탈 사업을 하고 있는 것으로 관측됨
	경쟁동향	- 아직 신규시장으로 소수의 업체만 활동 중
	진출방안	- 신규시장으로 시장수요에 기민하게 대응할 수 있는 중소기업 에이전트 선정 필요
의료영상전송 시스템	선정사유	- EU 기금 활용 병원 현대화 및 정부의 의료관광 육성으로 시장확대 예상
	시장동향	- 60여개의 주요 병원 및 헬스센터들이 5~7년 내 모두 시스템을 도입할 것으로 전망
	경쟁동향	- 크로아티아 기업 VAMS TEC가 시장을 장악 - 이 외 IBM, Ericsson 등이 활동 중
	진출방안	- 시스템 구축에 관심이 큰 디지털 방사선기기 공급회사를 이용하는 것이 주요
관광서비스	선정사유	- 크로아티아 GDP의 약 20%가 관광산업에서 비롯되는 관광국가 - 한국 관광객 급증으로 한국인 관광객 대상 서비스 수요 확대
	시장동향	- 크로아티아 통계청에 따르면 매년 관광객 수는 약 10%의 가파른 상승세를 보임 - 아시아 국가 최초로 대한항공이 정기 직항편을 취항함에 따라 양국 인적교류 확대 전망
	경쟁동향	- 소수의 한국 로컬 여행사 활동 중
	진출방안	- 한국 관광객 증가에 따라 높은 현지여행사의 협업수요를 활용하는 것이 필요
건설, 플랜트	선정사유	- EU 기금 활용 각종 프로젝트 추진 중
	시장동향	- 크로아티아는 EU 기금 활용경험 부족으로 타 국가 대비 기금 활용률이 저조 하였으나 정부의 노력으로 최근 많은 프로젝트가 사업자 선정 및 공사 절차에 있음
	경쟁동향	- 건설, 플랜트 입찰 시장에는 독일, 스페인, 이탈리아 등 현지 실적을 다수 보유한 EPC 업체들이 대거 참여하고 있으며, EU 내에서 EU 기업 보호 움직임도 일부 포착되어, 우리 기업들의 면밀한 사업분석이 필요한 상황임
	진출방안	- 현지 로컬 EPC 기업들의 경우, 기술수준이 우수한 우리 기업의 수주 가능성도 높게 점치고 있어, 이들 기업과 협력하여 프로젝트 동향을 면밀히 파악하고, 발주처 접촉을 통해 신뢰구축을 사전에 이루는 것도 필요할 것으로 판단됨



2019년 KOTRA 주요 사업 (잠정)

연번	구분	사업명	시기/장소
1	공공조달시장 참여지원	동유럽 공공조달 수출상담회	4월/자그레브
2	환경시장 진출지원	환경산업 시장개척단	6월/자그레브



첨부 4

2019년 주요 정치경제 일정 및 전시회 캘린더

□ 주요 정치 일정

주요 행사	일시(잠정)	비고
7대 대통령 선거 1차 투표	2019. 12. 21~2020. 1. 20	기간 내 하루 실시
EU 의회 선거	2019. 5. 23~2019. 5. 26	
16+1 정상회담	2019. 9. 예정	두브로브니크

□ 유망 전시회 캘린더

주요 행사	일시(잠정)	비고
자그레브 보트쇼	2019. 2. 20~24	
제21회 국제 의료, 제약 컨퍼런스	2019. 2. 16~27	
미용박람회	2019. 3. 8~10	
크로아티아 보트쇼	2019. 4. 10~14	
엠비엔타(ambienta) 국제 가구, 인테리어 전시회	2019. 10. 10~13	
비오그라드 보트쇼	2019. 10. 17~20	

담당자

자그레브 무역관 이지택

Tel +385-1-4815-102

직책 과장

Email jitaek.yi@kotra.or.kr

본사 시장조사팀

Tel

직책

Email

2019 국별 진출전략

크로아티아



kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency