

# 제1회 한-루마니아 산업(중소기업) 박람회

1st KOREA-ROMANIA INDUSTRY EXPO

SEP 3(TUE)~5(THU),2019

Sala Polivalenta, Outside Square



*Korea with Romania*

2019

# CONTENTS

## 01. Why Romania ?

| 루마니아에 대한 이해

## 02. 운영 계획

| 행사 개요  
| 추진 전략  
| 행사장

## 03. 운영 조직 위원회

| 조직도

## 04. 후원 협찬 제안

## 05. 업무 추진 계획

| 주요 일정



## 01. WHY Romania







## About Romania?

루마니아는 유럽의 동-서를 잇는 비즈니스 관문  
중유럽과 남동유럽 지역의 다양한 사업기회 제공  
유럽연합 내에서 가장 경쟁력 있고 역동적인 경제체제

세계 최대 규모 구매력의  
EU 시장 진출 거점

EU내 신흥시장  
발칸의 핵심 루마니아의  
풍부한 시장 성장잠재력

비교적 높은 개방성에 따른  
시장의 접근성 양호

루마니아는 라틴과 발칸 문화가 독특한 지역 문화를 가지고 있다.  
인구 약 1,970만 명의 루마니아는 외국인을 매우 긍정적으로 대하며,  
해외상품 수입에 대한 의향이 큰, 전 세계에 개방된 국가다.



EU내 최고 수준의 경제 성장률(6.9%)을 가진

**루마니아!**

**동유럽 시장 진출의 기회!**

### 동유럽의 물류 허브

동유럽의 물류 허브로  
인프라 및  
사회간접자본 투자가  
EU국가중 가장 많은  
기금이 투자됨.

### 삼성전자 동유럽 총괄본부

루마니아 부카레슈티에  
삼성전자 동유럽  
총괄본부가 있을 정도로  
물류 및 제반시설  
급속도로 발전

### 건축 붐과 소비형 국가

EU국가중 유일하게  
한국의 롤모델삼아 건축  
붐으로 수도를 기점으로  
팽창하고 있는 소비형  
국가

### EU법의 안전

EU의장국가로 앞으로 2년간  
한국기업의 진출 시 EU법의  
안전과 투자자의 재산보호가  
법적으로 완벽히 보장되면  
향후 5년간 7%대의 고도  
성장을 할 것으로 예상

## ◦ 루마니아 한류



영화제, 대장금으로  
대표되는 드라마 그리고  
K-Pop까지



루마니아한류는 2004년 <트란실바니아국제영화제>에  
출품된 김기덕감독의 <섬>등을 통해 생겨난  
한국영화마니아층을 시작으로, 2009년 <대장금>의  
공전의 히트 이후 다수 소개된 한국 드라마의 영향을 받아  
중·장년층으로 저변이 확대 되었다.



최근에는 청소년과 대학생 등을 중심으로 K-Pop의  
인기가 고조되면서 루마니아내 새로운 문화 트렌드로  
자리잡고 있다.



# 새로운 시장, 루마니아

한-루마니아 산업 박람회와 K-Pop 콘서트는  
한-루마니아 수교 30주년의 첫 단추를 꿰는  
민간 진행의 첫 행사입니다.

루마니아, 헝가리, 불가리아, 세르비아 등 발칸 반도의  
바이어와 한류 팬들을  
한자리에 모을 수 있는 기회가 될 것이며

한-루마니아의 수교를 기리며  
함께 할 수 있는 역사적인 행사가 될 것입니다.



# 루마니아 시장 진출 전략

지속적인 경제성장속 유망품목 위주의 시장 진출

## 강 점

1. 거시경제안정성
2. 활발한 외국인 직접 투자
3. 풍부한 천연자원
4. 비용 경쟁력(EU 대비 낮은 인건비)

## 약 점

1. 낮은 EU 기금 흡수율
2. 열악한 인프라
3. 지하경제의 높은 비중
4. 젊은 층 엑소더스 현상

## 위 험

1. 고령화로 인한 공공제적 문제
2. 전문인력 부재
3. 정치적 불안정성(여/야)
4. 비효율적인 사법제도

## 기 회

1. EU 회원국 자격
2. 천연자원(석유 포함)
3. 높은 EU 기금 배정액
4. 개선 수요가 큰 열악한 인프라 환경

## [ 루마니아 시장 전략도출 ]

### 역량 확대

높은 경제성장과 EU 기금을 활용한 인프라 시장 접근

### 강점 활용

루마니아 선진출 후 유럽 시장 전체로 확장 전략

### 기회 포착

EU 자금 지원을 통한 인프라 개발 프로젝트 참여 기회 존재

### 위험 대응

관료주의, 사법제도 등의 환경을 이해하고 진출 시 면밀한 검토 필요

투자진출 고려, 인프라 시장 접근

유럽 내 실적 레퍼런스 취득

프로젝트 참여

현지 네트워크 확보





## Title에 대한 접근

- + 산업(중소기업) 박람회 (Exhibition)
- + 한류 콘서트 (K-Pop) in Romania
- + 비즈니스 미팅 (Biz Matching)

## 제1회 한-루마니아 산업(중소기업)박람회

1ST **Korea-Romania Industry Expo**

약칭 : K-Romania Expo 2019



## Key Visual



**제1회  
대한민국  
산업(중소기업) 박람회**

1st KOREA-ROMANIA K-WAVE EXPO

**SEP 3(TUE)~5(THU), 2019**

Sala Polivalenta, Outside Square



**1st  
KOREA-ROMANIA  
INDUSTRY EXPO**

**SEP 3(TUE)~5(THU), 2019**

Sala Polivalenta, Outside Square

## 02. 운영 계획





# 행사 개요

- 행사명 제1회 한-루마니아 산업(중소기업) 박람회  
1st Korea-Romania Industry Expo
- 일 자 2019년 9월 3일(화)~5일(목)
- 장 소 Sala Polivalenta 및 외부 광장
- 주 최 (재)루마니아 경제인협의회, 부카레슈티 상공회의소, 경북테크노파크
- 주 관 한루마니아교류협회, EU&OSUNG SRL
- 후 원 (재)루마니아 대한민국대사관, (재)루마니아 한인회, 코트라, 부카레슈티 시청, 부카레슈티 SEC4시청, 가온미디어
- 구 성 Korea-Romania Industry Exhibition 약 90부스 (9월 3~5일)
  - 뷰티, 헬스, 의료산업관
  - 전자, 전기산업관
  - 농업, 기계산업관
  - 소비재, 식품관 외 지자체 공동관K-Pop Concert 2일간 약 8,000명 (9월 4~5일)

## 4가지 운영전략

### ◦ 프로그램 성공 포인트

1

#### 한국과 루마니아, 발칸 기업인의 실질적인 Business

참석 기업의 향후 발칸지역 진출을 위한 Business에 실질적 도움이 되는 기회 제공

2

#### 역동적인 K-Pop 공연을 통한 행사간 교류효과

인기 아이돌 그룹의 공연을 통한 한류 팬심 확보 및 이를 통해 전시회와 연계 운영

3

#### DESIGN Quality가 있는 행사 연출

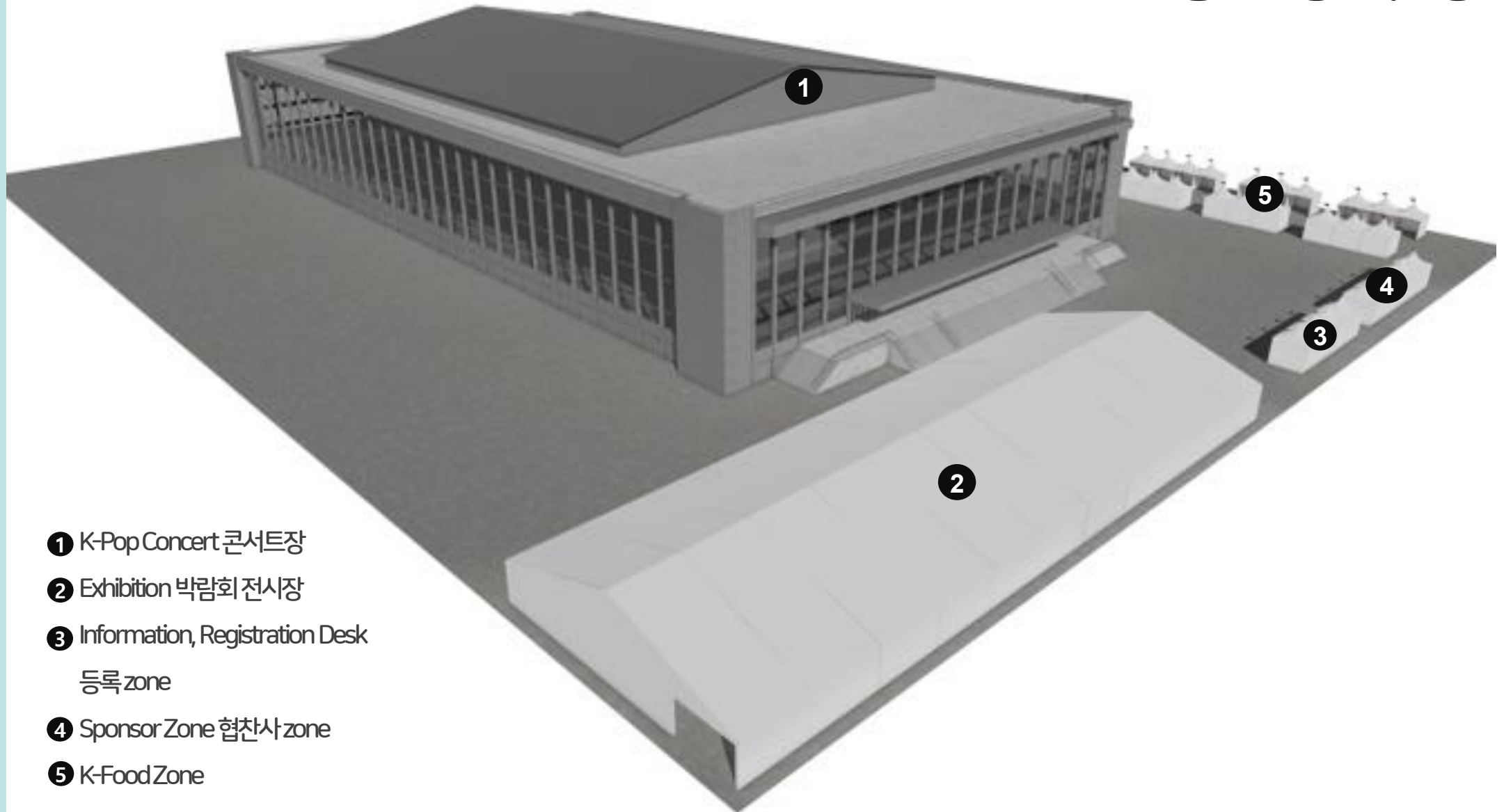
향후 지속적인 행사를 이어가기 위한 B.I.(Brand Identity) 요소 개발 및 적용

4

#### 참석자를 배려한 세심한 Hospitality

준비부터, 사전 안내, 현장운영까지 참가자 입장에서 프로그램 준비

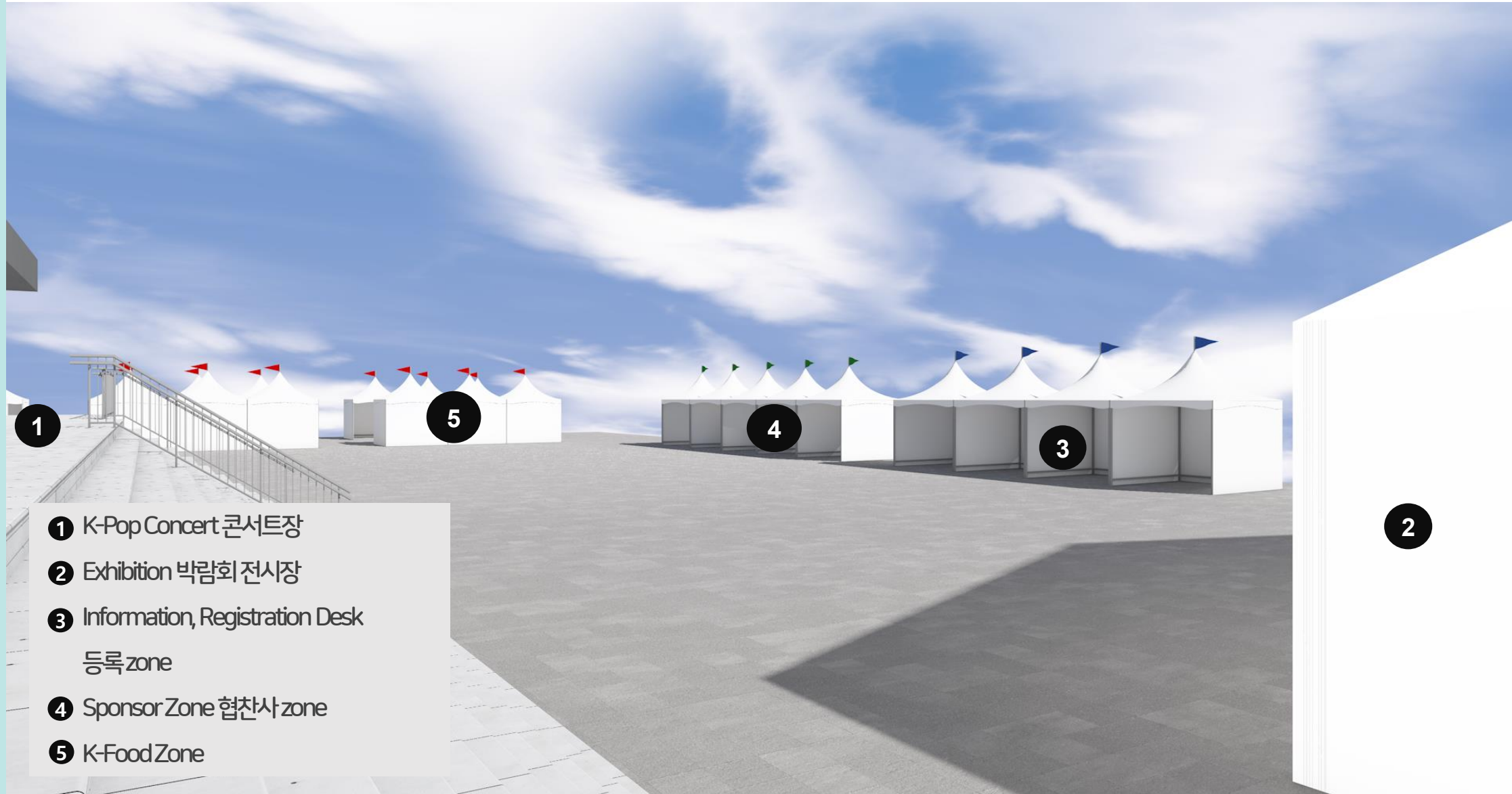
## 행사장 구성



- ❶ K-Pop Concert 콘서트장
- ❷ Exhibition 박람회 전시장
- ❸ Information, Registration Desk  
등록 zone
- ❹ Sponsor Zone 협찬사 zone
- ❺ K-Food Zone

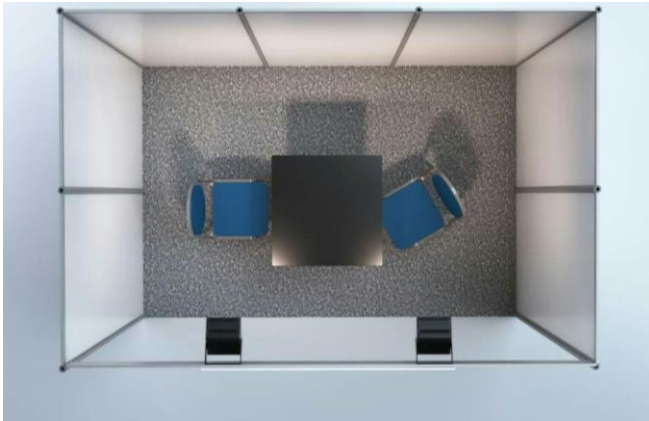


# 행사장 구성



- ① K-Pop Concert 콘서트장
- ② Exhibition 박람회 전시장
- ③ Information, Registration Desk  
등록 zone
- ④ Sponsor Zone 협찬사 zone
- ⑤ K-Food Zone

# 행사장 부스 구성



- ▷ 부스를 통해 전용 이벤트 진행 및  
상품 홍보로 고객들에게  
브랜드 이미지를 인식시킴.
- 현지 루마니아 광고 매체 홍보효과와 바이어와 1:1 밀착 미팅 기회 제공
- 행사 후 지속적인 교류 지원.



개별 부스 추가 및 별도 신청  
신규 - 1칸 3x2



# 행사장 구성



## 행사장 구성(안)

콘서트 4,000석 규모

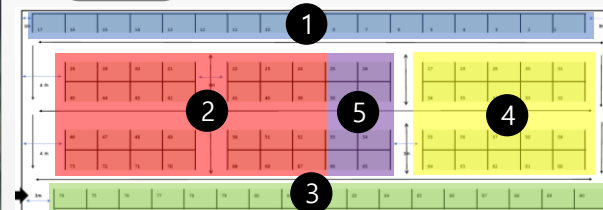
전시장 약 90부스 규모(55 x 20m)

부대공간 상담라운지, 사무국, 등록데스크, 협찬사부스, K-Food 공간



[기본부스] 3 x 2 m

## 전시관



- ① 뷰티, 헬스, 의료산업관
- ② 전자, 전기산업관
- ③ 농업, 기계산업관
- ④ 소비재, 식품관
- ⑤ 부대행사장



2019

2.운영 계획 / K-POP 콘서트

## K-Pop Concert

약 4000천 규모의 루마니아  
부쿠레슈티 중심에 위치한  
실내체육관

# 2019 K-POP CONCERT

in Romania

# Sala Polivalenta (실내 체육관)

## ◦ Sala Polivalenta

루마니아 부쿠레슈티

중심에 위치한 실내체육관



2019

2.운영 계획 / K-POP 콘서트



임팩트 IMFACT

/지안,제업,태호,이상,웅재

IMFACT

K-Pop 공연  
아이돌 그룹



CLC

/오승희, 최유진, 장승연, SORN, 장예은, 엘키, 권은빈

CLC



## ◦ K-FOOD Zone

- ◆ 한국 음식 체험
  - ◆ 유관 기관협력 프로그램
- 운영으로 현장을 더욱 풍성하게 운영
- ◆ 시장개척
  - ◆ 현지 요리사와 협력 프로그램 준비



## 03. 운영 조직 위원회





# 한-루마니아 교류협회 조직도





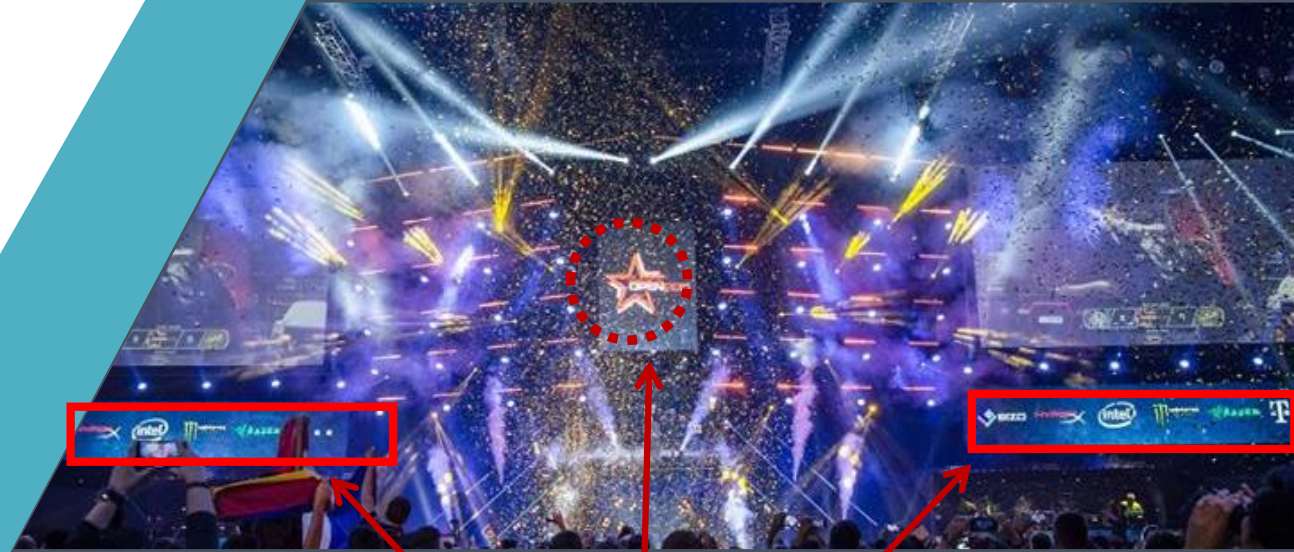
## 04. 후원 협찬 제안



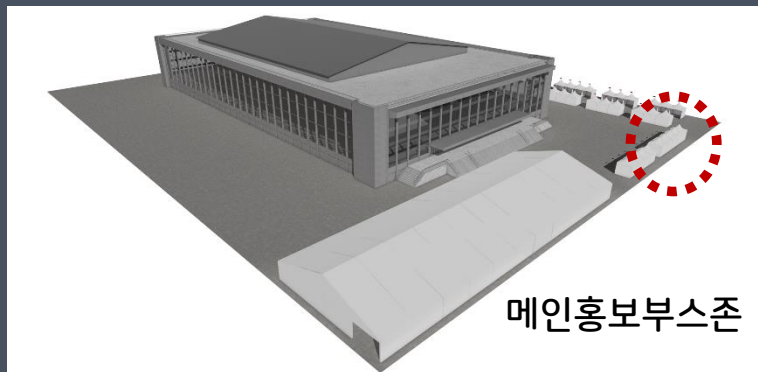
구분	Platinum	Gold	Silver	Bronze	Iron
협찬비용	10억원	5억원	3억원	1억원	5천만원
공통 서비스	SNS컨텐츠,행사 브로셔,포토 Wall 로고 노출				
메인부스배정	O	-	-	-	-
서브부스배정	-	O	O	O	O
협찬사 단독 대형 현수막	대형 현수막	대형 현수막	중형 현수막	소형 현수막	소형 현수막
부스 배정	협의	협의	협의	협의	협의
루마니아 국영TV 방송	송출 8회(주1회x8주)	송출 4회(주1회x4주)	송출 2회(주1회x2주)	송출 2회(주1회x2주)	송출 1회(주1회x1주)
EU 키스티비	송출 4회(주1회x4주)	송출 2회(주1회x2주)	송출 1회(주1회x1주)	-	-
K-Pop 현지 티켓 판매 광고 노출	지면 노출	배너 노출	배너 노출	로고 노출	로고 노출
K-Pop 공연장 노출	메인 스폰 로고 노출	서브 스폰 로고 노출	배너 로고 노출	배너 로고 노출	배너 로고 노출
루마니아 신문광고	지면 노출 12회	배너 노출 12회	배너 노출 8회	배너 노출 4회	배너 노출 2회
행사장 배너	메인 스폰 로고 노출	서브 스폰 로고 노출	로고 노출	로고 노출	로고 노출
초정,e-DM	지면노출	배너 노출	로고 노출	로고 노출	로고 노출
옥외 광고	옥외 광고판 메인 노출	옥외 광고판 서브 노출	옥외 광고판 로고노출	옥외 광고판 로고노출	옥외 광고판 로고노출

## 메인 부스존

- 메인 스폰 k-Pop 콘서트장 노출 광고
- 폭 20m 메인 홍보 부스 존 이용
- 동유럽의 물류 허브



스폰서 로고 노출



메인홍보부스존



### 메인 홍보 부스존 예시







### ◦ 방송 광고 홍보

#### 루마니아 TV 1위 채널 Pro TV

·루마니아 국영 TV방송국인 TVR에서는 TVR1, TVR2, TVR3, TVR문화, TVRi, TVR 정보 및 TVR HD 등 7개 채널을 운영하며, TV라이선스, 광고 및 정부 보조금으로 운영됨.

#### EU 음악 채널 KISS TV

·루마니아 국영 TV방송국인 TVR에서는 TVR1, TVR2, TVR3, TVR문화, TVRi, TVR 정보 및 TVR HD 등 7개 채널을 운영하며, TV라이선스, 광고 및 정부 보조금으로 운영됨.

## 05. 업무 추진 계획



## 성공적인 운영을 위한 일정





THANK YOU