



Warmia i Mazury kierują uwagę na Azję. Korea Południowa jako atrakcyjny rynek eksportowy

data aktualizacji: 2025.09.13



W Hotelu Przystań w Olsztynie odbyło się specjalistyczne szkolenie przygotowujące przedsiębiorców z Warmii i Mazur do udziału w II edycji misji gospodarczej do Korei Południowej. Spotkanie pokazało, że ekspansja na rynek azjatycki wymaga nie tylko dobrego produktu - równie ważna jest wiedza, strategia oraz umiejętność adaptacji do lokalnych realiów.

W Hotelu Przystań w Olsztynie odbyło się specjalistyczne szkolenie przygotowujące przedsiębiorców z Warmii i Mazur do udziału w II edycji misji gospodarczej do Korei Południowej. Spotkanie pokazało, że ekspansja na rynek azjatycki wymaga nie tylko dobrego produktu - równie ważna jest wiedza, strategia oraz umiejętność adaptacji do lokalnych realiów.

Pięć perspektyw, jedna lekcja

Podczas wydarzenia uczestnicy wysłuchali wystąpień ekspertów reprezentujących różne obszary. Aleksandra Serocka, doradczyni ds. współpracy z Koreą Południową, zwróciła uwagę na rolę szczegółów – od przygotowania wizytówek po znajomość zasad etykiety przy stole. Hanna Wanszewicz podkreśliła wagę kultury i hierarchii w biznesie, a Robert Zając z PAIH wskazał na instytucjonalne wsparcie, jakie polscy eksporterzy mogą uzyskać dzięki sieci Zagranicznych Biur Handlowych.

Formalno-prawne aspekty omówił Adam Smuga, radca prawny specjalizujący się w rynkach azjatyckich, a Agnieszka Smiatacz podzieliła się doświadczeniem w promocji polskich produktów w Azji. Wspólny mianownik wszystkich wystąpień był jasny: na **tak wymagającym i konkurencyjnym rynku** sukces zależy od przygotowania – nie tylko ofertowego, ale i kulturowego, prawnego oraz marketingowego.

Dlaczego to ważne

Spotkanie w Olsztynie było czymś więcej niż interaktywnym warsztatem. To część większej strategii regionu, który konsekwentnie wspiera swoich przedsiębiorców w wychodzeniu poza granice Polski. **Inwestycja w takie przygotowanie jest kluczowa, biorąc pod uwagę potencjał rynku koreańskiego. Jak wskazują dane IMARC Group (2024), rynek żywności i napojów wart jest ponad 200 miliardów USD, a sektor przetwórstwa żywności generuje przychód rzędu 63 miliardów USD rocznie (USDA, 2022). To atrakcyjna, ale bardzo konkurencyjna przestrzeń, w której tylko doskonale przygotowane firmy mogą zdobyć trwałą pozycję.**

Co dalej? Przed nami Targi FOOD WEEK KOREA 2025

Kolejnym etapem będzie udział firm w targach [FOOD WEEK KOREA 2025](#), **które odbędą się pod koniec października w Seulu**. Właśnie tam, wdrożenie wiedzy zdobytej na szkoleniu może zadecydować, czy pierwsze spotkania w Seulu przełożą się na długoterminowe kontrakty.

Zadanie realizowane jest w ramach projektu „Promocja gospodarcza Warmii i Mazur 2024+” (nr FEWM.01.08-IZ.00-0001/24), dofinansowanego ze środków programu regionalnego Fundusze Europejskie dla Warmii i Mazur na lata 2021–2027.



Fundusze Europejskie
dla Warmii i Mazur



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Artykuł sponsorowany.

Źródło:

<https://www.infoilawa.pl/aktualnosci/item/79506-warmia-i-mazury-kieruja-uwage-na-azje-korea-poludniowa-jako-atrakcyjny-rynek-eksportowy>