

ČESKÝ EXPORT

6 2020 A PODNIKÁNÍ

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR

Firma Lasvit vybavila sídla korporací v Lagosu luxusními svítidly

REGION POD LUPOU

Ghana je zlaté dítě Afriky, bojuje rozvojem ekonomiky i mírou svobody

MEZINÁRODNÍ OBCHOD

Výrobci zdravotnických pomůcek uspokojili český trh, teď nabídnou zboží do světa

Nigérie

Vyšší třída začala utrácet

Partneři:



BusinessInfo.cz
Oficiální portál pro podnikání a export

Český export
a podnikání online



Pro vaše zásilky z Číny jsme spustili přímý železniční sběrný kontejner



Výhody:

- Služba dostupná i pro vaše menší zásilky.
- Železniční koridor je novější - minimalizují se tak otřesy zboží.
- Využíváme tzv. střední cestu - nedochází k velkým teplotním rozdílům.
- Nejrychlejší servis po železnici z Číny do ČR trvá již 13 dní.*
- Nabízíme pravidelné týdenní odjezdy.

* Převážná doba od výjezdu z terminálu Xian do ČR

Jih v době virů

Zdá se, že bohatý sever si od koronaviru – přinejmenším na chvíli – odpočine. V jižní půli světa se ovšem situace kolem pandemie vyvinula úplně jinak, což zajímá i české vývozce.

Zatímco v Evropě se původní panika obrátila vmžiku zase v opačný extrém a politici honem stahují restriktce, aby si voliči nemuseli odeprít snad ani dovolenou u moře, v Latinské Americe se vrchol pandemie teprve blíží. Kritická je situace v nejlidnatější zemi regionu. V Brazílii počet obětí přesáhl 40 tisíc lidí a dále stoupá. Jde tak po USA o druhou nejpostiženější zemi světa. Kontroverzní prezident Bolsonaro zvolil strategii zachování ekonomické aktivity i za cenu vyšších obětí. Podobné rozhodnutí v oné Sofiině volbě, kde není dobrá alternativa, udělala i druhá nejlidnatější latinskoamerická země – Mexiko. Tam vláda také zavedla jen mírnější restriktce, aby zcela nezdrtila ekonomiku. Některé země regionu sice tvrdší opatření zavedly, ani ty ale zatím pandemií nezastavily. Roli hraje i zeměpisná poloha. Na jižní polokouli přicházejí roční období obráceně oproti Evropě. V Chile, Peru, Argentině či Uruguayi a v dalších významných zemích právě teď začíná zima, což viru svědčí. Některé státy tak stále drží plošné restriktce a vrchol pandemie čekají až někdy v červenci, nebo dokonce srpnu.

Ještě jinak se situace vyvinula v subsaharské Africe. Při pohledu na statistiky se zdá, že černý kontinent

zůstal na mapě koronaviru bílým místem. Počet případů i obětí je v porovnání s počtem obyvatel relativně malý. Teoreticky se dá najít pro menší šíření koronaviru několik vysvětlení. Afričané tolik necestují do světa a ani uvnitř svých zemí. Populace je mladá, takže je vůči viru odolnější. Skutečným důvodem mírných statistik je ale s největší pravděpodobností prostě fakt, že chudé země málo testují a koronavirus jako příčinu úmrtí mnohdy ani nezaznamenají. Zvlášť když region trápí daleko horší nemoci, jako jsou AIDS, malárie nebo tuberkulóza.

I na černou Afriku ale tvrdě dopadly hospodářské důsledky krize. V Nigérii, která je jako nejlidnatější země kontinentu s rychle rostoucí populací a ropným bohatstvím považována za nejperspektivnější trh regionu, začalo plošné zdražování. Na zemi dolehl propad cen ropy i poptávky po surovinách, stejně jako posílení dolaru. Přesto je Nigérie mimořádně zajímavý trh, kde se už formuje početná střední vrstva ochotná utrácet za kvalitnější zboží. Jako další exportně zajímavý cíl subsaharské Afriky v tomto čísle představujeme Angolu, která disponuje také obrovským nerostným bohatstvím. A třetí vizitka patří Ghaně, jejíž přednost spočívá v tom, že je na africké poměry až překvapivě spořádanou a svobodnou zemí. x

Tomáš Stingl. stingl@mf.cz



OBSAH

TÉMA

Nejvíce ropy, nejvíce lidí.	
Nigérie svou sílu teprve objevuje	4
Lasvit dodal do Lagosu luxusní svítidla	7
Nigérie se neprávem démonizuje	8
Nejmocnější muž zemřel na koronavirus	10
Pomoc při pandemii? 100 miliard dolarů a zastavení splátek dluhů	11
Angola je třetím rokem v útlumu	12
Ghana je zlaté dítě západní Afriky	14

MOZAIKA ZE SVĚTA

Koronavirus zvedl zájem o řemeslná piva i nářadí pro kutily	16
---	----

MEZINÁRODNÍ OBCHOD

S „digitální vizitkou“ do světa	19
Cesta z krize: Exportéři našli nové odběratele	20
Šít roušky místo padáků	22
Čtyři kroky k vývozu: tipy pro dobu pandemie	24

SERVIS PRO PODNIKATELE

CzechTrade nabídne vývozcům celosvětové online konzultace	28
Zodpovědné chování firem má vliv na získání úvěru	30
BusinessInfo.cz: Umělé inteligenci vady neuniknou	32

KALENDÁŘ

Veletrhy v zahraničí se státní podporou CzechTrade online	34
---	----

ČESKÝ EXPORT
A PODNIKÁNÍ

CzechTrade

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU

CZECHINVEST
Agentura pro podporu podnikání a investic

ČESKÝ EXPORT A PODNIKÁNÍ

Příloha týdeníku Euro a měsíčníku Profit vzniká ve spolupráci s agenturami CzechTrade, CzechInvest a Ministerstvem průmyslu a obchodu

REDAKČNÍ RADA
Štěpánka Filipová
Marcela Havlová
Pavel Hubáček
Lucie Klabanová
Jana Kohoutová
Marie Košťálová
Zuzana Pluhařová
Zuzana Synková
Martin Zíka

Mezi Vodami 1952/9
143 00 Praha 4
www.mf.cz



ŠÉFREDAKTOR
Tomáš Stingl

GRAFIK:
Petr Malinovský

KOREKTORKA:
Rea Čepelová

INZERCE
E-mail: obchod@mf.cz

TISK
Triangl, a. s.

Samostatně neprodejné
Číslo 6, vychází 15. června 2020.

2020 © Mladá fronta a. s.

Veškerá práva vyhrazena.
Jakékoli užití části nebo celku, zejména přetisk včetně šíření jakýmkoli způsobem bez výslovného svolení vydavatele, je zapovězeno.



Český export a podnikání online
www.euro.cz/byznys/export-a-podnikani/

Foto na titulní straně:
Nigerijská měna naira letos rychle ztrácí hodnotu.

Foto: Shutterstock.com

mladá fronta

Foto: Shutterstock.com



Nejvíce ropy, nejvíce lidí. Nigérie svou sílu teprve objevuje

Nejlidnatější stát Afriky vsadil jednostranně na ropu. Příliv petrodolarů ovšem zvedá ekonomiku zatím jen se střídavými úspěchy. Od Nigérie začala v poslední době ropu nakupovat v rekordních objemech i Česká republika.

Nigerijská federativní republika je největší africkou ekonomikou a trhem díky nejpočetnější africké populaci čítající 200 milionů lidí. Říká se, že každý pátý Afričan je Nigerijec a země má po Indii a Číně třetí nejpočetnější populaci mladých lidí na světě. Největším městem je dva-

cetimilionová megalopole a přístav Lagos. Hlavní město Abuja má „jen“ milion obyvatel.

Největším odběratelem nigerijské ropy je Indie, Čína je velmi významným investorem.

Právě kvůli silné domácí poptávce má Nigérie velký potenciál hospodářského růstu ve střednědobém až dlouhodobém horizontu. Země také disponuje obrovským surovinovým bohatstvím, přesto není v současné době schopna svůj potenciál dostatečně využít.

Páteří hospodářství je ropný průmysl, silně se spoléhá právě na ropu jako na svůj hlavní zdroj devizových a vládních příjmů, z nichž tvoří až 90 procent. Nigérie je dlouhodobě v první desítce největších světových producentů ropy s dosud známými zásobami ve výši zhruba 34 miliard barelů. V subsaharské Africe se tak spolu s Angolou dělí o první a druhé místo.



Ropné plošiny jsou instalovány i v bezprostřední blízkosti největšího města Lagos.

posílena. Od té doby byl ekonomický růst Nigérie poháněn růstem v zemědělství, telekomunikacích a službách. Hospodářská diverzifikace a silný růst bohužel nepřinesly výrazný pokles chudoby. HDP na obyvatele v paritě kupní síly je sice 6100 dolarů na obyvatele, ale téměř 70 milionů lidí žije pod hranicí chudoby a nezaměstnanost je vysokých zhruba 35 procent.

Navzdory svým silným ropným zdrojům Nigérie pociťuje tato negativa: nedostatečné zásobování energií, špatná infrastruktura, zpoždění při legislativních reformách, neefektivní systém registrace majetku, omezující obchodní politika, nekonzistentní regulační prostředí, pomalý a neefektivní soudní systém, nespolehlivé mechanismy řešení sporů, nejistota a všudypřítomná korupce.

vé ceny ropy největší hospodářská recese od roku 1983. Lze předpokládat opětovnou devalvaci nairy a nárůst inflace na 19 procent (loni byla 11 procent). Mezinárodní měnový fond (MMF) odhaduje pokles nigerijského HDP o 3,4 procenta.

SPOJENEC ZÁPADU S INVESTICEMI Z VÝCHODU

Nigérie má ambiciózní cíl patřit mezi dvacet největších ekonomik světa. Provádí ekonomické reformy, snaží se podporovat vznik nových výrobních odvětví, liberalizuje ekonomiku, podporuje strategické partnerství s velkými zahraničními investory. Na druhé straně ovšem prosazuje tvrdá ochranná opatření.

Země hraje důležitou roli v ropném kartelu OPEC a v Ekonomickém společenství západoafrických států

Loni došlo k bezprecedentnímu nárůstu prodeje nigerijské ropy do ČR, dovozy vzrostly dokonce více než na dvanáctinásobek.

Regulační omezení a bezpečnostní rizika snižují nové investice do sektoru ropy a zemního plynu.

Rok 2019 byl úvodem druhého funkčního období prezidenta Muhammadu Buhariho a byl poznamenán několika razantními kroky k nastartování a diverzifikaci ekonomiky. Letos se očekává navíc kvůli pandemii a propadu světo-

(ECOWAS, sídlem komise organizace je Abuja) a je považována za spojence západních zemí. Současně se snaží rozvíjet spolupráci všemi směry. Největším odběratelem nigerijské ropy je Indie, Čína je velmi významným investorem. S Jižní Afrikou jsou politické vztahy na kontinentu rivalitní. Jihoafrické firmy ale mají na nigerijském trhu velmi významnou pozici.

Orientace nigerijských vlád na ropný sektor způsobila v minulosti kolaps tradičního průmyslu a zemědělství. Vzhledem ke kolapsu trhu s ropou, respektive celého hospodářství počátkem 80. let, musela Nigérie požádat MMF o podporu, a tím se zadlužila. Po částečném splacení 35miliardového dluhu v dolarech se její rating zlepšil. Agenturou Fitch je řazena z pohledu dlouhodobých úvěrů v zahraniční měně do kategorie BB – s negativním výhledem.

Podobně vidí vývoj ekonomiky agentura Moody's (uvádí rating dlouhodobě Ba3 se stabilním výhledem). Agentura Standard and Poor's zlepšila rating Nigérie do kategorie B+ se stabilním výhledem. Podle Světové banky a jejího hodnocení podnikatelského prostředí

ZATÍM STÁLE NA 35 PROCENT NEZAMĚSTNANÝCH

Po globální finanční krizi v letech 2008 až 2009 byl bankovní sektor účinně rekapitalizován a regulace

Měna naira v poslední době rychle ztrácí na hodnotě.



Foto: Shutterstock.com



Foto: Shutterstock.com

Doing Business 2020 si Nigérie meziročně polepšila ze 146. na 131. místo. V návaznosti na hodnocení OECD přeřadil EGAP Nigérii z hlediska pojistitelnosti úvěrů z kategorie 7 (nepojistitelné) do kategorie 6, i když obchodní klima země je stále považováno za obtížné.

K 15 ZÓNÁM VOLNÉHO OBCHODU PŘIBUDE DALŠÍCH DESET

Mezi perspektivní oblasti pro investice v Nigérii patří využití nových ložisek surovin, výroba stavebních materiálů, výroba hnojiv a pesticidů, zpracování ropy, energetika, zemědělství (včetně pěstování technických plodin), výroba mouky a těstovin, výroba nápojů (včetně minipivovarů), zásobování vodou, služby (stavební, IT, telekomunikace, bankovníctví), hotelový průmysl či nemovitosti.

Nigérie je a dlouho ještě zůstane čistým importérem výrobků zpracovatelského průmyslu, tamní trh je obrovský a dosud nenasycený a může skýtat velké zisky. Do budoucna je očekáván silný růst celé řady odvětví průmyslu a služeb, které skýtají jak dovozcům, tak investorům velké příležitosti. V Nigérii existuje v současnosti 15 zón volného obchodu a dalších deset se buduje. Nejznámější jsou Calabar, Kano, Tinapa a Onne (zaměřené na ropu a plyn).

Zatímco domácí průmysl v Nigérii prakticky vymizel, místní zemědělství se ještě částečně drží.

OBCHOD S ČR BYL V REKORDU

Bilance nigerijského zahraničního obchodu je dlouhodobě aktivní. Loni vývoz dosáhl 61 miliard dolarů a dovoz 50 miliard dolarů. Mezi nejvýznamnější obchodní partnery patří Čína, Spojené státy, Velká Británie, Rusko a Švýcarsko. Zhruba 40 procent obchodu pak připadá na vzájemnou obchodní výměnu se zeměmi Evropské unie.

Orientace nigerijských vlád na ropný sektor způsobila v minulosti kolaps tradičního průmyslu a zemědělství.

Největšími dovozními položkami jsou zařízení na těžbu ropy, dopravní prostředky, stavební stroje, ropné produkty, obráběcí stroje a strojní zařízení, chemikálie, cement, spotřební zboží, potraviny (rýže) a živá zvířata. V nigerijském exportu zcela jednoznačně převažuje ropa a ropné produkty (95 procent), dále kakaové boby, sezam a kůže.

Česká republika je vnímána jako tradiční partner i spřátelená země, která ale zatím dostatečně nevyužívá možností. V rámci subsaharské Afriky zůstává dlouhodobě Nigérie po Jihoafrické republice druhým nejvýznamnějším obchodním partnerem ČR. Od propadu v roce

2009, kdy v důsledku celosvětové ekonomické krize Nigérie omezila dovozy, český vývoz do této země roste a pohybuje se na hranici 70 až 80 milionů dolarů.

Loni obrat činil rekordních 206 milionů dolarů (z toho vývoz 105 milionů). Došlo k bezprecedentnímu nárůstu prodeje nigerijské ropy do ČR, dovozy vzrostly dokonce více než na dvanáctinásobek. Pokračovaly tradiční dodávky v sektorech textilu, zemědělství (krmiva, zemědělské stroje), spotřebního zboží, (čepelky, validátory, telekomunikace, elektrokabely, tiskařské stroje, dřevěný nábytek, zdravotní keramika). Rozvíjejí se již navázané, ale i nové obchody v oblasti potravinářství (konzervované potraviny, nově také alkoholické nápoje, pekařské pece a polotovary), sklářství (umělecká svítidla), drobné zboží (elektrické baterie) či zdravotnictví (nemocniční lůžka).

Česká republika od svého vzniku nemá s Nigérií uzavřenou bilaterální ekonomickou dohodu. V jednání v současnosti jsou dohoda o podpoře a ochraně investic a meziresortní dohoda o spolupráci mezi ministerstvy obchodu a průmyslu. ✘

Andrea Heverlová

Odbor zahraničních ekonomických politik II
 Sekce Evropské unie a zahraničního obchodu
 Ministerstvo průmyslu a obchodu

Lasvit dodal do Lagosu luxusní svítidla

Skleněné instalace, které vynikají uměleckým designem a luxusním provedením, nabídla do Nigérie s úspěchem česká sklářská firma Lasvit. Ta se chce více zaměřit na celý africký trh.

Nigérie přitahuje zahraniční investory a v zemi už také roste málo početná, ale o to bohatší skupina solventních lidí. A protože Nigerijci hodně dají na vnější známky bohatství, jde o zajímavý trh mimo jiné pro firmy zaměřené na umělecký design nebo luxusní sklářské instalace.

K českým značkám, které tuhle příležitost dokázaly využít, patří společnost Lasvit, jež má kořeny v Libereckém kraji. V Nigérii působí už pátým rokem. „Zaměřujeme se tam především na projektový byznys. Jedním z našich posledních projektů jsou svítidla vyrobená na míru do sídla společnosti Nestoil v Lagosu. V Nigérii a potažmo na africkém trhu jsme také designovali a vyráběli několik svítidel pro privátní residence,“ říká výkonný ředitel pobočky Lasvitu ve Velké Británii Roman Žákovský, který zakázky v Nigérii koordinuje.

Další realizací Lasvitu v Nigérii byla například výzdoba residence na Oniru Road v Lagosu. „Část zakázek jsme získali přes naše obchodní partnery, kteří v Nigérii podnikají dlouhodobě. Další část je z výstav a veletrhů, kde se setkáváme jak s odbornou veřejností, jako jsou interiéroví designéři a architekti, tak i přímo s klienty. Dlouhodobě spolupracujeme také s agenturou CzechTrade. Asistují nám přímo v Nigérii a pomáhají s navazováním nových kontaktů,“ vysvětluje Roman Žákovský. Dodává, že firma se chce teď celkově víc zaměřit na Afriku. „Dnes už máme za sebou projekty

Česká firma vybavila v Lagosu uměleckými instalacemi také jednu soukromou rezidenci na Oniru Road.



Foto: Lasvit

také v Jihoafrické republice, Ghaně, Keni, Maroku či Egyptě. Navázané spolupráce chceme dále rozvíjet.“

Jako všechny exportní obory i sklářství ale na několik týdnů poznamenala pandemie covidu-19. „Koronavirus ovlivnil celý svět a dotkl se i naší práce. Většina společností přešla na práci z domova a zaměřili jsme se na online komunikaci s klienty a dodavateli. Změnil se tak způsob naší práce, podstata však zůstala stejná. Nyní je už sklárna i ostatní provozy opět plně v chodu,“ uzavírá Roman Žákovský. ✕

Tomáš Stingl

LASVIT

Přední česká sklářská a designérská společnost byla založena v roce 2007 podnikatelem Leonem Jakimičem. Název vznikl spojením slov láska a svit. V současnosti firma zaměstnává kolem 400 lidí, kteří pracují buď v nedávno otevřené centrále v Novém Boru nebo v osmi kancelářích po celém světě – v USA, ve Velké Británii, v Rusku, Spojených arabských emirátech, Číně, Singapuru a Hongkongu. Obrát společnosti přesahuje jednu miliardu korun ročně. Skleněné komponenty obřích světelných instalací vznikají v českých sklárnách včetně firemní sklárny Lasvit Ajeto na Českolipsku, kterou společnost vlastní od roku 2017. Každoročně se tam vyrábí například Cena Thálie pro nejlepší české divadelní herce a od roku 2011 také trofej Tour de France. ✕

Nigérie se neprávem démonizuje

Díky příjmům z prodeje ropy a plynu roste v nejlidnatější africké zemi počet lidí, kteří si rádi připlatí za kvalitní zboží z dovozu. Střední a bohatší vrstva představuje až 70 milionů lidí. V zemi se prodávají i české malotraktory, brokát z textilky Veba nebo žiletka z Jevíčka. Situaci ale zamíchal propad cen ropy, uvádí ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade v Lagosu Štěpán Beneš.

› Nigérijská ekonomika stojí na těžbě plynu a ropy, ceny komodit přitom radikálně propadly. Jak to na zemi dolehlo?

Pád cen komodit se projevil zásadně. Uvádí se, že prodej ropy a plynu tvoří něco mezi 70 a 80 procenty všech příjmů země. Ta v podstatě vsadila jen na těžbu, Nigérijci sami prakticky nic nevyrábějí, 95 procent všech věcí dovážejí ze zahraničí. Trochu aktivní zůstalo v zemi jen místní zemědělství. A teď se přísun peněz za ropu zastavil. Nigérijci momentálně při porovnání nákladů na těžbu a prodejních cen prodělávají zhruba deset dolarů na každém barelu. Vláda vyčkává a směrem k veřejnosti se snaží situaci komunikovat mírně. Příмым důsledkem ale je, že prakticky všechno podražilo. Cena zboží z dovozu rychle roste i proto, že dolar je nyní hrozně vysoko.

My máme určitou výhodu: Nigérijec nakonec vždycky věří víc Evropanovi nebo přespolnímu obchodníkovi než jinému Nigérijci.

› Jak na zemi dolehl koronavirus?

Hranice byly uzavřeny do začátku června, ale jinak Nigérie nepřijala žádná přísná opatření, jako to udělaly evropské země. Jsou tu sice určité osvětové kampaně, ale Nigérijci stejně žádná pravidla, jako je sociální distanc, nedodržují. Například: Lidé vystoupí z autobusu, řidič jim sebere roušky a hned je rozdá dalším pasažérům. Země také není dost ekonomicky silná ani na to, aby pomohla lidem a firmám v nouzi. Chudí lidé tu říkají: „Máme umřít hladu, nebo na koronavirus? To raději na koronavirus.“

› Pro Afriku typická situace by byla pomoc zvenčí. Teď má ale Evropa a celý bohatý sever dost vlastních starostí. Chystá někdo pomoc?

Nigérie spoléhá především na Spojené státy americké. Velkou pomoc plánuje Čína. Podporu chystá i Evropská unie a Velká Británie. Nutno ale říct, že ve věci koronaviru se v Nigérii podle mě mnoho nestane. Lidé prostě umírají, často se ani neví, jaká je přesná zdravotní příčina. Vládu to moc nezajímá. Jediným výraznějším důsledkem pandemie může být, že z Nigérie odejde víc uprchlíků.

Foto: CzechTrade



Štěpán Ctibor Beneš

Dříve působil například v České energetické agentuře a ve společnostech ČKD Nové Energo nebo Strojexport a Strojimport. Pracovně pobýval v Brazílii, Etiopii, Keni, Angole, Ugandě či na Kapverdských ostrovech. Dnes je ředitelem kanceláře CzechTrade v Lagosu, kterou před třemi lety zakládal. Hovoří anglicky, německy a portugalsky. Mezi jeho zájmy patří cestování a zejména portugalsky mluvící země.

› Jak zdražení a krize doléhá na řadové Nigérijce, jaká je jejich kupní síla?

Je relativně malá. Nigérie má přes 200 milionů obyvatel, ale z toho jen 50 až 70 milionů lidí spadá do střední nebo vyšší třídy. Zbytek populace žije na hranici chudoby. Pro představu cen a platů uvedu malý příklad. Průměrný Nigérijec, který pracuje v bance za přepážkou, bere v přepočtu na koruny zhruba 3,5 tisíce. A normální oběd na ulici vyjde v přepočtu na sedm korun. Ale na druhou stranu třeba tričko od značky Lacoste, které by stálo v Česku dva tisíce, tady vyjde v přepočtu na 3,5 tisíce korun. To platí obecně – kvalitní zboží z dovozu tu stojí víc než v Evropě.

› Co tedy Nigérijci spíš při koupi zvažují – cenu, kvalitu, zemi původu?

Trh je tu extrémně citlivý na cenu. Ale jak v posledních letech část lidí bohatne, zajímá je spíš značka. Už i střední třída si radši za dobrý brand připlatí. Pochopitelně jsou na trhu i různé levné padělky značkových výrobků. Země původu tolik nerozhoduje. Bohatší lidé vědí, že třeba Ferrari je prostě kvalitní značka, a už je tolik nezajímá, jestli je produkt z Evropy nebo odjinud.

› Nigérie je nejlidnatější země Afriky a její populace extrémně rychle roste. Jak se promítá populační boom do ekonomiky?

To přelidnění je samozřejmě problém. Je tu všude spousta žebráků, spousta lidí bez práce a bez životní náplně. Někdy jim říkám „walking dead“, jak se bez cíle plouží po ulicích. Vláda se o ty lidi moc nestará. Na každou práci stojí fronta deseti dvaceti zájemců,

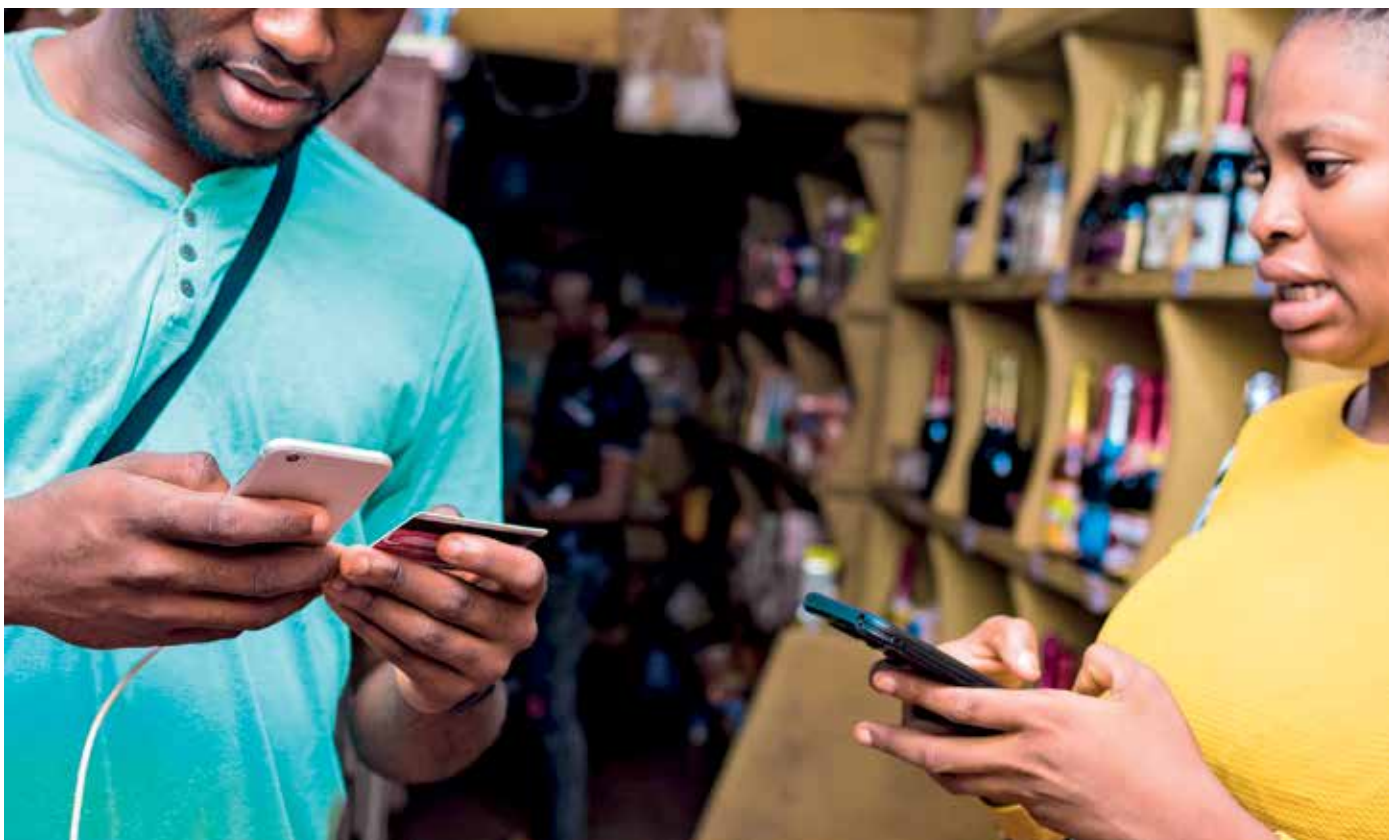


Foto: Shutterstock.com

i když je to třeba jenom místo pomocníka ve skladu.

› Stát, který všechno dováží, má velikou populaci a pokud zrovna není krize, tak má i velké příjmy z ropy. To zní jako dobrý cíl pro vývozce.

Tak to je. Říkám, že dvě nejlepší země pro obchod v Africe jsou Nigérie a Jihoafrická republika. Obě mají peníze. Bohužel v Česku se Nigérie neprávem demonizuje. Samozřejmě, jsou tu různí podvodníci, ale těm se dá vyhnout. Někdy jezdí přímo do Česka podnikavci, kterým říkám „rybáři“ – chtějí chytit nějakou českou firmu. Je důležité, s kým obchod začnete. Když vás někdo sám osloví e-mailem, jde garantovaně o podvod, můžete to rovnou hodit do koše. Řeším například problém firmy, která takto poslala do Nigérie 60 tisíc eur, které zmizely. Nejdůležitější je tedy najít dobrého partnera. Působí tu například řada seriózních zahraničních obchodníků včetně Libanonců, Izraelců či Američanů. V nalezení partnera samozřejmě mohou pomoci jak já osobně, tak i naše kancelář v Lagosu.

› Často se zmiňuje jako problém také notorická korupce.

Tu bych ale vlastně neviděl jako tak špatnou. V podstatě jde o to, že když v Nigérii něco chcete rychle – třeba nějaké zalistování výrobku – tak to prostě zaplatíte a opravdu dostanete. Korupce tu tedy urychluje administrativu. Když nezaplatíte, táhne se úřadování věčnost a ničeňo nedocílíte.

Nigerijci sami prakticky nic nevyrobějí, 95 procent všech věcí dovážejí ze zahraničí.

› Kteří čeští vývozci se v Nigérii už uchytili?

Do Nigérie můžete dovést úplně všechno, proto je škála českých firem pestrá. Skleněné výrobky v Nigérii prodává firma Lasvit, začíná tu působit též sklářská značka Moser. Místní distributor se našel pro českého výrobce potravin Emco, uchytila se také další potravinářská značka Hamé. Extrémně populární jsou tu žiletky od firmy Jevíčko Czech Blades. Africký brokát dodává tradičně textilka Veba a popularitu získaly malotraktory od české

Pokud spotřebitelé z nigerijské střední třídy mohou, při nákupu si raději připlatí za kvalitu.

firmy Knight. No a samozřejmě sem dodává vozy i společnost Škoda Auto.

› Mají běžní Nigerijci alespoň nějaké povědomí o Česku, nebo je to úplně pod jejich rozlišovací schopnost?

Vzdělaní lidé o České republice něco vědí. Někteří v Česku studovali, další nás znají díky fotbalu.

› A jak s Nigerijci probíhá obchodní jednání?

Vyjednávání jsou dlouhá, rychlíci to opravdu nejsou. Nigerijci málokdy napoprvé řeknou pravdu. Pořád s vámi hrají hru, že mají zájem. Ovšem pak třeba najednou přestanou komunikovat, protože na váš produkt nemají dost peněz. Jsou ale příliš hrdí, než aby to přiznali. Ale zase když už obchod uzavřou, tak spolehlivě platí. S oblibou smlouvají, ale v průměrné míře. Rádi se prezentují drahým oblečením, luxusními doplňky. Důležité je, že my máme určitou výhodu: Nigerijec nakonec vždycky věří víc Evropanovi nebo přespolnímu obchodníkovi než jinému Nigerijci. ✘



Kontakt a desatero pro obchodování v Nigérii

Tomáš Stingl

Nejmocnější muž zemřel na koronavirus

Abba Kyari, šéf kabinetu prezidenta a v podstatě nejmocnější muž Nigérie, v půli května podlehl nemoci covid-19. Teprve jeho případ zvedl větší zájem státních orgánů o prevenci nákazy. Země přišla o muže, který se pokoušel reformovat ekonomiku a snížit korupci.



Foto: Shutterstock.com

Všeobecně byl považován za reálného vládce země. Začátkem března byl šéf prezidentova kabinetu Abba Kyari v Německu na návštěvě v sídle společnosti Siemens. Jeho následné onemocnění koronavirem a pravděpodobnost nákazy dalších VIP osob zásadním způsobem změnila do té doby až mírně letargickou atmosféru v Nigérii. Všichni vlivní lidé se začali testovat a mnoho osob skončilo v karanténě. Prezident Muhammadu Buhari byl testován negativně, guvernér státu Bauchi pozitivně.

K 8. červnu evidovala tato nejlidnatější země Afriky přes dvanáct

Přínos hygienických opatření v Lagosu snižuje to, že řadoví Nigerijci jsou v době pandemie velmi nedisciplinovaní.

tisíc nakažených. Oběti jsou oficiálně dosud jen asi čtyři stovky, což je vzhledem k počtu obyvatel velmi malé číslo. Stále je ale velmi nízký počet testovaných. Nejvíce zasažené je velkoměsto Lagos.

OSVĚTA NEFUNGUJE

Právě v Lagosu a v hlavním městě Abuja byla zavedena nejvýraznější restriktivní opatření. Firmy pracují zhruba na 70 procent. Vláda zvažuje pomalé uvolňování, ale zatím bez jasných obrysů. Letiště v zemi jsou uzavřena do 21. června. Nadále dochází k nedodržování bezpečné vzdálenosti a nošení roušek. Vláda

proto zvýšila postihy za porušování restrikcí. Dodržování platných nařízení je ovšem stále velmi vágní a ani kontrolní systém nefunguje. Zvyšování osvěty se májí účinkem.

RIZIKEM JSOU TÁBORY UTEČENCŮ

Přístav v Lagosu je stále otevřený a funguje běžný pohyb zboží. Přetrvává poptávka po zdravotnickém vybavení, zemědělské chemii a vybavení do oboru zpracování ropy a plynu. Rozbíhá se projekt rafinerie o celkové hodnotě 200 milionů dolarů. Nadále zůstává zvýšená poptávka po zemědělské chemii. Vláda zatím nezakázala dovoz zboží a potravin ze zahraničí. Nigerijská měna hodně oslabila oproti dolaru a dochází ke značnému zdražování.

Neustávají ataky organizace Boko Haram, kvůli níž bylo vysídleno v Nigérii postupně více než 2,5 milionu lidí. Statisíce jich stále žijí v uprchlických táborech na severu země i ve slumech na jihu, kde i v obvyklých podmínkách nemají lidé dostatek prostoru a základních hygienických potřeb. V kombinaci s „v místě obvyklými chorobami“, jako je cholera, tuberkulóza nebo malárie, představují tyto tábory živnou půdu pro neovladatelné šíření koronaviru. Do budoucna se dá očekávat obnovení karantény z důvodu nekontrolovatelného šíření nákazy.

Soukromé společnosti v zemi se začínají otevírat a snaží se pomalu oživit své obchodní aktivity. Objevují se již i první poptávky po dovozem zboží (potravin, zemědělská chemie a léčiva). Začíná být velký hlad po testech na covid-19. I když jsou v Nigérii čínské testy, mnohdy nepracují spolehlivě a proto jim lidé nevěří. Tato situace nahrává i českým exportérům, jelikož místní obchodníci se odklánějí od zboží čínského původu. **x**

Štěpán Beneš
 Ředitel zahraniční kanceláře
 CzechTrade Lagos

Pomoc při pandemii? 100 miliard dolarů a zastavení splátek dluhů

Afrika je zatím alespoň podle oficiálních čísel regionem, který je šířením koronaviru zasažen nejméně. Kulminace pandemie se tam ale teprve očekává. A s ní i drtivý dopad na ekonomiku.

Zatímco v předchozích měsících zasáhl koronavirus prakticky celý svět, Afrika má vrchol pandemie zřejmě ještě před sebou. Světová zdravotnická organizace predikuje, že v Africe by se mělo nakazit na čtvrt miliardy lidí. Hospodářská komise OSN pro Afriku (UNECA) odhaduje, že v Africe letos onemocní dokonce

1,2 miliardy lidí. Odhad obětí je až 300 tisíc. Ke konci května přitom oficiální data evidovala zhruba 70 tisíc nakažených. Navíc se Afrika potýká s dalšími vážnými nemocemi, jako jsou malárie, tuberkulóza nebo AIDS.

Stav afrického zdravotního systému (s výjimkou Jižní Afriky) je obecně velmi špatný oproti evrop-

ským standardům, proto jsou oficiální čísla pouze orientační a odhady nemocných jsou mnohonásobně větší. Navíc rychle rostou. Nejhorší situace je v Jihoafrické republice, Egyptě a Alžírsku.

Aktuální situace bude mít bohužel dlouhodobé negativní dopady i na africkou ekonomiku. Pro letošek se předpokládá nedostatek zdrojů pro zvládnutí pandemie. Dojde k prohloubení dlouhodobých bezpečnostních hrozeb, nárůstu inflace a ztrátě fiskálních příjmů kvůli nízkým cenám ropy, a to zejména v Nigérii a Angole. Rovněž se čeká pokles cen afrických komodit a nárůst cen potravin. Ohrožen je také vývoz afrického textilu a příjmy z cestovního ruchu, které tvoří devět procent HDP kontinentu. Současná globální recese vede k redukci obchodů, zahraničních investic či odlivu remitencí.

V reakci na výzvu afrických ministrů financí podpoří UNECA státy finančním stimulem ve výši 100 miliard dolarů včetně zastavení plateb spojených se splácením dluhů. Předpokládají se ekonomické a sociální problémy: propad ekonomiky o 2,6 procenta, nárůst extrémní chudoby či společenské nepokoje. Renomované organizace, jako je například Institute of International Finance, predikují pokles růstu ekonomik na nejnižší úroveň srovnatelnou se začátkem 90. let. **x**

Andrea Heverlová
Odbor zahraničně ekonomických politik II
Sekce Evropské unie a zahraničního obchodu
Ministerstvo průmyslu a obchodu



Aktuální situace v Nigérii



Aktuální situace v Jihoafrické republice



Aktuální situace v Egyptě



Aktuální situace v Maroku

KORONAVIRUS V AFRICE – VYBRANÉ ZEMĚ

Země	Počet obyvatel	Nemocní (v tisících)	Zemřelí (v tisících)
JAR	55 milionů	48	1
Egypt	100 milionů	34	1,2
Maroko	34 milionů	8	0,2
Nigérie	201 milionů	12	0,4
Ghana	31 milionů	10	0,1

Zdroj: Worldometer

Poznámka: Údaje jsou k 8. červnu

ŽEBŘÍČEK DOING BUSINESS (POZICE 2019 VS. 2020)

Země	2019	2020	Trend
Angola	173.	177.	↓
Ghana	114.	118.	↓
Nigérie	146.	131.	↑

Podle hodnocení podnikatelského prostředí Doing Business došlo k poklesu u Angoly a Ghany, ale k růstu (až o 15 příček) v případě Nigérie.

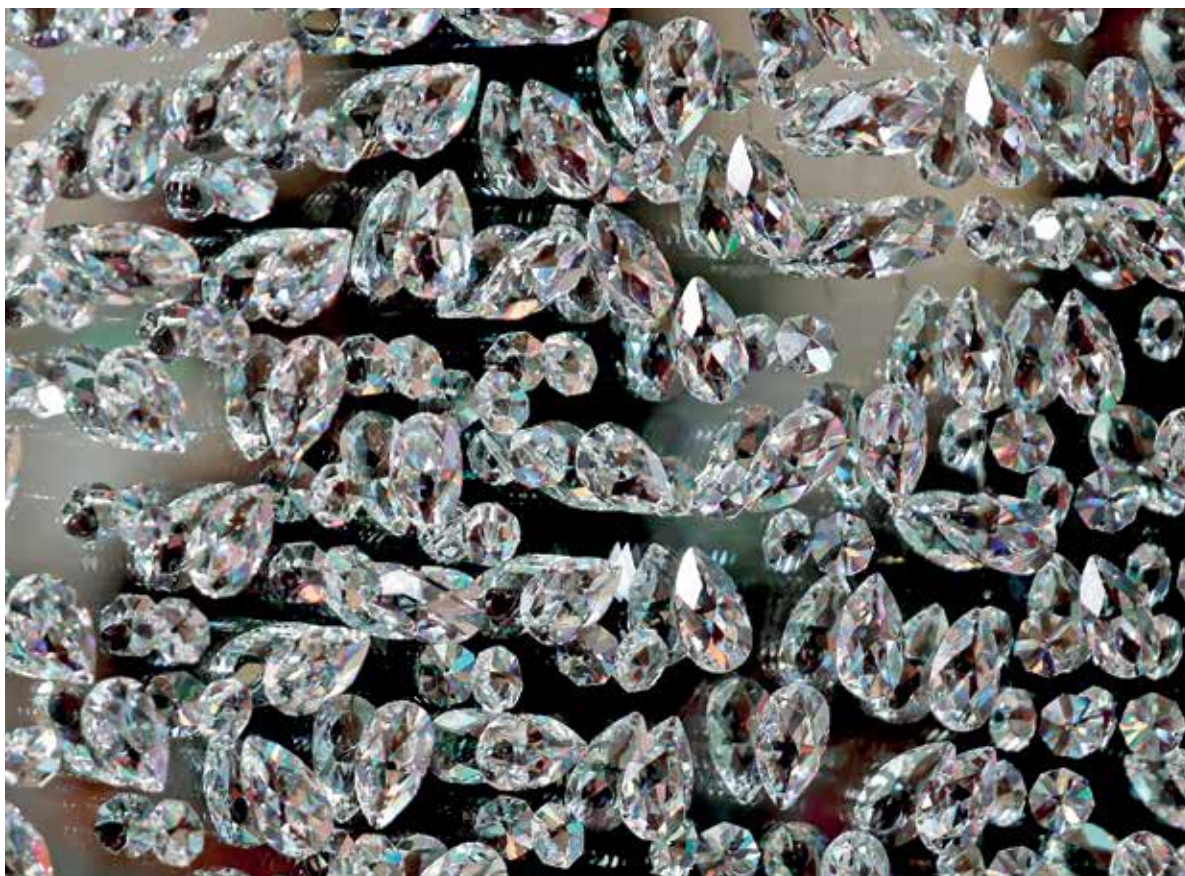
Zdroj: Světová banka

POROVNÁNÍ EKONOMIK NIGÉRIE, ANGOLY A GHANY

Země	Obyvatel (mil.)	HDP (mld. eur)	HDP / obyv. (eur)	Odhad HDP 2020	Inflace	Vývoz (mld. eur)	Dovoz (mld. eur)	Vývoz do EU (mld. eur)	Dovoz z EU (mld. eur)
Angola	30	82	2714	-1,4 %	17 %	40,5	12,6	2,7	3,7
Ghana	31	60	1986	1,5 %	9,3 %	16	10,4	2,2	2,3
Nigérie	201	399	1985	-3,4 %	11,3 %	59	39	11,7	21,3

Zdroj: MMF

Foto: Shutterstock.com



K rozsáhlému nerostnému bohatství Angoly patří diamanty.

Angola je třetím rokem v útlumu

Vleklá občanská válka skončila v Angole už na počátku tisíciletí. Hospodářství se ale rozvíjí pomalu, přestože má země velké příjmy z prodeje nerostných surovin. Novou energii mají ekonomice udělit reformy prezidenta Joãa Lourenço.

Angolská republika s 30 miliony obyvatel je dalším typickým příkladem země s obrovským surovinným bohatstvím. Kvůli čtvrt století trvajícím bojům měla rozvrácenou ekonomiku. Po skončení občanské války v roce 2002 začala intenzivněji využívat bohaté přírodní zdroje, mezi něž patří ropa (v současnosti je po Nigérii a Alžírsku třetí největší africký producent), zlato, diamanty (šesté místo na světě) a jiné suroviny (železná ruda, měď, fosfáty, zlato, bauxit nebo uran). Angola má rovněž velký zemědělský potenciál (úrodnou půdu, lesy a vody bohaté na ryby), přesto je momentálně závislá na dovozu základních potravin. 85 procent

obyvatel se živí vlastní zemědělskou činností.

MĚNA OSLABILA O 80 PROCENT

Ekonomika Angoly je jednoznačně poháněna ropným sektorem. Ten tvoří více než polovinu HDP, 75 procent vládních příjmů a 90 procent vývozu země. Angola je členem ropného kartelu OPEC.

Mezi hlavní strukturální problémy země patří vedle její závislosti na vývozu ropy i související velmi vysoká zranitelnost místní měny kwanza. Nízké ceny ropy a diamantů, oslabení kwanzy o více než 80 procent a pomalejší dynamika HDP, to vše snížilo vyhlídky na růst. Dalším omezujícím faktorem pro angolskou

ekonomiku je slabá poptávka, která vyplývá z neustálého snižování životní úrovně Angolanů. Nezaměstnanost vzrostla v poslední době na 32 procent (u mladých dokonce více než 56 procent) a v zemi je vysoká míra chudoby.

Loni Angola pokračovala ve své snaze zlepšit ekonomické podmínky, nastartovat ekonomiku a dostat se tak co nejdříve z devizové a ekonomické krize. Již třetím rokem se ekonomika zpomaluje, a to nejen z důvodu propadu ropného průmyslu, ale také kvůli vysokému zadlužení a plnění dohodnutých závazků. Angolská ekonomika loni poklesla o 0,3 procenta a letos se kvůli šíření covidu-19 a propadu světové ceny ropy očekává větší pokles, a to o 1,4 procenta.

Během loňského roku vláda prezidenta Joãa Lourenço výrazně podpořila diverzifikaci ekonomiky, byly založeny nové výrobní podniky a vzrostla zemědělská výroba. Bohužel dopad na celkový výkon hospodářství je zatím minimální.

DO PRIVATIZACE JDE ROPNÝ GIGANT I AEROLINKY

Kvůli vysokému zadlužení Angola sjednala úvěrovou dohodu s Mezinárodním měnovým fondem (MMF) ve výši 3,7 miliardy dolarů. Zavázala se přitom plnit své vládní reformy pro dosažení fiskální udržitelnosti, dále zefektivnit vládu, podpořit diverzifikaci ekonomiky a soukromého podnikání. Podle poslední zprávy MMF je Angola hodnocena pozitivně, dodržuje své závazky a přijala nezbytné reformy. Na podporu fiskální politiky byla loni zavedena plošná čtrnáctiprocentní sazba DPH nahrazující desetiprocentní daň ze spotřeby. Zahájena byla také privatizace státních podniků, například aerolinek TAAG nebo ropné společnosti Sonangol.

Angola ale stále nepřekonalala důsledky občanské války, která vedla ke zničení infrastruktury a masivní migraci z venkovských oblastí do měst. Vláda s cílem urychlit obnovu země schválila řadu daňových úlev a zvláštních ekonomických zón „ZEE Luanda-Bengo“ (průmysl, zemědělství, těžba).

Podnikatelské prostředí se během loňského roku příliš nezlepšilo. V hodnocení Doing Business 2020 se Angola oproti předchozímu roku propadla na 177. místo ze 190 sledovaných zemí. Ratingové hodnocení pro Angolu zůstalo loni skoro nezměněno (Agentura Fitch - „B“ nově s negativním výhledem, agentura Standard&Poor - „B -“). Přestože v porovnání s dalšími africkými destinacemi patří Angola mezi ekonomicky rozvinutější země, je stále spíše rizikovým vzdáleným trhem (podle OECD patří do kategorie 6).

NA VÝVOZ JDOU VEDLE ROPY I DIAMANTY

Zahraniční obchod přímo odráží ekonomickou situaci Angoly, kdy se při příchodu ekonomické a devizové krize v roce 2015 začaly významně snižovat jak vývozy, tak i dovozy. V roce 2017 i 2018 došlo k mírnému růstu, ale v roce 2019 se dovozy opět snížily, až dosáhly

Plných 85 procent obyvatel dosud pracuje v zemědělství.



Foto: Shutterstock.com

nejnižší hodnoty za posledních 12 let. Loni se do Angoly dovezly zejména stroje a elektronika, dále potraviny (ryže, pšeničná mouka, kuřecí maso), letadla a pohonné hmoty. Vývoz tvoří tradičně ropa a ropné produkty, plyn, diamanty a ryby. Rozvíjí se stavební a potravinářský průmysl (nápoje, káva). Hlavním obchodním partnerem je Čína, Indie a státy Evropské unie, zejména Francie, Portugalsko a Belgie.

Evropská unie je největším dovozcem do Angoly. Celková hodnota vývozu EU do Angoly byla loni 2,7 miliardy eur, což byl desetinový pokles oproti roku 2018. Důvodem byl nedostatek deviz. Dovoz z Angoly do EU byl stabilní na hodnotě 3,7 miliardy eur. Díky iniciativě EBA (Everything But Arms) se angolské výrobky těší volnému přístupu na trh EU. Angola je signatářem takzvané Dohody z Cotonou z roku 2000, která zastřešuje obchodní, rozvojovou a politickou spolupráci EU a skupiny afrických, karibských a tichomořských států (ACP). Podepsala dohodu o volném obchodu s Africkou unií v březnu 2018 a v roce 2020 se očekává ratifikace dohody. Angola se zatím nepřipojila k dohodě o ekonomickém partnerství mezi EU a vybranými členy společenství zemí jižní Afriky SADC. Projevila zájem připojit se do zóny volného obchodu mezi zeměmi jižní Afriky SADC.

V ČR studovalo mnoho Angolanů, kteří jsou dodnes propagátory českého jazyka, výrobků a kultury. Působí na vysokých postech v soukromém i státním sektoru.

DOBŘE ČESKÉ JMÉNO RAZILY TATRA, ZETOR I PIVO

Česko-angolské ekonomické vztahy nejsou dosud příliš rozvinuté. ČR zatím nemá s Angolou uzavřeny žádné ekonomické dohody, ale v jednání je mezivládní dohoda o ekonomické a průmyslové spolupráci.

Česko má ale v Angole velmi dobré jméno, které vychází ze 70. a 80. let dvacátého století, kdy vybavila několik průmyslových podniků (pivovary, celulózky), dodávala nákladní vozy (Tatra), zemědělské stroje a zařízení (traktory Zetor, zavlažovací systémy) a také spotřební zboží (sklo, pivo, sušené mléko). V ČR studovalo mnoho Angolanů, kteří jsou dodnes propagátory českého jazyka, výrobků a kultury. Působí na vysokých postech v soukromém i státním sektoru.

V roce 2019 český vývoz mírně vzrostl na 17 milionů dolarů. Nejvyšší hodnota českého vývozu byla v roce 2015 (81 milionů dolarů), kdy byla Angola druhým nejvýznamnějším obchodním partnerem ČR v subsaharské Africe. Celkově se projevuje významná poptávka po českých produktech, nicméně ekonomické podmínky Angoly a stálý boj s nedostatkem deviz její realizaci komplikují.

Za potenciální oblasti vzájemné spolupráce lze považovat obecně důlní, těžební a ropný průmysl, energetiku, strojírenství, zdravotnictví, ropný, obranný, bezpečnostní, potravinářský průmysl a zemědělství. x

Andrea Heverlová

Odbor zahraničně ekonomických politik II
Sekce Evropské unie a zahraničního obchodu
Ministerstvo průmyslu a obchodu

Ghana je zlaté dítě západní Afriky

Jeden z největších afrických úspěchů. To je Ghana, která patří dlouhodobě mezi nejdemokratičtější, nejstabilnější a nejbezpečnější země v regionu. Navíc se řadí mezi tři nejlepší africké země co do svobody projevu a tisku.

Ghanská republika s jednatřiceti miliony obyvatel těží z výhod stabilní demokracie a rychlého rozvoje. Také tržní ekonomika má v Ghaně poměrně málo překážek. Ve srovnání s ostatními africkými zeměmi se vyznačuje relativně dobrým řízením, konkurenčním obchodním prostředím a trvalým snižováním chudoby. V posledních letech ale utrpěla v důsledku uvolnění fiskální politiky, vysokého schodku rozpočtu a běžného účtu a oslabující měny. Od roku 2017 probíhá reforma bankovního sektoru.

Hlavním hospodářským sektorem jsou služby, v roce 2018 se podílely na HDP 43 procenty. Průmysl má podíl 31 procent. Na zemědělství připadá osm procent HDP, ale zaměstnává více než polovinu veškeré pracovní síly.

PŘED PANDEMÍ ROSTLA EKONOMIKA AŽ SEDMIPROCENTNÍ RYCHLOSTÍ

Cílem vlády je transformovat průmysl ze stavu závislosti na přírodních zdrojích na dodavatele výrobků s vyšší přidanou hodnotou. Tato agenda byla základem vládního rozpočtu na rok 2020. Byla zakotvena ve vizi prezidenta Akufo-Addoa „Ghana beyond Aid“ a v koordinovaném programu politik hospodářského a sociálního rozvoje pro roky 2017 až 2024. Ten je v souladu s cíli OSN pro udržitelný rozvoj (Agenda 2030) a agendou Africké unie 2063.

Ekonomika Ghany rostla v roce 2018 tempem 6,3 procenta a byl předpoklad, že růst se v roce 2019 zvýší na sedm procent. Na letošek byl plánován šestiprocentní růst, nicméně nakonec bude zhruba jen 1,5 procenta.

V zemi se těží zlato ve velkém, v metropoli Akkra se tak mohou prodávat tradiční obřadní střevíce ve zlatém provedení.

PROBLÉMEM JE VELKÝ DLUH

Od roku 2018 patří mezi hlavní ekonomické obavy, kterým stát čelí, nedostatek cenově dostupné elektřiny, nedostatek pevné domácí příjmové základny a vysoké zadlužení. Ghana v roce 2015 podepsala s Mezinárodním měnovým fondem (MMF) rozšířenou úvěrovou facilitu ve výši 920 milionů dolarů na řešení rostoucí hospodářské krize. Ghana musí snížit deficit poklesem dotací a vysokých mzdových nákladů ve veřejném sektoru, posílit správu, zvýšit daňové příjmy a zlepšit bankovní sektor. Mezi priority patří přeplánování části dluhu Ghany ve výši 31 miliard dolarů, stimulace hospodářského růstu, snížení inflace a stabilizace měny.

V příštích dvou letech bude výzvou udržet fiskální konsolidaci a zůstat na udržitelné cestě v průběhu volebního roku 2020. Energetický sektor čelí nepříznivým finančním podmínkám, což představuje vážná fiskální rizika do budoucna. Odvětví čelí vysokým nákladům z nadměrné energetické kapacity a dodávek zemního plynu, zhoršující stávající mezeru v příjmech. Program obnovy energetického sektoru (ESRP) z loňského května obsahuje akční plán, jehož cílem je vrátit tento sektor do finanční rovnováhy během příštích pěti let. Vyhlídky na novou těžbu ropy a zemního plynu a následně přísnější fiskální řízení pravděpodobně ghanské ekonomice pomohou.

Ghanské hospodářství závisí na ropě a plynu, zemědělství, službách, těžbě zlata a jiných nerostů. Vývoz zlata, ropy a kakaa a remittance ze zahraničí jsou hlavními zdroji deviz. Ghana exportuje vedle kakaa, ropy a zlata i diamanty, bauxit, mangan, tropické dřevo a dováží rýži, drůbeží maso, automobily, strojírenské výrobky, spotřební zboží všeho druhu, dále pak chemikálie, elektroniku, ropu a ropné produkty, textil a léky.

Nadále přetrvávají také zásadní strukturální problémy ghanské ekonomiky, jakými jsou její nedostačná industrializace, diverzifikace a závislost na vývozu komodit. Ačkoli je rozmanitost vyvážených ghanských





Foto: Shutterstock.com

komodit poměrně vysoká, průmyslová báze je stále zaostalá. Ghana se orientuje spíše na vývoz surových komodit než výrobků s vyšší přidanou hodnotou. Loni sice došlo k výraznému zlepšení vývozu ropy i dovozu a země zaznamenala přebytek obchodní bilance ve výši 2,2 miliardy dolarů, letošek ale přinese bohužel horší čísla.

Ghana je čtvrtou nejhodnější zemí pro investice v Africe (po Jižní Africe, Nigérii a Keni). Prioritní oblasti pro investice jsou zemědělství (produkce drůbežího masa, ovoce, zeleniny), obranný průmysl (údržba a modernizace vojenské techniky, obnova výzbroje a výstroje), zpracování odpadu (spalovny, třídírny, úpravný a čistírny vody), sociální oblast (školství a zdravotnictví), vládní služby (různé registry), turistika a automobilový průmysl.

PODÍL EU NA ZAHRANIČNÍM OBCHODU GHANY KLESÁ

Mezi hlavní obchodní partnery Ghany patří evropské země (Švýcarsko, Velká Británie, Francie, Nizozemí, Německo, Itálie) a dále Indie, Spojené arabské emiráty, Čína, Vietnam, JAR, Brazílie, Japonsko a Spojené státy.

Ghana je členem asociace ECOWAS a je signatářem dohody o africkém kontinentálním volném obcho-

du (AfCFTA). V rámci společenství ECOWAS jsou nejdůležitějšími partnery Nigérie, Burkina Faso, Benin, Pobřeží slonoviny a Togo. V roce 2016 podepsala Ghana v Bruselu předběžnou dohodu o hospodářském partnerství s EU o obchodu bez množstevního omezení a bez cel.

Kvůli pomalému vzniku západoafrické oblasti volného obchodu a jednotné západoafrické měny v rámci kontinentální zóny volného obchodu

České strojírenské výrobky mají v Ghaně tradičně výborné jméno

vedené Africkou unií i prohlubování integrace západoafrických zemí v rámci ECOWAS se Nigérie a Ghana rozhodly vytvořit nové strategické partnerství podpisem Memoranda o porozumění mezi Nigeria Export Processing Zones Authority (NEPZA) a Ghana Free Trade Board (GFTB).

I když je EU pro Ghanu nadále hlavním obchodním partnerem, vzájemný obchod stále klesá. V roce 2018 dovoz z EU do Ghany činil už jen 28 procent z celkového dovozu Ghany a z celkového vývozu Ghany šlo jen 19 procent do EU. Obrat obchodu mezi členskými státy EU a Ghanou představoval loni necelé 4,5 miliardy eur.

K přednostem Ghany patří velká svoboda médií.

ČESKO DODÁVÁ TRAKTORY NEBO KOTLE

Ghana aktuálně patří mezi pět nejdůležitějších obchodních partnerů Česka v subsaharské Africe, s nimiž ČR pojí bohatá historie vazeb. Bilaterální spolupráce roste. Ghana má dlouhodobý zájem exportovat artikly s přidanou hodnotou namísto vývozu primárních surovin. Jelikož české strojírenské výrobky mají v Ghaně tradičně výborné jméno, je tento stabilní trh dlouhodobě perspektivní. Vzhledem k nové ghanské politice industrializace, zvané „One district, one factory“, se nyní v Ghaně nabízí mnoho příležitostí pro zahraniční firmy.

Loni byl obchodní obrat ČR s Ghanou 27 milionů dolarů, z toho český export byl 21 milionů. Mezi hlavní vývozní položky patří reaktory, kotle, přístroje, nástroje mechanické, dále motorová vozidla, traktory, kola a přístroje elektrického záznamu. Hlavní dovozní položkou jsou ovoce, ořechy a hliník. V roce 2017 podepsaly obě země Dohodu o zamezení dvojímu zdanění. Poté, co byla schválena v ČR, se čeká na ratifikaci od ghanské strany. ✕

Andrea Heverlová
Odbor zahraničně ekonomických politik II
Sekce Evropské unie a zahraničního obchodu
Ministerstvo průmyslu a obchodu

Koronavirus zvedl zájem o řemeslná piva i nářadí pro kutily

Přinášíme zprávy o příležitostech pro české vývozce a o byznysu ve světě od ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade.

BELGIE

Lidé začali více sportovat, léto stráví na zahradách

Karanténa přiměla Belgičany k omezení nákupu určitého zboží či služeb. Prodej některých výrobků ale naopak zažívá zlaté časy. Ukázala to analýza elektronických transakcí mezi zákazníky ING. Belgičané uskutečnili o 34 procent transakcí méně než ve

Pro jiné sektory měla krize nebyvalý přínos. Příznivě nakloněná byla distributorům potravin a e-commerce. Skupina Ahold Delhaize, přítomná v Belgii, Nizozemsku a ve Spojených státech, zaznamenala tržby ve výši 18,2 miliardy eur, což představuje ná-

rohu a lze v nich pořídit často i kosmetiku, hygienické prostředky a kojenecké potřeby. Dále spotřebitelé nakupovali vše, co souvisí se sportováním (sportovní potřeby a oblečení), potřeby pro domácnost a kutilství, zázemí pro práci a studium z domova (pracovní



stejném období minulého roku.

Za dovolenou a cestování utratili o 69 procent méně, dále utratili méně i za dětské aktivity (o 68 procent), za oblečení a kosmetiku (o 61 procent méně) a dopravu (zhruba o polovinu méně). To jsou vedle kultury a sektoru Horeca nejvíce postižené sektory.

Aktuální situace je s ohledem na probíhající pandemii nejistá, a proto řada lidí počítá s letní dovolenou doma na zahradě, v ideálním případě na chatě v Ardenách či na pobřeží Severního moře.

růst o 14,7 procenta. Během karantény se změnila i spotřebitelské preference. Téměř polovina dotázaných spotřebitelů uvádí, že chtějí věnovat více pozornosti udržitelným potravinám (fair trade). Roste i zájem o biopotraviny. Znamená to, že během karantény lidé více důvěřují lokálním a zdravějším potravinám.

V souvislosti s koronavirovou pandemií se daří samozřejmě zdravotnickým a ochranným prostředkům. S kladným výsledkem tak vyjdou letos lékárny, které jsou v Belgii na každém

stoly, židle, tiskárny a tonery). Zájem roste i o elektrokola, jejichž pořizovací cenu některé obce začaly dotovat.

S ohledem na blížící se léto a příjemné počasí během karantény lze předpovídat nárůst nákupu potřeb pro zahradu a domácnost či bazénů. Společnosti, které instalují bazény, v letošním roce očekávají, že si Belgičané pořídí 3690 bazénů. Zájem kontinuálně roste již od roku 2015 a domácí karanténa jej ještě akceleruje. ✖

Alena Mastantuono, CzechTrade Brusel



▲
 Další aktuální
 zprávy a kontakty
 na zahraniční síť
 CzechTrade

MAĎARSKO

Stavební průmysl získal nové zakázky



Jeden z tahounů maďarské ekonomiky, který v minulých letech prožil obrovský boom, se prozatím naštěstí nemusel poprat s drastickým propadem. Výkon stavebnictví byl od začátku roku do půli května pouze o pět procent menší než výkon ve stejném období loňského roku.

Stavebnictví zaměstnává zhruba 335 tisíc pracovníků, ale i v tomto sektoru se propouštělo. Sdružení stavebních podnikatelů (ÉVOSZ) počítá během nadcházejících dvou měsíců s další vlnou propouštění a likviditními problémy kvůli propadu objednávek. Jejich objem byl letos v květnu o 18 až 20 procent nižší než před rokem. Došlo k viditelnému zpomalení výstavby nových bytů (způsobené částečně také zvýšením DPH od ledna z 5 na 27 procent), dočasně se zastavilo i několik větších stavebních projektů, ale hlavně došlo k výpadku zakázek městských samospráv na opravy a údržby. Svaz proto urguje proaktivní přístup státní správy a zadání objednávek například na letní údržby škol a mateřských školek. Ze záchranného balíčku vlády může stavebnictví vyčerpat dotace v hodnotě zhruba pěti miliard korun

(65 miliard forintů), které jsou zaměřené zejména na zlepšení likvidity a udržení pracovníků mikropodniků a MSP.

Odvětví se dále může svěřit na rozvojových dotacích podniků a podporách pro konkurenceschopnost vyhlášených v rámci záchranného programu, které jsou často spojovány se stavebními projekty. Posílit poptávku mohou také soukromé rekonstrukce a přestavby obytných prostorů, které zesilují od momentu uvolnění omezení pohybu. Nevratné státní podpory CSOK na koupi a rekonstrukci vlastního bydlení pro rodiny zůstaly v době pandemie nedotčené. Spouští se i nové kolo dotačního programu na modernizaci vesnic a malých obcí nazvaného Maďarská vesnice a je vypsána dotace na výstavbu hřišť. Největší akce oboru, mezinárodní stavební veletrh CONSTRUMA, byla z dubna přesunuta na 7. až 11. října, kde kancelář CzechTrade Budapešť organizuje společný stánek. Informace o veletrhu v anglickém jazyce lze nalézt na webových stránkách www.construma.hu. x

Dóra Egressy, CzechTrade Budapešť



Foto: Shutterstock.com

VELKÁ BRITÁNIE

Vzrostla popularita pивních e-shopů, šanci mají české pivovary

Zatímco ostrovní hostince a restaurace zejí již od března prázdnotou, britská žízeň po kvalitním pivu zdaleka nevyhasla. Musela se pouze přesunout z tradičně útulných pubů do obývacích pokojů. Pivní online obchody se v zemi již několik let těší rostoucí popularitě, ale ten pravý boom zaznamenávají právě nyní. Ačkoli online většinou nelze nakoupit standardní „euro ležáky“, pивních specialit z celého světa je na výběr mnoho. Právě na vlně řemeslného piva z malých pivovarů nyní jedou e-commerce firmy jako Flavourly.com, Beer52, nebo BeerHawk.

Většina z těchto společností se věnuje jak konvenčnímu prodeji po internetu, tak i takzvanému beer subscription modelu, kdy pro zákazníky pивní specialisté každý týden či měsíc připravují tematicky zaměřený výběr. Ten se mnohdy týká země původu a právě v tomto ohledu vidí londýnská kancelář CzechTrade velký potenciál pro český export hned z několika důvodů. České pivo má



CzechTrade
denně – zahraniční
obchodní
příležitosti
e-mailem

» na britském trhu velmi silnou pozici a mnoho Britů si Českou republiku asociuje s kvalitním zlatavým mokem. Navíc menší české pivovary jsou již delší dobu plnohodnotnou součástí craftové pivní revoluce a mají ve své nabídce širokou selekci maloobjemových a velmi kvalitních piv typu IPA, APA, ležák, ale i speciality jako Stout. Tyto příznivé faktory dělají v současné době z britského online sektoru jednu z nejzajímavějších exportních příležitostí pro Českou republiku.

Zástupci CzechTrade v Londýně již několik let intenzivně pracují s malými českými pivovary a s pomocí Czech Beer Alliance dlouhodobě tento segment na ostrovech popularizují. Připsali si již mnoho úspěchů, včetně dostupnosti piv jako Kutná Hora a Bohemia Regent v Londýnských pubech. Nyní usilovně jednají hned s několika největšími hráči na pronikání do online obchodů v tomto prudce se rozvíjícím segmentu. Dosud evidují první dvě objednávky od společností Noble Green Wines a Indiebeer.

Pivní online boom není pouze dočasnou záležitostí. Nároky a trendy mezi zákazníky se mění a pohodlnost nákupu spolu se širokým sortimentem jsou právě těmi faktory, které budou lákat i po znovuvotevření hospod a barů. ✖

Martin Macourek, CzechTrade Londýn

ČÍNA

Spotřebitelé se poučili z afér kolem prodeje nebezpečných potravin

V zábavním průmyslu, vzdělávání či zdravotnictví došlo kvůli vypuknutí epidemie covid-19 k významnému nárůstu uživatelů, kteří byli nuceni pracovat z domova. Krize tak zrychlila používání nových technologií. Tato doba též formuje podnikání soukromého sektoru. Mnoho podniků je poháněno nejen zisky, ale také snahou nabídnout sociálně prospěšné projekty.

Čínští spotřebitelé se naučili dbát o zdraví a bezpečnost produktů a měli k tomu dobrý důvod. Od problémů s dětským mlékem přes recyklaci prošlých výrobků a falšování kuchyňských olejů až po falešná léčiva prodávaná online. Díky práci médií stačí málo, aby byli uživatelé nedůvěřiví k výrobkům neznámého původu. Společnosti se zaměřily na to, aby jejich značka správně komunikovala atributy potřebné v dnešním světě. Jde hlavně o upevnění důvěry z hlediska zdraví, hygieny a celkové bezpečnosti. Kupříkladu u jídla či léků se dá očekávat, že touha po vědění odkud produkty pocházejí a jak je s nimi v rámci dodavatelského řetězce zacházeno, bude nabývat na důležitosti.

Změny přinesly příležitost v různých odvětvích. Klíčovými se stávají smart cities nové generace, které kromě klasických městských funkcí budou systematicky posilovat veřejnou správu integrací dodavatelských řetězců, řízením dopravy, varováním v nouzových situacích nebo před katastrofami. Big data budou více využívána pro veřejné blaho, zejména pro sledování, analýzu a podporu včasného veřejného rozhodování. Dochází ke vzniku nových obchodních modelů, spousta podniků se začíná přesouvat do online prostoru. Hodnotový řetězec zdravotní péče bude rozšířen tak, aby zahrnoval včasné odhalení a prevenci. Budoucí aplikační scénáře budou zahrnovat více účastníků a budou propagovat komplexní ekosystém pro programy veřejného zdraví.

V oblasti sociálních médií už nepůjde jen o kanály mezi jednotlivci a firmami, ale také mezi veřejností a vládou. Začátkem února začali místní úředníci spolupracovat s mobilní platební službou Alipay a sociální sítí WeChat na vytvoření nového druhu virtuálního pasu, takzvaných barevných kódů. Mobilní aplikace obecně tvrdí, že je schopna vyhodnotit riziko, které daný uživatel pro veřejné zdraví představuje, a to z dat o zdravotním stavu v konkrétních situacích, který každý uživatel sám hlásí. Poté je uživatelům přidělen odpovídající QR kód a barva. Zelená znamená, že je vše v pořádku, žlutá barva signalizuje sedmidenní nebo kratší karanténu, červená značí čtrnáctidenní karanténu. Využití zdravotních kódů během období prevence a kontroly epidemie pomáhá oddělit životní prostor nakažených a zdravých lidí. Jedná se o způsob chytré karantény, který pomáhá zrychlit znovunastartování ekonomiky.

Ač je Čína komplikovaná a v určitém ohledu soběstačný trh, pořád se nacházejí možnosti pro české společnosti, kde se na trhu prosadit. Každá krize vytváří nové příležitosti. ✖

Michal Důbrava, CzechTrade Chengdu



S „digitální vizitkou“ do světa

Agentura CzechTrade spustila pilotní fázi projektu na moderní propagaci českých firem v zahraničí. Digitalizaci urychlil koronavirus.

První týdny nouzového stavu během koronakrizy bylo hlavním cílem státu zajistit, aby byla uspokojena domácí poptávka po zdravotnických pomůckách a dalších potřebných výrobcích. Vzniklo hned několik projektů k propojování nabídky s poptávkou (například CoVpoint). Již v této fázi agentura CzechTrade společně s ministerstvem průmyslu a obchodu a CzechInvestem intenzivně mapova-



Foto: CzechTrade

Výrobce zdravotnických lůžek Linet aplikaci využil k vytvoření názorné 3D animace.

ly české kapacity, a to s přihlédnutím k podpoře exportu.

Databáze nyní čítá přes stovku různých řešení. Na začátku května resort průmyslu a obchodu se svými agenturami zpracovaly reprezentativní nabídku českých výrobců. Kromě souhrnného přehledu byl pro tyto výrobce připraven takzvaný „onepager“ v jednotném grafickém stylu. Vzápětí vyvstala potřeba sofistikovaně distribuovat materiály do zahraničí.

MARKETING 4.0 V PRAXI

CzechTrade plánuje využít nových technologií k dalšímu posunu státní správy směrem k digitalizaci. Prezentace českých řešení pro boj s nemocí covid-19 v zahraničí tak stojí za novým přístupem k marketingovým aktivitám. Zahraniční zástupci agentury společně s ministerstvem testují možnosti online prezentace českých firem napříč celým světem. Zkušební verzi poskytla v rámci pomoci v krizové situaci společnost PresentiGO do konce roku zdarma. „Jakožto moderní agentura na podporu exportu průběžně pracujeme na zdokonalování prezentace českých výrobců za hranicemi naší země. Proto jsme iniciovali testování nových technologií, které nám v celosvětové konkurenci pomohou odlišit se, zau-

jmout a efektivně distribuovat tuzemskou nabídku. Nyní máme v rukou příležitost implementovat systém rychlé a cílené distribuce prostředků pro boj s covidem-19,“ říká Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade.

PREZENTACE I VE TŘECH DIMENZÍCH

Platforma splňuje rámcové představy agentury jako účinného nástroje, který odráží nároky na koordinaci datových podkladů od několika různých subjektů. „Rozhodli jsme se pro její ostré testování. Všechny zahraniční kanceláře CzechTrade mají přístup do ověřené nabídky prostředků, která vznikla v jednotném grafickém stylu,“ vysvětluje vedoucí testovací fáze projektu v CzechTrade Jan Špunda.

Systém navíc umožňuje vyhodnocovat, do jaké míry byly jednotlivé soubory využity, nebo škálovat distribuci podle různých uživatelských skupin. Součástí platformy je distribuční aplikace pro mobilní zařízení. Ta umožňuje zobrazit interaktivní obsah exkluzivně ve 3D prezentacích nebo přes rozšířenou realitu. Zjednodušené řečeno jde o moderně koncipovaný katalog, který bude v budoucnu možné nosit s sebou v kapse, a již nyní se v případě anticovidových řešení stává realitou. **x** (red)

PŘEDSTAVIT SE NA INTERAKTIVNÍM PANELU

Vedle zmíněné platformy spustil CzechTrade také prezentaci antiCovid řešení v Adresáři exportérů. Nabídka je pak avizována na cizojazyčných stránkách jednotlivých zahraničních kanceláří agentury. CzechTrade



Foto: Moram CZ

zkoušel zařízení pro zobrazování obsahu moderní cestou mimo jiné na únorovém Meeting Pointu v Praze. V místě konání akce byly díky jednomu z jeho klientů, společnosti Moram CZ, nainstalovány testovací velkoplošné panely. Jeden z nich je ve spolupráci s ministerstvem testován také na recepci resortu v Praze Na Františku. Propojením prezentačních platform se sofistikovanými zobrazovacími panely se může účinkování na zahraničních veletrzích posunout na novou kvalitativní úroveň, avšak je třeba nastavit dlouhodobě udržitelný systém včetně přípravy obsahu prezentací. **x**



Adresář exportérů zaměřených na řešení pro boj s nemocí covid-19

Cesta z krize: Exportéři našli nové odběratele

Někteří exportéři dokázali uchopit pokles poptávky během koronakrize jako výzvu. Výrobce obalů Lajk Pack nebo producent nábytkových hran a lepidel Hranipex našli rychle v zahraničí nové zákazníky.

Místo aby jen čekali na dotace nebo planě hořekovali nad nepřízní osudu, mnozí vývozci přistoupili k řešení obchodních důsledků koronaviru aktivně. Upravují výrobní program, hledají ve světě nové zakázky.

Příkladem je třeba rodinná firma Lajk Pack ze Zlínského kraje. Ta se zabývá zakázkovou výrobou a dodávkami lepenkových krabic a dalších obalů. V době koronakrize se ovšem jako řada dalších českých firem potýkala s poklesem poptávky. Snažila se k celé situaci

přistoupit pragmaticky a hledala způsoby, jak se s poklesem vypořádat. Tým pracovníků proto zareagoval na aktuální potřebu trhu a během krátké doby navrhl a začal vyrábět vlastní roušky z filtračního materiálu.

Tým pracovníků zareagoval na aktuální potřebu trhu a během krátké doby navrhl a začal vyrábět vlastní roušky z filtračního materiálu.



Firma Lajk Pack vyrábí lepenkové krabice a další obaly.

Přitom se obchodní manažerka Lucie Krčmová rozhodla hledat nové odbytové možnosti v zahraničí, a to i přesto, že firma prozatím dodávala své produkty výhradně na český trh a neměla s exportem žádné zkušenosti. „Zaujala nás poptávka nábytkářské firmy z Rakouska na portálu BusinessInfo.cz, o které jsme se dozvěděli z newsletteru CzechTrade denně,“ říká Lucie Krčmová.

S žádostí o spolupráci se pak obrátila na zahraniční kancelář CzechTrade ve Vídni. „Propojili jsme firmu s rakouským výrobcem nábytku, který aktuálně potřeboval nového dodavatele obalových materiálů,“ uvádí Julie Havlová, ředitelka zmíněné vídeňské zahraniční kanceláře CzechTrade.

V RAKOUSKU BYLA PRO LAJK PACK VÝHODOU NĚMČINA

Rakouský zákazník si pochvaloval rychlou komunikací a po upřesnění specifikací se podařilo dohodnout zkušební objednávku krabic. „Věříme, že rychlá komunikace, krátké termíny dodání a kvalitní zboží dokáže oslovit vedle regionálních i zahraniční zákazníky. Rakouský trh je pro nás i z důvodu dostupné vzdálenosti zajímavý. Doufáme, že tato první exportní zakázka bude naší dobrou referencí pro další obchody,“ doplňuje Lucie Krčmová.

V tuto chvíli má firma rozjednané i další poptávky. Hlavní výhodou je vedle cen českých obalů i to, že zástupci firmy jednájí se zákazníkem v němčině. Společnosti Lajk Pack se tak podařilo úspěšně vykročit do světa exportu navzdory době, která je pro mnoho firem těžkou zkouškou.

„CzechTrade nás podporuje po celou dobu naší cesty k exportu, za pomoci kanceláří ve Vídni a v Düsseldorfu jsme připravili cenovou nabídku na několik zakázek na krabice pro rakouské a německé zákazníky. V době koronavirové krize jsme díky bezplatné akci vyhledávání obchodních kontaktů oslovili distributory roušek



Foto: Hranipex

Velkou centrálu má Hranipex u Humpolce, vyrábí tam nábytkové hrany, lepidla a čističla.

ve Španělsku, Rakousku a Německu. Ráda se také účastním online seminářů o obchodování s cílovými zeměmi,“ pochvaluje si spolupráci s CzechTrade Lucie Krčmová.

HraniPEX ZAČAL V GARÁŽI, DNES JE V 65 ZEMÍCH SVĚTA

Na koronavirus dokázala proaktivně zareagovat také humpolecká společnost Hranipex. Ta je názorným příbehem úspěchu novodobé české firmy. Její historie se začala psát před 26 lety klasicky v garáži o ploše šesti metrů čtverečních. Dnes je tatáž společnost z Humpolce nadnárodním hráčem. Od skromných začátků vyrostla v předního evropského výrobce a distributora nábytkových hran i souvisejících produktů. „Úspěšně jsme se etablovali na většině evropských trhů, zejména prostřednictvím našich 12 poboček po celé Evropě, které se mimo Českou republiku nacházejí

také v Německu, Velké Británii, Francii, Rakousku, Polsku, na Slovensku, v Maďarsku, Rumunsku, Litvě, na Ukrajině a v Bělorusku,“ vypočítává exportní teritoria Ondřej Krátký, product and marketing manager společnosti.

Hranipex dodává svým zákazníkům široké portfolio produktů, především nábytkové hrany, lepidla a čističe. Nabídku rozšiřuje díky dlouholetým zkušenostem v oblasti olepování. Jeho obchodní síť neustále roste a dnes exportuje do více než 65 zemí světa.

BĚHEM KRIZE OBJEVILY NOVÉ MOŽNOSTI

Koronavirová pandemie ale styl obchodu dočasně změnila. V mnoha

Rozhodli jsme se využít příležitosti na trzích, jež jsou pro nás nové.

zemích nebylo možné fyzicky navštěvovat zákazníky. Nebylo možné vycestovat tam ani zpátky a krátkodobě se zkomplikovalo také překračování hranic pro nákladní dopravu. Byly též zrušeny téměř všechny mezinárodní veletrhy a výstavy, kterých se firma pravidelně účastní. „My jsme však naštěstí reagovali ještě před vypuknutím pandemie. Dostatečně jsme se předzásobili surovinami a přijali jsme přísná hygienická opatření jako jedna z prvních firem, a to včetně měření teploty všem, kdo vstupují do areálu, a zevrubné dezinfekce prostor uvnitř firmy. Včas jsme se také zásobili rouškami, dezinfekcí a dalšími prostředky osobní ochrany pro naše zaměstnance,“ uvádí Zuzana Drápelová, marketing manager Hranipexu.

Nicméně i přes všechny včasné kroky zaznamenal i Hranipex propad poptávky, zejména v zemích více zasažených koronavirovou krizí. „Proto jsme se rozhodli využít příležitosti na trzích, jež jsou pro nás nové. Jedna z takových se nám naskytla i v Turecku, kde jsme opětovně využili služeb CzechTrade. Tentokrát služeb kanceláře v Istanbulu, která nám pomohla v oblasti odborného a procesního poradenství v souvislosti s tureckým obchodním prostředím. Již dříve jsme s agenturou CzechTrade spolupracovali v rámci připravované obchodní expanze například v oblasti obchodního práva v Jižní Americe,“ připomíná Ondřej Krátký. **x** (red)

Šít roušky místo padáků

Ochranné obleky a masky, výtěrové tyčinky, antibakteriální roušky. České firmy za pomoci výzkumníků posilují v době koronaviru výrobu zdravotnických pomůcek. S urychlením certifikace jim pomáhá agentura CzechInvest.

Tuzemské firmy se přizpůsobují nové poptávce v době koronaviru mimo jiné tím, že spojují síly mezi sebou i s výzkumníky a uvádějí na trh v rekordním čase nové technologie. Často tak činí i přes rizika spojená s uvedením nových produktů na trh a nutnou certifikací, která umožňuje výrobky prodávat doma i ve světě. „Firmy si zaslouží obdiv za mobilizaci výrobních kapacit a flexibilitu v tak krátké době. Často se výrobci pohybují v úplně nových vodách. Propojujeme firmy mezi sebou navzájem a pomáháme také s povinnou certifikací produktů a s vyřizováním nezbytně nutné byrokracie,“ říká ředitel Odboru inovací agentury CzechInvest Jakub Hájek.

Certifikace, která potvrdí požadované parametry a vlastnosti produktu i jeho naprostou bezpečnost, obvykle trvá až několik měsíců. Zvláště v případě ochrany zdraví musí výrobek projít celou řadou testů. Výhodou je proto zázemí lidí, kteří mají zkušenosti se složitými certifikačními postupy i legislativními požadavky.

VÝTĚROVÝCH TYČINEK JE NEDOSTATEK

Jedním z nich je například docent Karel Volenec, který s firmou Ella-CS úspěšně působí na celosvětovém trhu s medicínskými výrobky. Za pomoci agentury CzechInvest, Univerzity Karlovy, tuzemských partnerů a ostatních odborníků se



Foto: CzechInvest

mu podařilo rozpořehovat vývoj a certifikaci výtěrové tyčinky, která se používá při odběru vzorků pro testování na koronavirovou nákazu. Nemocnice v současné době hlásí nedostatek těchto odběrových tyčinek, kvalita českého výrobku navíc podle prvních vyjádření lékařů převyšuje kvalitu i komfort tyčinek aktuálně dovážených například z Číny a Itálie. „Výtěrová tyčinka se zdá jako zdánlivě jednoduchá věc, ale musí splnit spoustu funkcí. Vedle naprosté zdravotní nezávadnosti musí být zkonstruována tak, aby bylo vyšetření přesné. Z praktického hlediska tak řešíme například její ohebnost i materiál, kterým je zakončena. Mnoho lidí posílalo přímo do nemocnic své nápady, což bylo obdivuhodné,

Data k ochranné polomasce CIIRC nyní využívá stovka institucí z třiceti zemí světa.

bohužel ani v jednom případě by nám nezaručily přesnost výsledku,“ vysvětluje Volenec.

Pro prototyp se rychle podařilo najít vhodného výrobce – firmu Isolit Bravo z Jablonného nad Orlicí. Ta v současné době investuje do výroby kolem dvou milionů korun ze svých prostředků. Firma je schopná přizpůsobit výrobu na padesát tisíc stěrek týdně a zásobit tak většinu českých nemocnic. Produkt aktuálně prochází závěrečnými certifikačními testy.

POTAHY DO AUT NAHRADILY ROUŠKY

Dalším příkladem úspěšné spolupráce klientů agentury CzechInvest může být například propojení menší textilní společnosti AZPO Group s firmou Adient, která šije interiery pro automobily. Nedostatek pracovních zakázek kompenzoval severočeský Adient zahraničním pracovníkům u šicích strojů v AZPO Group v České Kamenici. Společnost se zaměřila v době koronaviru na šití roušek a nabídla tak uplatnění dvěma stovkám zaměstnanců společnosti Adient.

Na výrobu antibakteriálních roušek se zaměřila i firma na sportovní oblečení a padáky Sky Paragliders. Ta navázala spolupráci se společností Grade Medical, která je na trhu známá aplikacemi textilie StopBack pro zdravotnictví. Dva české malé podniky si mezi sebou prostřednictvím CzechInvestu poskytly kapacitu šicí dílny a kvalitní antibakteriální materiál. A české roušky byly na světě pro potřeby těch, kteří nepřerušili své aktivity ani v nouzovém stavu.

OCHRANNÉ NÁVLEKY Z ROBOTŮ PŘESMĚROVÁNY NA LIDI

Mezi jiné příklady úspěšné spolupráce se řadí tuzemská firma Robot Protect a Horská služba České republiky. Firma Robot Protect se specializuje na výrobu ochranných návleků pro roboty, stroje a automatizační zařízení. V dubnu přesměrovala výrobu na ochranné obleky

Firma Robot Protect se specializuje na výrobu ochranných návleků pro roboty, stroje a automatizační zařízení. V dubnu přesměrovala výrobu na ochranné obleky a návleky pro lidi.

a návleky pro lidi. Stovky kusů ochranných obleků pak dodala právě Horské službě České republiky.

Přes sto kusů ochranných overalů a na tři stovky jednorázových rukavic zase putovalo od firmy DVL Import do ústecké Krajské zdravotní.

TISÍCE ŠTÍTŮ PRO ZDRAVOTNÍKY

Nemalým dílem přispívají v boji proti koronaviru i vědecká pracoviště a výzkumná centra. V počátcích pandemie přišel Český institut informatiky, kybernetiky a robotiky Českého vysokého učení technického (CIIRC

Na Brněnsku se propojily podniky Fanuc, Acam Solution či Nejkov společně s výzkumným centrem CEITEC Vysokého učení technického v Brně a digitální dílnou FabLab.

ČVUT) s novým prototypem ochranné polomasky CIIRC RP95-3D poskytující nejvyšší stupeň ochrany na úrovni FFP3. CzechInvest pomáhal s její povinnou certifikací a produkt se podařilo dostat v krátkém čase z laboratoří k českým zdravotníkům. Data k masce byla navíc poskytnuta ke stažení a nyní je má k použití téměř stovka institucí z více než třiceti zemí světa.

Na Brněnsku se zase propojily podniky Fanuc, Acam Solution či Nejkov společně s výzkumným centrem CEITEC Vysokého učení technického v Brně a digitální dílnou FabLab. Společnými silami vyrobili výzkumníci, firmy i dobrovolníci během několika týdnů na třicet tisíc ochranných čelních štítů. Rozdali je zdarma lékařům do zdravotnických zařízení a dětem a učitelům do škol a školek.

Společnost DVL Import poslala ochranné overaly a jednorázové rukavice zdravotníkům v Ústeckém kraji.



Foto: DVL Import

„Tyto skvělé iniciativy ukazují, jak jsou české firmy, výzkumníci i univerzity schopné rychle reagovat na aktuální potřeby společnosti a dostat mezi lidi novou technologii v řádu dní. V takovéto situaci můžeme institucím pomáhat otevírat

dveře do firem a pomáhat realizovat důležité projekty,“ uzavírá ředitel agentury CzechInvest Patrik Reichl. ✖

Kristýna Turečková
specialistka komunikace CzechInvest

Strach z druhé vlny nákazy

Podniky v České republice pomalu přecházejí z potměných výrobních hal do stavu, který se blíží běžnému chodu před vypuknutím pandemie koronaviru. Radost z postupného navracení do normálu však střídají obavy z ekonomických dopadů i dalšího vývoje v tuzemsku, a především z příchodu často skloňované druhé vlny onemocnění.

Vyplývá to z průzkumů agentury CzechInvest, která jedná jak s velkými podniky ze sektorů zpracovatelského průmyslu, oblastí center sdílených služeb a technologických společností, tak s regionálními malými a středními podnikateli.

Podobné prognózy hlásí také Svaz průmyslu a dopravy České republiky, podle

kterého roste významně podíl firem, kterým objem zakázek meziročně klesl téměř o polovinu. Firmy se obávají znovu investovat a vyčkávají, jak se situace vyvine. Nejvíce jsou pak na své existenci ohrožené především malé podniky do padesáti zaměstnanců, které se významným způsobem podílejí na chodu regionální ekonomiky. ✖

Čtyři kroky k vývozu: tipy pro dobu pandemie

Na co jsou dobré japonské společnosti sogo shosha nebo kde najít největší bezplatnou databázi firem německy mluvících zemí? Ředitelé zahraničních kanceláří CzechTrade nabídli praktické tipy vývozcům, kteří chtějí začít nový byznys na velkých zahraničních trzích i v době koronakrize.

Věře koronaviru a komplikací při cestování do zahraničí to kupodivu platí snad ještě víc než dřív: Alfou a omegou úspěšného vývozu je najít v cílové zemi dobrého obchodního partnera a navázat s ním co nejučinnější komunikaci. Shodli se na tom v minianketě ředitelé zahraničních kanceláří agentury CzechTrade, kteří zároveň s obojím mohou exportérům výrazně pomoci.

Pokud čeští podnikatelé nemohou kvůli omezením v době pandemie do cílové země sami vycestovat, o to víc roste význam právě zástupců CzechTrade, kteří přímo na místě působí jako prodloužená ruka českého byznysu. Druhým zjevným důsledkem koronakrize je růst významu elektro-

nické komunikace ve formě videokonferencí či virtuálních prezentací.

V každé zemi ale samozřejmě panují místní specifika. Níže proto následují doporučení pro některé významné trhy z různých částí světa. Jde vždy o čtyři tipy, jež mohou pomoci exportérům, kteří chtějí do příslušné země obchodně vstoupit i za současné složité situace.

NĚMECKO

1. ZAČNĚTE S DATABÁZÍ, V NÍŽ JE PŘES PŮL MILIONU FIREM

Pro vyhledání kontaktů a prvotní zmapování trhu může vývozce využít databázi Wer liefert was? Jedná se o největší B2B databázi pro region

Největší německé letiště ve Frankfurtu nad Mohanem, které ročně odbaví víc než 70 milionů cestujících, využívá v současnosti jen zlomek své kapacity.

německy mluvících zemí. Je v ní zaregistrováno přes 570 tisíc německých firem. Databáze je zdarma a je velmi intuitivní – postačí zadat klíčové slovo. Databáze je k dispozici v němčině, angličtině a francouzštině. Vyhledané výsledky může zájemce dále filtrovat podle různých atributů, jako je povaha firmy (výrobce, velkoobchod, maloobchod, poskytovatel služeb), počet zaměstnanců nebo PSČ. Vyhledání vhodných kontaktů může zahraniční kancelář CzechTrade doplnit o kontakty nebo informace z placených databázových zdrojů.

Z vyhledaného seznamu si zájemce vybere skupinu firem, které jsou pro jeho zaměření nejperspektivnější, a chce je oslovit. Vyhledá si konkrétní kontaktní osobu z firmy na profesních sociálních sítích LinkedIn a XING (XING je německá obdoba LinkedIn). Skladbu personifikovaného e-mailu pomůže zjistit nástroj Hunter.io.

2. POŠLETE E-MAIL A PAK ZATELEFONUJTE

První oslovení je dobré provést e-mailem v němčině. V těle e-mailu krátce představte svoji firmu a produkty nebo služby, které nabízíte. Do přílohy přidejte katalog, ceníky, dodací podmínky a další marketingové materiály v PDF, vše ideálně přeložené do němčiny. Platí, že čím více informací na první dobrou poskytnete, tím lépe.

Po rozeslání e-mailů vždy doporučujeme telefonické ověření, kdy je potřeba zjistit, zda dané osobě e-mail přišel, a vyžádat si zpětnou vazbu. V tomto případě je ideální, pokud ovládáte němčinu a se zástupcem firmy si můžete zatelefonovat v jeho rodném jazyce. Němci mají rádi telefonování. Pokud budete s nimi telefonovat v němčině, máte výraznější šanci na úspěch. Pokud nemáte přímou telefonní linku na kontaktní osobu, chtějte spojit vždy s konkrétním člověkem podle jeho jména. Pokud budete chtít mluvit například s vedoucím nákupu, aniž byste zmínili konkrétní jméno,



často vás odmítnou spojit. Zvažte zakoupení SIM karty s německým telefonním číslem a předvolbou +49. Ve zdejších supermarketech ji lze zakoupit za 13 eur.

3. POCHLUBTE SE REFERENCEMI

V Německu platí, že důležitější než cena je důvěryhodnost. Pracujte proto s referencemi. Máte-li doporučení z Německa, ze západní Evropy nebo od dceřiné německé firmy působící v Česku, uveďte je v oslovení.

4. MATERIÁLY NECHTE ZKONTROLOVAT RODILÝM MLUVČÍM

Některé firmy fungují normálně, tedy podobně jako v období před koronavirem. Řada administrativních pracovníků je ale stále v režimu home office. Je tedy možné, že se do některé z firem nedovoláte. Věnujte mezitím čas přípravě kvalitních podkladů pro oslovení v němčině. Překlady do němčiny doporučujeme před tiskem materiálů nechat zkontrolovat rodilým mluvčím. **x**

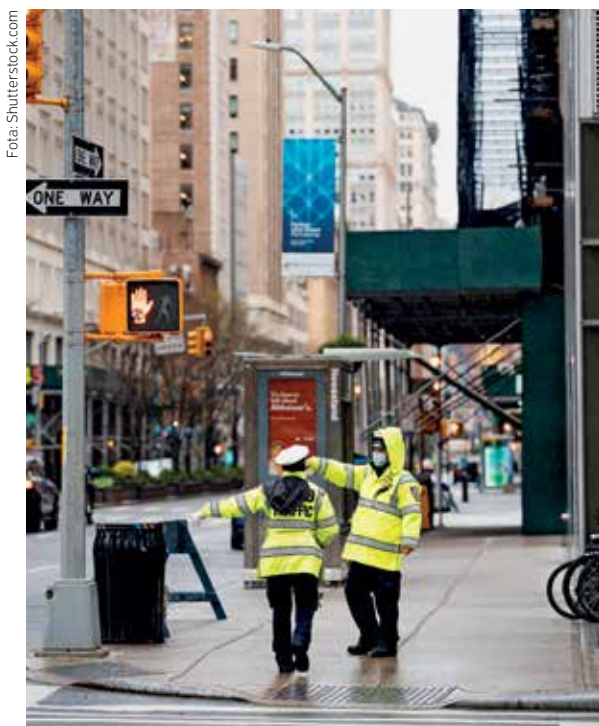
Adam Jareš, CzechTrade Düsseldorf

USA

1. PŘIPRAVTE SE NA DELŠÍ SJEDNÁVÁNÍ OBCHODU

Vstup na americký trh byl kvůli jeho velikosti, nárokům, dravosti a vzdálenosti velmi obtížný už před pandemií. V současné době se náročnost mnohonásobně zvyšuje, což ovšem zároveň přináší výzvy a nové možnosti. Počítejte s delším časovým rámcem pro váš vstup ve studiích proveditelnosti a jednotlivých krocích, jež chcete dělat. Vytvořte si finanční polštář a hlavně se obrňte trpělivostí a vytrvalostí. Kontaktujte naše kanceláře v USA.

Snažte se zvážit možný úspěch produktu. V USA je nyní zhruba 40 milionů nezaměstnaných a kupní síla se výrazně snížila. Produkty standardní spotřeby s nízkou přidanou hodnotou, kterých je na trhu přetlak, budou velmi těžko umístitelné. Naopak výrobky s vysokou přidanou hodnotou, jako jsou zdravotnická technika, nanomateriály, IT a ICT produkty, zdravotně-bezpečnostní řešení, chemická výroba, výzkum, vývoj a farmacie – těmto oborům se budou otevírat nové možnosti. Rozhodovat bude připravenost v rámci certifikací



K nejvíce zasaženým americkým městům patřil New York.

a registrací, a to hlavně směrem do zdravotnictví.

2. NACHYSTEJTE SI CERTIFIKÁTY A REGISTRACE

V dnešní komplikované době platí ještě více, že před začátkem oslovování potenciálních obchodních partnerů je třeba mít vše perfektně připraveno, a to zejména ve smyslu různých povinných certifikací, atestů, registrací nebo řádného značení etiket a obalů. Tyto náležitosti je třeba mít kompletně připraveny ještě předtím, než začnete výrobek nabízet. Místní obchodníci se vám jinak nebudou věnovat.

3. CENU NAPIŠTE V DOLARECH, TEPLOTU VE FAHRENHEITECH

Cenové nabídky je třeba mít vždy v amerických dolarech a v katalogích a letáčích se přizpůsobit místním zvyklostem. Zejména nezapomeňte na užití korektních jednotek (například teplota se neudává v °C ale v °F).

4. ZDŮRAZNĚTE, ŽE JSTE POMÁHALI PROTI KORONAVIRU

Pokud vaše společnost během pandemie nějakým způsobem pomáhala, nestyďte se toto prezentovat na vašich stránkách či newsletterech, a to i přesto, že to bylo v Evropě a ne v USA. Pomoc pro dobrou věc je ve Spojených státech velmi pozitivně vnímána

a může vám pomoci upoutat pozornost právě na vaši firmu. **x**

Jan Kubata, CzechTrade Chicago

JAPONSKO

1. VYUŽIJTE SPOLEČNOSTI „SOGO SHOSHA“

Japonsko má vysoce rozvinutý, velmi konkurenční a velký vnitřní trh, který je navíc ve většině odvětvích nasycený. Váš produkt by proto měl být něčím unikátní a inovativní. Budte připraveni na nutnost adaptace produktu a doprovodných služeb včetně nutných certifikací a překladů. S nabídkou průmyslových meziproduktů oslovte japonské trading společnosti (takzvané sogo shosha), jež mají své zastoupení i v Praze. Jedná se o pro Japonsko charakteristické obchodní společnosti se širokým odvětvovým zaměřením. V případě výrobků určených pro koncové zákazníky můžete zvolit cestu vyhledání japonského importéra nebo distributora.

2. MATERIÁLY PŘIPRAVTE V JAPONŠTINĚ

Po určení cílové skupiny a distribučních kanálů naše kancelář v Tokiu může pomoci vytipovat vhodné obchodní partnery a ověřit u nich zájem o produkt. Při prvotním oslovení komunikujte japonsky (případně využijte služeb CzechTrade) a mějte připraveny propagační materiály v kvalitním překladu do japonštiny a vhodném fontu. Není nutné překládat vše, stačí prezentace, leták nebo stručnější brožura či katalog.

Mějte připraven ceník pro japonský trh, lze-li ho připravit. Pokud je to možné, pošlete i fyzické propagační materiály a vzorky. Za současné situace buďte trpěliví, co se odpovědi týče. Pro japonskou mentalitu je typická vysoká averze k riziku a japonské společnosti jsou nyní většinou v situaci, kdy se snaží si udržet stávající odbyty s využitím tradičních zdrojů, dodavatelů a produktů a investovat do uvádění nového produktu na trh je pro ně rizikové.

3. PŘIJEĎTE NA OSOBNÍ JEDNÁNÍ A VE DVOU

Jakmile to bude možné, připravte se na osobní návštěvu Japonska. Japonští byznysmeni stále preferují osobní setkání. Zkušenosti během nouzového stavu omezujícího osobní schůzky sice **»**



▲
Portál Wer liefert was? – největší a bezplatná B2B databáze firem z německy mluvících zemí

» naučily řadu z nich využívat videohovory, ale stále to není zcela běžný způsob. Osobní návštěva vysoce postaveného představitele české společnosti při úvodním jednání působí dojmem velkého zájmu o započítí budoucí spolupráce.

Pro urychlení jednání je to výhodné, na úvodní schůzku totiž z japonské strany dorazí osoba odpovídajícího postavení, čímž dodá jednání větší váhu. Pokud je to možné, přijďte ve dvou. Na úvodní osobní jednání dorazte se zajištěným tlumočením, i když vás partner dopředu ujistí, že angličtina není problém. I kdyby tlumočení nakonec nebylo potřeba, opět je to znamení, že vám na jednání záleží. Přineste s sebou vytištěné propagační materiály v japonsčině a v A4 obálce.

4. ZÁJEM PŘIŽIVUJTE DALŠÍ AKTIVITOU

Na osobní jednání navažte děkovným e-mailem, kde shrnete výstupy z jednání, dodáte slíbené informace nebo podklady, přiložíte použité prezentace a navrhnete další postup. Pokud potenciální partner během jednání vysloveně projeví zájem o váš produkt, tak na tomto základu stavte a iniciujte další kroky, nenechte prvotní impuls usnout. Komunikujte, přijďte podruhé, pozvěte partnera do ČR, navrhnete setkání při další příležitosti (například na nějakém světovém veletrhu). Informujte zájemce o nových produktech a kampaních. **x**

Richard Schneider,

CzechTrade a CzechInvest Tokio

**Městská doprava
v Tokiu se vrací do
plného provozu
a znovu praská ve
švech.**

TURECKO

1. VYTIPUJTE SI OBCHODNÍHO PARTNERA Z LONGLISTU

V Turecku existují placené databáze firemních kontaktů, které ale nejsou tak obsáhlé, jako je tomu například v ČR. Při vyhledávání jsou dále dobrým alternativním zdrojem firemní asociace, u nichž musejí být místní subjekty registrovány. Asociace se v Turecku dělí oborově a teritoriálně. Rovněž bychom doporučovali projít místní oborové veletrhy, respektive seznamy jejich vystavovatelů. Celou mozaiku v úvodním kroku uzavírá vyhledávání firem pomocí klíčových slov na Googlu. Lze kontaktovat zahraniční kancelář CzechTrade v Istanbulu, která bezplatně připraví seznam potenciálních kontaktů (neboli longlist) se základními informacemi. Kancelář totiž díky dvacetiletému působení v Turecku disponuje databázemi firem a kontakty napříč obory.

V následujícím kroku je nutné místní firmy podle referencí a jejich webů protřídit a vybrat ty nejzajímavější pro oslovení. V tomto kroku je jistou nástrahou fakt, že poměrně velká část místních firem (záleží na oboru) má web pouze v turečtině. Web bez anglického překladu automaticky neznamená, že je firma špatná nebo nevhodná. Pouze to naznačuje, že se společnost zaměřuje na domácí klientelu. Naštěstí instalované překladače ve vyhledávacích (například v Google

Chrome) po pouhých dvou kliknutích dokážou turečtinu bez problémů přeložit.

2. PROVĚŘTE SI PLATEBNÍ DISCIPLÍNU

Od druhé poloviny roku 2018, kdy bylo Turecko zasaženo měnovou krizí, jsme zaznamenali větší množství dotazů ohledně platební morálky místních firem. V privátním sektoru chyběl cash flow. Situace se od té doby významně zlepšila, avšak nyní předpokládáme, že se tento stav může navrátit. Proto doporučujeme aspoň základní ověření, zda místní firma není dlužníkem. To se dá vyhledat v místních rejstřících, s čímž může pomoci kancelář CzechTrade.

3. OSLOVTE PARTNERA TELEFONICKY

Turecký partner na e-mail zasláný od neznámé osoby s pravděpodobností, která hraničí s jistotou, neodpoví. Oslovení je nutné provést telefonicky, provolat se přes centrálu na zodpovědného zástupce firmy. Stejně jako v ČR má i v Turecku ještě řada firem nastavený home office. Turecko je v uvolňování restriktivních opatření přibližně dva až tři týdny pozadu za Česko. Tento postup je tak v současné době velmi obtížný, ale ne nemožný.

Přidaná hodnota kanceláře CzechTrade je v tomto ohledu nejvyšší, jelikož eliminujeme jazykovou bariéru a představujeme se jako zástupci státní správy, což nám vzhledem ke kulturním specifikům země lépe otevírá dveře k následujícím jednáním. Cílem telefonického oslovení je standardně domluvení osobních schůzek v teritoriu, na které české firmy dále doprovázíme. Vzhledem k aktuální situaci předáváme v případě zájmu turecké strany adresné kontakty jednotlivých zástupců tureckých společností na české firmy pro následnou komunikaci. Od počátku koronakrizy jsme takto odmluvili řadu jednání. V některých případech již české společnosti zaslaly vzorky do Turecka.

4. INFORMUJTE SE U SPEDITÉRA NA DETAILY PŘEPRAVY

Od konce dubna se uvolnila opatření pro kamionovou dopravu na hraničních přechodech Turecka s EU (tedy Bulharskem a Řeckem). V současné



době tak opětovně mohou řidiči přijíždějící z EU do Turecka vstoupit, a to na dobu 72 hodin. Situace je tak přehlednější v porovnání s úvodními opatřeními, kdy se na hranicích realizovaly překládky zboží. Stále se však poměry úplně nenavrátili do původního stavu. V tomto ohledu doporučujeme konzultovat dopravu s vaším speditérem, jenž by měl být o situaci pravidelně informován. ✕

Vladislav Polách, CzechTrade Istanbul

KANADA

1. SLEDUJTE AKTUÁLNÍ VÝVOJ NA TRHU

Kanada sice na mezinárodní obchod neuválila žádné restriktce, ale potřeby jak firem, tak konzumentů jsou dnes jiné, než byly ještě v únoru letošního roku. Proto je potřeba na stávající situaci správně reagovat. Naše zahraniční kancelář pomůže se v nové situaci orientovat a doporučí strategii pro vstup na kanadský trh. Informace o situaci v Kanadě jsou průběžně zveřejňovány na portálu BusinessInfo.cz.

2. VYBERTE SI PĚT POTENCIÁLNÍCH PARTNERŮ

V této době, kdy jsou služby CzechTrade zdarma, nabízí kancelář v Kanadě exportérům na základě vytipovaných cílových skupin připravit longlist, z něhož s vývozcem vybere pět firem, které pak společně osloví s nabídkou výrobku nebo služby.

3. SPOJTE SE S ODBĚRATELEM PŘES VIDEOKONFERENCI

Při projevení zájmu ze strany kanadského potenciálního partnera sjednáme přes aplikaci Skype či Zoom videokonferenci. Až situace dovolí, pomůžeme sjednat osobní schůzky, účasti na veletrhu, poskytneme prostory naší kanceláře pro jednání či asistujeme při jednání.

4. HLÍDEJTE NABÍDKU VEŘEJNÝCH ZAKÁZEK

Vzhledem k tomu, že se neočekávají v blízké době v Kanadě žádné velké investice v soukromém sektoru, tak je třeba se soustředit na tendry vypsané vládními institucemi. Odhaduje se, že veřejné zakázky tvoří až 12 procent kanadského HDP, a očekává se, že vláda je bude kvůli stimulaci ekonomiky vypisovat ve větším



Foto: Shutterstock.com

V Arequipě, druhém největším městě Peru, dohlíží na dodržování restriktcí vojenské hlídky.

měřítka než doposud. Díky smlouvě CETA se mohou české firmy účastnit tendrů vypsaných všemi stupni vlády (federální, provinční i komunální). Federální vláda zveřejňuje všechny zakázky na vládním webu Buyandsell. Naprostá většina veřejných zakázek je dostupná v soukromém systému společnosti MERX.

Sektory, u kterých neočekáváme velký pokles, ale možná i růst, jsou: infrastruktura (vládní tendry), těžba drahých kovů, nanotechnologie, zdravotnictví, farmacie, ICT, a to jak technologie, tak služby a pak všeobecně inovační technologie, jež zefektivní procesy a výrobu. ✕

Jaroslav Jelínek, CzechTrade Calgary

PERU

1. PŘIPRAVTE SI HS KÓDY VAŠICH VÝROBKŮ

V první řadě je dobré oslovit zahraniční kancelář CzechTrade Lima a představit firmu i produkt. S těmito informacemi začne kancelář pracovat a v placené databázi vyhledá potenciální obchodní partnery. K vyhledání a sestavení základního longlistu od firmy jsou potřeba HS kódy produktů, jež plánuje vývozce do Peru dovážet, popřípadě kontakty, které si vyhledal sám, ale firmy nereagují na jeho e-maily.

2. VYBERTE SI PARTNERA Z LONGLISTU

Po zaslání longlistu doporučujeme seznam firem důkladně projít a určit, které by vás zajímaly. Zaměřte se na

velikost firmy, odbornost a popřípadě i na zkušenosti s exportem. Ideálním partnerem v Latinské Americe bývá střední firma rodinného typu. Tyto firmy vás podpoří s největším nadšením. Naše kancelář v Limě samozřejmě může pomoci se znalostí místního trhu podle specifik vaší firmy, avšak z oborového hlediska je rozhodnutí pouze na vás.

3. ZAŠLETE KATALOG VE ŠPANĚLŠTINĚ

Doporučujeme exportérům využít současné situace a zaměřit se na přípravu vhodných materiálů ve španělském jazyce, jako jsou katalogy, prezentace, reference, webové stránky. To jsou klíčové věci pro případný budoucí úspěch.

4. BUĎTE TRPĚLIVÍ

Po výběru firem ze seznamu a zaslání katalogů v elektronické podobě ve španělské začneme s oslovením peruánských firem. V první řadě připravíme oslovovací dopis s popisem české firmy a produktu a zašleme ho na vybrané adresy. Následně oslovíme firmy telefonicky a zjistíme zájem o výrobek. Tento krok je ale vzhledem k současnému stavu v zemi velmi složitý, protože služební telefony nikdo moc nezvedá – jedná se spíše o výjimky. Doporučujeme trpělivost. Většina firem momentálně buď nefunguje vůbec, anebo pouze v omezeném režimu home office. Naštěstí se toto ve větší míře netýká e-mailu. ✕

Martin Rossbach, CzechTrade Lima



Kanadský portál Buyandsell, kde vláda zveřejňuje chystané veřejné zakázky

CzechTrade nabídne vývozcům celosvětové online konzultace

Koncem června proběhne na internetu akce nazvaná E-MEET EXPORT 2020. Nahradí tradiční osobní setkání podnikatelů s ekonomickými diplomaty a řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade. Po internetu proběhne během pěti dní téměř 1200 konzultací.

Agentura CzechTrade s partnery letos přichází s novinkou pro podnikatele, kterou jsou první celosvětové online konzultace se zahraničními kancelářemi na exportní témata. Ty se uskuteční od 22. do 26. června. „S návazností na realizovaný průzkum sledujeme aktuální potřeby českých exportérů a jednou z nich je i příležitost poradit se a prodiskutovat exportní aktivity s odborníky na zahraniční trhy. Během celého týdne se ředitelé zahraničních kanceláří online propojí s podnikateli přímo ze svého teritoria,“ uvádí Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Akci nazvanou E-MEET EXPORT 2020 organizuje CzechTrade a koná se pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu, Svazu průmyslu a dopravy ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR jako určitá náhrada za poradu ekonomických diplomatů a ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade, která musela být za současné situace zrušena. „Navzdory koronavirové době, různým opatřením a s vědomím, že je osobní kontakt nenahraditelný, chceme exportérům umožnit diskutovat jejich exportní záměry, získat aktuální informace přímo ze zahraničí, a proto jsme připravili tuto akci konanou online,“ uvádí generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal. Celkem organizátoři podnikatelům nabídnou 1178 půlhodinových individuálních jednání s odborníky ze zahraničí.

ČTYŘI PĚTINY VÝVOZCŮ MAJÍ KVŮLI PANDEMII PROBLÉM S POPTÁVKOU

Podle průzkumu Svazu průmyslu a dopravy z letošního dubna a května zaznamenalo téměř 80 procent exportérů problémy s poptávkou ze zahraničí. Více než třetina exportérů očekává meziroční pokles tržeb z vývozu o více než 40 procent.

Foto: Shutterstock.com



ZDARMA A BEZ NÁROČNÉ TECHNIKY

Jednotlivá teritoria budou rozdělena do časových bloků, kdy konzultace stran Evropy, Afriky a Blízkého východu budou probíhat 22. a 23. června a konzultace o Americe, Asii a Austrálii od 24. do 26. června. K účasti na akci je nutná předchozí registrace a osobní počítač, notebook nebo telefon s internetovým připojením. „Po uskutečnění rezervace bude účastník kontaktován exportním konzultantem CzechTrade, který mu upřesní konkrétní termíny jednání. Nejpозději den před konáním samotných online konzultací také obdrží link pro přihlášení,“ vysvětluje Milan Ráž, ředitel sekce Služeb pro exportéry v CzechTrade.

Online konzultace se uskuteční prostřednictvím aplikace ZOOM, jak je zvykem i u online seminářů. O hladký průběh moderovaných bloků se budou starat pracovníci centrály CzechTrade. Zahraniční pracovníci

tak budou moci čas a pozornost plně věnovat konzultacím s firmami. „Ředitelé našich zahraničních kanceláří obdrží seznam konzultujících firem, aby se seznámili s profily každé z nich a efektivně se předem připravili. Díky zapojení kolegů z centrály budou moci maximálně využít časový limit na jednotlivá jednání a svou pozornost plně věnovat firmám. Poskytnou jim cenné aktuální informace založené na osobní zkušenosti a znalosti trhů, obchodních podmínek i zvyklostí,“ doplňuje Milan Ráž.

Akce tohoto typu patří mezi nejoblíbenější formy podpory exportu. Podnikatelé je vnímají nejen jako účinný nástroj pro oslovení nových zahraničních trhů, ale i upevňování pozic na těch stávajících. Účast na konzultacích je zdarma a každý účastník si může sjednat konzultaci až na pět zemí. x



Foto: Shutterstock.com

„Celkově předpokládají propad tržeb z vývozu čtyři pětiny podniků. I proto jsou online konzultace pro firmy dalším impulzem, jak po útlumu oživit komunikační kanály s partnery a potenciálními zákazníky v zahraničí. Mohou během nich představit své exportní plány a špičkové výrobky ekonomickým zástupcům Česka v zahraničí, kteří se vyznají v aktuální situaci na tamních trzích i v exportních příležitostech,“ říká Radek Špicar, viceprezident Svazu průmyslu a dopravy ČR.

Po mnoho let patří akce tohoto typu mezi nejefektivnější formy podpory exportu, které si čeští podnikatelé oblíbili jako účinný nástroj pro oslovení nových zahraničních trhů a upevnování pozic na těch stávajících. „V průběhu nedávných karanténních opatření naši exportéři neotáleli a čas využili k analýze nových příležitostí a přípravě expanzí na nová teritoria.

Díky tomu víme, že nyní jsou připraveni restartovat své zahraniční relace v plné síle. V rámci vládní podpory naší ekonomiky, která je úzce spjata s exportem, proto přicházíme s novým technologickým

Účast je zdarma a každý účastník si může sjednat konzultaci až na pět zemí.

řešením celosvětových online konzultací,“ uvádí Martina Tauberová, náměstkyně sekce Evropské unie a zahraničního obchodu, Ministerstvo průmyslu a obchodu.

TIPY PRO OBCHOD V DRUHÉM POLOLETÍ

Během konzultací mohou firmy zjistit, zda je jejich obor činnosti perspektivní pro vybraný zahraniční trh. Ředitelé zahraničních

Odborníci budou s vývozci konzultovat přes web přímo ze svých působišť v zahraničí.

kancelářů CzechTrade dlouhodobě působí přímo v teritoriích, znají aktuální dění na tamních trzích, exportní příležitosti, obchodní podmínky, zvyklosti, jazyk i kontakty. Exportérům pomáhají otevřít více dveří, než by přineslo individuální snažení v neznámém prostředí. Pomohou s výběrem vhodných teritorií pro jejich výrobek nebo službu, s nalezením obchodních partnerů, zhodnotí reálné šance na úspěch a doporučí, jak nejlépe postupovat.

„Exportéři z řad malých a středních podniků očekávají potíže v 2. pololetí, neboť staré zakázky dobehly, na druhou polovinu roku jich mnoho není a vzhledem k situaci v západní Evropě se očekává propad byznysu. I to bude zcela jistě důvod vysokého zájmu našich firem o účast na této akci, aby měly čerstvé informace z jednotlivých trhů,“ uvádí generální ředitelka Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR Eva Svobodová. **x (red)**



Přihláška na E-MEET-EXPORT 2020

Zodpovědné chování firem má vliv na získání úvěru

Korporátní úvěrování bankami nebo jinými finančními institucemi může zásadně ovlivnit odpovědné chování společností a jejich dodavatelských řetězců. OECD vypracovala doporučení, z nichž mohou banky i firmy vycházet.

Korporátní půjčky a upisování cenných papírů vždy byly a budou jedním z důležitých zdrojů financování podnikání. V dobách krizí se to ukazuje mnohem zřetelněji než kdy jindy. Banky a jiné finanční instituce si vytvářejí strategie financování podniků, které ovlivňují jak jejich vlastní podnikání, tak i podnikání subjektů, kterým půjčují, a dokonce i podnikání a dodavatelské řetězce jejich obchodních partnerů. Politika korporátních půjček může tedy ovlivnit široké spektrum vztahů ve společnosti a mít i dopad na pracovní podmínky a životní prostředí, kdy úvěrující instituce může zohlednit v poskytování úvěrů respektování těchto aspektů. Dopad politiky poskytování korporátních půjček tak může být mnohem větší, než se na první pohled zdá, a může se projevovat i mimo zemi, v níž úvěrovaná společnost působí. Mnohé banky a finanční instituce již přijaly standardy odpovědného půjčování, některé se tomuto trendu stále přizpůsobují.

Šanci získat úvěr by mělo podpořit mimo jiné i to, pokud se firma zajímá o pracovní podmínky u svých dodavatelů.

TRANSPARENTNOST BUDE PŘÍČTENA K DOBRU

Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) v loňském roce vypracovala příručku, kde shrnuje „best practice“ bank při korporátním půjčování a upisování cenných papírů. Přestože je příručka adresovaná primárně komerčním bankám a jiným finančním institu-



Foto: Shutterstock.com

cím, může pomoci i podnikatelům, a to především v porozumění trendům, které banky budou stále častěji následovat.

Doporučení OECD se při poskytování půjček bankami vedle jejich vlastní strategie, jasného vnitřního rozdělení kompetencí a systému odpovědnosti soustřeďuje na transpa-

rentní komunikaci s klienty ve vztahu k jejich očekáváním. Klienti – podnikatelé – by se měli v požadavcích bank snadno zorientovat. Nejedná se pouze o obecnou komunikaci a zveřejňování informací, ale také například o cílenou komunikaci ve vztahu ke specifickému okruhu klientů.



Foto: Shutterstock.com

Žadatelé o úvěr se budou muset připravit na dotazníky zahrnující otázky, které mají vztah k odpovědnému podnikatelskému chování, a to nejen k vlastní činnosti podnikatele, ale i k jeho obchodním partnerům a dodavatelskému řetězci, nebo jeho některým částem. K tomu může docházet častěji v případech dodavatelů umístěných v zemích, o kterých existují důvěryhodné informace o špatných pracovních podmínkách, přesčasech, mzdě, která nedostačuje na živobytí pracovníků, případech korupce. I když budou banky spoléhat do značné míry na informace poskytnuté od klientů, měly by si zjišťovat informace i od nezávislých, ale důvěryhodných zdrojů. Mnohé tak již činí, a to se souhlasem klienta.

Jelikož se jedná o poskytnutí úvěru podnikateli či firmě většinou na rozvoj či na běžný provoz, a nikoli o úvěr na specifický projekt, bude se banka typicky zajímat o korporátní strukturu, dceřiné společnosti a jiné majetkové účasti nebo o plány rozvoje a jejich vliv na aspekty odpovědného podnikatelského chování. Součástí zkoumání společnosti budou dotazy na zeměpisné oblasti, ve kterých působí a ve kterých hodlá působit, a na

odvětví a náchylnost těchto odvětví k rizikům pro životní prostředí, k porušování pracovních a lidských práv, ke korupci. Posuzovat by se měla také historie společnosti v případech, kdy došlo k ohrožení či porušení některých aspektů odpovědného podnikatelského chování a jak se společnost postavila k nápravě, včetně toho, jak se společnost zajímá o své obchodní partnery a dodavatelské řetězce a jak je v mezích svých možností ovlivňuje. Za určitých podmínek se banka může zaměřit i na některý specifický současný projekt či rizikového dodavatele.

FINANČNÍ SEKTOR V CENTRU ZÁJMU OECD

Vzhledem k tomu, že finanční sektor a úvěrování sehrává podstatnou roli při prosazování odpovědného chování napříč odvětvími, soustřeďuje se OECD v posledních letech na tuto oblast záměrně. Banky a finanční společnosti jsou klíčovým kanálem, který může buď akcelarovat, nebo zbrzdit rozvoj projektu, podniku, odvětví či území a může tak mít značný vliv na společnost a životní prostředí.

V roce 2017 připravil Sekretariát OECD příručku pro institucionální

Bankéři by se měli zajímat podle doporučení OECD také o situaci v dodavatelských řetězcích podniku.

investory. V loňském roce následovala příručka pro korporátní úvěrování a v současné době začínají práce na publikaci o projektovém financování a jeho vlivu na odpovědné podnikatelské chování.

Všechny tyto práce navazují na doporučení Směrnice OECD pro nadnárodní podniky, která stále zůstává jedním z nejvíce respektovaných standardů odpovědného chování, a to nejen pro nadnárodní podniky, ale i pro menší společnosti a podnikatele.

Provádění této Směrnice je mimo jiné podporováno systémem takzvaných Národních kontaktních míst, ke kterým lze podávat i stížnosti na podniky, které nerespektují tuto Směrnici. Podle statistik v posledních čtyřech letech neustále stoupá počet stížností proti finančním institucím. Lze tedy očekávat, že se budou odpovědným úvěrováním zabývat stále více. To znamená, že se otázkami odpovědného chování podnikatele a jeho dodavatelského řetězce budou muset zabývat i výrobci, obchodníci či exportéři mající zájem o financování prostřednictvím finančních institucí. ✘



Směrnice OECD pro nadnárodní podniky na webu českého Národního kontaktního místa

Ludmila Hyklová
Odbor evropského a mezinárodního práva
Ministerstvo průmyslu a obchodu



Umělé inteligenci vady neuniknou

Začínající firma 24 Vision System přišla s technologií, která umí odhalit vadné produkty s přesností 99,9 procenta. Díky strojovému vidění i neuronovým sítím.

Rok existence má za sebou startup 24 Vision System. Vznikl v červnu 2019 a specializuje se na využití strojového vidění a umělé inteligence k pozorování a kontrole položek na výrobní lince. „Pokud jste manažerem kvality, máte pouze jediný zájem: abyste se ujistili, že ani jeden vadný produkt neopustí vaši výrobní linku. Může existovat více příčin chyb, jako jsou jednoduché defekty a výrobní vady, ale také nesoulad konfigurace. 24 Vision System má jedinečnou schopnost kontrolovat více problémových oblastí najednou a zaručit 99,9procentní přesnost detekce,“ vysvětluje šéf startupu Martin Hriško.

Spolu s ním stáli u zrodu další dva dlouholetí pracovníci, kteří se v oblasti IT pohybují bezmála 25 let. Martin Hriško má na starosti strategii a obchod, Martin Cviček rozvoj a vývoj softwaru a Zdeněk Neustupa je specialistou na programování a umělou inteligenci. Při rozjezdu firmě pomohla účast v pražském akceleratoru StartupYard.

DĚLNÍCI PŘEHLÉDNOU TŘETINU ZÁVAD

Vznik startupu souvisí s trendem využívání prvků internetu věcí (IoT)

Foto: 24visions



Pilotním zákazníkem byla společnost Hyundai Transys, uvádí spoluzakladatel startupu Martin Cviček.

v reálné výrobě, a to včetně sledování kvality. „V praxi se dnes nejčastěji provádí výstupní kontrola operátorem, který musí na základě check listů zkontrolovat mnoho parametrů při daném taktu výrobní linky. Práce je to časově náročná a únavná. Při dnešní dynamice výroby je pro operátora nemožné znát veškeré varianty výrobku – spolehlivost odhalení chyby tak obecně dosahuje maximální úspěšnosti 70 až 80 procent,“ popisuje Martin Hriško.

Nevýhody tohoto řešení ještě znásobuje nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Zároveň se požadavky na kvalitu neustále zvyšují. „S tím je spojená optimalizace výrobních procesů, zeštíhlování a zrychlování výroby. Všechny tyto požadavky se sbíhají na stanovišti výstupní kontroly a kvality,“ upozorňuje Martin Hriško.

PILOTNÍ PROJEKT SE TÝKAL VÝROBY SEDAČEK

Právě proto ve startupu 24 Vision System začali vyvíjet komplexní nástroj pro sledování kvality. „Naším pilotním zákazníkem byl Hyundai Transys, který řešil problémy na výstupní kontrole kvality u výroby sedaček. Hyundai předtím využíval standardní vizuální a manuální kontrolu pracovníkem kvality. Tento klasický systém však měl velký problém nalézt chybu v obraze, který má pokaždé jinou vizuální podobu, kde se na lince střídají výrobky podle objednávek zákazníků a mají pokaždé jiné parametry. Další problém zákazníka byla kontrola správnosti konfigurace sedačky na výrobní lince,“ popisuje Martin Cviček nedostatky klasického přístupu.

Tým expertů během dvanácti měsíců vyvinul a úspěšně nasadil do provozu systém, který využívá pro kontrolu kvality umělou inteligenci. „Řešení je schopno provádět nejen detekci vad sedaček, ale rovněž ověřit jejich konfigurační správnost pro danou variantu, a to vše pro téměř neomezený počet problémů v řádu milisekund,“ porovnává Martin Cviček. Prodejní model je založený na pravidelném měsíčním poplatku za užití licence, k tomu startup poskytuje garantovanou servisní podporu.

Typickým zákazníkem společnosti je firma, která vyžaduje vysokou úroveň kvality. V Česku a na Slovensku jsou to primárně firmy z oblasti dodávek pro automobilový průmysl. Ostatní sektory průmyslu jako spotřební elektroniku, potravinářství nebo zdravotnictví má startup v plánu oslovit v dalších letech. ✖

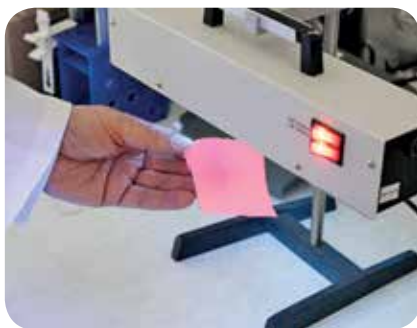


Video: Šance pro miliardu lidí se špatným zrakem

Nekorigovaný špatný zrak je všudepřítomným globálním problémem více než jedné miliardy lidí, pro něž jsou brýle nedostupné. Vyřešit tento problém si stanovila jako cíl česká společnost DOT Glasses. Hostem Exportního zrcadla byl Ivan Lukáš, obchodní ředitel této firmy.



Rozhovor s Ivanem Lukášem



Startup LAM-X vyvíjí obvaz z nanomateriálu

Společnost s univerzitním a akademickým zázemím chce převést do praxe výsledky výzkumů, které hledají ochranu proti hrozbě rezistentních bakterií komplikujících hojení ran. Výrobu speciálního obvazu by pak měl spustit komerční partner projektu.



Vývoj revolučního obvazu



Tkalcovna Kubák drží tradici už od 19. století

Rodinná firma nemůže konkurovat asijským textilním gigantům množstvím produkce ani nízkou cenou. Vsadila proto na kvalitu a poctivou řemeslnou práci. Díky tomu přežila v prostředí, kde velká část tuzemských textilních firem musela změnit zaměření nebo ukončit výrobu.



Příběh rodinné firmy



Foto: Shutterstock.com

Nové předpisy mění stavby budov

Od ledna se staví jinak, nízkoenergeticky. Nové budovy musejí mít především kvalitní izolaci. Aktuální stavební předpisy omezují také využití fosilních paliv pro vytápění. I díky tomu v posledních letech roste zájem o střešní solární elektrárny nebo tepelná čerpadla.



Nové změny stavebních předpisů



Výrobky společnosti Sanela pomáhají šetřit s vodou

Lanškrounská firma se specializuje na moderní sanitární techniku. S rostoucí cenou vody se úsporné technologie vyplácí stále více. Společnost vyváží téměř čtyřicet procent své produkce na zahraniční trhy, nejvíce do Polska a na Slovensko.



Profil úspěšného exportéra



Video: České řešení pomáhá v CIA

Firma Compelson nabízí nástroj pro vyšetřování mobilních telefonů, který využívají i Scotland Yard, CIA nebo americká armáda. Jak se firma od zabezpečování počítačů dostala až na špičku forenzní analýzy mobilních telefonů?



Rozhovor s Dušanem Kožušníkem

Veletrhy v zahraničí se státní podporou

13. - 15. 10. MPO

Chillventa

Norimberk, Německo
Inovace a trendy v chlazení a vše, co souvisí s klimatizací, větráním a tepelnými čerpadly. Prezentovány budou kompresory, výměníky tepla, ventilátory, technologické výrobky, které se zabývají ovlivňováním teploty v interiérech.
Kontakt: Věra Fousková, fouskovav@mipo.cz

23. - 27. 10. MPO

Aktuální problematika vodovodů a kanalizací

Chorvatsko
Konference představuje platformu pro setkávání odborné veřejnosti z oblasti vodního hospodářství a nabízí tak pro zástupce českých firem významné obchodní možnosti v regionu. Tradičně se účastní společnosti, které se specializují na výrobu čerpadel odpadních vod a médií. Je tu příležitost uplatnit jak technologie, tak nabídnout inženýring týkající se vodovodů a kanalizací a své místo zde mají tradičně i odborníci na finanční služby.
Kontakt: Lenka Koucká, koucka@mipo.cz

2. - 6. 11. MPO

FIHAV

Havana, Kuba
Feria Internacional de la Habana je nejdůležitější mezinárodní multioborový veletrh v Latinské Americe. Na veletrhu budou odborníci hledat dodavatele surovin, potravin, textilu, spotřebního zboží, ale i strojů, zařízení, technologií a služeb.
Kontakt: Vladimíra Formanová, formanova@mipo.cz

24. - 26. 11. MPO

Smart Production Solutions

Norimberk, Německo
Production Solutions je jedním z největších elektrotechnických mezinárodních veletrhů. Nabízí přehled komponentů, systémů a technologií z oboru, a hlavně jako jedna z mála akcí umožňuje propagovat integrovaná řešení automatizace.
Kontakt: Lenka Koucká, koucka@mipo.cz

7. - 11. 12. MPO

TUBE

Düsseldorf, Německo
Tube je nejvýznamnějším světovým veletrhem pro zpracování potrubí i trubek, kde se navazují a kultivují cenné kontakty. Vystavovatelé zde budou prezentovat inovace v oboru.
Kontakt: Věra Fousková, fouskovav@mipo.cz

ONLINE
DATABÁZE

ADRESÁŘ EXPORTÉRŮ

Ke stávajícím 36 průmyslovým oborům jsme přidali novou kategorii COVID-19. Je určena firmám poskytujícím výrobky nebo technologie související s touto problematikou.

Profil vaší firmy v Adresáři exportérů se díky zobrazení na webových stránkách všech zahraničních kanceláří dostane k zahraničním nákupčím.

Prezentace je bezplatná.



adresarexporteru@czechtrade.cz
<https://exporters.czechtrade.cz>

Foto: Shutterstock.com



CT

Kvůli epidemií mohou být některé akce změněny. Aktuální informace v kalendáři



CzechTrade zajistí firmám společnou expozici a podpoří zvýšení zájmu o české vystavovatele ze strany zahraničních obchodních partnerů. Malé a střední firmy mohou na svou prezentaci čerpat finanční podporu v rámci projektu NOVUMM a NOVUMM KET.

MPO

MPO pořádá české oficiální účasti na veletrzích v zahraničí – přehled viz




ADRESÁŘ
EXPORTÉRŮ

PREMIUM ČTVRTLETNÍ PŘEDPLATNÉ

euro°

Ve spolupráci s

FT

FINANCIAL
TIMES

13 vydání týdeníku Euro
včetně elektronické verze
ke stažení na www.alza.cz/euro
+ 7 speciálů



V rámci předplatného také získáte přístup
k premium článkům na www.euro.cz
a web bez reklam

550 Kč

42 Kč týdně

Objednávejte na europredplatne.cz

ZŮSTAŇTE V OBRAZE S CZECHTRADE

**SLEDUJTE AKTUÁLNÍ INFORMACE PRO
VAŠE PODNIKÁNÍ A OBCHOD
SE ZAHRANIČÍM**

AKTUALITY ZE SVĚTA

V reakci na stávající situaci vám přinášíme aktuální zprávy o vývoji obchodování v téměř 60 zemích světa, které najdete v přehledné podobě na webu **CzechTrade** a na oficiálním portálu pro podnikatele **BusinessInfo.cz**.



www.czechtrade.cz



www.businessinfo.cz

SLEDUJTE NÁS NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Budte s námi v kontaktu i online, ať vám neuniknou novinky ze světa byznysu, akce a projekty pro podnikatele, ale ani úspěchy českých exportérů a řada dalších užitečných informací.



JEDNODUCHÁ CESTA K INFORMACÍM

Nechte si bezplatně zasílat na svůj e-mail informace prostřednictvím newsletteru **CzechTrade denně**. Podle vašich potřeb si nastavte filtr na aktuální informace o zahraničních poptávkách, tendrech a dalších novinkách z vybraných zemí.



www.czechtrade.cz/sluzby/informacni-servis


CzechTrade

EXPERT NA VÁŠ EXPORT

