

Potravinářství

Bez dovozu potravin
se Čína neobejde

Obchod v číslech

Ceny mléka byly
na minimech, ale už rostou

Veletrhy

Dotace pro účast na výstavě
v zahraničí se zvyšují

Listopad 2016

číslo 1.

AGRO EXPORT

VÝVOZ

ZEMĚDĚLSTVÍ

DIPLOMACIE

Ministr Marian Jurečka

**V PŘÍPADĚ
MLÉČNÝCH VÝROBKŮ
MÁME DVEŘE
DO ČÍNY OTEVŘENÉ**



Partnerem magazínu je:





ABBY® FineReader® 12

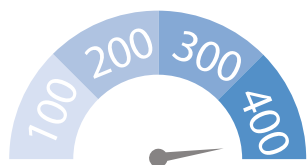
Rozpoznáno v okamžiku



15 minut
průměrná délka
přepisu 1 strany

Přesnost
rozpoznávání
až **99,8%**

90%
uživatelů
by doporučilo
program FineReader



Program FineReader
„přepisuje“ **400krát**
rychleji než člověk



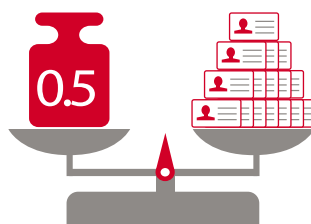
PŘEPISUJĚ
z papírových dokumentů
a souborů PDF.

51 %
uživatelů používá
program FineReader
k vytváření archivních
digitálních kopií dokumentů



Třetina

kancelářských pracovníků se setkává
s potřebou práce s **digitálními**
fotografiemi nebo dokumenty



Program ABBY Business
Card Reader rozpoznává
půl kilogramu vizitek za
hodinu



www.sw.cz/afr

10
let

Více než
5 000
produktů
v nabídce

98%
spokojenost
Jsme důvěryhodný
obchod s vysokým
hodnocením

Navštivte nás:

481 001 000
info@sw.cz
www.sw.cz
sw.cz

Obsah:



4

Téma

Bez dovozu potravin se Čína neobejde

4

Rozhovor

Nové dohody s Čínou přinesou českým vývozcům velké příležitosti

8

Zkušenost

Medový dort Číňanům chutná, jeho cesta trvá celé dva měsíce

12

Úhel pohledu

Za litr mléka v designovém obalu zaplatí Číňané ochotně i 300 korun

14

Obchod v číslech

Ceny mléka a mléčných výrobků byly na minimech, od letoška ale rostou

16

Internetový prodej

Čínské e-shopy dávají dovozcům možnost oslovit zákazníky v celé zemi

18

Globální trh

Přehledná mapa světového trhu potravinářských surovin

20

Právo

Místo dlouhých měsíců už lze firmu v Číně založit za několik týdnů

22

Pojištění exportu

Loni české podniky prodaly v cizině potraviny a zvířata za 142 miliard

24

Téma II

Česká hospodářská zvířata zkvalitňují chovy po celém světě

26

Zahraniční veletrhy

Dotace pro účast na zahraničních veletrzích se rok od roku zvyšují

28

Infografika

10 zajímavostí o mléku

29

Informační servis

Krátké zprávy ze světa

30

Kalendář akcí

Důležité kontakty pro české vývozce



12



22

■ Marian Jurečka
ministr zemědělství



Vážení čtenáři, čtvrtletník, jehož první číslo držíte v ruce, je určený zejména našim podnikatelům v zemědělství, potravinářství a v ostatních příbuzných oborech. Jeho cílem je představovat země a oblasti, které by mohly být zajímavé pro náš agrární zahraniční obchod a které mají velký potenciál pro uplatnění našich firem, našeho know-how, potravin, komodit a dalšího zboží. Jsou to zejména země mimo Evropskou unii, kde se nabízí mnoho zatím nedostatečně využitých možností. Jsem přesvědčen, že důležitost mimomoujních trhů bude v příštích letech vzrůstat, bylo by proto škoda zmeškat správný čas pro oboustranně výhodnou spolupráci. Už začátkem letošního roku jsme vyslali agrární diplomaty do čtyř destinací, které jsou zajímavé pro náš zemědělský export, a to do Ruska, Číny, Saúdské Arábie a Srbska. Úkolem těchto našich zástupců je vyhledávat obchodní příležitosti, poskytovat důležité informace, pomáhat českým firmám nava- zovat na místě kontakty a řešit případné problémy s vývozem z České republiky. Začátkem příštího roku naši zahraniční síť posílíme o další tři země – USA, Japonsko a Libanon. Čtvrtletník o agrárním exportu je tak dalším krokem ministerstva zemědělství k podpoře našich firem při jejich obchodování se zahraničím. Doufám, že informace, které v něm najdete, vám napomohou k úspěchům. ■

TIRÁŽ

Agro Export: příloha Hospodářských novin – vydavatelství Economia, a.s.
Magazín vznikl ve spolupráci s Ministerstvem zemědělství ČR.

Ředitel speciálních projektů: Petr Orálek **Vedoucí přílohy:** Ondřej Luštinec **Editoři:** Ondřej Luštinec, Martin Knížek
Foto: Reuters, Shutterstock, archiv HN – Martin Svozílek, HN – Václav Kozák, HN – Jiří Zerzoň, Hamé, EGAP, archiv Českého svazu chovatelů masného skotu, archiv Českého svazu holštýnského skotu, NuernbergMesse / Thomas Geiger, ČTK

Grafická úprava: Jan Vyhnanek, Jan Stejskal, Albert Bartoš, Michal Vocel

Inzerce: inzerce.hn@economia.cz **Tisk:** EUROPRINT **Samostatně neprodejné**

Bez dovozu potravin se Čína neobejde

Čínští spotřebitelé jsou stále vybíravější a žádají produkty ztělesňující také zdravý životní styl. Zahraničním firmám nahrává i nedůvěra spotřebitelů v domácí značky.

■ Václav Lavička

vaclav.lavicka@economia.cz

Na globální hospodářské scéně neustále stoupá význam Číny, a to v mnoha ohledech. Jako vývozce, dovozce i strategického investora, jehož záměry již vyvolávají na Západě obavy, hlavně v technologickém sektoru. Nejlidnatější země světa se loni stala třetím nejvýznamnějším obchodním partnerem Česka a již několik let jí patří druhé místo v dovozním žebříčku hned za Německem.

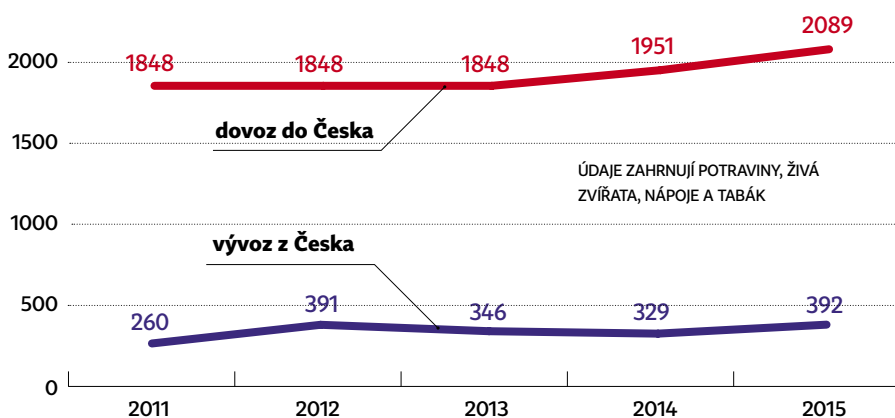
Čína letos zaznamenala další prvenství. Stala se nejpřitažlivějším exportním trhem pro výrobce potravin a nápojů, když poprvé předstihla Spojené státy americké. Vyplývá to z indexu FBA (Food and Beverage Attractiveness). USA se tak dostaly na místo druhé, za nimi je Německo.

Síli střední vrstva, rostou města

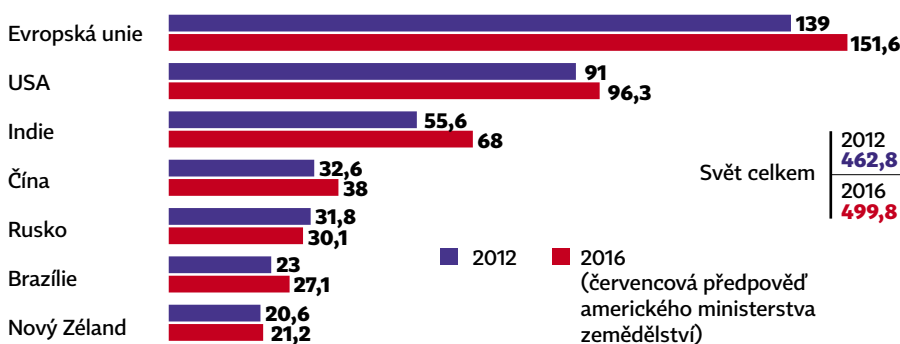
Stalo se tak i díky tomu, že v Číně početně sílí střední vrstva. Proto tam lze i v budoucnu očekávat značný růst spotřebitelských výdajů. Vývozci potravin mohou také počítat s další urbanizací Číny. V zemi už je pět „megaměst“, z nichž každé má přes 10 milionů obyvatel, v nejlidnatější Šanghaji jich žije kolem 23 milionů. Počet městských obyvatel v období 2005 až 2015 stoupl ze 607 milionů na více než 820 milionů. A v roce 2030 by to měla být více než miliarda. Značné možnosti skýtají středně velká a menší města v čínském vnitrozemí. Podmínky pro pronikání západního zboží distribučními kanály jak zahraničních, tak lokálních maloobchodních řetězců vytváří rychlá výstavba silnic a železnic.

Západní experti předpokládají, že poptávka po dovážených potravinách a nápojích v následujících letech poroste v průměru o 15 procent ročně. „Pokud jde o dovoz potravin, Čína má ohromný potenciál. Přibývá tam spotřebitelů,

Česko-čínský zahraniční agrární obchod (údaje v milionech korun)



Produkce kravského mléka ve světě (milionů tun)



Zdroj: Evropská komise, Český statistický úřad

kterí prostě chtějí ochutnat co nejvíce neznámých potravin,“ říká Brendan Jennings, šéf hongkongské společnosti China International Exhibitions, která pravidelně organizuje potravinářské a další veletrhy v Číně.

Čína se bez dovozu četných potravin ani v budoucnu neobejde, neboť nemá dostatek kvalitní orné půdy a v některých oblastech, zejména na severu, se potýká s velkým nedostatkem vody.

Největším dodavatelem potravin do Číny je Evropská unie. Loni jich (včetně surovin pro výrobu) vyvezla za více než 10,3 miliardy eur, což představovalo 6,1 procenta celkového exportu z EU. Dalších 422 milionů eur byly ryby a výrobky z nich.

Největšími dodavateli jsou Francie a Nizozemsko. Čína dováží potraviny i ze zemí, jež jsou členy Sdružení národů jihovýchodní Asie (ASEAN), dále



Čína je nejenom největším producentem, ale také největším dovozcem vepřového masa. Na snímku je trh v Pekingu. FOTO: REUTERS

z Nového Zélandu, Spojených států amerických, Austrálie a Brazílie (drůbež).

Dovoz čínských agrárních produktů a potravin do EU loni činil necelých 5,2 miliardy eur (1,5 procenta celkového dovozu do unie). Další půlprocento připadá na ryby a výrobky z nich (1,6 miliardy eur), vyplývá z údajů statistického úřadu Evropské unie.

Proniknout na trh není snadné

Čínský trh skýtá značné možnosti nejenom pro velké nadnárodní koncerny, které se tam již uchytily, ale i pro menší a středně velké potravinářské firmy z Evropské unie.

Ale není to pro ně právě jednoduché. Čína po svém vstupu do Světové obchodní organizace v roce 2001 sice výrazně snížila cla na dovoz širokého okruhu zboží, ale přístup na její trh komplikují netarifní omezení: hygienické, fyto-sanitární a další předpisy týkající se například označování zboží či expiračních lhůt. Časově i finančně náročná je povinná registrace nových produktů, bez které nesmějí na trh.

Maloobchodní prodej není možný bez osvědčení o hygienické nezávadnosti. Vydávají ho úřady v místě (městě, provincii), kde bude produkt prodáván.

O tom, že komplikace na čínském trhu mohou být skutečně znát, se přesvědčila například francouzská společnost Danone, největší světový výrobce jogurtů. Její tržby vzrostly během letošního třetího čtvrtletí nejmaleji za posledních 10 let. Firma to zdůvodňuje především zvolněným tempem prodeje právě v Číně, která podle agenturních zpráv zvýšila daně na zahraniční kojeneckou a dětskou výživu prodávanou přes internet. Značky Nutrilon a Aptamil od Danone patří v Číně, jež je pro společnost čtvrtým hlavním odbytištěm, k těm nejoblíbenějším.

Vláda v Pekingu slibuje, že zahraniční firmy budou mít snazší přístup na trh a že „vytvoří prostředí pro rovnocennou konkurenci“. Zahraniční investice mají napříště podléhat pouze registraci, nikoliv složitému úřednímu schvalování, uvedla čínská Státní rada na svém nedávném zasedání. Výjimku představují „citlivá odvětví“.

„Nové vstřícné kroky vůči zahraničním investorům jsou součástí nového kola otevírání naší země,“ cituje agentura Reuters premiéra Li Kche-čchi-anga. Podrobnosti, jak by měl nový systém fungovat, ale zatím oznámeny nebyly.

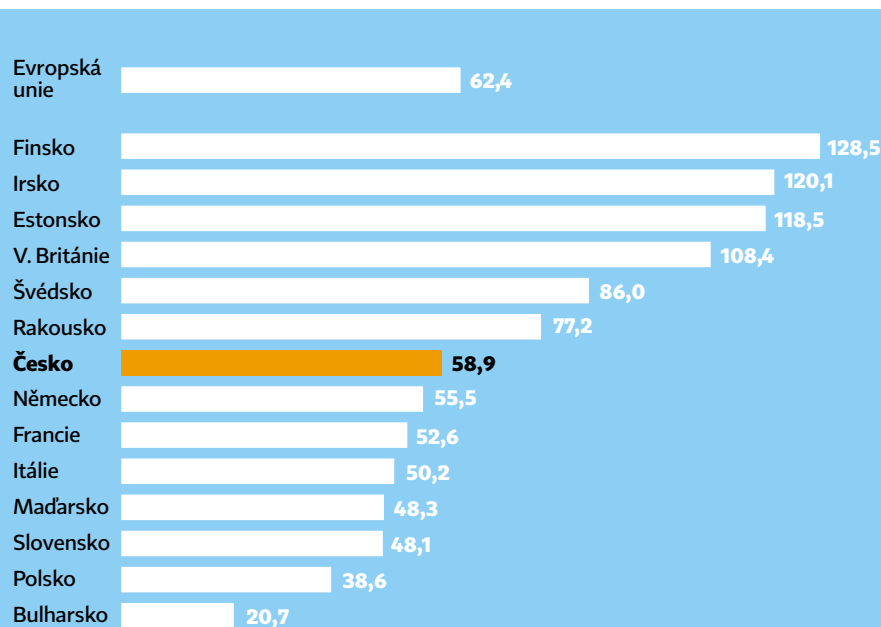
Domácí značky se přílišné důvěře netěší

I když tempo hospodářského růstu v Číně výrazně polevilo, na trhu s potravinami a nápoji to vůbec není znát. Naopak, Číňané jsou po zahraničních produktech opravdu „hladoví“.

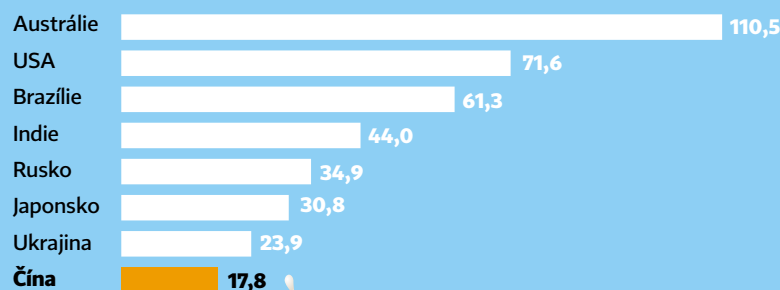
Čínští spotřebitelé jsou stále vybiravější, žádají sofistikované produkty ztělesňující také zdravý životní styl. Zahraničním potravinářským koncernům nahrává také obecná nedůvěra čínských spotřebitelů v domácí značky.

Zákazník ochotný zaplatit za dovážené potraviny chce mít především jistotu, že jsou zdravotně naprosto nezávadné (bezpečné). Domácím produktům příliš nevěří po předchozích skandálech s kontaminovanými potravinami (včetně výrobků dětské výživy). →

Spotřeba mléka na obyvatele (vybrané země, rok 2014, v litrech)



Další vybrané země



Čínský dovoz mléčných produktů

(vybrané položky, za leden–srpen, tis. tun)

Položka	2015	2016	Podíl EU na čínském dovozu 2016 (v %)
Sušené plnotučné mléko	275	337	2
Sušená syrovátka	284	326	34
Sušené odstředěné mléko	146	143	21
Sýry	49	64	14
Mléčný cukr	61	60	21
Máslo a máslový olej	44	60	10

Zdroj: Evropská komise, Český statistický úřad, Ministerstvo zemědělství USA

Takový skandál před více než dvěma lety postihl i americký řetězec Wal-Mart Stores. Ten ve druhé polovině října oznámil, že do výzkumu bezpečnosti potravin v Číně během pěti let investuje 25 milionů dolarů. S jasným cílem – upevnit svoji pozici na perspektivním trhu, sděluje agentura Bloomberg. Američané budou v tomto směru spolupracovat s několika čínskými výrobci drůbežího masa.

O tom, že bezpečnost potravin zůstává v Číně stále problémem, svědčí zatčení početného gangu (koncem letošního října), který „přebaloval“ mléčné výrobky s prošlou záruční lhůtou dovezené z Nového Zélandu. S velkou slevou je pak nabízel hlavně pekárnám, oznámil Úřad pro dohled nad potravinami a léčivy v Šanghaji.

Nový Zéland, konkrétně společnost Fonterra Co-operative Group, se během letošního ledna až července podílel na dovozu mléčných výrobků do Číny výraznými zhruba 40 procenty, vyplývá z celních statistik.

Jak a kde se vyhledává zboží

Zákazníci v Číně, zejména ti s vyššími příjmy, si potrpí na vysokou kvalitu, požadují vysokou výživovou hodnotu a hodně dají na nápaditý, ale přitom vkusný obal. Zvláště když má západní produkt posloužit jako dárek. Velice oblíbené jsou vinné soupravy – lahev skvělého vína v luxusní dřevěné kazetě doplněná dvěma poháry.

Pokud se chce čínský spotřebitel seznámit s novými značkami potravin, logicky jde na internet. Z nedávného průzkumu Gentlemen Marketing Agency vyplynulo, že skoro dvě třetiny respondentů používají vyhledávač Baidu. Druhým hlavním zdrojem informací o nových potravinách a nápojích jsou přátelé a známí. Naproti tomu tištěná média (noviny, časopisy) jsou v daném případě jako informační zdroj zcela okrajová. Nízký je také podíl sociálních médií (devět procent respondentů) a mobilních aplikací (osm procent). Průzkum také ukázal, že více než tři čtvrtiny lidí dávají při nákupu potravin přednost produktům z dovozu. Věk přitom nehraje žádnou roli.

Prodej dovážených potravin a nápojů v Číně v posledních letech roste přibližně o 15 procent ročně, kdežto

celosvětový průměr se pohybuje kolem čtyř procent, uvádí server Marketingtochina.com.

Současně však platí, že konkurenční boj na vnitřním trhu je stále tvrdší, neboť čínští výrobci si dávají stále více záležet na kvalitě svých produktů.

Značná část dovážených potravin se konzumuje v luxusních restauracích a barech. Četné restaurace v Šanghaji, Pekingu a dalších velkoměstech nabízející „západní“ pokrmy byly původně určeny pro cizince pracující v Číně. Ale to se změnilo, nyní je jejich klientela převážně čínská, konstatuje britská výzkumná společnost Mintel.

Rýže je stále základ

Klíčovou plodinou a základem výživy obyvatel zůstává rýže. Čínští rolníci jí dávají jednoznačně přednost před ostatními obilninami, neboť stát jim garantuje výkup za dotované ceny, konstatuje v poslední pololetní zprávě Organizace spojených národů pro výživu a zemědělství (FAO).

Celosvětová sklizeň rýže se podle ní letos poprvé po třech letech zvýší, hlavně díky příznivým podmínkám na severní polokouli, a to o 6,3 milionu na 498 milionů tun. Z toho více než 90 procent připadá na Asii. Samotná Čína letos vyprodukuje 143 milionů tun rýže (meziročně o 0,4 procenta více) a ještě doveze 6,3 milionu tun, zhruba stejně jako loni.

Rychle stoupá dovoz masa

Čína „polyká“ stále více potravin a surovin pro jejich výrobu. Její váha na mezinárodním trhu s těmito komoditami neustále roste. Platí to například o vepřovém masu, jehož je nejenom největším producentem, ale také dovozcem. Na mezinárodním obchodu s touto komoditou se podílí více než čtvrtinu.

Ve světě by se letos mělo vyprodukovat téměř 320 milionů tun veškerého masa (meziročně jenom o 0,2 procenta více), z toho připadá na maso vepřové 116,5 milionu tun, uvádí v posledním pololetním výhledu FAO. Samotná Čína se přitom podílí na globální produkci vepřového více než polovinou. Z čínského zájmu o vepřové maso těží hlavně Evropská unie, podílející se na dodávkách do Číny asi 70 procenty, informuje



V Číně roste obliba kávy, silně expandovat zde bude americký řetězec kaváren Starbucks. Počet provozoven v zemi se má během pěti let zvýšit z dosavadních zhruba 2300 na pět tisíc. FOTO: SHUTTERSTOCK

americké ministerstvo zemědělství v jedné ze svých situačních zpráv. Zkrátka nepřijdou ani američtí farmáři. Do Číny během letošního ledna až srpna směřovalo 12 procent amerického vývozu vepřového ve srovnání se šesti procenty během srovnatelného období minulého roku.

Chutná káva i víno

V zemi, kde se tradičně pije čaj, stoupá obliba kávy, zvláště mezi mladou generací ve středně velkých a menších městech. To je důvod, proč na čínském trhu hodlá mohutně expandovat americký Starbucks, provozující největší řetězec kaváren na světě. Jeho šéf Howard

Schulz nedávno sdělil, že počet provozoven v Číně se během pěti let více než zdvojnásobí z dosavadních přibližně 2300 na pět tisíc.

Tento úkol dostala na starost nová šéfkyně Starbucks China Belinda Wong. Z Asie a Tichomoří nyní pochází asi 13 procent celkových tržeb společnosti Starbucks. Ta v Číně příští rok otevře vlastní velkou pražírnu kávy.

Čína je pátým největším světovým spotřebitelem vína. Loni se ho tam vypilo kolem 16 milionů hektolitrů, z toho se dovezlo 5,6 milionu, zhruba o polovinu více než v roce 2011, vyplývá z říjnové zprávy Mezinárodní organizace pro vinnou révu a víno.

Nové dohody s Čínou přinesou českým vývozcům velké příležitosti

Česko stojí před čínskou certifikací na dovoz hovězího a vepřového masa. „Povolení“ může do budoucna pro české podniky nastartovat objemný byznys.

■ Kateřina Adamcová
katerina.adamcova@economia.cz

Marian Jurečka

ministr zemědělství České republiky,
první místopředseda KDU-ČSL

Vystudoval Střední zemědělskou školu v Přerově a poté obor rostlinolékařství na Mendelově univerzitě v Brně. Po vysoké škole začal pracovat v zemědělství, působil ve společnostech Lukrom nebo Agro. Následně hospodařil na rodinné farmě v Rokytnici u Přerova. V roce 1991 vstoupil do KDU-ČSL, od roku 2011 je jejím prvním místopředsedou. O dva roky později se stal poslancem parlamentu a v roce 2014 ministrem zemědělství. S manželkou vychovává pět synů.

Nejlidnatější země světa je pro české zemědělské a potravinářské firmy většinou stále velkou neznámou. Čínští zákazníci přitom mají velký zájem o výrobky, které na sobě nesou vlajčku Evropské unie. Potravinu vyrobené na starém kontinentě mají u Asijců punc luxusu a známku kvality. Jenomže jejich cesta k čínskému spotřebiteli je komplikovaná a zdoluhavá.

„Čína má jeden z největších trhů na světě a obrovský potenciál do budoucna. V okamžiku, kdy vyřešíme certifikace na hovězí a vepřové maso, se nám otevrou úplně jiné možnosti,“ říká ministr zemědělství Marian Jurečka. Sám chtěl českým firmám pomoci v Číně prorazit a vyjet na začátku listopadu na misi. Kvůli jeho příklonu ke stranickému kolegovi a ministru kultury Danielu Hermanovi, který se setkal s tibetským duchovním vůdcem dalajlamou, ale Čína odmítla Jurečku přijmout. „Nemohli jsme nic ohrozit a neměli co ztratit,“ říká k tomu ministr zemědělství.

Nezanevřel jste na Čínu?

Ne, nemám důvod. V posledních týdnech jsem nevystupoval negativně vůči Číně. Celou dobu jsem vstupoval pouze do kauzy mého kolegy Daniela Hermana. Názory jsem vyjadřoval jen v případě, když jsem dostal otázku a cítil jsem potřebu uvést věci na pravou míru. Vyjádřit svůj názor.

Myslela jsem z pohledu agrární země, protože se ukázalo, že Čína není asi úplně stabilní obchodní partner...

Česká republika by obecně měla mít dobře rozloženou svou exportní politiku. A rozhodně by neměla v oblasti ag-

rárního exportu sázet pouze na Čínu. Tato země je jedním z partnerů, kteří jsou specifictí z více důvodů. Mezi ně patří velikost trhu, ale i vztah k politické reprezentaci. Je potřeba to respektovat. Na druhou stranu nemůžeme přistoupit na to, že Číně přizpůsobíme zásadním způsobem domácí politiku.

Vy sám jste Čínu často zmiňoval jako zemi s velkým potenciálem, která by mohla pomoci vyrovnat české záporné saldo potravinářského zahraničního obchodu. Export do evropských zemí je ale nesrovnatelně větší. Nejsou tak možnosti v Číně přeceňované?

Z hlediska velikosti trhu, který má Čína třikrát větší než Evropa, přeceňované nejsou. Čína nabízí obrovské možnosti. Ale je pravda, že nás nespasí. Současný obchod s Čínou ovlivňuje jeho nastavení, jeho možnosti a ty jsou zcela jiné než v Evropě. My dnes máme celý evropský trh otevřený, máme jednotnou legislativu, stejné předpisy. Do Číny zatím nemůžeme vyvážet hodně produktů, a proto je zkreslující hodnotit obchod s Čínou při těchto nevyrovnaných podmínkách. V okamžiku, kdy vyřešíme certifikace na hovězí a vepřové maso, se nám otevrou úplně jiné možnosti.

V jaké fázi je jednání o těchto certifikátech?

V případě mléka a mléčných výrobků máme už dnes dveře otevřené. V České republice je devatenáct mlékáren, které vyhovují veškerým certifikačním požadavkům ze strany Číny, a čeští producenti tam mohou vyvážet. Pokud jde o výrobky z vepřového a hovězího masa, o jejichž certifikaci stojíme nejvíce, u ho-



vězího masa bychom měli mít do konce roku dotažené veškeré záležitosti. To znamená, že Česko se pro Čínu stane zemí prostou nemoci šílených krav, BSE. Čína by měla uznat výsledky z laboratoře Státní veterinární správy. Počítám, že v prvním čtvrtletí příštího roku certifikaci na hovězí maso a z něj vyrobené masné potraviny dotáhneme.

Z čínské strany poptávka je, tuzemským společností ale chybí dražv, říká ministr zemědělství Marian Jurečka.

FOTO: ARCHIV HN – MARTIN SVOZÍLEK

U vepřového masa jste jak daleko?

Tady jsme trochu pozadu oproti hovězímu. Ale i v tomto případě vše zvládneme během první poloviny příštího roku. Certifikace bude prioritou i pro našeho agrárního diplomata v Číně.

Na začátku léta jste se rozhodl, že ke stávajícím čtyřem agrárním diplomatům (ti již působí v Číně, Saúdské Arábii, Srbsku a Rusku, pozn. red.) pošlete další lidi do nových zemí – USA, Japonska a Libanonu. Už tam jsou?

Zatím ne. Nyní probíhá jednání s ministerstvem zahraničních věcí o přesných podmínkách výběrového řízení. To už není úplně v mé moci. Počítám, že v polovině příštího roku tito lidé odjedou do vybraných destinací.

Čína může celkem jednoduše na jednotný trh EU dovážet mnoho výrobků. Není trochu nefér, že každý evropský stát musí sám žádat o čínskou certifikaci pro dovoz konkrétního zboží?

Netroufnu si to hodnotit. Nevím, jestli k nám Čína může vše dovážet neomezeně. Za zemědělství to ale vnímám jako jejich ochrannářskou politiku. Chtějí přesně vědět, odkud se k nim dováží potraviny. Čína tuto strategii podle mě měnit nebude ani v příštích letech.

Může vaše zrušená cesta do Číny ovlivnit tuzemské zemědělství?

Myslím si, že ne. A to hned z několika důvodů. Do Číny odjela delegace na nižší pracovní úrovni. Byl v ní můj náměstek společně s ředitelem Státní veterinární správy. Jednání měla dobrý výsledek. Uvědomme si, že my jsme do Číny nikdy větší množství potravin nevyváželi. Nemohli jsme tak nic ohrozit a neměli co ztratit. Za poslední týdny jsme navíc nezaznamenali snížený zájem ze strany Číny obchodovat s Českou republikou.

A co potravináři? Ani ti se nemusí ničeho obávat?

Ne. Spíše bych řekl, že problém je v aktivitě českých potravinářských firem. Z čínské strany poptávka je, tuzemským společností ale chybí dražv zájem uspokojovat. Spíš bych vyzval tuzemské firmy a jejich obchodní oddělení k vyšší aktivitě. →

O jaké produkty Číňané kromě dětské výživy či mléka pro kojence stojí?

Troufnu si říct, že poptávají jakýkoliv kvalitní produkt. Během dřívější návštěvy potravinářského veletrhu v Šanghaji jsem mluvil se zástupci čínských firem nebo se zakladatelem jednoho z největších e-shopů na světě. A on mi říkal, že Evropa má obrovskou výhodu. Její zboží je pro čínského spotřebitele známkou té nejvyšší kvality. V Číně moc dobře vědí, že v Evropě máme velmi přísné výrobní a potravinářské normy.

Kdo vlastně chce více vyvážet do Číny? Je to ministerstvo zemědělství, nebo české firmy?

Je to různé. Podle mého názoru, pokud chce firma dlouhodobě růst, tak se musí dívat po odbytu mimo Českou republiku a trhy Evropské unie. Musí být inovativ-

vené a v momentě, kdy budou vyřešené certifikáty, jsou schopné jít do Číny. Z veletrhu se vrátily s konkrétními partnery, kteří mají o jejich výrobky zájem.

Které evropské trhy mají nyní pro české firmy potenciál?

Potravináři mi říkají, že pro ně je nejjednodušší jít na slovenský trh. Dobří jsou také v Maďarsku nebo Polsku. Obecně platí, že ti, kdo mají tah na branku, tam dokážou výrazně posílit svůj export. Hodně náročný je německý trh a řekl bych, že ještě o stupínek výše stojí Rakousko. Znáám pár opravdu dobrých firem, kterým se daří i tam dodávat. Význam evropských zemí pro český zemědělský export samozřejmě zůstane i do budoucna, protože není možné všechny výrobky vozit tisíce kilometrů daleko.

Pokud jednou zrušíte chov, když se dva roky nedaří, tak ho budete později už jenom těžko obnovovat.

ní. Logicky pro potravinářství je důležité mít trh, který poroste demograficky. A to není Evropa. Některé české podniky mají chuť a ambice. Pak jsou tady ale ty, které se drží konzervativní politiky a jsou obezřetné. Rozumím jejich obavám. Může za to krize z roku 2008, mnoho firem se tehdy spálilo. Některé ale stagnují. Uzavřely se, odmítají investovat do lidí a marketingu. Na trhu je však silná konkurence v Polsku a Německu, kde podniky mají drajv a hledají odbyty na jiných trzích. Naše firmy by také měly.

Ptám se proto, aby to nedopadlo tak, že se ministerstvo bude snažit získat certifikáty pro vývoz různého zboží, ale reálné firmy nebudou mít o Čínu zájem...

Když před dvěma měsíci organizovali kolegové podnikatelskou misi s účastí na veletrhu v provincii Hunan, tak jsem osobně šel požádat vedení firem Steinauser, Váhala a MP Krásno, aby se akce zúčastnila. Promluvil jsem s řediteli a majiteli. Kývli na to. Bylo zajímavé s nimi opět mluvit po návratu. Překvapila je poptávka po jejich produktech. Zjistili, že jsou schopní v Číně uspět a být lepší než konkurence třeba ze Španělska nebo Itálie. Tyto firmy jsou dnes připra-

Rozhodl jste, že chovatelům mléčného skotu a prasat pošlete z rozpočtu dalších 600 milionů korun. Proč pokračujete v dotování mléčného sektoru, když výkupní ceny mléka už rostou?

Kdybychom peníze navíc nedávali, sektor skončí v opravdu těžkých ztrátách. Na konci roku jsem loni zemědělcům řekl, aby nerušili své chovy, byli připraveni je udržet a v rámci konkurenceschopnosti investovat. Na druhou stranu jsem jim slíbil, že ministerstvo zemědělství udělá maximum pro to, aby je v rámci podpor dokázalo udržet na nule nebo v černých číslech.

A povedlo se?

Nedávno jsme dostali informace od Ústavu zemědělské ekonomiky a informací. Doložily nám, že jak za výrobu mléka, tak vepřového masa budou všichni v černých číslech. Znamená to, že zemědělec, který se v oboru orientuje a umí ho aspoň trochu dělat, nemůže přijít a stěžovat si, že je ve ztrátě. Nebo že se na něj stát vykašlal v době, kdy trh ovlivnily protiruské sankce a konec mléčných kvót. Stát splnil svou úlohu.

Takže zemědělci příští rok už další peníze nedostanou?



Budeme sledovat další vývoj cen mléka a zvažovat, do jaké míry jsou nutné další intervence ze strany státu a Evropské unie. Podle odhadů na konci prvního čtvrtletí příštího roku dostanou zemědělci za litr mléka zhruba sedm korun a padesát haléřů. To je hranice, kdy stát nemusí mimořádnými opatřeními dále do sektoru pumpovat peníze. Spíš teď musíme vyřešit, jak dostat mléčný výrobek ke koncovému spotřebiteli, abychom nepřicházeli o přidanou hodnotu.

Jednou z podmínek pro to, aby zemědělci dosáhli na mléčné dotace, je ne-



FOTO: HN - VÁCLAV KOZÁK

zvýšení produkce. Věříte tomu, že to skutečně udělají?

Těch opatření je více. Farmář musí splnit aspoň jednu podmínku. Mezi nimi je třeba nenavýšení produkce či podmínka účasti na školení. Snažili jsme se být hodně otevření, aby nikdo nemohl říkat, že podmiňujeme peníze pouze nezvýšením produkce. Zachovali jsme se poměrně liberálně.

Takže se současnou nadprodukcí se nic nestane? Vše bude při starém?

Nemám ambici, aby se v České republice produkce snížila. Vyprodukujeme

přibližně 2,9 miliardy litrů mléka ročně a toto číslo by mělo zůstat víceméně zachované. V budoucnu počítáme ještě s navýšením počtu krav v rámci mléčné produkce. Váže se to ale na posílení exportu, protože víme, že domácí spotřebu mléka výrazně nezvýšíme.

Evropa se topí v přebytečném a levném mléce. Co bude s vyšší produkcí Česká republika dělat?

Vycházím z dlouhodobé situace do konce století. V mnoha jiných státech se budou zhoršovat podmínky pro zemědělskou výrobu. Kdežto Česko a střední Evropa

patří mezi regiony, které v případě klimatické změny dokážou udržet zemědělskou prvovýrobu. Na světě bude daleko více zemí, které se stanou ještě většími importéry potravin, než byly doposud. Proto říkám, nedívejme se na výkyv jednoho roku až dvou let, ale zaměřme se na dlouhodobou strategii. Už dnes jsou státy, které musí potraviny ve velkém dovážet. Třeba Japonsko je soběstačné pouze z třiceti procent. A není to případ jenom Asie, velký populační nárůst bude i v Africe. Takže pokud jednou zrušíte chov, když se dva roky nedaří, tak ho budete později už jen těžko obnovovat. ■

Medový dort Číňanům chutná, jeho cesta z Česka trvá celé dva měsíce

Marlenka international vyvezla loni poprvé zboží do Číny, a to za 1,6 milionu korun, letos to bude za 2,5 milionu.

■ Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz



Gevorg Avetisjan (57)

Vyrostl v Jerevanu, hlavním městě Arménie. Jeho předkové byli vyhlášení arménští obchodníci, pradědeček proslul jako výrobce cukrářských delikates v Istanbulu. Na jerevanské univerzitě vystudoval průmyslový design, a než válka ochromila zemi, v tomto oboru úspěšně podnikal. V roce 1995 se usadil v Ostravě, založil firmu Design centrum Gevorg, s níž ale na českém trhu neuspěl. Posléze si pronajal bar s herními automaty ve Frýdku-Místku a začalo se mu dařit. V roce 2003 založil cukrářskou firmu Marlenka international. Je rozvedený, z prvního manželství má dva dospělé syny, s přítelkyní dceru Marlenku, jejíž portrét zdobí medovníky Marlenka.

FOTO: HN - JIŘÍ ZERZOŇ

Gevorg Avetisjan, majitel a zakladatel potravinářské společnosti Marlenka international, je přesvědčený, že exportovat do Číny lze mnohem více než dosud. Současný nárůst prý nic není. „Plánuji sehnat v Číně více distributorů, protože jeden, kterého tam zatím máme, nemůže tak obrovský trh zvládnout. Čína má opravdu velký potenciál,“ říká.

Avetisjan měl to štěstí, že čínský obchodní partner se mu nabídl vlastně sám. Jde o Číňana, který studoval na Slovensku a rozhodl se věnovat obchodování mezi Čínou a Českem. „Poprvé vzal deset krabic, pak sto, pak paletu,“ popisuje podnikatel vstup Marlenky na čínský trh. Jako první ochutnali Číňané z české firmy medové kuličky. V současné době už si mohou vybírat z celého sortimentu, tedy tradiční medové dorty, snacky, napoleonky a další cukrovinky.

Číňané vyhledávají evropské potraviny

Právě vzhledem k vynikajícím konzervačním účinkům medu nevádí, že zboží cestuje z Frýdku-Místku kamiony a pak hlavně loděmi po moři v chladicích boxech 1,5 měsíce. Zdržení na celnici trvá další dva týdny, takže celkově putují produkty Marlenka na čínský trh dva měsíce. Tam je lze koupit v hotelech, cukrárnách a luxusních obchodech.

„V obchodě stojí Marlenka 1150 korun a v kavárně 1500. Tím, jak vzniká v Číně bohatá skupina spotřebitelů, roste zájem o kvalitní produkty z Evropy. Třeba kavárníci jsou rádi, že mají naše zboží, které jim zvyšuje obrát,“ uvádí Avetisjan. V čínských luxusnějších supermarketech si všiml několika evropských produktů. „Třeba italské a francouzské sušenky stojí deset dolarů, litr německého mléka více než pět dolarů (přes 120 korun, pozn. red.). Číňané prý mají nekvalitní

mléko, a protože jeho spotřeba roste, mají evropské mléčné produkty zelenou,“ naznačuje byznysmen, že i Marlenka obsahuje mléko.

České potravinářské firmy si hlad po evropských značkách začínají uvědomovat a ty, které v Číně nemají své zástupce, hledají cestu prostřednictvím mezinárodních veletrhů či vládních podnikatelských misí. Například Marlenka international se prezentovala v Číně letos už dvakrát. Ve společné české expozici na veletrhu SIAL China v Šanghaji a v Tchang-šanu u příležitosti setkání regionálních lídrů Číny a zemí střední a východní Evropy. Součástí byla i jednání s místními představiteli a obchodníky. „Byla to jednání na úrovni. Číňané vyzvali českou stranu, aby se zúčastnili setkání majitelé nebo generální ředitelé firem. Odmítali jednat s distributory,“ uvádí Avetisjan. Na místě pak pochopil, že čínské zvyky a mentalita vyžadují tento přístup. Distributoři a obchodní zástupci firem přicházejí k byznysu až poté, co je o něm rozhodnuto ve vyšších patrech.

Jako prostředník je vhodný Číňan

A jak taková byznys jednání v Číně probíhají? „Nejsou jenom o vzájemném obchodu, kolik a za kolik. Číňané nejednají rychle, tak jako třeba probíhají obchodní jednání v Evropě. Rádi si popovídají o jiných věcech, i osobních, často odbíhají od tématu k běžnému hovoru, popijí v klidu čaj. Ale když už se dostanete k takovému téměř přátelskému jednání, je to důkaz, že vás Číňan bere jako domácího, jako partnera,“ popisuje podnikatel. Zároveň ovšem upozorňuje na fakt, že čínští byznysmeni často neumějí anglicky. „Moc tam nezmůžete bez pomoci místních lidí. Nejlepší je najít Číňana, který vám bude jednání tlumočit, zprostředkovávat,“ dodává. Avetisjan se rychle této



Výroba ve společnosti Marlenka.
FOTO: HN – JIRÍ ZERZON

potřebě přizpůsobil a pochopil ji zřejmě i proto, že sám kdysi přišel do Česka bez znalosti jazyka. Nejprve jen na týdenní zájezd jako absolvent vysoké školy průmyslového designu s komsomolci za odměnu. Když pak vypukla v Arménii válka a ekonomická situace se zhoršila, bylo rozhodnuto. Z vlaku vystoupil v Ostravě, na první stanici v Česku, aby si zjistil, jaké potřebuje doklady k založení české firmy. Nakonec doma všechno prodal a do Ostravy přestěhoval i matku a manželku se dvěma syny.

Rusky hovořící arménský byznysmen s firmou Design centrum Gevorg ale rok o zakázku nezavadil, s rodinou bydlel na ubytovně mezi ukrajinskými dělníky, až se jako poslední šance chopil pronájmu baru s herními automaty ve Frýdku-Místku. Začal vydělávat, a tak k sobě pozval i sestru. „Stále mě otravovala, že se doma ve Frýdku nudí, tak jsem jí jednou řekl, ať udělá můj oblíbený medový dort. Zabalil jsem ho do alobalu a místních novin a šel za známým kavárníkem,“ vzpomíná Avetisjan, jak se na něj snesla kritika, že medovník nepřinesl v dortové krabici. „Za pět hodin kavárník volal, že medovník rozprodal, abych přinesl další,“ vzpomíná. Dodnes je ve firmě

MARLENKA international

Firma sídlí ve Frýdku-Místku v Moravskoslezském kraji a specializuje se na cukrářské produkty, jejichž klíčovou přísadou je med. Vlajkovou lodí firmy je medovník, který se vyrábí podle tradičního arménského receptu. V současné době společnost sídlí v moderním areálu, který se neustále kvůli rostoucímu vývozu rozšiřuje. Společnost zaměstnává 250 lidí a loni dosáhla obrátu 350 milionů korun. Z toho 70 procent představuje export do 40 zemí světa. Od loňska vyváží firma také na čínský trh. Produkty jako medovník, medové kuličky, snacky, napoleonky a další cukrovinky prodává prostřednictvím svého tamního zástupce do hotelů, kaváren a luxusních prodejen. V letošním roce odeberou Číňané zboží minimálně za 2,5 milionu korun a vzhledem k rostoucímu zájmu o evropské potraviny bude toto číslo růst i v příštím roce.

Marlenka international k vidění sporák, který Avetisjan opotřebovaný koupil za 1000 korun, ale i metla, váha a hrnec, na kterém první Marlenky sestra Gevorga připravovala.

„Říkal jsem si, že když uděláme denně 15 dortů, bude to úspěch,“ vypráví podnikatel, který firmu Marlenka international založil v roce 2003. Pojmenoval ji po dceři, která zase dostala jméno po babičce. „Rodové jméno mi přišlo symbolické i pro značku,“ usmívá se Armén, který dnes zaměstnává 250 lidí. Loňský obrát představoval 350 milionů korun. Z toho 70 procent jde na vývoz.

Pro vývoz se přitom recept medovníku Marlenka chuťově neupravuje. „Čínský distributor se ptal, zda bych recept neupravil. Chtěl pro Číňany méně sladký medovník,“ uvádí Avetisjan s tím, že všem radí počkat. Nechat lidi tak půl roku až rok, aby si zvykli na jeho specifickou chuť. Zatím ve všech zemích tento postup funguje. „Dnes se ptám, mám snížit sladkost pro Čínu? A náš čínský zástupce odpovídá – ne, nech to tak,“ říká Avetisjan. Marlenka international vyvezla zboží do Číny loni poprvé, a to za 1,6 milionu korun, letos to bude nejméně za 2,5 milionu.

Za litr mléka v designovém obalu zaplatí Číňané ochotně i 300 korun

Dovozci jsou v Číně v řadě oblastí znevýhodněni. Potraviny s aktuálně největším obchodním potenciálem pro české výrobce jsou mléko, pivo a hovězí kůže.

■ **Vladimír Randáček**
agrární diplomat,
Velvyslanectví ČR v Pekingu
vrandacek@mzv.cz

Vstup na čínský trh je zdouhavý a náročný, a to nejen kvůli obchodním překážkám, ale i kvůli specifické místní obchodní etiketě. Na druhé straně ale skrývá obří obchodní potenciál. Klíčovou roli hraje osobní jednání, což je samozřejmě vzhledem ke geografické vzdálenosti pro Evropany časově i finančně náročné. K úspěšnému vstupu a udržení se na místním trhu jsou v naprosté většině případů nutné opakované časové a finanční investice, obchodní návštěvy, a to bez záruky brzkého návratu. Pokud se již podaří obchod realizovat, lze čekat, že v drtivé většině případů se bude zpočátku jednat spíše o dodávky menšího objemu, které se teprve postupem času budou zvyšovat.

Vyplatí se být tvrdým vyjednavatelem

Většina potenciálních obchodních partnerů bude po firmě vyžadovat smluvní exkluzivitu na co nejdéší období, a to samozřejmě bez závazku jakéhokoli odbytu. Číňané jsou tvrdí obchodníci a přistupují k vám tak, jak se v jejich očích prezentujete. Je proto dobré být tvrdými vyjednavací, obrnit se trpělivostí a neunáhlovat se. Při vyjednávání je dobré snažit se exkluzivitu maximálně omezit, a to jak produktově, tak i geograficky a časově. Špatně vyjednaný závazek totiž může v extrémním případě znamenat stop exportu do Číny po dobu trvání smlouvy. Je dobré si rovněž uvědomit vlastní produkční limity a strategicky vybrat cílové provincie pro odbytu. Stále platí, že největší kupní síla je soustředěna v pobřežních provinciích na východě země, kam je zároveň nejlepší logistický přístup, avšak čeká tam rovněž nejtvrďší konkurence. Co se týče výběru ob-

chodního partnera, je klíčové nespěchat a ve změní tisíců malých obchodníků a firmiček, které se na vizitkách často tváří jako velké korporace, nalézt partnera, jenž je schopen nabídnout patřičné reference a je ochoten do dlouhodobého partnerství investovat i ze své strany. Je důležité si před první návštěvou Číny potenciálního obchodního partnera alespoň základně prověřit. Je rovněž dobré nespolehat se pouze na jednoho a mít smluveno více schůzek. Mnoho věcí se dá poznat již pouhou návštěvou firemního webu – každá solidní firma má dobře udělané webové stránky (samozřejmě vždy v čínštině a ideálně angličtině), kde má uvedeny platné kontaktní údaje (doporučuji prověřit telefonní čísla), v lepším případě tam jsou i reference. Většina solidních firem se rovněž prezentuje na některém z hlavních potravinářských veletrhů, jako je třeba SIAL v Šanghaji.

Při průzkumu trhu není dobré nechat se zmást cenami potravin, které můžeme najít na pultech čínských obchodů – finální cena sice často šplhá až na násobky cen u nás v Evropě, je to však ve většině případů způsobeno neúměrnými maržemi místních distributorů.

Překážky v obchodu

Statistiky českého agrárního vývozu do Číny za poslední roky lze těžko analyzovat, jelikož jde většinou o nepravdělné vývozy s absencí dlouhodobějšího vývoje. Vzájemná obchodní bilance v této oblasti je negativní a zdaleka neodpovídá našim představám. Na naši obranu ale musím uvést, že je to zčásti způsobeno tím, že jsou čeští, respektive evropští výrobci potravin v některých oblastech silně znevýhodněni, jako je

tomu u potravin živočišného původu. V porovnání s čínskými zemědělskými výrobky, které mohou využívat výhody jednotného evropského trhu (respektive v okamžiku, kdy vstoupí na trh jednoho z členských států, mohou být prodávány do všech ostatních členských států EU), ke vstupu evropských produktů na čínský trh čínská strana vyjednává s každým z 28 členských států EU jednotlivě. A to i přesto, že všechny státy EU podléhají jednotným hygienickým a veterinárním standardům, díky nimž je paradoxně pro čínské výrobky volný pohyb umožněn. Vyjednávání se přitom počítají v řádu let.

Česká republika nyní do Číny bohužel stále nemůže kromě mléka a mléčných výrobků, vybraných krmiv, výrobků z ryb a hovězích kůží vyvázet naprostou většinu produktů živočišného původu. Žádosti o dovoz vepřového a hovězího masa předložilo Česko čínským úřadům už před několika lety, nicméně na jejich vyřízení se pořád čeká. A nejsme v tom zdaleka sami – stejnou situaci řeší i většina států EU. Čínská strana složitou proceduru odůvodňuje obavami z výskytu veterinárních onemocnění, jako je BSE nebo ptačí chřipka, byť u nás tato onemocnění již několik let nepředstavují žádný problém.

Schvalovací procedura pro dovoz vepřového a hovězího masa a dalších výrobků představuje pro českého zemědělského diplomata v Číně prioritou. V průběhu tohoto roku se s čínskou stranou podařilo vybudovat efektivní komunikaci, která už vedla k výrazným administrativním posunům ve všech oblastech. Prolomení této obchodní překážky by mohlo pozitivně ovlivnit dosud velmi zápornou vzájemnou ob-



V nekonečných řadách produktů v čínských supermarketech je klíčové rychle a pozitivně zaujmout. Na snímku obchod v provincii Ťiang-su. FOTO: REUTERS

chodní bilanci. Jakýkoli časový odhad udělení povolení je však stále nemožný.

Mléko hlavně pro děti

Dovoz potravin do Číny vytrvale stoupá a očekává se, že tento trend bude pokračovat i v následujících letech. Potravin s aktuálně největším obchodním potenciálem pro české výrobce jsou mléko či pivo. Po velkých aférách s úmrtími kojcenců kvůli nekvalitnímu kojeneckému mléku, které před několika lety otrásl důvěrou Číňanů v místní produkci, je v zemi stále velmi vysoká poptávka po dovozovém kojeneckém mléce na bázi kravského mléka nebo po sušeném kravském mléce. Klasické mléko konzervované pomocí metody UHT má o něco menší potenciál, jelikož většina dospělých Číňanů přímé pití mléka, respektive laktózu kvůli genetickým predispozicím špatně snáší. Díky vysokému obsahu vápníku jej Číňané dávají konzumovat hlavně dětem. Segmentu dovozových mléčných výrobků na pultech čínských supermarketů nyní dominují výrobky z Austrálie, Nového Zélandu, Německa a Francie.

Další západní módou, která se v Číně začala rozšiřovat poměrně nedávno,

je pivo. Země se poměrně záhy stala největším spotřebitelem piva na světě. Je zajímavým trendem, že zatímco spotřeba piva v Číně roste, jeho domácí výroba klesá a je nahrazována dovozem. Procentuálně se možná tento rozdíl nejeví příliš významný, ve skutečnosti ale jde o vsutku úctyhodný objem. Nejlepší jméno mají německá a belgická piva, v případě vín jsou favoritem čínských zákazníků francouzská vína. Čím dál více ale na čínský trh pronikají i vína z Austrálie a Chile.

Novým fenoménem se zde stal internetový prodej. Číňané jsou schopni objednat si kurýra i pro pár jablíček v barevném plastovém obalu. E-commerce tu činí přibližně třetinu z celkového objemu prodaných potravin, což je neporovnatelně vyšší podíl než v České republice.

Design je nesmírně důležitý

Je nutné si uvědomit, že české potraviny jsou v Číně neznámým pojmem, platí to většinou i o spojení „české pivo“.

V této souvislosti je dobré zdůrazňovat, že Česko leží v Evropě a je členem EU. V evropské značce vidí čínský zákazník záruku kvality. Je také dobré zmiňovat,

že jedním ze dvou největších příjemců českých potravin je Německo, jež tu platí za synonymum kvality.

Dalším důležitým aspektem je design. V nekonečných řadách místních i dovozových produktů na pultech čínských supermarketů je klíčové rychle a pozitivně zaujmout. Troufnu si říci, že pro čínského zákazníka je prezentace a design produktu často důležitější než skutečná chuť a kvalita. Na dračku mohou díky tomu jít i takové produkty jako litr UHT mléka z Nového Zélandu prodávaný v pěkném plastovém obalu v přepočtu za téměř 300 korun. Podobně i nezvyklé materiály jako hliníkové lahve na pivo, nezvyklá velikost lahve i otevírání jsou věci, které místního zákazníka zaujmou. Není možné spoléhat na jednoduché triky třeba s výběrem barev, ale opravdu pomůže investovat do profesionálního designu.

Osobně si přeji, aby v dalších letech na pultech čínských obchodů přibýlo českých potravin, jelikož je to v zájmu nejen našich firem, ale čínských zákazníků, kteří by měli mít možnost vybrat si kvalitní potraviny. V tomto úsilí jsme připraveni české firmy společně s mými kolegy podpořit.

Ceny mléka a mléčných výrobků byly na minimech, od letoška ale rostou

V současnosti zásobuje sektor mléka přibližně sedm miliard spotřebitelů a poskytuje živobytí zhruba miliardě lidí, kteří jsou zapojeni do výrobního řetězce mléka.

■ Jiří Šír

Sekce zemědělských komodit a ekologického zemědělství, ministerstvo zemědělství
 autori@economia.cz

Vývoj trhu s mlékem a mléčnými výrobky je velmi dynamický. Střednědobé a dlouhodobé vyhlídky pro mléko a mléčné výrobky jsou příznivé, a to i přesto, že v roce 2014 a 2015 došlo ke globálnímu poklesu cen a jejich setrvání na nízké úrovni až do druhého čtvrtletí roku 2016. Na propad cen mělo zásadní vliv zvýšení světové nabídky mléka a omezení poptávky dovozních zemí, především z Číny a Ruska. Rusko výrazně snížilo dovoz másla a sýrů v důsledku zavedeného embarga, Čína odebrala méně sušeného mléka a másla v důsledku vyšších zásob dovozních výrobků. Růst poptávky z USA po másle a sýrech a mírný růst nákupů Japonska, Jižní Koreje (sýry) a dalších zemí nebyl dostatečnou kompenzací výpadku dovozu.

Aktuální situace je taková, že v rozvojovém světě roste spotřeba konzumního mléka, naopak pokles spotřeby se očekává v rozvinutých zemích. Velmi pozitivní je vývoj ve spotřebě sýrů, a to i v rozvojovém světě, kde se sýry stávají oblíbenou kuchyňskou ingrediencí.

Ceny sušeného mléka u historického minima

Na globálním růstu produkce mléka se v roce 2015 podílely exportní velmoci severní polokoule, tedy Evropská unie a USA. Obtížná byla situace na trhu se sušenými mléky, jejichž cenová úroveň dosahovaná na světových burzách byla na začátku letošního roku velice blízko jejich historickému minimu z roku 2009.

Průměrná cena sušeného odstředěného mléka dosáhla v roce 2015 v přepočtu 51 korun za kilogram, což bylo o 42 procent méně než v předchozím roce, a průměrná cena sušeného plnotučného mléka dosáhla zhruba



Výroba sýra. ILUSTRAČNÍ FOTO: SHUTTERSTOCK

55 korun za kilogram, tedy meziročně o 41 procent méně.

Také průměrná cena másla klesla o více než 21 procent a dosáhla necelých 79 korun za kilogram. Ceny před koncem roku 2015 přechodně oživily, ale jejich růst s výhledem na dlouhodobější zlepšení započal až v polovině roku 2016. Klesající ceny zmíněných výrobků byly provázeny snížením cen krmiv. Zhruba od poloviny roku 2013 vykazovala cena sójového šrotu a cena pšenice klesající trend a růst ceny sóji od poloviny roku 2016 byl v srpnu zastaven.

Letošní oživení mléčného trhu

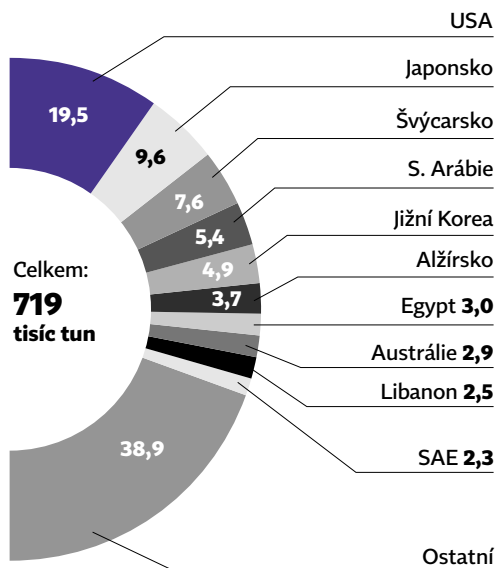
Od druhé poloviny roku 2016 dochází k ožívování světového trhu s mlékem a mléčnými výrobky. Poptávku po vý-

robách zvýšila Čína (zejména sušená mléka) i Rusko (zejména sýry), ale rovněž Japonsko, USA (sýry), Mexiko a Filipíny.

Na obnovení světové poptávky reagoval zvýšením vývozu nejvíce Nový Zéland (v sýrech, másle i sušeném mléku) a Evropské unii se podařilo zvýšit vývoz sýrů a másla. Ostatní rozhodující vývozcí (USA, Austrálie, Bělorusko a Uruguay) do poloviny roku své vývozy meziročně nezvýšili.

Vývozy sýrů z EU (i přes trvajícím embargo na některé dovozy) do Ruska se meziročně zvýšily o 14,3 procenta. Nejvýznamnějšími odběrateli evropských firem byly USA, Japonsko a Švýcarsko. Výrazně se zvýšily vývozy do Saúdské Arábie, Jižní Koreje, Alžírsko a Libanonu.

Hlavní destinace vývozu sýrů z EU (rok 2015, podíly v %)



Vývozy másla z EU včetně máselných olejů v ekvivalentu másla se meziročně zvýšily o 38 procent. Také například u vývozu mléka a smetan se potvrdil další růst, který se projevuje již několik let. Vývozy expandovaly o dalších 44 procent.

Pokles vývozu byl ale patrný u sušeného odstředěného mléka, kde přitom vývoz po několik předchozích let vzrůstal. V prvním pololetí roku 2016 bylo vyvezeno meziročně o 13,7 procenta méně. Ústup nastal u většiny vývozních destinací, tedy z trhu Alžírsko, Egypta, Číny, Indonésie, Thajska, Vietnamu, Nigérie i dalších zemí. Vývoz kondenzovaných mlék klesl meziročně dokonce o 21 procent.

Jaký je aktuální výhled

Sektor ve své komplexnosti čelí velkým výzvám, jejichž rozsah se odvíjí od ekonomických a politických rozhodnutí a dalších vlivů. Otázky týkající se budoucího vývoje odvětví mléka se pokouší zodpovědět výhled Mezinárodní sítě pro srovnávání ekonomiky farem s výrobou mléka IFCN Dairy na nadcházejících deset let. Výhled do roku 2025 je založen na předpokladu příznivé spotřebitelské preference mléka a příznivé politické a ekonomické situace. Odhaduje se, že světová poptávka a nabídka

budou vyrovnané. Ve srovnání s průměrnou světovou cenou mléka v roce 2015 je odhadovaný výhled o 46 procent vyšší. Nicméně výhled je srovnatelný s průměrnou světovou cenou mléka v časovém období let 2007 až 2014.

Růst produkce mléka bude podle výhledu pokračovat. V uplynulých deseti letech se zvýšila poptávka a nabídka o 26 procent a v průměru o 2,4 procenta ročně. IFCN predikuje v příštích deseti letech růst o 25 procent, což bude průměrný roční růst o 2,3 procenta. Přestože odhadovaný roční růst je nižší než v minulosti, objemově bude přírůstek větší.

V současné době zásobuje sektor mléka zhruba sedm miliard spotřebitelů a poskytuje živobytí zhruba miliardě lidí, kteří jsou zapojeni do výrobního řetězce mléka. V budoucnosti bude růst počet spotřebitelů. Populační růst a vyšší spotřeba na osobu budou ovlivňovat růst celkové poptávky. Do roku 2025 vzroste podle odhadu světová populace o 12 procent na 8,2 miliardy lidí, což znamená, že počet spotřebitelů mléka vzroste téměř o miliardu. Světová spotřeba na osobu vzroste v příštích deseti letech o 13 kilogramů ekvivalentu mléka, tedy v roce 2025 dosáhne 127 kilogramů na osobu. Nejvíce vzroste spotřeba na osobu v jižní Asii (plus

Dovozy sýrů do hlavních zemí

(leden až srpen 2016, v tunách a meziroční změna let 2016/2015 v %)

Čína	64 043	+30 %
Rusko*	126 693	+17 %
Japonsko	172 732	+5 %
Mexiko*	73 000	0 %
USA	130 972	+9 %

* do července

Dovozy másla a máselných olejů

(leden až srpen 2016, v tunách a meziroční změna let 2016/2015 v %)

Čína	59 626	+35 %
Rusko*	52 626	-4 %
Japonsko	7 000	+11 %
Mexiko*	29 882	+37 %
USA	34 216	+35 %

* do července

Zdroj: EK – Milk Market Observatory

30 procent) na 174 kilogramů mléčného ekvivalentu.

Dále vzroste také samotný význam obchodu s mlékárenskými výrobky. Během období let 2000 až 2015 vzrostl světový obchod o 29 procent. V příštích deseti letech se však předpokládá vzrůst obchodovaného objemu o 51 procent až na 79 milionů tun mléčného ekvivalentu v roce 2025. Vývoj reflektuje rostoucí význam obchodu s mlékem jako takového a rovněž přesun výroby do konkurenceschopnějších oblastí. Odvětví mléka bude mít z hlediska obchodní bilance nové „čisté“ dovozce a „čisté“ vývozce. V roce 2025 se u některých zemí netto bilance změní. Zatímco Írán a Indie zůstanou podle predikce čistými dovozci, Rumunsko se pravděpodobně dostane do pozice netto vývozce. Některé země však pravděpodobně upevní své pozice. Zatímco Čína či Pákistán zvýší své netto dovozy, EU (dnešních 28 zemí), Nový Zéland, Bělorusko a Argentina zvýší své vývozy.

Světová nabídka mléka bude nadále vzrůstat. Předpokládá se, že výroba v roce 2025 vzroste oproti současné situaci zhruba o čtvrtinu. Polovina tohoto růstu připadne na jižní Asii, zatímco východní Evropa zvýší nabídku o 16 procent a v západní Evropě vzroste výroba jen o 9 procent.

Čínské e-shopy dávají dovozcům možnost oslovit zákazníky v celé zemi

Na serverech ze skupiny Alibaba nabízí své zboží například firma Hamé. On-line kanály v Číně využívají také Karlovarské minerální vody.

■ Bohumír Kotora
autori@economia.cz

Prosadit se na čínském trhu není snadné, ale úspěšnou cestou může být prodej českého zboží přes e-shopy. Jednou z firem, která do čínských internetových obchodů dokázala proniknout, je Hamé. Společnost do Číny v menších objemech vyváží od roku 2014, export nyní ale dostává právě díky internetu větší dynamiku. „Do nabídky tří největších e-shopů v Číně ze skupiny Alibaba – Tmall, Taobao, Juhuasuan – patří od léta 2016 dětská výživa Hamánek, kečupy a extra džemy,“ říká Petr Kopáček, PR manažer Hamé. Jde o odezvu na osobní jednání mezi českou stranou a zástupci čínských e-shopů na veletrhu SIAL 2016 v Šanghaji.

Na této největší asijské expozici potravin se značka Hamé u obchodníků setkala s velkým zájmem, rovněž uzavřela dohody se čtyřmi firmami o distribuci výrobků v pěti čínských provinciích a jejich prodeji v menších kamenných obchodech a také ve free trade zónách v rámci velkých přístavů a velkých měst. „V plánu jsou i další čínské e-platformy a s tím také

v Humpolci. Uspěla s ovocným koncentrátem Trojka, který je uložený v lahvi se speciálním tříkomorovým dávkovacím uzávěrem. Tři dávky nápoje se tak dají připravit v jedné lahvi, stačí pouze doplnit vodu. Ocenění dobře ukazuje významné trendy, které jsou na čínském trhu patrné a které zajímaly i porotu – důležitý je design produktu, obalový materiál či vliv produktu na zdraví potenciálních zákazníků. Jak podotýká Marek Spálenka, manažer obchodu v ISoline EU, oceněná firma s Čínou obchodní vztahy dosud nemá a do čínských e-shopů nedodává.

„E-commerce je zajímavá cesta, záleží však na mnoha okolnostech, na výběru partnera, přiměřených skladových zásobách, na tom, zda již vaše produkty mají potřebnou certifikaci a hlavně nějaký odbyt. Věříme, že nám výhra může pomoci k tamní certifikaci a hledání vhodného distribučního partnera. Bude to ale ještě komplikovaná cesta,“ uvádí.

„Česko obecně není v Číně vnímáno jako brand, který by vašim potravinám propůjčoval zvláštní konkurenční

na místě firmu s malým týmem a prodávat, nebo najít v Číně partnera, který toto bude řešit za ně. „První varianta je nákladná, druhá má problém v tom, že dobrý partner se těžko hledá,“ uvádí.

On-line kanály v Číně využívají i Karlovarské minerální vody. Vloni zde firma prorazila s přírodními minerálními vodami Mattoni, Magnesia a pramenitou vodou Aquila, jež v zemi patří do luxusního segmentu prémiových dovozových vod. „Produkty prodáváme i v sítích velkých řetězců, například v prodejnách Tesco, a specializovaných prodejnách v Pekingu a jeho okolí,“ popisuje Pavel Novák, mediální zástupce firmy.

Jaké jsou podmínky prodeje v e-shopu

Internetových platform je v Číně mnoho a stojí za to zjistit si podmínky a nabízené možnosti v konkrétním e-shopu. Kvůli podpoře dovozu kvalitního poptávaného zboží už čínská vláda umožnila přímý prodej zahraničním firmám, byla to také reakce vlády na zahraniční kritiku nevyvážených podmínek mezinárodního obchodování s Čínou a snaha stimulovat vyšší domácí spotřebu.

Čínská obchodní politika má ve vztahu k importům nastavená cla a netaarifní překážky, které v praxi mohou výrazně ztížit nebo zcela znemožnit dovoz dané komodity, třeba požadavky na SPS protokoly, které se týkají zdravotních a hygienických opatření.

Co se ale týká podmínek samotných e-shopů: například jeden z nejznámějších on-line obchodů Tmall provozuje platformu Tmall International, kde se mohou zaregistrovat zahraniční firmy nabízející mimo jiné kvalitní potraviny. Podmínkou je odeslání zboží do 72 ho-

Česko obecně není v Číně vnímáno jako brand, který by českým potravinám propůjčoval zvláštní konkurenční výhodu.

rozšiřování nabídky produktů v Číně,“ popisuje Kopáček. Nové pomazánky EasySandwich, zařazené na veletrhu mezi 30 nejnovatивnějších produktů, do nich určitě patří.

Zájem je o zdravé produkty

Ocenění „SIAL Gold Innovations“ na zmíněném veletrhu získala společnost ISoline EU, která má provozovnu

výhodu oproti zemím západní Evropy,“ říká Jan Hebnar, šéf firmy Sinovia, zabývající se obchodováním s Čínou. „Neplatí to snad jen u českého piva, kde určitá, velmi malá skupina pivařů české pivo zná,“ uvádí.

Mají-li české firmy v plánu obchodovat na čínských e-shopech, potažmo na obřím tržišti Alibaba, mají podle Hebnara dvě možnosti: buď vybudovat



Společnost Hamé nabízí v čínských internetových obchodech také dětské výživu. Pohled do výroby. FOTO: HAMÉ

din a doručení k čínskému zákazníkovi do 14 pracovních dnů. A už zmíněný prodejní portál Alibaba sice nabízí zboží firem z celého světa, pro zahraniční společnosti však uplatňuje přísnější podmínky vstupu než pro čínské. Máte-li za zády silného čínského partnera, jde vše snáz.

Alibaba Group ovládá 80 procent domácího trhu internetových nákupů. Ne každý má ale s touto skupinou dobré zkušenosti. Alibabu pro prodej cukrovinek dříve využívala například i česká rodinná firma Mocca. Server nabízel základní servis zdarma. „Asi před rokem ale náš profil přestal fungovat s požadavkem ho aktualizovat pro lepší servis a jistotu zákazníků. Upgrade jsme hned provedli, trvalo ale dalšího půl roku, než byl náš profil opět aktivní,“ vzpomíná Bořivoj Dvořáček, exportní ředitel společnosti Mocca.

Jenže prodej přes Alibabu ani pak nefungoval. Naopak přišel další požadavek na členské „vylepšení“, takzvaný Gold Supplier za roční poplatek zhruba

1400 amerických dolarů (přibližně 34 tisíc korun). „O takovou službu zájem nemáme,“ dodal Dvořáček. Se zástupci internetového tržiště Alibaba jedná také Generální konzulát České republiky v Šanghaji. Cílem je přilákat čínskou firmu k investování v Česku (Alibaba má v hledáčku polský aukční portál Allegro, částečně propojený s českým Aukro.cz) a vytvořit společné projekty, které usnadní prodej českých produktů v Číně. Konkrétně by mělo jít o zřízení českého elektronického pavilonu na internetové platformě Tmall Global.

Česko-čínské obchodní vztahy jsou samozřejmě zásadně definovány obrovským nepochybně velikostí i obchodní síly obou partnerů. I proto bylo v oblasti e-commerce koncem roku 2015 podepsáno memorandum mezi agenturou CzechTrade a největší čínskou bankou ICBC. V současnosti probíhá jednání o zapojení českých firem do on-line obchodní platformy ICBC, která patří k největším v Číně.

Kde jsou tržní příležitosti?

V „off-line“ světě poskytují šance pro české výrobky hlavně velké městské aglomerace na východním pobřeží Číny jako Peking, Guangzhou, Tianjin, Jianguo či Šanghaj. Životní úroveň tvoří zajímavé gastronomické trhy v jednom místě. Perspektivní ale jsou i jiné provincie. Třeba Sečuán, kde lze navázat spolupráci s kanceláří agentury CzechTrade sídlící v jejím hlavním městě Chengdu.

Čínská kultura a mentalita jsou však odlišné, s tím i potřeby místních zákazníků. Klíčovou podmínkou pro úspěšné obchodní vyjednávání s čínskými subjekty tvoří velká trpělivost a ochota rozvíjet důvěrné osobní vztahy na dlouhodobé bázi. „Čínský trh je rozsáhlý a to, co platí v jednom městě, nemusí platit ve druhém,“ upozorňuje Jan Teplý, ředitel obchodu, marketingu a nákupu podniku Madeta. Prostředí e-shopů ale samozřejmě hranice provincií snadno překoná, i v tom je jeho výhoda.

Světový trh potravinářských surovin

Přinášíme přehled zemí, které nejvíce ovlivňují dění na globálním trhu komodit určených pro potravinářskou výrobu. Předpovědi vycházejí z dat dostupných v říjnu 2016.

Připravil: Václav Lavička



Pšenice

sklizeň v zemědělském roce 2016/17, v milionech tun

Největší vývozcí

(předpověď na sezonu 2016/17)

Rusko	30
USA	26,5
Evropská unie	25
Kanada	22
Austrálie	20,5

Největší dovozci

(sezona 2016/17)

Egypt	11,8
Indonésie	8,5
Alžírsko	8,2
Evropská unie	7
Brazílie	6

Evropská unie

143,2

Rusko

72

USA

62,9

Čína

128

Indie

90

Svět celkem

744,4



Rýže

sklizeň v zemědělském roce 2016/17, v milionech tun

Největší vývozcí

(předpověď na sezonu 2016/17)

Indie	10
Thajsko	9,5
Vietnam	5,8
Pákistán	4,2
USA	3,6

Největší dovozci

(2016/2017)

Čína	5
Nigérie	2
Evropská unie	1,8
Saúdská Arábie	1,6
Indonésie	1,2

Čína

146,5

Indie

106,5

Vietnam

27,8

Bangladéš

34,5

Indonésie

36,6

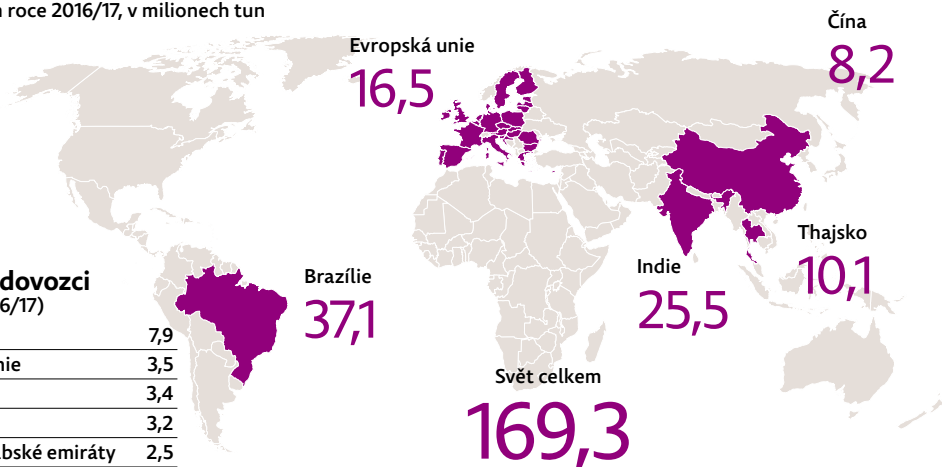
Svět celkem

483,3



Cukr

výroba v zemědělském roce 2016/17, v milionech tun



Největší vývozci

(předpověď na sezonu 2016/17)

Brazílie	26,1
Thajsko	9
Austrálie	3,9
Guatemala	2,3
Mexiko	1,6
Evropská unie	1,5

Největší dovozci

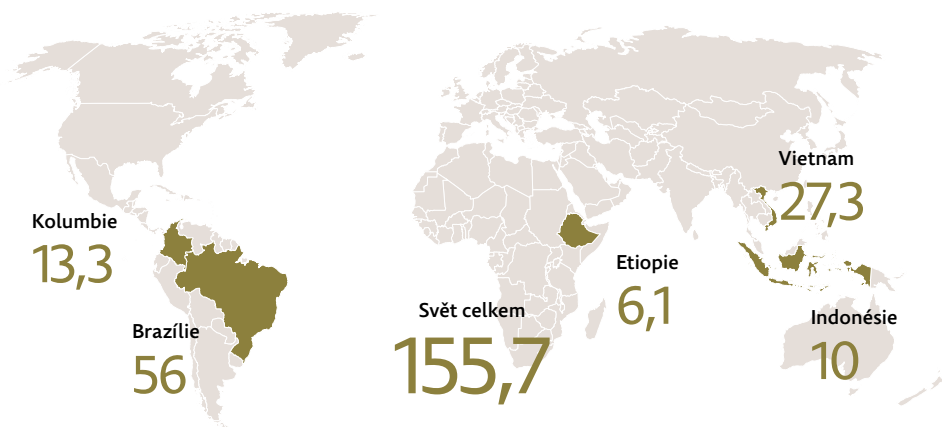
(sezona 2016/17)

Čína	7,9
Evropská unie	3,5
Indonésie	3,4
USA	3,2
Spojené arabské emiráty	2,5



Káva

sklizeň v zemědělském roce 2016/17, v milionech žoků (žok = 60 kg)



Spotřeba

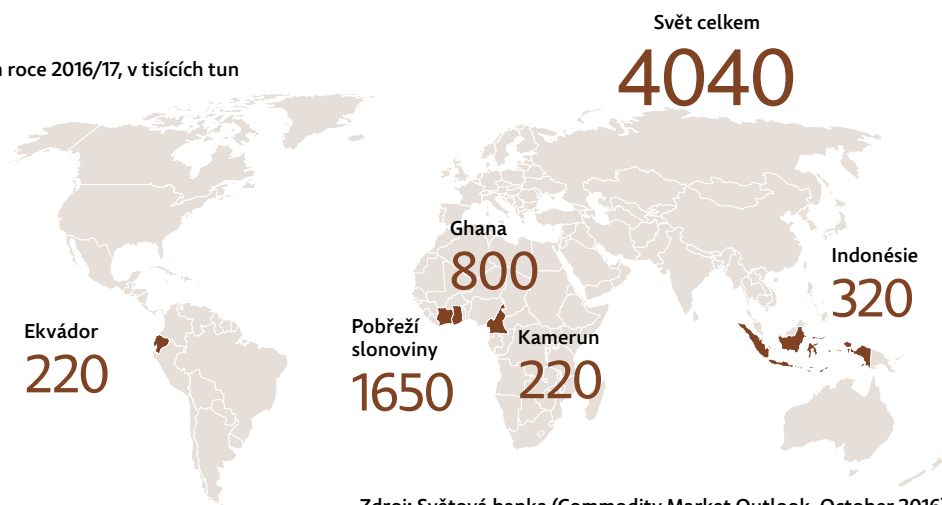
(2016/2017)

Evropská unie	43,9
USA	25,2
Brazílie	20,5
Japonsko	8,3
Filipíny	4,8



Kakao

výroba v zemědělském roce 2016/17, v tisících tun



Největší dovozci

(odhad za 2015/16)

Nizozemsko	471
USA	445
Německo	343
Belgie	252
Malajsie	228

Zdroj: Světová banka (Commodity Market Outlook, October 2016)

Místo dlouhých měsíců už lze firmu v Číně založit za několik týdnů

Nový model ekonomických zón slibuje pro fungování zahraničních firem v Číně velký posun. Projekt je ale v počátcích, řada potíží podnikatelům zůstává.

■ Adam (Gui) Chen

senior partner advokátní kanceláře Dentons
gui.chen@dentons.cn

■ Tomáš Hülle

prezident Czech China Entrepreneurs Forum
tomas.hulle@ccef.cz

V Číně existují přesně vymezená odvětví, kde je možné jako zahraniční subjekt vůbec podnikat. Čínské ministerstvo obchodu vymežilo již dávno 93 základních sektorů a každá nová firma musí dokázat své podnikání zařadit do jednoho z těchto sektorů a jejich podkategorií.

Ty jsou rozděleny do tří základních skupin: 1. sektory, kde je zahraničním podnikatelům a firmám zakázáno podnikat, 2. sektory omezené a 3. sektory, kde je naopak vstup zahraničních firem dovolen, či přímo podporován. Vezmeme-li si například segment zemědělství, omezeno je třeba podnikání v oblasti kultivace nových zemědělských plodin nebo výroby semen. V případě těchto dvou oblastí je

současně je nutné doložit i navrhovaný název firmy či jméno jednatele. Obdobně jako v České republice je na úřadě potřeba vyplnit v podstatě základní registrační formulář. Pomoc poradenských firem je ale pro zahraniční společnosti obvykle nutná.

Podnikat se přitom dá v Číně hned v sedmi právních formách (ve srovnání s českými čtyřmi základními – akciová společnost, společnost s ručením omezeným, komanditní společnost a veřejná obchodní společnost). Poměrně netradiční formou v Číně je z mezinárodního hlediska „zahraničně zcela vlastněná firma“ (WFOE) nebo „společnost usazená v zóně volného obchodu“. Právě firmy vznikající

niční firmy, ale také novou zkouškou pro možné budoucí směřování čínské ekonomiky. Konkrétní výsledky ale nyní ještě není možné hodnotit.

Potíže podnikatelů v Číně

Vezmeme-li si typické problémy, kterým podnikatelé většinou v Číně čelí, jde o potíže spojené s registrací společnosti (administrativní a časová náročnost) či zaměstnáváním lidí (je například složité propustit zaměstnance). Naopak bát se v současné době znárodnění majetku zahraniční firma nemusí. Čínská vláda usiluje o to, aby podnikatelské prostředí v zemi bylo stabilní.

Přímo zákon ale v Číně hovoří o Bank of China jako o doporučené bance pro zcela zahraničně vlastněné firmy. I to nejspíš souvisí s expanzí Bank of China jako jedné z prvních čínských bank do nových regionů, včetně (nedávno) České republiky. Zákon samozřejmě použití této banky nepřikazuje, ale i pouhé zákonné doporučení svědčí o odlišnosti Číny. Podobný zákon si lze jen obtížně představit v České republice.

Zajímavě je nastavená i úprava možnosti kupovat čínské firmy. Úřady takové transakce totiž vždy kontrolují z pohledu ochrany hospodářské soutěže, ale třeba i z hlediska státní bezpečnosti. Podíváme-li se do zákona, je patrné, že ten chrání silně národní zájmy a vysloveně hovoří o ochraně klíčových sektorů trhu, průmyslu, infrastruktury nebo stavebních projektů. Ve zkratce jde o ochranu významných prvků národní ekonomiky. I z těchto důvodů může dojít k zakazu jak

Z principu, že je vše zakázáno, dokud to není povoleno, se nastavení mění na situaci, kdy je vše dovoleno, pokud čínský úřad neřekne jinak.

nutné, aby většinový rozhodovací podíl vlastnila čínská firma (někdy stačí mít jenom čínskému partnera).

Čínská vláda se takto snaží stimulovat i lokální rozvoj. Platí to dále například pro některé oblasti těžby nebo i vzdělávání. Těžba nerostných surovin je přitom v některých případech zcela zapovězena zahraničním firmám, obdobně jako zakládání vzdělávacích institucí v citlivých profesích – například policisté, vojáci, politici a podobně.

Sedm právních forem pro podnikání

Při zakládání firmy v Číně podnikatel nezádá jen o souhlas příslušných úřadů, ale

v nových zónách volného obchodu jsou obrovskou výzvou pro celou čínskou ekonomiku.

Jde o projekt formálně zahájený v roce 2013. Právě v nově vytvořených zónách, jako je ta šanghajská (Shanghai Free Trade Zone), by měla být regulace zcela uvolněna. Plánuje se také, že v brzké budoucnosti budou podniky v této zóně odvádět daň ve výši 15 procent, zatímco mimo zónu je to 25 procent. Výhodou takové zóny je i snazší řešení sporů – firmy zde sídlící mohou využít rozhodčího soudu, který vychází z pravidel na mezinárodní úrovni. Tyto zóny tak budou příležitostí pro zahra-

nákupu, tak například sloučení firem nebo navýšení jejich kapitálu. Regulační v podstatě kopíruje modely rovněž obsažené v západních ekonomikách, ale klíčový rozdíl je zejména v samotné aplikaci, kdy Evropská unie podobných možností příliš nevyužívá ve srovnání s ekonomikou americkou či právě čínskou.

Klíčové je zkrátka být pečlivý, opatrný a uvědomovat si zejména faktory, které nejsou vysloveně stanoveny v právu, ale poznají se až ze zkušeností. Právě z toho důvodu je třeba mít připraveny klíčové kontakty, se kterými je možné se poradit a které případně zjistí a zařadí potřebné záležitosti.

Založení firmy v Šanghaji za 27 dní

Advokátní kancelář Dentons nedávno pro klienta, kyperskou společnost, zakládala firmu v Šanghaji v už zmíněné nové ekonomické zóně. Šlo o stoprocentní pobočku z Kypru.

Nejdříve bylo nutné zkontrolovat negativní seznam odvětví stanovený ze strany ministerstva obchodu, aby bylo potvrzeno, že díky příslušnosti k ekonomické zóně nebude třeba dalšího úředního souhlasu. Potom už došlo ke klasickému kolečku vyřizování, kdy každý následný krok trval pět až deset dní (celkem čtyři kroky), a společnost byla založena celkem za 27 dní. Tato doba je z českého pohledu poměrně dlouhá, ale oproti dřívějším mnohaměsíčním průtahům slibuje právě nový model ekonomických zón velký posun.

Snaha o pozitivní změnu podmínek podnikání je vidět z častých vládních legislativních změn. Vždyť i ve vztahu k zahraničním investicím došlo ke změnám před pár měsíci. V září tohoto roku se zcela změnil způsob, jak čínské úřady posuzují zahraniční investice. A z principu, že je vše zakázáno, dokud to není povoleno, se mění nastavení na situaci, kdy je vše dovoleno, pokud čínský úřad neřekne jinak. Není tak nutné čekat na schválení, ale je možné firmu založit a podnikat a až následně reagovat na případné dotazy ze strany čínských úřadů.

To samozřejmě neplatí pro všechny sektory, ale obecně je to velký krok vpřed a další důkaz netradičního mixu ekonomické svobody podnikání a současně politické zdrženlivosti.

Pohled na Šanghaj.
FOTO: SHUTTERSTOCK



Neúspěšná transakce firmy Coca-Cola

A jeden příklad na závěr. V roce 2008 se kancelář Dentons podílela jako poradce na vstupu společnosti Coca-Cola do největšího producenta džusů v Číně – China Huiyuan Juice Group Limited. Celá transakce byla mimořádně zajímavá nejen díky tomu, že šlo o rozsáhlý projekt zahraničního kupujícího v Číně, ale také tím, jak standardně na poměry Číny (ne)proběhla. V Číně bylo soutěžní právo (a jeho aplikace) rozvíjeno významně až v posledním desetiletí a stále dochází k významným inspiracím v zahraničních úpravách, kde je tento obor mnohem déle ukotven. Společnost Coca-Cola musela ve zmíněném případě podat kvůli rozsahu transakce žádost na čínské ministerstvo obchodu a současně na Státní úřad pro průmysl

a obchod, aby vůbec byla akvizice schválena. Ministerstvo začalo následně transakci zkoumat a rozhodlo, že bude nutné přijmout ze strany Coca-Coly opatření, aby nedošlo k narušení tržního prostředí. Těmto požadavkům ale Coca-Cola nevyhověla a transakce nakonec byla pozastavena.

Podle čínského ministerstva by společnost mohla využít svého silného postavení na trhu perlivých slazených limonád k tomu, aby svoji dominanci přenesla i na trh ovocných džusů, což by vyloučilo konkurenci na trhu nebo jí zabránilo. Popis tohoto případu postačuje pro ukázkou, že Čína jde svojí vlastní cestou, ale současně zcela neignoruje přeshraniční standardy. Proto je potřeba se vždy na tyto odlišnosti dívat a postupovat obratně.

Loni české podniky prodaly v cizině potraviny a zvířata za 142 miliard

Společnost EGAP je připravena poskytnout vývozcům takové podmínky, aby byli při exportu potravin do Číny konkurenceschopní.

■ Hana Hikelová

tisková mluvčí
Exportní garanční a pojišťovací společnosti
hikelova@egap.cz

V posledních letech se daří českému exportu v sektorech potravinářství a zemědělství. Během posledních pěti let rostla jenom producentům potravin a živých zvířat každý rok hodnota vývozu téměř o dvanáct procent. V loňském roce se jim tak podařilo prodat v zahraničí zboží a zvířata přibližně za 142 miliard korun.

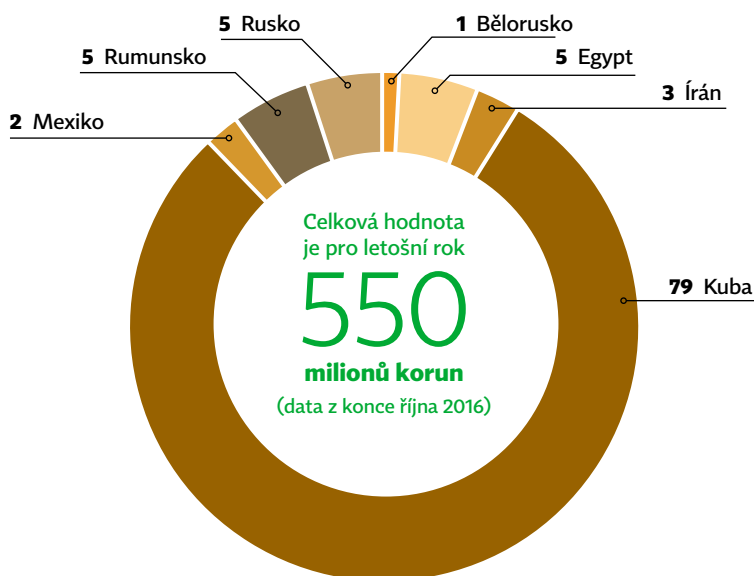
Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP) už svým pojištěním podpořila zemědělský a potravinářský vývoz v součtu za více než 22 miliard korun. Největší objem tvoří export potravinářských a zemědělských technologií a také vývoz surovin – především obilí, sušeného mléka a sladu. A na tomto objemu se podílejí i některé malé a střední firmy. Jenom v letošním roce EGAP pojistil agro export za více než půl miliardy korun.

Suroviny přitom míří hlavně na Kubu, s pojištěním EGAP už tam v rámci programu „refresh“ exportéři vyvezli 24 tisíc tun pšenice nebo 1500 tun sladu.

„Kuba je hlavním odbytištěm také v letošním roce,“ doplňuje k podpoře exportu generální ředitel EGAP Jan Procházka. Mezi nově pojištěné obchody již tradičně patří vývoz potravin a potravinářského zboží společností Simplex CZ, a to téměř za sedm milionů eur.

Kromě potravin pojistil EGAP nově také dodávky sladu od společnosti Sladovny Soufflet. A tím to nemusí končit – EGAP má stále prostor pro pojištění dalších vývozců. Od jara letošního roku může totiž pojišťovat na Kubu až do celkové výše 46,5 milionu eur a stále má volnou kapacitu zhruba 22 milionů eur.

Teritoriální rozložení českého agrárního vývozu, který pojistila společnost EGAP (údaje v procentech)



Zdroj: Evropská komise, Český statistický úřad

Obrovskou příležitostí je Čína

Specifickým typem spotřebního zboží, které má v Číně potenciál uspět, jsou nepochybně tradiční evropské potraviny, potraviny vysokých jakostních standardů a nápoje. Nedůvěra čínských konzumentů v bezpečnost domácích potravinových produktů (mimo jiné jako důsledek takzvané melaminové aféry a skandálu s přidávanými hormony do mléčných výrobků) představuje další příležitost pro české exportéry.

Stejně tak se na tomto trhu mohou ještě více prosadit české pivovary.

A EGAP je připraven poskytnout vývozcům takové podmínky, aby byli při exportu potravin do Číny konkurenceschopní. Pojistné produkty EGAP jsou nabízeny v míře minimálně na úrovni ostatních světových úvěrových pojišťoven.

Dalším oborem, který má šanci v Číně uspět, je vývoz technologií na úpravu vody. Vzhledem ke stavu ochrany životního prostředí a rostoucí populaci Čína nezbytně potřebuje nejen úpravnou pitnou vodu, ale i mobilní čističky nebo například linky do balíren pitné vody.



S podporou společnosti EGAP bylo ve světě postaveno několik pivovarů. Největší zakázkou byla výstavba pivovaru v Etiopii, který byl dokončen loni v únoru. FOTO: EGAP

S ochranou životního prostředí souvisejí také další možnosti exportu. Potenciál mají specializovaná zařízení a technologie, které se zaměřují na řešení specifických čínských problémů, například otázky eroze a s tím souvisejícího zalesňování. Dále jde o výrobky, které jsou využitelné pro prevenci katastrof nebo pro následné odstraňování a minimalizaci škod a také v oblasti protipovodňových hrází či protipovodňového vybavení.

Vývoz zemědělských technologií a strojů

Velmi dobrým českým vývozním artiklem jsou například zařízení pro pekárny, pivovary, minipivovary, mlékárny a výrobu sýrů. V tomto segmentu EGAP uzavřel v posledních deseti letech více než šedesát pojistných smluv.

„Podpořili jsme vývoz technologií do Běloruska, Ruska, do Gruzie, ale také do Albánie, Bulharska, Kazachstánu, Mexika, Uruguaye nebo Etiopie. A zejména v oblasti vývozu potravinářských technologií našeho pojištění využila i řada malých a středních podniků,“

říká generální ředitel EGAP Procházka. České firmy využily pojištění EGAP také při vývozu lisů na rostlinné oleje, udiřenských zařízení, balicích linek na zeleninu, linek na zpracování a balení nápojů, zařízení na zpracování masa či technologií pro zpracování semen a obilí. Úspěšné jsou též dodávky zemědělských technologií a investičních celků (farmy pro chov prasat, skotu, masokombináty) dodávané například velkými firmami jako Bauer Technics nebo Farnet.

S podporou EGAP bylo ve světě postaveno také například pět pivovarů a minipivovarů, na dalších třech se české společnosti podílely ve formě subdodávek.

Největší zakázkou byla výstavba pivovaru v Etiopii, který byl dokončen loni v únoru. Královéhradecká strojírna ZVU POTEZ do moderního podniku společnosti Raya Breweries dodala kompletní technologie včetně stavebních prací a náhradních dílů v hodnotě více než 764 milionů korun.

Úspěšný je ale také export samotného piva, právě díky pojištění EGAP

se v loňském roce podařilo například humpoleckému pivovaru výrazně navýšit export do Mexika.

České doplňky stravy na íránském trhu

Vývozce doplňků stravy Walmart je příkladem firmy, která je úspěšná v pronikání na nové exportní trhy. A navíc dbá na ošetření rizik spojených s takovým vývozem. V poslední době EGAP pojistil její export například do Arménie, Běloruska či Kazachstánu. Je také první českou firmou, která získala po uvolnění sankcí pojištění EGAP na vývoz svých výrobků do Íránu. V září byla uzavřena pojistná smlouva na vývoz doplňků stravy v hodnotě více než 16 milionů korun. Na mimounijních trzích jsou kromě výrobců doplňků stravy úspěšní také vývozci bylinných čajů a směsí.

Malým a středním firmám vyvážejícím mimo Evropskou unii společnost EGAP nabízí pojištění faktur už od výše sto tisíc korun. Navíc jsou pro ně upravené produkty EGAP tak, aby byly co nejméně administrativně náročné.

Česká hospodářská zvířata zkvalitňují chovy po celém světě

Ve světě je zájem o genetický materiál z českých farem, ať už jde o plemenný skot, či třeba prasata.

■ Ivana Gračková

ivana.grackova@economia.cz

Ekonomicky výhodnější a perspektivnější je vyvážet za hranice produkci s vyšší přidanou hodnotou, nikoliv základní suroviny nebo polotovary bez podílu vlastního know-how. Poučka znějící napříč českým průmyslem ale platí nejen tam. Exportovat s vysokou přidanou hodnotou umí i čeští zemědělci. Ve světě je zájem o genetický materiál z českých farem, ať už jde o plemenný mléčný, či masný skot, prasata, nebo dokonce drůbež. K pozvednutí kvality tamních chovů cestují do okolních zemí živá zvířata a téměř do celého světa inseminační dávky, a v menší míře dokonce i embrya.

„Plemenná zvířata jsou výsledkem šlechtění, tedy zlepšování vlastností daného plemene. Takže vlastně vyvážíme know-how. Je to něco jiného, než je vývoz jatečných zvířat nebo zvířat určených k výkrmu a porážce v zahraničí,“ zdůrazňuje Jiří Motyčka, ředitel Svazu chovatelů holštýnskému skotu.

„Mezi nejčastěji obchodované komodity patří březí plemenné jalovice, ale také inseminační dávky býků, případně embrya,“ vypočítává Josef Kučera, ředitel Českomoravské společnosti chovatelů, která pomáhá s koordinací exportu genetického materiálu. Podle Kučery patří Česká republika v kvalitě šlechtění hospodářských zvířat ke světové špičce i přes relativně malé počty zvířat.

Unikátní systém sběru dat o zvířatech

Velkou výhodou českých chovatelů je velmi rozsáhlý systém kontroly užitkovosti, díky kterému jsou k dispozici detailní informace o velkém množství produkčních i funkčních znaků zvířat. „Ty potom používáme pro odhad genetické kvality jednotlivých zvířat. V databázi původů krav a býků jsou uloženy historické záznamy o řadě



František Kolář ze Stožic patřil k neúspěšnějším chovatelům v Česku. Ač měl jen malé stádo o 25 kusech, jejich plemenná kvalita byla vysoká. Když před zhruba dvěma lety končil kvůli věku své podnikání, rozprodávala se jeho zvířata do Německa, Irska, Dánska, jen málo jich zůstalo v České republice. FOTO: ARCHIV ČESKÉHO SVAZU CHOVATELŮ MASNÉHO SKOTU

generací předků. To nám umožňuje s poměrně slušnou přesností predikovat a garantovat, jaké vlastnosti bude určité zvíře přenášet na svoje potomstvo. Díky velké tradici šlechtění mají naše databáze původu a užitkovosti hospodářských zvířat několik desítek milionů záznamů,“ vypočítává Josef Kučera. Každé zvíře z českých plemenných chovů dostane takzvanou plemennou hodnotu, která vypovídá o jeho kvalitě, očekávané produkci a schopnosti tyto vlastnosti přenášet i na potomstvo. V řadě jiných zemí takové systémy zatím buď zcela chybějí, nebo se teprve budují.

Systém šlechtění založený na poctivém sběru a vyhodnocování dat

o užitkovosti i stanovení jasných kritérií pro výběr nejlepších zvířat nyní přináší ovoce v podobě rostoucího zájmu o český plemenný materiál, který se vyváží do celého světa. Kvalitní produkční stáda z českých exportů vznikla na Ukrajině, v Moldavsku, Uzbekistánu, Kazachstánu, Rusku či Bosně, v posledních dvou letech patří k těm nejzajímavějším, ale také nekomplikovanějším trhům Turecko.

Zatímco živá zvířata lze bezpečně a komfortně přepravovat jen na omezenou vzdálenost, inseminační dávky a embrya, které jsou uchovávány a transportovány v tekutém dusíku při teplotě -196 °C, mohou klidně obletět

celý svět. „Z embryotransferu se narodila česká telata například v Zambii, inseminační dávky jsme úspěšně vyvezli i do Malajsie. V současné chvíli zpracováváme poptávku ze Sýrie,“ vypočítává Josef Kučera. Ročně Česká republika vyváží zhruba 10 až 12 tisíc plemenných zvířat.

Masná plemena na vzestupu

Například masný skot se ještě před pár lety vyvážel v ojedinělých případech, v současnosti se exportují stovky kusů ročně. „Na první pohled se to může zdát jako nízké číslo, ale je nutné si uvědomit, že jako základna slouží pouze zhruba 25 tisíc matek zapsaných v plemenné knize. V Česku se sice chová 210 tisíc krav bez tržní produkce mléka, ovšem drtivá většina z nich jsou komerční, tedy neplemenná zvířata. Navíc systém chovu specializovaných masných plemen u nás odstartoval až po roce 1990,“ vysvětluje Kamil Malát, ředitel Českého svazu chovatelů masného skotu.

Plemenná živá zvířata masného skotu se nejčastěji vyvážejí do zemí Evropské unie. Tradičně největším trhem je Slovensko, dále pak pobaltské země, Rumunsko, Bulharsko, ale i Německo, mimo unii jsou to země bývalé Jugoslávie, například Bosna a Hercegovina. K největším úspěchům českých chovatelů masného skotu patří vývoz českých plemenných býků, kteří působí na zahraničních inseminačních stanicích. „V inseminaci působí jen ti nejlepší z nejlepších. Pokud si tedy českého býka vyhlédne zahraniční inseminační firma, navíc z chovatelsky vyspělé země, pak je to skutečný vrchol, kterého může plemenařící chovatel dosáhnout,“ zdůrazňuje Kamil Malát.

Vzhledem k mléčné krizi a nízkým cenám mléka se zpomalil vývoz plemenného dojného skotu. „Každoročně vyvážíme zhruba čtyři až pět tisíc březích jalovic holštýnského plemene. Zeměmi dovozu jsou Polsko, Rumunsko, Slovensko, Ukrajina. Významným dovozcem je Turecko a bylo také Rusko,“ vypočítává Jiří Motyčka ze Svazu chovatelů holštýnského skotu. Z 800 českých chovů holštýnského plemene jich je zapsaných v plemenné knize zhruba 85 procent. To představuje zhruba 200 tisíc krav, což je 60 procent celkového stavu dojnic v Česku.



Chov holštýnského skotu. FOTO: ARCHIV ČESKÉHO SVAZU HOLŠTÝNSKÉHO SKOTU

Velkou exportní výhodou českých chovatelů je kromě kvality i velikost stád. Kupující si může vybírat z velkého množství zvířat v jednom chovu. „Malé zahraniční farmy, které každoročně prodají několik jalovic, takové možnosti nemají. Obchod probíhá obvykle po celých kamionech, což je asi 33 až 35 jalovic,“ objasňuje Jiří Motyčka. „Zatímco průměrná rakouská farma chová sedmáct krav, v Česku je to více než 250 kusů dobytka. Pro kupujícího to znamená, že si kamion zvířat může složit buď z patnácti rakouských farem, nebo ze dvou našich,“ potvrzuje Josef Kučera.

Inseminační dávky do celého světa

Dál od českých hranic se výsledky práce českých plemenařů dostávají díky vývozu inseminačních dávek, které zajišťuje osm inseminačních stanic. Jednu z největších inseminačních stanic se stovkou býků má společnost Natural z Hradištka pod Medníkem, která ročně vyprodukuje zhruba 1,25 milionu inseminačních dávek. Jejich vývoz postupně stoupá, v současnosti už se pohybuje kolem milionu ročně. Firma vyváží dávky všech plemen – dojnic i masných. „To je naše velká výhoda. Odběratel od nás dostane v jedné zásilce všechna plemena, a nemusí tedy objednávat z více míst,“ vysvětluje Hana Štáfelová, vedoucí ex-

portu firmy. Zájem o inseminační dávky mají zahraniční chovatelé podle ní právě proto, že plemenařská práce je v Česku na západoevropské úrovni. „Například jeden náš polský partner, který dříve distribuoval i dávky z USA, už nakupuje jen od nás poté, co se narodily první dcery našich býků a chovatelé s nimi byli hodně spokojeni. Za významně nižší cenu získali minimálně stejnou kvalitu,“ s hrdostí uvádí Hana Štáfelová. Společnost Natural vyváží do všech zemí Evropské unie a dále do Keni, Vietnamu, Ázerbájdžánu, Turecka, inseminační dávky už exportovala i do Brazílie. „Vyvezli jsme i do USA, ale obchod se Spojenými státy není jednoduchý. Ačkoliv se do Česka a Evropské unie valí velké množství dávek z Ameriky, tak obstrukce veterinárních podmínek při vývozu jsou obrovské,“ konstatovala Hana Štáfelová.

Zájem nejen o skot

Zejména Bělorusko a Ukrajina zušlechťují českým plemenným materiálem také své chovy prasat, zájem byl dříve i v Rusku, kam se ale od ukrajinsko-ruské krize vývoz zastavil. Jak uvádí ředitel Svazu chovatelů prasat v Čechách a na Moravě Jan Stibal, nejvíce se chovaná zvířata exportovala v letech 2014 a 2015. Exportní kapacitu mají podle něj v Česku dva velké chovy a plemenný materiál se do zahraničí vesměs dodává zároveň se stavbou celých farem, takže chovatelé fungují v roli subdodavatelů. Zájem je o plemenné kance i prasničky.

„Snažíme se v této oblasti i o určitou koordinaci našich aktivit. Když například dostane firma, která se zabývá výstavbou stájí pro zvířata, takovou zakázku, usilujeme o to, aby budoucí stáj byla také naplněna zvířaty z Česka a aby se tam dále používal náš genetický materiál,“ dodává Josef Kučera.

Za humna se z Česka dostanou i chovní králíci a nutrie. Podle Elišky Stejskalové z Českého svazu chovatelů jde ale vesměs o výměnu mezi českými a slovenskými chovateli. Specifická je situace u drůbeže. „Díky naprosto unikátní šlechtitelské práci je možné českou genetiku najít ve více než sedesátí zemích světa. Firma Dominant CZ, zaměřená právě na šlechtění drůbeže, patří ve svém oboru k naprosté světové špičce,“ připomíná ředitel Kučera.

Dotace pro účast na zahraničních veletrzích se rok od roku zvyšují

Vývozcí mohou žádat úhradu nákladů nejen v rámci oficiálních účastí ministerstva zemědělství na mezinárodních výstavách, ale i za samostatné prezentace.

■ **Markéta Tomaníková**
vedoucí oddělení komunikace s veřejností
ministerstvo zemědělství
marketa.tomanikova@mze.cz

V roce 2014 a v letech předchozích se v oblasti mezinárodních veletrhů hradily v rámci dotačního programu pouze náklady na výstavní plochu do výše 50 procent, maximálně do částky sto tisíc korun na žadatele, a to pouze na výstavy v rámci oficiálních účastí ministerstva zemědělství.

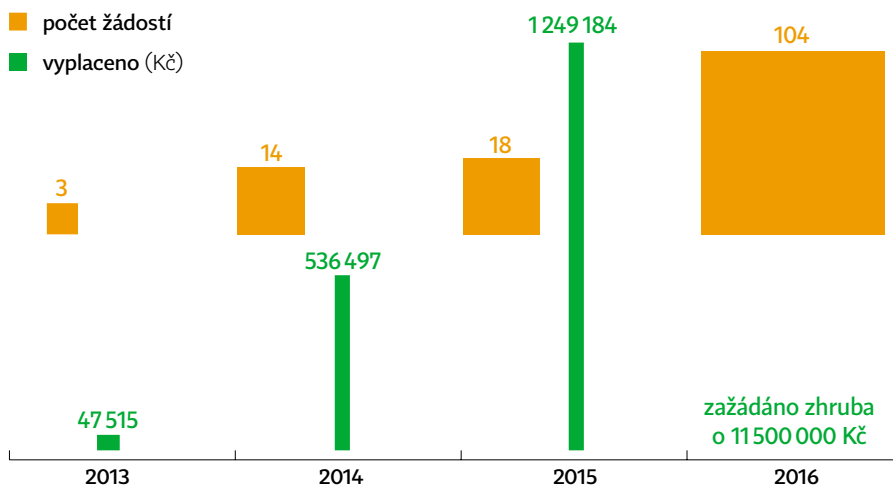
Od roku 2015 rozhodlo vedení ministerstva v souvislosti s nutností podpory exportu zemědělských a potravinářských komodit o výrazném rozšíření dotačního programu. Došlo ke zvýšení úhrady nákladů na výstavní plochy do výše 100 procent (maximálně sto tisíc korun na žadatele), o rozšíření o úhradu nákladů na cestovní výlohy (zpáteční letenka v economy class) a o úhradu registračního poplatku. Tím došlo k výraznému navýšení vynakládané částky oproti roku 2014 na více než dvojnásobek.

Změny v dotacích pro rok 2016

Na základě požadavků firem (které usilovaly o možnost podpory i na akcích, kde ministerstvo zemědělství nemá oficiální expozici) a v důsledku vyšší podpory exportu rozhodlo vedení ministerstva od roku 2016 o dalším rozšíření dotačního titulu. Nově tak už nebylo cílem hradit firmám jenom část nákladů v rámci oficiálních účastí ministerstva zemědělství na výstavách v zahraničí, ale i podpora samostatných prezentací firem.

Po rozšíření dotačního programu se tedy od října 2015 hradí pronájem výstavní plochy do 100 tisíc korun, registrační poplatky v plné výši, jedna zpáteční letenka do veletržní destinace a u dotačního podprogramu pro samostatné prezentace firem je nově

Zájem žadatelů o účast na veletrzích i vyplacená částka se zvyšují



ZDROJ: MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR

hrazena i výstavba stánku bez vybavení do sta tisíc korun.

Dotace je poskytována také pro velké podniky a subjekty, jejichž výroba, produkce a uvádění na trh nespádají do Přílohy I Smlouvy o Evropské unii.

Pro rok 2016 byly vyhrazeny prostředky na dotační program Podpora účasti na mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí ve výši dvacet milionů korun. Z toho pro oficiální účasti s ministerstvem zemědělství pět milionů korun a pro samostatné prezentace firem částka patnáct milionů korun.

Příjem žádostí pro rok 2016 byl ukončen 15. července a celkem bylo přijato 104 žádostí, s celkovým požadavkem na dotaci zhruba 11,5 milionu korun. Vyplacení finančních prostředků se předpokládá do 15. prosince letošního roku.

Přibližně dvacet podniků avizovalo účast na vybraném veletrhu prostřednictvím zaslaného motivačního formuláře, ovšem nakonec o dotaci nepožádaly.

Po ukončení administrace budou firmy osloveny dotazníkem ohledně vyhodnocení efektivity rozšíření dotačního programu (v listopadu až prosinci 2016).

Širší okruh oprávněných příjemců dotace

Od roku 2017 dojde také k opětovnému rozšíření předmětu dotace, kdy se okruh oprávněných příjemců rozšíří například o fyzické a právnické osoby a organizace působící v odvětví loveckých zbraní, střeliva, optiky a firmy zprostředkovávající poplatkové lovy na českém území.

Aktuální informace a kontakty najdete na webu <http://eagri.cz/>.

10 ZAJÍMAVOSTÍ O MLÉKU

Připravila: Markéta Ježková

- 1.** Aktuální stav dojnic v České republice v roce 2016 je podle odhadů 369 000 kusů. Každá z nich nadojí ročně průměrně 8080 litrů mléka, tedy zhruba 22 litrů za den.
- 2.** Mléko a mléčné výrobky patří k základním potravinám, protože obsahují řadu nutričně významných látek. Mléko je definováno jako produkt mléčných žláz savců a pro výživu lidí se u nás používá zejména mléko kravské. Nesrovnatelně méně se konzumuje mléko kozí a ovčí.
- 3.** Mléko a mléčné výrobky patřily ke komoditám, u kterých došlo po roce 1989 k největšímu propadu spotřeby. Do roku 1995 se snížila spotřeba mléka a mléčných výrobků o více než 27 % (zejména konzumního mléka a ostatních mléčných výrobků). Výrazný vliv na tuto situaci mělo podstatné zvýšení cen (odstraněním záporné daně z obrátu). Z hlediska výživy to znamenalo negativní změnu, snížil se příjem vápníku.
- 4.** Nejčastěji chovaným plemenem na mléko je v Česku holštýnský skot, druhým nejčastějším je český strakatý skot, což je původní domácí plemeno. Před 25 lety převládalo kombinované plemeno českého strakatého skotu, teď je zhruba 60 % dojných krav holštýnského plemene.
- 5.** Každý obyvatel České republiky spotřeboval za rok 2015 zhruba 242 litrů mléka, a to ve formě mléka nebo mléčných výrobků (bez másla). Z tohoto množství na každého obyvatele připadne 60,5 litru mléka, které ročně vypije. Máslo spotřeboval v roce 2015 každý Čech 5,5 kilogramu, sýrů 13 kilogramů.
- 6.** Mléko obsahuje bílkoviny, sacharidy, tuky, vitaminy rozpustné ve vodě a tucích, minerální látky a vodu. V jednom litru mléka se nachází 7 gramů minerálních látek (především vápník a draslík). Stopově je také přítomno železo, kobalt, mangan, fluor, molybden a zinek. Dospívající člověk potřebuje 1,3 gramu vápníku za den, přesně tolik je v jednom litru mléka.
- 7.** Pro jednotlivé skupiny savců je charakteristické složení mateřského mléka. U tuleňů přesahuje tučnost 50 %, ze suchozemských savců má nejvýživnější mléko medvěd lední, kde obsah tuku dosahuje až 31 %.
- 8.** Téměř 40 % objemu výroby mléka se z České republiky vyváží už v podobě mléčné suroviny nebo mléčných výrobků. Mléko a mléčné výrobky se v roce 2015 vyvezly do 79 zemí světa, zejména do Německa, Slovenska, Itálie a Polska.
- 9.** Mléko uspává a je nejlepším lékem proti nespavosti. Podle expertů za to může v mléce obsažený tyramin.
- 10.** Blahodárné účinky mléka se často využívají i v kosmetice. Nejčastěji se v kosmetice používá kozí mléko. Kosmetika s kozím mlékem totiž nedráždí a naopak zklidňuje, proto je velmi vhodná pro citlivou a alergickou pleť. Hojně se používá k léčbě ekzémů, lupénky a různých vyrážek. Je vhodná i pro problematickou pleť se sklonek k tvorbě akné. Obsažené látky pomáhají zmírňovat vznik vrásek a další projevy stárnutí pokožky.

Krátké zprávy ze světa

Export do Ruska vzrostl

Český agrární export do Ruska se za prvních osm měsíců letošního roku zvýšil o 14,5 procenta ve srovnání se stejným obdobím roku 2015. České firmy vyvezly potraviny, nápoje a tabák v hodnotě 1,4 miliardy korun. Nejvýznamnějšími agrárními exportními položkami jsou krmiva, násadová vejce, nápoje a přídavky do potravin.

Začíná se opět dařit i v oblasti exportu zemědělských technologií do Ruska. Žací stroje, mlátičky a další zemědělské stroje již nyní překonávají hodnoty vývozu celého loňského roku. Částky se pohybují v řádech stamilionů korun. S ohledem na přetrvávající embargo na dovoz vybraných potravin Rusko plánuje i v příštím roce velké investice do rozvoje a modernizace zemědělství a potravinářského sektoru, což nabízí uplatnění i pro české firmy.

„Politika náhrady dovozu přináší skvělé výsledky. Rusko je soběstačné v produkci brambor, obilí, vepřového a kuřecího masa a cukru. Aby byla naplněna Doktrína o potravinové soběstačnosti Ruska, je potřeba ještě zlepšit výsledky v produkci ryb, hovězího masa a soli. Ruské zemědělství a potravinářství se dynamicky rozvíjí a stává se velmi ziskovým odvětvím. Proto i v následujících letech bude pokračovat příliv finančních prostředků z federálního rozpočtu do jednotlivých regionů,“ uvedl ruský premiér Dmitrij Medveděv na tradiční zemědělské výstavě Zlatý podzim.



V Rusku je zájem o české pivo, oblíbená je v zemi například značka Krušovice (výroba na snímku). FOTO: SHUTTERSTOCK



Současný trend v Saúdské Arábii ukazuje zvyšující se spotřebu jemného pečiva či croissantů.

ILUSTRÁČNÍ FOTO: SHUTTERSTOCK

Spotřeba potravin v Saúdské Arábii roste rychlým tempem

Odhad ročního nárůstu spotřeby potravin v Saúdské Arábii za rok 2016 bude představovat minimálně 7,3 procenta ve srovnání s minulým rokem a podle zdroje TradeArabia.com bude nejvyšší ve srovnání s dalšími regionálními trhy. Nedávno zveřejněné tržby v oboru stravování a pohostinství v Saúdské Arábii vyčíslují velikost zmíněného segmentu trhu přibližně na 8,9 miliardy amerických dolarů a blíží se téměř polovině trhu zemí sdružených v GCC (Rada pro spolupráci zemí v oblasti Perského zálivu).

Předmětný trh v rámci celé skupiny GCC představuje ve finančním vyjádření hodnotu zhruba 19 miliard amerických dolarů. Zpráva uvádí, že se odhaduje jeho růst na 24,5 miliardy dolarů do roku 2018.

Současný trend v Saúdské Arábii představuje odklon zákazníků od konzumace tradičních arabských placek (pečených na pásových pekárnách) ve prospěch zvyšující se spotřeby jemného pečiva (plněného různými náplněmi) a croissantů, k jejichž výrobě se používají pekařské stroje se střední výkonností (obvykle do osmi tisíc kusů pečiva za hodinu). Očekává se, že růst bude podstatně vyšší v letech 2016 až 2020 ve srovnání s obdobím 2010 až 2015. Podobně se odhaduje, že se změnou spotřebitelských zvyklostí poroste objem prodeje cereálních produktů a mšlí sušenek. Šance na export jsou v oboru výroby potravinářských technologií, ale i hotových pekařských a cukrářských výrobků, stejně tak jako pro výrobce plnicích směsí a zlepšujících přísad pro pekaře a cukráře.



Prodej ovoce a zeleniny v Sarajevu.
FOTO: SHUTTERSTOCK

Bosna a Hercegovina: Prudký pád prodeje zeleniny a ovoce na trzích

Donedávna velmi oblíbený a v Bosně a Hercegovině tradiční tržní prodej ovoce a zeleniny, ale i drůbeže zpravidla od lokálních malopěstitelů a malochovatelů zaznamenal značný odliv zákazníků a pomalu se stává historií. Podle Agentury pro statistiku Bosny a Hercegoviny klesl prodej tímto způsobem meziročně u potravinářských výrobků živočišného původu o 15 procent, u drůbeže o 23,5 procenta, a u ovoce dokonce o 24,2 procenta. Spotřebitelé nyní i nákupy tohoto druhu potravin realizují ve velkých marketech, kde mohou najít dovozové a často levnější zboží.

Srbsko: Rozvoj zpracovatelského průmyslu je priorita

Nový srbský ministr zemědělství Branislav Nedimović považuje rozvoj zpracovatelského průmyslu a zvýšení přidané hodnoty v zemědělské výrobě za prioritu. Podle Nedimoviče by měl být upraven zákon o zemědělské půdě tak, aby umožnil pronájem státní půdy na 30 let, pokud nájemce investuje do zpracovatelského provozu nebo výsadby. Při návštěvě jihu Srbska zdůraznil, že extenzivní rozšiřování výsadby nepřináší zlepšení ekonomických ukazatelů, protože nezpracované ovoce se nadále prodává za nízké ceny. Srbsko v obchodní výměně zemědělských a potravinářských produktů dosahuje značného přebytku, ale hlavní exportní položkou je nezpracovaná kukuřice a maliny.

Na západním Balkánu se bojí polských vajec

Smrt pětiletého chlapce v chorvatském městečku Bregalnica, který nedávno zemřel po požití salmonelou nakažených vajec dovezených z Polska, vyvolala obavy u spotřebitelů v celém regionu. Případu se věnovala nejen srbská a chorvatská média, ale i makedonský list Utrinski vesnik, který zdůraznil, že v Makedonii se prodávají vejce hlavně domácí produkce a jen malá část vajec na pultech obchodů je dovezena ze Srbska. O značných obavách spotřebitelů svědčí fakt, že i srbské ministerstvo zemědělství vydalo prohlášení, že na domácím trhu vejce polského původu nejsou.

Autor: Ministerstvo zemědělství ČR

Plán českých expozic pod patronací ministerstva zemědělství v roce 2017



Ochutnávka vín na minulém veletrhu BioFach.

FOTO: NUERNBERGMESSE / THOMAS GEIGER

20. až 29. ledna, Berlín, Německo

Internationale Grüne Woche 2017

Mezinárodní potravinářský, zemědělský a zahradnický veletrh.

15. až 18. února, Norimberk, Německo

BioFach 2017

Veletrh pro biozemědělství a bioprodukcí.

26. února až 2. března, Dubaj, Spojené arabské emiráty

Gulfood 2017

Veletrh potravinářství a pohostinství.

7. až 10. března, Tokio, Japonsko

Foodex Japan 2017

Potravinářský a nápojový veletrh.

18. až 20. května, Šanghaj, Čína

SIAL China 2017

Mezinárodní potravinářský a nápojový veletrh. V letošním roce na výstavě prezentovaly svoje produkty téměř tři tisíce vystavovatelů ze sedmašedesáti zemí světa.

7. až 11. října, Kolín nad Rýnem, Německo

Anuga 2017

Potravinářský a nápojový veletrh, ministerstvo zemědělství bude mít informační stánek v rámci expozice SZIF.

Veletrhy v tuzemsku: Květen, Lysá nad Labem

Natura Viva

Výstava, na které se představí firmy pod-

nikající v oborech myslivost, rybářství, včelařství a zahrádkářství.

11. až 14. května, Brno

Národní výstava hospodářských zvířat a zemědělské techniky

Komplex několika veletrhů, jen samotná Národní výstava je největší přehlídkou živočišné produkce v Česku.

25. až 30. srpna, České Budějovice

Země živitelka

Obnova a rozvoj venkova, představí se rostlinná a živočišná výroba, zemědělská technika či potravinářská výroba a další.

Říjen, Olomouc

Flora Olomouc – podzimní etapa

Výstava představí mimo jiné špičkové produkty ovocnářů a zelinářů.

Více informací o plánovaných akcích najdete na internetové adrese: www.eagri.cz/proexport.

Výběr akcí pro veřejnost, které jsou v plánu na první měsíce příštího roku

28. ledna 2017

Letenské prase aneb Zabijačka v muzeu, Praha

Národní zemědělské muzeum v Praze. Více na webu www.nzm.cz.

1. až 2. února

Mezinárodní konference 25 let monitoringu půd v České republice, Brno

Koná se k příležitosti 25 let od založení bazálního monitoringu půd. Více na webu www.ukzuz.cz.

5. února

Resortní neděle, Praha

Volný vstup do Národního zemědělského muzea pro všechny zemědělce, lesníky, chovatele, včelaře, rybáře a další partnery ze zemědělství. Více na adrese www.nzm.cz.

10. února

Prezentace plemenných hřebců, školení vedoucích smluvních stanic, Tlumačov

Zemský hřebčinec Tlumačov, který je členem Evropské asociace hřebčínů a hřebčinců ESSA. Více na internetové adrese www.hrebcevec-tlumacov.cz.

25. března

Den otevřených dveří v závodu Berounka v Plzni

Pořádá státní podnik Povodí Vltavy. Více na webu www.pvl.cz.

25. března

Den otevřených dveří na vybraných přehradách

Pořádá státní podnik Povodí Odry, otevřeny budou i vodohospodářské laboratoře a dispečinky. Více na www.pod.cz.

20. až 23. dubna

Rudolfův pohár, Kladruby nad Labem



Rudolfův pohár v Kladrubech nad Labem, jeden z minulých ročníků. FOTO: ČTK

Mezinárodní závody koňských spřežení, pořádá Národní hřebčín Kladruby nad Labem. Více informací na adrese www.nhkladruby.cz.

23. dubna

Zámecká pouť na zámku Kačina

Národní zemědělské muzeum zve na tradiční jarní akci na zámku Kačina u Kutné Hory. Více informací na webu www.nzm.cz.

4. května

Jarní třídění chladnokrevných hřebců v testační odchovně, Tlumačov

Pořádá Zemský hřebčinec Tlumačov. Více na www.hrebcevec-tlumacov.cz.

13. května

Cukrářské slavnosti, Praha

Pořádá Národní zemědělské muzeum. Na své si přijdou milovníci (nejen) sladkého mlsání. Více na www.nzm.cz.

Důležité kontakty pro české vývozce

Ministerstvo zemědělství se již více než dva roky aktivně zaměřuje na pro-exportní aktivity v oblasti zemědělství a potravinářství. Mezi hlavní nástroje, které za tímto účelem využívá, patří aktivní účast na veletrzích a výstavách, obchodní mise ministra zemědělství a jeho náměstků či zřízení pozic zemědělských diplomatů. Dále jde o projekty ekonomické diplomacie ve spolupráci s ministerstvem zahraničních věcí, incomingové mise a úzkou spolupráci s institucemi činnými v poskytování exportního financování s podporou

státu – Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP) a Česká exportní banka (ČEB).

Pokud se zaměříme na zemědělské diplomaty, je jejich primárním úkolem vytváření podmínek pro pomoc českým společnostem s úspěšným působením na trhu daného teritoria. V prvním kole byly vybrány čtyři destinace – Rusko, Čína, Srbsko (s přesahem na další země západního Balkánu) a Saúdská Arábie (s přesahem na celý Arabský poloostrov). V současné době se finalizuje vyslání

zemědělských diplomatů do USA, Japonska a Libanonu. Tito lidé nad rámec tradičního udržování dobrých bilaterálních vztahů s danou zemí v oblasti zemědělství a potravinářství působí a budou působit jako podpora pro české společnosti formou monitoringu místního prostředí a vývojových trendů, aktivního vyhledávání exportních příležitostí, pomoci při řešení případných překážek v obchodu a v dalších podobných případech. **Petr Ježek, ředitel odboru zahraničně obchodní spolupráce, MZe**

Kontakty na zemědělské diplomaty České republiky

Rusko



Nikola Hrušková,
Economic Section
tel: +7 459-276 07 01 – 223
fax: +7 499-251 25 27
e-mail: nikola_hruskova@mzv.cz
nikola.hruskova@mze.cz

Embassy of the Czech Republic
12/14, Y. Fuchika St.,
123 056 Moscow
Russian Federation
www.mzv.cz/moscow

Srbsko, Černá Hora, Bosna a Hercegovina, Makedonie



Pavel Svoboda,
Economic Section – Agriculture
tel: +381-11-3336 225
fax: +381-11-3236 448
GSM: +381-63-388 931
e-mail: pavel_svoboda1@mzv.cz

Czech Embassy Belgrade
Bulevar Kralja Aleksandra 22
125 108 Beograd
Republic of Serbia
www.mzv.cz/belgrade

Čína



Vladimír Randáček,
Agriculture and Trade
tel: +86-10-8532 9507
fax: +86-10-8532 9590
e-mail: vrandacek@mzv.cz

Embassy of the Czech Republic
2 Ritan Lu
Jianguomenwai
Beijing 100 600
People's Republic of China
www.mzv.cz/beijing/

Saúdská Arábie



Eduard Řeháček,
Economic & Commercial Section
tel: +966-11-4503 617-9
fax: +966-11-4509 879
e-mail: eduard_rehacek@mzv.cz

Embassy of the Czech Republic
Saad bin Gharir Str.
Al Nuzha District
P. O. Box 94305, Riyadh 11693
Kingdom of Saudi Arabia
www.mzv.cz/riyadh

LISTUJTE SVÝM
OBLÍBENÝM ČASOPISEM.

NE FAKTURAMI.



BEZŠANONU.cz
Online služba na pohodlnou správu vašeho podnikání



Spolehlivý partner českého exportu

EGAP za dobu své existence pojistil export:



76 500 tun pšenice



19,8 tun chmelu



4 350 tun sladu



2 000 hektolitrů piva



8 technologií pro pivovar



45 pekárenských linek



8 farem a zařízení pro chov prasat



8 linek pro sýrárny

