

ČESKÝ EXPORTÉR

PERU,
BRAZÍLIE,
ARGENTINA

Latinská Amerika
nabízí složité
trhy s velkým
potenciálem



Nový Crafter. Přiveze cokoli. I nové standardy do své třídy.



Až 16 asistenčních systémů

Nejširší nabídka pohonů, inovativních asistenčních systémů a nejmodernější pracoviště řidiče.

Nový Crafter. Nová dimenze.

Dodávka roku 2017. Nový Crafter byl navržen přesně na míru profesionálům. Je to první vůz s osmistupňovou automatickou převodovkou určenou pro přední i zadní pohon i pro pohon všech kol. Nabízí více než 15 asistenčních systémů, včetně volitelné ochrany boků nebo parkovacího asistenta Park Assist. A díky maximální flexibilitě nákladového prostoru a volitelného komfortního sedadla ergoComfort je každý pracovní den s ním příjemnější než kdykoli předtím. Seznamte se s novým VW Crafter již nyní u svého prodejce užitkových vozů Volkswagen.



**Užitkové
vozy**



4



10



20

TÉMA

Ambiciózní Peru může přitáhnout pozornost českých exportérů

4

ROZHOVOR: EMIL ULRYCH

Peruánci budují dlouhodobé obchodní vztahy, důvěra je pro ně víc než cena

8

ROZHOVOR: MAREK ZMRZLÍK

**Brazílie a Argentina:
Složité trhy s velkým potenciálem**

10

POHLED NA REGION

**Peru je puma Latinské Ameriky,
Brazílie a Argentina spíše její probouzející se obři**

12

NA CESTĚ

V Brazílii se obchody uzavírají všude, připravte se na divokou jízdu

14

KRÁTCE ZE SVĚTA

Rusko, Německo, Indie

16

KULATÝ STŮL HN – OBCHOD S RUSKEM

České firmy, jděte do ruských regionů. V Moskvě je draho a velká konkurence.

17

ODVĚTVÍ BYZNYSU

**Čeští skláři, nábytkáři a textiláci
jsou v zahraničí opět velkou konkurencí**

18

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR

**Luxusní křišťál z Preciosy nachází bohaté
zákazníky po celém světě**

20

INFORMAČNÍ SERVIS

**Exportní strategie ČR
a využívání proexportních nástrojů**

22

KALENDÁŘ AKCÍ

**Zahraniční veletrhy, kde mohou firmy využít
společnou prezentaci**

24

**České oficiální účasti na veletrzích
v zahraničí v září a říjnu 2017**

**Nejbližší akce exportního vzdělávání
agentury CzechTrade**

Vladimír Bártl

náměstek ministra průmyslu a obchodu ČR



Vážené čtenářky a čtenáři, po velmi pozitivních výsledcích zahraničního obchodu a hlavně vývozu v loňském roce rád konstatuji, že tento růstový trend pokračoval i v prvním měsíci letošního roku. Zahraniční obchod se zbožím vygeneroval vysoký přebytek obchodní bilance, na kterém se podílel hlavně obchod se stroji a dopravními prostředky. Na evropských automobilových trzích stále panuje příznivá situace, zahraničnímu obchodu nahrává i optimistická nálada v eurozóně a náš hlavní obchodní partner, Německo, se těší ze solidního růstu ekonomiky. Slibně se vyvíjejí i zahraniční zakázky průmyslu, proto by pozitivnímu vývoji českého zahraničního obchodu zatím nemělo nic bránit.

Vnitřní trh EU je pro české exportéry přirozeným odbytištěm bez tarifních i netarifních překážek, podíl těchto zemí na celkovém českém vývozu se pohybuje okolo 83–84 procent. Je naším zájmem udržet si stabilní podíl vývozu do země EU, ale také vytvářet podmínky pro usnadnění přístupu českých exportérů na mimo-evropské trhy. Jednou z cest je i zvyšování povědomí o těchto vzdálených teritoriích, informování o podmínkách obchodu, o nástrahách, které na podnikatele mohou v těchto zemích čekat, o zvyklostech, jejichž znalost usnadňuje průběh a zdárné ukončení obchodního jednání. Toto číslo se věnuje zemím Latinské Ameriky, zejména Peru, Brazílii a Argentině. S cílem podpořit přímou spolupráci firem se v tomto regionu uskutečnila řada veletrhů, prezentací i podnikatelských misí. Měl jsem s kolegy z ministerstva obrany příležitost navštívit tento region (Paraguay, Argentina) v čele podnikatelské mise obranného průmyslu v předposledním březnovém týdnu. Těmito aktivitami se snažíme přiblížit co nejvíce tato teritoria našim podnikatelům, tak aby jejich vstup na tamní trhy nebyl krokem do neznáma.

Byl bych rád, kdyby informace, které prostřednictvím Českého exportéra každý měsíc dostáváte, byly přínosným kamínkem v mozaice úvah o možnostech exportní expanze i do vzdálenějších destinací. ■

Vladimír Bártl

Ambiciózní Peru může přitáhnout pozornost českých exportérů

Peru patří mezi nejrychleji rostoucí ekonomiky v Latinské Americe. Letošní růst HDP o 4,2 procenta ale může ovlivnit dopad katastrofálních povodní.

Petr Zenkner
petr.zenkner@economia.cz

Rychle se rozvíjející ekonomiky v Latinské Americe se někdy označují jako pacifické puny. Patří mezi ně Chile, Mexiko, Kolumbie, ale i třicetmiliónové Peru. Jeho hrubý domácí produkt (HDP) v posledních deseti letech vzrostl až na 189 miliard dolarů. Odhady Světové banky pro letošní rok předpovídají peruánskému hospodářství růst o 4,2 procenta, což zemi řadí k nejrychleji rostoucím ekonomikám v regionu.

Pro srovnání, Brazílie, která je i přes tři roky trvající recesi stále největší jihoamerickou ekonomikou, letos čeká, že poroste o půl procenta. To je však stále lepší výsledek než propad o 3,6 procenta HDP za rok 2016 a loňský rozpočtový deficit téměř padesát miliard dolarů, který přibližně odpovídá ročnímu rozpočtu České republiky. Ministr financí Henrique Meirelles ho i přesto slavil jako úspěch, protože brazilská vláda předpokládala, že schodek státního rozpočtu za minulý rok dosáhne až 54 miliard.

Vstup do OECD

Podle aktuální studie Světové banky „Doing Business 2017“, která porovnává celkem 189 států, je v Peru jedno z nejlepších prostředí pro podnikání v celé Latinské Americe, hned po Mexiku a Kolumbii. Země skončila v hodnocení na 54. místě, zatímco Brazílie až na 123. místě. O mnoho lépe si nevedla ani Argentina, dříve jeden ze symbolů ekonomického úspěchu v regionu skončil na 116. pozici. Peruánskou ekonomiku oceňuje i studie německé Deutsche Bank porovnávající makroekonomickou a finanční odolnost rozvíjejících se ekonomik. Peru v ní skončilo na čtvrtém místě na světě, po Rumunsku, Thajsku a Polsku.

Ambicí Peru je vyrovnat se v budoucnu ekonomickému lídrovi regionu, jímž je dlouhodobě Chile s průměrným příjmem na hlavu přes 25 tisíc dolarů. V případě Peru je to zatím pouze čtvrtina z této částky. Do roku 2021, kdy bude země slavit 200. výročí nezávislosti, se chce Peru také stát řádným členem Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD). Země by si tak oficiálně potvrdila status rozvinuté světové ekonomiky. Z latinskoamerických států jsou členy OECD zatím

Hospodářské profily



Peru

• počet obyvatel	31,5 milionu
• růst HDP (2016)	3,9 %
• předpověď růstu (2017)	4,8 %
• celkový HDP	189 miliard dolarů
• HDP na hlavu	6200 dolarů
• deficit	2,7 % HDP
• Doing Business 2017	54. místo
• měna	peruánský sol
• úřední jazyk	španělština



Brazílie

• počet obyvatel	206 milionů
• největší země v Latinské Americe a pátá nejlidnatější na světě.	
• růst HDP (2016)	3,60 %
• předpověď růstu (2017)	0,50 %
• celkový HDP	1,8 bilionu dolarů
• HDP na hlavu	9850 dolarů
• deficit	49,5 miliardy dolarů
• Nejhorší výsledek od roku 1997, Brazílie má výrazný deficit již třetí rok po sobě, loňský byl o 27 % větší než v roce 2015.	
• doing Business 2017	123. místo
• měna	brazilský real
• úřední jazyk	portugalština



Argentina

• počet obyvatel	43,8 milionu
• růst HDP (2016)	2,3 %
• předpověď růstu (2017)	2,7 %
• celkový HDP	583,2 miliardy dolarů
• HDP na hlavu	14 510 dolarů
• deficit	4,6 % HDP
• Vláda chce do roku 2019 snížit deficit státního rozpočtu na 2,2 % HDP.	
• Doing Business 2017	116. místo
• měna	argentinské peso
• úřední jazyk	španělština

ZDROJ: SVĚTOVÁ BANKA, VLÁDNÍ STATISTIKY

pouze Chile a Mexiko. Symbolickým centrem světové ekonomiky se zatím v říjnu 2015 na několik dní stalo peruánské hlavní město Lima, když zde měly své výroční zasedání Mezinárodní měnový fond (MMF) a Světová banka.

Význam těžebního průmyslu

Klíčovým sektorem peruánské ekonomiky je těžební průmysl, na který připadají asi dvě třetiny exportu, hlavně do Číny, jež je největším odběratelem komodit na světě a jejíž ekonomický růst táhne poptávku po místních surovinách.

Jen mezi roky 2006 až 2011 šlo do důlních investic v Peru kolem 14 miliard dolarů. Odhaduje se, že do roku 2020 dosáhnou celkově 60 miliard. Většina těžebních firem jsou soukromé zahraniční společnosti, často globální kolosy. Není divu, protože v Peru jsou jedny z největších světových ložisek stříbra, mědi nebo zinku. Země také disponuje velkými zásobami železné rudy, olova či zlata. V roce 2006, kdy se cena komodit vyšplhala na úplný vrchol, připadala na těžební průmysl v Peru až pětina tehdejšího HDP.

I díky rezervám z příjmů z těžby mezi roky 2006 a 2011 se Peru nakonec dokázalo vyrovnat s následným pádem cen komodit. Ten byl největší během roku 2015, kdy se například ceny mědi propadly o desítky procent. Pro zemi, kde jsou tři z pěti největších měděných dolů na světě, šlo o velmi vážný problém. Nyní se situace zlepšila a tuna mědi se na burze kovů v Londýně prodává za částku kolem 5800 dolarů. Podobně jsou již vyšší i ceny zinku, železné rudy a dalších kovů.

Důležitým sektorem zůstává v Peru tradičně zemědělství a rybolov, stejně jako jejich následné zpracování, kde hrají významnou roli menší rodinné firmy. Z některých se ovšem v průběhu let vytvořily obrovské koncerny. Příkladem může být skupina Romero, která se od výroby klobouků v předminulém století proměnila v holding, jenž na začátku 21. století působí v potravinářství, má plantá-



Metropole Lima je centrem početně rostoucí a ekonomicky sílící peruánské střední třídy. FOTO: SHUTTERSTOCK

Pozice USA v regionu ale od období vlády prezidenta George Bushe ml. klesá, což v minulých letech souviselo i s odklonem latinskoamerických vlád, hlavně Brazílie, od ekonomického liberalismu. Levicovější vlády viděly možnost, jak americký vliv vyvážit, hlavně v Číně. Tento trend se sešel s rostoucí poptávkou po surovinách ze strany největší asijské ekonomiky. „Růst Číny zvýšil její poptávku po surovinách, což v případě Peru a Chile byla hlavně měď a další kovy, u Brazílie a Argentiny šlo pak také hodně o zemědělské produkty,“ vysvětluje Petr Boháček z Výzkumného centra Asociace pro mezinárodní otázky. Podle Boháčka Čína také dramaticky zvýšila export vlastního spotřebního zboží do těchto zemí a podílela se zde i na řadě stavebních projektů.

„Pokud jde o důležitost regionu, je ale Latinská Amerika pro Čínu na spodních příčkách. Přítomnost Číňanů je ekonomická, nikoliv geopolitická. Proto Spojené státy nevidí pronikání Číny jako hrozbu,“ dodává Boháček.

Z českých firem můžeme jmenovat společnost Česká zbrojovka, která loni začala v peruánské armádním závodě FAME montovat a opravovat svoje pistole. Jde o první investiční spolupráci mezi českou a peruánskou firmou v obranném průmyslu. Pro zbrojovku z Uherského Brodu to je i první případ technologické spolupráce v celém regionu Latinské Ameriky.

Snížení chudoby

Ekonomický růst, k němuž došlo hlavně v posledním desetiletí, posunul životní úroveň v Peru výrazně nahoru. Ještě kolem roku 2000 žila nadpoloviční většina obyvatel země na hranici chudoby, nyní je to už jen zhruba dvacet procent. Na druhou stranu, přes tři miliony lidí stále žije s příjmem pod dva dolary za den. Jde hlavně o obyvatele venkovských oblastí Amazonie a indiánské komunity v Andách. Naopak desetimilionová metropole Lima je centrem početně rostoucí a ekonomicky sílící peruánské střední třídy, která má stále větší zájem o kvalitnější spotřební zboží.

Hustota obyvatelstva je rozdělená dost nerovnoměrně. Na mapě to sice tolik nevyjadřává, ale Peru je obrovská země. S rozlohou 1,285 milionu kilometrů čtverečních je větší než Francie a Španělsko dohromady. Až polovina Peruánců žije na pacifickém pobřeží, které zabírá desetinu rozlohy země. Druhou částí země je pohoří Andy, které někde dosahuje výšky až 6500 metrů. Třetí a největší oblastí Peru jsou pralesy Amazonie, jež tvoří asi 61 procent rozlohy a jsou nejméně obydlené. Na druhou stranu se právě tady nachází poměrně velká ložiska ropy a zemního plynu a také klíčové vodní zdroje.

Otevřená ekonomika

Peru chce být maximálně otevřenou ekonomikou, což platí i pro další členy takzvané →

Z evropských zemí se v Peru daří hlavně Německu, které těží z toho, že německé výrobky jsou pro Peruánce symbolem kvality.

že cukrové třtiny, zpracovává rybí moučku, ale také vlastní síť benzinových pump a telekomunikace.

Sektorem, jenž za posledních dvacet let vyrostl ve třetí nejdůležitější pro peruánskou ekonomiku, je turistický ruch. Do země ročně přijíždí přes tři miliony návštěvníků. Díky nim se rozvíjí i navazující sektor služeb.

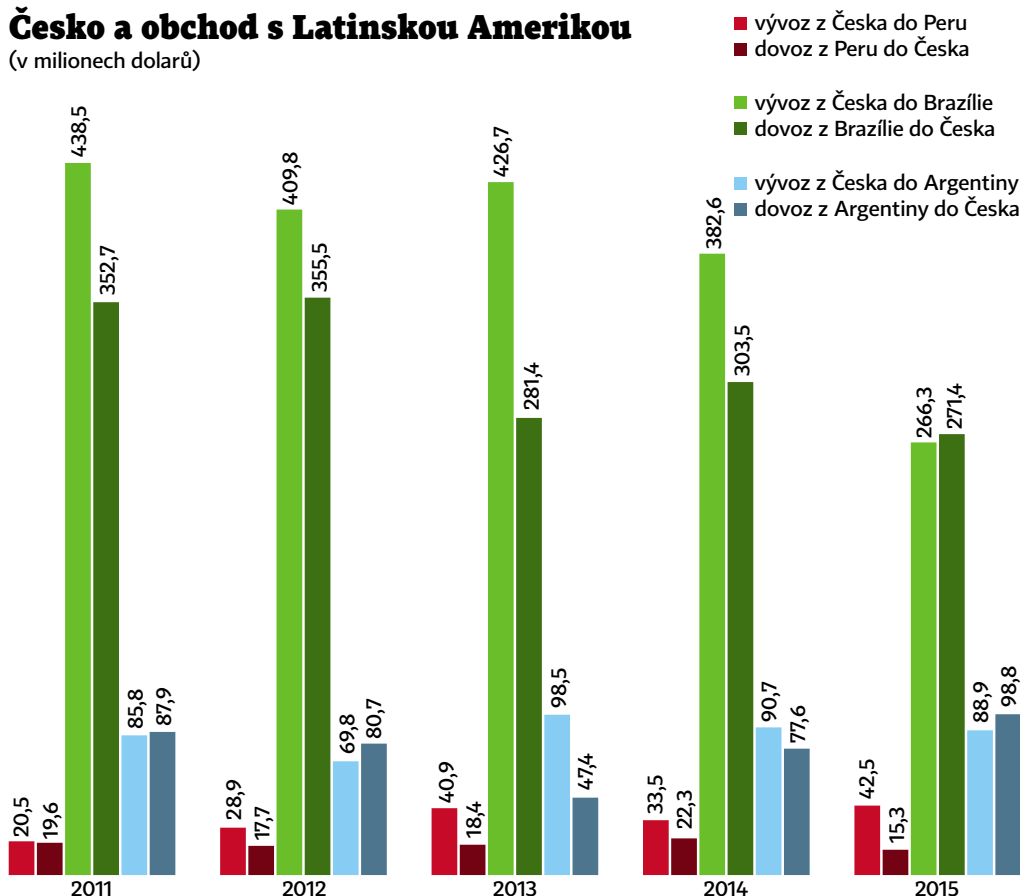
Role Číny, USA a Evropy

Největší obchod s Peru mimo latinskoamerické státy vykazují Čína a Spojené státy americké.

Pokud jde o Peru, z evropských zemí se v této zemi daří hlavně Německu, které těží z toho, že německé výrobky jsou pro Peruánce symbolem kvality. Zvláště v porovnání se zbožím z Číny. Tradičně má v zemi silnou pozici Španělsko, které profituje z dlouhodobých historických vazeb a z výhody společného jazyka. Na místním trhu podniká více než tři sta španělských firem. Naopak z menších států EU je možné vyzdvihnout pozici Švédska. Na místním trhu působí několik desítek švédských firem, ať už přímo, či prostřednictvím místních zástupců.

Česko a obchod s Latinskou Amerikou

(v milionech dolarů)



ZDROJ: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD

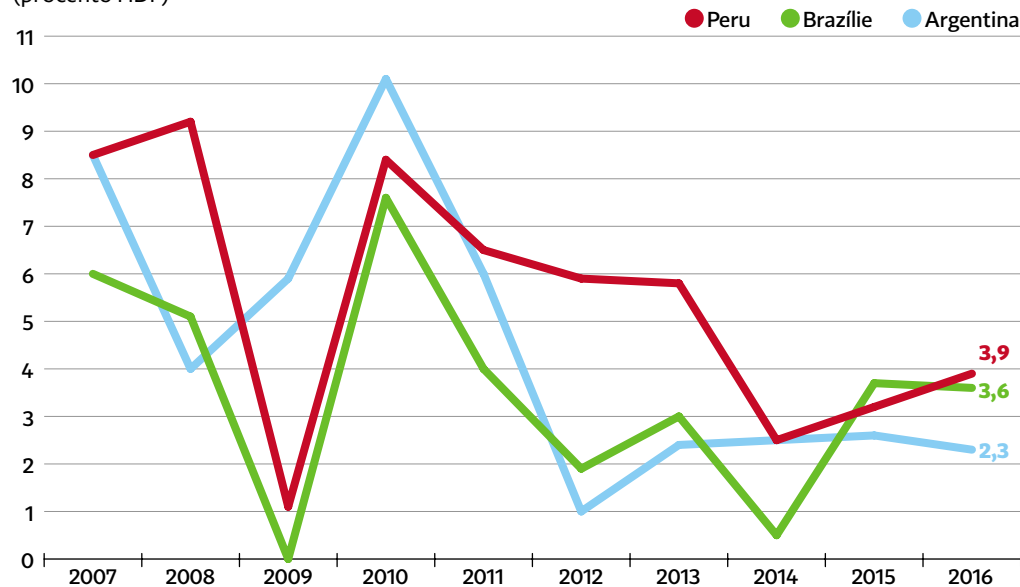
Pojištění projektů od EGAP

	pojištěné projekty	hodnota pojištění
Peru	9	99 milionů Kč
Brazílie	46	1 miliarda Kč
Argentina	35	580 milionů Kč

ZDROJ: EGAP, ÚDAJE OD ROKU 1992

Vývoj HDP

(procento HDP)



ZDROJ: REUTERS

Tichomořské aliance, která vznikla v roce 2011. Mezi jejími členy je minimum bariér, proto exportní úspěch v Peru může znamenat také otevřenou cestu do Chile, Kolumbie nebo Mexika, tedy na trhy s dohromady více než 200 miliony obyvatel.

Zejména oproti Peru jsou Brazílie a Argentina stále velmi ochrannářské a přístup na jejich trhy je komplikovaný kvůli systému daní a dovozních cel. Oba největší státy v Jižní Americe patří k hlavním zakladatelům jiného integračního uskupení, jímž je Mercosur, jenž vznikl v roce 1991.

„Zatímco obrat zemí Pacifické aliance konstantně stoupá, bilance Mercosuru dlouhodobě spíše stagnuje,“ upozorňuje Šárka Stegbauerová, výkonná ředitelka Smíšené obchodní komory Česko-Tichomořská aliance (ČESTA), která se mezi českými podniky snaží více propagovat exportní možnosti do pacifických zemí. Podle Stegbauerové navíc s možným sblížením se státy Pacifické aliance koketuje španělsky mluvící Argentina – země, která si v minulých letech prošla bankrotem a obdobím vysoké inflace.

Od roku 2015 je argentinským prezidentem stavební podnikatel a bývalý starosta metropole Buenos Aires Mauricio Macri. Zastánce hospodářských reforem ukončil éru takzvaného kirchnerismu, který reprezentovali manželé a postupně také prezidentů Néstor Kirchner (2003–2007) a Cristina Fernándezová Kirchnerová (2007–2015).

Éra levicových vlád skončila také v Brazílii. Pravicový politik Michel Temer v srpnu 2016 ukončil vládu levicové prezidentky Dilmy Rousseffové, kterou parlament sesadil kvůli manipulacím s výsledky státního rozpočtu. Temer zemi řídil již několik měsíců předtím jako viceprezident, kdy byla Rousseffová coby první žena v čele Brazílie dočasně z funkce sesazena. Temer je zastánce privatizace a rozpočtových škrťů. Avizoval i omezení některých sociálních programů, které označuje za nemístné plýtvání veřejnými penězi. Za vládní prioritu Temer vyhlásil omezení výdajů rozpočtu, přilákání zahraničních investic, omezení nezaměstnanosti a zahájení reformy penzijního systému.

Investice do vody

Hlavně oproti Brazílii je nynější politická situace v Peru stabilnější. Otevřenost její ekonomiky se projevuje třeba i větší možností zahraničních firem účastnit se veřejných tendrů. V Peru je velmi populární investiční spolupráce se soukromým sektorem při veřejných investicích do infrastruktury nebo veřejných služeb.

Kromě získání soukromých investic a podpory obchodu počítá peruánský rozpočet na rok 2017 se zvýšením veřejných výdajů na více než deset miliard dolarů. Například ministerstvo zodpovědné za bydlení, stavebnictví a odpadové hospodářství počítá se dvěma miliardami dolarů investic. Buduje se

také nová infrastruktura – například metro v Limě nebo nové letiště ve městě Chinchero, jež leží v turistickém regionu Cusco.

Velké investice plynou v Peru i do zlepšení dodávek pitné vody a čištění odpadních vod. Jediná funkční čistička je v hlavním městě a miliony obyvatel stále nemají snadný přístup k pitné vodě. Podle odhadů musí peruánská vláda do tohoto sektoru v příštích pěti letech nalít přes 18 miliard dolarů.

K investicím do vodního hospodářství určitě povede i současná přírodní katastrofa, která Peru zasáhla. V důsledku klimatického jevu El Niño, který otepluje povrch západní části Tichého oceánu, zasáhly zemi nejhorší záplavy za posledních dvacet let. Zahynulo při nich už téměř sto lidí a desetitisíce dalších ztratily střechu nad hlavou.

Podle meteorologů měly záplavy pokračovat i během dubna. V reakci na povodně a problémy s dodávkami vody už státní společnost Sedapal oznámila, že postaví další dvě vodní nádrže, každou s kapacitou 1,5 milionu kubických metrů.

V energetice je zase pro Peru velkým tématem modernizace a rozšiřování rozvodných sítí. Kvůli komplikované geografii jsou v zemi důležitou možností takzvané ostrovní systémy, které jsou perspektivní také u těžebního průmyslu. Peruánská vláda vidí budoucnost i v podpoře obnovitelných zdrojů energie, ať už jde o solární, větrnou nebo vodní energii. Jen její potenciál se odhaduje na 70 gigawattů instalovaného výkonu.

Prezident bankéř

K liberálnější ekonomice vede Peru i nový prezident Pedro Pablo Kuczynski, který zvítězil loni v červnu ve velmi těsné a vyhrčené volební kampani. O pouhých 40 tisíc hlasů porazil Keiko Fujimoriovou, dceru jiné peruánské politické veličiny Alberta Fujimoriho, který zemi vládl v letech 1990 až 2000. Úspěšný vítěz v boji s maoistickými teroristy ze Světlé stezky také zahájil v 90. letech liberální ekonomické reformy, které stály za první vlnou ekonomického růstu v Peru. Na druhou stranu proslul Fujimoriho režim autoritářstvím, korupcí a omezováním demokracie. Bývalý prezident je nyní ve vězení, kde si odpykává trest 25 let odnětí svobody za porušování lidských práv, únosy a podíl na zabítí více než dvaceti lidí. Odsouzen byl i za korupci a rozkazy k odposlechům svých politických oponentů.

Jeho dcera Keiko stojí v čele strany Fuerza Popular (Lidová síla), se 73 poslanci nejsilnější strany v peruánském parlamentu. Ačko-

liv je v Peru prezidentský systém, je nutné s politickou rodinou Fujimoriových nadále počítat. Prezidentova strana Peruanos Por el Cambio (Peruánci pro změnu) má ve 130členném parlamentu jen 18 mandátů. Fujimori ani Kuczynski ale nepatří k levicovému tábora a v názoru na ekonomiku je u nich možná shoda, která vyplývá i z nutnosti spolupráce.

Kuczynski peruánským voličům sliboval hlavně reformu ekonomiky po vládě levicového prezidenta Ollanty Humaly (2011–2016). Nový prezident je typickým příslušníkem peruánské elity. Potomek polských a francouzských emigrantů, kteří přišli do země ve 30. letech, studoval na britském Oxfordu a americkém Princetonu. Pracoval pro Světovou banku a řídil i banku na Wall Street. V 90. letech založil investiční fond se zaměřením na Latinskou Ameriku. V peruánské politice se Kuczynski pohybuje od roku 2000 a je spojený s pravicovou érou po pádu Alberta Fujimoriho. Nejdříve pracoval jako ekonomický poradce tehdejšího prezidenta Alejandra Toleda, potom byl ministrem financí a v letech 2005 až 2006 premiérem. Tříletou epizodu s peruánskou politikou měl ale už v 80. letech, kdy se vrátil z USA a stal se ministrem pro energetiku a těžební průmysl.

Skandál Petrobras

Politickou nestabilitu by však mohl do Peru kromě povodní vnést i korupční skandál spojený s brazilskou státní ropnou společností Petrobras a stavební firmou Odebrecht. Ta je největší v Latinské Americe a zaměstnává přes 180 tisíc lidí. Zároveň je zapletená do největší korupční kauzy v historii Brazílie a její bývalý šéf Marcelo Odebrecht byl loni v srpnu odsouzen k 19 letům vězení.

Kauza Petrobras začala v březnu 2014 jako vyšetřování několika skupin podnikatelů, kteří prali špinavé peníze, okrádali stát na daních a falšovali dokumenty. Jedním z nich byl i Paulo Roberto Costa, jenž v letech 2004 až 2012 šéfoval energetické společnosti Petrobras. Costa přistoupil na dohodu s prokuraturou výměnou za nižší trest ve výši 12 let a možnost odpykat si ho v domácím vězení. Jmenoval za to několik desítek brazilských politiků, kteří podle něj brali úplatky za zprostředkování zakázek Petrobrasu pro různé firmy. Kvůli předraženým zakázkám tak Petrobras přišel o několik miliard dolarů.

Nyní je už v Brazílii vyšetřováno 83 vysoce postavených politiků z různých stran, včetně donedávna nevlivnější Strany pracujících. Patří k nim též ikona levicového populismu, exprezident Luiz Inácio Lula da Silva



Brazilská ropná společnost Petrobras přišla kvůli předraženým zakázkám o několik miliard dolarů. FOTO: SHUTTERSTOCK

(2003–2011), během jehož vlády zažila Brazílie díky růstu cen komodit na světových trzích obrovský ekonomický vzestup. Měla tak dostatek peněz na rozsáhlé sociální programy, ale i na velkolepé snahy o zvýšení prestiže Brazílie při pořádání mistrovství světa ve fotbale (2014) a olympiády v Rio de Janeiru (2016).

Mezi vyšetřovanými v kauze Petrobras je i další exprezident Fernando Collor de Mello, který byl v 90. letech naopak zastáncem pravicové neoliberální politiky. Členkou správní rady Petrobrasu byla v letech 2003 až 2010 také sesazená Dilma Rousseffová. Exprezidentka jakákoliv obvinění odmítá.

Skandál zasahuje ale také další latinskoamerické země, včetně Peru. Za přijetí úplatku 20 milionů dolarů od stavební firmy Odebrecht je vyšetřován i exprezident Toledo. Peruánský prezident Kuczynski, který je s tímto politikem bytostně spjatý, dokonce v únoru požádal nového amerického prezidenta Donalda Trumpa, aby zvázil jeho vydání ze San Franciska, kde nyní pobývá.

Peruánská centrální banka také koncem března kvůli dopadům povodní snížila odhad letošního hospodářského růstu na 3,5 procenta a 4,1 procenta v roce 2018. Podle guvernéra banky Julia Velardeho se zřejmě zvýší i deficit státního rozpočtu, který vláda plánovala na 2,8 procenta HDP. „Letos naši ekonomiku zasáhne El Niño a odložení velkých projektů,“ řekl Verlade na tiskové konferenci. Prezident Kuczynski proto případně zvažuje podpořit domácí poptávku pomocí státních fondů.

Velké investice plynou v Peru i do zlepšení dodávek pitné vody a čištění odpadních vod. Peruánská vláda bude muset do tohoto sektoru v příštích pěti letech nalít přes 18 miliard dolarů.

Peruánci budují dlouhodobé obchodní vztahy, důvěra je pro ně víc než cena

V Peru preferují evropské zboží a jsou ochotni si připlatit za kvalitu. České zboží tam má dlouhodobě dobrou pověst, říká Emil Ulrych, vedoucí kanceláře CzechTradu v Limě.

Ivana Gračková
spolupracovnice redakce
ivana.grackova@economia.cz



Emil Ulrych

vedoucí zahraniční kanceláře CzechTradu v Limě
emil.ulrych@czechtrade.cz

Je absolventem Mendelovy univerzity v Brně. Po dokončení studií pracoval v různých zemích Latinské Ameriky. Nejprve v roce 2004 v Ekvádoru v oblasti Loja pro nevládní organizaci Colinas Verdes jako vedoucí projektů. Poté několik let v Guatemale jako poradce národního lesnického institutu pro implementaci českého know-how. V Kolumbii pro místní Bosques del Futuro stavěl pilařský závod na zpracování dřeva z plantáží v provincii Córdoba. Od roku 2011 působil ve funkci ředitele výrobního závodu CGS Automotive de Mexico, spadajícího do skupiny ČGS Česká gumárenská společnost v Mexiku, ve státě Guanajuato. Od roku 2016 je vedoucím zahraniční kanceláře v Limě a od ledna 2017 je zároveň ředitelem regionálního centra Latinské Ameriky CzechTrade.

FOTO: CZECHTRADE

V červenci to bude rok, co v Peru působí Emil Ulrych, vedoucí kanceláře CzechTrade v Limě a zároveň regionální ředitel agentury pro celou Latinskou Ameriku.

Letos v únoru jste měl podruhé příležitost zúčastnit se v Praze meeting pointu zástupců všech zahraničních kanceláří CzechTradu s českými exportéry. Zaznamenal jste nějaký posun od loňského léta?

Ptát se na exportní možnosti do Peru přichází firmy ze stejných oborů, což je hlavně energetika, zdravotnictví, obrana, životní prostředí. Letos jsem ale zaznamenal více firem, které hledají nové trhy, aby nahradily ty, jež jsou v poslední době problematictější, tedy například Rusko, země celého Blízkého východu, Egypt, Saúdskou Arábii, Irák. Mohu konstatovat, že země Latinské Ameriky jsou v tomto srovnání skutečně velmi perspektivní, politicky stabilní, snad až na nějaké výjimky, jako je Venezuela, kde jsou teď trochu problémy. Latinská Amerika je dlouhodobě rychle rostoucí region, většina zemí má výborné finanční zázemí.

Narazí v Peru český exportér přesto na nějaké bariéry?

Za největší bariéru považují jazyk. Topmanažeri ve velkých firmách sice umí anglicky, ale jinak v Peru a téměř v celé Latinské Americe dávají přednost španělštině. Peruánci jsou zvyklí vést obchodní jednání ve svém rodném jazyce, takže znalost španělštiny je tady velkou výhodou. Přinejmenším materiály je nutné mít připravené ve španělštině. Ovšem v České republice se tento jazyk běžně vyučuje na mnoha školách a není nijak složitý. A lze s ním oslovit obrovský trh s 300 miliony obyvatel, takže stojí za to se ho učit.

Není pro obchod bariérou velká vzdálenost?

Peru je pro nás relativně daleko, je to 14 hodin letu s přestupy. Zpáteční letenka z Prahy do Limy přijde zhruba na tisíc dolarů, což je přijatelné. Většina obchodů se realizuje přímo v největším městě Peru Limě, takže už není nutné nikam dál přejíždět. Doprava zboží po moři kontejnerem trvá pět až šest týdnů, cena čtyřicetistopého kontejneru se pohybuje

kolem 5 až 6 tisíc dolarů, což také není nijak přehnaná částka. Při současné globalizaci proto nevnímám logistiku jako bariéru. Navíc výhodou Latinské Ameriky je, že když obchodujete v Peru, můžete jednoduše přeletět třeba do Chile nebo do Brazílie a dál tam rozvíjet svůj byznys. Obchodník by měl tento kontinent vnímat jako celek.

Jak byste charakterizoval peruánský trh?

Je velmi otevřený. Peru je druhá nejotevřenější ekonomika světa. Má dohody o volném obchodu se 48 zeměmi světa včetně Číny, Japonska, Jižní Koreje, celé Evropy. Evropská unie má dohody o volném obchodu nejen s Peru, ale i s dalšími zeměmi Latinské Ameriky jako Mexiko, Kolumbie, Chile. Fungují také vnitřní dohody o volném obchodu, například Pacifická aliance nebo Mercosur.

To ale znamená, že tam je obrovská konkurence. Mají české firmy šanci se uplatnit?

Konkurence je všude na světě a české firmy nabízejí velmi kvalitní výrobky, kterými jsou schopny prosadit se na evropských trzích i v Asii či Africe, takže mají velkou šanci uchytit se i na peruánském trhu. I z toho důvodu, že Peruánci preferují evropské zboží a jsou ochotni si připlatit za kvalitu. České zboží má v Peru dlouhodobě dobrou pověst, už Československo dodávalo do Peru obrněné vozy, tanky, které pomohly Peruáncům při konfliktu s Ekvádorem. Při loňské inauguraci nového prezidenta Pedra Pabla Kuczynského jel tank české výroby v čele vojenské přehlídky. Historicky jsou v Peru známy také značky Škoda nebo Baťa. Peruánci znají české pivo, přestože se tam nedováží.

Jsou obory, které považujete pro české firmy za zvláště perspektivní?

Peru nemá nijak výrazný lehký ani těžký průmysl, takže čeští výrobci se tam velmi dobře uplatňují s veškerým strojním zařízením, elektronikou, plastovými výrobky, zdravotnickým vybavením. Jakékoliv sofistikované výrobky s vyšší přidanou hodnotou se velmi dobře prodávají.

V současnosti je prioritou pitná voda. Asi 20 procent peruánského obyvatelstva k ní nemá stálý přístup, což chce současná vláda



Peruánské Machu Picchu je úchvatnou ukázkou toho, co dokázaly dávné civilizace. FOTO: SHUTTERSTOCK

změnit, proto investuje velké částky do technologií a programů zaměřených na vodu. Dalšími obrovskými tématy jsou zdravotnictví a školství. Značné prostředky se uvolňují na stavbu škol a nemocnic. Posilovat se bude i obrana, protože předchozí vlády moc neinvestovaly do vnitřní bezpečnosti ani požární ochrany. Nakupuje se nové vybavení pro armádu. Krásným příkladem, jak v tomto segmentu české firmy budují, je Česká zbrojovka, která zahájila společnou výrobu s místním vojenským podnikem a aktuálně se uchází o tendry na dodávky pistolí.

Takže se čeští výrobci mohou orientovat hlavně na vládní zakázky?

Státní tendry jsou pro naše firmy zajímavé, ale bývají složitější. Soukromý sektor je v Peru také velmi silný. Jeho hlavním odvětvím je důlní průmysl, který tvoří 65 procent peruánského exportu. Uplatnění výrobků pro soukromý sektor je přitom jednodušší.

Jací jsou Peruánci obchodníci?

Pro Peruánce je důležitá důvěra v obchodního partnera, která hraje možná i větší roli než cena výrobku. Peruánci jsou trochu staromódní, neuznávají moderní on-line obchodování, budují trvalé obchodní vztahy. Jsou velmi srdeční. Setkal jsem se s tím, že už na prvních schůzkách chtěli podepisovat kontrakty. Jsou otevření, osobně se s nimi dá rychle dohodnout, ale komunikace přes e-mail je zdlouhavá, kostrbatá a vesměs nikam nevede. Osobní přítomnost v teritoriu je

proto nutná. Oficiální podpora velvyslanectví nebo agentury CzechTrade je pro ně zárukou, že výrobek nebo firma jsou solidní, mají totiž důvěru k institucím.

Pomáháte českým firmám hledat partnery?

Dostat firmu na latinskoamerický trh je naše hlavní práce. Kromě vyhledávání partnerů také ověřujeme jejich solidnost, kredibilitu, zprostředkováváme jednání, organizujeme účast českých firem na veletrzích. Například v květnu budeme mít na obranném veletrhu Sitdef český stánek o rozloze 80 metrů čtverečních, ve kterém se bude prezentovat šest až sedm českých firem. Osvědčují se také různé formy misí. Na druhou polovinu června připravujeme incomingovou misi za celou Latinskou Ameriku. Do České republiky přivezeme zástupce leteckého a obranného průmyslu z Mexika, Kolumbie, Peru, Chile a Brazílie se zájmem o radary, ultralighty, nadzvuková letadla, vybavení letišť a podobně. Je to podle mého názoru velmi efektivní nástroj pro navázání prvních obchodních kontaktů.

Je lepší mít v zemi vlastní obchodní zastoupení, nebo se obrátit na místního partnera?

Obě varianty jsou dobré, ale doporučujeme mít svůj obchod pod kontrolou. Ovšem zejména na počátku je vhodné vzít si místního partnera, který už má zvládnutý marketing a také distribuční síť. Zejména na počátku obchodování doporučujeme platbu předem, akreditivem. Za samozřejmé považujeme pojištění.

Desatero pro obchodování s Peru

- 1.** Komunikujte ve španělštině. Španělština posune vaše obchodní vztahy na vyšší úroveň spíše než dokonalá angličtina.
- 2.** Propagační materiály mějte připravené ve španělštině. Pro začátek alespoň vložte jednu stránku španělsky s informacemi o vás a vašich výrobcích nebo službách.
- 3.** Osobní přístup a osobní jednání. V Peru je obchod založený na osobních sympatiích, výrobek a obchodní podmínky se řeší až ve druhé fázi.
- 4.** Šaty dělají člověka. Vaše prezentace je vizitkou vaší firmy i práce.
- 5.** Nekritizujte místní poměry! Když se vám něco nelíbí, sdělte to diplomaticky. Nemá-li to vliv na váš obchod, raději se nezmíňujte vůbec.
- 6.** Nespěchejte! Skutečně platí, že trpělivost růže přináší.
- 7.** Poznejte peruánskou historii a kulturu, místní to ocení.
- 8.** Drobné dárky s odkazem na vaši firmu nebo Českou republiku pomáhají navázat s obchodním partnerem emotivní vztah.
- 9.** Problémy se mají řešit. Nabídněte protějšku komplexní řešení jeho situace, včetně alternativ.
- 10.** Oficiální podpora agentury CzechTrade nebo zastupitelského úřadu vám v Peru dodá vyšší kredit při jednání s partnerem a zejména se státní správou.

Jaká je bilance vzájemného obchodu?

Je více méně vyrovnaná. Do České republiky se z Peru dováží hroznové víno, avokádo, pomeranče, ořechy, textil. Poslední dobou ve výčtu přibyl také etylalkohol. I když je Peru jedním z velkých vývozců drahých kovů a mědi, do České republiky se vozí jen něco málo zinku.

Je něco, čím vám tato země učarovala, na co by si měl každý udělat při návštěvě Peru čas?

Velkým zážitkem je návštěva Machu Picchu. Oprávněně jde o jeden z divů světa, je to úchvatná ukáзка toho, co dokázaly dávné civilizace. Ovšem jde o finančně náročný výlet. A každému, kdo sem přijede, vřele doporučuji, aby otestoval zdejší kuchyni s nepřehledným množstvím zeleniny, ovoce, ryb, mořských plodů, přičemž vše je čerstvé, výborně dochucené. Osobně jsem si oblíbil ceviche, což je místní specialita z ryb.

Desatero pro obchodování s Brazílií

1. Říká se, že Brazilci spěchají jen na fotbal nebo na karneval. Obrňte se proto trpělivostí a mějte pro všechny případy vždy velkou časovou rezervu. Od vás se vždy očekává dochvilnost.
2. Jako kopou do míče, stejně lehce a hravě obchodují a již při prvním kontaktu jsou bezprostřední a velmi přátelští. Zkuste se jim proto přizpůsobit. Nespěchejte a živě se zajímejte o věci, které s obchodem zdánlivě nesouvisejí. Naučte se třeba jména jejich fotbalových hráčů.
3. Rozhodně je nepodceňujte. Brazilští byznysmeni jsou seriózní a rozlišují kvalitu.
4. Pokud mluvíte portugalsky, máte zásadní výhodu. Pokud ne, mnohem lépe než španělština je akceptována angličtina.
5. Dlouhodobě pečujte o osobní vztahy. Po vstupním jednání třeba na oborovém veletrhu je potřeba partnery aspoň jednou navštívit a pozvat je na prohlídku svého podniku.
6. Vystupujte příjemně a sebevědomě a dbejte na formální znaky, jako je oděv nebo způsob vyjadřování. Kromě obsahu jednání si připravte i případný scénář a způsob vlastní prezentace.
7. Jednání často probíhá při společném obědě či večeři. Pozvání neodmítněte!
8. Překvapte hostitele drobnou pozorností, oceněte to.
9. Důležitou roli hraje hierarchie uvnitř společnosti – i o méně důležitých věcech často rozhoduje většinou jen úzká skupina vedení, respektive majitel.
10. Brazílie trpí řadou problémů (korupce, složitá neefektivní byrokracie atd.). Je dobré se na tyto komplikace připravit, ale rozhodně není vhodné je před Brazilci kritizovat.

Marek Zmrzlík

ředitel kanceláře CzechTrade v Sao Paulu
marek.zmrzlik@czechtrade.cz

Vystudoval podnikovou ekonomii a mezinárodní vztahy a diplomacii na VŠE. Studoval filologii na Univerzitě Karlově. Krátce pracoval na brazilské ambasádě v Praze a později ve společnosti Accenture, od roku 2005 pak šest let působil na argentinské ambasádě v Praze jako poradce. V roce 2011 nastoupil do agentury CzechTrade, kde nejprve zastával pozici exportního manažera pro Latinskou Ameriku, od roku 2012 vedl zahraniční zastoupení Ministerstva průmyslu a obchodu ČR v brazilském Sao Paulu. Od roku 2016 je šéfem CzechTrade pro Brazílii a Argentinu.

Brazílie a Argentina: Složitě trhy s velkým potenciálem

V Brazílii nabízí českým exportérům největší šanci IT sektor, zemědělství a potravinářství. V Argentině energetika, těžební průmysl a strojírenství.

Ivana Gračková
spolupracovnice redakce
ivana.grackova@economia.cz

Kancelář CzechTrade pro dva nejsložitější regiony Latinské Ameriky vede od loňského roku Marek Zmrzlík. Ochranný trh Brazílie a proměňující se Argentina podle jeho slov stojí přes všechny složitosti za pozornost exportérů. Hlavně kvůli jejich velikosti a nadějším do budoucna.

S jakými představami o trzích Brazílie a Argentiny za vámi přicházejí čeští exportéři?

Čeští exportéři většinou vědí, že jde o velmi zajímavé trhy, Brazílii vnímají jako vstupní bránu do Latinské Ameriky. A také registrují pozitivní změny, které se odehrávají v Argentině. Ovšem Brazílie je aktuálně pravděpodobně nejsložitějším trhem kontinentu. Je hodně protekcionistický, platí zde mnohé tarifní i netarifní bariéry, ekonomika je aktuálně rozkolísaná.

Jestliže před pár lety se ale o Brazílii hovořilo jako o ekonomickém zázraku. Co se změnilo?

V 90. letech nastartoval řadu reforem prezident Fernando Henrique Cardoso, jejich ovoce však sklízel hlavně jeho nástupce Luiz Inácio Lula da Silva, Brazílie dosahovala až sedmiprocentního růstu. V reformách se ale už nepokračovalo a systém začal být příliš rigidní. Vloni odstartoval problémy korupční skandál, který byl sice jedním v řadě, ale dosáhl nevídaných rozměrů a vedl až k pádu prezidentky Dilmy Rousseffové. Politická rozkolísanost se promítla i do ekonomiky. Výrazně se propadla měna, real devalvoval asi o 40 procent. Na druhou stranu to ale znamenalo impulz pro vývoz, zejména zemědělské produkce, čímž se zlepšila obchodní bilance země.

Které sektory ekonomiky tedy za této vyhrocené politické situace stojí za pozornost českých exportérů? Jsou vůbec nějaké?

Některé sektory vykazují stálou dynamiku růstu bez ohledu na politický skandál, který byl navázán zejména na odvětví stavebnictví a na státní firmu Petrobras. Stavebnictví je ovšem tahounem ekonomiky v podstatě v každé zemi, proto byl ten dopad tak citelný. Ale oborům jako zemědělství, potravinářství, ICT, zdravotnictví, kosmetika, farmacie, zpracování vody či letectví se daří a jsou pro české exportéry zajímavé.

Země aktuálně rozvíjí vysokorychlostní internet, proto je tu zájem o technologie, které souvisí s ICT. Protože je tu v užívání asi



FOTO: CZECHTRADE

250 milionů mobilů, jsou tu populární také veškeré aplikace, jaké si vůbec umíme představit. S tím souvisí též ochrana a správa dat.

Brazílie je i potravinářskou velmocí, ve velkém tudíž nakupuje technologie na automatizaci potravinářské výroby, balení výrobků, systémy na distribuci. Boom zaznamenává také pivovarnictví, Brazílie je na rozdíl od hispánské části Latinské Ameriky, která má více v oblíbenosti víno, zaměřena spíše na pivo. V posledních 10 letech se projevuje velký zájem o prémiová piva a rozvíjí se produkce malých pivovarů. I proto CzechTrade připravuje na červen tohoto roku pivní prezentaci ve státě Espirito Santo.

Jaké informace vesměs zprostředkováváte českým zájemcům o brazilský trh?

Nejčastěji pomáháme hledat obchodní partnery v teritoriu a zprostředkovávat komunikaci mezi nimi, často se exportéři ptají na komplikovaný systém cel. Ta jsou vysoká a je třeba počítat s tím, že konečná cena výrobku může být kvůli nim dvojnásobná i trojnásobná. Brazílie se tak snaží přesvědčit zahraniční firmy k výrobě v zemi. I toto řešení však není často levnější a rozhodně jednoduché, protože řadu daní musí platit také místní výrobce. Exportéři často potřebují poradit i s certifikacemi, které jsou komplikované a některé mohou trvat i roky.

Proto někteří zahraniční investoři využívají nynější situace v Brazílii, kdy je akvizice firem výhodná, a kupují podniky s certifikacemi v jejich oboru. Je nutné počítat s tím, že vstup do Brazílie je běh na dlouhou trať. Ale vzhledem k velikosti trhu už mnozí čeští exportéři usoudili, že jim stojí za to.

Co láká exportéry do země s tolika bariérami?

Jak už jsme zmínili, je to jistě velikost trhu, možnost přesahu do dalších zemí kontinentu a šance, které se rýsují s novou dobou a novými technologiemi. Místní sami říkají, že Brazílie je země budoucnosti. Měla velmi turbulentní období, ve kterém se setkala vícero negativních vlivů dohromady, ale onen tlak poslední doby by mohl napomoci prolomení brazilské rigidnosti a jakémusi uvolnění trhu.

Brazílii také zajímá zavádění nových technologií, dokonce staví nové, moderní město na zelené louce, aby představila modely fungování technologií smart city. Novými technologiemi chce zefektivnit i logistiku. Například v Sao Paulu, kde máme kancelář, je doprava problematická. Město s 20 miliony obyvatel má metro skoro stejně velké jako Praha. Je jasné, že jeho kapacita je nedostatečná. Ulice jsou stále ucpané. Projekty modernizace infrastruktury se připravují pro celou zemi, velké investice se plánují do silnic, dálnic, železnic, letišť, přístavů.

Jaká je vhodná cesta na brazilský trh? Najít si partnera, nebo je lepší v zemi investovat?

Pro obchod je naprosto zásadní najít si dobrého a spolehlivého partnera, který trh zná, umí se v něm pohybovat a zařídí potřebné administrativní náležitosti. Investování je složitější, ale též efektivní forma vstupu na trh. Pro investování je zrovna vhodná doba. Tuto formu vstupu na brazilský trh volí některé zahraniční firmy, ale čeští exportéři jdou většinou cestou spolupráce s místním partnerem. Musí pak počítat s tím, že certifikáty se vždy vydávají na brazilský subjekt. Jestliže pak brazilský partner není spolehlivý, může se s ním sice firma rozejít, ale potom musí znovu podstoupit celý proces certifikace. Proto českým exportérům pomáháme s hledáním vhodného partnera, prověřujeme ho, ověřujeme informace, zajišťujeme vzájemné kontakty.

Platí i v Brazílii, tak jako v dalších latinskoamerických zemích, že se byznys dělá osobně?

Osobní kontakt a vztah vybudovaný na důvěře jsou zásadní. Brazílci a Latinoameričané obecně trvají na tom, aby se s obchodním partnerem setkali a probrali obchod z očí do očí. Neexistují témata, která by byla tabu, i když legraci z jejich oblíbeného fotbalového týmu bych si asi nedělal. Brazílci jsou hraví, příjemní, komunikativní, jsou to ovšem také tvrdí vyjednaváci, kteří mají svou představu, kam se chtějí v obchodu dostat.

Osvědčují se pro navázání kontaktů obchodní mise, případně účast na veletrzích?

Podpora státních představitelů formou obchodních misí v zemi je důležitá, zejména u vládních zakázek. Veletrhy jsou účinným nástrojem. V posledních pěti letech jsme organizovali účast českých firem na čtyřech až pěti veletrzích ročně, orientovali jsme se na těžební průmysl, zpracování vody, energetiku, bezpečnost a zdravotnictví. Letos budeme opět na zdravotním veletrhu Hospitalar, který navštíví vždy až 100 tisíc lidí, a veletrhu obrany LAAD, který má stejně jako Hospitalar přesah na celou Latinskou Ameriku. Firmy mají díky veletrhům možnost seznámit se s daným sektorem a poznat hráče na trhu.

CzechTrade zastupujete v Latinské Americe už přes pět let. Od loňského roku jste převzal také zastoupení pro Argentinu, která prožívá obrovské změny. Stoupá o ni zájem?

Užší propojení brazilského a argentinského zastoupení zlepší využití synergie trhů a zvýší podporu exportérům v dalších latinskoamerických zemích díky organizačním úsporám. Argentina se otevírá zahraničním exportérům a ti pochopitelně začínají projevovat větší zájem. Je velmi zajímavé sledovat, jak se politické změny projevují. V roce 2015 skončilo dlouhé období vlády dynastie Kirchnerů, když prezidentské volby překvapivě vyhrál liberál a podnikatel Mauricio Macri. Za rok se mu podařilo prosadit velmi důležité změny, které komentátoři označují za ekonomickou obrodu.

Proč jsou Marciho reformy tak významné?

Ekonomický model Argentiny neměl ve světě obdoby. Ještě v nedávné minulosti například existovalo několik oficiálních kurzů vůči dolaru. Samozřejmě tak bujel černý trh. Dovozní licence se přidělovaly bez jasně daných pravidel a vytvářelo se silně prokorupční prostředí. Tento bizarní systém se novému prezidentovi daří měnit. Jeho reformy jdou správným směrem a české firmy by tento region měly sledovat.

Ve kterých oborech?

Nová argentinská vláda chce urychleně řešit katastrofální energetickou situaci země. Ta potřebuje nové zdroje i modernizaci přenosové soustavy. Zaměřuje se hlavně na obnovitelné zdroje, především solární a větrnou energii. Modernizovat se bude infrastruktura, třeba příměstské železnice. V příštích osmi letech se na ně vynaloží až 14 miliard dolarů. Velké investice jsou v plánu i v těžebním průmyslu. Argentinská vláda chce stejně jako Brazílie posílit konkurenceschopnost vlastního průmyslu, na to bude potřebovat kvalitní technologie. ČR zde má velmi dobré jméno v mnoha oborech, na které může dobře navazovat, v historii zde slavily úspěchy české stroje a technologie v energetice. Pokud se nové Marciho vládě podaří udržet nastolený trend, bude Argentina pro exportéry zemí velkých příležitostí. Záleží na mnoha okolnostech, mimo jiné na kondici jejího většího souseda. Jestliže však země samby a tanga najdou společný rytmus, mohou se do budoucna stát silným ekonomickým hráčem. ■

Desatero pro obchodování s Argentinou

1. Argentinci jsou mimořádně sebevědomým národem (to platí i pro jednotlivce). V případě obyvatel hlavního města toto přechází pro nepřipraveného návštěvníka až do nesnesitelnosti. Čím dříve se s tím vyrovnáte, tím lépe.
2. Pokud hovoříte španělsky, máte zásadní výhodu. Pokud ne, nejvhodnější je angličtina, nikoliv portugalština. Musíte ale počítat s tím, že mimo Buenos Aires je znalost angličtiny až mizivá.
3. Váš konkurenceschopný produkt je samozřejmostí. K uskutečnění obchodu je však zpravidla nutný i osobní vztah se zákazníkem. Tuto vazbu je třeba cíleně dlouhodobě budovat.
4. K obchodu patří setkávání při služebních obědech či večerech. V pokročilé fázi následují návštěvy v rodinách, mimo předmět jednání je užitečné se při hovoru orientovat ve sportu, v náboženství (argentinský papež) a v politice.
5. Velmi citlivým tématem jsou Falklandské ostrovy. Když na ně přijde řeč, zásadně je nazývejte Malvíny. V žádném případě nevyjadřujte podporu britské přítomnosti na ostrovech, ačkoliv 99,9 procenta obyvatel Malvín je pro zachování britské příslušnosti. Pokud nejste ve vysloveně důvěrném vztahu, je nevhodné hovořit o dřívějších argentinských vojenských diktaturách.
6. Mezi jednotlivými firemními kulturami jsou velké rozdíly. Některé firmy jsou řízeny takřka na úrovni amerických korporací, jiné jsou autokraticky vedeny jediným člověkem (majitelem), který rozhoduje úplně o všem a často velmi subjektivně.
7. Jsou zásadní rozdíly mezi životem v Buenos Aires, v Andské oblasti, v Patagonii či na severu země. Čím dále od hlavního města, tím se život více blíží starému koloniálnímu pojetí, kdy čas neznamená žádnou významnější hodnotu.
8. Chovejte se k zákazníkovi jako k partnerovi, jste na jedné lodi. Respektujte jeho požadavky, byť se vám mohou zdát občas neúčelné, zbytečné či z hlediska užitných hodnot vašeho produktu až kontraproduktivní.
9. S narůstající vzdáleností od hlavního města se snižují nároky na „dress code“. Vy však začněte vždy v dobrém oblečení. Podstatná je kvalita bot, podle okolností samozřejmě můžete posléze ubírat.
10. Buďte velmi trpěliví. Váš partner musí po uzavření kontraktu podstoupit dlouhou, klikatou a časově nezaručenou byrokratickou cestu, na jejímž konci je devizový příděl a následně uskutečnění dovozu.

Peru je puma Latinské Ameriky, Brazílie a Argentina její probouzející se obří

Je stále více příkladů firem, které mají v Latinské Americe větší projekty v energetice, dopravní infrastruktuře, letectví, ale i IT službách.

Matyáš Pelant
vedoucí oddělení Amerik,
odbor zahraničně ekonomických politik II,
Ministerstvo průmyslu a obchodu
pelant@mpo.cz

Z hlediska přístupu na trh a podmínek pro podnikání jsou země, o kterých pojednává toto číslo Českého exportéra, značně odlišné. Jaké jsou tedy hlavní rozdíly mezi těmito ekonomikami? Jaký mají české firmy smluvní rámec pro obchod s Peru, Argentinou i Brazílií? Ve kterých sektorech jsme aktuálně v těchto zemích nejaktivnější?

Peru je díky svému dynamickému růstu HDP (dlouhodobě okolo 4 procent) někdy označováno za pumu Latinské Ameriky, zatímco ekonomiky Brazílie i Argentiny poslední léta klesají nebo stagnují. A zvláště Brazílie bývá často nazývána spícím obrem. I přes nepříliš oslnivé ekonomické výsledky jsou však Brazílie a Argentina pořád významné trhy, nakonec obě země jsou členy skupiny nejsilnějších ekonomik G20. Za poslední roky argentinská vláda navíc zrušila celou řadu omezení, se kterými se museli exportéři potýkat.

Různě tvrdé exportní bariéry

Položíme-li si otázku, kam je jednodušší vyvážet, odpověď je ale stále celkem nasnadě. Region lze rozdělit podle otevřenosti trhů na země Tichomořské aliance s otevřenými ekonomikami (Mexiko, Kolumbie, Peru, Chile) a na straně druhé pak země Mercosuru (Argentina, Brazílie, Uruguay, Paraguay, Venezuela), kde převládají spíše protekcionistické tendence.

Pro lepší představu se podívejme na tabulku dole, která srovnává pozice Peru, Argentiny a Brazílie v žebříčcích Světové banky (Doing Business), Světového ekonomického fóra (konkurenceschopnost) a podle klasifikace OECD míry teritoriálního rizika (7 je nejrizikovější stupeň). Zejména žebříček Světové banky vypovídá mnohé o podmínkách pro podnikání a sleduje mimo jiné, jak dlouho trvá založení firmy nebo jaké jsou v dané zemi pracovní právní předpisy.

Další aktuální výhodou na straně Peru je fakt, že má s EU od roku 2013 prováděnou Dohodu o volném obchodu (společně s Kolumbií a letos přistoupiším Ekvádorem). V případě vývozu českého průmyslového zboží do Peru lze již nyní většinu vyvézt bez cel. Zbývají některé vybrané tarify na automobily, chladničky, zbraně a skleničky (asi 15 % celkových



Perspektivním oborem z hlediska exportu pro české firmy je například strojírenství. FOTO: HN - LUKÁŠ BÍBA

tarifů). Vše lze jednoduše ověřit podle HS kódu vašeho výrobku na <http://madb.europa.eu/>. Navíc dohoda zlepšila i přístup k trhu se službami a k veřejným zakázkám, zabývá se i fytosanitárními předpisy nebo uznává některá zeměpisná označení zemědělských výrobků.

Je ale pravda, že i v obchodě s Argentinou a Brazílií se snad také blýská na lepší časy. Znalci vědí, že vyjednávání mezi EU a Mercosurem, s určitými přestávkami, trvá už od roku 1999. V roce 2004 bylo přerušeno kvůli neshodě ohledně některých otázek v průmyslu a zemědělství. V roce 2010 došlo k jejich obnovení díky dohodě na vzájemných ústupcích týkajících se zahrnutí automobilového sektoru (jak vozidel, tak i jejich

součástí) a připravenosti uzavřít dohodu o vládních zakázkách (tyto zakázky představují hodnotu okolo 30 mld. dolarů; očekává se jejich významný růst).

S novou argentinskou vládou v roce 2015 došlo k pozitivní změně dynamiky ve vyjednávání. V týdnu od 20. března tohoto roku proběhlo další vyjednávací kolo a všechny zdroje naznačují vůli Mercosuru dohodu s EU uzavřít. Hovoří se o tom, že k významnému posunu by mohlo dojít už letos. Nechme se tedy, snad příjemně, překvapit. Dohoda by neměla řešit jenom tarify, ale i přístup k trhu se službami, již zmiňované veřejné zakázky nebo by měla přinést zjednodušení celních postupů (což je v případě Brazílie i Argentiny ze strany firem často uváděná překážka).

Mimo to má Česká republika s Peru, Argentinou i Brazílií velmi solidní bilaterální smluvní základnu. V případě Peru zmiňme Dohodu o ochraně investic, o hospodářské a průmyslové spolupráci nebo memoranda o porozumění mezi ministerstvy obrany a ministerstvy životního prostředí obou zemí. V případě Argentiny se jedná zejména o Dohodu o ochraně investic či o hospodářské a průmyslové spolupráci. Brazílie a ČR pak mají asi nejširší smluvní základnu: smlouva o zamezení dvojího zdanění, vědeckotechnické spolupráci, spolupráci v obraně nebo hospodářské a průmyslové spolupráci.

Které sektory mají největší exportní šanci?

Podíváme-li se na uvedené dohody ze sektorového hlediska a z pohledu akcí v letošním roce (veletrhy, mise nebo další projekty), vyjdou nám jako sektory, kde jsou české firmy nejaktivnější, technologie životního prostředí, obrana, dopravní infrastruktura,

Podmínky pro podnikání v latinskoamerických zemích

Země	Doing Business 2017	Globální konkurenceschopnost 2016–2017 (WEF)	Teritoriální rizika (dle konsenzu OECD) (leden 2017)
Peru	54.	67.	3
Argentina	116.	104.	6
Brazílie	123.	81.	5

zdravotnické technologie, letectví, těžební technologie, energetika nebo strojírenství.

Tomu odpovídá i poptávka firem po akcích s podporou státu. Uveďme několik příkladů akcí z následujících měsíců: v Peru se již v květnu uskuteční speciální seminář k obranným technologiím a letectví při příležitosti veletrhu SITDEF, v Brazílii se začátkem dubna uskuteční veletrh z oblasti obranných technologií LAAD v Rio de Janeiru (podpora z projektu NOVUMM) nebo účast na zdravotnickém veletrhu Hospitalar v Sao Paulu, v Argentině pak v květnu proběhne těžbařský veletrh ARMI-NERA s účastí českých firem.

Ve dnech 23.–24. března pak navíc Argentinu navštívil v doprovodu firem ze sektoru obrany a dopravy náměstek ministra průmyslu a obchodu Vladimír Bártl. Jeho jednání se týkala i energetiky. V červnu by se v Praze měla uskutečnit incomingová mise z oboru letectví za účasti zástupců firem a institucí z Peru, Brazílie i Argentiny.

Je pravda, že většina obchodu ČR s regionem se realizuje v rámci globálních hodnotových řetězců. V případě Brazílie a Argentiny se jedná hlavně o automobilový sektor. Významný je také nepřímý obchod přes další země EU. Je ale stále více příkladů firem, kte-

V energetice a průmyslu je tradice českých technologií v regionu, hlavně v Argentině a Brazílii, větší, než bychom si mohli myslet.

ré mají větší projekty v energetice, dopravní infrastruktura, letectví, ale i IT službách.

Tradice v regionu

V energetice a průmyslu je tradice českých technologií v regionu, hlavně v Argentině a Brazílii, větší, než bychom si mohli myslet: Los Reyunos, Güemes, Luján de Cuyo, Río Turbio v Argentině nebo Bariri, Nutepa, Ibitinga či Jorge Lacerda v Brazílii. To jsou příklady některých dodávek elektráren ze 70. a 80. let minulého století.

Historicky Československo sehrálo významnou roli při industrializaci regionu například v podobě výstavby elektráren a dodávek průmyslových zařízení. Zatímco české turbíny se v posledních letech vrací do regionu (Chile, Mexiko, Kolumbie i Peru), Argentina i Brazílie na svůj comeback teprve čekají.

Závěrem mi dovoluji krátkou výzvu: určitě rádi uslyšíme o vašich aktuálních projektech nebo záměrech nejen v těchto latinskoamerických zemích, ale i o překážkách, se kterými se v oblasti přístupu na trh v těchto zemích setkáváte. Jak jsme výše ukázali, nástrojů k řešení řady otázek je více, a to na úrovni společné obchodní politiky Evropské unie i na úrovni bilaterální.

Inzerce

Česká banka pro český export



ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA
CZECH EXPORT BANK

Česká exportní banka, a.s.

- plně ve vlastnictví českého státu
- jeden z pilířů proexportní politiky
- poskytuje exportní financování zejména v rizikovějších teritoriích
- klienty banky jsou čeští vývozci bez ohledu na velikost obrátu

Ratingové hodnocení

Standard and Poor's AA-
Moody's Investors Services A1

Produkty

- Předexportní úvěry
- Dodavatelské úvěry
- Záruky
- Odkup vývozních pohledávek
- Financování investic v zahraničí
- Odběratelské úvěry

Česká exportní banka, a.s., Vodičkova 34, 111 21 Praha 1, Česká republika,
tel.: +420 222 843 111, e-mail: ceb@ceb.cz, fax: +420 224 226 162

www.ceb.cz

V Brazílii se obchody uzavírají všude, připravte se na divokou jízdu

Při podnikání v Latinské Americe musí být cizinci připraveni na to, že se mohou dostat do zvláštních situací, které jsou z hlediska jejich vlastní kultury až příliš důvěrné.

Fabiano Golgo
šéfredaktor webového portálu
www.madeinfavela.com

Brazilci se rádi tváří, že jsou vašimi nejbližšími přáteli. Lidem, s nimiž se právě seznámili, ale chystají se s nimi uzavírat obchody, se rádi svěřují, například se svými mimomanželskými sexuálními eskapádami. Vysílají tím podprahovou zprávu, že s vámi uzavírají obchod, protože vám důvěrují jako někomu z rodiny.

Jenže lidi z chladnějšího pásma – z hlediska počasí i osobních vztahů – může uvádět do rozpaků, když vás potenciální obchodní partner vyzve, ať ho doprovodíte na toaletu. Tam se postaví k sousednímu pisoáru a bude přitom celou dobu probírat obchodní dohodu, jako byste seděli u jednacího stolu. A zatímco budete mluvit a vykonávat potřebu, bude k vám mít obrácenou hlavu. Muži v tropických zemích se obvykle sbližují způsobem, který je na severní polokouli považován za příliš důvěrný.

Další situací, ve které se zcela jistě ocitne každý, kdo se snaží v Brazílii podnikat, je pozvání na večeři domů k místním partnerům. Žádná dohoda se neuzavře bez toho, abyste ji ještě podrobněji neprojednali v domácím prostředí, nepodpořili alkoholem a spoustou tropického jídla, se služebnictvem v uniformách a manželkami pod vrstevkami make-upu a ověšenými šperky, přesně jako v Esmeraldě nebo jiné latinskoamerické telenovele.

K celému procesu prostě neodmyslitelně patří také nutnost předvést – zvláště pak cizinci –, že finančně úspěšní Brazilci vedou moderní a luxusní život, nijak odlišný od životů Američanů. Status je v této části světa vším.

V Argentině a Peru se obchodní večeře většinou odehrávají v restauracích. Mimo metropoli Buenos Aires je velmi neobvyklé zvat obchodní partnery na oběd, protože většina lidí obvykle obědvá doma. Vegetariánství mohou Argentinci považovat za slabost, protože zdejší červené maso je svou kvalitou vyhlášené po celém světě.

Ve všech třech zemích je normou jíst a konverzovat velmi dlouho. Pokládá se za nezdrovité začít večeři hovorem o byznysu, proto očekávejte zdvořilostní konverzaci o triviálních tématech před tím, než se dostanete ke skutečnému důvodu vaší schůzky.

Připravte se na to, že večeřet budete hodně pozdě. Pozvání sice budete na devátou večer,



V Argentině a Peru se obchodní večeře většinou odehrávají v restauracích. FOTO: REUTERS

ale klidně můžete začít jíst až o půl jedné. Jednání ve firmách obvykle začínají včas, přičemž 10 minut je přijatelné zpoždění. Ovšem osobní setkání mají velmi volný časový rámec. Váš protějšek může přijít až o 40 minut později, aniž by cítil potřebu se vůbec nějak omlouvat.

Argentinci ve vedoucích funkcích jsou zvyklí na dlouhý pracovní den, který často trvá až do pozdního večera. Obchodní schůzka v osm večer není v Argentině nic neobvyklého. Buďte dočvilní, ale připravte se, že na svého partnera můžete čekat i 30 minut, zvláště pokud jde o důležitou osobu. Když jste pozváni na obchodní schůzku ke svému partnerovi domů, sluší se v Argentině poslat hostitelce květiny nebo sladkosti. Peruánci pak ocení například zahraniční parfém a květiny do vázy.

Připravte se na tanec

Není nijak nezvyklé, že váš brazilský partner nabídne mužům, kteří se podílejí na transak-

ci, noční výlet s návštěvami svých oblíbených call girls a striptýzových klubů. Ženy ze zahraniční skupiny zase určitě vyrazí na nákupní jízdu.

Rovněž očekávejte, že vás na veřejnosti hostitel obejmě kolem krku a ramen, že vás během vycházky popadne za ruku, jinými slovy, že bude soustavně narušovat váš osobní prostor. A připravte se na tanec, protože vás určitě vezme, abyste se podívali, jak nějaká „mulatka“ kroutí zadkem při sambě.

V Argentině hraje „řeč těla“ ve vztazích důležitou roli. Poplácání po ramenou je znakem přátelství. Rozmáchlá gesta začínající pod bradou a končící až na vrchu hlavy znamenají „nevím“ nebo „nezajímá mě to“. Klepání palce o ukazováček pak vyjadřuje „rychleji“ nebo „mnoho“.

Dobrá témata ke konverzaci jsou fotbal, historie, kultura, domov a děti. Vyhýbejte se naopak Perónovu období, náboženství nebo válce o Falklandské ostrovy. Ostatně nikdy neříkejte Malvínám, jak je nazývají

Argentinci, Falklandy. Je možné chválit Evitu, ale nikoliv film o ní s Madonnou v hlavní roli.

Peruánci jsou velmi konzervativní a katolicky orientovaní, není neobvyklé, že se pokřikují, když míjejí kostel, nebo že žádají o požehnání obchodu pomocí křesťanské modlitby. Mezi obyvatelstvem v méně rozvinutých částech Peru a tamní městskou střední třídou jsou velké rozdíly. Není záhodno očekávat od vašich obchodních partnerů hlubokou znalost odlehlých částí Peru nebo domorodců. Můžete se dokonce setkat s negativními komentáři o chudé a nemoderní části společnosti. Socialistický prezident Evo Morales není u bohatší vrstvy příliš oblíben.

V celé Latinské Americe a především u starších lidí jsou velice důležité tituly. V Brazílii se často oslovují titulem doktor nebo plukovník i osoby bez univerzitního vzdělání. Většina Hispánců má dvě příjmení – první po otci, druhé po matce.

Brazilci jsou pyšní na svoji hudbu, takže byste měli zmínit, že styl bossa nova je fantastický a píseň *Girl from Ipanema* zase mistrovské dílo, které obléto celou planetu. V každém případě byste měli vědět, že Pelé je

lepší než Messi, Masopust a hlavně Maradona – protože fotbal je pro každého Brazilce bez výjimky důležitý. A rozhodně v hovoru nezmiňujte výsledek 1:7 s Německem při posledním Světovém poháru. To bylo brazilské 11. září.

Naučte se říkat „oi“ (ahoj) a „linda“ (úchvatná, především manželce a dceři byznyspartnera). A nezapomínejte na to, že Brazilci nemluví španělsky. Jsou na to velice citliví. Nijak moc se nezajímají o to, co se děje u jejich latinskoamerických sousedů.

Když Brazilci jednájí s cizinci, automaticky se k nim chovají lépe než při jednání s místními. Mají v sobě fascinaci lidmi z jiných zemí a chovají se k nim vstřícně (výjimkou je Argentina, vzhledem k fotbalu a historickému soupeření, které je stále živé), tato míra důvěry vůči investorovi ze zahraničí je výhodou. Argentinci jsou méně otevření, k cizincům často spíše podezřívaví. Peruánci zase zpravidla vnímají Evropany a Američany velice pozitivně.

Podnikání v Brazílii má rodinný rámeček. Nejenže s největší pravděpodobností zjistíte, že všichni ředitelé jsou pokrevní příbuzní nebo dávní přátelé, ale sami se také stanete čestnými členy tohoto klanu.

Ujistěte se, že vše je legální

Po těchto rituálech už může být smlouva uzavřena velmi rychle, hned příští den, bez dlouhého rozebírání nebo rozmýšlení. Rozhodnutí padne na základě sympatií a vyhlídek na zisk. Brazilci jsou obvykle velmi pozitivní a snadno uvěří, že se úspěch dostaví.

Argentinci jsou zase tvrdí vyjednávači, slevy nedávají snadno. Dobré vztahy s obchodními protějšky vyjednávání zkrátí. Uzavírání smluv s nimi je zdoluhavé a smlouvy detailní. A je třeba mít vše písemně. Místní kontakty jsou nezbytné především k překonání tamní byrokracie. Peruánci tak tvrdí nejsou, ale často potřebují k uzavření obchodu hodně času. Během obchodních schůzek udržujte klidné vystupování a oční kontakt s partnery.

Při uzavírání obchodů s Peruánci, Argentinci i Brazilci buďte připraveni na uvolněné, osobní a dlouhé vyjednávání. Ujistěte se o legálnosti všeho, co se vztahuje k vašemu byznysu, protože vaši obchodní partneři nemusí dělat vše zcela legálně a mohou počítat s úplatky nebo chybějícím státním dozorem. Najměte si nezávislého místního právníka, který prozkoumá všechny aspekty vašeho obchodu a smlouvy ještě před tím, než je uzavřete. A připravte se na „jízdu“ plnou adrenalinu. ■

Advertorial

Česká exportní banka „letí“ do zahraničí

Česká exportní banka podporuje vývoz tuzemských firem do zahraničí v celé řadě oborů. Mezi nimi nechybí ani letecký průmysl, který je velmi perspektivní a zároveň zažívá nebývalý rozvoj. Tento boom vychází i z dlouholeté tradice, kdy například se společností AERO Vodochody AEROSPACE spolupracuje ČEB již od roku 2007, kdy se jednalo nejprve o financování civilních vrtulníků Sikorski S76 do USA, dále se podporoval projekt vývoje a výroby náběžné hrany křídla letounu Bombardier CSeries a aktuálně mezi poslední projekty patří vývoj a výroba 4 sekcí letounu KC-390 pro brazilskou společnost Embraer.

Podpora českých firem působících v leteckém průmyslu je jednou ze strategických priorit České exportní banky. Vytvářejí se tím nová pracovní místa, pomáhá se při vývoji technologií a produktů a ve finálních

výrobci se zrcadlí vysoká přidaná hodnota a unikátní české know-how. „Specialitou České exportní banky jsou právě zkušenosti obchodních týmů v rizikovějších teritoriích, kde z těch nedávných bych rád zmínil loňský export dvanácti podzvukových bitevníků L-159 Alca do Iráku. Jsme velmi hrdí, že jsme financovali export do tohoto regionu, a dále bych rád připomněl, že umíme vyvážet letadla i komponenty i do zemí bývalého Sovětského svazu na Blízký východ či do Jižní Ameriky“ uvádí Karel Bureš, generální ředitel ČEB.

Česká exportní banka umí nabídnout potřebná komplexní řešení pro potřeby leteckého průmyslu. V tomto segmentu má unikátní postavení a řadu zkušeností, které získala na úspěšných projektech, jejichž objem přesahoval 28 miliard korun.

ČEB poskytuje záruky nebo financování výroby pro vývoz ať se jedná o části nebo kompletní letouny, montáže celků, technologie pro letecký průmysl a investice do vývoje leteckých komponentů nebo jednotlivých částí letounů.

Předností spolupráce s Českou exportní bankou v oblasti leteckého průmyslu je zejména individuální přístup ke každému klientovi i obchodnímu případu, pružnost ve strukturovaném financování přizpůsobené konkrétním obchodům, unikátní znalosti v těch nejnáročnějších zahraničních zemích mimo EU. Financování českých exportérů se uskutečňuje bez ohledu na objem vývozního kontraktu, poskytováno je široké spektrum doplňkových produktů a nechybí ani konzultace a poradenství související s financováním vývozu, zejména v oblasti zajištění úvěrů. S Českou exportní bankou se do zahraničí letí nejbezpečněji!

Regionální zprávy

vedoucí/ředitelé zahraničních
kanceláří CzechTrade
info@czechtrade.cz



Šanci pro české firmy v Rusku jsou například dodávky technologií. FOTO: SHUTTERSTOCK

Šance pro české firmy na ruském agrárním trhu

Spolupráce s Ruskem v agrární oblasti začíná měnit svou podobu – od čistého dovozu se zájem přesouvá k lokalizaci výroby či joint ventures, jejichž produkce je určena pro místní trh.

Rusko chce kromě objemu produkce zvýšit také efektivnost celého odvětví. Vytklo si za cíl, aby se na jeho území vyráběly z místních surovin potraviny, které se budou dále vyvážet, třeba do Číny či arabského světa.

Za této situace se českým podnikům nabízejí následující formy spolupráce – dodávky technologií, předávání know-how, školení odborníků, pomoc s optimalizací výrobních procesů atp.

Šance na uplatnění jsou také u krmiv, speciálních výživových směsí, semenářství, genetiky, veterinárních léčiv, potravinářských přísad. Perspektivní je rozvoj zpracování masa, mléka a dalších surovin, stavba skleníků, skladů, logistických center atp. Všechno jsou to obory, ve kterých jsou české firmy zkušené a mají co nabídnout. CzechTrade i Ministerstvo zemědělství ČR jsou připraveny nabídnout podnikům na složitém ruském trhu aktivní pomoc a podporu.

Setkání českých výrobců s nákupčími německých firem

Již sedmé setkání českých výrobců s nákupčími významných německých firem proběhne 16. května 2017 ve Vědeckotechnickém parku v Plzni. V rámci akce Sourcing Day Tschechien 2017 je organizuje agentura CzechTrade ve spolupráci se svým německým zastoupením v Düsseldorfu a Spolkovým svazem materiálového hospodářství, nákupu a logistiky (BME).

CzechTrade v rámci předem definovaných kategorií vyhledá potenciální české dodavatele. Nákupčí na základě vyplněných firemních profilů vyberou ty nejvhodnější, které CzechTrade následně na akci přizve. Zástupci tuzemských podniků budou mít příležitost hovořit individuálně s nákupčími významných německých firem o konkrétních kooperačních nabídkách.

Sourcing Day v Plzni je tradičně zaměřen na dodavatele ve strojírenství, automobilovém, elektrotechnickém a leteckém průmyslu. Letos CzechTrade plánuje řadu podobných setkání s nákupčími nejen z Německa, ale i z Velké Británie, Švédska, Francie, Španělska či Brazílie.



Státy jižní Indie trpí v posledních letech nedostatkem srážek. FOTO: SHUTTERSTOCK

Indický jih zápasí se suchem – české firmy nabízejí řešení

Státy jižní Indie a především Karnataka a Tamilnádu trpí v posledních letech palčivým nedostatkem srážek, kvůli kterému se regionu nedostává vody, zvláště v období do příchodu monzunů na konci května. Současná situace nahrává možnosti prezentovat šetřiče vody vyráběné brněnskou firmou Watersavers. Její obchodní zástupce prezentuje v Bengalúru výrobky firmy a jedná jak s vládními činiteli, tak s developery a dalšími velkoobdoběrateli vody, jako jsou hotely, nemocnice nebo velké podniky.

Nedostatek vody svedl i oba státy k Nejvyššímu soudu, který rozhodl o povinnosti Karnataky pouštět vodní dílo na řece Kávéri a zásobovat tak spotřebitele a zemědělství ve státě Tamilnádu. Rozhodnutí soudu následovalo po nepokojích, které vyvolalo obyvatelstvo Karnataky ve snaze uchovat si zdroje vody pro vlastní potřebu.

Současná situace opět spěje do krizové fáze, jelikož stav vody v nádržích klesl pod úroveň, která by umožňovala naplnit příkaz soudu k pouštění 2000 kubických metrů vody za sekundu k využití ve státě Tamilnádu. V samotné Karnatace se nedostatek vody projevuje dlouhodobě v hlavním městě Bengalúru, turisty velmi navštěvovaném Maisúru a dalších 15 městech a 800 vesnicích.

České firmy, jděte do ruských regionů. V Moskvě je draho a velká konkurence

Ruský trh pro exportéry už několik let zamrzá a je třeba najít nové cesty pro české firmy. Experti radí větší spolupráci s místními výrobci a expanzi mimo Moskvu.

Zuzana Keményová
redaktorka Hospodářských novin
zuzana.kemenyova@economia.cz

Klesající rubl a sankce vůči Rusku už čtvrtým rokem omezují význam ruského trhu pro české exportéry. Jenže i přes toto zpomalení činí český vývoz do Ruska stále 75 miliard korun ročně, a v lednu dokonce vzrostl o 30 procent. Exportéři i banky věří, že to nejhorší už má český vývoz do Ruska za sebou a že teď naopak tento trh znovu začíná pro české firmy představovat velkou příležitost. Vydavatelství Economia proto uspořádalo na konci března Kulatý stůl o obchodu s Ruskem, kde debatovali představitelé exportérů, bank, úvěrové pojišťovny i ministerstva zahraničí. Shodli se na tom, že export do Ruska se po propadu z minulých let opět zvedá a že by bylo pro Česko velmi nevhodné nechat dovoz do Ruska zmrznout.

„Pokud se chcete v Rusku ucházet o veřejné a komunální zakázky, musíte prokázat, že na zboží, které dodáváte, se z 30 procent v nákladech podílí ruské firmy, musí být vyrobeno v Rusku. Je to reakce na sankce, chce tak být soběstačnější,“ upozornil specialista exportního financování Sberbank Petr Fiala. „Rusko tak říká: Pokud k nám chcete dovážet, tak ano, ale vyrábějte to zčásti přímo u nás. A tady je potenciál pro české firmy a investory, případně společné podniky českých firem s jejich ruskými partnery. Tímto způsobem může dále český obchod proudit do Ruska,“ nastínil Fiala.

Pro Česko je velmi zajímavý letecký průmysl

Marek Dlouhý, místopředseda představenstva úvěrové pojišťovny EGAP, upozornil, že když



Zleva: Martin Ďurina, Martin Tlapa, Petr Fiala, Marek Dlouhý a moderátor Ondřej Soukup.
FOTO: TOMÁŠ TESÁŘ

Pro české firmy by jednu z nejzajímavějších příležitostí mohl znamenat civilní letecký průmysl. „Česko má celý hodnotový řetězec: výrobu letadel, řízení letišť, výstavbu, modernizaci. To vše můžeme Rusku nabídnout. A požadavek lokalizace tlačí na to, aby případný investor skutečně našel domácí sílu pro výrobu. Pro české firmy je to sice náročnější, ale může jim to zároveň dát silnější postavení

nou strategií je asi snaha jít více do oblastí mimo Moskvu. Regiony v Rusku se velmi liší, máte oblasti, které jsou na úrovni vyspělých zemí OECD, a máte oblasti, které jsou na úrovni rozvojových zemí. Ekonomické rozdíly jsou ohromné,“ podotkl Tlapa.

V Moskvě je podle něj navíc ohromná konkurence a celkově nastavení cen za otevření pobočky a dalších věcí je velmi nákladné. „To jsou všechno argumenty pro to, jít víc do regionů. Snažíme se ekonomicky podporovat české firmy, aby se vydaly dál,“ upozornil Tlapa.

Například Škoda Doosan si jako výrobce parních turbín našla v Rusku zajímavou obchodní spolupráci. Nemá sice zájem prorazit přímo do vnitřního Ruska, ale nachází si ve federaci partnery a s nimi hledá společné uplatnění na třetích trzích. „Je to jiný pohled na věc, kdy využíváme obrovskou sílu velkých ruských firem získávat kontrakty v dalších zemích. Velmi zajímavá teritoria jsou například Jordánsko či Vietnam, kde nám Rusové pomáhají otevřít další dveře,“ naznačil cestu Martin Ďurina, vedoucí financování ze Škody Doosan.

Ve Škodě Doosan využíváme obrovskou sílu velkých ruských firem. Otevírají nám dveře na třetí trhy, jako jsou Jordánsko či Vietnam.

lokální měna oslabí tak, jako se tomu stalo v Rusku, nákupy a investice v dané zemi jsou finančně výhodnější.

„Ale to prostředí administrativních překážek je složité, a když se v něm rozhodnete podnikat, musíte mít místní spolupracovníky i know-how. Pak to může vyjít,“ zdůraznil Dlouhý.

na trhu. Možná je to nový trend a výzva pro české firmy, aby si našly subdodavatele a byly i silnější v nabídkách,“ podotkl Martin Tlapa, náměstek ministra zahraničních věcí.

České firmy by měly jít více do regionů

Až 40 procent českého exportu směřuje do Moskvy a zbytek jde do regionů. „Správ-



FOTO: PRECIOSA

Čeští skláři, nábytkáři a textiláci jsou v zahraničí opět velkou konkurencí

Sklárnám se vyplácí inovace, nábytkářům originalita, a textilky dokonce uvažují o exportu do Číny. Důvod, proč se některým firmám z oboru začalo opět dařit? Neohlížely se za zašlou slávou.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz

Vporovnání se strojírenstvím či automobilovým byznysem je v Česku takzvaný lehký průmysl, představující hlavně sklářské produkty, nábytkářství či textilní výrobu, exportní popelkou. Tedy srovnáváme-li utržené miliardy v zahraničí. Přitom však jde o odvětví, která jsou vysloveně proexportně zaměřená, v zahraničí jsou značky z těchto oborů známé ještě z dob před 30 lety a hlavně prošla výraznou restrukturalizací.

Především některé významné sklárny a textilky původně zkrachovaly. O jejich vzkříšení pochybovali i odborníci. A ve výrazný vývoz skla, textilu a nábytku na konkurenční trhy věřili snad jen snílci. Prvotní privatizace firem z těchto odvětví totiž nepatřily k nejúspěšnějším a mladé nově vzniklé společnosti potřebovaly čas na upevnění pozic na tuzemském trhu, natož v zahraničí.

„Třeba ve sklářství byl problém v tom, že prvotní privatizace se odehrávaly bez kapitálu. Teprve tak před necelými deseti roky museli

noví zájemci o sklárny zainvestovat a začali se o své investice starat. Chtěli vložené peníze zpět, a proto museli vydělávat,“ míní Jaroslav Seifrt, viceprezident Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR.

Nejvíce v zahraničí tržít textiláci

Podobné dějství se odehrávalo i v textilním a částečně i nábytkářském byznysem. Seifrt se kolem českého skla, které prý ne náhodou má přívrstev rodinné stříbro, profesně pohybuje 52 let. Ještě nedávno byl ředitelem poděbradské sklárny Crystal Bohemia, nyní je ve svých 73 letech členem dozorčí rady firmy. Srovnání sklářství za socialismu a nyní odmítá.

„Změnilo se sklářství jako takové. Hlavní objemy tržeb dělají výrobci plochého skla pro stavební a automobilový průmysl, zatímco před třiceti roky vévodilo užitkové sklo,“ tvrdí Seifrt. Podobné je to i s vývozem. Například v roce 2015 se z Česka vyvezlo ploché sklo skoro za 15 miliard korun, zatímco užitkové sklo ani ne za polovinu této sumy, přesněji za sedm miliard.

Podle Seifrta se sklářství změnilo hlavně v tom, že v oboru pracuje třetina z původního počtu lidí. Důvodem je nárůst strojní výroby na úkor ruční práce. Obdobná situace je i v textilním a nábytkářském byznysem. „Ovšem užitkové sklo je stále dobrý vývozní artikl,“ tvrdí viceprezident Asociace sklářského a keramického průmyslu.

Z celkových 40 miliard tržeb dosáhl loni export skla skoro 35 miliard korun. Lépe co do absolutních čísel si stojí nábytkáři a textiláci. V roce 2016 představoval vývoz nábytku 92 miliard a export textilních produktů skoro 111 miliard korun.

Hitem mezi skláři je iránský trh

Například sklárna Crystal Bohemia, která se specializuje na olovnatý křišťál, vyváží 90 procent produkce, hlavně nápojové sklo a dárkové předměty, do celého světa – nejúspěšnější je na trzích USA, Japonska, Austrálie a Íránu. „Poslední tři roky vyvážejí všechny české sklářské fabriky do Íránu,“ tvrdí Seifrt, podle něhož se nelze ve sklářském

byznysu ohlížet nebo srovnávat. „Všechno se mění. Musí se inovovat,“ prohlašuje rezolutně.

Třeba Crystal Bohemia inovuje každoročně tak 50 procent výroby, na zahraniční trhy nabízí nové tvary a dekory. „Chce-li česká firma v zahraničí uspět, musí mít vlastní inovaci, mít výrobek, kterým je schopna konkurovat ve světě cenou, kvalitou a dodacími termíny,“ tvrdí viceprezident Asociace sklářského a keramického průmyslu.

Jednou z mnoha nových malých tuzemských skláren, která ovšem vychází z české sklářské tradice, je třeba firma Wranovsky Crystal s ročním obrátem kolem 25 milionů korun. Její majitel Josef Wranovský začínal ve známé společnosti Preciosa na výrobu lustrů, posléze se osamostatnil, začal spolupracovat se skláři živnostníky, jejichž produkci ve firmě takzvaně finalizuje – smontovává křišťálové lustry a obchoduje s nimi. Až 90 procent jich míří na vývoz, především do Evropy, USA i Japonska.

Hlavně malé firmy oceňují pomoc CzechTradu

Tak malá firma jako Wranovsky Crystal ovšem nemá finance na velké investice do marketingu nebo zahraničního obchodu. Proto využívá třeba služeb CzechTradu. Nejprve se tato česká rodinná společnost zúčastnila výstavy v Dubaji ve stánku CzechTradu pouze katalogově a až poté i osobně.

„Stály u nás fronty. V malé expozici jsme měli dva lidi a nestíhali jsme odbavovat zájemce. Na místě jsme prodali všech deset lustrů, které jsme přivezli,“ vzpomíná Wranovský s tím, že prodej lustrů jen tak tak pokryl vložené náklady. Ale společnost se prezentovala na vzdáleném trhu a získala na něm potřebné kontakty.

Spolumajitel firmy si zvláště pochvaluje každoroční dvoudenní konference CzechTradu, na které agentura zve své zahraniční pracovníky i zástupce českých exportérů. „Mohli jsme si vybrat, s kým chceme konzultaci, dozvěděli jsme se, které země jsou pro náš obor exportně zajímavé a které ne, s kým bychom mohli obchodovat. Jde o užitečné rady, které bychom na jednom místě v takovém rozsahu jen těžko získali,“ míní zakladatel sklářské společnosti Wranovsky Crystal.

Posledních deset let se textilnímu oboru daří

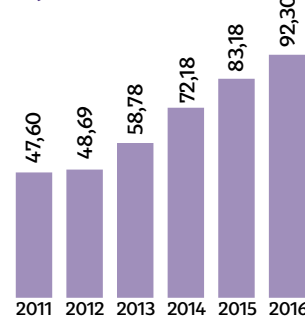
Jiří Grund mladší, ředitel české rodinné společnosti Grund, která vyrábí koupelnové koberečky, je přesvědčený, že firmy si musí v první řadě pomoci na zahraničních trzích samy. „Stát podporuje různými formami export celkem dostatečně. Jiná věc je, jaké nám vytváří třeba neustálými změnami zákoníku práce podmínky pro výrobu u nás doma,“ domnívá se Grund, který je zároveň prezidentem Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu.

Podle jeho názoru si právě textilní průmysl v Česku prošel těžkou zkouškou, která kulminovala asi před deseti lety. Od té doby pryč

Lehký průmysl

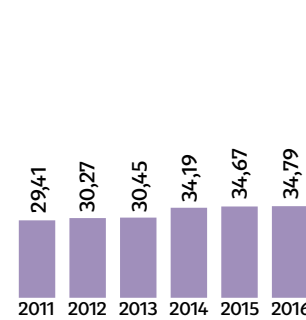
(v mlrd. Kč)

Vývoz nábytku a jeho dílů

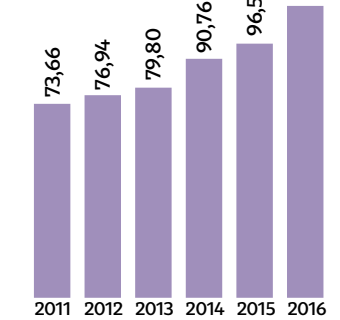


ZDROJ: ČSÚ

Vývoz skla a skleněného zboží



Vývoz oděvů a textilu



obor pomalu, ale jistě roste a stále zaměstnává více než 30 tisíc lidí. „Oproti roku 1993 se v roce 2015 zvedl objem exportu textilního zboží o 260 procent a u oděvního zboží to bylo o 350 procent,“ uvádí Grund s tím, že jeho firma i ostatní české textilky exportují hlavně do Německa a dalších zemí Evropské unie. Někteří exportéři jsou navíc úspěšní i v Africe. Příkladem je broumovská textilka Veba, která na západoafrické trhy vyváží bavlněný brokát.

„Všichni musíme diverzifikovat svá odbytiště. Přílišná závislost na jednom teritoriu se nám může vymstít. Jako velkou příležitost vidím čínský trh, kde se rozmáhá střední třída, která chce kupovat kvalitní a důvěryhodné zboží z Evropy,“ tvrdí Grund.

Za konkurenční výhodu firmy, kterou založil v 90. letech jeho otec, považuje Jiří Grund mladší produkci vyrobenou v Evropě z evropských surovin, světový design od známých návrhářů, vše skladem k okamžitému dodání a důvěryhodnost rodinné firmy. S tím vším se firmě Grund daří vyvážet 90 procent produkce do více než 40 zemí světa.

Exportéři se na konec intervencí ČNB připravili

A jak se firma Grund chystá na ukončení devizových intervencí ČNB, o kterém čeští exportéři aktuálně hodně diskutují? „Zajistili jsme si kurz koruny vůči euru na dva roky,“ prozrazuje Jiří Grund.

Také známá nábytkářská společnost TON, která vyváží skoro 80 procent produkce do 70 zemí světa, se na očekávaný devizový výkyv připravila částečně zajištěním kurzu. „Tím, že máme přebytek zahraniční měny, budeme v korunovém vyjádření při jejím posílení ztrácet anebo naopak při oslabení získávat. Částečné zajištění kurzu jsme si zařídili, abychom očekávané rozkmitání kurzu zmírnili,“ popisuje problém, který zajímá většinu českých exportérů, generální ředitel TON Milan Dostalík.

Společnost TON je nejsilnější na trzích Evropské unie, USA a Kanady, Japonska, Jižní Koreje a Austrálie. Tyto země zároveň považuje i za perspektivnější kvůli fungování

společnosti jako celku. Existují tam kavárny, restaurace, hotely, stejně jako touha po vkusně zařízené domácnosti. Jsou to trhy, kde mají interiéroví architekti dost práce.

„Vsadili jsme na to, aby naše produkty byly krásné, aby byly špičkově zkonstruovány a kvalitně zpracovány ve všech ohledech,“ prozrazuje recept na úspěšný export Dostalík.

Úspěšný brand musí být originální

Zároveň si generální ředitel TON zakládá na svébytnosti značky. „Někteří čeští nábytkáři stále dělají pro cizí značky a někteří ani tu svou značku nemají dostatečně osobitou, čímž myslím především designovou originalitu,“ naznačuje, proč se podle něj některým českým nábytkářům nedaří vyvážet podobně jako firmě TON.

Také Martin Čudka, prezident Asociace českých nábytkářů, považuje za nejzásadnější budování značek českých výrobců, pro něž jsou hlavními trhy Německo a země staré Evropské unie. „V dobách socialismu a v devadesátých letech jsme byli levný zdroj. Nyní potřebujeme ukázat, že jsme vysoce kvalitní, seriózní, že poskytujeme vynikající služby, řešíme záruční i pozáruční servis a držíme slovo a dohodnuté termíny. Za to se zákazníkovi vyplatí uhradit o trochu vyšší cenu,“ tvrdí Čudka.

Za důležité považuje, aby stát podporoval export dlouhodobě a pravidelně, nikoli jen finančními dotacemi do účasti na zahraničních veletrzích.

A čím si Čudka vysvětluje růst exportu českých nábytkářů? „Vliv má stabilní kurz koruny, který se několik let neměnil. Hlavní příčinou ale je, že tuzemští výrobci hledají možnosti, kde uplatnit nábytek s vyšší přídáním hodnotou, který se u nás převážně vyrábí,“ míní šéf Asociace českých nábytkářů. Naopak se podle jeho zkušeností na tuzemský trh dováží méně kvalitní, ale levný nábytek z Číny a Polska. „Spotřebitelé v Česku stále nemají takovou kupní sílu, a proto nakupují v různých řetězcích. Přitom by si mohli dopřát řešení přímo na míru od tuzemských producentů,“ míní Martin Čudka.

Luxusní křišťál z Preciosy nachází bohaté zákazníky po celém světě

Nejlukrativnější zakázka stála klienta přes deset milionů dolarů. Preciosa – Lustry nespolehá na zavedenou značku, ale originálními produkty dál zvyšuje hodnotu svého brandu.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz



Stanislav Kadlec (50)

V roce 1989 absolvoval VŠE v Praze, obor informační technologie. Zatímco jeho spolužáci využili v té době lukrativních pracovních šancí v bankách, Kadlec nastoupil po základní vojenské službě do ekonomického oddělení firmy Preciosa. Šel totiž za manželkou do Liberce. Posléze vystřídal významné manažerské posty, byl finančním a marketingovým ředitelem a působil v představenstvu firmy. Aktuálně je členem představenstva Preciosa – Lustry a také společnosti NLT, která firmu specializující se na křišťálové lustry a světelné projekty ovládá. V Preciosa – Lustry vede marketing a současně zastává post předsedy správní rady Nadace Preciosy. Jako vlastník zaměstnaneckých akcií tvrdí, že jeho vztah k firmě neutváří fakt, že je jakýmsi menšinovým spoluvlastníkem, ale dlouhověkost, tedy celoživotní profesní působení v Preciose.

FOTO: HN – LUKÁŠ BÍBA

Vysoce exportně orientovaná společnost, tak lze charakterizovat firmu Preciosa – Lustry – vyvází totiž plných 95 procent své produkce. K tak významnému úspěchu na zahraničních trzích přispívá samozřejmě fakt, že jak křišťálové lustry, tak celé velké světelné projekty jsou koncipovány i vyráběny na zakázku.

„Abychom se prosadili v našem oboru, je třeba, aby fungovala spousta věcí. Vedle kvalitních návrhářů a výrobní základny, je třeba mít také po světě dobrý obchodní tým. Do všech těchto věcí jsme v poslední době investovali,“ tvrdí Stanislav Kadlec, člen představenstva společnosti Preciosa – Lustry.

Firma před dvěma roky také uvedla do provozu výzkumné a vývojové centrum přímo v továrně v Kamenickém Šenově. Dále posílila marketingový tým a začátkem letošního roku otevřela na lukrativní adrese v pražské Rytířské ulici reprezentativní prodejní showroom, do něhož investovala na rozjezd skoro 30 milionů korun. Společnost tak chce zaujmout jak zahraniční turisty, tak domácí klienty.

V zahraničí firma aktuálně zaměstnává padesátku odborníků, kteří tam trvale žijí. Žádné dojíždění na pár měsíců. Pozoruhodné je, že nejúspěšnější prodejci v zahraničních zastoupeních Preciosy jsou většinou Češi.

„Museli se rychle naučit, jak se v cizím prostředí chovat, přizpůsobit se kultuře, zvyklostem a byznysu dané lokality,“ míní Kadlec.

Preciosa – Lustry cílí na movité klienty

Pavel Kadleček, který působí v Preciose poslední tři roky jako obchodní manažer pro evropský trh, tvrdí, že zahraniční obchodník musí nejenom v daném teritoriu žít, ale musí k němu mít i nějaký vztah. Jedině tak lze úspěšně zastupovat firmu v cizině. „Třeba v USA máme Čechokanadana, který dobře zná americký trh, prostředí a lidi. Pro Blízký východ jsme sehnali Čecha, který je muslimského vyznání,“ prozrazuje byznymen, který pracuje v Preciose od roku 2010. Zakládal pobočku v Šanghaji a působil i v Hongkongu.

Konkrétní zkušenosti má například i s plagiátorstvím na čínském trhu. „V roce 2012 jsme vystavovali na veletrhu Light + Building

v Německu, což je světová přehlídka světelné techniky. Tři měsíce poté jsem viděl naše svítidla z výstavy už prodávat čínské výrobce v Číně,“ dodává. Přesto Preciosa v této zemi dál působí. Jednak kvůli obrovskému trhu, a pak i proto, že se tamní situace pozvolna zlepšuje, protože české sklo má ve světě stále atraktivní zvuk. „Snažíme se naše klienty vzdělávat, že plagiát není totéž co originál. Pokud chtějí zákazníci něco krásného, tak dokážou kvalitu zaplatit. A zaplatí i české sklo,“ tvrdí Kadleček.

V loňském roce přesáhly tržby společnosti Preciosa – Lustry poprvé miliardovou hranici. Vedle nesporné tradice značky je základem takového úspěchu i zaměření na cílovou skupinu klientů. Firma dodává lustry i celé kolekce neboli světelné projekty těm nejprestižnějším odběratelům. Od pětilhvězdičkových hotelů po privátní rezidence, jachty, kasina či reprezentativní státní budovy. Mezi top trhy Preciosy patří USA, Hongkong a Spojené arabské emiráty.

Kusové výrobky v zahraničí neprorazí

„Je to tak pět let nazpět, co jsme se rozhodli zacílit na konkrétní skupiny zákazníků. Třeba výletní lodě vyrábějí velké loděnice v Evropě, takže vyvážíme i do západní Evropy,“ uvádí Stanislav Kadlec s tím, že právě tam si nechávají dělat luxusní jachty i šejkové z Arábie. „To nám zvedá odbyty na evropském trhu, protože takovou výrobní základnu, podobný ekvivalent nenajdete nikde jinde, ani na východě v Asii,“ vysvětluje Kadlec, proč není perspektivní se zaměřovat pouze na exotické země.

„Západní Evropa není zapovězená, jde o to najít si tam příležitost a šanci. Na všech trzích je třeba hledat příležitosti, samozřejmě ne nějakými kusovými výrobky, musí být top,“ dodává člen představenstva Preciosy.

Podle Kadlece je Preciosa zavedená silná značka, ale jen z toho žít nelze. „Stále do toho musíme šlapat, abychom byli považováni za vysoce hodnocenou značku. A my také velké ambice máme,“ míní. Firma opravdu cílí na nejvyšší společenská patra. Je to dáno i tím, že nevyrábí technické nebo jen funkční, ale exkluzivní osvětlení. Jde většinou o know-how Preciosy od návrhu po výrobu.



Když zákaznky dostaneme do fabriky, tak je v naprosté většině získáme. Uvědomí si, co si vlastně kupují, co je za jejich lustrem na míru udělané práce, kolik je tam dílčích operací...
FOTO: PRECIOSA

Jakou cenu tedy může mít nejdražší zakázka? „Horní limit neexistuje. Pamatuji projekt, který trval od prvních skic po výrobu a instalaci dva roky a stál přes deset milionů dolarů,“ odpovídá manažer Kadlec. Tato zakázka skončila v soukromém paláci v Arábii.

„Světelné projekty jsou výhradně dodávky na zakázku, ne výběr z katalogu. Začíná to diskusí s designérem a laděním konkrétních požadavků. Pak teprve nastupuje výroba a vše končí až instalací,“ uvádí Kadlec, že jen velice málo zákazníků stačí katalogová nabídka. Ale i tato svítidla pocházejí z 90 procent z ruční práce. Pod značkou Preciosa neexistují dvě identická svítidla, každé je v detailech jiné. Tato skutečnost prý bezvadně funguje na zákazníky.

„Máme ověřené, že když zákaznky dostaneme do fabriky, tak je v naprosté většině získáme. Uvědomí si, co si vlastně kupují, co je za jejich lustrem na míru udělané práce, kolik je tam dílčích operací...“

Individuální přístup k zákazníkům je základ

Někdy jde Preciosa při získávání zakázek také cestou prestižních veletrhů. Aktuálně se například připravuje na dubnový veletrh svítidel EuroLuce v Miláně, který se koná jednou za dva roky. Jedna taková účast přijde firmu na 20 milionů korun.

Tam, kde Preciosa nemá obchodní zastoupení, využívá třeba i služeb státní agentury CzechTrade. Co se týče veletrhů, tak je pro Preciosu nejpodstatnější prezentovat svůj brand, proto upřednostňuje vlastní stánky na výstavách v zahraničí, nikoli společné pod hlavičkou CzechTrade.

„Často se dostávám k informacím, že jsou naši lidé příjemně překvapeni, jak CzechTrade funguje. Šlapou do toho a mají chuť

Preciosa – Lustry

Výrobce lustrů z křišťálového skla v Kamenickém Šenově rozvíjí téměř 460letou tradici. Firma Preciosa vznikla po roce 1948 sloučením sklářských firem. V současné době patří společnost Preciosa – Lustry, vystupující v zahraničí pod názvem Preciosa Lighting, do skupiny Preciosa, jejímž vlastníkem a šéfem je Ludvík Karl spolu se dvěma syny a manželkou. V loňském roce poprvé překročily tržby firmy Preciosa – Lustry hranici jedné miliardy korun. Společnost navrhuje a vyrábí luxusní lustry či rozsáhlé světelné projekty pro prestižní klienty, jakými jsou třeba pětihvězdičkové hotely, privátní rezidence, přepychové jachty a zámožské lodě, kasina i státní reprezentativní budovy. Přímo v továrně je přes dva roky i výzkumné a vývojové centrum a začátkem letošního roku otevřela firma v unikátních historických prostorách Rytířské ulice v Praze pětisetmetrovou prodejnu, která chce ukázat produkty značky Preciosy nejenom zahraničním klientům, ale i českým zájemcům. Aktuálně představuje export 95 procent produkce, nejčastěji lustry míří na trhy do USA, Hongkongu a Spojených arabských emirátů.

firmám pomoci,“ míní Kadlec, podle něhož ale vždy záleží na jednotlivých lidech.

Také šéf pro evropské trhy Pavel Kadleček se přidává na základě zkušeností k chvále na kanceláře CzechTrade po Evropě nebo v Šanghaji a na zastupitelský úřad v Hongkongu. „Jsou tam aktivní lidé, kteří nám nabízejí účinnou pomoc,“ naráží na ekonomickou diplomacii, která se v poslední době podle jeho zkušeností hodně zlepšila. „Ale stále v porovnání s možnostmi obchodních radů z jiných zemí zaostáváme.“

Každopádně musí zástupci Preciosy v zahraničí spoléhat hlavně sami na sebe. Znat terén a vědět, jak se k jednotlivým klientům chovat, jakou strategii zvolit, aby obchodní jednání bylo úspěšné. Podle Stanislava Kadlece se Čechům nejlépe jedná s Evropany a Američany, protože přemýšlejí podobně. „Jednají přímočařeji a své požadavky formulují srozumitelněji,“ tvrdí s tím, že na druhou stranu spektra by zařadil Číňany. Velkým problémem je od nich získat jasný názor. Je složité se i dozvědět tak jednoduchou a základní věc, zda se jim produkt líbí.

„Číňan nerad říká ne, obchod natahuje, až jde do ztracena. U Američana, Angličana nebo Švéda se něco podobného nestane. Rychle víme, na čem jsme,“ naráží Kadlec na jiné kultury. Tam je třeba během obchodních jednání začínat na vyšších cenách. Smlouvání a poskytnutí, respektive získání slevy je totiž součástí kultury a tím pádem i byznysu.

„Ale u velkých projektů se setkáváme s mezinárodním týmem vzdělaných lidí a tam tyto škatulky neplatí, anebo je třeba rychle zjistit, kdo má v procesu ten největší vliv,“ dodává Stanislav Kadlec, člen představenstva firmy Preciosa – Lustry.

Exportní strategie ČR a využívání proexportních nástrojů

Podpora vývozu státem je důležitá i z hlediska udržení konkurenceschopnosti ČR. Nesmí se tak ale dít bez ohledu na vynakládání prostředků ze státního rozpočtu a bez odpovídajícího ekonomického přínosu.

Jaroslava Beneš Špalková
ředitelka odboru řízení exportní strategie a služeb,
Ministerstvo průmyslu a obchodu
spalkova@mpo.cz



Aktualizovaná exportní strategie zohledňuje mimo jiné principy Průmyslu 4.0. FOTO: ABB

Prosperita české ekonomiky je velkou měrou závislá na vývozech zboží a služeb. Stát sice nemá možnost ovlivňovat makroekonomické faktory působící na export, ale může vytvářet co nejlepší podmínky pro podnikatele a exportéry a napomoci tak jejich expanzi na zahraniční trhy. Proexportní politika České republiky je obsažena v Exportní strategii 2012–2020 schválené vládou ČR v roce 2011. Vzhledem k délce platnosti této strategie a ke změnám, ke kterým průběžně dochází a na něž je potřeba reagovat, byla v loňském roce tato strategie aktualizována.

Kromě zjednodušení implementace jednotlivých opatření, je v aktualizaci teritoriální přístup nově doplněn i pohledem oborovým a je využit k určování klíčových trhů. Ministerstvo zahraničních věcí ve spolupráci

s dalšími institucemi zpracovalo Mapu globálních oborových příležitostí, jejímž prostřednictvím je možné konkretizovat obory, které jsou v daném teritoriu aktuálně nadějně a ve kterých existuje exportní potenciál pro české podnikatele.

Dalšími úkoly aktualizované Exportní strategie jsou zajištění synergie proexportních organizací a institucí s cílem zvýšení efektivnosti poskytování služeb státu, navázání exportní expanze na úspěšnou realizaci projektů vědy, výzkumu a inovací, zohlednění principů Průmyslu 4.0, společná obchodní politika, dohody o volném obchodu, vnitřní trh a ekonomická migrace.

Financování a pojišťování

Mezi významné nástroje podpory exportu patří financování a pojišťování vývozu s účastí

státu, a to především na mimoevropské trhy. Pro českou ekonomiku je toto financování a pojišťování vývozu důležité i z hlediska udržení konkurenceschopnosti ČR. To však neznamená, že budou tyto podpořené vývozy realizovány bez ohledu na vynakládání prostředků ze státního rozpočtu a bez odpovídajícího ekonomického přínosu. V současnosti pracuje MPO s ostatními akcionářskými ministerstvy v ČEB a EGAP na různých variantách modifikace současného systému tak, aby byl vytvořen funkční model exportního financování a pojištění z hlediska udržitelnosti a nároků na státní rozpočet.

Připomínám, že bez ohledu na aktuální problémy se jak ČEB, tak i EGAP věnují financování a pojišťování vývozu malých a středních podniků, kde EGAP již od roku 2014 aplikuje pro MSP jednodušší administrativu při pojiš-

tování jejich vývozu. Z 80 nových úvěrových smluv, které podepsala ČEB v roce 2016, připadlo 63 na segment MSP, EGAP pojistil v roce 2016 malé a střední podniky prostřednictvím 52 nových pojistných smluv.

Služby pro exportéry

Ve spolupráci s MZV vzniklo v posledních třech letech několik užitečných nástrojů podpory – Klientské centrum pro export, provozované CzechTradem, MPO a MZV, vznikla Jednotná zahraniční síť zahrnující zastupitelské úřady ČR a zahraniční kanceláře CzechTradu, byl vytvořen Jednotný katalog služeb Klientského centra a Jednotné zahraniční síť, kde byly služby obou složek sjednoceny.

Ráda potvrzují, že se osvědčilo Klientské centrum pro export, které funguje jako jednotné kontaktní místo MPO, MZV a agentury CzechTrade pro české podnikatele a nabízí konzultace jejich exportních a investičních záměrů. Prostřednictvím Jednotné zahraniční sítě je schopné zprostředkovat služby ve více než 90 zemích světa. Zájem o služby Klientského centra stále roste – v roce 2016 se proti r. 2015 zvýšil počet dotazů o 7,2 procenta. Konzultace k problematice vnitřního trhu, obchodní politiky či k projektům ekonomické migrace nabízejí odborní pracovníci MPO.

Podnikatelé využívají též přímo služby ekonomických diplomatů na zastupitelských úřadech ČR a v zahraničních kancelářích CzechTradu. Zastupitelské úřady poskytly českým vývozcům v roce 2016 celkem 211 služeb, zahraniční kanceláře poskytly 893 individuálních asistenčních služeb, pod hlavičkou CzechTradu bylo realizováno 116 společných účastí na zahraničních výstavách a veletrzích a čtyři obchodní mise.

Program společných expozic

Prezentaci českých firem na zahraničních veletrzích a výstavách zajišťuje také ministerstvo průmyslu a obchodu. Jde o velmi žádanou formu proexportní podpory – program společných expozic českých firem na vybraných mezinárodních veletrzích a výstavách, které zastřešuje a financuje stát. V roce 2016 se uskutečnilo 29 těchto oficiálních účastí, jichž se zúčastnilo 330 českých vystavovatelů, z toho přes 50 procent malých a středních podniků. Podpora veletržní účasti je významným proexportním nástrojem, zajišťujícím osobní setkání exportérů s obchodními partnery, kontakt s odbornou veřejností, analýzu nových trhů, mapování konkurence atd.



Velmi žádanou formou proexportní podpory je program společných expozic českých firem na vybraných mezinárodních veletrzích a výstavách. Na snímku je česká expozice na energetickém veletrhu PowerGen v Moskvě v říjnu loňského roku. FOTO: MPO

Předpokládám, že zájem podnikatelů bude i o účast v projektech, které v rámci Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014–2020 realizuje agentura CzechTrade od poloviny loňského roku. Jde o nové marketingové modely veletržních účastí NOVUMM a NOVUMM KET (v oblasti klíčových technologií) a o Design pro konkurenceschopnost. Tyto projekty jsou zaměřeny na usnadnění vstupu MSP na zahraniční trhy prostřednictvím jejich účasti na vybraných specializovaných veletrzích a výstavách, které nejsou zahrnuty do oficiálních účastí organizovaných MPO. V rámci těchto projektů bude podpořeno celkem 150 zahraničních veletrhů a výstav, což otvírá značný prostor pro účast zájemců z řad malých a středních firem.

Přínosné pro podnikatele jsou zahraniční podnikatelské mise, které doprovázejí nejvyšší ústavní činitele na jejich zahraničních cestách. Tyto mise, které organizují podnikatelské reprezentace (Hospodářská komora ČR a Svaz průmyslu a dopravy), plní roli „otvírání dveří“ pro české exportéry, ale zároveň jsou i nástrojem marketingu a propagace ČR v zahraničí.

Podnikatelům je určena též řada proexportních akcí, seminářů, konferencí, které organizují MPO, CzechTrade, MZV a další instituce, jako Hospodářská komora ČR. V krajích působí regionální exportní konzultanti CzechTradu s cílem přiblížit informace o službách pro exportéry do krajů.

V posledních letech nabízí ministerstvo zahraničních věcí spolu s některými dalšími resorty včetně MPO podnikatelům účast v projektech ekonomické diplomacie, jejichž prostřednictvím mohou firmy prezentovat své výrobky či služby a získávat potřebné kontakty s pomocí zastupitelských úřadů v teritoriu. Zájem o tyto projekty roste velmi rychle – v roce 2016 bylo schváleno 183 projektů, což bylo o 96 projektů více než v roce 2015.

Klíčová je spolupráce resortů

Závěrem bych chtěla zdůraznit, že nejdůležitější pro skutečně efektivní podporu exportu a ekonomickou diplomacii je týmová spolupráce resortů, které jsou za tyto oblasti zodpovědné – MPO má kompetence v oblasti podpory exportu a obchodní politiky, ministerstvo zahraničních věcí zodpovídá za ekonomickou diplomacii a za koordinaci vnějších ekonomických vztahů. Důsledná koordinace, využití znalostí a zkušeností pracovníků obou ministerstev a agentury CzechTrade jsou naprosto nezbytnou podmínkou úspěšné realizace cílů exportní strategie a podpory exportu. Velmi důležitá je pak zpětná vazba, kterou firemní reprezentace i jednotlivé podniky poskytují a na jejímž základě přijímáme opatření ke zlepšení poskytovaných služeb. ■

Pro efektivní podporu exportu a ekonomickou diplomacii je nejdůležitější týmová spolupráce resortů, které jsou za tyto oblasti zodpovědné – MPO a MZV.

Zahraniční veletrhy se společnou prezentací

16.–18. 6. 2017

IFE 2017 – China International Food Exhibition and Guangzhou Import Food Exhibition Guangzhou (Kanton), Čína

IFE 2017 je obrovským potravinářským veletrhem v jižní Číně. V minulém roce se výstavy zúčastnilo 1500 vystavovatelů z více než 60 zemí a navštívilo ji 80 000 odborných návštěvníků. Veletrh se koná v městě Kanton, které je centrem obchodu jihovýchodní Číny. Delta Perlové řeky patří k ekonomicky nejrozvinutějším oblastem Číny a skýtá velký spotřebitelský potenciál i pro české produkty. Agentura CzechTrade organizuje společnou účast s cílem pomoci exportérům při hledání nových obchodních partnerů na tomto dynamicky se rozvíjejícím potravinářském trhu. Kontakt: adriana.dohnalova@czechtrade.cz, 724 966 504.

13.–16. 7. 2017

F-AIR Colombia 2017 Medellín, Kolumbie

Agentura CzechTrade organizuje společnou účast na mezinárodním veletrhu leteckého, obranného a bezpečnostního průmyslu. Veletrh oslovuje zájemce z oblasti přepravy pasažérů, zásobování, monitorování území a tvorby map, vyhlídkových letů, kontejnerových staveb, řídicích věží, hangárů, cateringu na palubách letadel aj. Letectví má v Kolumbii významné postavení a přitahuje pozornost mnoha renomovaných světových výrobců civilních a vojen-

ských letadel, vrtulníků, radiolokačních a navigačních systémů, telekomunikačních zařízení, zařízení letišť, leteckých simulátorů a dalších. Příležitosti v Kolumbii jsou i pro české exportéry. Kontakt: vendula.hobilova@czechtrade.cz, 602 282 641.

4.–6. 10. 2017

MATELEC LATINOAMÉRICA 2017 Santiago de Chile, Chile

Agentura CzechTrade na mezinárodním veletrhu elektrického a elektronického vybavení organizuje společnou účast, která je podpořena z projektu NOVUMM, spolufinancovaného z OP PIK, a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 80 000 Kč na pronájem plochy, registraci a další služby na veletrhu. Kontakt: michaela.reznickova@czechtrade.cz, 224 907 524.

12.–14. 11. 2017

PLMA USA 2017 Chicago, USA

Popularita obchodních značek v USA každým rokem posiluje a předpokládáme, že tento trend bude nadále pokračovat. Zákazníci ve Spojených státech tvrdí, že obchodní značka je mnohem lepší než značka národní. Na veletrhu PLMA 2017 v Chicagu se představí 2400 stánků, přibližně 5000 nákupčích a bude vystaveno více než 20 000 produktů, od nápojů a jídla přes zdraví a krásu, kuchyni až

po vybavení domácnosti. Zapojte se i vy a představte své výrobky na veletrhu PLMA.

Kontakt: zuzana.jesenska@czechtrade.cz, 702 213 109.

4.–6. 12. 2017

EXPODEFENSA 2017 Bogota, Kolumbie

Agentura CzechTrade organizuje společnou účast na veletrhu EXPODEFENSA 2017, který se koná v Bogotě v termínu 4.–6. 12. 2017. Akce se zaměřuje na obranný a bezpečnostní průmysl. Účast na této akci je podpořena z projektu NOVUMM, spolufinancovaného z OP PIK, a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 80 000 Kč na pronájem plochy, registraci a další služby na veletrhu. Kontakt: jitka.jarosova@czechtrade.cz, 224 907 538.

Cílem agentury CzechTrade je podpořit české firmy v jejich pronikání na zahraniční trhy, proto kromě příprav společné expozice nabízí také sérii doprovodných služeb pro zvýšení šancí na úspěšný vývoz klienta. Patří sem např. oslovení potenciálních zahraničních partnerů za účelem podchycení jejich zájmu o setkání na veletrhu, osobní asistence během veletrhu nebo aktivní účast při jednáních s obchodními partnery.

Malé a střední firmy mohou navíc čerpat finanční dotaci v rámci projektů NOVUMM a NUOVUMM KET na svou prezentaci na vybraných zahraničních akcích.

České oficiální účasti na veletrzích v zahraničí v září a říjnu 2017

26. 9. – 29. 9. 2017

TRAKO (logistika a železnice) Gdaňsk, Polská republika

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu již poněkoličtější. Navrhovatelem byla Asociace podniků a českého železničního průmyslu – ACRI. Letos se jedná již o 12. ročník Mezinárodního železničního veletrhu. TRAKO je největší a nejprestižnější železniční průmyslové setkání v Polsku a jedno z největších ve střední a východní Evropě. Umožňuje představení aktuálního stavu dopravních systémů a železniční infrastruktury v Polsku, Evropě i ve světě. Veletrh se koná jednou za dva roky. Pro české firmy existuje v Polsku řada příležitostí u širokého spektra různých oborů. Česká republika je tradičním politickým i obchodním partnerem Polské republiky. Kontakt: vlastimil.janecky@mpo.cz Telefon: 22485 2781

4. 10. – 8. 10. 2017

Aktuální problematika vodovodů a kanalizací (vodo hospodářství) Vodice, Chorvatská republika

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu již poněkoličtější. Navrhovatelem bylo Sdružení oboru vodovodů a kanalizací ČR – SOVAK. Konference „Aktuální problematika vodovodů a kanalizací“ nepatří mezi „veletrhy“ standardně podporované MPO, ale jedná se o setkání odborné chorvatské veřejnosti z oblasti vodního hospodářství, tj. odborníků v oblasti zásobování vodou, kanalizací a čištění odpadních vod. Po loňské dobré zkušenosti se MPO rozhodlo, že v jejím rámci znovu podpoří formou ČOU české firmy. Jedná se o nejvýznamnější akci svého druhu v Chorvatsku, která přitahuje pozornost nejen značného počtu domácích odborníků a společností, ale i řady účastníků ze zahraničí. Její výjimečnost spočívá v tom,

že se jí účastní nejvyšší představitelé chorvatských samospráv, vodo hospodářských podniků a asociací, kteří mají rozhodovací pravomoc.

Kontakt: Eva.Zaksevicika@mpo.cz Telefon: 22485 2805

6. 10. – 9. 10. 2017

Tehran Industry International Exhibition (TIIE) – všeobecný strojírenský veletrh Teherán (Íránská islámská republika)

Jedná se o národní výstavu kategorie „A“, kterou organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu letos již podruhé. V loňském roce MPO zareagovalo velmi pružně na vývoj v mezinárodním obchodě a s tím související otevírání nových trhů a uspořádalo národní výstavu v Íránu. Cílem této akce bylo představit špičkové české firmy z různých oborů a jejich produkci (strojírenství

Veletrhy jsou ideální příležitostí pro navázání osobních vztahů se zahraničními partnery a představení firemní produkce. Pokud vás některý veletrh zaujme, kontaktujte garanta akce pro bližší informace k osobní/katalogové prezentaci nebo k asistenčním službám CzechTradu. Všechny akce najdete na www.czechtrade.cz.

Nejbližší akce exportního vzdělávání CzechTradu

19. 4. 2017

České Budějovice: Jak úspěšně exportovat do ITÁLIE a FRANCIE

Zaměřeno na aktuální stav italské a francouzské ekonomiky a z něho vyplývající šance pro české firmy, perspektivní obory pro export, informace o příležitostech a podmínkách podnikání na trhu, možnosti podpory českých firem při průniku na dané trhy atd.

Cena: zdarma

10. 5. 2017

Praha: UPLATŇOVÁNÍ DPH v zahraničním obchodu se zbožím a službami

Seminář seznámí účastníky s problematikou uplatňování DPH a celních předpisů při realizaci různých obchodních operací, poskytování služeb osobám z jiných států EU a ze třetích zemí a poskytování služeb těmito osobami se zaměřením na uplatňování DPH.

Cena: 1900 Kč

17. 5. 2017

Praha: EXPORT HROU – exportní příležitosti a bezpečnostní normy EU pro výrobce hraček a her

Zajímavý seminář se zaměřením na aktuální změny evropské normy o bezpečnosti hraček, představení



Veletrhu IFE se v minulém roce zúčastnilo 1500 vystavovatelů z více než 60 zemí. FOTO: IFE CHINA

a aktuální informace Sdružení pro hračku a hru, exportní příležitosti pro hračky a hry v jednotlivých světových teritoriích.

Cena: zdarma

22. 5. 2017

Karlovy Vary: NIZOZEMSKO a MAĎARSKO – slibné trhy pro český export

Víte, jak uspět na trzích Nizozemska a Maďarska? Zvažujete vstup na tyto trhy? Přijďte na exportní konferenci zaměřenou na aktuální ekonomické a obchodní informace z těchto teritorií. Díky získaným informacím budete na export lépe připraveni.

Cena: zdarma

31. 5. 2017

Ostrava: Jak úspěšně exportovat do SKANDINÁVIE

Zajímá vás aktuální situace na švédském, norském a dánském trhu? Zazní zde mj. i tato témata: perspektivní obory a zajímavé projekty pro české exportéry, přehled oborových veletrhů s účastí agentury CzechTrade (stánek, asistence), doporučené kroky pro exportéry při vstupu na dané trhy. V rámci akce proběhnou i individuální konzultace.

Cena: zdarma

a dobývací technika), tradiční řemeslná odvětví (sklářství, výroba šperků) a Českou republiku jako takovou. TIIE patří mezi nejprestižnější strojírenské akce v Íránu a přilehlém regionu. V loňském roce se národní výstavy zúčastnilo 23 českých vystavovatelů a 37 vystavovatelů zastupovala Česko-slovensko-íránská obchodní komora, což potvrdilo jejich obrovský zájem o íránský trh. V letošním roce budou mít české firmy možnost opětovně se účastnit veletrhu TIIE v rámci národní výstavy.

Kontakt: Vladimír Bomberovič, Eva Zakševická – bomberovic@mpo.cz, zaksevicka@mpo.cz
Telefon: 22485 2919, 22485 2805

11. 10. – 14. 10. 2017

MUSIC CHINA (hudební nástroje) Šanghaj (Čínská lidová republika)

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu

již poněkolkáté. Navrhovatelem byla Asociace výrobců hudebních nástrojů ČR.

Účast na tomto veletrhu MPO podporuje již několik let po sobě a vystavovatelé jsou se zařazením tohoto veletrhu do programu ČOÚ spokojeni. Veletrh je mimo jiné specifický tím, že z českých firem ho preferují velké společnosti jako Petrof i malí výrobci hudebních nástrojů. V prezentaci na tomto veletrhu vidí firmy zvýšení své prestiže s možností proniknout více na čínský trh, případně se na něm udržet.

Kontakt: Věra Brožková – brozkova@mpo.cz
Telefon: 22485 2680

25. 10. – 28. 10. 2017

CHINA COAL & MINING EXPO (důlní veletrh) Peking (Čínská lidová republika)

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu již poněkolkáté. Navrhovatelem byla

Česká dobývací technika – CDT.

CHINA COAL & MINING je vůbec nejstarším čínským veletrhem zaměřeným na uhlí a těžební techniku – první ročník se konal již v roce 1985. V současné době tento veletrh každé dva roky láká téměř tři stovky vystavovatelů, kteří prezentují své výrobky na ploše téměř 20 000 m². CHINA COAL & MINING je jedním z největších veletrhů svého druhu s mezinárodní účastí. Mezi vystavujícími jsou přední světové společnosti tohoto odvětví, představující svá zařízení, služby a technologie pro tento průmyslový obor. Tento veletrh dnes znamená největší fórum, v rámci kterého se představuje celé spektrum těžební techniky.

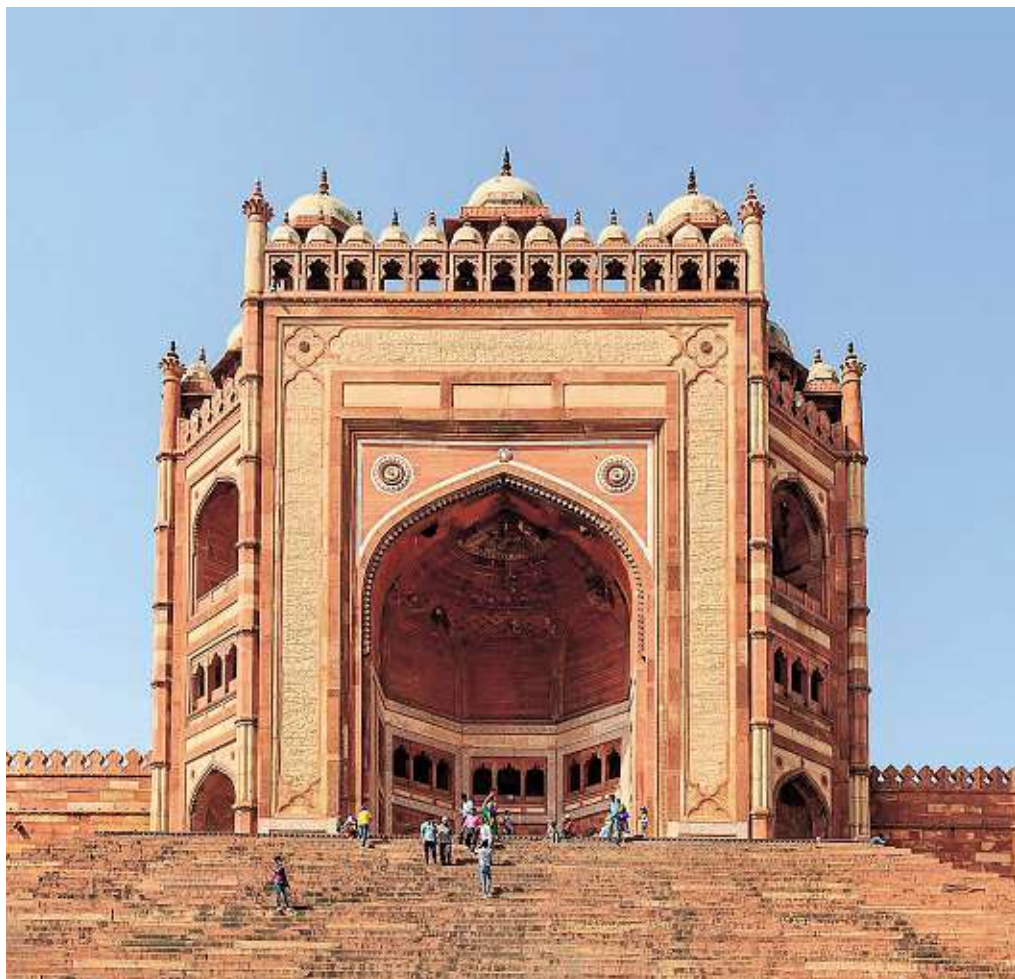
Kontakt: Vladimír Bomberovič – bomberovic@mpo.cz. Telefon: 22485 2919

Více o programu MPO na podporu českých oficiálních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí na www.mpo.cz

Podrobné informace o seminářích a konferencích naleznete na www.exportnivzdelavani.cz nebo www.czechtrade.cz/kalendar-akci.

Uhodnete, které místo na světě zobrazuje fotografie?

V překladu znamená název tohoto sídla „Město vítězství“. Spíše by se ale mělo jmenovat „Město duchů“. Založil ho panovník Mughalské říše Akbar Veliký, který si chtěl vybudovat nové centrum svého impéria. Jako nové hlavní město ale sloužilo jen 14 let – do roku 1585. Pak ho kvůli nedostatku vody panovník opustil a město nebylo prakticky po staletí využíváno. Vzhledem k tomu, že komplex staveb tvořících vladařovo sídlo zůstal velmi dobře zachován, dostalo se toto město pro svou historickou hodnotu na Seznam světového dědictví UNESCO. **Odpověď naleznete v příštím čísle.**



A – Tádž Mahal, Indie

B – Džódhpur, Indie

C – Fatehpur Sikrí, Indie



Správná odpověď z minulého čísla:

V březnovém čísle jste měli na fotografii poznat solná pole Salineras de Maras v Peru.

V příštím čísle Českého exportéra

Indie

Potravinářství, inovace
a průmyslový design

Další číslo časopisu vyjde
v HN 23. května a v týdeníku
Ekonom 25. května

TIRÁŽ

ČESKÝ EXPORTÉR: příloha Hospodářských novin a týdeníku Ekonom – vydavatelství Economia, a.s. / **Magazín** vznikl ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a agenturou CzechTrade / **Ředitel speciálních projektů:** Petr Orálek / **Vedoucí přílohy:** Martin Knížek / **Foto:** HN – Lukáš Bíba, Reuters, Shutterstock, archiv DTVS, archiv MPO, CzechTrade, Jan Fridrich – LAA ČR, VIFA International Furniture Fair Vietnam / **Grafická úprava:** Jan Vyhnánek, Jan Stejskal, Richard Bakeš, Michal Vocel / **Inzerce:** inzerce.hn@economia.cz / **Tisk:** EUROPRINT A.S. / **Samostatně neprodejné**

RESPEKT
SPECIÁL

DEZINFORMACE

Největší fake news v Česku a ve světě.

Články o konspiračních teoriích, rozhovory s předními novináři, ankety i rady, jak odlišit důvěryhodné zdroje od těch nedůvěryhodných.

Po stopách tajemných majitelů proruských médií.
Kdo tu píše pro Putina?

120 stran poutavého čtení za 89 Kč



**PRÁVĚ
V PRODEJI**

OBJEDNÁVEJTE JEDNODUŠE PŘES SMS
SPECIÁL VÁM DORUČÍME ZDARMA AŽ DO SCHRÁNKY

Zprávu ve tvaru **DEZINFORMACE JMENO PRIJMENI ULICE C.P. OBEC PSC** zašlete na číslo **90211**.

Objednací SMS jsou zpoplatněny podle běžného tarifu vašeho mobilního operátora.

Cena SMS služby včetně doručení výtisku do vaší schránky je 89 Kč vč. DPH.

Službu technicky zajišťuje ATS Praha. Infolinka 296 363 199 v pracovní dny 8.00–17.00, www.platmobilem.cz

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

Agentura CzechTrade pomáhá při vstupu na zahraniční trhy nejen velkým českým exportérům, ale její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné také *malým a středním firmám*, aby i ony mohly v cizině uspět.

• **Poradenské a informační služby** • **Individuální služby** • **Obchodní příležitosti** • **Exportní vzdělávání** •

ČESKÉ
PLECHOVÉ
HRAČKY
S TRADICÍ

