

Exportní výzkum

Roste zájem vývozců
o netradiční trhy

Rozhovor

Firmy zbytečně vyčkávají
s exportem do Španělska

Úspěšný exportér

Uskladněná elektřina z FitCraft
Energy poháněla mobilní město

srpen 2017

číslo 06

ČESKÝ EXPORTÉR

ŠPANĚLSKO A ITÁLIE

Oba státy se vzpamatovávají
z krize. Španělsko se z potíží
stalo premií, Itálie se
zotavuje pomaleji.



Partnerem
magazínu je:

**CzechTrade**


MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU

Váš ranní rituál kdekoliv na světě

Využijte speciální letní nabídky na digitální předplatné Hospodářských novin.

Aktuální vydání na vás bude čekat ve vašem **počítači, tabletu i mobilu**.

V mobilní aplikaci najdete obsah s předstihem ve 21:30.

zvýhodněná
cena **299 Kč**
měsíčně



Objednejte na: www.ihned.cz/leto

Nabídka platí pro nové nebo navýšené předplatné do 31. 8. 2017.

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY



4

TÉMA

Oživení ve Španělsku a v Itálii může přilákat české investory

4

ROZHOVOR: PETRA JINDROVÁ

Ve Španělsku je důležité nabízet výrobky se šarmem

8

ROZHOVOR: IVANA TŘOSKOVÁ

Věhlasné italské módní domy si nechávají dovážet knoflíky z Jablonce nad Nisou

10

POHLED NA REGION

Tuzemští exportéři se úspěšně učí využívat potenciál italského trhu

12

POHLED NA REGION

Španělsko chystá velkorysé investice. Čeští podnikatelé by toho měli využít

13

NA CESTĚ

Ryze praktickým zbožím je neoslňte. Italům a Španělům záleží na designu

14

KRÁTCE ZE SVĚTA

Regionální zprávy a novinky z Francie, Saúdské Arábie, Číny, Izraele a USA

16

ODVĚTVÍ BYZNYSU

Čeští energetici v zahraničí už osm let nepřetržitě posilují

18

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR

Britská královská rodina koupila akumulátor energie od moravské firmy

20

INFORMAČNÍ SERVIS

České firmy zajímá modernizace zastaralých egyptských elektráren

22

Rumunsko chce dokončit další dva bloky jaderné elektrárny Cernavoda

23

Český pavilon na EXPO 2017 v Astaně navštívilo již více než 200 tisíc lidí

24

Investujte do exportního vzdělávání

27

Malé a střední podniky oživují export do Ruska a na mimoevropské trhy

28

Tuzemské firmy by mohly vyvážet i více, chybí jim ale lidé a dusí je byrokracie

29

Na stáži si studenti ověří, jak dalece je politika provázána s byznysem

30

KALENDÁŘ AKCÍ

Zahraněční veletrhy se společnou prezentací

32

České oficiální účasti na veletrzích v roce 2017

Projekty NOVUMM a NOVUMM KET



14



24

Lenka Kovačovská
náměstkyně ministra průmyslu a obchodu
pro energetiku



Vážení čtenáři, když jsem přemýšlela nad tím, co považuji ze svého pohledu pro spojení české energetiky a exportu za nejdůležitější, napadlo mě jediné: systematické podporování kvalitních českých řešení a dobré pověsti tuzemských firem na zahraničních trzích v rámci všech našich resortních aktivit.

Díky svému významnému nárůstu v posledních letech patří export v oblasti energetiky k našim nejvýznamnějším odvětvím. Z celkového pohledu je dnes jeho podíl takřka třetinový. Ale co je důležité – udržuje si stále stabilní růst a má před sebou především na třetích trzích v zemích mimo EU velké příležitosti. Export zboží pro energetiku do značné míry kopíruje celkový český export, a má tak nezanedbatelnou pozici nejen v evropských zemích, ale velmi dobře se uplatňuje i na trzích zemí SNS, stejně jako v zemích asijského i afrického regionu.

V Česku dnes máme řadu firem, které svými znalostmi a stálým důrazem na výzkum a inovace dokážou najít cestu mimo klasické trhy a obstát ve vysoce konkurenčním prostředí. Pochopitelně se nejedná jen o ty největší firmy a tradiční segmenty. Úspěchů dosahují i malé a střední či relativně mladé společnosti zabývající se energetickými potřebami třetího tisíciletí, obnovitelnými zdroji a přípravou technologií na nástup Průmyslu 4.0. Tady vnímám jako nesmírně důležitou podporu jejich výzkumu, a to nejen na úrovni univerzit.

Energetický průmysl a jeho export jsou jedním z klíčových faktorů v posledních letech tak úspěšného českého vývozu. A ministerstvo průmyslu a obchodu společně s agenturou na podporu exportu CzechTrade se systematicky snaží našim firmám pomáhat s vyhledáváním a získáváním nových obchodních příležitostí, aby byly ještě úspěšnější. Kvalitu a potenciál na to mají.

Oživení ve Španělsku a v Itálii může přilákat české investory

S hospodářským růstem přes tři procenta patří Španělsko mezi premianty eurozóny. Oživení táhne export a domácí poptávka. Italská ekonomika se z krize vzpamatovává pomaleji.

Simone Radačicová
simone.radacicova@economia.cz

Španělská ekonomika se letos na jaře vrátila na svou předkrizovou úroveň. Trvalo jí to zhruba devět let. Během nich si čtvrtá největší ekonomika eurozóny musela projít ostrým probuzením z let přebujelého utrácení, nástupem úsporných opatření a strukturálních reforem a konečně i nadějným oživením, které nadále probíhá. Rychlá expanze španělských podniků by mohla přilákat i české investory.

Španělé ale nemají žádné velké důvody k oslavám. Z krize si odnášejí šrámy, které se budou hojit ještě dlouho. Země přišla o 2,3 milionu pracovních míst. Nezaměstnanost sice výrazně klesla, přesto je nadále druhá největší v eurozóně. Bude trvat ještě léta, než se dostane na úroveň roku 2007.

Rozkvět vystřídal pád

V letech před hospodářskou krizí Španělsko prožívalo divoké období. Země se vznášela na vlně levných a dostupných půjček, rostoucích platů i příležitostí. Za lepším životem sem mířily desetitisíce přistěhovalců, stavěly se megalomanské objekty i rozlehlé bytové zástavby. Dostupné hypotéky snadno poskytovalo téměř 50 regionálních spořitelů – „cajas“, které často v napojení na lokální politiky financovaly bez ladu a skladu projekty, které nemohly být životaschopné. Zlaté období jako by snad nemělo nikdy skončit. Jen v roce 2007 se ve Španělsku postavilo více domů a bytů než v Německu, Francii, Itálii a Velké Británii dohromady.

O co bouřlivější bylo hýření, o to tvrdší byl pád. Ekonomika začala klesat ve třetím čtvrtletí roku 2008, k růstu se vrátila až o pět let později.

Jedním z nejviditelnějších symbolů finanční a hospodářské krize se stala vysoká nezaměstnanost. Ta svého vrcholu dosáhla v roce 2012. Tehdy bylo bez práce přes šest milionů Španělů. Bez stálého zaměstnání mnozí z nich nedokázali splácet hypotéky, které si vzali v době stavebního a hypotečního boomu. A do potíží tak rychle stáhli i regionální spořitelny, kterým rázem vzrostl počet „špatných úvěrů“.

Vláda v čele s lidoveckým premiérem Marianem Rajoyem bankovní sektor provedla rázným zeštíhlením, několik problematických

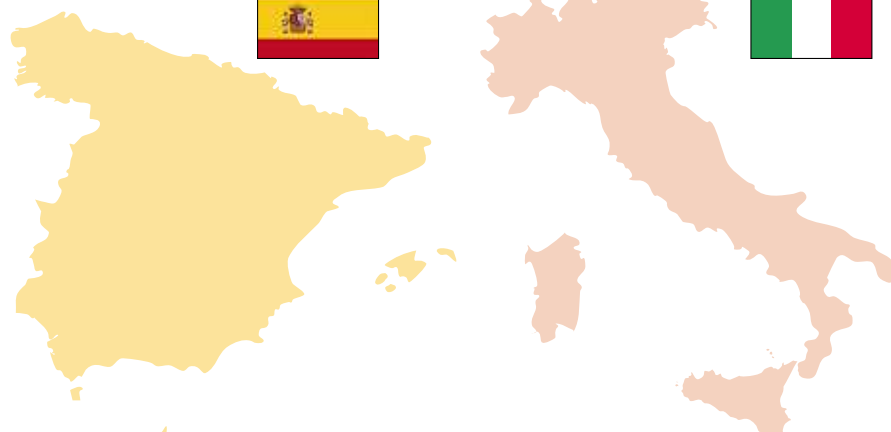


Stane se Katalánsko nezávislým státem? Barcelona plánuje svolat právně závazné referendum na podzim tohoto roku. (Na snímku symbol Barcelony chrám Sagrada Família). FOTO: SHUTTERSTOCK

Španělsko



Itálie



Srovnání ekonomiky

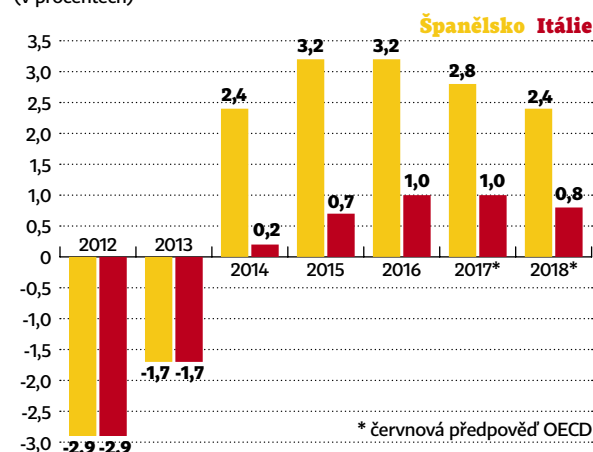
(údaje za rok 2016, není-li uvedeno jinak)

	Španělsko	Itálie
Počet obyvatel (k 1. 1. 2017)	46,5 milionu	60,6 milionu
Hodnota HDP (tržní ceny)	1114 mld. eur	1672 mld. eur
HDP na obyvatele (běžné ceny)	24 000 eur	27 600 eur
Úroveň HDP (EU=100), dle parity	92	96
Loňské tempo růstu HDP	3,2 %	0,9 %
Míra nezaměstnanosti (květen 2017)	17,7 %	11,3 %
Celkové daňové příjmy (k HDP, r. 2015)	33,8 %	43,3 %
Veřejný dluh (v poměru k HDP)	99,4 %	132,6 %
Vývoz zboží a služeb (v poměru k HDP)	33,1 %	30 %
Pořadí v žebříčku „Doing Business“ Světové banky*	32.	50.
Současná sazba korporátní daně	25 %	24 %
Náklady na pracovní sílu	21,3 eur/hod.	27,8 eur/hod.
Podíl domácností s vysokorychlostním internetem	81 %	77 %

* pořadí 190 zemí, Česko je sedmadvacáté

Meziroční změny HDP

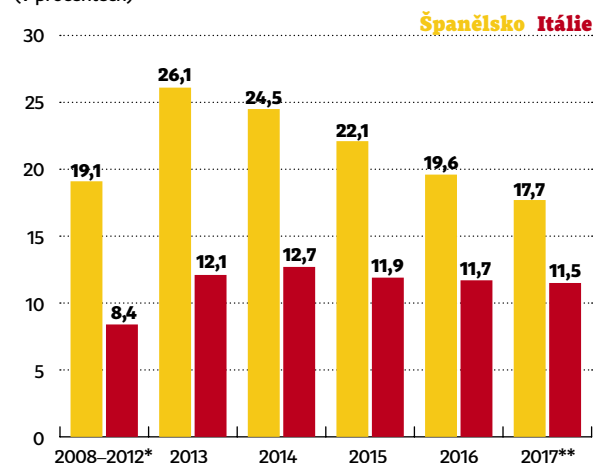
(v procentech)



* červnová předpověď OECD

Průměrná míra nezaměstnanosti

(v procentech)



* roční průměr za pětileté období ** jarní předpověď Evropské komise

ústavů pak musela zachraňovat. Z dřívějšího počtu 50 „cajas“ nakonec zbyla desítka peněžních ústavů – dvě spořitelny a osm bank.

„Španělsko provedlo učebnicovou záchranu bank. Zavřelo ty, které nemohly přežít, a rekapitalizovalo ty životaschopné. A potom nesplácené úvěry převedlo do špatné banky,“ vysvětlil Angel Ubide, analytik z Goldman Sachs.

odstupné, současně zjednodušuje pravidla pro najímání i propouštění zaměstnanců. Reformoval také energetický sektor a soustředil se na snížení nadměrného rozpočtového schodku.

Z potíží premiantem

Španělské hospodářství se vymanilo z recese v roce 2013 a aktuálně patří mezi premianty

Potíže na domácím trhu přinutily španělské firmy, aby se po obchodních příležitostech porozhlížely více za hranicemi, a to jak v Evropě, tak například i v Severní či Jižní Americe. Aby v cizině obstály, musely se diverzifikovat a proniknout do dalších sektorů. Přestože domácí trh nyní silně ožívá a nabízí nové příležitosti, španělské podniky poučené z chyb minulosti už na něm nechtějí být tolik závislé a nadále si pěstují pozice v zahraničí. A to se promítá i do statistik. Počet firem, které své produkty vyvážejí za hranice, se od roku 2000 zdvojnásobil. Podíl exportu na HDP aktuálně činí 33 procent, což je o osm procentních bodů více než v době před krizí.

Rozkvět exportu poukazuje i na rostoucí konkurenceschopnost španělské ekonomiky a tamních firem. Podnikům uvolnily ruce jak reforma pracovního trhu, tak nižší náklady na práci. Ty od roku 2010 klesly o 14 procent.

Mezi nejrychleji rostoucími sektory, které by mohly zaujmout i české investory, patří automobilový průmysl. Španělsko je druhým největším výrobcem vozidel v Evropě →

Potíže na domácím trhu přinutily španělské firmy, aby se více rozhlížely po obchodních příležitostech za hranicemi.

Krise vážně ohrozila stavebnictví, které ještě v dobách před ní tvořilo jeden z pilířů hospodářství. Mnohé projekty zůstaly do dnešních dnů nedokončené. Ve Španělsku vzniklo hned několik „měst duchů“, jež jen marně čekají na rozehřesání.

Lidovec Rajoy provedl Španělsko nejtěžším obdobím krize. Mezi hlavní změny, které přijal, patří reforma pracovního trhu. Ta snižuje

eurozóny. Loni vzrostlo o 3,2 procenta, což byl jeden z nejlepších výsledků mezi zeměmi platícími eurem a o více než procentní bod nad růstem Německa nebo Francie.

Motorem je hlavně domácí poptávka a sílí vývoz – Španělsko se doslova „vyexportovalo“ z krize. Například loni klesl obchodní deficit o více než pětinu na 18,7 miliardy eur, což je druhé nejnižší číslo od roku 1997.

a tento sektor se na celkové tvorbě HDP podílí deseti procenty. Země se také stále více zaměřuje na rozvoj elektromobilů, informačních technologií nebo zelené energetiky.

Oživení španělské ekonomiky pomáhá i příliv turistů. Španělsko podobně jako další země jižní Evropy, například Chorvatsko nebo Řecko, těží z politické nestability a obav z terorismu v severní Africe a Turecku. Loni za plážemi, památkami a španělskou gastronomií zamířilo na 75 milionů turistů, což je meziroční skok zhruba o 10 procent. A letos tato čísla ještě porostou.

Od krize ekonomika prošla významnou proměnou. Viditelné je to vedle nárůstu exportu hlavně u sektoru stavebnictví, který se dříve podílel na tvorbě HDP z 10 procent, zatímco nyní je to pět. „Je ještě příliš brzy na to, abychom mohli slavit vítězství. Ale španělská ekonomika znovu roste a vznikají nová pracovní místa. Země dokázala, že se umí změnit,“ uvedl pro list Financial Times Javier Andrés, profesor ekonomie na univerzitě ve Valencii.

Ekonomika se sice už stačila vrátit na svou úroveň před krizí, jenže španělská společnost ne. Ta se s jejími dopady potýká do dnešních dnů. Hlavní tíhou je nadále vysoká nezaměstnanost, která překračuje 18 procent. Na krizi nejvíce doplatili hlavně mladí lidé pod 25 let. Ve Španělsku jich je nadále asi 40 procent bez práce, v nejhudších autonomních oblastech, jako je Andalusie nebo Extremadura, je to až polovina.

Mladí lidé často nedosáhnou na zaměstnání na dobu neurčitou. Kvůli nejistotě pak odkládají důležitá rozhodnutí a investice. Vysoký je i počet lidí, kteří jsou bez práce přes dva roky a už propadli beznaději. Výrazné zlepšení nepřinese ani blízká budoucnost, protože se podle odhadů analytiků počet lidí bez práce bude snižovat jen velmi pozvolna. I ty neoptimističtější scénáře odhadují, že se do konce desetiletí míra nezaměstnanosti nedostane pod 12 procent.

Možná rizika na obzoru?

Španělským premiérem je už od roku 2011 Mariano Rajoy, který sice vyhrál řádné volby v prosinci 2015 a pak i předčasné hlasování loni v červnu, přišel ale o většinu v parlamentu. Ten je vůbec nejfragmentovanější ve španělské historii. Zasedají v něm i političtí nováčci, jako například krajně levicové hnutí Podemos (Můžeme) či středolevicoví Ciudadanos (Občané). Jejich popularita vzrostla teprve v posledních letech v reakci na léta nepopulárních úspor nebo také na korupční skandály, které se nevyhnuly ani královské rodině či špičkám politických stran.

Rajoyovi se až po několikaměsíčních peripetiích podařilo sestavit menšinovou vládu s podporou Ciudadanos. Pro premiéra, který předtím ve svém prvním funkčním období vedl vládu s pohodlnou většinou v parlamentu, je to velký obrat. Rajoy se tak musel naučit vyjednávat složité kompromisy s dalšími stranami.

Před španělskou ekonomikou leží dvě události, které by mohly v blízké budoucnosti nastartované oživení poznamenat. Jejich přesný dopad se ale dá vyčíslit jen stěží. V první řadě se jedná o brexit, tedy odchod Velké Británie z Evropské unie. Ten zatím obklopuje řada nejasností a měsíce dalšího vyjednávání. Další je snaha jednoho z nejbohatších regionů Španělska – Katalánska – o nezávislost. Barcelona plánuje na podzim svolat právně závazné referendum, ve kterém chce Kataláncům položit tuto otázku: „Přejete si, aby Katalánsko bylo nezávislým státem jako republika?“

Centrální vláda v Madridu to ale dlouhodobě odmítá, protože podobné hlasování španělská ústava neumožňuje. „Dokud budu premiérem, tak se to nestane,“ prohlásil k tomu rezolutně premiér Rajoy.

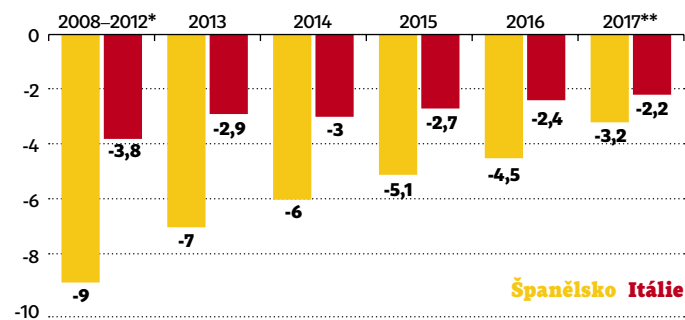
Mezi Barcelonou a Madridem létají ostrá slova. Zatím ani jedna ze stran nehodlá ustoupit. Není tedy jasné, zda se referendum bude nakonec konat, či ne a do jaké míry se vztahy mezi regionem a centrální vládou vyhorlí. Přestože je jen velmi málo pravděpodobné, že by Katalánsko v dohledné době dosáhlo nezávislosti, nejistota může odradit některé opatrnější investory.

Krise poznamenala také Itálii

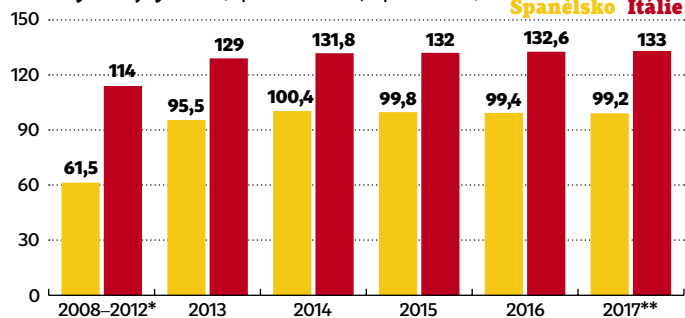
Podobně jako Španělsko také Itálie patří mezi skupinu evropských států, které finanční a ekonomická krize z nedávných let zasáhla velmi výrazně. Země na Apeninském poloostrově se z recese vymanila až po 13 čtvrtletích

Stav veřejných financí

Roční rozpočtové schodky (v poměru k HDP, v procentech)



Celkový veřejný dluh (v poměru k HDP, v procentech)

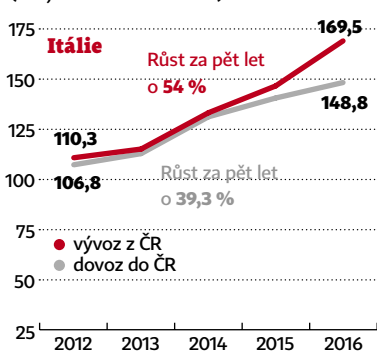


* roční průměr za pětileté období ** jarní předpověď Evropské komise

ZDROJE: ORGANIZACE PRO HOSPODÁŘSKOU SPOLUPRÁCI A ROZVOJ, EUROSTAT, ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, SVĚTOVÁ BANKA, KPMG, SVĚTOVÁ ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU.

Zahraníční obchod s Českem

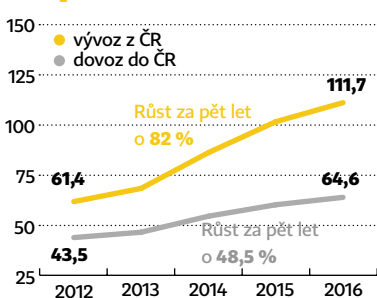
(údaje v miliardách korun)



76,5%

českého vývozu do Španělska tvoří stroje a dopravní prostředky. Hodnota tohoto exportu dosáhla 85,5 miliardy korun, z toho na silniční vozidla připadá 39,3 miliardy korun (35 procent celkového vývozu).

Španělsko



50%

exportu do Itálie představují stroje a dopravní prostředky. Jeho hodnota v roce 2016 činila 84,8 miliardy korun, v podstatě stejně jako do Španělska. Silničních vozidel se vyvezlo za 35,5 miliardy korun (zhruba pětina celkového vývozu).

16,4%

českého dovozu ze Španělska tvoří potraviny a živá zvířata (loni 10,6 miliardy korun).

poklesu v roce 2015. Na rozdíl od Španělska, které hospodářský propad přinutil přijmout razantní úspory a strukturální reformy, Řím kvůli dlouhotrvající politické nestabilitě spíše přešlápne na místě. Jen od konce druhé světové války se v premiérském křesle vystřídalo přes 60 politiků, což dlouhodobě brzdí přijímání nutných změn.

Zatímco španělská ekonomika se už vrátila na svoji předkrizovou úroveň, italskému hospodářství to bude ještě léta trvat.

Ekonomika roste jen pomalu

Třetí největší ekonomiku eurozóny dlouhodobě tíží velmi nízký ekonomický růst. Loni vzrostla o 0,9 procenta, což je horší výsledek, než jaký zaregistrovaly další země Evropské unie platící eurem.

Výhled na letošní rok je o něco optimistič-

investice patří nadále mezi hlavní brzdy růstu, který současně omezují strukturální slabiny, vysoký dluh i bankovní sektor, jenž je zatížen špatnými úvěry," vyjmenovali experti MMF.

„Takové tempo růstu znamená, že se Itálie vrátí na předkrizovou úroveň až v polovině 20. let 21. století. Prohloubí se tak příjmová nerovnost vůči rychleji rostoucím státům eurozóny," upozorňuje MMF. Dále varuje zejména před vysokým dluhem, který se aktuálně pohybuje nad 130 procenty HDP, a je tak po Řecku druhý nejvyšší v eurozóně.

Nadále se také prohlubují rozdíly mezi bohatším severem a chudším, zemědělským jihem. Na severu, zejména kolem měst, jako je Turín nebo Milán, kde se soustřeďuje průmyslová aktivita, sídlí významné automobilové společnosti, jako například Fiat, Lamborghini, Ferrari či Maserati, nebo i módní domy,

Renzi se pokusil uvolnit italský pracovní trh, který patří mezi nejméně uvolněnější v Evropě. Podniky se totiž bojí najímat nové zaměstnance. Kvůli přísným pravidlům na propouštění raději nikoho dalšího nezaměstnají či nabízejí pouze práci na dobu určitou. Míra nezaměstnanosti se už měsíce pohybuje nad 10 procenty a klesá jen velmi pomalu.

Premiér ale prosadil reformu, která uvolňuje najímání a propouštění pouze pro nové zaměstnance. Paradoxně tak zasáhl hlavně mladé lidi, na které stejně jako ve Španělsku vysoká nezaměstnanost dopadá vůbec nejvíce.

Minulý rok se pak Renzi neúspěšně pokusil protlačit reformu, která počítala s omezením pravomocí Senátu, snížením počtu senátorů a měla usnadnit vládnutí v Itálii. Klíčovou reformu Renzi předložil Italům ke schválení v referendu. S ním ale spojil i svou politickou kariéru. Pohrozil, že pokud ji Italové neschválí, odejde z premiérského křesla. Jenže z hlasování se nakonec stalo referendum o (ne)spokojenosti s mladým premiérem, jeho reformním programem a ekonomickou situací v zemi. Proti změnám nakonec hlasovalo 59 procent Italů. Nejmladší premiér v moderních dějinách Itálie musel odejít a s ním prozatím skončily i výraznější reformní ambice.

Po odchodu Renziho usedl do premiérského křesla Paolo Gentiloni, který je stejně jako Renzi z Demokratické strany. Zastupuje ale oslabenou vládu, která významné reformy dokáže prosadit jen stěží. Jeho hlavním úkolem je dovést Itálii k řádným volbám, které by se měly konat nejspíše do května 2018. Je ale možné, že se země nevyhne ani předčasnému hlasování.

Z politické nejistoty těží bývalý komik Beppe Grillo, který před osmi lety založil euroskeptické Hnutí pěti hvězd. To aktuálně společně s demokraty svádí souboj o pozici nejsilnější strany na italské politické scéně. Průzkumy veřejného mínění jim v poslední době dávají shodně zhruba 30 procent. Populistické Hnutí pěti hvězd prosazuje odchod země z eurozóny a návrat k liře. Slibuje, že pokud se dostane k moci, vypíše o tom referendum.

Expertí se domnívají, že ani jedna z těchto stran ale ve volbách nezíská potřebnou většinu. To by v praxi znamenalo, že o podobě budoucí vlády rozhodne matador italské politické scény Silvio Berlusconi se svojí stranou Vzhůru, Itálie (Forza Italia).

Země se také potýká s neutuchající migrační krizí. Jen za první polovinu letošního roku připlulo k italským břehům na 85 tisíc migrantů, což je meziroční skok téměř o 20 procent.

Očekává se, že v příštích měsících tlak na Itálii ještě vzroste, protože počet migrantů, kteří riskují svůj život na nebezpečné plavbě za vysněným životem na starém kontinentu, stále roste.

Více o obou regionech na www.businessinfo.cz/italie a www.businessinfo.cz/spanelsko

Itálii, třetí největší ekonomiku eurozóny, dlouhodobě tíží velmi nízký ekonomický růst. Loni činil 0,9 procenta.

tější. Mezinárodní měnový fond (MMF) odhaduje, že ekonomika stoupne o 1,3 procenta. Vůbec poprvé od roku 2015, kdy bylo nastartováno oživení, by tak růst mohl překonat magickou hranici jednoho procenta. V prvním čtvrtletí 2017 mezikvartálně posílila o 0,4 procenta, což je nejsilnější růst za posledních šest let.

Mírné oživení táhne domácí poptávka a stejně jako ve Španělsku také sílí export. Zemi prospívá kvantitativní uvolňování, tedy nákup vládních dluhopisů Evropskou centrální bankou. Italským firmám současně nahrává nízká cena ropy i slabé euro. K růstu přispívá rozmach podniků, které se soustřeďují na „made in Italy“ produkty, jako jsou třeba potraviny a nápoje. Sílí především malé a střední podniky s méně než stem zaměstnanců. Jejich rozmach by mohl přitáhnout i zájem českých firem.

Neustále roste i sektor luxusního zboží. Itálie je v rámci Evropy vůbec největším vývozcem luxusního zboží, které bylo vůči hospodářské krizi imunní. „Italský módní průmysl – šperky, kožené výrobky, textil a oděvy – zaměstnává na 500 tisíc lidí, podniká v něm 69 tisíc firem a celkem přináší tržby v objemu 83 miliard eur ročně," uvedl nedávno Gregorio De Felice, hlavní ekonom banky Intesa Sanpaolo.

Další sektory ale trpí kvůli nízké konkurenceschopnosti, kde je lehce předhání rivalové z dalších zemí. Italské podniky brzdí dlouhodobě omezený přístup k potřebným úvěrům, což oslabuje jejich rozvoj a blokuje další investice.

Italská ekonomika by v letech 2018 až 2020 měla růst o jedno procento ročně, vyplývá z analýzy MMF. „Nízká produktivita i slabé

jako jsou Gucci a Benetton. Působí tu i řada středně velkých i malých podniků, které se specializují na drahé výrobky z kůže, nábytek nebo šperky. Jih Itálie se naopak naplno potýká jak s vysokou nezaměstnaností či chudobou, tak s přílivem migrantů.

A nejen to. Itálie se na rozdíl od Španělska, které pod tlakem krize přijalo řadu bolestivých reforem na modernizaci hospodářství, podobným opatřením spíše vyhnula. Například Madrid očistil tamní banky, jenže ty italské se podobného kroku zatím dočkaly jen zčásti. I proto je italský bankovní sektor, zatížený špatnými úvěry v celkovém objemu až 360 miliard eur, jednou z hlavních slabín tamní ekonomiky.

Do problémů se nedávno dostal nejstarší a třetí největší italský peněžní ústav Monte dei Paschi di Siena, který je jedním z nejviditelnějších symbolů potíží italského bankovního sektoru.

Banka, která byla léta spjata s rozvojem půvabného toskánského města Siena a jeho okolí, aktuálně prochází ozdravným plánem. Výměnou za státní pomoc v objemu 5,4 miliardy eur ji čeká propouštění až pětiny zaměstnanců, snížení platů pro vrcholové manažery, uzavírání poboček a rozprodej některého majetku.

Dostanou se k moci populisté?

Nejvýraznější osobností na italské politické scéně je bývalý starosta Florencie a premiér z let 2014 až 2016 Matteo Renzi z Demokratické strany. Když v roce 2014 usedl do premiérského křesla, slíbil, že bude modernizovat italskou ekonomiku a zlehčí vládnutí v politicky nestabilní zemi, kde se vlády často střídají. Jeho bilance je ale spíše smíšená.

Ve Španělsku je důležité nabízet výrobky se šarmem

Českým výrobcům se ve Španělsku otevírá velká příležitost. Tamní firmy začaly být po krizi racionálnější a více srovnávají cenu a kvalitu.

Ivana Gračková
ivana.grackova@economia.cz



FOTO: HN – LIBOR FOJTÍK

Petra Jindrová

ředitelka kanceláře CzechTrade v Madridu
petra.jindrova@czechtrade.cz

Vystudovala mezinárodní vztahy na Metropolitní univerzitě v Praze a studovala také na univerzitě v Santiagu de Compostela ve Španělsku. Hovoří plynule anglicky a španělsky. Zkušenosti z mezinárodního obchodu získala na pozici area sales manager pro Španělsko a Latinskou Ameriku ve společnosti Preciosa. Ředitelkou kanceláře CzechTrade v Madridu se stala v srpnu roku 2016.

Přesně rok působí ve Španělsku ředitelka kanceláře CzechTrade Petra Jindrová. Madridskou pobočku otevírala po roční pauze a jedním z cílů bylo bourat stereotypy, s nimiž čeští exportéři k této zemi přistupují.

Jak byste charakterizovala současný postoj českých exportérů ke španělskému trhu?

Asi jako zbytečné vyčkávání. Stále přetrvává spousta stereotypů. Čeští výrobci ještě nestačili zaznamenat, že země již dávno není v krizi, ale naopak se tam odehrává transformace, která je velkou příležitostí. Španělsko si navíc mnozí lidé stále představují jako kraj slunce, pláží, vína, zpěvu, což je sice pravda, ale zároveň je to země s vyspělým průmyslem, jehož rozvoj mohutně podporuje stát.

Krizi ovšem ekonomikou země bezesporu otřásla. Navíc ještě loni byla ve Španělsku i značně vyhrocená politická situace. I ta už se stabilizovala?

Politická situace se stabilizovala po posledních parlamentních volbách, které se uskutečnily vloni v červnu. Stav ekonomiky je v posledních letech více než optimistický. Španělsko dva roky po sobě obhájilo evropské prvenství v meziročním růstu HDP. Loni se navíc, po několika letech deflace, podařilo stabilizovat inflaci na zdravé dvouprocentní míře. Pro letošek se očekává pokračování v této tendenci a meziroční růst HDP ve výši 2,7 procenta, a ve stejné výši se předpovídá i pro rok 2018.

V čem je aktuální transformace země příležitostí pro české exportéry?

Ekonomická krize zasáhla do původního fungování ekonomiky. Narušily se obchodní vztahy i distributorské kanály, mnoho firem zaniklo. To donutilo španělské podniky nejen poohlížet se po nových trzích, ale také hledat nové dodavatele výrobků. Hlavním obchodním partnerem je Německo, Španěle jsou tedy zvyklí na vysokou kvalitu, za kterou si byli v minulosti ochotni připlatit. Nyní jsou španělské firmy racionálnější, více přemýšlejí, srovnávají cenu a kvalitu. Tady je podle mě velká příležitost pro české výrobce.

Můžeme konkurovat domácí produkci s výrobky zhotovenými u nás? Jak je to s platy?

Platy ve Španělsku a Portugalsku jsou sice na chvostu západních zemí Evropské unie, ale stále jsou výrazně vyšší než v Česku. Průměrná mzda ve Španělsku je zhruba na polovinu toho, co v Německu. Ovšem průměrná mzda v Česku je na polovinu toho, co si průměrně vydělají španělské pracovníci. Že je u nás práce levnější než ve Španělsku, má tedy také určitý vliv na export našeho zboží do této země, přitom kvalitou si s německou produkcí nezádáme.

Je už ve Španělsku po krizi dostatečná kupní síla, jsou tam investoři?

Těsně po krizi jsme nedoporučovali orientovat se na spotřební zboží, protože klesly mzdy a chyběla kupní síla. To se ale mění. Je tam vrstva velmi bohatých lidí, kteří si ovšem budou kupovat hlavně osvědčené světové značky, u těch zabudujeme jen s některými mimořádnými produkty. Ale střední a nižší třída už opět pomalu roste a s ní i poptávka po nových kvalitních značkách za rozumnou cenu. Stabilizoval se bankovní sektor a vzpamatovává se průmysl.

Co to znamená pro tuzemské podnikatele?

Centrální i regionální vlády začaly realizovat mnoho dotačních programů právě na podporu průmyslu. V rámci projektu Evropa 2020 využívají evropské dotace především na modernizaci strojů, digitalizaci průmyslu a další. Španělsko loni obdrželo po Itálii nejvíce dotací z Evropského investičního fondu (EIF). Za dva roky získalo celkem 3,42 miliardy eur, zhruba 40 procent z toho šlo na projekty rozvoje malých a středních podniků. Ty přitom hledají nová inovativní řešení za přijatelnou cenu, což jim české firmy umí nabídnout.

Španělsko zároveň patří do první desítky zemí OECD, které čerpají ze zahraničí nejvíce kapitálu. Během roku 2016 zahraniční investoři vložili do španělských firem okolo 32,2 miliardy eur. Nejvíce investují firmy z Lucemburska, Nizozemska či Francie. Najdou se ale také tuzemští investoři, přičemž nejvýznamnější české investice najdeme hlavně v ovocnářství. V poslední době české



Ve španělském zdravotnictví nastal boom produktů pro seniory. FOTO: HN – JAKUB PLÍHAL

firmy zaměřují svou pozornost také na nákup realit, cestovní ruch, reklamní služby. Svě pobočky má ve Španělsku okolo dvou desítek českých firem.

Jaká je historie obchodních vztahů se Španělskem?

Zatímco po pádu frankistické diktatury byly diplomatické vztahy mezi Španělskem a tehdejším Československem obnoveny již v roce 1977, obchod se rozvíjel velmi pozvolna. Ještě v roce 2000 byla vzájemná obchodní bilance pro Českou republiku negativní, což se změnilo až v letech 2003–2004, tedy s naším začleněním do Evropské unie. V posledních třinácti letech český export zažíval kontinuální růst, který nepřerušila ani ekonomická krize. V letech 2008 a 2009 jsme sice zaznamenali pokles v porovnání s předešlými roky, nicméně již v roce 2010 se český vývoz do Španělska dostal na předkrizovou úroveň a od té doby stále stoupá. V roce 2016 dosáhl rekordních čísel, když jsme do Španělska vyvezli zboží v hodnotě více než čtyři miliard eur. Vývoz byl navíc doprovázen nejvyšším saldem v celé historii spolupráce. Přesto jsem ale přesvědčena, že potenciál španělského trhu ještě zdaleka nevyužíváme.

Které obory jsou pro české exportéry perspektivní?

Potravinářství, zdravotnická technika a vodohospodářství, ICT, přesné strojírenství, sportovní potřeby a potřeby pro seniory. Vždy platí, že výrobce musí přijít s nějakou inovací, reakcí na nové trendy. V potravinářství se otevírá velký trh se zdravými, dietními či bio potravinami, dětskými produkty nebo potravinami bez lepku a laktózy. Ve zdravotnictví nastal boom produktů pro seniory. Rozvíjí se vodní a odpadové hospodářství, energetické využití odpadů, zájem je o úsporné a ekologické čističky vody. Ve strojírenství mohou firmy najít uplatnění v digitalizaci

průmyslu, v aplikaci smart technologií, ale také se subdodávkami pro mezinárodní projekty třeba směrem do Latinské Ameriky nebo Afriky. Exportéři zejména ze západních zemí tyto možnosti hojně využívají. Čeští výrobci zatím zaostávají.

Jak nejlépe vstoupit na španělský trh?

Nejrychlejší cesta na španělský trh vede bezesporu přes místního distributora, který má k dispozici síť svých obchodních partnerů. Distributoři vesměs obsluhují dvě až tři autonomní oblasti, kterých je ve Španělsku celkem 17 a mají svá specifika, jejichž znalost je výhodou. Než se firma rozhodne uzavřít exkluzivní smlouvu na celý trh, doporučujeme nastavit takzvané testovací období, aby si česká firma hned na začátku spolupráce prověřila svého partnera a jeho možnosti. Na rozdíl od Česka mají ve Španělsku dobré jméno obchodní zástupci. Na tamním trhu existuje několik sdružení obchodních zástupců, které mají své vlastní rozsáhlé databáze a kontakty. Jsou to například CGAC sdružující obchodní zástupce pro celé Španělsko nebo sdružení COAC ve Valencii. Další variantou je založení pobočky či reprezentační kanceláře. Tehdy doporučujeme spolupráci s místní účetní či daňovou firmou.

Jsou obchody se Španělskem bezpečné?

Dle OECD patří Španělsko mezi země s vyspělými finančními trhy, u kterých jsou tržní sazby komerčních finančních institucí dostatečnou ochranou. V případě nějakých sporů je vymahatelnost dluhu reálná tehdy, když si česká firma včas zažádá u tamního soudu o zapsání do seznamu věřitelů. I v takových složitých situacích se mohou čeští exportéři obrátit na zahraniční kancelář CzechTrade. Můžeme asistovat při jednáních s místními orgány, případně doporučit advokátní nebo účetní kanceláře.

Více o regionu na www.businessinfo.cz/spanelsko

Desatero pro obchodování se Španělskem

1. Ve Španělsku se očekává jasné představení nabízeného výrobku či služby, kdy není vhodné zabíhat do velkých detailů. Projednání cenových podmínek, jakožto důležitého parametru obchodu, se očekává již v průběhu jednání. Cenová nabídka by měla být jednoznačná a doprovázená vhodnou prodejní argumentací.
2. Ačkoliv je angličtina používána ve větších exportně zaměřených firmách, v případě prvního kontaktu a akvizičních materiálů se bez španělštiny neobejdete.
3. Nezapomínejte na průběžnou komunikaci. Při prvním kontaktu raději zatelefonujte, než pošlete e-mail. Zdrovilá telefonická komunikace je preferovaná i po zaslání e-mailu. Průběžný telefonický kontakt je často klíčem k navázání obchodních vztahů.
4. Španělé při formálním pracovním styku preferují klasické odívání (oblek s kravatou) a čistý a upravený vzhled. Potrpí si na módu a eleganci. Tímto prizmatem posuzují i svého obchodního partnera.
5. Španělská společnost si nepotrpí na tituly, důležitější bývá postavení. Respektovány jsou starší osoby, jejichž postavení v hierarchii firmy je obvykle vyšší. Při jednání bývá oceňována zdrženlivost a transparentnost.
6. Nejen design výrobku, ale také grafické zpracování promo materiálů a firemních prezentací bývá velmi důležitým kritériem pro výběr partnera. Při jednání je vhodné použít stručnou, originálně pojatou firemní prezentaci, která zaujme.
7. Očekává se kompetentnost ve smyslu pravomoci učinit rozhodnutí jménem firmy. Po ukončení jednání bývá zpravidla ústní dohoda stvrzena písemným dokumentem. Mezitím by měla přijít pružná reakce na poptávku.
8. K „zakázaným“ tématům konverzace patří španělská politika, katolická víra, separatistické tendence regionů nebo býčí zápasy.
9. Ve Španělsku se investice do budování osobního vztahu ke klientovi vyplatí. Většina firem je ochotna spolupracovat až po delší známosti s partnerem. K navázání bližšího vztahu slouží obvyklé přestávky v průběhu jednání, kdy bývá prostor pro neformální osobní rozhovor. Vhodná témata ke krátké konverzaci jsou rodina, gastronomie, cestování a sport.
10. Prověřte si bonitu svého partnera. Totéž je vhodné činit opakovaně v pravidelných šestiměsíčních intervalech. Věnujte patřičnou pozornost uzavírání smlouvy, kterou konzultujte s právníky se znalostí španělského obchodního práva. Vyplatí se vám to.

Věhlasné italské módní domy si nechávají dovážet knoflíky z Jablonce nad Nisou

Čeští skláři se již na italský trh dostali. Dovážejí pro věhlasné italské módní značky. Nyní dostávají šanci odborníci na 3D technologie.

Ivana Gračková
ivana.grackova@economia.cz



FOTO: CZECHTRADE

Ivana Třosková

ředitelka kanceláře CzechTradu v Miláně
ivana.troskova@czechtrade.cz

Vystudovala ekonomii v Praze a magisterské studium v oboru mezinárodní marketing a management dokončila na ekonomické fakultě v italské Modeně. V Praze pracovala u soukromé společnosti provozující maloobchodní řetězec se suvenýry, kde se starala o italské dodavatele. Do agentury CzechTrade nastoupila v únoru 2010 a od července 2011 vede italskou kancelář CzechTradu v Miláně. Od ledna 2017 je ředitelkou regionálního centra pro jižní Evropu a Balkán.

Již od roku 2011 působí na pozici vedoucí kanceláře CzechTrade v Miláně Ivana Třosková. A tvrdí, že se v Itálii cítí jako ryba ve vodě.

Za uplynulých šest let jste se zúčastnila řady setkání s českými firmami. Jak se mění postupem doby jejich přístup k italskému trhu?
Pravidelně se účastním setkání v Praze, byla jsem několikrát také na jednání s firmami na strojírenském veletrhu v Brně, takže mohu srovnávat. Zaznamenali jsme obrovský pokrok v připravenosti českých firem. Letos jsme měli během červnového setkání jednání se 40 firmami. Bylo to poprvé po šesti letech, kdy ani jedna nepřišla zbytečně, všechny byly kvalitní, s pěknými produkty. Většina z nich už má zkušenosti s exportem do okolních zemí a zájem o Itálii je logickým pokračováním. Jednali jsme třeba s firmou, která má velmi zajímavý designový produkt a ví, že s ním chce prorazit v Miláně a Paříži. To je obrovský posun oproti letům 2011 a 2012. Tehdy se stávalo častěji, že mi na otázku, proč chtějí exportovat do Itálie, představitel firmy odpověděl, že tam jezdí s manželkou na dovolenou a líbí se mu tam.

Není relevantní, že chcete dělat byznys v místě, kde se vám líbí?

Může být, jen se s tím hůře pracuje. Před šesti lety se často stávalo, že přišli zástupci firem pouze s dotazem, co pro ně můžeme udělat. Nyní už víme, že čím je úvodní představa poptávajícího obecnější, tím menší je šance na dobrý výsledek. Zdá se, že už to podnikatelé vědí, protože přicházejí daleko kvalitněji připraveni. A to na české i italské straně. Dříve nás oslovila italská firma s požadavkem: chceme pivo. Jestli v plechu, lahvi nebo v sudu, jim bylo jedno. Když jsme jim nabídli něco konkrétního, tak to zrovna nechtěli. To už se dnes nestává.

Opravdu potřebuje český exportér v Itálii, která je součástí EU, podporu specializované agentury?

Může to znít jako klišé, ale první, na co tuzemský exportér v Itálii narazí, bývá jazyková bariéra. Italové moc neumí anglicky. Samozřejmě jsou sektory, kde se anglicky domluvíte. Může to být třeba v energetice. Na energetickém

veletrhu jsme měli devět českých firem a já jsem ani jednu netlumočila. Dobrá je znalost angličtiny i v oboru zdravotnické techniky. Ale například na veletrhu strojírenských subdodávek, na potravinářských nebo sklářských veletrzích se nezastavíme a tlumočíme od rána do večera. Pro české firmy je také důležité, že jim někdo dohodne první obchodní schůzky. Je pro ně výhodnější využít našich služeb než podstupovat peripetie s vyhledáváním správných kontaktů. V Itálii neexistují žádné kvalitní databáze firem. Tamní ekonomika stojí na středních a malých firmách do devíti zaměstnanců. Kontakty se dají zjistit ve spolupráci s oborovými asociacemi. Za ty roky práce jsme si už samozřejmě vytvořili vlastní databáze, což je naše cenné know-how.

Máte nějakou speciální radu, jak se dostat ke správnému kontaktu?

Spolu s perfektní italštinou a klidným jednáním je osvědčeným tipem vládní agentura. V Itálii na ni slyší. Shodou okolností jsem se na červnovém setkání potkala s představiteli firmy, která zkoušela se zajímavým produktem proniknout na italský trh sama. Oslovili elektronicky přes dvacet firem a nedočkali se žádné reakce.

Je rozříštěnost trhu do mnoha malých firem pro dovozce velkou komplikací?

Je to výhoda i nevýhoda. Itálie je na jedenácté příčce importních velikanů na světě. Je to velmi perspektivní trh, který hojně nakupuje. Největší část obchodní výměny s Itálií se odehrává v severoitalských regionech, Lombardie a Benátsko realizují téměř 43 procent z celkové hodnoty italských dovozů. Z deseti položek dovozených z Česka jich devět importují tyto dva regiony. Takže pro firmy je jednodušší, když se mohou soustředit jen na regiony, o kterých je známo, že jsou tahouny ekonomiky celé země. Nevýhodou to může být ve chvíli, kdy máte výrobek, který chcete distribuovat po celé zemi. Je totiž velmi málo řetězců, které by měly maloobchody v celé Itálii. Malé tamní firmy si zajišťují přesah do dalších regionů prostřednictvím obchodních zástupců. Pro tuzemské firmy je optimální dostat se na italský trh ve spolupráci s místními partnery. Takže si najdou dva až tři, kteří pokryjí celou oblast. Vstup na ital-



Jablonecké štrasové knoflíky doplňují oděvy světoznámého módního domu Versace. FOTO: SHUTTERSTOCK

ský trh prostřednictvím tamních obchodních partnerů je nejčastějším modelem.

Na které další bariéry by se měl český exportér připravit?

Je to trh Evropské unie, takže jich moc není. Ovšem s pověstnou italskou byrokracií musí počítat. Samozřejmě je nutné předem si zjistit, zda pro dané zboží není nutná nějaká místní licence nebo akreditace. Na italském trhu teď zažívají obrovský boom potravinové doplňky stravy, a ty například musí mít místní notifikaci. Proces jejího získání je ale poměrně jednoduchý a průhledný.

Čím ještě bychom mohli zaujmout?

Důležitou složkou úspěchu zůstává komunikace a umět vyjít vstříc. Ale pokud mám být konkrétnější, ráda vyzdvihnu sektor 3D technologií. Jedná se o produkty, které si v posledních letech teprve své místo na lokálním trhu získávají a i zde Češi nezaspali. Nejedná se o velké objemy, ale o fakt, že čeští výrobci umí konkurovat v tomto vysoce technologickém segmentu. Naši klienti realizují například dodávky filamentů do 3D tiskáren, protože nabídli širší škálu materiálů a barev za příznivé ceny. Podařila se také první dodávka 3D scanneru brněnské firmy Abbas.

Vyplatí se jezdit do Itálie na oborové veletrhy?

Určitě ano. Kromě průmyslového veletrhu strojírenských subdodávek se vyplatí také ten designový, protože v tomto oboru Itálie udává

trendy. Pravidelně se zde prezentují významné české firmy jako Lasvit, Preciosa, Ton, a další, ale také začínající designéři a studenti. Příští rok na veletrhu Salone del Mobile, který představuje svátek nejen italského designu, organizuje kolektivní účast českých firem právě CzechTrade.

Mají čeští výrobci v Itálii dobré jméno?

Českému vývozu do Itálie již dlouhodobě dominují položky ze sektoru automotive, strojírenské subdodávky a průmyslové komponenty. Historicky máme dobré jméno třeba díky dodávkám zemědělských strojů. Značka Zetor je v Itálii stále pojem, přestože nyní na trhu, kde jsou velmi silní domácí hráči, aktuálně nepůsobí. Úspěch slaví firmy, které si zde založily vlastní obchodní zastoupení, jako například Linet, Tescoma, Lasvit či Sklárny Květná a další. A třeba Versace využívá štrasové knoflíky z několika českých skláren z Jablonecka.

Móda štrasu našich babiček oslovila špičku módního průmyslu?

Před několika lety se na nás obrátili s tím, že chtějí zjistit kontakty přímo na jablonecké sklárny. Jablonecko kvůli tomu před pěti lety oprášilo tradici produkce štrasových knoflíků, a dokonce začalo nabízet i štrasové náušnice. V Itálii mají velký úspěch. V módě se vyznaží, takže ocení kvalitu i originalitu. Tu jim umí čeští výrobci nabídnout. ■

Více o regionu na www.businessinfo.cz/italie

Desatero pro obchodování s Itálií

1. Obrňte se trpělivostí a jen tak se nevzdávejte. Připravte se na dlouhý proces jednání, složitou komunikaci, možné přerušování ze strany italských firem. Italové mají potřebu o všem vyjednávat a dohadovat se. Často je pro ně typická nesystematičnost, chaos, emoce a někdy také nadřazenost.

2. Bez italštiny se neobejdete, pokud ji nemáte, na jednání si přiveďte tlumočníka. Angličtina je běžná jen ve větších firmách na severu Itálie a „italská angličtina“ je velmi rozdílná od běžné angličtiny. Pokud má Ital na výběr a může se vyhnout obchodování v angličtině (tedy i klientovi, který nehovoří italsky), udělá to, i když bude nabídka sebelákavější.

3. Italové preferují osobní kontakt stejně jako všechny jižní národy. Spousta italských firem je ochotna spolupracovat až po delší známosti s partnerem.

4. Italové mají jiné tempo jednání. Při obchodní schůzce se vyplácí nechat italské zákazníky zpočátku vést rozhovor, protože přímocíarost obchodního rozhovoru může působit stroze a úsečně. To neodpovídá italské kultuře, kde se vyskytuje otevřenost a uvolněnost.

5. Itálie vždy udává módní trendy a italští obchodníci se tím řídí. Na první pohled je rozeznáte podle kvalitních a dokonale vyleštěných bot, kravaty a perfektně padnoucího obleku. Podle toho posuzují i nového obchodního partnera.

6. Italové si oproti Španělům potrpí na tituly a oslovení. Na začátku oslovujte partnera vždy titulem a jménem a nechte na Italovi, ať udělá první krok k méně formálnímu jednání. Ocení dobré mravy a profesionalitu. Potrpí si také na jednání pouze s nejvyšším vedením společnosti.

7. S italským partnerem není vhodné diskutovat na téma náboženství, mafie či se negativně vyjadřovat o jeho zemi.

8. Připravte se na to, že Italové jsou brilantní rétoři a jsou známí intenzivním tlakem na nízké ceny, které jsou jedny z nejnižších v rámci zemí EU. Ital nikdy nepřijme první nabídku. Čeká se, že si necháte prostor pro slevu. V případě, že to neuděláte, Ital vás bude považovat za špatného obchodníka a byznysu s vámi se vyhne.

9. Nepodceňujte čas strávený na přípravě svých marketingových materiálů a webových stránek alespoň v angličtině, ideálně v italštině. V Itálii je potřeba mít připravenou přesnou, stručnou, kvalitně zpracovanou a originální firemní prezentaci, která zaujme. Katalogy a propagační materiály je nutné mít v perfektní kvalitě. Pozor na nevhodné propagační fotografie či loga: vyhněte se náboženským a „lechti-vým“ motivům.

10. Inovace a originální řešení jsou v mnoha sektorech italskou „slabinou“. Pokud tedy budete nabízet inovativní, zajímavá a kreativní řešení, bude vaše šance na úspěch mnohonásobně větší.

Tuzemští exportéři se úspěšně učí využívat potenciál italského trhu

V loňském roce česko-italský obchod překonal další historický rekord, Itálie se stala pátým nejvýznamnějším obchodním partnerem Česka. Tuzemský export do Itálie rostl v rámci zemí EU nejrychleji.

Tereza Valášková
odbor zahraničně ekonomických politik,
Ministerstvo průmyslu a obchodu
valaskova@mpo.cz

Itálie je nejen lákavou turistickou destinací s bohatou historií, kulturou, gastronomií a kolébkou světové módy, kde se snadno utráčí. Je jednou z největších ekonomik světa, která skýtá rovněž řadu příležitostí pro české výrobky. Itálie je s více než 60milionovou populací pro exportéry slibným trhem. Díky hospodářskému oživení se nákupní nálada opět probouzí a výroba posiluje.

Za prvních pět měsíců vzrostla průmyslová výroba o necelá 2 % oproti stejnému období roku 2016. Celkové vývozy z Itálie narostly o 8 %, dovozy pak skoro o 12 %. Prognózy růstu hrubého domácího produktu jsou pro příští roky pozitivní. Přitom HDP severoitalských regionů je srovnatelný s produktem dosahovaným Bavorskem. Obecně platí, že italský jih s převažující orientací na zemědělství oproti vyspělému průmyslovému severu značně zaostává, což zkruskuje celonárodní makroekonomická data.

Připravte si zvláštní ceník

Koupěschopnost je tedy zejména na severu Itálie poměrně solidní. Na platební morálku však není radno příliš spoléhat. Nejlépe je, alespoň v začátcích obchodního vztahu, požadovat platby předem. A to ovšem s nabídkou patřičné slevy. Italové rádi diskutují a smlouvají, mají obchod prostě v krvi. Obvyklá sleva je přibližně 3 % při platbě předem.

Vítané jsou jak srážky z ceny, tak ceník ušitý na míru té či oné firmě. Dobré je být pružný a své ceníky pro italský trh uzpůsobit. Zejména na severu může český exportér narazit na určitou uvolněnost, avšak rovněž s požadavky na „německou“ kvalitu. Je potřeba připomenout, že se lze setkat i s jistou dávkou vlastenectví a ochranářství, a to hlavně v některých tradičních oborech. Jde například o výrobu ve zbrojním průmyslu a lokální výrobky v průmyslových klastrech s uzavřenými obchodními vazbami. Pro obyvatele Apeninského poloostrova hraje významnou roli rodina, což se promítá i do struktury ekonomiky, která je založena na malých rodinných firmách.

Itálie se dle dat tamního ministerstva hospodářského rozvoje loni umístila na 9. pozici největších exportérů světa s 417 mld. eur a s 365,6 mld. eur na 12. místě největších

importérů světa. Dle údajů Italského statistického úřadu uveřejněných za rok 2016 dovážela Itálie nejvíce z Německa 16,3 %, z Francie 8,9 % a Číny 7,5 %. Česká republika zaujala 14. pozici s podílem 1,7 % na celkových italských dovozech. Pozitivní je, že tento podíl v posledních letech narůstá. Z regionálního pohledu v loňském roce tradičně nejvíce dovezl region Lombardie s podílem 31,7 % na celkových italských dovozech, dále Benátsko 11,4 % a Lazio 9 %. Převážně jde o severní regiony.

Třetí rok v řadě lámou vývozy rekordy

Statistiky vysílají jasný pozitivní signál. Českým exportérům se v Itálii daří stále lépe. Úspěšně se učí potenciál italského trhu využívat. To dosvědčuje rostoucí hodnota tuzemských vývozu do Itálie, která již třetím rokem v řadě láme rekord za rekordem. Dle údajů Českého statistického úřadu v roce 2016 rostl český export do Itálie dvouciferným tempem. Ve srovnání s jinými unijními zeměmi, do kterých tuzemsko vyváží, nejvíce.

Češi do Itálie vyvezli za více než 169 miliard korun (nárůst o 15,4 % oproti roku 2015). Celkový objem této obchodní výměny se tak přehoupl přes 318 miliard korun a Itálie se na konci roku dokonce na čas dostala na pozici 5. nejvýznamnějšího obchodního

partnera České republiky, o kterou dlouhodobě soupeří s Francií a Velkou Británií.

Přestože Češi mají v oblíbené italské jídlo, víno, obuv či auta, úspěchem českých exportérů bezpochyby je, že se do Itálie daří více vyvážet nežli dovážet. Saldo obchodní bilance loni dosáhlo přebytku ve výši 20 miliard korun. Tradičně na tom má převažující podíl průmysl, a to zejména automobilový a strojírenský. Jistou měrou rovněž přispívají italské investice v České republice. Například společnosti automobilového průmyslu Brembo nebo Cromodora Wheels či výrobce textilů Nová Mosilana.

Kromě tradičních průmyslových oborů jsou pro exportéry perspektivní také kosmický průmysl, ICT nebo klíčové inovativní technologie. Potenciál italského trhu je rostoucí, příležitostí pro export a česko-italskou spolupráci je celá řada. Příkladem je uzavření spolupráce mezi italskou národní agenturou pro inovativní technologie, energetiku a udržitelný hospodářský rozvoj ENEA a českým Ústavem jaderného výzkumu v Řeži na loňském Česko-italském ekonomickém fóru.

Budoucí výzvu pro českou ekonomiku představuje hlavně průmyslová automatizace a s ní související inteligentní technologie. Prosperita Čechů bude do značné míry záviset na tom, jak se prosadí na zahraničních trzích. ■



Tradičně silným odvětvím je v Itálii automobilový průmysl. Na snímku výrobní hala Maserati. FOTO: SHUTTERSTOCK

Španělsko chystá velkorysé investice. Čeští podnikatelé by toho měli využít

Železnice, informační a komunikační technologie, biopaliva, ale i pohostinství nebo zábava. Nejen do těchto oborů bude v příštích letech Španělsko investovat. Čeští vývozci by na to měli zareagovat.

Karel Zděnovec
odbor zahraničně ekonomických politik,
Ministerstvo průmyslu a obchodu
zdenovec@mpo.cz

Španělsku se v posledních letech velmi daří, což se odráží i na zájmu českých obchodníků, vývozců a investorů, kteří tuto zemi znovu objevují a zjišťují, že v sobě skrývá skutečně zajímavý potenciál. Největší stát Pyrenejského poloostrova je navíc jedním z hlavních trhů Evropské unie, a přestože se kvůli ekonomické krizi v minulých letech podstatně snížila jeho poptávka, od roku 2014 se znovu postavila na nohy. A to velmi důrazně, což dokazují od té doby pravidelné nárůsty dovozu v řadě sektorů. I letos poptávka domácností a podniků nadále roste – a s ní i zajímavost trhu.

Pro české společnosti se tak otevírá pole jak v tradičních oblastech, jako je automobilový průmysl a jeho komponenty, tak ve zpracovatelském (zejména potravinářském) průmyslu. Zde tuzemsko může nabídnout například výrobní linky, protože Španělsko kvůli absenci potřebných technologií dosud vyváží velké množství prvotních, nezpracovaných zemědělských produktů.

Ve Španělsku funguje státní podpora zajímavých projektů. Dotacemi se zabývá odbor zemědělské politiky a zemědělsko-potravinářského průmyslu ministerstva zemědělství, rybolovu a výživy. Rozhoduje mimo jiné o podpoře pro investiční projekty v zemědělských a potravinářských podnicích. Preferovanými projekty jsou ty, které zlepší výrobní strukturu, zpracování výrobků a marketingovou činnost. Konkrétně tak jde například o dotace úrokového diferenciálu až do 6 % pro podnik přijímající investici, dále o délku úvěrového období (do pěti let) a karenci (jeden rok). Půjčka se poskytuje podniku až do 80 % investičních nákladů (kromě koupě pozemků, kancelářského nábytku a kancelářské techniky).

Životní úroveň Španělů se pomalu zvyšuje

Sektor turistiky rostl i během krize, oprávněně se tedy očekává další rozvoj včetně vývozu výrobků sloužících k modernizaci vybavení turistických zařízení a dalších návazných služeb. Poroste i pohostinství, zábavní průmysl či wellness centra, jelikož se projevuje vzestup životní úrovně Španělů, který stojí za vnitřní poptávkou. S tím souvisí projekty specifických turistických zařízení s dopadem



Turistika se ve Španělsku rozvíjela i během krize. V následujících letech půjdou peníze hlavně do modernizace vybavení a poskytování doprovodných služeb. FOTO: PROFIMEDIA

na rozvoj regionů, o jejichž financování rozhoduje ministerstvo hospodářství a konkurenceschopnosti.

Podle údajů české ambasády a na základě dalších zdrojů lze doporučit tuzemským exportérům rovněž oblast dopravy. Španělský strategický plán pro infrastrukturu totiž počítá s významnými investicemi do železnic (část je určena na modernizaci železničních stanic a stávajících železničních tratí a na telekomunikační síť založenou na optickém vláknu) a silnic, kde se chtějí zaměřit zejména na zvýšení bezpečnosti dálnic.

Zájem bude o analytiky vod či geofyziky

V letecké infrastruktuře půjde nejvíce investice do terminálů a na bezpečnost a navigaci. Zajímavé možnosti též nabízí oblast služeb a logistiky, autonomní oblasti totiž začaly klást důraz na poskytování logistických služeb a podporují budování nových logistických středisek.

Perspektivní jsou také informační a komunikační technologie. Jejich neuspokojivý stav v zemi vyvolává růst nových center. V neposlední řadě by čeští podnikatelé měli sledovat oblast životního prostředí, kde Španělsko potřebuje dodavatele zejména v oblasti

analytiky vod, půd a odpadů, dále geofyziky, geotechnologií a konzultačních služeb.

Firmy musí investovat do zlepšení vlastních instalací nebo rozvíjet projekty zaměřené na ochranu životního prostředí, protože často překračují limity stanovené v Kjótském protokolu. V energetice země prožívá velký rozvoj v oblasti větrných a solárních elektráren, nicméně největší rozvoj čeká biomasu a biopaliva. V oblasti biomasy se ve Španělsku realizuje mnoho projektů týkajících se využití zbytků vzniklých zpracováním olivového oleje, rýže nebo mandlí. V průmyslu se stále větší důraz klade na recyklaci či energetické využití odpadů. Další zajímavou kapitolou jsou investice do vodohospodářství.

Prostor ale existuje třeba i v oblasti zdravotnictví. V Praze dokonce proběhne od 18. do 21. září mise španělských dovozců zdravotnických výrobků, technologií a sanitární techniky, kterou pořádá česká ambasáda a zahraniční kancelář CzechTradu v Madridu.

Tuzemským firmám se ve Španělsku otevřel velký prostor a exportéři toho chtějí co nejrychleji využít. Jen za prvních pět měsíců se Španělsko posunulo v pořadí hlavních vývozních destinací tuzemských výrobků o čtyři pozice již na osmé místo.

Ryze praktickým zbožím je neoslňte. Italům a Španělům záleží na designu

Oba národy chtějí své obchodní partnery poznat u dobrého jídla. Čeští exportéři mají šance zejména ve strojírenství.

Kristína Paulenková
kristina.paulenkova@economia.cz

Ital z Milána může mít v některých ohledech blíže k Rakušanovi než krajanovi z Neapole. Ve Španělsku je to podobné. Itálie i Španělsko jsou velké země a najdete v nich mnoho historických, a tedy i kulturně odlišných regionů. Myslete na to, že Katalánsko není Andalusie a mentalita i kulturní zvyklosti se v jednotlivých oblastech liší. O separatistických tendencích některých španělských regionů nediskutujte, svůj názor na býčí zápasy si nechte raději pro sebe. Mohli byste odjet s nepořízenou.

Italové a Španělé jsou při obchodních jednáních opravdu otevření a přátelští. Svého obchodního partnera chtějí poznat. Ale neočekávejte neprofesionální či nepřipravený přístup. Pravda, zpočátku mohou působit chaoticky. Především Italové nemají problém dát najevo emoce. Po čase každopádně zjistíte, že jsou to dobří a zkušení obchodníci.

Perspektivní je i bižuterie

Obě země se v posledních letech staly v Evropě symbolem ekonomických pádů a problémů. Itálie zachraňuje své banky, bojuje s vysokou nezaměstnaností zejména mezi mladými, a navíc se potýká s migranty, kteří přes ni přicházejí do Evropy.

Ve Španělsku podniky neposílají upomínky k zaplacení faktur.

Španělsko se vymanilo z vleklé recese teprve nedávno. Dlouhodobě se tamní nezaměstnanost drží společně s Řeckem na špičce žebříčku Evropské unie, dosahuje více než 15 procent. Zejména mladí mají problémy najít si práci.

Zmíněné skutečnosti u mnohých Čechů vyvolávají předsudky. Obě země jsou přitom ekonomicky vyspělejší než Česká republika a tamní podnikatelé mají s obchodem samozřejmě letité zkušenosti. Čeští exportéři mají v tak velkých zemích široké možnosti.

Zatímco dříve převažoval v Itálii zájem o výrobky na nižším stupni zpracování, v současné době se čeští exportéři prosazují

na Apeninském poloostrově především v oblasti strojírenských výrobků. Mezi perspektivní obory patří také bižuterie, stavebnictví, energetika či potravinářský průmysl.

Ve Španělsku mohou české firmy využít obchodního potenciálu ve strojírenství a automobilovém průmyslu. Mezi další nadějně obory patří podle agentury CzechTrade informační a komunikační technologie, energetika či zdravotnická technika.

Dbejte o svůj zevnějšek

Zatímco v českých firmách se dress code ne vždy striktně dodržuje a zdejší podnikatelé někdy své partnery klidně přivítají v tričku a džínách, Španělé i Italové o svůj zevnějšek velmi dbají a na obchodní jednání chodí formálně oblečení.

„Podle zástupce firmy je posuzována celá společnost, proto je tedy důležité kouzlo osobnosti, připravenost a správné oblečení. Španělé kladou velký důraz na eleganci, dobře padnoucí klasický oblek a hlavně čisté boty,“ popisuje Jitka Loucká z Hispánsko-české obchodní komory. Perfektně upravené a elegantní jsou i Španělky.

Svým zevnějškem rádi oslňují rovněž Italové a Italky. „Jak se dá očekávat, italský obchodník je vždy dokonale oblečen adekvát-

něž Češi a na pracovní schůzce se dozvíte také mnoho o Španělsku, místních zvycích, zábavě, fotbale či rodině. Tamní podnikatel – ostatně stejně jako v mnoha dalších zemích světa – jednoduše potřebuje navázat bližší vztah, než s někým uzavře obchod. „Schůzka je často vedena mimo kancelář, například v kavárně či restauraci u dvouhodinového oběda. Obchod se probírá velmi často v posledních deseti minutách a zbylý čas se prohodí konverzačními tématy,“ vysvětluje Jitka Loucká z Hispánsko-české obchodní komory.

Do Španělska s překladatelem

Italové, především ti ze severu, jsou většinou velmi dobře jazykově vybaveni. Kromě angličtiny ovládají často například němčinu nebo španělštinu a jsou na tom se znalostí cizích jazyků mnohdy lépe než Češi.

U Španělů může především v menších městech nastat jazyková bariéra. Není to nic nepochopitelného. Španělština je jeden z nejpožívanějších jazyků světa. „Obchodní zaměření Španělska bylo tradičně na Latinskou Ameriku, kde se mluví hlavně španělsky, takže oni nikdy nepotřebovali mluvit cizími jazyky,“ vysvětluje Boris Mochnáč ze společnosti Finespa CZ, který se zabývá obchodem se Španělskem více než 20 let.

Dnes se jazyková vybavenost Španělů zlepšuje. Je to dáno příchodem cizinců do španělských firem a také – zdánlivě paradoxně – vysokou nezaměstnaností. Mnozí mladí lidé odcházejí pracovat do zahraničí. Po návratu do Španělska pochopitelně mluví anglicky mnohem lépe.

V některých regionech se každopádně budete muset obejít bez angličtiny. „Pokud španělštinu neovládáte na výborné úrovni, což je nutné především při prvních schůzkách, kdy je důležité rozumět každému detailu, najměte si dobrého a zkušeného tlumočníka, který bude rozumět obchodu,“ doporučuje Loucká.

Nezapomínejte, že do Španělska se nevolá mezi druhou a čtvrtou hodinou. Stále se v mnoha firmách dodržuje dlouhá pauza na oběd, o které Španělé nejsou k zastížení. Není slušné Španěla v tuto dobu vyrušit, přestože ve velkých korporacích už dávno dlouhé pauzy během pracovního dne zrušili.

ně programu,“ vysvětluje Zdeňka Žánová, ředitelka exportu firmy Koh-i-noor Hardmuth.

Od jižanských národů lze očekávat rovněž perfektní jídlo a pití a výjimkou není ani Itálie a Španělsko. Svým partnerům tam vždy připraví gastronomický zážitek.

„Na příjemný čas strávený s partnery si Italové potrpí. Je to dáno více faktory, zejména vahou osobních kontaktů a také kvůli daním. Podnikání je v Itálii hodně zdaněno, tedy mohou-li si snížit daňový základ silným zážitkem s obchodním partnerem, udělají to,“ říká Žánová.

Španělé chtějí svého obchodního partnera poznat, jsou obvykle sdílnější a přátelštější



Obchodní partnerství se v Itálii a ve Španělsku často buduje u sklenice dobrého vína. FOTO: IDM SÜDTIROL-ALTO ADIGE / STEFANO SCATÀ

V hlavní roli vkus

Oba národy si potrpí na design. Praktický, ale nevzhledný produkt na ně dojem neudělá. Tuzemští obchodníci by neměli zapomínat na balení navržené přímo pro italský trh. Výrobek musí vypadat dobře. „Dbají na vysoký standard designu a balení výrobků, tedy bez italského speciálního provedení se to málokdy obejde,“ potvrzuje Zdeňka Žánová z Koh-i-nooru.

Jinak tomu není ani ve Španělsku. „Španěle jsou estéti,“ říká Boris Mochnáč a dodává, že si někdy všímají takových detailů, které mohou prakticky zaměřené Čechy překvapit. „Když jsme jim například ukazovali oděvy z Německa či Polska, uznali, že zpracování a kvalita jsou dobré, ale nabízené zboží se jim nelíbí. Mají jiný vkus,“ vysvětluje Mochnáč. Česká firma by se proto neměla bát oslovit odborníky znalé tamního vkusu a vytvořit řadu přímo pro jednu či druhou zemi.

Věrní místním

Obecně si lze všimnout, že na italském trhu je mnohem méně bezejmenných asijských výrobků než v Česku. Italové dávají přednost kvalitnímu, osvědčenému a lokálnímu zboží, i kdyby si měli připlatit. Jednají podobně i v obchodě a zůstávají věrní prověřeným místním obchodníkům.

„Mezi italskými obchodníky panuje vzájemná loajalita, a to i mezi konkurenty. V zájmu této věrnosti a dobrých vztahů preferují vždy tamního dodavatele a třeba na cenu se příliš neohlížejí,“ popisuje ředitelka Žánová.

Španěle i Italové kladou důraz na rodinu a rodinné vazby. Existuje tam řada rodinných podniků, které budují po několik generací.

„Ve Španělsku se často setkáte s rodinnými podniky, kde je striktně dodržována formální a stratifikovaná hierarchie. Pokud se nesejdete s kompetentní osobou, obchod se nemusí podařit, protože dojednaný závazek může být zrušen nadřazeným,“ popisuje Loucká.

Poslední slovo má obvykle šéf společnosti. „Většinou to bývá velmi silný a rozhodný hráč schopný improvizace, která je pro Španělsko také velmi typická,“ dodává. Italové často očekávají slevu. Pokud ji nedostanou, považují jednání za špatný obchod. Ve Španělsku pro změnu firmy neposílají upomínky k zaplacení faktur. Přitom je zcela běžné, že mají i dva měsíce nezaplacenou fakturu. Neznamená to, že podnik za zboží či služby nezplatí. Jen si nechává obvykle na všechno čas.

Italy oslníte inovacemi

„Obchodníci v Itálii prakticky neodcházejí do důchodu. Pracují, dokud jim zdraví a byznys dovolí. Z toho ovšem plynou jednak velmi silné osobní vazby na trhu, což je pozitivní,

ale na druhou stranu menší progresivita,“ myslí si Zdeňka Žánová. Inovace jsou proto do jisté míry italskou slabinou. Pokud se obchodníkovi podaří přijít se zajímavým a inovativním řešením, bude mít úspěch. Italové jsou novým řešením otevření.

Jak Žánová upozorňuje, Italové mají méně předsudků vůči obchodníkům ze zemí bývalého východního bloku než například Němci či Belgičané. Čech se cítí v přítomnosti Italů příjemně a uvolněně. Ve Španělsku je situace obdobná. Obchodní partner by se neměl chovat povýšeně a snažit se poučovat o politice či ekonomice. Existují výjimky, ale obvykle se s nadřazeností u Španělů nesetkáte.

Dlouhodobé vztahy

Jestliže se českému podnikateli podaří dostat přes všechny překážky na italský nebo španělský trh, zjistí, že získal spolehlivého obchodního partnera. Pro českou firmu se otevírají obrovské trhy s velkým potenciálem.

Španěle i Italové jsou ke svým obchodním partnerům loajální, a pokud se exportérovi podaří partnerství dobře začít, může většinou počítat s dlouholetou spoluprací. Za posledních 10 let vzrostl český export do Španělska čtrnáctkrát. Itálie patří podle agentury Czech-Trade k nejvýznamnějším českým obchodním partnerům a obsazuje pravidelně šestou až sedmou příčku v celkovém žebříčku. ■

Regionální zprávy

Připravili pracovníci zahraničních kancelář agentury CzechTrade
kcexport@businessinfo.cz



Průmyslovou výrobu systému biotisku lidských tkání plánuje firma Poietis spustit již do dvou let. FOTO: POIETIS

Francouzský lídr ve 4D tisku lidských tkání plánuje další rozvoj

Společnost Poietis, sídlící nedaleko Bordeaux, představila uprostřed léta unikátní projekt zaměřený na zavedení nového systému biotisku lidských tkání. Průmyslovou výrobu plánuje zavést do roku 2019. Francouzské firmě se během dvou uplynulých let podařilo osvojit nezbytnou technologii pro výrobu biologických tkání, tedy rozlišení tisku buňky po buňce a přesnost tisku (přesné umístění buněk v prostoru). Podle listu La Tribune se nyní chystá dál rozšiřovat horizonty a plánuje v druhé polovině roku navýšit fondy o čtyři až šest milionů eur.

Podnik založený teprve před třemi lety se již dokázal dostat do čela technologie 4D tisku. Do roku 2021 si stanovil jako cíl implantovat konkrétnímu člověku lidskou kůži pocházející z biotisku.

Tento tisk vzorků lidské kůže má široké uplatnění v kosmetických laboratořích a ve farmaceutickém průmyslu. Úspěšný rozvoj Poietis, společnosti s pouhými dvanácti zaměstnanci, dokazují mimo jiné i smlouvy o spolupráci na vývoji s takovými velikány, jako jsou francouzská kosmetická skupina L'Oréal nebo německá agrochemická firma BASF.

Saúdská Arábie investuje stamiliony do čištění vody

Saúdskoarabské ministerstvo vody, životního prostředí a zemědělství oznámilo plány na výstavbu čistíček odpadních vod v Džiddě, druhém největším městě v zemi, a též v Dammámu, ležícím u Perského zálivu na hranici s Bahrajnem. Na severu země projekt zahrne provincie Turaif a Arrar v blízkosti hranic s Jordánskem a Irákem. K první, přípravné fázi gigantického díla byly přizvány hned tři blíže neuvedené světové poradenské společnosti. V pokročilejší fázi budou jednotlivé dílčí projekty nabízeny soukromému sektoru pro účely financování, stavby a provozu na bázi „BOT“ neboli build–operate–transfer (stavba–provoz–převod). Očekává se, že náklady na realizaci celého díla, tedy veškerých sítí, spojů, vedení a techniky pro čištění odpadních vod, se přiblíží 600 milionům USD. Jako první by se měla stavět čistírna odpadních vod poblíž letiště v Džiddě, která má mít kapacitu 500 tisíc m³ vody denně.

V Pekingu vznikla poradenská síť právnických firem

Dotazy zahraničních klientů, kteří by měli zájem v Číně podnikat, stále narůstají. V Pekingu proto začala působit nová mezinárodní poradenská síť International Advisory Network (IAN), kterou iniciovala čínská právnícká firma Jingsh.

Předpokládá se, že členské firmy v IAN budou mít výhodu v rozsáhlé síti partnerů po celém světě, a budou tak schopny lépe reagovat na aktuální potřeby svých klientů. IAN je síť otevřená nezávislým a mezinárodně zaměřeným právníckým firmám z celého světa (s preferencí pro lokální středně velké právnícké kanceláře).

Členství v IAN není automatické, ale vzniká až na základě zhodnocení kvality nabízených služeb, jejich portfolia a prověření referencí. Podmínky členství budou předávány zájemcům individuálně. V případě zájmu českých právníckých kancelářích zapojit se do této iniciativy kontaktujte vedoucí zahraniční kanceláře CzechTradu v Pekingu.



Pekingská mezinárodní poradenská síť vznikla proto, aby odpovídala na dotazy zahraničních klientů, kteří chtějí v Číně začít podnikat. FOTO: SHUTTERSTOCK



FOTO: SHUTTERSTOCK

Izrael připravuje povinné značení „nezdravých“ potravin

Ministerstvo zdravotnictví Izraele navrhuje od ledna 2018 povinně označovat potraviny se zvýšeným obsahem soli, cukru nebo tuku. Výrobci i obchodníci s tím nesouhlasí a v zákulisí probíhá horečná debata.

Izraelské ministerstvo zdravotnictví předložilo k odborné diskusi návrh, aby již od ledna 2018 bylo výraznou červenou samolepkou povinně označeno balení těch potravin, které obsahují zvýšená množství soli, cukru nebo tuku. Argumentuje přitom zdravotním hlediskem, neboť podle odborných odhadů 60 % místních obyvatel má nadváhu a 8 % trpí různými formami cukrovky. V první fázi mají být stanoveny limity v hodnotě 800 mg soli, 22,5 g cukru anebo 6 g tuku na 100 g produktu. V dalších letech se tyto hodnoty mají dále zpřísnovat.

Reakce výrobců, a to i zahraničních dovozců, přišly záhy. Podle nich neexistuje přímá souvislost mezi spotřebou určitého produktu a konkrétní nemocí. Suroviny jako cukr, máslo nebo olivový olej nejsou samy o sobě nebezpečné, problémem je jejich nekontrolovaná konzumace.

Snaha vyhnout se negativnímu označení povede k náhražce přírodní suroviny (např. vanilkového cukru) jejím chemickým ekvivalentem, který sice bude splňovat normu, ale pro spotřebitele bude ve finále méně zdravý. Podle nových pravidel by například Fanta Zero byla pro zdraví spotřebitele vhodnější než přírodní pomerančová šťáva, což je absurdní.

Zvýšené náklady na nový design balení by zvýšily koncovou cenu a u menších balení některých výrobků by povinná červená nálepka zcela zakryla ostatní informace a označení výrobce.

Do Jeruzaléma o tomto nařízení přijel jednat také zástupce italské Food Industry Federation. Pro Itálii totiž Izrael představuje významný trh srovnatelný s Německem. Exportuje sem těstoviny, cukrovinky, olivový olej, máslo, sýry a další potraviny v hodnotě 2,7 miliardy USD ročně. Oproti tomu hodnota vývozu českých potravinářských výrobků ve stejném období dosáhla 25,7 milionu USD, to je necelé jedno procento italského vývozu.

Washington – americký stát s nejpříznivějšími podmínkami pro podnikání

Washington je podle žebříčku CNBC nejlepším státem USA pro podnikání v roce 2017. Jeho ekonomika si v roce 2016 připsala 3,7 %, což představuje téměř 2,5násobek růstu celonárodní sazby, a stala se tak nejrychleji rostoucí ekonomikou v zemi. Na tomto výsledku se do značné míry podepsala vysoká koncentrace podniků STEM (věda, technika, strojírenství a matematika) a jejich vysoce kvalifikovaných pracovníků. Podle amerického Úřadu statistiky práce je téměř jeden z deseti washingtonských pracovníků zaměstnán právě v těchto profesích. Tento americký stát má nulovou daň z příjmů jak fyzických, tak právnických osob a nabízí vysoké mzdy. Washington se tak stal domovem pro giganty, jako je Amazon, Costco, Boeing či Expedia.



Zde naleznete celý žebříček CNBC, který ukazuje pořadí států USA podle podmínek pro podnikání.



Společnost Boeing, která sídlí ve Washingtonu přes sto let, nyní zaměstnává přibližně 70 tisíc lidí. FOTO: SHUTTERSTOCK

Čeští energetici v zahraničí už osm let nepřetržitě posilují

Úspěšní exportéři jako Tedom nebo Wikov nespolehají na zavedené postupy, ale inovují, modernizují, aby byli lepší než konkurence.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz

Přestože už není výstavba elektráren v zahraničí českou specialitou a vývoz celých elektráren stagnuje, daří se firmám z energetického odvětví vyvážet. Čeští exportéři nejsou v energetice generálními dodavateli, ale do tendrů si je berou téměř všechny světové firmy.

„Export zboží i obrat zahraničního obchodu Česka kontinuálně rostou od roku 2009 a obdobný vývoj zaznamenal i vývoz v energetice. Ze 137,5 miliardy korun v roce 2009 vzrostl na loňských 263 miliard korun,“ uvádí Lenka Kovačovská, náměstkyně ministra průmyslu a obchodu pro energetiku.

Celkový export za těchto osm let vzrostl o více než 85 procent, a vývoz v energetice dokonce o více než 91 procent. Konkrétně představoval podíl exportu zboží v energetice na celkovém vývozu v roce 2016 necelých sedm procent.

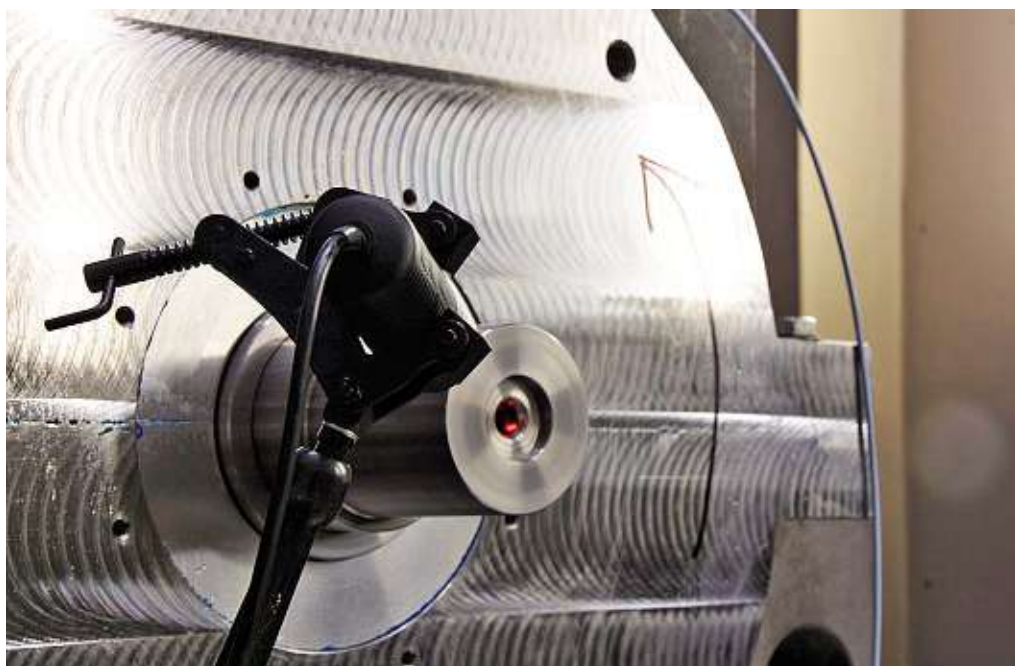
Náměstkyně Kovačovská se nebojí ani srovnání energetiky s nejsilnějším exportním odvětvím – automobilovým průmyslem. „Podíl vývozu zboží v energetice na celkovém exportu činil loni přibližně 6,6 procenta, automobilový byznys zhruba 21 procent českého exportu. Export v energetice je přibližně třetinový. A důležité je, že si v posledních letech udržuje stabilní růst.“

Kabely, vodiče, ale i turbíny nebo čerpadla

Čeští podnikatelé dodávají v současné době zboží například pro stavby energetických sítí. Jde především o různé typy kabelů a vodičů, ale také transformátorů. Vývoz těchto položek vloni dělal téměř 80 miliard korun. Kromě tohoto segmentu se lze podle Kovačovské pochlubit i zařízeními pro zdroje energie, jako jsou různé typy generátorů, turbín či čerpadel.

„Opomenout bychom neměli při výběru nejúspěšnějších českých exportérů ani výrobce řídicích systémů pro ovládání různých nejen technologických procesů v energetice,“ dodává Kovačovská.

Export zboží pro energetiku podle ní do značné míry kopíruje celkový český vývoz. Takže mezi významné země logicky patří především Německo. „V Mnichově bude otevřena druhá zahraniční kancelář CzechTradu v Německu. Jedním z úkolů této



Optické čidlo pro snímání otáček rychloběžného pastorku společnosti Wikov. FOTO: WIKOV

kanceláře bude právě podpora českých firem z energetického sektoru,“ říká náměstkyně s tím, že další úspěšné trhy pro české energetiky je třeba také hledat v Evropě. „Jsou to Francie, Slovensko, Polsko či Spojené království. Všude tam přesahuje vývoz 10 miliard korun ročně v oblasti výtípaných položek energetiky.“

Tedom koupil německou konkurenci

Na německém trhu se podařilo významně uspět firmě Tedom z Třebíče. Tento uznávaný výrobce a exportér kogeneračních jednotek s dvoumiliardovým ročním obratem koupil v roce 2016 německou společnost Schnell Motoren a zásadně tak posílil svou pozici nejen na německém trhu. Schnell se totiž prosadil s kogeneračními jednotkami určenými především pro bioplynové stanice také v zahraničí, takže si Tedom otevřel i další exportní možnosti. Josef Jeleček, generální ředitel a předseda představenstva této české firmy, přiznává, že měl trochu obavy, jak němečtí zaměstnanci přijmou, že je koupili Češi.

„Myslel jsem, že to bude horší, ale jsou tolerantní,“ uvádí s tím, že se mu s nimi pracuje dobře. „Němci mají velké sebevědomí, že jsou nejlepší na světě, a také technologicky jsou. I když firma Schnell zkrachovala, některé věci dělali dobře. Ty kombinujeme s našimi ověřenými postupy,“ dodává nejvyšší manažer a zakladatel společnosti, která loni založila ve Spojených státech amerických společný podnik TTcogen pro prodej svých výrobků na americkém trhu. Tedom je přesný příklad úspěšné české firmy, která si navíc musela pozici na zahraničních trzích vybojovat sama, nebyla nástupcem nějakého postkomunistického podniku, který vyvážel za socialismu.

Ministerstvo doporučuje trhy v Íránu či Maroku

Energetika je také klíčovým tématem prakticky vůči všem zemím SNS. A kvůli tomu, že v exportu hodně záleží na potřebách daného teritoria, je Rusko specifickým příkladem díky své velikosti a všeobecné potřebě modernizace.

„To skýtá potenciál prakticky pro všechny druhy energetiky. Nicméně co do významu dominuje spolupráce především v ropném a plynárenském sektoru, tedy v těžbě, zpracování a infrastruktuře. Dále v uhelném a obecně těžebním průmyslu a v neposlední řadě též v jaderné energetice a hydroenergetice,“ říká Kovačovská a dodává, že tím výčet nekončí. „Značný potenciál vidíme i v rozvoji alternativních zdrojů energie, kogeneraci, energetickým využití odpadů a podobně.“

Náměstkyně ministra doporučuje českým energetickým exportérům trhy těch zemí, které procházejí procesem industrializace a mají rozsáhlé programy pro rozvoj energetiky. Jde zvláště o Indii, Írán, země jihovýchodní Asie, Izrael, mnohé africké země, jako třeba Egypt, Alžírsko, Maroko, Jižní Afriku.

Významná je nabídka českých firem v oboru ekologické energetiky, chytrých řídicích systémů a rozvoje jaderné energetiky, kterou lze dále využít v průmyslově vyspělých a nově industrializovaných zemích typu Japonska, Jižní Koreje a Číny. Za pozornost stojí i Ázerbájdžán a Kazachstán. „Obecně se však dá říci, že jakákoli země, která pocituje potřebu modifikovat svůj energetický mix a modernizovat infrastrukturu, je ideálním cílem pro české exportéry a investory,“ uvádí Kovačovská.

Pokud jde o evropské země, za zajímavá exportní teritoria považuje náměstkyně také balkánské země, kde jsou ovšem dodávky spojeny s nutností exportního financování, které občas pokulhává za potřebami. S evropskými trhy zmiňuje segment obnovitelných zdrojů energie (OZE), kde se daří vyvážet českým firmám třeba do Polska, Německa nebo na Slovensko. Jde hlavně o výrobce zařízení pro rozvod elektrické energie a zejména větrných elektráren.

Wikov má náskok v podmořských elektrárnách

Jednou z firem nejenom mezi odborníky, ale i mezi laiky spojovaných s větrnými elektrárnami, je Wikov Industry. Export této skupiny s ročními tržbami kolem dvou miliard korun se pohybuje v rozmezí 70 až 80 procent. Převodovky do větrných elektráren tak letos přinesou do firemní kasy 100 milionů korun. Není to v porovnání s celkovými tržbami nějak obrovská částka, ale podle Antonína Růžičky, generálního ředitele Wikov Industry, došlo od roku 2010 ke konsolidaci trhu. Velcí hráči totiž skupili malé výrobce větrných elektráren.

„Pro obří výrobce větrných elektráren jsme malí, protože jsme schopni vyrobit ročně tak 300 převodovek a to je pro ně málo,“ uvádí Růžička. Přesto ale Wikov výrobu převodovek pro větrné elektrárny nedal k ledu.

Velkým výrobcům může konkurovat pružností a flexibilitou v segmentu servisu a oprav převodovek. „Máme šikovné konstruktéry, technology, obsluhu strojů, takže jsme schopni na nich každý týden vyrábět něco jiného,“



Kogenerační jednotka Tedom Cento bez protihlukového krytu.

FOTO: TEDOM

vysvětluje přednosti své firmy Růžička. Ovšem podstatné je, že společnost považuje obor větrných elektráren za perspektivní, proto dál spoléhá na to, že se prosadí i u nově budovaných větrných zdrojů.

„Začínají se stavět větrné elektrárny v moři, oproti elektrárnám na souši jsou dokonce větší,“ prozrazuje šéf Wikov Industry. Společnost má už čtyři roky v provozu 5,5megawattové převodovky na moři a nyní drží palce svým zákazníkům v Číně a Jižní Koreji, aby se jim podařilo prorazit na trhu a získat větší komerční kontrakty. „Pro nás by to znamenalo nové zajímavé zakázky,“ míní Antonín Růžička.

Navíc má společnost políčeno i na nový obor, který se ve světě teprve formuje. Wikov už totiž dodal do zahraničí převodovky na několik prototypů takzvaných přílivových elektráren.

„Na světovém trhu jsme největší dodavatel převodovek pro přílivové elektrárny, respektive podmořské elektrárny. Už máme převodovky v pěti různých pilotních zařízeních v mořích. Nyní čekáme na to, až se začnou instalovat komerční projekty,“ věří Růžička, že se tento segment rozjede. Zvláště když jsou podmínky pro podmořské elektrárny ve vodách kolem Jižní Koreje, Číny, Kanady, severu USA, ale také v mořích Velké Británie, severního Irsku a Francie.

Energetiku vytlačily strojírenství a doprava

Silnou stránkou českého energetického průmyslu je podle náměstkyně ministra průmyslu a obchodu pro energetiku Lenky Kovačovské to, že si zachoval schopnost

vyvíjet a vyrábět celé portfolio základních výrobků – turbíny, generátory, transformátory, řídicí systémy, vodiče a podobně. Na druhou stranu by ministerstvo uvítalo více firem, které by se zabývaly aplikací nových trendů v energetice, jakými jsou například nekonvenční zdroje energie, chytré sítě, aplikace a technologie na úsporu energie či ukládání energie (viz str. 20).

„Rezervy pak mohou být v kapitálu a investičních možnostech jednotlivých firem, které se ale zvyšují s růstem celého sektoru v Česku,“ uvádí Kovačovská. Pro pomoc se firmy v takových případech obrací na Českou exportní banku (ČEB) a Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP). Jen státní pojišťovna uzavřela od roku 1996 do současné doby pojistné smlouvy v energetice celkem za 21 miliard korun.

Jan Procházka, generální ředitel EGAP, přiznává, že české firmy už nejsou v energetice generálními dodavateli velkých celků. „Ale do tendrů si je berou všechny světové firmy, dělají subdodávky. Firmy nesedí se založenými rukama, také opravují a upravují elektrárny třeba v Latinské Americe, Africe, Egyptě,“ říká Procházka a dodává, že aktuálně vede energetické strojírenství. „Nejvíce zastoupené jsou turbíny.“

EGAP měl v minulosti ve svém portfoliu výrazně zastoupenou energetiku. Nyní podíl klesl, je kolem 40 procent, protože se pojištěný vývoz posunul ke strojírenství a dopravě, tyto obory energetiku vytlačily. „Ale energie bude stále třeba, nejde o okrajový obor,“ tvrdí Procházka.

Britská královská rodina koupila akumulátor energie od moravské firmy

Společnost FitCraft Energy z Valašského Meziříčí dokáže uskladnit elektrickou energii k pozdějšímu využití. SaveBoxy vyváží do Velké Británie, Nepálu nebo Peru.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz



Martin Dorazil (50)

Spoluzakladatel a jednatel společnosti FitCraft Energy, ve které se věnuje především vývoji. Po absolvování středoškolského elektrotechnického vzdělání pracoval ve Vojenském opravárenském podniku na vývoji speciální techniky, zaměřil se na elektroniku a elektrotechniku. Ve svých 30 letech začal soukromě podnikat, hlavním důvodem byla šance dostat se k technologiím, které ho zajímají. Na byznysu se mu líbí především to, že si může sám určovat, jakým směrem se vydá a čím se bude zabývat. Ve firmě kolem sebe vytvořil tým pracovníků, které stejně jako jeho baví vymýšlet nové věci. Prvotní motivací těchto vývojářů prý nejsou peníze, ale zajímavá a tvůrčí práce. Na novém produktu dělají bez ohledu na čas tak dlouho, dokud nesplňuje jejich představy. Pokud zbývá Dorazilovi čas, věnuje se zvučení kapel.

FOTO: HN – LUKÁŠ BÍBA

Současným trendem je vyrobenou elektrickou energii uložit do nějakého „skladu“ neboli schovat na později, až bude potřeba. České firmě FitCraft Energy se podařilo vyvinout akumulátorové jednotky SaveBox, které tuto možnost nabízejí.

„Původně jsme se zabývali solární energií a v roce 2010 jsme narazili na problém, že je třeba elektřinu někam hromadit,“ uvádí Martin Dorazil, spoluzakladatel a vývojář společnosti FitCraft Energy. Důvodem tohoto, podle Dorazila logického kroku byl fakt, že cena vykupované elektřiny je nižší než nakupované. Takže majitelé fotovoltaických článků na střeších svých domů si chtějí svou elektřinu schovat takzvaně na potom, když už slunce nesvítí.

„Vadilo nám, že fotovoltaické panely nedokážou uchovat energii pro budoucí spotřebu. Proto jsme se vrhli do segmentu velkokapacitních baterií, které můžete nabíjet zadarmo ze slunce, vody, větru či hybridně pomocí agregátorů nebo přímo ze sítě,“ říká Dorazil. Takže akumulární jednotka SaveBox slouží jednak jako úložiště elektrické energie, ale také jako mobilní akumulátorový zdroj.

„Zajímavější jsou pro nás místa, kde elektřina není vůbec, je špatně dostupná nebo má nízkou kvalitu. Pak je potřeba kombinovat několik zdrojů.“

Tři měsíce boxy poháněly mobilní městečko

Zatímco o SaveBoxy pro rodinné domy (SaveBox Home) je největší zájem v tuzemsku, tak větší mobilní akumulátorové zdroje (SaveBox Industry) našly odbyt v zahraničí, především na Slovensku a ve Velké Británii.

„Našimi hlavními zákazníky pro SaveBox Industry jsou Angličané. Ve Velké Británii jsou totiž stavby z 90 procent poháněny dieselaagregáty. Kvůli předpisům je tam velmi složité vyřídřit dočasnou elektrickou přípojku, takže dokud dům nestojí, respektive není zkolaudován, není tam elektřina,“ popisuje britský trh Dorazil. Proto dodává akumulátory retailovým společnostem, které je dál půjčují především stavebním firmám. Ty si je pronajímají podle potřeby tam, kde právě působí.

„Stavební firmy provozují obrovské množství agregátů, které pohánějí naftou. A právě v kombinaci se SaveBoxem dokážou významně optimalizovat provoz dieselaagregátů,“ uvádí

a dodává, že agregáty nemusí běžet nepřetržitě, neznečišťují životní prostředí, ale jimi vyrobenou elektřinu lze uchovat a využívat podle potřeby.

Příkladem takového využití bylo třeba mobilní městečko postavené z kontejnerů na nevyužívané letištní ploše ve Velké Británii. V mobilních buňkách bydlelo odhadem tak 500 zaměstnanců stavební firmy, která budovala tunel pro železnici. A díky čtyřem SaveBoxům v kombinaci se sluneční elektrárnou a elektrocentrálou mělo městečko dostatek energie.

„Asi tři měsíce jsme to městečko poháněli,“ tvrdí Dorazil s tím, že toto je příklad nejzajímavějšího segmentu britského trhu pro jeho firmu.

Princ Harry předal akumulátory v Nepálu

Kontakty české společnosti na britské firmy zajišťují dva angličtí kolegové, s nimiž se majitelé FitCraft Energy seznámili při svých fotovoltaických začátcích. Jednatel Miroslav Šafář a Martin Dorazil totiž původně začínali jako výrobci slunečních kolektorů a budovatelé velkých fotovoltaických parků.

„V Británii jsme dělali tři velké parky a spolupracovali s firmou Zed Energy, v níž oba pracují. Od té doby spolupracujeme a oni nás na tamním trhu zastupují, zprostředkovávají nám byznys,“ vysvětluje Dorazil.

Je to příklad osobních kontaktů, které se rozrostly v perspektivní export. „Hodláme ve spolupráci dál pokračovat, protože z Velké Británie je dobrý dosah kamkoli do světa. Je pro nás takovým odrazovým můstkem,“ míní jednatel FitCraft Energy s tím, že Spojené království je obecně zajímavější než Česko třeba i pro lidi z Peru nebo Nepálu.

Tím se Dorazil dostává k nejbližším realizacím, které se moravské firmě povedly. A opět nebyť partnerů ve Velké Británii, tak se zřejmě k těmto kontraktům ani nedostali. To jeden z nich navrhl britské královské rodině, která se rozhodla pomoci lidem postiženým zemětřesením v Nepálu, aby jim dala elektřinu, respektive aby koupila český akumulátor.

„Britská královská rodina publikovala i oficiální video, na kterém princ Harry manipuluje s naším SaveBoxem, předává jej přímo na místě v Nepálu. Napájen fotovoltaikou



Společnost FitCraft Energy s ročním obrátem kolem 50 milionů korun zaměstnává 15 lidí.
FOTO: HN – LUKÁŠ BÍBA

poskytuje elektrickou energii lidem, kteří ji opravdu potřebují," vysvětluje Dorazil a dodává, že projekt probíhá ve spolupráci s Your Power UK a Zed Energy.

České úložiště elektřiny znají i v Peru

Jedna vzorová jednotka z moravské firmy se dostala opět přes anglického partnera dokonce až do Peru. Tamní britský ambasador zorganizoval v Peru při jakési energetické akci prezentaci SaveBoxu na své zahradě. Poté putoval „sklad elektřiny“ z Limy do horské vesničky, která leží asi 3,5 tisíce metrů nad mořem, kam samozřejmě elektrické dráty nevedou.

„Po úspěšných zkouškách v tak složitém terénu si firma z Limy, která se zabývá fotovoltaikou, SaveBox vzala opět k sobě a nabízí ho na tamním trhu,“ přibližuje Dorazil peruánský kontrakt.

Jak Nepál, tak Peru jsou pro českou firmu velice vzdálené a neznámé trhy. Ovšem na druhé straně jsou to země, kam jejich výrobky perfektně padnou. Hledat odbyt v zapadlých lokalitách, kde není elektřina, ale není jednoduché. „Proto jsou pro nás britští partneři důležití,“ míní jednatel Dorazil.

A protože si FitCraft Energy uvědomuje důležitost a perspektivu britského trhu, přijala nabídku agentury CzechTrade zúčastnit se energetického veletrhu ve Skotsku. Z letošní prezentace si zástupci moravské společnosti přivezli zajímavé kontakty, na kterých aktuálně pracují.

FitCraft Energy

Firma sídlí ve Valašském Meziříčí a specializuje se na uskladňování elektrické energie v zařízeních nazvaných SaveBox. Tyto akumulční jednotky slouží jednak jako úložiště elektrické energie, ale také jako mobilní akumulátorový zdroj a jsou vyráběny ve třech skupinách. SaveBox Home je určený pro instalaci v rodinných domech. SaveBox Industry se instaluje v bytových domech, hotelích nebo jej používají firmy v místech, kde není možnost připojení k síti. Ze SaveBox City lze sestavit velké komplexní energetické soustavy, které mohou fungovat třeba na odloučeném ostrově. Zásoba energie v SaveBoxech se podle velikosti pohybuje od 7,5 kWh až po 67,5 kWh. Cenové rozpětí je 150 tisíc až dva miliony korun. Akumulční jednotky pro rodinné domy dodává firma hlavně na tuzemský trh, větší SaveBoxy se jí daří exportovat především na Slovensko a do Velké Británie, ale i do Nepálu a Peru. Majiteli a zakladateli FitCraft Energy jsou polovičním podílem Miroslav Šafář a Martin Dorazil, kteří společnost založili v roce 2010. Akumulční jednotky vyvíjejí, výrobu i instalaci přenechávají specializovaným firmám.

„Byla to dobře zvolená výstava zaměřená na obnovitelné zdroje. Ve Skotsku jsme zaznamenali zájem o SaveBoxy od stavebních firem, které se specializují na rodinné domy. Kdo si instaluje sluneční kolektory, ten už začíná dělat další krok, chce si uložit vyprodukovanou energii,“ uvádí Dorazil. Na otázku, zda se neobává brexitu, při takto rozbíhajícím se byznysu ve Velké Británii, míní, že samozřejmě může dojít k obchodním změnám. O to důležitější je se na trhu etablovat.

Moravští exportéři i tak dál počítají, že jejich vývoz bude spojený hlavně s Velkou Británií. „Nikdo netuší, zda se země začne uzavírat a nebude na trh pouštět evropskou konkurenci, o to rozumnější je tam být už nyní.“

V horských oblastech už se „nekouří“

Mnohem bližším trhem, kde se firmě z Valašského Meziříčí také daří, je Slovensko. I když zatím ne tak výrazně jako ve Velké Británii, přesto existují ve Vysokých Tatrách tři ubytovací zařízení, která SaveBoxy používají. Jde o Téryho a Zbojnickou chatu a Chatu při Zelenom plese. Akumulční jednotky fungují v těchto rekreačních zařízeních už minimálně třetím rokem. Dříve tam nepřetržitě „kouřily“ diesलगregáty, denně spalovaly naftu, aby vyrobily elektřinu v čistém horském prostředí.

Navíc na této chatě ležící ve výšce 1550 metrů udělali i další krok. Majitel zprovoznil vodní turbínu, která po připojení k SaveBoxu naspoří tolik energie, že diesलगregáty bude využívat jen v době, kdy bude sucho.

České firmy zajímá modernizace zastaralých egyptských elektráren

Pro úspěšné podnikání v Egyptě je nutná vládní podpora exportního financování nebo zapojení české společnosti do mezinárodního konsorcia.

Tamer El-Sibai
vedoucí zahraniční kanceláře v Egyptě, CzechTrade
tamer.elsibai@czechtrade.cz

S potřeba elektrické energie v Egyptě v posledních letech výrazně roste, a to zhruba o osm procent ročně. To na jednu stranu znamená požadavky na nově instalovaný výkon ve výši 4000 megawattů ročně (nyní země disponuje více než 38 gigawatty instalovaného výkonu). Na druhou stranu chce egyptská strana snížit ztráty, které jsou zaviněny zastaralostí přenosové soustavy a nevyhovujícím stavem existujících elektráren.

Předpokládá se, že do potřebného zdvojnásobení výrobní kapacity egyptské energetiky bude třeba investovat v nejbližší době přibližně 45 miliard dolarů (více než jeden bilion korun).

První jaderná elektrárna za osm let

Nabízejí se příležitosti jak pro dodavatele komplexních technologických celků, kteří ovšem musí vyřešit financování těchto velkých investic, tak pro jejich subdodavatele. Stávající a připravované projekty počítají s využitím klasických, ale také obnovitelných zdrojů.

Stále reálněji se rýsuje také výstavba historicky první egyptské jaderné elektrárny v lokalitě ad-Dabá, kterou hodlá tamní vláda svěřit ruské státní společnosti Rosatom. Příslušná mezivládní dohoda je už připravena a dílo by mělo začít sloužit od roku 2025.

Kromě vývozu techniky a expertních služeb pro nové generační kapacity má tedy potenciál také modernizace stávajících devíti elektráren české, respektive česko-slovenské proveniencí. České dodávky pro egyptský energetický průmysl – turbíny, generátory, transformátory, rozvaděče nebo kabely – činily v roce 2014 přes 20 milionů dolarů. V roce 2015 byl dodán elektrotechnický materiál a zařízení v hodnotě přesahující 26 milionů dolarů.

Investice do udržitelnosti

Egyptská vláda bere environmentální aspekt energetiky velmi vážně. V roce 2008 si vytyčila cíl dosáhnout do konce této dekády 20procentního podílu elektřiny z obnovitelných zdrojů. Očekává, že rozhodující bude zapojení větrné (12 procent) a solární energie (dvě procenta). Podíl



Čeští dodavatelé dovedou vyhovět specifickým a náročným požadavkům egyptského prostředí.

FOTO: SHUTTERSTOCK

vodní energetiky (šest procent), která je na hranici reálných možností, bude zřejmě stagnovat.

V poslední době se objevuje řada vládních tendrů na výstavbu větrných a solárních kapacit. Vládní agentura NREA, pověřená rozvojem obnovitelných zdrojů energie, také experimentuje s projekty koncentračních solárních elektráren. Zatím ale v elektroenergetice hrají dominantní roli zemní plyn a ropné produkty.

Těžké časy

Přestože příležitosti na egyptském trhu vhodně „ladí“ s výrobními programy mnoha českých firem a v Egyptě má česká produkce stále dobrý zvuk, je třeba zmínit, že tamní ekonomika prochází obtížným obdobím.

Vláda nemá dostatek rozpočtových prostředků ani devizových zásob na uskutečnění rozvojových plánů ve vlastní režii.

Většina projektů je tak podmíněna schopností realizátora přijít s vlastním modelem financování, ať už formou investice, nebo některého úvěrového schématu.

Pro úspěch českých firem je tedy nutná výrazná vládní podpora exportního financování a pojištění nebo zapojení české společnosti do mezinárodního konsorcia.

V poslední době CzechTrade pozoruje zvýšený zájem firem z oblasti elektroenergetiky, přičemž nejvíc firem se zajímá o možnosti uplatnění při modernizaci zastaralých elektráren.

Je-li zájem o prezentaci na tomto trhu, pak můžeme českým firmám doporučit veletrh Egypt Petroleum Show 2018 (www.egypt.com), který se koná v únoru příštího roku a byl zařazen mezi veletrhy projektu NOVUMM 2018, což je jeden z interních projektů CzechTradu podporovaných z evropských fondů.

Rumunsko chce dokončit další dva bloky jaderné elektrárny Cernavoda

V oblasti alternativních zdrojů energie, s nimiž Rumunsko počítá ve své aktuální energetické strategii, hrají prim vodní elektrárny.

Michal Holub
vedoucí zahraniční kanceláře v Rumunsku, CzechTrade
michal.holub@czechtrade.cz

Klíčový okamžik pro rumunskou energetiku (i ekonomiku jako celek) znamenal zejména vstup země do Evropské unie v roce 2007. Do té doby byla postavena především na vlastních surovinových zdrojích, kterým dominovala domácí naleziště černého uhlí, lignitu, ropy a zemního plynu. Výroba elektřiny i tepla pak těžila také z několika významných předrevolučních investic, mezi které patřila především vodní elektrárna Železná vrata I a II nebo jaderná elektrárna Cernavoda.

Po vstupu do EU přijala rumunská vláda několik zásadních strategických dokumentů. Praktický efekt těchto legislativních opatření lze označit jako období jednoznačného boomu ve výrobě elektřiny z obnovitelných zdrojů nebo také jako období tzv. zelených certifikátů (do roku 2013).

Ve výrobě energie z klasických zdrojů v období 2008–2014 zde dominovaly zemní plyn (33 procent), uhlí (18 procent), ropa (15 procent), následované palivovým dřívím a zemědělskými odpady (14 procent). Ve vývozu primární energie z Rumunska převažovaly ve stejném období ropné produkty s 82procentním podílem na celkovém exportu tohoto sektoru.

Alternativě vévodí voda

Výroba energie z obnovitelných zdrojů dosáhla v roce 2016 celkového instalovaného výkonu 5163 megawattů (MW) a její kapacita je několikanásobně vyšší než u jaderné elektrárny Cernavoda (1412 MW). Energie z obnovitelných zdrojů zahrnuje především výstupy z parků větrných elektráren s instalovaným výkonem 3129 MW, ze solárních elektráren s celkovou kapacitou 1343 MW, malých vodních elektráren ve výši 588 MW a z projektů na zpracování biomasy ve výši 103 MW.

V oblasti alternativních zdrojů energie, s nimiž Rumunsko počítá ve své aktuální energetické strategii, hrají prim vodní elektrárny, které pokrývají až 30 procent celkové spotřeby elektřiny.

Je potřeba zdůraznit i další klíčové cíle rumunské vlády. Jsou jimi postupné začleňování energetiky do celoevropského systému a větší diverzifikace surovinových zdrojů. Dále hledání nových nalezišť, stavba doprav-

ních surovinových cest nebo modernizace překladišť. Postupná ekologizace zastaralých provozů (hlavně tepláren a tepelných elektráren, surovinových terminálů aj.), modernizace a dokončení dalších dvou bloků jaderné elektrárny Cernavoda i přes útlum způsobený světovou krizí a nestabilitou na tamní politické scéně patří nadále mezi priority Rumunska v energetickém mixu pro další období.

Největší v Evropě

Nelze opomíjet aktivity českých firem na tomto relativně velkém evropském trhu. Jako příklad úspěšného působení lze zmínit českého výrobce a dodavatele elektrické energie v Rumunsku – společnost CEZ Romania. Ta v roce 2012 připojila do sítě poslední z 240 turbín větrných farem Fantanele a Coșgalac s celkovým instalovaným výkonem 600 MW, což představuje největší projekt svého druhu v Evropě. Výrobní kapacita větrných parků tvoří zhruba desetinu energie pocházející v Rumunsku z obnovitelných zdrojů.

O zdejší energetický trh projevíly v nedávné minulosti zájem také další české firmy,

například plzeňská Škoda, První brněnská strojírna (PBS), Inekon Power, Škodaexport, Cink, Hydroprojekt nebo Hydropol. Šlo většinou o dodávky a subdodávky generátorů, kotlů, turbín, motorů či dalších technologií pro obchodně-dodavatelské partnery nebo pro jejich přímé zákazníky.

Kancelář CzechTrade i obchodní úsek Velvyslanectví ČR v Bukurešti mají dnes opravdu široké možnosti marketingové podpory českých firem, samozřejmě nejen v oblasti energetiky. Ambasáda může podpořit české podnikatele například ověřením aktuálních informací na rumunském ministerstvu energetiky nebo účastí na jedné z proexportních akcí (například kulaté stoly pro investory). Kancelář CzechTrade zase adresně oslovuje vybrané rumunské podniky vhodné pro založení konsorcia (dodavatelská kooperace) nebo pro obchodně-servisní spolupráci (role subdodavatele) na konkrétním projektu. Aktuálně se ve vzájemné koordinaci CzechTrade snaží mapovat hlavně konkrétní zájem podnikatelů a k němu hledat příležitosti uplatnění na rumunském energetickém trhu i v dalších oborech. ■



Ekologizace zastaralých provozů, jako jsou teplárny a tepelné elektrárny, patří k prioritám země.
FOTO: SHUTTERSTOCK

Český pavilon na EXPO 2017 v Astaně navštívilo již více než 200 tisíc lidí

Tuzemská expozice patří k nejnavštěvovanějším stánkům na EXPO 2017 v Kazachstánu. K začátku srpna si ji prohlédlo více než 200 tisíc lidí – tedy zhruba každý desátý návštěvník.

František Kotrba
vedoucí tiskového oddělení,
Ministerstvo průmyslu a obchodu
kotrba@mpo.cz

Mezi nejnavštěvovanější stánky veletrhu EXPO 2017 v kazašské Astaně patří ten český. V konkurenci 115 dalších národních expozic je 200 tisíc osob za dva měsíce trvání výstavy úctyhodné číslo. V posledních týdnech ho dvakrát navštívil ministr průmyslu a obchodu Jiří Havlíček, jeho náměstci Pavla Sluková a Vladimír Bártl či prezident Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR Karel Havlíček.

EXPO není klasickým veletrhem s komerčními firemními prezentacemi. Jde o celosvětovou platformu, na které se prezentují myšlenky a přístupy celých států. A to tak, že účastníci musí do svých expozic zakomponovat témata, která odrážejí klíčové výzvy současné energetiky pod centrálním tématem „Energie budoucnosti“.

„Přestože veletrh není prvotně obchodní akcí, nabízí výjimečnou příležitost, jak představit schopnosti a dovednosti českých firem a podpořit obchodní vztahy. Právě energetika je pro naši spolupráci s Kazachstánem a dalšími zeměmi tohoto regionu mimořádně perspektivním oborem. Česká republika může v této oblasti nabídnout řadu zajímavých technologií a řešení,“ uvedl Jiří Havlíček.

Češi budují důmyslnost a důvtipem

Pro ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) se jedná o historicky první pořadatelskou zkušenost s tímto typem výstav. Standardně mívá účast českých vystavovatelů na výstavách EXPO v gesci ministerstva zahraničních věcí. Ta v Astaně ale spadá do kategorie specializovaných EXPO, která mají konkrétnější témata a jichž se čeští vystavovatelé doposud neúčastnili. Vzhledem k zaměření výstavy na energetiku a proexportnímu pojetí naší účasti byla gescie svěřena MPO, které se těmito oblastmi zabývá v rámci své agendy.

Pojetí českého pavilonu je postaveno na myšlence, že naše země sice není energetickým gigantom, ale nabízí technologické dovednosti a vysokou kvalitu práce, stejně jako řadu špičkových technických řešení, vynikajících svou důmyslností a důvtipem. Proto se ústředním tématem naší expozice stalo motto „Důmyslnost řešení“.



Pohled do vstupních prostor české expozice na EXPO 2017 v kazašské Astaně. FOTO: MPO



Ministr průmyslu a obchodu Jiří Havlíček (uprostřed), komisař Jan Krs (vlevo) a náměstkyně ministra Pavla Sluková zkoumali účinnost různých modelů větrníků, které jsou určeny pro větrné elektrárny. FOTO: MPO



Náš pavilon se na výstavě řadí k těm nejpraktičtějším. Staví na reálném obsahu, nikoliv na abstraktním zpracování. Daří se tak Česko odlišit od ostatních a zároveň jde o skvělou vizitku. Jen minimum států totiž disponuje technologickým potenciálem, aby naplnily pavilon konkrétními exponáty, které souvisejí s tématem výstavy, jsou pokrokové a zároveň i atraktivní pro návštěvnickou veřejnost. Plně je též využit prostor pavilonu tím, že bylo vytvořeno druhé patro, čímž se zvětšila také výstavní plocha.

Na celkové ploše 470 metrů čtverečních tu české firmy představují svá „důmyslná řešení“ toho, jak vyrábět, skladovat, využívat a šetřit energii. Druhé, interaktivní patro je věnováno poznávání toho, jak energie vznikají a jak s nimi můžeme šetřit. Učí se tak nejen rodiče, ale hlavně děti.

Do nápaditých řešení skvěle zapadá další český nápad – skládací elektrokolo SilverGo společnosti AGOGS, které je nejrychlejším dopravním prostředkem ve velkých městech. Ujedete na něm za optimálních podmínek až 200 kilometrů a bez problémů se vejde i do menšího kufru osobního automobilu, takže s ním můžete vyrazit i na ekologické výlety do přírody.

Návštěvníci zde naleznou rovněž funkční 3D model revolučního způsobu využívání běžného komunálního odpadu pomalým termickým rozkladem. Český nápad společnosti PTR Power Plant spojuje unikátním způsobem energetické a materiálové využívání organických odpadů a je výsledkem vlastního výzkumu a vývoje společnosti. Model představuje, kolik potřebuje takové řešení prostoru, jak univerzální je jeho použitelnost v praxi či kolik vyrobí energie a tepla.

Škoda Electric tu představuje interaktivní model elektrobuse s turistickým designem, na kterém se podíleli studenti UMPRUM. Elektrobusey jsou v praxi spolehlivější a mají nižší provozní náklady než vozidla s klasickou diesellovou motorizací a především šetří výrazně životní prostředí.

Škoda Praha přivezla 3D model, na kterém ukazuje svou cestu modernizace uhelných elektráren v podobě věrné kopie modernizované elektrárny v Ledvicích.

Druhé, interaktivní patro je věnováno všem, kteří hrou a zkoušením si na vlastní kůži zároveň rádi poznávají a přijímají nové informace. Najdete tu chytrou solární lavičku pro veřejný prostor CapaSitty, na níž je možné nejen posedět, ale dobít si mobil nebo se přihlásit k wi-fi. Lavička umí monitorovat kvalitu vzduchu, vlhkost, teplotu či hladinu hluku.

Dále zde uvidíte model běžné domácnosti a způsoby, jak šetřit s energiemi na její provoz. Můžete si vyzkoušet například interaktivní modely větrníků používaných ve větrných elektrárnách a různé typy funkčních modelů turbín vodních elektráren. Právě na zážitky a poznání sází v Astaně česká expozice. A proto je tak úspěšná.

1 Největší funkční převodovka na světě společnosti Wikov, která byla realizována v cementárně u ruského Vladivostoku.

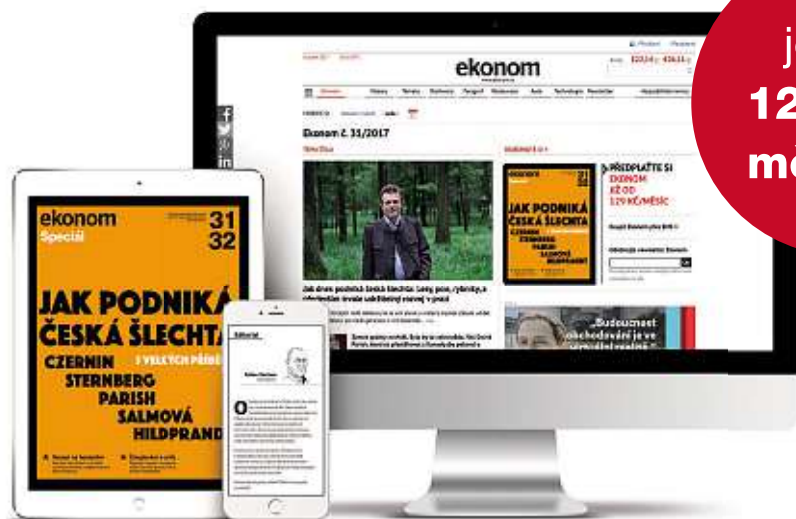
2 Na modelu květiny si návštěvníci ověří, jak efektivně umí rostliny hospodařit se sluneční energií.

3 Dominantou stánku je sportovní dvoumístné elektroletadlo SportStar EPOS kunovické společnosti Evector. Letoun pohání elektromotor a třílistá kompozitní vrtule.

FOTO: MPO

ekonom

**Nenechte si o dovolené
uletět důležité informace**



jen za
129,- Kč
měsíčně

**Čtěte týdeník Ekonom na vašem
tablet, telefonu nebo počítači**

Objednejte si digitální předplatné za speciální letní cenu na ekonom.cz/leto

Investujte do exportního vzdělávání

Prostřednictvím agentury CzechTrade můžete zvýšit profesní i exportní šance na zahraničních trzích. Co konkrétně nabízí?

Monika Dostálová
vedoucí exportního vzdělávání, CzechTrade
monika.dostalova@czechtrade.cz

Cílem agentury CzechTrade je usnadnit českým firmám rozhodování o výběru vhodných teritorií, zkrátit dobu vstupu na daný trh a podpořit aktivity směřující k dalšímu rozvoji firmy v zahraničí. Její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné malým a středním firmám, ale i velkým exportérům. Jednou z nich je i exportní vzdělávání.

Exportní vzdělávání realizuje pro české firmy zajímavé a prakticky zaměřené odborné a teritoriální semináře, exportní konference, firemní školení na míru a další vzdělávací a informační akce jak v Praze, tak v dalších regionech Česka. Prostřednictvím špičkových lektorů, odborníků a teritoriálních specialistů předává agentura aktuální informace důležité pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy. Učí české firmy exportovat na základě sdílených informací, praktických tréninků a úspěšných příkladů z praxe.

Semináře i konference jsou zaměřeny na oblast mezinárodního obchodu i na měkké dovednosti, přibližují specifika podnikatelského prostředí a aktuální informace z vybraných oborů a teritorií. Hlavním přínosem terito-

riálně zaměřených akcí je unikátní know-how ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade.

„Exportní vzdělávání nabízené agenturou CzechTrade jsem využila už několikrát a vždy jsem byla velice spokojena. Oceňuji především profesionální a individuální přístup ke klientovi, perfektní organizaci každé akce a v neposlední řadě skvělý výběr jednotlivých školitelů. Seminářů se tak budu ráda účastnit i nadále,“ říká Marcela Němcová, jednatelka firmy Hedvea corporation.

Seminářů se zúčastnila i společnost Merry Crystals, výhradně zastupující soukromou sklárnu, která se zabývá ruční výrobou českého olovnatého křišťálu. „Spolupráce se zahraničními kanceláři CzechTrade je pro nás jednou z velmi reálných cest, jak vstoupit co nejpřímějším způsobem na zahraniční trhy, zejména na čínský a jihoamerický. V současné době jsme ve fázi průzkumu těchto trhů,“ vysvětluje Lenka Racková, obchodní ředitelka Merry Crystals. ■

Více informací o všech akcích včetně on-line přihlášek naleznete na webových stránkách CzechTrade: www.exportnivzdelavani.cz a www.czechtrade.cz/kalendar-akci.

Příklady témat odborných seminářů pro 2. pololetí 2017:

- Efektivní propagační materiály
 - Marketingové strategie na zahr. trzích
 - Chyby v praxi zahraničního obchodu
 - Business etiketa v praxi
 - Clo v mezinárodním obchodě
 - Zboží dvojího použití
 - Jak zaujmout obchodního partnera v pěti minutách
- a další témata

Příklady teritoriálních seminářů a exportních konferencí:

- Německo
 - Velká Británie
 - USA a Kanada
 - JAR a Nigérie
 - Španělsko
 - Indie
 - Chorvatsko
 - Nizozemsko a země Beneluxu
 - Ukrajina
 - Mexiko
- a další teritoria



Exportní vzdělávání CzechTrade nabízí českým firmám akce s tematikou mezinárodního obchodu. FOTO: CZECHTRADE

Hlavním přínosem teritoriálně zaměřených akcí je know-how ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade.

Malé a střední podniky ožívují export do Ruska a na mimoevropské trhy

Exportní průzkum ukázal zvyšující se zájem vývozců o trhy mimo Evropskou unii a podporu jejich prezentace v zahraničí. Bariérou exportu je rozbujelá byrokracie.

Martin Knížek
martin.knizek@economia.cz

Exportu nadále dominují trhy Evropské unie, kam vyvážejí 99 procent českých exportérů. Malé a střední firmy začínají opět vyvážet do Ruska a ostatních zemí Společenství nezávislých států. Nejžádanější státní podporou je agentura CzechTrade, jejímž největším přínosem je podle firem fyzická přítomnost zahraničních zástupců v teritoriích. V důsledku ukončení intervencí ČNB se firmy daleko více než v minulých letech zajišťují vůči kurzovým rizikům.

Z výročního průzkumu připraveného Asociací malých a středních podniků a živnost-

níků a ministerstvem průmyslu a obchodu také vyplývá, že firmy si věří, sází na kvalitu svých výrobků a nespolehají na to, že by hlavní konkurenční výhoda byla v nízkých cenách. Podnikatelé čím dál více míří za vyšší přidanou hodnotou, a to na bázi speciálních služeb.

Byrokracie a nedostatek pracovníků

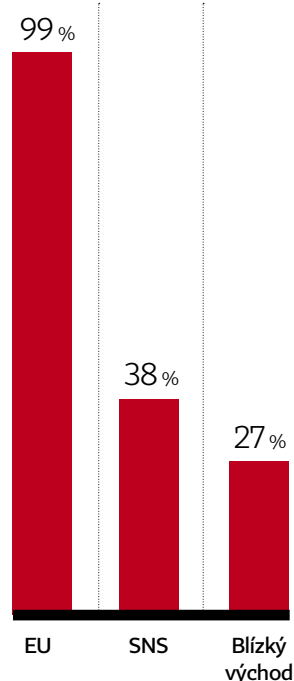
Hlavní bariérou exportních aktivit se stává rozsáhlá byrokracie, která na podniky dopadá a brání jim v primárních obchodních aktivitách. Začíná se rovněž projevovat nedostatek kvalifikovaných pracovníků.

„Ve srovnání s loňským rokem vidíme nárůst firem exportujících i za hranice Evropské unie, a to zejména do zemí ze Společenství nezávislých států (SNS) a na Blízký východ. Trhy v zemích SNS ožívují, tahounem se začíná opět stávat Rusko, které po několika letech propadu roste dle aktuálních statistik za první čtyři měsíce mezitím o 21 procent. Podíl firem exportujících alespoň do 11 zemí stoupl oproti loňsku o sedm procent. Ze zemí Evropské unie je velký zájem o Německo, do kterého firmy plánují rozšířit export nejčastěji,“ uvádí Karel Havlíček, předseda představenstva AMSP ČR.

Podnikatelé a export

Průzkum byl proveden pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků a ministerstvo průmyslu a obchodu na vzorku 500 malých a středních exportérů. Zdroj: Ipsos

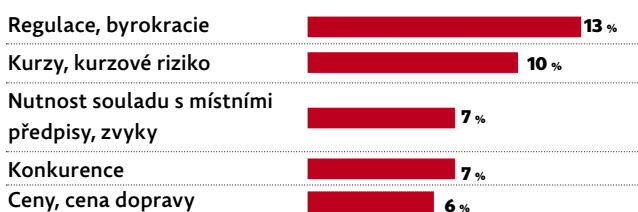
Oblasti exportu



6 zemí

Nejméně do tolika zemí exportuje polovina dotázaných firem.

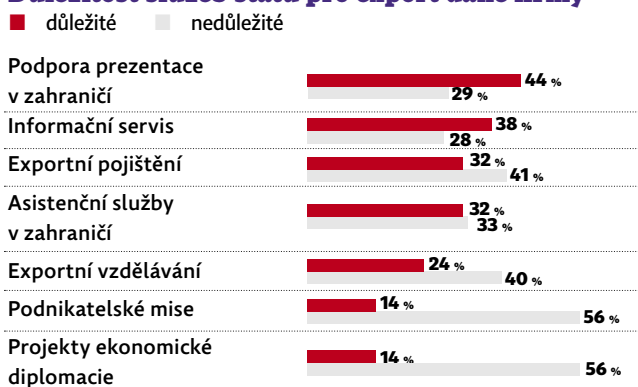
Největší problémy v exportu



Jakou podporu využívají pro export



Důležitost služeb státu pro export dané firmy



Zájem o podporu vývozu

Ze široké škály státních podpůrných služeb týkajících se exportu oceňují společnosti nejvíce podporu své prezentace v zahraničí. Dále hraje pro firmy důležitou roli také informační servis, exportní pojištění, asistenční služby státu v zahraničí i exportní vzdělávání.

Agentura CzechTrade je s ohledem na institucionální sféru pro podnikatele dlouhodobě nejpřirozenějším partnerem a je jimi vnímána jako prověřená a nezávislá státní podpora. Nejčastěji využívanou službou agentury je dle výzkumu podpora účasti na zahraničních výstavách a veletrzích, které využilo 71 procent firem. Téměř polovina firem dále využila službu exportní konzultace a 45 procent vyhledání obchodního partnera. Tři čtvrtiny exportérů, kteří mají zkušenost se službami agentury, mají zájem její služby využívat i nadále.

„Mezi nejčastější důvody, proč exportéři využívají služeb agentury CzechTrade, patří kromě pomoci s marketingem a propagací také vyhledávání vhodných obchodních partnerů či distributorů. Největší přínos firmám podle průzkumu přináší naše celosvětová síť zahraničních zástupců, kteří velmi dobře znají daná teritoria, a mohou tak exportérům poskytnout cenné know-how,“ říká Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Průzkum provedla ve druhé polovině května agentura Ipsos na vzorku 500 malých a středních exportérů. Šetření proběhlo telefonicky formou strukturovaného dotazníku. ■

Tuzemské firmy by mohly vyvážet i více, chybí jim ale lidé a dusí je byrokracie

Jednoduché podnikání je základem pro to, abych vyvíjel nové produkty, vyráběl a věnoval se prioritám, vysvětluje Karel Havlíček z AMSP ČR.

Martin Knížek
martin.knizek@economia.cz



FOTO: MPO

Karel Havlíček

předseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Sedmnáct let hájí zájmy podnikatelů v představenstvu Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Je většinovým vlastníkem skupiny SINDAT, podnikající od roku 1990 v oblastech středního průmyslu a nových technologií. Mnoho let se angažuje v akademickém prostředí, na Vysoké škole finanční a správní vede Fakultu ekonomických studií a program zaměřený na řízení podniků a podnikové finance. Je nejcitovanějším tuzemským autorem na téma malých a středních podniků, na stejné téma napsal pět odborných knih a publikoval v tuzemsku i v zahraničí více než stovku odborných článků.

Výsledky každoročního exportního průzkumu zaměřeného na náladu českých vývozců okomentoval v rozhovoru předseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků Karel Havlíček. Firmy podle něj dobře využívají rozjeté ekonomiky a nástrojů exportní podpory ke zvýšení vývozu, brzdí je však byrokracie.

Co se za poslední rok u českých exportérů změnilo?

Především vidíme návrat na trhy SNS, zejména do Ruska, ale i třeba Kazachstánu. Po několika letech strmého pádu, kdy jsme například s Ruskem na polovině toho co před pěti lety, se trend začíná otáčet. Jen za prvních pět měsíců jsme tam vyvezli o čtvrtinu více než loni. To potvrzuje i náš průzkum, zájem o tradiční východní trhy ožívá.

Přesto ale dle statistik stále více posilujeme ve vývozu do EU.

Ano, sem vyváží podle průzkumu 99 procent našich exportérů a celkový podíl unie na českých vývozech je už 84 procent. Je to neuvěřitelné, ale vývoz do Německa, kam jde téměř třetina celého objemu našeho exportu, roste více, než je průměr našeho veškerého vývozu. Německá průmyslová mašina je dnes tahounem celé Evropy a my toho dokážeme díky poloze i vztahům excelentně využít.

A co třeba Čína?

Tam jsme z těch velkých zemí zvedli export úplně nejvíce, téměř o třetinu meziročně. Je to však podobné jako u Ruska, růst je tam zajímavý, ale s ohledem na to, co vyvážíme do Evropy, je to jen zlomek. Stále platí to, že jen do Německa, Polska a na Slovensko jde téměř polovina všeho, co vyvezeme.

Čím si vysvětlujete, že Čína, která je spíše proexportně laděná, vstřebá o třetinu více českých produktů než loni?

Je to tím, že objem našeho exportu do Číny je pro ně pod rozlišovací úrovní, což znamená, že základna, která je necelých 50 miliard korun ročního vývozu, je natolik nízká, že třetinový růst pro tamní spotřebitele neznamená vůbec nic. Dále roste cena čínských výrobců. Jsou

tedy stále více otevření zahraničním dodavatelům. Naše zboží má navíc v Číně slušný zvuk a nepochybně je tam i vliv nadstandardních institucionálních vztahů posledních let. Není měsíce, abychom v asociaci nepřijímali čínskou podnikatelskou delegaci.

Podle čísel a průzkumu to skoro vypadá na exportní idylku.

Vývoz je bez diskuse skvělou vizitkou naší ekonomiky a 20 tisíc vývozců zažívá dobré časy. Do idylky to má ale daleko. Firmy by byly schopny vyvézt ještě více, ale bariérou se stává nedostatek pracovníků. Na menší firmy potom čím dál více dopadá zcela neúměrná míra byrokracie celého našeho podnikatelského prostředí. Velké firmy se s tím nějak vypořádají, ale pokud majitel malé firmy tráví třetinu doby papírováním, ubírá mu to čas, který by mohl věnovat třeba výrobě a zahraničnímu obchodu.

Více než exportní podporu tedy požadují malé firmy spíše zjednodušení podnikání jako celku?

Jednoduché podnikání je základem pro to, abych vyvíjel nové produkty, vyráběl a věnoval se prioritám. To je předpokladem jakéhokoliv úspěšného byznysu. Někdy se tváříme, že úspěch našich vývozců stojí na exportní podpoře. Ta je důležitá, ale pokud nebudu mít v rukou hotový produkt a nebudu jej trvale inovovat, nebude co podporovat.

Co se týče exportu, menší firmy stojí hlavně o marketingovou podporu, založenou na prezentaci jejich produktů na cizích trzích, vytipování odběratelů a spolupráci na výstavách.

Jak firmy hodnotí státní podporu vývozu?

Poměrně dobře. Úplně nejlépe dopadla v průzkumu agentura CzechTrade, od které podnikatelé očekávají přímou marketingovou podporu. Servis v 50 zemích na všech kontinentech je dnes pro malé a střední exportéry prakticky nenahraditelný. Důležitá je i jeho role ve vzdělávání exportérů, například Exportní akademie CzechTradu, u jejíhož vzniku stála naše asociace, je dnes nejvyužívanější forma exportního vzdělávání. Firmy ale oceňují i služby MZV, EGAP a roste zájem o Českou exportní banku.



Stážista Ondřej Mitrenga (vpravo) s asistentem zahraniční kanceláře CzechTrade Sergejem Poljakovem na leteckém salónu v Moskvě. FOTO: CZECHTRADE

Na stáži si studenti ověří, jak dalece je politika provázána s byznysem

Praxe v CzechTradu umožňují studentům uplatnit poznatky nabyté při studiu na velmi konkurenčních trzích.

Zuzana Pluhařová
oddělení PR a komunikace, CzechTrade
zuzana.pluharova@czechtrade.cz

Léto studentům nabízí spoustu možností, jak naložit s volným časem. Mohou třeba doplnit své skvělé studijní výsledky o vhodnou praxi, kterou ocení nejen budoucí zaměstnavatel, ale i oni sami. Mohou získat cenné praktické zkušenosti a otevřít si dveře k zajímavější práci.

Jednou z cest, jak obohatit svůj životopis o odbornou praxi, je pracovní bezplatná stáž u agentury CzechTrade, která je expertem na podporu českého exportu. CzechTrade českým společnostem nabízí různé asistenční, informační či vzdělávací služby a tím jim pomáhá při pronikání na zahraniční trhy.

Zájemci, kteří chtějí rozšířit své teoretické znalosti o praktickou zkušenost, se mohou na CzechTrade obracet přímo nebo prostřednictvím své školy.

„Dvouletou vynikající spolupráci máme s prestižní Fakultou mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze, jelikož obě instituce spojuje zájem o vnější ekonomické vztahy, mezinárodní obchod a podporu exportu,“ říká Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade. Další institucí, která

dlouhodobě podporuje konání zahraničních stáží, a to i v mimoevropských destinacích (Latinské Americe a Africe), je Filozofická fakulta Univerzity Hradec Králové.

V rámci stáže se studenti obvykle na tři měsíce zapojují do kolektivu centrály nebo jednoho z pěti desítek zahraničních zastoupení. Přitom si mohou osobně ověřit, jak v praxi funguje státní podpora exportu v konkrétní zemi a jak dalece je politika provázána s byznysem.

Že jsou stáže výbornou příležitostí pro posluchače magisterského studia, potvrzují slova proděkana pro pedagogickou činnost Fakulty mezinárodních vztahů VŠE Pavla Hnáta: „Získat autentickou mezinárodní zkušenost je pro studenty povinné a stáž v agentuře CzechTrade je zajímavou alternativou k semestrálnímu studiu v zahraničí. Praxe v CzechTradu jsou studenty vysoce hodnoceny, protože jim umožňují uplatnit poznatky nabyté při studiu na velmi konkurenčních trzích a osvojit si kompetence spojené s prací a životem v zahraničí. Fakultu mezinárodních vztahů naproti tomu těší, že naši studenti

vynikají schopností adaptability a rychlého učení a využijí své nadstandardní znalosti cizích jazyků.“

Také děkanka Filozofické fakulty Univerzity Hradec Králové Pavlína Springerová chválí součinnost univerzity s latinskoamerickými pobočkami agentury: „Spolupráce univerzity s CzechTradem přináší našim studentům další skvělou možnost, jak už v době studia získat praktické zkušenosti z exotických trhů Mexika, Peru, Chile, Kolumbie či Brazílie.“ Obě školy podporují stáže svých studentů stipendii, a to z fondů Erasmus+ nebo z fondu fakulty, a plně je začleňují do studia díky udělení kreditů.

Moskva oceňuje nasazení, zájem a znalosti

Spokojenost vládne i na straně agentury CzechTrade. Studenti jsou dennodenní součástí pracovního týmu a osobně se podílejí na realizaci různých projektů: od zpracování oborových analýz přes sestavení databází kontaktů či spolupráci na přípravě společné české účasti na veletrhu až po zajištění operativního chodu zahraniční kanceláře.

„Naši mladí kolegové jsou plní energie a mají skvělé počítačové dovednosti, ale také se nebojí sdělit svůj názor. Mnohdy posunuli naši debatu dále k cíli a jejich nápady jsme reflektovali,“ komentuje zkušenosti ředitel regionálního centra Severní Amerika a Austrálie agentury CzechTrade Jan Kubata. Nad očekávání je spokojený také ředitel regionálního centra Rusko Jiří Mašata, který oceňuje zejména nasazení, zájem, svědomitost, proaktivní přístup a znalosti stážistů, kteří pracovali v moskevské kanceláři.

Adam Jareš ze zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Německu zároveň potvrzuje, že se stážisté nemusejí bát nedostatku praktických zkušeností. „Stážisté jsou pro nás rovnocennými kolegy, které zapojujeme do všech aktivit zahraniční kanceláře. Vzhledem k tomu, že naše kancelář je ze všech zemí nejvytíženější, nemohli bychom bez stážistů vůbec fungovat v takovém rozsahu aktivit, které dnes realizujeme. Jsou neodmyslitelnou součástí našeho týmu.“

Dle zkušenosti Ivany Třoskové z italské kanceláře agentury je pro studenty hlavní motivací touha seznámit se s prostředím vládní instituce, s daným teritoriem a rovněž účelně naplnit studijní praxi. „U některých studentů převažuje motivace jazykového zdokonalení, u někoho spíše možnost využít nabyté znalosti,“ dodává. Zájemce o stáž v CzechTradu láká také příležitost naučit se vyjednávat s obchodními partnery ze specifických prostředí.

Ze stážisty až na vedoucího

Samotní studenti hodnotí stáže jako velmi přínosnou životní zkušenost. Například v Moskvě nejvíce studenti oceňují, kromě kontaktu s reálnými firmami a obchodními případy, zkušenost samostatného života v zahraničí a možnosti účastnit se významných mezi-



Adam Jareš (uprostřed) ze zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Düsseldorfu potvrzuje, že se stážisté (na snímku Kristýna Kubíčková a Ladislav Horký) nemusí bát nedostatku praktických zkušeností. FOTO: CZECHTRADE

CzechTrade Barbora Kaprálová: „Vedení a podpora pana Kunického, vedoucího kanceláře v Santiagu de Chile, byly naprosto perfektní. Umožnil mi zapojit se do všech aktuálních projektů, měl trpělivost s mými dotazy, seznámil mě s dalšími odborníky pracujícími v oblasti a rovněž mi umožnil věnovat se vlastnímu výzkumu.“

Také příběh Věry Všetickové potvrzuje, že se stáž může změnit v plnohodnotnou práci.

Náplň stáže v zahraničním zastoupení agentury CzechTrade:

- Plné zapojení do běžného provozu zahraniční kanceláře CzechTrade
- Sektorové analýzy a analýzy trhu a daného odvětví
- Vyhledávání kontaktů a dalších informací o potenciálních obchodních partnerech pro české firmy, jejich přímé oslovování za účelem představení klienta a produktu
- Monitoring tisku a místního hospodářství, příprava článků na webové stránky agentury CzechTrade
- Organizace mezinárodních veletrhů či asistence při nich
- Příprava podnikatelských setkání
- Každodenní využití cizího jazyka
- Stáže jsou bezplatné

Požadavky na uchazeče o stáž:

- Nadšení pro práci v mezinárodním prostředí
- Komunikativnost a týmový duch
- Zájem o konkrétní témata spojená s teritoriem nebo odvětvím
- Uživatelská znalost produktů MS Office
- Samostatnost a schopnost kritického myšlení
- Znalost místního jazyka

„Stážisté jsou pro nás rovnocennými kolegy, které zapojujeme do všech aktivit zahraniční kanceláře.“

národních ekonomických i politických akcí, konferencí, seminářů. Vladislav Polách si ji před pár lety vybral hned z několika důvodů: „CzechTrade jednak propojuje státní a privátní sektor, jednak dělá zajímavé projekty, ke kterým jsem byl hned přizván. Během stáže jsem měl navíc dobré školitele a později jsem dostal příležitost seznámit se i s kolegy ze zahraničních kanceláří. Velmi se mi líbil jejich přístup.“ Z pozice stážisty se přes exportního konzultanta postupně propracoval až na vedoucího zahraniční kanceláře v Turecku.

Příjemnou pracovní atmosféru reflektuje také absolventka Filozofické fakulty Univerzity Hradec Králové a někdejší stážistka ze zahraniční kanceláře v Santiagu de Chile a současná exportní konzultantka v agentuře

V CzechTradu začínala jako stážistka a v současnosti působí na pozici exportní konzultantky v oblasti stavebnictví, spotřebního zboží a služeb. Stáž jí umožnila pracovat se spoustou inspirativních lidí, ať už šlo o kolegy z agentury, či o zástupce firem, jimž CzechTrade asistoval při expanzi na zahraniční trhy. „Velmi obohacující byl rovněž každodenní, byť z mé pozice někdy jen zprostředkovaný kontakt s jinými kulturami a jejich zvyklostmi, který práce v agentuře přináší. Stejně tak poznávání nápadů a tvořivosti českých firem dělá práci v CzechTradu velmi pestrou,“ říká Věra Všeticková.

Více informací o stážích naleznete v sekci kariéra na www.czechtrade.cz/o-czechtrade

Zahraniční veletrhy se společnou českou prezentací

30. 10.–1. 11. 2017
INDIA MANUFACTURING SHOW (IMS)
Bengalúru, Indie

India Manufacturing Show (IMS) je přední přehlídkou strojírenství, která propojuje největší talenty, technologie a nápady z celého světa. Zpracovatelský průmysl je jedním z nejrychleji se rozvíjejících sektorů v Indii. Momentálně je podpořen programem „Make in India“, jež spustil předseda vlády Naréndra Módí s cílem dosáhnout podílu 25–30 % na HDP do roku 2025. Bengalúrská pobočka agentury CzechTrade zde připravuje společnou prezentaci a zájemci o účast mohou kontaktovat ivan.nikl@czechtrade.cz, tel.: 727 923 294.

14.–16. 11. 2017
FHC CHINA
Šanghaj, Čína

Veletrh FHC CHINA je jednou z nejvýznamnějších akcí zaměřených na potraviny a nápoje v Číně. Tradičně zde vystavují přední domácí i zahraniční producenti potravin a nápojů, stejně jako distributoři zahraničních značek. Díky rychle rostoucí střední třídě a změně životního stylu je segment potravinářství velmi perspektivním

trhem. Odborně a jazykově vybavený personál vám bude asistovat po celou dobu veletrhu i během přípravy prezentace na něm. Kontakt: jana.trnkova@czechtrade.cz, tel.: 702 213 099.

30. 11.–2. 12. 2017
GROWTECH EXPO VIETNAM
Hanoj, Vietnam

Vietnamská výstava je velkou příležitostí jak pro zemědělské závody a individuální farmáře k získání nových technologií, tak i místem pro výrobce zemědělských, lesnických aj. strojů či technologií, zařízení na zpracování ryb a výrobu rybích produktů, kde mohou předvést a vystavit své produkty. Veletrh je zaměřen též na otázky aplikací strojních zařízení, transfer technologií a demonstraci nejnovějších vědecko-výzkumných poznatků. Bližší informace o společné expozici ochotně poskytne vaclav.stika@czechtrade.cz, tel.: 224 907 513.

20.–23. 3. 2018
ESEF 2018
Utrecht, Nizozemsko

ESEF je gigantem mezi evropskými veletrhy strojírenského průmyslu. Akce má mezinárodní rozměr a vystavovatelům přináší přímé obchodní příležitosti. Její oblíbenost potvrzuje

rekordní návštěvnost i zastoupení sektorových nákupčích. Firmy, které se chtějí prezentovat na společné české expozici, mohou kontaktovat ivan.nikl@czechtrade.cz, tel.: 727 923 294.



Na veletrh v nizozemském Utrechtu v roce 2016 přišlo téměř 25 tisíc návštěvníků. FOTO: ESEF

České oficiální účasti na veletrzích v říjnu a listopadu 2017

6.–9. 10. 2017
Teheran Industry International Exhibition (TIIE) – všeobecný strojírenský veletrh
Teherán, Írán

Jedná se o národní výstavu kategorie A, kterou organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu 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 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 vy-

stavovatelů 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, tel.: 224 852 919 / 224 852 805

30. 10.–3. 11. 2017
FIHAV
Havana, Kuba

Oficiální účast České republiky na mezinárodním veletrhu multioborového zaměření byla organizována ministerstvem průmyslu a obchodu již v minulosti. Letošní účast byla iniciována Svazem průmyslu a dopravy ČR. Veletrh FIHAV se koná

od roku 1983 v listopadu v Havaně a je tradičně nejvýznamnějším veletrhem v regionu. Jeho hlavní předností je to, že je jednou z mála možností přímého kontaktu s osobami, které jsou rozhodující pro obchodní spolupráci a podniky zahraničního obchodu. (Zahraníční obchod na Kubě stále probíhá v rámci podniků zahraničního obchodu. Důležitým hráčem je také Kubánská obchodní komora.) Kontakt: Věra Zelinková, zelinkova@mpo.cz, tel.: 224 853 044

7.–9. 11. 2017
MINING INDUSTRY EXPO 2017
Kyjev, Ukrajina

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu poprvé. Jde o veletrh výrobců dobývací techniky,

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.

Projekty NOVUMM a NOVUMM KET



Veletrh Power Kazakhstan je přední akcí v oblasti elektrické energie ve Střední Asii. FOTO: POWER KAZAKHSTAN

4.-6. 10. 2017 ECOFAIR BELGRADE Bělehrad, Srbsko

Vystavovatelé ze všech koutů světa nabízejí na 14. ročníku mezinárodního veletrhu řešení a produkty pro ochranu životního prostředí. Účast na akci je také podpořena z projek-

tu NOVUMM, spolufinancovaného z OP PIK (Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost), a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 80 000 Kč na pronájem plochy, registraci a další služby.

Kontakt: jitka.jarosova@czechtrade.cz,
tel.: 224 907 538.

kdy po delší době MPO organizuje českou oficiální účast na veletrhu na Ukrajině. Pro české firmy představuje poptávka z tohoto sektoru na Ukrajině klíčové příležitosti, a proto spolek Česká dobývací technika navrhl zařadit tento veletrh do oficiálních účastí.

Kontakt: Lenka Koucká, koucka@mpo.cz,
tel.: 224 852 745

12.-18. 11. 2017 AGRITECHNIKA Hannover, Německo

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu již po několikáté. Jde o významný veletrh výrobců zemědělské a lesnické techniky, který se koná jedenkrát za dva roky. Veletrh byl navržen

Asociací výzkumných organizací. Na tomto mezinárodním setkání odborníků zemědělské techniky se prezentovali v roce 2015 vystavovatelé z celého světa. Veletrhu se zúčastnilo celkem 2907 vystavovatelů z 52 zemí celého světa a zavítalo sem celkově 451 357 návštěvníků ze 115 zemí.

Kontakt: Věra Brožková, brozkova@mpo.cz,
tel.: 224 852 680

14.-17. 11. 2017 ELMIA SUBCONTRACTOR Jönköping, Švédsko

Jde o jeden z nejstarších a nejznámějších veletrhů v celé Skandinávii, věnovaný subdodávkám všeho druhu „Elmia Subcontractor“. Veletrh má čtyřicetiletou tradici a jeho specifikem je, že se jeho návštěvníci rekrutují výhradně z řad zástupců

24.-26. 10. 2017

POWER KAZAKHSTAN Almaty, Kazachstán

Power Kazakhstan je zaměřený na elektrotechniku a strojírenství. V oboru má vedoucí postavení, především v oblasti elektrické energie ve Střední Asii. Akce je považována za největší a nejnavštěvovanější událost ve svém sektoru. Účast je podpořena z projektu NOVUMM, spolufinancovaného z OP PIK (Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost), a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 80 000 Kč. Kontakt: miroslav.obruca@czechtrade.cz, tel.: 224 907 527.

25.-27. 10. 2017

IRAN INDUSTRY Mašhad, Írán

Výstava průmyslu a automatizace představí nejnovější stroje, elektrické a průmyslové nástroje a průmyslovou automatizaci. Účast na 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.

Kontakt: jaroslava.pacakova@czechtrade.cz,
tel.: 224 907 545.

velkých skandinávských strojírenských podniků, kteří hledají nové dodavatele. Loňského ročníku se zúčastnilo 1280 vystavovatelů z 26 zemí. Celková plocha přesáhla 18 tisíc m² a počet návštěvníků byl více než 15 tisíc. V rámci veletrhu funguje systém Subcontractor Connect, jehož prostřednictvím si vystavovatelé i návštěvníci dopředu domlouvají schůzky s potenciálními zákazníky či dodavateli. Navrhovatelem je Svaz sléváren.

Kontakt: Vlastimil Janecký,
janecky@mpo.cz,
tel.: 224 852 791

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

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

Uhodnete, které místo na světě zobrazuje fotografie?

Jedna z nejkrásnějších a nejstarších oblastí Malé Asie. Je zde velké množství erozních útvarů s vytesanými skalními obydlími a kostely. V některých podzemních městech se mohlo ukrýt přes 30 000 lidí. Při prozkoumávání těchto prostor, kde se střídají vysoké a nízké stropy, je nutné občas prolézt po čtyřech. Vstupní branou do této turisty oblíbené oblasti jsou bělostné skalní útvary, ze kterých lze pozorovat celou „měsíční krajinu“. V roce 1924 byli odtud během jednoho týdne vystěhováni všichni Řekové do Řecka, kvůli čemuž se některé obce zcela vylydily.

Odpověď naleznete v příštím čísle.



A – Pamukkale, Turecko

B – Kappadokie, Turecko

C – Bodrum, Turecko



Správná odpověď z minulého čísla:

V červnovém čísle jste měli na fotografii poznat mešitu v Córdobě.

V příštím čísle Českého exportéra

Turecko

Pozvánka na strojírenský veletrh v Brně
ICT, informační a komunikační
technologie

Další číslo časopisu vyjde v HN
19. září a v týdeníku Ekonom
21. září

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 / **Editorka:** Markéta Prokšánová / **Foto:** HN – Libor Fojtík, HN – Lukáš Bíba, HN – Jakub Plíhal, HN – Matej Slávik, Profimedia, Reuters, Shutterstock, archiv firmy Wikov, Tedom, Poietis, ESEF, Power Kazakhstan, IDM Südtirol - Alto Adige / Stefano Scatà, MPO, CzechTrade / **Grafická úprava:** Jan Vyhnanek, Jan Stejskal, Michal Vocel, Jana Jandáčková / **Inzerce:** inzerce.hn@economia.cz / **Tisk:** EUROPRINT A.S. / **Samostatně neprodejné**

Dostaňte se do formy

s Hospodářskými novinami

O pravidelnou dávku aktuálních informací se postarají Hospodářské noviny. Ty na vás budou čekat nejen **ve schránce**, ale i ve vašem **mobilu, počítači a tabletu**. A to vše jen za 489 Kč měsíčně.

O pravidelný pohyb se budete muset postarat sami. S běžeckými GPS hodinkami, které dostanete jako dárek, to ale bude hračka.



Dárek
v hodnotě
4490 Kč

GPS hodinky Garmin Forerunner 35
s optickým měřením tepu

Tuto a další nabídky naleznete na: www.ihned.cz/darek

Nabídka platí pro nové nebo navýšené předplatné do 3. 9. 2017 nebo do vyčerpání zásob.
Předplatné se uzavírá na dobu neurčitou se závazkem na jeden rok.

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

noviny | aplikace | web



**PIVO
Z ČECH**



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**