

ČESKÝ EXPORTÉR

srpen 2018 • číslo 06

**Německo a Rakousko:
klíčoví čeští partneři**
První tuzemský export táhne,
druhý chce zpět na přední pozice

**Po období turbulencí
znovu zažívá boom**
Letecký průmysl se stává
tahounem české ekonomiky

**Česko přispělo
ke zjednodušení v EU**
Evropská unie představila nový
internetový rozcestník

**Německo
a Rakousko**

Partneři magazínu:


CzechTrade


MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU



MAGAZÍN S TRADICÍ V NOVÉ PODOBĚ

Ukázkové číslo časopisu zdarma objednávejte na

www.modernirizeni.cz



4



14



24

TÉMA 4
Německo je pro český export klíčovým trhem

ROZHOVOR 8
České firmy už u sousedů nehrají druhé housle

ROZHOVOR 10
Rakušané požadují po Čechách nižší ceny

POHLED NA REGION 12
Byznys s Německem: nezdravá provázanost?

NA CESTĚ 14
Bez znalosti němčiny obchod neuzavřete

KRÁTCE ZE SVĚTA 16
Regionální zprávy a novinky z Francie, Maďarska, Austrálie a Velké Británie

KRÁTCE ZE SVĚTA 17
V Indii vzniká český podnikatelský hub

ODVĚTVÍ BYZNYSU 18
České letectví by mělo cílit na Kanadu a země SNS

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR 20
Padáky z Liberce po světě zachránily už stovky lidí

INFORMAČNÍ SERVIS 22
Čeští exportéři mohou uspět po celém světě
V Peru vsaďte na osobní vztahy a marketing
Komunikace s úřady bude jednodušší
Tým Česko: společná podpora firmám
České top obory se představují ve světě
Jak postupovat na trzích Latinské Ameriky?
Bělorusko oživilo jednání o vstupu do WTO

KALENDÁŘ AKCÍ 34
Zahraniční akce pod hlavičkou CzechTradu
České oficiální účasti na veletrzích
Nejblíží akce exportního vzdělávání

Marta Nováková
ministryně průmyslu a obchodu



Vážení čtenáři, jsem ráda, že mohu ve svém prvním editoriale v roli ministryně průmyslu a obchodu psát právě o našich nejbližších a ekonomicky nejvýznamnějších sousedech – Rakousku a Německu. Obě země jsou našimi klíčovými partnery v oblasti hospodářských vztahů, exportu a také investic. A co je pro naši ekonomiku obzvláště pozitivní, dokázali jsme se z pasivní bilance 90. let vypracovat do aktiva, kdy náš export převyšuje dovoz.

Naši jižní sousedé jsou pro nás osmým největším obchodním partnerem. Z hlediska exportu zauímají čtvrtou příčku.

Výjimečnou ukázkou spolupráce je naše obchodní partnerství s Německem. To je po čtvrtstoletí naším největším partnerem a odbytištěm. Představuje téměř třicetiprocentní obrat zahraničního obchodu ČR. Na německý trh směřuje bezmála třetina našeho exportu a z Německa přichází více než čtvrtina celkového dovozu. Německo je druhým největším investorem s odhadovanými přímými investicemi asi 20 miliard eur. Pro českou ekonomiku je proto známkou kvality a konkurenceschopnosti, že i ve vztazích s tahounem světové ekonomiky je saldo naší obchodní bilance aktivní a stále roste.

TIRÁŽ

ČESKÝ EXPORTÉR: příloha Hospodářských novin a týdeníku Ekonom – vydavatelství Economia, a.s. / **Magazín** vznikl ve spolupráci s agenturou CzechTrade a Ministerstvem průmyslu a obchodu / **Ředitelka speciálních projektů:** Michaela Marková / **Vedoucí přílohy:** Martin Knížek / **Editorka:** Markéta Prokšánová / **Foto:** Reuters, Shutterstock, CzechTrade, Jan Rasch, Galaxy GRS, Strunal Schönbach, WTO, Micos / **Grafická úprava:** Jan Vyhnaněk, Jan Stejskal, Jana Jandáčková, Soňa Žertová, Albert Bartoš / **Inzerce:** inzerce.hn@economia.cz / **Tisk:** EUROPRINT A.S. / **Samostatně neprodejné**

NĚMECKO JE PRO ČESKÝ EXPORT KLÍČOVÝM TRHEM

Sousední země patří k největším obchodním partnerům Česka. Německo má dlouhodobě pozici klíčového partnera, Rakousko se chce na své dřívější pozice vrátit.

Marek Bičík
marek.bicik@economia.cz

Česká republika má tradičně své největší obchodní partnery mezi zeměmi, které ji obklopují. Naši sousedé se v loňském roce na celkovém vývozu Česka podíleli z 37 procent a na dovozu ze 29 procent. Klíčový podíl na tom má zejména Německo. Také Rakousko patřilo, co se týče zahraničního obchodu, ještě v 90. letech minulého století na úplnou špičku – bylo na třetí pozici. Po mírném ústu-

pu z pozic, kdy Rakousko „spadlo“ na šestou příčku, se nyní na tuto pozici snaží postupně vrátit.

Klíčový trh

Tuzemské podniky mají obrovské štěstí, že hned za hranicemi země leží bohatý a spolehlivý obchodní partner. Německo zůstává pro náš zahraniční obchod doslova dominantní.

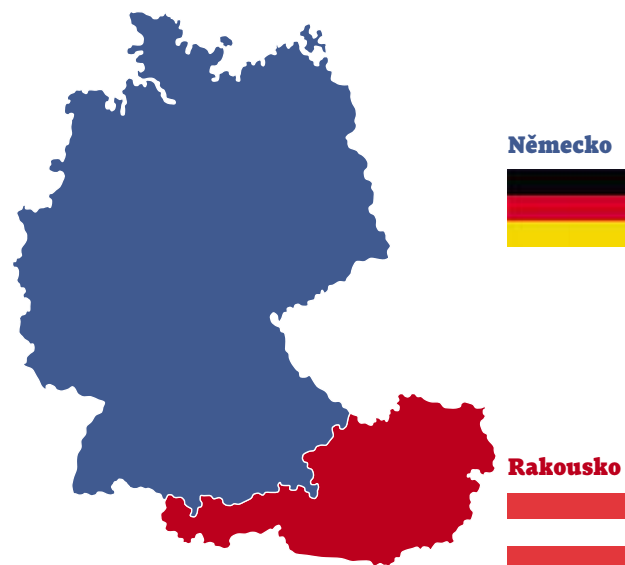
„Do Německa směřuje 32,8 procenta celkového exportu České republiky. Za leden až březen 2018 tvořil celkový vzájemný obrát 23,2 miliardy eur, což představuje nárůst 4,5 procenta,“ upřesnil Jan Havlík, ředitel odboru evropských záležitostí a vnitřního trhu ministerstva průmyslu a obchodu, na konferenci Německo – Váš obchodní partner, která se konala v prostorách ministerstva zahraničních věcí.



Škoda Auto, kterou ovládá Volkswagen, je největší německou investicí v Česku. FOTO: SHUTTERSTOCK

Základní čísla

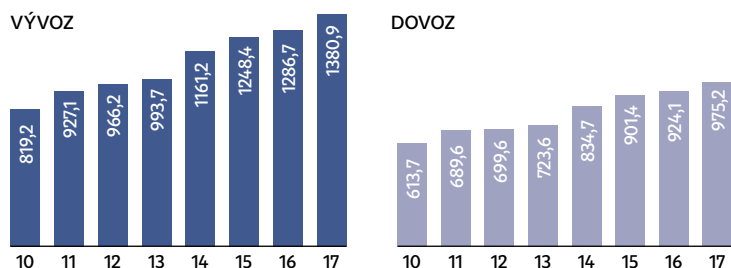
	Německo	Rakousko
Hlavní město	Berlín	Vídeň
Počet obyvatel (2017)	82,7 mil.	8,8 mil.
Rozloha	357 022 km ²	83 871 km ²
Růst HDP (2017)	2,2 %	2,2 %
HDP na hlavu (2017)	39 454 eur	42 400 eur
Doing Business (2017)	20.	22.
Míra inflace (2017)	1,80 %	1,70 %
Míra nezaměstnanosti (2017)	5,70 %	5,20 %
Měna	euro	euro



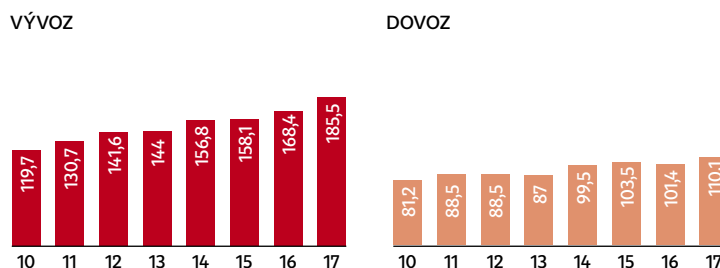
Obchodní výměna

(v miliardách Kč, za roky 2010–2017)

Česko a Německo



Česko a Rakousko



ZDROJ: BUSINESSINFO.CZ, DESTATIS.DE, STATISTIK.

„Pro čtvrtinu exportérů znamená vývoz do Německa více než 30procentní podíl na celkovém exportu firmy, téměř každá desátá tam vyváží přes polovinu produkce,“ dodal Radomil Doležal, generální ředitel CzechTradu.

Orientace našich podniků na Německo je dlouhodobá. Celkem 82 procent z nich totiž do této destinace exportuje již více než pět let. Přes dvě třetiny tuzemských exportérů do Německa (69 procent) navíc předpokládá, že se vývoz k našemu největšímu sousedovi v letošním roce ještě navýší. Více než dvě pětiny, respektive 42 procent exportérů, plánuje podle analýzy Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP) do budoucna kvůli poptávce německých partnerů zvyšovat své výrobní kapacity.

Německo je na prvním místě mezi exportními teritorii Česka s hodnotou vývozu téměř 1381 miliard korun v roce 2017. To ale není jeho jediná přednost.

„Německo je dlouhodobě nejen největším exportním teritoriem, ale z pohledu

vývozu je i velmi stabilní,“ říká Radomil Doležal a doplňuje: „V roce 2017 jsme zaznamenali meziroční růst exportu do Německa o sedm procent, zatímco mezi lety 2015 a 2016 činil tři procenta.“

Třetina českého vývozu tedy putuje do Německa. Neznamená to ale, že by tuzemské výrobky končily výhradně na tamním trhu. Spolková republika je totiž také významným odrazovým můstkem do světa. Její průmyslová síla a schopnost uplatnit se na zahraničních trzích se promítají v reexportu do dalších zemí. „Německo je prostředníkem, přes kterého vyvážíme výrobky dále do světa,“ potvrdil ředitel odboru zahraničně ekonomických politik ministerstva průmyslu a obchodu Martin Pospíšil.

Důležité je i Česko pro Němce

„Česká republika se loni poprvé dostala na sedmou příčku mezi nejdůležitějšími importéry do Německa, když přeskočila dosud sedmé Švýcarsko, a v Bavorsku jsme se poprvé dostali na pozici třetího

nejdůležitějšího dovozce. Lze tak hovořit o rostoucí závislosti Německa na českých dodavatelích,“ dodává Adam Jareš, ředitel zahraniční kanceláře CzechTradu v Düsseldorfu.

„Význam Česka v kontextu německého zahraničního obchodu roste. Od jeho vstupu do Evropské unie se objem česko-německého obchodu už více než zdvojnásobil. Pozitivní trend táhne hlavně český export,“ potvrdil i výkonný člen představenstva Česko-německé obchodní a průmyslové komory (ČNOPK) Bernard Bauer.

Jedničkou německého zahraničního obchodu byla loni podruhé za sebou Čína s objemem zboží ve výši 186,6 miliardy eur (4,72 bilionu korun). Výrazně si pohoršila Francie, která spadla ze druhého na čtvrté místo.

Šest klíčových spolkových zemí

Obchodní bilanci s Českem ovšem netáhne Německo jako celek, ale jen některé vybrané spolkové země. „Významný obchod s Německem je nezpochybnitelný fakt, ale

ve skutečnosti má pro nás takto klíčovou pozici pouze šest spolkových zemí," vysvětluje Martin Pospíšil.

Nejvýznamnějším zahraničním obchodním partnerem je pro Českou republiku Bavorsko. Objem vzájemné obchodní výměny s touto spolkovou zemí loni dosáhl 545 miliard korun, což je téměř čtvrtina česko-německého obchodu a asi sedm procent obrátu českého zahraničního obchodu. „Pro Bavorsko jsme se loni stali třetím nejvýznamnějším importérem," upozornil Jareš.

Mezi českými firmami teď roste tlak na to, aby na německém trhu, nejlépe v bavorském Mnichově, vznikla další zahraniční kancelář CzechTradu. „Do Bavorska exportujeme dvojnásobek toho co do Francie nebo Velké Británie. Pobočka v Mnichově tak má jistě smysl. O podporu v Německu má ostatně zájem 75 procent českých podnikatelů," upozornil Karel Havlíček, předseda AMSP.

Vedle Bavorska patří k významným teritoriím v Německu také spolková země Severní Porýní-Vestfálsko. „Je největší veletržní destinací na světě. Hostí více než 100 mezinárodních, ve svých oborech stěžejních veletrhů," zmínil Daniel Žára, konzul a vedoucí zastoupení České republiky v Düsseldorfu.

Právě pobočka v Düsseldorfu je nejvytíženější z více než padesátky zahraničních kanceláří CzechTradu na celém světě. Zpracuje nejvíce zakázek, průměrně 269 za rok, což je přibližně jedna zakázka denně. Má také nejvíce klientů, kteří díky podpoře zahraniční kanceláře v Německu uspěli.

Autoprůmysl je stále tahounem

Klíčovou kapitolou vzájemného obchodu je automobilový průmysl. Téměř 60 procent českého vývozu do Německa totiž tvoří stroje a elektrotechnické výrobky či motorová vozidla. A dominantou jsou samozřejmě silniční vozidla, která jsou největší položkou německého dovozu.

Česko je přitom klíčovým dodavatelem pro německé automobilky. Češi loni premiérově obsadili první příčku mezi zahraničními dodavateli pro německé výrobce motorových vozidel, která dříve patřila španělským firmám.

Tuzemská Škoda Auto, kterou ovládá koncern Volkswagen, je největší německou investicí v Česku a zároveň dělá zemi skvělou reklamou na tammním trhu. U západních sousedů je škodovka oblíbeným autem a už pár let je mladoboleslavský závod největším dovozcem osobních automobilů do SRN.

„Má podíl na trhu bezmála devět procent. To znamená, že každé jedenácté koupené auto v Německu je Škoda," upřesňuje Tomáš Ehler, šéf ekonomického úseku české ambasády v Berlíně.

Dalším mostem, který má spojit český a německý automobilový průmysl, je plánovaná miliardová investice BMW. Bavorský kolos míří na Sokolovsko. Jeho investiční záměr spadá do oblasti vyspělých technologií. Právě výroba s vyšší přidanou hodnotou, přechod na elektromobilitu a autonomní řízení či snižování emisí jsou dnes největší výzvou pro automobilový průmysl.

Jen na auta se spoléhat nedá

Do budoucna se pro české podniky otevírají možnosti i v dalších oborech než jen v dodávkách automobilových dílů, které jsou nyní klíčovou komoditou. „Ústup Německa od jaderné energie může být příležitostí pro tuzemské firmy, ať už z oblasti skladování energie nebo výstavby sítí a podobně," upozornil nedávno náměstek ministra zahraničí Martin Tlapa.

Top 10 zboží, které Česko dovezlo do Německa (za rok 2017)

1. — motorová a pozemní vozidla
2. — stroje, přístroje a mechanická zařízení
3. — elektrotechnické výrobky
4. — nábytek, svítidla
5. — výrobky ze železa nebo oceli
6. — plasty a výrobky z nich
7. — kaučuk a výrobky z něj
8. — optické, fotografické produkty
9. — železo a ocel
10. — hračky, hry, sportovní potřeby

ZDROJ: BUSINESSINFO.CZ

Podle odborníků je trend v objemech vývozu českých firem do Německa posledních let sice poměrně dobrý, měly by se však více zaměřit na produkty s vyšší přidanou hodnotou.

„Nejsme s Německem propojeni jen v zahraničním obchodě. Fakticky jsou propojeny dodavatelské řetězce," říká Ehler. Tuzemské firmy proto musí držet krok v technologickém pokroku tak, aby jejich výrobky odpovídaly německé kvalitě. Konkurenceschopnost českých podniků na trhu už není jen o ceně. Snaží se prosadit hlavně kvalitou, za niž náročný německý zákazník rád zaplatí.

Uplatnit se na německém trhu přitom pro české firmy nebylo v uplynulých letech snadné. „Zejména pro malé a střední podniky z Česka nebylo dříve lehké navázat nové obchodní kontakty s Německem. Na české straně byl často cítit příliš velký respekt před německým partnerem a ne vždy stoprocentně profesionální přístup podle německých nároků. Na německé straně pak šlo částečně o určité předsudky," shrnuje šéf komunikace a public affairs ČNOPK Christian Rühmkorf.

„Mottem pro české firmy se v současnosti stává posunout se na nejvyšší možnou úroveň, protože německý zákazník nakonec koupí to, co je kvalitní. Zatímco v 90. letech byla Česká republika vnímána jako pouhá montovna pro Německo, dnes už to není pravda. Snažíme se posunout v dodavatelských řetězcích co možná nejvíc," potvrzuje Martin Pospíšil.

K tomu jsou nezbytné inovativní technologie. Díky jejich využití se daří zvyšovat přidanou hodnotu tuzemského exportu, a to nejen v automobilovém průmyslu, který je tahounem inovací. „Jde například o vývoz českých optických a fotografických přístrojů, který loni vzrostl o 36 procent a dostal se na osmou příčku exportního žebříčku," doplňuje Tomáš Ehler.

Mimo průmysl, strojírenství, elektrotechniku a energetiku roste německá poptávka po službách, nano- a biotechnologiích, ale také medicínských produktech. „V této oblasti je česká vynálezavost skvělá," potvrzuje Christian Rühmkorf. Pokud jde o vývoz služeb, zvyšuje se zájem především o české poradenství.

Investice na obou stranách

Německo je v Česku druhým největším investorem po Nizozemsku, nicméně s ohledem na kvalitu a hodnotu investic je v tuzemsku lídrem. „Pokud jde o klíčové investice, je Německo jedničkou,“ vysvětluje Christian Rühmkorf.

Hodnota německých investic v Česku loni dosáhla 118,6 miliardy korun, což jsou téměř tři čtvrtiny všech přímých zahraničních investic, které přitekly za loňský rok do tuzemska.

„V České republice aktivně působí více než čtyři tisíce německých firem a jen ty největší z nich vytvářejí odhadem 150 tisíc pracovních míst,“ dodal Bauer. V letech 1993 až 2016 investovali Němci v Česku celkem 725,8 miliardy korun, a jsou tak největšími zahraničními investory.

Česko je ostatně velmi oblíbenou destinací německých investorů i nadále. „Česko je podle našich průzkumů číslo jedna ve střední a východní Evropě, pro německé investory je zajímavější než třeba Polsko,“ vysvětluje Rühmkorf.

Investicemi se ale mohou pochlubit také Češi v Německu, což je relativně nový trend. „Před dvaceti lety představa, že si česká firma koupí výrobní závod v Německu a bude ho dál provozovat, byla dost nerealistická. Teď už to realita je,“ zdůrazňuje Martin Pospíšil.

České podniky v Německu kupují malé a střední firmy, ale také větší podniky, aby získaly nejen přístup na trh, ale především nové technologie. „Například ČEZ koupil již více podniků. Jde o firmy zabývající se solárními panely a skladováním elektřiny či společností zaměřujících se na výrobu elektřiny vodíkovými technologiemi. Další akvizicí ČEZ byla inovativní firma Elevion se dvěma tisíci zaměstnanci,“ uvedl Tomáš Ehler.

Byť je Česko pro Německo atraktivní zemí pro investice a obchodní spolupráci, naráží na problém, který intenzivně proniká i k našim západním sousedům, a tím je nedostatek pracovních sil.

„Víme o investicích například z automobilového průmyslu, kdy jeden z českých regionů odmítl velkou investici kvůli tomu, že nemohl nabídnout lidi,“ potvrdil i Rühmkorf s tím, že jde o problém, který ostatně trápí samotné Německo.

Jak s Německem zamávají Trumpova cla

Zatímco v české ekonomice panuje optimistická nálada, v té německé v posledních měsících trochu narůstají obavy. Velmi sledovaný index podnikatelských nálad Ifo v červnu opět poklesl a vrátil se na úroveň, kde byl naposledy na začátku loňského roku.

Na poklesu důvěry v německou ekonomiku se odráží zejména obavy z důsledků prohloubení obchodní války mezi USA a jejich obchodními partnery. To pro exportní ekonomiku, jako je ta německá (a vlastně i česká), může znamenat potenciální problém, zvláště pokud by se dotkla i automobilového průmyslu, který přímo představuje necelých pět procent ekonomiky. Prozatím jde však spíše o strach z potenciálních komplikací, které by zatížily německé firmy dodatečnými náklady, nicméně jde o problém, který se ještě nemusí – zcela – materializovat. Proto zatím horší Ifo ještě nemusí znamenat výrazné zpomalení německé ekonomiky v letošním roce.

I obchod Rakušanů s Českem vzkvétá

V tuzemsku se zatím žádné obavy plošně nešíří. Zato Rakušané teď mají podobně jako Němci kvůli Trumpově politice obchodních omezení neklidné spaní. Spojené státy americké jsou totiž jejich druhým největším obchodním partnerem právě po Německu. Vývoz z Rakouska do USA loni stoupl o 10,7 procenta na 9,7 miliardy eur. Při dovozu za 5,8 miliardy (+16,2 procenta) mělo Rakousko s tímto partnerem přebytek 3,9 miliardy.

Více než polovinu zahraničního obchodu rozvíjí Rakousko s pěti zeměmi – export míří do Německa, USA, Itálie, Francie a Švýcarska. Import přichází hlavně z Německa, Itálie, Číny, Švýcarska a také z Česka.

„Rakousko je jedním z našich nejbližších a přirozených partnerů ve střední Evropě,“ uvedl ostatně v květnu po jednání s rakouským spolkovým kancléřem Sebastianem Kurzem i český premiér Andrej Babiš.

Potvrzují to také čísla – do roku 2004 bylo Rakousko dokonce třetím nejdůležitějším obchodním partnerem Česka. A kleslo v žebříčku našich největších

obchodních partnerů až poté, co jsme vstoupili do Evropské unie. Česko teď vyváží do Rakouska nejméně ve srovnání s exportem do ostatních našich sousedních zemí. A v prvních čtyřech měsících letošního roku se náš export do Rakouska zvýšil jen o dvě procenta. Vyplývá to z údajů Českého statistického úřadu. Česká republika je tak šestý nejdůležitější vývozní trh Rakouska a na stejném místě je Rakousko pro české vývozce.

Rakousko jako Německo: exportují se hlavně auta

Spolu s Německem a Slovenskem patří Rakousko k těm sousedním zemím, u kterých vykazuje obchodní bilance převahu českého exportu. Kladný výsledek přeshraničního obchodu s Rakouskem přináší hlavně kategorie strojů a dopravních prostředků či průmyslového spotřebního zboží. Hlavní vývozní položkou Česka směřující k jižnímu sousedovi jsou totiž silniční vozidla.

V posledních letech navíc tato exportní položka převážně narůstá. Zatímco v roce 2012 činila hodnota vývozu motorových vozidel nebo dílů a příslušenství necelých 17 miliard korun, loni už šlo o 22,6 miliardy korun. A podle odborníků je pravděpodobné, že tento růst bude i nadále pokračovat.

Kromě aut do Rakouska z Česka nejčastěji směřují elektrická zařízení a přístroje (loni za 16,8 miliardy korun), kovové výrobky (10 miliard), korek a dřevo (9,1 miliardy) nebo stroje a zařízení určená pro průmysl (8,6 miliardy). Elektronika se ale z Rakouska také dováží. Loni sem šlo zboží tohoto druhu za osm miliard korun. Podobně vysoký je objem dovozu železa a oceli. Za více než pět miliard zamířily do Česka také produkty z kategorie silničních vozidel (jde hlavně o díly a příslušenství), průmyslové stroje a kovové výrobky. Na částku přes čtyři miliardy korun se dostal dovoz zboží v oblastech papír a papírové výrobky, strojní zařízení pro průmysl nebo ropa a související výrobky.

> V příštím čísle Českého exportéra se zaměříme na Vietnam a Thajsko

ČESKÉ FIRMY UŽ U SOUSEDŮ NEHRAJÍ DRUHÉ HOUSLE

Konkurence v Německu je obrovská. Vyhrává ten, kdo se umí dobře prezentovat, říká Adam Jareš, zástupce CzechTradu v Düsseldorfu.

Barbora Loudová
barbora.loudova@economia.cz

Jakmile české firmy začnou otukávat zahraniční trh, skoro vždy narazí nejprve na ten německý. Konkurence je tam proto obrovská. Univerzální rada ale neexistuje. „Jiný přístup je vhodný pro firmu, která vyrábí řetězy nebo těžkotonážní svařované konstrukce, jiný pro tu s medovými dorty nebo dodavatele softwarových řešení. České firmy exportují do Německa téměř vše, co se tu vyrábí. Ale samozřejmě, že něco se na tamní trh dostane snadněji a něco obtížněji,“ říká Adam Jareš ze zahraniční kanceláře v Düsseldorfu.

V čem je německý trh pro nás specifický?

V tom, jak je velký, jak je náročný a také jak je pro tuzemské partnery atraktivní. Česká firma, která ještě neexportuje a zatím se poohlíží, kam by exportovat mohla, narazí ze všeho nejdřív právě na Německo. To je nejatraktivnější svou kupní silou a velikostí. Problém je ovšem v tom, že je to trh sice velký, ale vysoce konkurenční a náročný. Myslím si, že jestli není v Evropě úplně nejnáročnější, tak minimálně patří k těm opravdu velmi náročným.

Má tedy firma šanci na německém trhu prorazit?

Samozřejmě. Na tamní trh připadá plná třetina našeho exportu. Otázkou je ale struktura tohoto vývozu. Docela velké číslo představuje export koncernový; to znamená, že dcery německých mateřských společností mají výrobu v Česku, a velká část exportu do Německa je tedy vnitrokoncernová záležitost. CzechTrade ale primárně pracuje

pro ty ryzí české podniky, které buď do Německa ještě neexportují, nebo exportují, ale málo a chtějí expandovat. Jde zejména o malé a střední firmy, ale třeba v oblasti strojírenství nebo plastikářského průmyslu jsou to i podniky se stamilionovými obraty, které přesto pořád mají potenciál růstu.

V jakých oblastech jsou největší šance?

Absorpční schopnost Německa je obrovská, nedá se poukázat na jeden segment, protože tam dnes dodávají firmy napříč celým průmyslem. S Německem máme podobnou strukturu průmyslu. To znamená, že když se podíváte třeba na komoditní skladbu toho, co se dováží z Německa k nám a co se vyváží od nás k nim, zjistíte, že je velmi podobná. Německo má silnou průmyslovou základnu, stejně jako Česko. Takže se šance hodně točí kolem průmyslu a hlavně strojírenství. Dominuje výroba strojů nebo jejich součástí a dále průmysl elektrotechnický, elektronický a zpracování plastů. A zapomenout nesmíme na celý řetězec výrobců v automobilovém průmyslu s celkem velkým podílem inovací a aplikovaného výzkumu.

V čem může český exportér uspět teď?

Příležitostí je ohromné množství. Stále probíhá průmyslová revoluce v tom smyslu, že se průmysl snaží propojovat a digitalizovat, mimo to zde máme trend elektromobility. Zajímavé je, že v Německu není žádný výrobce elektrobuseš, kdežto u nás jsou hned dva. Máme i úspěšné výrobce elektrokol. Také energetika je zajímavé téma, Německo potřebuje stavět a dál bu-

dovat rozvodné sítě, protože má v Severním moři větrníky. Největší spotřeba elektrické energie je ale na jihu, v Bavorsku a Bádensku-Württembersku.

Je něco českého, co Němci mají opravdu rádi?

Znají škodovku, to je zde velmi populární auto. Ačkoli patří Škoda Auto ke koncernu Volkswagen, ví se, že je to česká značka. Němci mají také rádi naše pivo. Velmi silné postavení má i v rámci německého maloobchodu, hlavně pak Budvar nebo Pilsner Urquell. Oba pivovary mají své německé dceřiné firmy. Třeba moje tchyně, která bydlí v severním Německu, naproti holandským hranicím, miluje černé pivo Březňák. Já vůbec nevěděl, že takové pivo existuje, ale tam na severu je velmi populární.

Co byste poradil začínajícímu podnikateli, který by rád na tamním trhu prorazil?

Je těžké dát paušální odpověď. Jiný přístup je vhodný pro firmu působící v energetice, jiný pro tu, která vyrábí florbalové hole. Rozhodně by ale všechny měly investovat do marketingu. Vyhrává ten, kdo se umí dobře prezentovat. To znamená mít web a katalogy v němčině. Musíte být také schopni komunikovat v němčině. Nelze počítat s tím, že na německém trhu prorazíte s angličtinou. Určitě bych doporučil podívat se, jak se prezentuje německá konkurence, jet na veletrh, prohlédnout si konkurenční katalog. Důležité je také investovat do reklamy na internetu. Je zají-



FOTO: CZECHTRADE

mavé, že v Německu je druhý nejpoužívanější vyhledávač po Googlu Amazon, což není vyhledávač, ale internetový obchod.

Jak se na nás Němci dívají?

Záleží na tom, zda s námi mají konkrétní zkušenost a jestli už třeba byli v Česku. Trochu jiné vnímání je v příhraničních spolkových zemích. Když ale vezmu západní část Německa, jsme pro ně součástí bývalého východního bloku. Mám zkušenost, kdy nákupčí firmy přijel na audit do české výroby a představoval si, že jede na východ. Pak přišel do haly a viděl tam mnohem modernější vybavení, než mají jeho dodavatelé v Německu. Tak mu spadla brada. Česko už nehraje druhé housle. S Němci se navzájem potřebujeme. A to zvyšuje naši hodnotu.

Adam Jareš

ředitel kanceláře CzechTradu v Düsseldorfu
adam.jares@czechtrade.cz

Vystudoval politologii a mezinárodní vztahy na Západočeské univerzitě v Plzni, studijní pobyty absolvoval na Technické univerzitě Chemnitz a Humboldtově univerzitě v Berlíně. V agentuře CzechTrade je zaměstnán od roku 2009, kdy pracoval jako odborný pracovník zahraniční kanceláře v Kolíně nad Rýnem. V roce 2014 se stal ředitelem zahraniční kanceláře v Düsseldorfu, která se pod jeho vedením stala nejúspěšnější zahraniční kancelář CzechTradu.

Desatero pro obchodování s Německem

- 1.** Připravte se na odlišný styl jednání německého partnera, který je věcný a přímý, nenechte se odradit zdánlivou odměřeností. Němci se nebojí jít do konfliktu, proto buďte na jednání dobře připraveni i argumentačně.
- 2.** Pokuste se vést věcnou diskusi, nezabíhejte zbytečně do detailů, jednejte bod po bodu, strukturovaně a rozlišujte priority a méně podstatné věci.
- 3.** Kromě přizpůsobení se německé organizovanosti je také výhodné nevzdávat se české improvizace a kreativity.
- 4.** Kvalitně a moderně zpracovaný web a propagační materiály hrají důležitou roli při vnější prezentaci firmy. Web je dnes vizitka firmy, která určuje její postavení a vnímání na trhu. Pro stabilní pozici na trhu je klíčová průběžná a aktivní profesionální marketingová propagace.
- 5.** Vzhledem k formálnímu a často odměřenému způsobu komunikace vám více napoví telefonický rozhovor než pouhá e-mailová komunikace.
- 6.** V malých a středních firmách se bez němčiny neobejdete. Její znalost je vždy výhodou, zvyšuje „komfort“ komunikace při dlouhodobější spolupráci a zároveň i důvěryhodnost před partnerem.
- 7.** Pro dlouhodobé rozvíjení obchodních vztahů s německými partnery je nutná spolehlivost, důvěryhodnost, dodržení slova a dohodnutých termínů, pragmatičnost a dochvilnost.
- 8.** Ceny zbytečně nenadsazujte! Německé firmy mají perfektní informace o cenách nejen z vlastního hyperkonkurenčního trhu, ale díky své pozici exportního šampiona téměř z celého světa.
- 9.** Design a inovace jsou nyní prodejním argumentem a konkurenční výhodou. Nezapomeňte na certifikace a reference.
- 10.** Najděte si obchodní zástupce s již vybudovanými distribučními kanály, je to finančně méně náročná a podstatně rychlejší cesta na německý trh.

RAKUŠANÉ POŽADUJÍ PO ČEŠÍCH NIŽŠÍ CENY

Pokud chce česká firma v Rakousku investovat, může koupit zavedený tamní podnik a přes něj pak dostat na trh své výrobky. Těm opatrnějším pomohou obchodní agenti.

Kristína Paulenková
kristina.paulenkova@economia.cz

Ačkoliv je těžké v Rakousku prorazit třeba s potravinářskými produkty, úspěch tam slaví v tomto oboru několik českých firem. Skvělým příkladem je výrobce medových dortů Marlenka. Obecně jsou ale Rakušané konzervativní a dávají přednost lokálním výrobkům. Nejcitelnější je to v horských oblastech. „Horalové mají silný vztah k půdě a z toho pramení jejich zjevný lokální patriotismus,“ říká v rozhovoru Vladimír Degtar, ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade ve Vídni. Dobrý zvuk má v Rakousku především české strojírenství či stavebnictví.

Mají české výrobky či služby šanci uspět na rakouském trhu?

Ano, ale záleží na oboru. Rakouský trh je obecně daleko uzavřenější než třeba německý a české firmy se tam potýkají s předsudky vůči svým výrobkům. Vztah Rakušanů k Česku, co se týče hospodářství, je stejný jako pohled Čechů na naše severní sousedy Poláky: vyrábějí se tam kvalitní produkty, ale v Česku jsou daleko známější ty nekvalitní a levné. A tak vidí do určité míry i Rakušané tuzemské výrobky. Neplatí to ve strojírenství nebo stavebních materiálech, tam se s předsudky firmy nesetkávají. Ale velmi malé vyhlídky na úspěch mají podnikatelé z potravinářství. Rakouský trh je v tomto oboru uzavřený vůči okolnímu světu. Pokud se tam dá potravinářský produkt vyrobit a může nést pečeť „vyrobeno v Rakousku“, tak není příliš pravděpodobné, že se něco podobného dovezde odkudkoliv ze zahraničí.



FOTO: CZECHTRADE

Vladimír Degtar

ředitel kanceláře CzechTradu ve Vídni
vladimir.degтар@czechtrade.cz

Do agentury CzechTrade nastoupil v roce 2005. Devět let působil jako vedoucí týmu oborových specialistů pro oblast energetiky, vody, odpadů či životního prostředí. Od roku 2014 vede pobočku CzechTradu ve Vídni. Předtím pracoval v oboru bankovníctví. Je absolventem Filozofické fakulty Západočeské univerzity v Plzni.

Očekávají od Čechů nižší ceny?

Ano. Rakušané vědí, že ceny materiálů se pohybují v celé Evropě zhruba na stejné úrovni, ale v České republice lze stále ještě ušetřit na lidské práci. I když jejich představy bývají někdy nereálné, protože lidská práce v posledních dvou letech v Česku podražuje a rakouské firmy zatím nárůst českých mezd neberou příliš v úvahu.

Jaké tuzemské firmy jsou už na rakouském trhu etablované?

Jako nejperspektivnější vnímáme technické obory. V Rakousku má dobré jméno české strojírenství, řada tuzemských firem dodává rakouským strojařům a ti zase dokážou vyrábět zařízení pro české podniky. V exportu z České republiky do Rakouska je podíl technických oborů nejvýraznější. Dalším silným oborem je stavebnictví. Ale mám na mysli spíše dodávky stavebnin a komponentů, jako jsou okna, dveře či střešní krytiny, protože naše firmy do Rakouska většinou nejezdí stavět. To se Rakušané snaží brzdít pomocí minimální hodinové sazby.

Obecně se má za to, že šance prorazit na rakouském trhu s potravinami je minimální, přesto existuje řada českých společností, kterým se to podařilo. Patří k nim pivovary – Budějovický Budvar, Plzeňský Prazdroj i řada menších pivovarů nebo dorty Marlenka. Ta urazila dlouhou cestu, než se jí podařilo etablovat u velkých řetězců, což je opravdu úspěch. Dalším příkladem úspěšného exportéra na rakouský trh je výrobce sendvičů

a baget Crocodile nebo minerální voda Magnesia.

Jak se firma může nechat zastupovat na rakouském trhu? Je výhodné otevřít si pobočku?

Od otevření pobočky v první fázi spíš odrazujeme. V Rakousku si sice můžete od začátku letošního roku otevřít společnost s ručením omezeným i přes internet, ale musíte mít minimální kapitál 35 tisíc eur, což je skoro milion korun. Začátečnickům na rakouském trhu doporučujeme najít si firmu, která je bude zastupovat a výrobky zařadí do svého portfolia. Druhou možností je najít si obchodního zástupce. V Rakousku se jim říká obchodní agenti a jde o naprosto běžný způsob zastupování zahraniční firmy. Tyto osoby na provizní bázi zastupují zahraniční subjekty napříč všemi branžemi – potraviny, textil, strojírenství a podobně. Pokud ovšem chcete v Rakousku investovat, pak doporučuji koupit zde již nějakou existující společnost, která je české firmě oborově blízká, a přes její distribuční kanály pak hledat uplatnění i pro vlastní výrobky.

Česko a Rakousko se až tolik kulturně neliší, ale určitě se nějaké rozdíly najdou. Jaké jsou ty největší?

Rakušané jsou mentalitou Čechům velice blízcí. To ale neplatí o celé zemi. Rozdělil bych Rakousko na část horní, což je příhraniční oblast sousedící s Českou republikou a počítám sem i Vídeň. Tato část je nám kulturně velmi blízká, stejně jako v Německu Bavorsko. Úplně jiný národ jsou takzvaní horalové. Tedy lidé žijící na jihu v horách – to znamená Tyrolsko, Korutany, Štýrsko, Salcbursko a Vorarlbersko, ti mají docela jinou mentalitu.

Můžete to lépe popsat?

Lidé z těchto oblastí jsou velcí lokální patrioti a jsou uzavřenější. Tato oblast byla dříve především zemědělská. Horalové mají silný vztah k půdě a z toho pramení jejich silný lokální patriotismus. Jsou na hory a půdu hrdí. A jejich hrdosti se můžete snadno dotknout. Například kdybyste se snažili dovážet třeba do Tyrolska produkty podobné pálenkám, tak zde ne-

budete mít na různých ustláno. V této oblasti je totiž velký počet producentů pálenek. Dalším specifickým, na které může český exportér v této oblasti narazit, je bezpočet dialektů, které dovedou pěkně zamotat hlavu i rodilému mluvčímu.

Které obory jsou podle vás pro naše vývoze nejperspektivnější?

Určitě je to energetika. Největší podíl na trhu elektrické energie v Rakousku mají stále tepelné elektrárny, ale stát se snaží zastaralé provozy uzavírat a nahrazovat je ekologickými zdroji. V energetickém mixu je významný podíl takzvané zelené energie a do obnovitelných zdrojů se tam hodně investuje. Nejvíce do vodní energetiky, ta má sedmdesátiprocentní podíl na tvorbě zelené energie. Nestaví se tam nová velká vodní díla, ale stávající se rekonstruuje a zvyšuje se jejich výkon. Budují se také větrné parky. Dalším velkým tématem je pochopitelně elektromobilita.

V jaké kondici je nyní rakouská ekonomika?

Po celosvětové vleklé krizi přišlo v Rakousku oživení trochu pomaleji než v Česku. Výhledy ekonomiky jsou ale i pro nejbližší dva roky slibné. Také ve stavebnictví, které bylo krizí nejvíce postiženo, jsou prognózy pozitivní. To, co rakouské podnikatele nyní pálí podobně jako české firmy, je nedostatek pracovních sil.

Máte pro české firmy nějaký tip, který by jim při vstupu na tamní trh pomohl?

Firmy by si měly založit rakouskou doménu – tedy webové stránky s koncovkou at. A pak stačí rakouskou adresu přesměrovat do německé mutace českých stránek. Stojí to minimální peníze. Rakušanům se při vyhledávání na internetu jako první zobrazují firmy s rakouskou doménou. Tímto se může česká firma velmi jednoduše zviditelnit v internetovém prostředí a nestojí jí to téměř nic. Pochopitelně pro skutečně účinnou kampaň musí mít dobře nastavené SEO a ideálně i zapnutou PPC reklamu, což už znatelné výdaje jsou.

Desatero pro obchodování s Rakouskem

1. Realisticky zvažte, zda váš produkt najde na tamním náročném trhu uplatnění. Ze zkušenosti CzechTradu mají šanci především výrobky s vysokou přidanou hodnotou při zachování konkurenční cenové výhody.
2. Rakouští obchodní partneři jsou v jednání důslední, dobře znají své meze a většinou i limity obchodního partnera, a tak často dochází k tlaku na cenu.
3. Dejte důraz na domácí přípravu, která zahrnuje i kvalitní propagační materiály a weby v německém jazyce.
4. Nepodceňujte individuální komunikaci s potenciálními partnery. Pamatujte, že iniciativa by měla přijít od vás. Upřednostňujte osobní schůzky, které sjednávejte tři až čtyři týdny předem.
5. Jedněte otevřeně, očekává se od vás standardní evropské vystupování a dodržování zavedených obchodních tradic. Jednacím jazykem je němčina.
6. Nenadsazujte ceny a dodržujte dané slovo a termíny. Případné změny v nabídce jasně zdůvodněte.
7. Dodržujte CzechTradem doporučený postup, který směřuje od průzkumu přes vyhledání a oslovení potenciálních partnerů a případnou prezentaci na veletrhu k rozvoji obchodní spolupráce a založení vlastní společnosti.
8. Ověřte si bonitu budoucího obchodního partnera. Nespolehejte na zdání serióznosti, hospodářská krize platební morálku nezlepšila.
9. Věnujte zvýšenou pozornost uzavírání smluv. Konzultujte je s právníky obeznámenými s rakouským právem.
10. V Rakousku je velmi rozšířená spolupráce s obchodními zástupci – odborníky ze všech odvětví s odpovídajícím know-how.

BYZNYS S NĚMECKEM: NEZDRAVÁ PROVÁZANOST?

Česko má s Rakouskem a hlavně s Německem velmi provázanou ekonomiku. Jde o nezdravou závislost, nebo se našim výrobkům prostě na těchto vyspělých trzích daří?

Jiří Dorňák
vedoucí oddělení zemí EU, ESVO
a západního Balkánu, MPO
dornak@mipo.cz



FOTO: JAN RASCH

Pokud bychom charakterizovali naše německy mluvící sousední státy z pohledu hospodářských a obchodních vztahů, tak v případě Spolkové republiky Německo hovoříme o našem nejvýznamnějším partnerovi a v případě Rakouska o partnerovi zaujímajícím v pomyslném žebříčku osmé místo.

Pokud jejich význam zasadíme do roviny exportu, jde v případě našeho západního souseda jednoznačně o nejdůležitější exportní trh a v případě souseda jižního o šestou exportní destinaci.

Obě země přitom patří mezi klíčové investory do naší ekonomiky. Ke konci roku 2016 bylo Německo třetím a Rakousko

druhým největším investorem. V samotném roce 2017 byl příliv investic z Německa daleko nejvyšší a příliv investic z Rakouska v pořadí pátý.

Výše uvedená fakta jsou známá. Často se proto hovoří o nezdravé závislosti našeho exportu na Evropské unii a potažmo právě na Německu. V této souvislosti je zapotře-

bí uvést, že odborné odhady podílu našeho exportu přes Německo do třetích zemí se pohybují od jedné třetiny až po polovinu!

V roce 1993 činil podíl Německa na našem exportu 29 procent a v loňském roce dosáhl 32,8 procenta. Toto navýšení nelze považovat za dramatické. Stěží jsme v roce 1993 hovořili o „nezdravé“ závislosti našeho exportu na Německu – spíše jsme oceňovali skutečnost, že jsme se na tomto náročném a v podstatě nasyceném trhu uchytili. Z pasivní obchodní bilance v počátečních letech (1993–1997) jsme se vypracovali do jejího vysokého aktiva, přičemž průměrný roční nárůst exportu do Německa za období 1993–2017 představoval přibližně 7,5 procenta, což je při jeho objemu úspěch.

postoj: první je konstatování o nezdravé závislosti na exportu do Německa, druhý přístup je aktivnější – našim výrobkům se daří prosadit se na trzích v tomto případě dvou vyspělých ekonomik, z nichž jedna je motorem světového obchodu.

Je pochopitelné, že trhy obou zemí nejsou – až na konstatování jejich vyspělosti a nasycenosti – totožné. Z uvedených tabulek lze vyčíst, že zatímco do Rakouska exportujeme stále korek a dřevo, do Německa je to nábytek a jeho díly.

Do top 10 položek dovozu z obou zemí patří železo a ocel. Zejména jeho podíl na dovozu z Rakouska (a jeho druhé místo v pořadí) je velmi vysoký. Není divu, protože náš automobilový průmysl potřebuje plechy z Voestalpine z rakouského Lince. Tak

koliv to zní paradoxně, podnikání v obou zemích totiž není tak jednoduché, jak by se na první pohled mohlo zdát. Ačkoliv obě země v roce 2011 otevřely svůj pracovní trh, stále je třeba respektovat různé formální požadavky.

Obě země jsou v podstatě federace, kde – a to zejména ve vztahu k Německu – je zapotřebí respektovat zvláštnosti jednotlivých spolkových zemí. Mimo chodem, pokud bychom (při využití podkladů německé statistiky) rozlišovali obchod Česka s jednotlivými spolkovými zeměmi, našim nejvýznamnějším obchodním partnerem by bylo Bavorsko. A to nejen mezi německými spolkovými zeměmi, ale zároveň absolutně největším obchodním partnerem České republiky.

Ještě jednu skutečnost bych chtěl zdůraznit. V průběhu roku 2016 se podle dosaženého obrátu zařadila Česká republika mezi deset nejvýznamnějších obchodních partnerů Německa, v roce 2017 jsme podle hodnoty německého dovozu sedmým největším importérem do této země.

Pokud bychom rozlišovali obchod Česka s jednotlivými spolkovými zeměmi, bylo by našim nejvýznamnějším partnerem Bavorsko.

České hospodářství je zejména s tím německým těsně provázané

V souvislosti se zmíněným aktivem obchodní bilance chci připomenout další, a to velmi významnou skutečnost. Dovolím si tvrdit, že aktivum obchodní bilance s Německem je základem celkového aktiva obchodní bilance našeho státu, které pochopitelně velmi pozitivně ovlivňuje celkovou platební bilanci státu.

Pokud se podíváme na komoditní strukturu obchodu s oběma zeměmi a vyjdeme z dvojměstné klasifikace zboží SITC (Standard International Trade Classification), zjistíme, že mezi top 10 položkami vývozu i dovozu figurují stroje a zařízení k výrobě energie, strojní zařízení pro určitá odvětví průmyslu, stroje a zařízení všeobecně užívané v průmyslu, kancelářské stroje a zařízení k automatickému zpracování dat, zařízení pro telekomunikace a pro záznam a reprodukci zvuku, elektrická zařízení, přístroje a spotřebiče a silniční vozidla.

Pokud stejné zbožové skupiny figurují ve vývozu i v dovozu, svědčí to o provázanosti našeho hospodářství s oběma zeměmi, zejména s Německem. K této skutečnosti lze zaujmout v podstatě dvojí

bychom mohli pokračovat dál. Svědčí to opět o vzájemné provázanosti ekonomik.

Každá spolková země má své formální zvláštnosti

V úvodu jsou zmíněny přímé zahraniční investice. Jejich role pro vzájemný obchod je velmi podstatná. Investice z Německa a Rakouska nemají obvykle spekulativní charakter. Jde buď o velké společnosti (např. Škoda Auto či Česká spořitelna), nebo o investice malých a středních firem.

Podnikatelské reprezentace obou zemí v České republice (Česko-německá obchodní a průmyslová komora a Obchodní oddělení velvyslanectví Rakouska v Praze) pravidelně vyhodnocují situaci v Česku a snaží se u nás spoluvytvářet příznivější podnikatelské, a tudíž také investiční prostředí.

Počet firem, ať již v úplném nebo podílovém vlastnictví společností z obou zemí, které jsou činné na našem trhu, počítáme na tisíce. Obráceně jsou to stovky. Potěšitelné je, že jejich počet roste. Skutečností zůstává, že našimi investory v obou zemích jsou převážně velké společnosti. Jak

Udržet si vydobyté pozice

Nelze opomenout zahraniční veletrhy a výstavy. Německo je zemí, kde se na veletrzích setkává světová konkurence v daných oborech. Proto také naše podnikatelské reprezentace a asociace požadují účast na těchto veletrzích. Jde buď o formu oficiální účasti na veletrhu, která je financována ze státního rozpočtu, nebo o programy NOVUMM a NOVUMM KET, spolufinancované EU nebo o společné prezentace českých firem pod hlavičkou CzechTradu.

Základním východiskem pro naše firmy je udržet svoje dosavadní pozice na německém a rakouském trhu a uspět na nich se svým zbožím i v budoucnu. V případě Německa to znamená důsledně sledovat aktuální vývoj jeho hospodářství, zejména v daném oboru podnikání. Je známo, jak rychle byli Němci schopni přijmout koncepci dalšího rozvoje atomové energie a pak ji stejně rychle a radikálně zrušit. Hovoří se o tzv. Kohleausstieg (ústup od uhlí), elektromobilitě, v pokročilém stadiu je digitalizace a tzv. čtvrtá průmyslová revoluce (Průmysl 4.0) a tak by šlo pokračovat.

BEZ ZNALOSTI NĚMČINY OBCHOD NEUZAVŘETE

V Rakousku dávají přednost lokálním výrobkům. Aby tuzemští exportéři uspěli, musí nabídnout nižší cenu než konkurence. Němci jsou k české produkci otevřenější.

Kristína Paulenková
kristina.paulenkova@economia.cz

Jako cestovatel se v Rakousku i Německu domluvíte anglicky relativně bez problémů. To ale neplatí v byznosu. Pokud chce podnikatel prorazit na rakouském i německém trhu, měl by si připravit materiály v perfektní němčině a na jednání poslat zástupce firmy, který řeč našich západních a jižních sousedů dobře ovládá.

Německy mluvící by měli být v ideálním případě i vyslaní pracovníci. „Schopnost komunikovat přímo v němčině během všech fází projektu je zde nutností. Tedy

nabídnou levnější produkt, než by sehnali například na Západě. „Pokud chce česká firma uspět, musí být připravena na to, že její nabídka musí být nejen stejná, ale lepší než domácího výrobce. Pořád přetrvává postoj zákazníka, že pokud má kupovat z Východu, musí dostat za stejné peníze lepší kvalitu nebo služby či je za stejnou kvalitu zboží a služeb ochoten zaplatit nižší cenu,“ uvádí Petr Stejskal, obchodní a marketingový ředitel firmy Heluz, která vyvážá do Rakouska své cihly.

„Podle našich zkušeností Rakušany zají-

Lokální produkce má přednost

Rakušané jsou konzervativní a dávají přednost lokálním výrobkům. To podporuje i tamní vláda nejrůznějšími předpisy. Své zkušenosti z oboru stavebnictví přibližuje Stejskal. „Nemohu zevšeobecňovat, ale v oboru stavebních materiálů neplatí úplná rovnost dodavatelů podle principů Evropské unie. Pro dodávky na stavby, které jsou financovány ze státních nebo regionálních prostředků, jsou jednoznačně upřednostňovány výrobky domácích producentů. Na jedné straně se s tím musíme vypořádat, na straně druhé můžeme rakouským výrobcům příkladnou státní podporu jen závidět,“ uvádí.

Německo je v tomto ohledu otevřenější a méně konzervativní. Český podnikatel může být i přesto překvapen množstvím předpisů, které se striktně dodržují. „Podniky, které se ucházejí o první zakázky na tamním trhu, určitě překvapí poněkud delší a náročnější akreditační fáze u prvotních projektů – tedy dokládání všech certifikací či referencí,“ říká Chrastil. „Pokud však jednou firma tímto vstupním kolečkem projde, v dalších obchodních jednáních je to již naopak výrazně jednodušší,“ dodává.

Pracovní oběd je jako rande

Nikdy nepodceňujte přípravu na obchodní jednání. A v případě Německa a Rakouska to platí dvojnásob. Tamní obchodníci si zpravidla předem zjistí ceny na trhu i nabídku konkurence. Jednají věcně a na rovinu. Očekávají, že obě stra-

V Rakousku pořád přetrvává postoj zákazníka, že pokud má kupovat výrobek z Východu, musí dostat za stejné peníze lepší kvalitu či služby.

nejen mezi obchodníky při samotném uzavírání smlouvy, ale i dále na úrovni projektantů, dozoru či servisu,“ říká Martin Chrastil, obchodní ředitel firmy Sudop Praha, která letos dokončila jeden projekt pro Deutsche Bahn a na dalších devíti ještě pracuje. V Rakousku je znalost jazyka ještě důležitější než v Německu. Výjimkou jsou snad jen velké mezinárodní společnosti.

Výrobky z Východu

Přestože například české strojírenství nebo stavebnictví má v obou zemích dobrý zvuk, firmy z jiných odvětví to tak jednoduché nemají. Především v Rakousku panuje nedůvěra k výrobkům z Česka. Kromě toho Rakušané očekávají, že jim Češi

má stále hodně cena, protože o kvalitě se nediskutuje. Pokud není, je to pro dodavatele jednoznačná diskvalifikace ze soutěže,“ domnívá se Stejskal. To samé platí i v Německu. „Nízká cena je dnes důležitá už všude po světě, tedy i na německém trhu. V našem oboru je však stejně výrazným specifickým dodržování daných termínů,“ doplňuje Chrastil.

Nicméně náročné požadavky Rakušanů mohou mít pro firmy také svůj přínos. „Pro exportéra to sice není vždy příjemné postavení, ale je to výzva, jak se stát lepším. Jednoznačnou výhodou je, pokud české zboží nabízí Rakušan (ať už zaměstnanec, prostředník či zprostředkovatel), a ne český obchodník,“ dodává.



Rakušané jsou konzervativní a dávají přednost lokálním výrobkům. FOTO: SHUTTERSTOCK

ny vyloží karty na stůl. „První schůzka se obvykle koná ve firmě. Pracovní oběd je totiž jako rande. Když zjistíte, že to není ono, těžko se z něj utíká,“ doplňuje Vladimír Degřar, zástupce agentury Czech-Trade ve Vídni.

Některé firmy vozí do Německa a Rakouska propagační materiály či katalogy v angličtině, především u menších firem se to ale nedoporučuje. I tištěné materiály by měly být v perfektní němčině. Rakousko je také specifické tím, že když posíláte nový katalog či novinky z firmy e-mailem, měli byste poslat ještě vše poštou.

Němci chtějí slyšet jasné argumenty

Na rakouském ani německém trhu se o kvalitě nediskutuje. „Rakouský trh je náročný, střetává se na něm nabídka všech relevantních výrobců. Kvalita je samozřejmostí, stejně tak jako vysoká úroveň služeb. V Rakousku stále platí pravidlo náš zákazník, náš pán. Někdy je tento postoj

Jednoznačnou výhodou na rakouském trhu je, pokud české zboží nabízí Rakušan, ať už zaměstnanec, prostředník či zprostředkovatel, a ne tuzemský obchodník.

až zneužíván ve stylu jsem zákazník, mám vždy pravdu,“ doplňuje Stejskal.

Němci mohou navíc na Čechy působit relativně tvrdě. Chtějí slyšet argumenty a nepřipravenost považují za hrubou neprofesionalitu. V komunikaci buďte systematictí. Když navíc v jednání překvapíte organizované Němce schopností improvizovat, získáte plusové body.

Buďte opatrní v tom, co slibujete. „Velmi se cení osobní vztahy, ale jejich vybudování stojí českého exportéra hodně úsilí a času. Slovo má stejnou váhu jako písemná smlouva a případné porušení se neodpouští,“ říká Stejskal o Rakousku.

Přestože se mohou zdát Rakušané i Němci poněkud strozí, pokud si získáte jejich důvěru, stanou se postupem času obchodní partneři také přáteli. A v případě další poptávky podobných produktů se opět obrátí na ověřeného dodavatele. Při budování těchto vztahů buďte trpěliví a upřímní.

V Budapešti se rozjíždí elektromotosharing

Rodinný start-up Blinky.city rozjíždí teď v létě s místní dceřinkou energetické skupiny E.ON první elektromotosharing v Maďarsku. Nová forma sdílení elektrických motorek má učinit velkoměstskou dopravu čistší, tišší, rychlejší a nákladově efektivnější. V době, kdy města musí čelit problémům jako zácpy, špatné ovzduší a nepřetržitý hluk, se nabízí elektromotorka jako jedna z ideálních forem dopravy.

Stoprocentně elektrické stroje s výkonem 3,1 kW a baterií 35 Ah dokážou ujet až 60 km. Nabíjení monitoruje a řeší provozovatel. Budapešťská flotila se skládá z 50 motorek. Řídit je smějí osoby nad 16 let, které alespoň šest měsíců vlastní řidičský průkaz minimálně typu AM. Vše je dostupné přes aplikaci: najdete si, kde je zaparkovaná nejbližší motorka, odečtete ji, nasadíte helmu a jedete. Platí se minutová sazba a jsou různé slevy, například pro studenty.

Citroën vynalezl brýle proti nevolnosti v autě

Nepříjemný pocit nevolnosti během jízdy autem by mohl skončit. Francouzská značka automobilů Citroën vyvinula brýle proti kinetóze – nemoci z pohybu. Podle výrobce automobilů trpí v Evropě na 30 milionů lidí touto nemocí chronicky. Brýle bez skel Seetroën obsahují modrou kapalinu, která se pohybuje kolem očí v bočním směru (vpravo / vlevo), ale také v předozadním směru. Pohybující se tekutina vytváří linii obzoru a odstraňuje tak smyslový diskomfort způsobující nevolnost.

Nové brýle, jejichž míra účinnosti je až 95 procent, pomohou od nevolnosti při jízdě autem do deseti minut. K dostání jsou za 99 eur na stránkách Citroënu.

Česko-slovenský potápěčský systém – v Austrálii i Česku

Nápad zrozený na pláži v Sydney, za kterým stojí potápěčští nadšenci ze Slovenska a česko-slovenský realizační tým, se zařadil mezi nejúspěšnější projekty na Kickstarteru a našel si své klienty už i v Česku. Za unikátním vynálezem, který spojuje šnorchlování s potápěním, stojí Jan Kadlec a jeho tým – aktivní potápěči a milovníci podmořského světa. Kadlec se svými přáteli pátral po alternativě ke klasickému potápění bez těžkého a nákladného vybavení.

S AirBuddy dýcháte ten nejčistší vzduch přímo z povrchu oceánu, na jedno nabití baterie lze strávit pod vodou 45 minut, a to v hloubce do 12 m. Opětovné nabití netrvá déle než tři a půl hodiny.

AirBuddy má za sebou velmi úspěšné uvedení na crowdfundingové platformě Kickstarter, kde se dostal mezi nejúspěšnější projekty vůbec. Na projekt se podařilo získat více než 200 procent částky, na kterou bylo v úvodu cíleno.

Mezi prvními zákazníky AirBuddy jsou potápěčští nadšenci z celého světa, tento jedinečný produkt si již objednali také mnozí zákazníci z České republiky.

Britský Aston Martin se vydal cestou SUV. Češi chtějí být u toho

Automotive je nohou na plynu česko-britských obchodních vztahů. Ty v rozhovoru pro Exportní zrcadlo portálu BusinessInfo.cz představil Martin Macourek, šéf kanceláře CzechTrade v Londýně. „Je zajímavé sledovat vývoj britských specialistů, značek jako Aston Martin či Lotus. Potřebují díly, ale vyrábějí malé množství. Mají problém s kvalitními dodavateli, kteří dokážou nabídnout slušnou cenu. A to je naše parketa,“ říká Macourek. Právě pro Aston Martin, který příští rok představí své SUV, připravuje CzechTrade dodavatelský den. Více sledujte ve videu (odkaz najdete v QR kódu).

Jak funguje systém AirBuddy? Podívejte se na video.



Připravili pracovníci zahraničních kanceláří agentury CzechTrade. kcexport@businessinfo.cz

V INDII VZNIKÁ ČESKÝ PODNIKATELSKÝ HUB

Přibývá podnikatelů se zájmem o indický trh. CzechTrade spolu s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR na tamějším trhu rozjel nejrůznější formy podpory.

Ivan Kameník
ředitel zahraniční kanceláře
CzechTradu v Bengalúru
ivan.kamenik@czechtrade.cz

V posledních dvou letech se celá řada českých firem snaží svůj podnikatelský úspěch z domácího trhu přenést do Indie. Tento trend je zvláště potěšující u firem z kategorie malých a středních. Někteří podnikatelé již dokonce hlásí konkrétní pozitivní výsledky.

Na druhé straně stále platí, že indický trh je náročný, a to z mnoha hledisek. Není až tak obtížné najít na tamějším trhu potenciálního partnera, ale tím obchod teprve začíná. Rozhodující na cestě k zamýšlenému výsledku je především vytrvalost, protože hlavně na začátku se obvykle dostaví celá řada překážek, které firmy odradí od dalšího postupu, takže své vazby s indickým trhem přeruší.

českým firmám právě v té „zahřívací“ fázi vstupu na trh.

Díky dobré diplomatické práci se během několika měsíců podařilo vybudovat Český podnikatelský inkubátor, který je provozován indickým podnikatelem v každodenním kontaktu s ředitelem zahraniční kanceláře CzechTradu v Bengalúru. Podnikatelský inkubátor poskytuje kancelářské zázemí a je vhodným místem pro české start-upy, protože se tam vytvořily velmi blízké vztahy s místním podnikatelským prostředím a vládou státu Karnátaka.

Průmyslové Bengalúru bylo pro tento účel vybráno jako centrum indického moderního průmyslu; působí tam nejvíce zahraničních výrobců především ze sek-

pravovaném programu mise se počítá nejenom se semináři organizovanými místními podnikatelskými asociacemi, ale především je připravena série B2B setkání přímo u místních firem dle sektorů českých účastníků tak, aby se domů vraceli pokud možno s kontaktem na vhodného obchodního nebo podnikatelského partnera.

Vrcholným momentem mise bude představení nového projektu Českého průmyslového klastru 2020, jehož základní úlohou je vytvořit pro české firmy výrobní, vývojové i kancelářské zázemí v samostatném objektu umístěném v průmyslové zóně. Klaster by měl poskytovat prostory až 15 výrobním firmám, které mohou využít efektu sdílených služeb, jako jsou třeba služby právní a účetní. Prostor bude poskytnut i pro vývojové dílny startupových firem, které v regionu zcela určitě najdou i vhodné investory nebo zkušené lokální pracovní síly – Bengalúru je ve světě známé svým zázemím pro vědu a výzkum.

Koncepce Českého průmyslového klastru je novým modelem exportní strategie a zcela určitě si zaslouží zájem českých exportérů a investorů v Indii. Mise do Bengalúru jistě sehraje důležitou roli ve sdílení zkušeností s indickým byznysem i pro ty, kteří své obchodní aktivity v Indii teprve zvažují.

Podpora státu českým firmám v Indii bude spočívat nejen v poradenské činnosti CzechTradu a AMSP, ale také v sehrané exportní asistenci ze strany projektu Tým Česko (více o této platformě si můžete přečíst na stranách 28–29).

Český průmyslový klaster, který vzniká v Bengalúru, by měl poskytovat prostory až 15 výrobním firmám.

Podnikatelský inkubátor v Indii spolupracuje se zástupci CzechTradu

V březnu loňského roku se uskutečnila mise českých firem do jihoindického Bengalúru (stát Karnátaka) organizovaná místní kanceláří CzechTradu, českým velvyslanectvím a Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP). V závěrečné diskusi o dalším působení na nejrychleji rostoucím trhu světa vznikla myšlenka zřízení podnikatelského inkubátoru, který by pomohl

toru strojírenství, obranného a leteckého průmyslu. Město však z hlediska nákladů na osobu a poměru výdajů ke mzdám zůstává relativně levné.

Nový model exportní strategie

České úsilí o udržitelné působení v Indii tímto projektem nekončí. Česká obchodní diplomacie a AMSP připravují na listopad letošního roku další misi do Bengalúru, při níž by chtěly co nejvíce poznat místní poptávku a podnikatelské prostředí. V při-



FOTO: SHUTTERSTOCK

ČESKÉ LETECTVÍ BY MĚLO CÍLIT NA KANADU A ZEMĚ SNS

Tuzemský letecký průmysl se stává významným tahounem nejenom české ekonomiky, ale také exportu. Přestál turbulence 90. let a nyní znovu zažívá boom.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz

Letecký průmysl je oborem s vysokou přidanou hodnotou. O to potěšitelnější pro český export je fakt, že vývoz komponentů, motorů, elektroniky i služeb pro letectví až po hotové civilní, sportovní či vojenské letouny stoupá.

„Česká letecká výroba letos slaví 100 let své existence a i po tak dlouhé době se drží v úzké světové špičce. Letecký průmysl představuje jedinečný fenomén, jehož

růstový potenciál se ještě zdaleka nevyčerpal,“ míní náměstek ministerstva průmyslu a obchodu (MPO) Vladimír Bártl.

Čeští letečtí výrobci mají ve světě jméno

Každý čtvrtý ultralight na světě se vyrobí v tuzemsku. V Evropě je Česko druhým největším výrobcem i vývozcem malých sportovních letadel. Do USA dodali čeští výrobci ultralightů každý pátý stroj a poptávka tam po nich stále roste. Od roku

2010 byl tuzemský vývoz v porovnání s dovozem jen dvakrát v minusové bilanci. Posledních pět let se dokonce export českého leteckého průmyslu pohybuje kolem 10 miliard korun. Loni přesáhl 14,5 miliardy.

„Letecký průmysl vykázal loni meziroční nárůst přes 40 procent. Čeští letečtí výrobci mají ve světě dobré jméno, a to ve výrobě letadel i jejich komponentů,“ potvrzuje náměstek MPO. Právě české letectví si

zachovalo schopnost nejen vyrábět, ale také vyvíjet prakticky celé portfolio technologicky vysoce náročných leteckých výrobků. Podle náměstka Bärtla jsou hlavní doménou sportovní letadla, malá dopravní letadla do 19 cestujících, cvičná vojenská proudová letadla, malé bezpilotní stroje jako třeba drony a spolupráce s velkými světovými hráči, jako jsou Airbus, Bombardier, Embraer.

Aero představilo nový cvičný letoun

Mezi nejvýznamnější firmy působící v leteckém průmyslu s globálním dosahem určitě patří Aero Vodochody. Spolupracuje s nadnárodními firmami, ale co je důležitější – zabývá se i vlastním vývojem, výrobou, prodejem a servisem vojenské i civilní letecké techniky. Nejslavnějším letounem Aera byl cvičný stroj Albatros. Aktuálně firma pro světový trh připravila nástupce tohoto letadla – nový typ podzvukového cvičného letounu L-39NG.

Na letošní letecké přehlídce v anglickém Farnborough získalo Aero na nový letoun 22 objednávek a šest opcí. Velký zájem o tyto letouny má například portugalská společnost Skytech, která si závazně objednala 10 kusů a na dalších šest má opci. Budoucí letku chce nabízet zákazníkům k výcviku nebo ji pronajímat.

„Jsme v pokročilé fázi vyjednávání se dvěma dalšími zájemci. Již letos si čtyři letadla L-39NG pojistil smlouvou africký Senegal,“ uvedl Giuseppe Giordo, prezident Aera. Pro českého výrobce to znamená, že by mohl mít pro roky 2020 až 2022 zajištěnou výrobu celkem 38 strojů. O novém cvičném letounu uvažuje i česká armáda. Sériovou výrobu tohoto stroje nové generace ve Vodochodech plánují zahájit v roce 2020, od roku 2023 chtějí vyrábět 20 kusů ročně. Konkurenční výhodou českého stroje může být cena, která nemá překročit 10 milionů dolarů.

Pardubická ERA získala zakázku v Nigérii

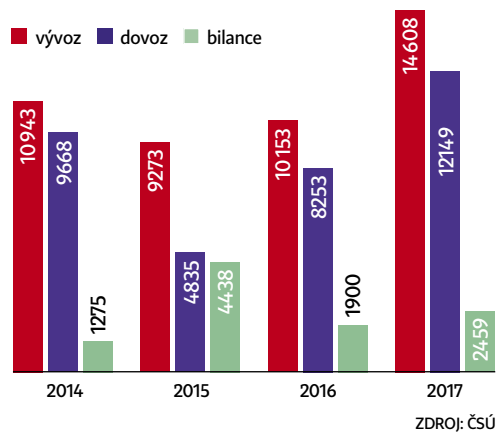
Letecký průmysl nejsou jenom křídla ve vzduchu. Pardubická firma ERA, která je ve světě stejně slavná jako Aero, vyrábí pasivní radary a systémy pro sledování leteckého provozu. Loni dosáhla více než miliardového obrátu, na němž se

ze dvou třetin podílely zakázky pro vojenský sektor, z jedné třetiny civilní letectví. Tržby táhl především prodej unikátního sledovacího systému VERA-NG. Počet zemí, do nichž ERA vyváží své sledovací systémy, vzrostl aktuálně na 63, dosud je ve světě instalována více než stovka těchto systémů. „Obchodu v civilní i vojenské oblasti se dařilo díky novým zákazníkům i projektům modernizací a rozšíření současných systémů,“ míní Lenka Stejskalová Reichová, mluvčí firmy ERA.

Hned po evropském trhu je pro pardubic-

Český letecký průmysl

(v milionech korun)



kou firmu ERA druhým nejperspektivnějším trhem jihovýchodní Asie. Společnost nedávno podepsala smlouvu na dodávku systému pro letiště v iráckém Kurdistánu. Stanice ERA tu bude fungovat v náročných klimatických podmínkách a teplotách od minus deseti o plus 50 stupňů Celsia.

Díky zvládnutí podobně náročného prostředí, jako jsou vytrvalé tropické deště, teploty 50 stupňů Celsia a slaný vzduch, podepsala letos ERA také dodávku přehledového systému pro řízení letového provozu helikoptér v africké Nigérii. Zařízení sestávající z 39 stanic bude instalováno v ropné těžební oblasti v deltě řeky Niger a v Guinejském zálivu. „Je to jedna z našich největších zakázek v civilním sektoru,“ uvedla Stejskalová Reichová.

Náměstek MPO Vladimír Bärtl doplňuje, že Česko je zapojeno do jednoho z největších mezinárodních projektů Clean Sky 2.

Zaměřuje se na zvýšení kvality, dostupnosti a bezpečnosti letecké dopravy či snížení negativních dopadů letectví na životní prostředí. „České firmy a výzkumná pracoviště pracují po boku silných evropských hráčů, k nimž patří například Airbus, Dassault, Alenia Aeronautica, Rolls-Royce, AgustaWestland, Safran Group, Thales a podobně,“ uvádí Bärtl.

Jaké jsou perspektivní trhy pro vývoz?

Zatímco v exportu do Evropské unie převažují české firmy jako subdodavatelé součástí letadel a vrtulníků, i když také vyvážejí malá letadla, mimo EU dominují konečné produkty – letadla menší a střední velikosti i vrtulníky. Již delší dobu se podle Vladimíra Bärtla jeví jako perspektivní kanadský trh. Pokud jde o Latinskou Ameriku, příležitosti i probíhající kontrakty českých firem jsou především v segmentu vojenského letectví.

Čína představuje jeden z nejrychleji rostoucích trhů pro civilní letectví. Ve spolupráci s tamními partnery byl připraven seznam 40 společných projektů z řady oborů a osm z těchto plánů se týká spolupráce v letecké a letištní technice.

Mezi trhy, o něž stojí za to usilovat, patří už dlouhodobě Ukrajina, Rusko a další země SNS. „V září proběhne v Kunovicích incoming ruských leteckých výrobců – Česko-ruské aeronomické fórum,“ prozrazuje náměstek MPO.

Podívejte se na diskusi projektu Exportní zrcadlo o letectví – rodinném stříbru českého průmyslu.



V příštím čísle Českého exportéra se zaměříme na subdodávky automobilového průmyslu

PADÁKY Z LIBERCE VE SVĚTĚ ZACHRÁNILY UŽ STOVKY LIDÍ

Export záchranných padákových systémů se za posledních 10 let změnil. Dříve směřoval k jednotlivým majitelům letadel, dnes míří přímo k výrobcům letadel a dronů.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz



Milan Bábovka (70)

zakladatel a jednatel Galaxy GRS

Ve firmě působí také jako hlavní konstruktér. Zároveň je i autorem a spoluautorem patentů, které firma využívá při výrobě záchranných padákových systémů. Jako mladík se vyučil automechanikem, poté absolvoval průmyslovou školu a nakonec i Vysokou školu textilní a strojní, takže se umí postavit k mašině stejně jako k rýsovacímu prknu či dnes k počítači. „Podnikat“ v oboru začal vlastně už za socialismu, kdy pro sebe a své kamarády vyráběl nejprve rogal, a když začalo na motorových rogalech docházet k nehodám, tak i záchranné systémy. Pevnější právní rámec jeho byznys získal v roce 1989, kdy si Bábovka zařídil živnostenský list a rok nato se svými příbuznými založil i firmu Galaxy GRS. Dodnes jde o ryze českou společnost, o níž jednatel říká, že vyrábí a exportuje stoprocentně český výrobek.

FOTO: MATEJ SLÁVIK

Předloni vyrazili dva starší rakouští piloti z Benátek do Salcburku přes slovinské hory, kde narazili na špatné počasí. Padat začali naštěstí mezi vrcholky hor nad údolím, s ukroucenými křídly se k zemi řítili 450kilometrovou rychlostí. Asi 500 metrů nad zemí vykroučili z mraků a zatahli za záchranný systém od české firmy Galaxy GRS.

„Ten padák je konstruovaný na rychlost 350 kilometrů, oni ho otestovali o 100 km rychlejším pádem. Jeden z nich nám přišel poděkovat i s lahví na veletrh ve Friedrichshafenu. Jeho padák jsme chtěli jen půjčit, abychom viděli, jak vypadá, ale prý na něm spí a nikomu ho nedá,“ vypráví Milan Bábovka, zakladatel, spolumajitel a šéfkonstruktér společnosti Galaxy GRS z Liberce.

Příběh rakouských pilotů není ojedinělý. Jiný zase dokumentuje, že záchranný padákový systém z Česka zafungoval dobře i při malé rychlosti jen 90 metrů nad zemí. Pilot se svou tchyní dopadl na zem tak dobře, že se letadlo dokonce dalo i opravit.

Padáky se už montují přímo do letadel

„Naše padáky už zachránily kolem 200 lidí. Z toho 92 při použití balistického padákového systému. I v Číně máme prvního zachráněného pilota. Umíme vypočítat a vyrobit jakýkoliv záchranný systém nebo protivývrtkový padák na jakékoli malé letadlo či dron o hmotnosti od dvou do 2000 kilogramů. Vše je o pečlivosti dlouhodobých stálých pracovníků, kvalitě, správných výpočtech a neustálých zkouškách systémů,“ tvrdí Milan Bábovka.

Začínal ještě za komunismu jako jeden z prvních rogalistů v Česku. A když s motorovými rogaly přišly i pády a tragické nehody, vymyslel s kamarády a posléze i svépomocí vyráběl záchranné systémy. „Konečnou montáž jsem dělal přímo doma,“ usmívá se podnikatel, který má v současné době firmu v Liberci s ročními tržbami 35 milionů korun.

Dnešní záchranné padákové systémy jsou samozřejmě mnohem sofistikovanější. Dokážou zachránit bezpilotní dron, letadlo až s pětičlennou posádkou, a dokonce i vrtulník. Co typ letadla, to jiný záchranný systém.

„Naše firma má prestiž, máme tak dobrou konstrukční kancelář, že spolupracujeme přímo na vývoji letadel s našimi zákazníky. Než se začne sériově vyrábět nějaký letoun, vymyslíme pro něj padák. Skoro 70 procent našeho exportu jde přímo k výrobcům letadel,“ uvádí zakladatel firmy Galaxy GRS. Posledních asi deset let už lidé většinou kupují letadlo rovnou s padákem. Jen ti, kteří si jej z dodaných dílů staví sami nebo mají starší typy, shánějí padáky jednotlivě.

O postavení společnosti Galaxy GRS hodně vypovídají výrobci letadel, kterým firma padáky dodává. „V USA jsme spolupracovali s Cirrusem na vývoji jejich padáku pro pětimístný Cirrus 20 a 22 a ve Slovinsku s Pipistrel Panthera, kde jsme třeba vyhráli výběrové řízení na dodávku 600 systémů,“ uvádí Bábovka s tím, že preferuje výrobce letadel.

Záchranné systémy z Liberce nemíří jenom do civilního, ale i do vojenského letec-



FOTO: ARCHIV GALAXY GRS

tví, ovšem přes prostředníka. Přesto Bábovka ví, že padáky jeho firmy používají vedle českých vojáků také armády například v Indii, Španělsku nebo Německu. I to svědčí o kvalitách těchto záchranných systémů.

Do světa míří ročně přes tisíc padáků

Současná kapacita výroby v Liberci by kvůli zájmu mohla být větší, Bábovka ji ale nechce zvyšovat. Podle jeho názoru je nynější stav ideální pro udržení kvality. „Ročně vyrobíme tak 600 až 700 nových padáků a 400 jich přijmeme na revizi. To znamená celý systém rozebrat, dát nový raketový motor, potřebné věci opravit, sestavit a poslat klientovi zpět,“ vysvětluje, že životnost padáku je 30 let. Čtyřikrát za tu dobu se musí zkontrolovat.

V zahraničí firma Galaxy GRS spolupracuje se svými stálými partnery, kteří

zprostředkovávají hlavně dodávky pro jednotlivce. K tomu samozřejmě jezdí i vystavovat, především do amerického Oshkosh či německého Friedrichshafenu. Letos se aviatického veletrhu Aero v Německu zúčastnilo 630 firem z 38 zemí, z Česka bylo na akci přes 30 firem. „Vystavují tam jak firmy, které dělají letadla jako stavebnice, tak velcí výrobci. Kdo tam není, jako by nebyl,“ míní jednatel firmy.

Některé stánky prý stojí vystavujícího i půl milionu korun. Tak drahý a velký prostor samozřejmě Galaxy GRS nezabírá, ale přesto se jí hodí, když prostřednictvím agentury CzechTrade získá finanční pomoc. „Obvykle přispějí na náš stánek tak 50 procenty a to je dobré. Nejsme letecký gigant, velikost stánku si určujeme podle toho, zda přicházíme s něčím novým,“ prozrazuje.

Galaxy GRS

Firma sídlí v Liberci, kde vyrábí záchranné padákové balistické systémy pro letouny a drony. Letadla s pevným, nebo rotujícím křídlem mohou mít hmotnost od dvou kilogramů do dvou tun, jde tedy o pilotní i bezpilotní létající prostředky. Například u pilotovaných letadel jsou to jednomotorové i dvoumotorové letouny až s pětičlennou posádkou. Roční tržby kolem 35 milionů korun vytváří maximálně 30členný pracovní kolektiv a další subdodavatelé. Z celkových příjmů tak 90 procent získává společnost vývozem. V Evropě zaplavily padákové systémy značky Galaxy GRS především italský a francouzský trh. Mimo Evropu se jim daří například v USA, Austrálii nebo Číně a lze je nalézt všude na světě v malých letadlech. Někdy jde o přímý export, ale ze 70 procent jde o vývoz přes výrobce letadel. Ti totiž v současnosti už při vývoji letounu spolupracují s Galaxy GRS. Tato firma vyvíjí a pak i dodává padáky přímo do určitého typu letadla na výrobní linku.

Jen obchodní partneři v zahraničí a významný veletrh k úspěšnému vývozu samozřejmě nestačí. Kvůli byznysu, dobrým vztahům či konkrétním zakázkám jezdí Bábovka často do ciziny i sám. Třeba v Číně byl v poslední době třikrát. Dosud tam prodali přes 700 systémů. Podle něj jde o perspektivní trh i proto, že plánují postavit až 2000 letišť.

Nedávno se Milan Bábovka vrátil z Brazílie, letěl letadlem Cirrus 22 do fabriky postavené na zelené louce asi 300 kilometrů od Sao Paula. Obchodní jednání trvalo tři dny, a když se v noci vraceli, pilot mu nabídl, aby se ujal řízení. „Když jsme se přiblížili k Sao Paulu, tak to byl ohromný zážitek. Ale najít letiště, to jsem přenechal pilotovi,“ přiznává, že i tak příjemná mohou být jednání.



Na mexickém trhu uspěl český výrobce houslí či kytar Strunal Schönbach. Tuzemské hudební nástroje chtějí i v Itálii. FOTO: STRUNAL SCHÖNBACH

ČEŠTÍ EXPORTÉŘI MOHOU USPĚT PO CELÉM SVĚTĚ

V Číně je na vzestupu letectví, na španělském trhu mohou tuzemští podnikatelé uspět třeba s nanotechnologiemi. Jaké další příležitosti se českým exportérům otevírají ve světě?

Petra Bulková
vedoucí Centra informačních
služeb, CzechTrade
petra.bulkova@czechtrade.cz

Strojírenství, potravinářství či elektrotechnika – nejen v těchto oborech mohou tuzemské firmy nalézt uplatnění i za hranicemi Česka. Agentura na podporu obchodu CzechTrade jen loni publikovala 786 zahraničních poptávek, 72 nabídek spolupráce a 1300 projektů a tendrů. „Nejvíce poptávek máme z Německa, Velké Británie, Ruska a Izraele. Lukrativní příleži-

tosti pro české firmy přicházejí z celého světa,“ říká generální ředitel CzechTradu Radomil Doležal.

V Itálii je zájem o hudební nástroje, na Balkáně o sportovní vybavení

Situace na evropských trzích se liší teritorium od teritoria. Například v Itálii se kromě strojírenských subdodávek, skla či stavebních prací a materiálů daří i netra-

dičním oborům, jako je oblast hudebních nástrojů. Tento sektor zažívá v posledních letech velmi dobré období. Italští distributoři nakupují především u zahraničních výrobců. Nejen z tohoto důvodu ho považuje CzechTrade za opravdu perspektivní.

Ve Španělsku patří mezi perspektivní obory vodohospodářství, strojírenství, biopotraviny či inovativní technologie a nanomateriály. Uspěť lze v této zemi

i v energetickém průmyslu, což může potvrdit například česká firma C&F Manufacturing, která je v současnosti dodavatelem španělské společnosti Siemens Gamesa Electric. Zakázku na kovové skříňe pro elektrické rozvaděče získala za pomoci zahraniční kanceláře CzechTradu v Madridu.

V jižní Evropě a na Balkáně je pro tuzezemské exportéry velký prostor pro uplatnění zejména v oborech dopravní infrastruktury, energetiky nebo i v sektoru sportovního vybavení. „Chorvati mají stále větší zájem o rekreační sporty a příležitosti jsou i v rámci cestovního ruchu,“ říká Alen Novosad ze zahraniční kanceláře CzechTradu v Záhřebu.

Na jihu a jihovýchodě Evropy se daří také stavebnictví. V tomto oboru uspěla v Rumunsku česká firma Bemeta Design, která za asistence zahraniční kanceláře CzechTradu v Bukurešti navázala spolupráci s rumunským partnerem a následně realizovala projekty vybavení hotelového komplexu Double Tree by Hilton ve městě Ploješť a hotelu Ramada v Bukurešti.

„Nyní firma Bemeta Design úspěšně pokračuje v expanzi na rumunském trhu. Tento pozitivní vývoj je dán marketingovou strategií společnosti a kompaktností celého týmu jejích pracovníků. V důsledku to znamená absolutní flexibilitu směrem k obchodním partnerům a koncovým zákazníkům. Důvěra v práci agentury CzechTrade je pak jen dalším příkladem profesionality této společnosti při její postupné expanzi na zahraniční trhy,“ říká Michal Holub ze zahraniční kanceláře CzechTradu v Bukurešti.

Na Blízkém východě chtějí stavět chytrá města i elektrárny

Mezi zajímavé a perspektivní obory na Blízkém východě rozhodně patří stavebnictví a energetika. „Kromě toho je ve Spojených arabských emirátech zájem také o inteligentní řešení pro projekty smart home, smart building a smart city,“ popisuje situaci Michal Nedělka z dubajské zahraniční kanceláře CzechTradu.

„V Egyptě naproti tomu plánují stavět elektrárny, pro které jsou potřeba do-

dávky nejrůznějších komponentů, jako jsou turbíny, transformátory či izolátory. Ve stavebnictví má Egypt naplánované velké projekty, včetně nového hlavního města,“ říká zástupce CzechTradu v Káhiře Pavel Kalina.

Vladislav Polách z turecké zahraniční kanceláře CzechTradu upozorňuje, že také v Turecku se zaměřují na rozvoj energetického sektoru: „Cílem vlády je získávat energii z domácích zdrojů, například spalováním biomasy, a zvýšit podíl energie z obnovitelných zdrojů.“

Jeden z největších trhů světa poptává environmentální technologie

Z asijských zemí nabízí širokou škálu příležitostí pro české exportéry například čínský trh. „V oboru designu a spotřebního či luxusního zboží patří Čína mezi největší trhy na světě a početná střední třída s rostoucími disponibilními příjmy vytváří pro evropské zboží, které je zde vnímáno jako kvalitnější a spolehlivější, mnoho obchodních příležitostí,“ přibližuje situaci ředitel regionálního centra agentury CzechTrade v Kantonu Aleš Červinka.

Mimo to je Čína také nejdynamičtější se rozvíjejícím trhem potravinářského průmyslu na světě a díky postupnému otevírání vzdušného prostoru je v zemi na vzestupu i obor letectví. Zájem je rovněž o environmentální technologie.

Přestože je čínský trh náročný, díky správně zvolené exportní strategii se na něj ve spolupráci s CzechTradem v Pekingu podařilo proniknout například

české firmě Lanex. Ta vyváží produkty technického textilu. „Firma dlouhodobě spolupracuje s agenturou CzechTrade především formou účasti na komerčních akcích v Číně. Již počtvrté se zúčastnila české expozice na sportovním veletrhu v Pekingu. Prezentace pod hlavičkou České republiky společnosti pomáhá při propagaci výrobků na čínském trhu i v navazování nových obchodních styků,“ dodává konzultant agentury CzechTrade Václav Štika.

V jižním a jihovýchodním regionu Asie pak mezi perspektivní obory patří strojírenství, doprava, vodní a odpadové hospodářství i obranný průmysl a zdravotnické potřeby.

„Právě se zdravotnickou technikou prorazila v Indii za asistence zahraniční kanceláře CzechTradu v Mumbáí společnost ComAp Indie vyrábějící jednodemovové stimulatory,“ říká Adriana Dohnalová z CzechTradu.

V zemích Latinské Ameriky se dá uspět i s luxusním zbožím

I latinskoamerické země nabízejí širokou škálu zajímavých oborů s příležitostmi k uplatnění českých exportérů. Kupříkladu v Chile se očekává oživení investic do těžebního průmyslu, a to především do těžby a zpracování mědi, lithia a molybdenu. „Šance se tak otevírají pro dodavatele třídiček, drtiček, pásových přepravníků, ale třeba i pneumatického nářadí,“ přibližuje Josef Kunický ze zahraniční kanceláře CzechTradu v Chile.

Kromě těžebního průmyslu je však na tamním trhu zájem i o české sklo, které do Chile dodává firma Crystalex CZ. Její zástupci navštěvují zemi jednou ročně a vždy ve spolupráci s pracovníky CzechTradu jednájí s odběratelem.

V Mexiku a Kolumbii je zajímavý například obor letectví. Uspět na mexickém trhu se však dá i s luxusním zbožím, což potvrzují exportní úspěchy firmy Strunal Schönbach, vyrábějící hudební nástroje, či společnosti Bohemia Jihlava, produkuje sklářské výrobky. Zahraniční kancelář CzechTrade Mexico City pomáhala firmám mimo jiné s hledáním obchodních partnerů.

Exportní příležitosti

CzechTrade zpracovává exportní příležitosti ze zahraničí a organizuje Sourcing Days – setkání českých firem s nákupčími zahraničních firem. Exkluzivními zdroji exportních příležitostí jsou zahraniční kanceláře CzechTradu, obchodně ekonomické úseky ZÚ ČR v zahraničí či zahraniční diplomatické mise v Česku. Dalším zdrojem je on-line formulář Czech Business Partner Search na cizojazyčném webu CzechTradu.

V PERU VSAĎTE NA OSOBNÍ VZTAHY A MARKETING

Peruánská vláda chce přilákat investice do těžby kovů či akvakultury. Očekává se, že ekonomika země poroste nejrychleji v Jižní Americe. Toho mohou využít české firmy.

Marcela Havlová
vedoucí oddělení PR a komunikace,
CzechTrade
marcela.havlova@czechtrade.cz

Přírodní katastrofa a politické skandály peruánskou ekonomiku přibrzdily, ale nezastavily. Její aktuální růst i liberální prostředí nabízejí novou šanci českým exportérům, říká velvyslanec ČR v Peru Pavel Bechný.

Peru je liberální ekonomikou. Mají zde čeští vývozcí větší šanci než například v Brazílii či Argentině?

Samozřejmě. Peruánská ekonomika se vyznačuje vysokým stupněm otevřenosti vůči vnějšímu světu. Dovození i vývozní režimy jsou liberalizovány, vláda podporuje zahraniční investice a stát oficiálně neklade žádné překážky rozvoji zahraničního obchodu. Finanční systém je stabilní a obchodním transakcím nebrání žádná omezení. Dovoz českého zboží do Peru se řídí mnohostrannou obchodní dohodou mezi EU a Peru, která vytváří rámec pro další nárůst obchodní výměny mezi našimi zeměmi.

Jde o jednu z nejrychleji rostoucích ekonomik v Jižní Americe...

Země skutečně zůstává lídrem v Latinské Americe co do růstu HDP. Ekonomika si udržuje dynamický trend, stoupá průmyslová poptávka, snižuje se chudoba a zároveň roste střední třída. Všechno pak společně vytváří příznivé podmínky k tomu, aby se v Peru uplatnily zahraniční produkty a investice, a to i z Česka. Země aktuálně patří k vážným kandidátům na členství v OECD.

Hospodářský růst nicméně zpomalily nedávná přírodní katastrofa – dra-

matické povodně – a skandály vlády a bývalého prezidenta Kuczynského.

Jaká je nyní předpověď růstu HDP?

Tyto události peruánskou ekonomiku opravdu trochu přibrzdily. V roce 2017 dosáhl růst HDP jen 2,5 procenta. Letošní rok ale přináší nové pozitivní signály. V prvním čtvrtletí vzrostla peruánská ekonomika o 3,2 procenta, v dubnu a květnu více než o čtyři. Predikce růstu HDP pro rok 2018 je 3,6 procenta a pro rok 2019 dokonce 4,3 procenta. V rámci Jižní Ameriky se očekává, že Peru spolu s Bolívií poroste nejrychleji. Inlace v Peru bude po Ekvádoru, který má dolarizovanou ekonomiku, druhá nejnižší, na úrovni dvou procent.

Nová tamní vláda chce oživit investice a hospodářství. Jak?

Nová vláda chce co nejrychleji odblokovat velké zahájené projekty, jejichž realizace ustrnula v souvislosti s korupčními skandály, složitými systémy kontrol a zdoluhavým získáváním pozemků. Vytkla si za cíl zmodernizovat dopravní infrastrukturu a zrychlit probíhající rekonstrukci země po loňských povodních. Kvalitní infrastruktura (silnice, železnice a přístavy) zvýší atraktivitu Peru v očích zahraničních investorů. Začne se veřejnými investicemi, na které pak navážou soukromé projekty.

Vláda chce přilákat investice také do dosud opomíjených sektorů, jako jsou akvakultura a lesní hospodářství. Jedná se o perspektivní oblasti, kde české firmy mají zkušenosti a mohou nabídnout inovativní technologie i odborné služby.

Potřebuje Peru nějaké další reformy?

Peru má zavedené instituce a legislativa přesně upravuje práva a povinnosti podniků. Některé zákony jsou ale natolik složité, například v oblasti veřejných zakázek, že mnohé instituce se i přes dostatek peněz zdráhají prosazovat projekty, které by mohly zlepšit životní podmínky obyvatel. V regionech chybí kvalifikovaní pracovníci, prioritou by tedy mělo být efektivnější formování lidských zdrojů. Pracovní legislativa, která je k zaměstnancům benevolentní a dává jim velká práva na úkor zaměstnavatelů, by také snesla reformu. Peru by mělo co nejdříve přistoupit k redukci šedé ekonomiky, ve které se pohybuje až 73 procent obyvatel. Ti neodvádějí daně, neplatí sociální a zdravotní pojištění, což znamená nejistotou budoucnost. Odrazují je registrace na daňovém úřadu a složitost systému daňových prohlášení. Pokud nejsou firmy formálně zaregistrovány, stát na ně nedosáhne a stojí mimo jakoukoliv kontrolu. Rovněž fiskální situace vyžaduje korekce, zejména směrem ke zefektivnění výběru daní a zamezení daňovým únikům. Prioritním úkolem vlády by měl zůstat boj s korupcí.

Vzájemný obchod mezi Peru a Českem donedávna rostl. Jaká je situace dnes?

Mohu potvrdit, že pozitivní trend pokračuje. V roce 2017 vzrostl český vývoz do Peru o 12 procent. Zlepšení v posledním roce bylo i přes ekonomický útlum v Peru dáno zejména zvýšenou poptávkou po strojích,



FOTO: CZECHTRADE

nářadí a stavebním materiálu v souvislosti s rekonstrukcí po přírodní katastrofě.

O které výrobky mají Peruánci zájem?

Celkem 36 procent hodnoty českého vývozu do Peru tvoří stroje a dopravní prostředky. Dalšími významnými vývozními komoditami jsou průmyslová zařízení, telekomunikační technika, plastové trubky, hadice a další příslušenství, železné konstrukce, netkané textilie, cihly a dlaždice, měřicí a kontrolní přístroje, ruční nástroje s elektrickým motorem nebo výživa pro domácí zvířata.

České produkty jsou vnímány pozitivně, v některých sektorech je možné opřít se o dobrou pověst dřívějších československých dodávek, což platí například v energetice a obraně. V každém případě je ale potřeba investovat do budování osobních vztahů a marketingu.

Pavel Bechný

velvyslanec České republiky v Peru

Vystudoval fakultu mezinárodních vztahů a mezinárodního práva na Ukrajině. Pracoval jako konzul na velvyslanectví ČR v Uruguayi a Chile a jako rada na velvyslanectvích ve Venezuele, Mexiku, Kostarice a Peru. V roce 2012 získal Záslužný kříž ministra obrany České republiky III. stupně. Mluví španělsky, anglicky a rusky. Rád cestuje, hraje tenis a basketbal.

Rozšířená verze rozhovoru a video velvyslance Bechného:



Co další klíčová odvětví?

Peruánské stavebnictví po určitém útlumu v roce 2018 opět roste. Kromě infrastruktury se staví v Limě a ve větších městech rezidenční nemovitosti, kancelářské budovy nebo hotely. Peruánci tak projevují rostoucí zájem o stavební materiál a stroje z Česka. V regionech mimo Limu je významný zemědělský sektor, který je orientován proexportně. Pro Peru by ale bylo výhodnější namísto surovin vyvážet produkty s vyšším stupněm zpracování. Ke zvýšení přidané hodnoty exportních komodit a posílení exportních příjmů je nyní dobré zavádění moderních technologií včetně biotechnologií, což také vytváří příležitosti pro české exportéry. V Peru je potenciálně zájem například o české dávkovací, balicí a etiketovací stroje a chladicí techniku.

Země je proslulá také svým mimořádným nerostným bohatstvím. Je i tady příležitost pro české dodavatele důlní techniky a technologií?

Důlní průmysl má v peruánské ekonomice stěžejní postavení. Podílí se 17,6 procenta na HDP a 58 procenty na celkovém exportu. Peru je významným světovým hráčem, pokud jde o produkci kovů, zejména mědi. Disponuje ale také zlatem, zinkem, cínem a olovem, přičemž převažují povrchové doly. V oblasti těžby kovů se chystají pro období 2017–2021 velké projekty v předpokládané celkové hodnotě 14 miliard dolarů. Po letošním obnovení dynamiky investic v těžebním průmyslu by k dalšímu vrcholu investic do důlního průmyslu mělo dojít v roce 2019. To vše znamená, že šance pro dodávky české dobývací techniky do Peru jsou reálné a mají vcelku jasnou perspektivu.

Mluvil jste o loňském nárůstu exportu. Už znáte i letošní čísla?

V prvních pěti měsících vzrostl český export do Peru téměř o 51 procent. Doufám, že tento trend bude pokračovat po zbytek roku, pak by se český export do Peru mohl letos přehoupnout přes 50 milionů USD. České podniky by se neměly bát prosazovat na perspektivních trzích, i přes jeho geografickou vzdálenost.

KOMUNIKACE S ÚŘADY BUDE JEDNODUŠŠÍ

EU za velkého přispění Česka představila nové nařízení, kterým odstartuje internetový rozcestník poskytující přístup k informacím, on-line postupům a asistenčním službám.

Marek Vondřich
odbor evropských záležitostí
a vnitřního trhu, MPO
vondrich@mipo.cz



FOTO: SHUTTERSTOCK

Zvažujete vstup na trh jiného členského státu Evropské unie, ale vyhledáváním informací o různých formalitách ztratíte tolik času a peněz, že znovu a znovu pochybujete, zda vám ta snaha vůbec za to stojí. Když už se ale probijete pracným získáváním informací, které velmi často nejsou na jednom místě, natož aby byly v jazyce, jemuž rozumíte, čeká vás další překážka: úřad. Řadu povinností můžete totiž splnit pouze osobní návštěvou dané instituce, což v případě zahraničního úřadu představuje další nákla-

dy, přičemž ne vždy jste schopni vyřídit vše během jedné schůzky. Zároveň je pravděpodobné, že při těchto činnostech narazíte na problém, se kterým si nebudete vědět rady. Nalézt pak službu, jež vám v takovém případě pomůže, může být obtížné. Evropská komise se spolu se všemi členskými státy rozhodla tento stav zlepšit, a usnadnit tak podnikatelům i občanům Evropské unie pohyb napříč unií. Podnikatelé a občané tak budou moci vyřídit řadu formalit z pohodlí svých domovů či kanceláří. Změnu přináší nařízení o Jednotné digitální bráně.

Principem nařízení je zřídit internetový rozcestník, Jednotnou digitální bránu, která uživatelům poskytne přístup k informacím, postupům a k asistenčním službám. Co si však konkrétně představit pod zmiňovanými informacemi, postupy a asistenčními službami, na nichž se Evropská komise společně s Evropským parlamentem a Radou EU dohodly a které budou součástí Jednotné digitální brány? Obecně jde o oblasti, které jsou pro podnikatele a občany Evropské unie nejvýznamnější při jejich pohybu napříč unií.

Je třeba znát svá práva a povinnosti

První změnou, kterou Brána přináší, je dostupnost a kvalita informací. Podnikatelé totiž pravidelně vynakládají mnoho času, úsilí a financí na zjištění pravidel a omezení, jakými jsou například požadavky na výrobky, daně či jiné registrace, které se vztahují na výrobky a služby v jiných členských státech. Podobně jsou na tom ovšem také občané, kteří se stěhují do jiné členské země Evropské unie s cílem zde žít, pracovat či studovat.

Tito občané obvykle dlouze hledají potřebné informace o svých právech a povinnostech, jakými jsou například registrace pobytu, účast v místních volbách a volbách

unie je však pouze jednou z novinek, které má Brána za cíl přinést unijním občanům a podnikatelům. Druhou z nich je povinnost poskytovat vybrané elektronické postupy či procedury, které byly zvoleny občany a podnikateli jako nejdůležitější na základě četnosti jejich použití, s cílem zásadně snížit administrativní zátěž. Mezi procedury důležité pro občany patří například registrace motorového vozidla, změna adresy či žádost o důchod a dávky předčasného důchodu z povinných systémů. Vedle toho je řada procedur, které jsou zásadní pro podnikatele a mezi něž patří kupříkladu registrace zaměstnavatele a zaměstnanců do důchodového systému a systému

stát v souladu s principem nediskriminace zpřístupnit tuto proceduru i zahraničním uživatelům. Samozřejmostí pak bude, že tyto procedury budou poskytovány nejen v určité kvalitě, ale také v cizím jazyce.

Třetí a poslední novinkou, kterou návrh nařízení přináší, je zařazení asistenčních služeb do Jednotné digitální brány tak, aby byly lépe dostupné občanům a podnikatelům a mohly jim pomoci při obtížích, se kterými se setkávají na vnitřním trhu Evropské unie. Mezi tyto služby patří mimo jiné jednotná kontaktní místa a kontaktní místa pro výrobky či služba SOLVIT.

Česko bylo zakladatelem myšlenky Jednotné digitální brány

Podobně jako při kontrole kvality budou členské státy a Evropská komise spolupracovat i v případě nákladů na elektronizaci a na překlady, přičemž například digitalizace jednotlivých úkonů může být pokryta prostředky z Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF). Pro představu, země, které mají nejméně digitalizovaných postupů, vynaloží podle odhadů komise na elektronizaci postupů 6,6 milionu eur, což činí v závislosti na jednotlivých zemích částku mezi dvěma a čtyřmi procenty prostředků ESIF v období 2014–2020, které byly přiděleny na eGovernment. Vedle toho budou překlady samotné do určité výše zajišťovány i financovány Evropskou komisí, čímž budou náklady pro členské státy na soulad s tímto nařízením sníženy na minimální možnou částku.

Některé členské státy jsou v otázce elektronizace státní správy velmi aktivní, jiné méně. Bylo to ale právě Česko, kdo společně s dalšími šesti unijními zeměmi stál na podzim roku 2016 za výzvou Evropské komisi, jejíž podstatná část se stala základem pro dnešní podobu Brány. Jednotná digitální brána však nemá za cíl znehodnotit práci a finance, které členské státy již vynaložily na digitalizaci, tím, že by je nutila aplikovat pouze jedno IT řešení. Řešení členských států, která již vyvinuly nebo vyvíjejí, mohou být rozdílná, ovšem musí plnit požadavky dané tímto nařízením. Brána totiž bude sloužit jako portál, který bude odkazovat na národní stránky, jejichž podobu budou mít v rukou členské státy.

Česko s dalšími šesti unijními zeměmi stálo v roce 2016 za výzvou Evropské komisi, jejíž podstatná část se stala základem pro dnešní podobu Brány.

do Evropského parlamentu, založení podnikání, uznání kvalifikace, registrace vozidla a mnoho dalších. Zároveň spotřebitelé, kteří se sice nestěhují do jiné členské země, ale využívají i tak výhod vnitřního trhu, zvláště při nakupování po internetu, potřebují znát svá práva a možnosti, jak je využít.

V mnoha případech jsou již tyto informace na internetu dostupné. Nacházejí se však na různých místech v různé kvalitě a často také pouze v národních jazycích daného státu, což může být pro přeshraniční uživatele velmi nepraktické. Jednotná digitální brána má za cíl zjednodušit přístup občanů a podnikatelů k těmto informacím.

Docílí toho shromážděním odkazů na národní stránky věnující se jednotlivým oblastem informací, které budou ve vysoké kvalitě a také v cizím jazyce dostupné zároveň přeshraničním i domácím uživatelům. Za dostupnost a kvalitu takových informací budou odpovědné členské státy. Neméně důležitá role připadá i Evropské komisi, která bude odpovědná za zveřejnění kvalitních informací o pravidlech, která vyplývají z harmonizované unijní legislativy.

Žádání o důchod bude snazší

Povinné poskytování aktuálních a kvalitních informací v dalším jazyce Evropské

pojištění, oznámení určené systému sociálního zabezpečení o ukončení smlouvy se zaměstnancem či úhrada příspěvků na sociální zabezpečení za zaměstnance.

Podobně jako u informací jsou i tyto procedury dostupné napříč jednotlivými členskými státy EU v různé kvalitě a otevřenosti vůči přeshraničním uživatelům. V některých případech může zájemce vykonat některou z výše zmíněných procedur elektronicky z pohodlí svého domova v jazyce, kterému rozumí. V jiných případech jsou sice tyto procedury elektronicky dostupné, jsou však omezené jazykem nebo některými národními formáty (je například možné zadat rodné nebo telefonní číslo pouze v národním formátu, zahraniční formáty nejsou povoleny). A v neposlední řadě jsou zde také případy, kdy daná procedura není elektronicky dostupná ani pro národní uživatele, natož pro ty přeshraniční.

Jednotná digitální brána má za cíl výše zmíněné změnit a sjednotit. Jednak stanoví jistý počet procedur, které bude nutné poskytovat elektronicky a v určité kvalitě. Dále v okamžiku, kdy členský stát poskytuje určitou proceduru elektronicky, ale z řady administrativních a technických důvodů je její použití omezeno pouze pro národní uživatele, bude muset daný členský

TÝM ČESKO: SPOLEČNÁ PODPORA FIRMÁM

Šest státních institucí, které podporují české podnikatele, ve spolupráci s ministerstvem průmyslu a obchodu vytvořilo společný Tým Česko.

Zuzana Synková
ředitelka odboru marketingu
a analýz, CzechTrade
zuzana.synkova@czechtrade.cz

Stát může českým firmám efektivně pomoci, ať už jde o začínající podnikatele, nebo zkušené exportéry. Nabídka služeb a nástrojů pomoci ze strany státu je sice široká, ale z pohledu firem může být komplikované se v ní vyznat, což také čas od času kritizují zástupci podnikatelských reprezentací. Tento stav chce změnit a pomoci hlavně malým a středním podnikům idea, která spojuje a propojuje služby poskytované jednotlivými státními subjekty tak, aby je firmy byly schopny lépe, rychleji a s daleko větším efektem využít.

Šest institucí – CzechTrade, CzechInvest, Česká exportní banka, Českomoravská záruční a rozvojová banka, Exportní garanční a pojišťovací společnost a Technologická agentura ČR – spojilo své síly a iniciovalo vznik Týmu Česko. Partnerem projektu je ministerstvo průmyslu a obchodu a také oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz.

V praxi bude Tým Česko kvalifikovaně provázet podnikatele všemi fázemi života firmy, od nápadu a ideového záměru přes rozvoj a výzkum až po etablování se na zahraničních trzích a s tím související financování a pojištění. Samozřejmostí je, že takováto podpora bude poskytována ve všech regionech Česka, firmě přitom bude stačit obrátit se na kterýkoliv ze subjektů a ten jí dokáže zodpovědět základní informace o nabídce ostatních partnerů Týmu Česko. Důležité je, aby nabídka byla pro podnikatele srozumitelná, proto jsou

Co Tým Česko umožní tuzemským podnikatelům?

1. Nalézt informace pro podporu podnikatelského zájmu a nápadu.
2. Zjistit, jak podpořit rozvoj v Česku a expanzi na zahraniční trhy.
3. Lépe se orientovat v podmínkách pro podnikání a export.
4. Inspirovat se zkušenostmi jiných úspěšných firem.
5. Orientovat se ve službách jednotlivých organizací a v možnostech jejich propojení.
6. Získat přístup k exportním příležitostem a kontaktům v zahraničí.
7. Zvýšit vlastní konkurenceschopnost díky lepší informovanosti a s využitím nabízených služeb státních organizací.
8. Ušetřit čas a finance díky přehledné a ucelené nabídce služeb na podporu podnikání, inovací a exportu.

Informace o Týmu Česko jsou dostupné na www.tym-cesko.cz.

služby a hlavně jejich možná provázanost demonstrovány na konkrétních příkladech firem a na podnikatelském cyklu.

„To, že šest státních institucí spolu takto otevřeně komunikuje a má společný zájem usnadnit firmám život, beru jako velké plus. A taktéž si velmi cením podpory našeho nápadu ze strany ministerstva průmyslu a obchodu a partnerských organizací zastupujících české podnikatele. Pro CzechTrade vidím největší přínos v tom, že se díky Týmu Česko dostaneme do kontaktu s inovativními a vysoce perspektivními firmami, které mají velkou šanci uspět v zahraničí, a agentura jim v této jejich cestě ráda otevře dveře a pomůže,“ uvádí generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal.

Poprvé se Tým Česko představil podnikatelské veřejnosti na konferenci s názvem Sdílená podpora podnikání, která se konala letos 31. května v Praze. Další příležitost bude v rámci Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně, kde se pořádá obdobná konference zaměřená na praktickou ukázkou pomoci firmám. Zároveň se v rámci týmu intenzivně pracuje na vytvoření sofistikovaného on-line nástroje, který umožní podnikatelům jednoduché vyhledávání v rozsáhlé nabídce služeb reflektující jednotlivé fáze podnikatelského cyklu.

Inspirací pro vznik Týmu Česko bylo úspěšné fungování obdobných týmů například ve skandinávských a v některých dalších ekonomicky vyspělých zemích. Do budoucna není vyloučeno zapojení dalších partnerských organizací.

TÝM ČESKO

OD INOVATIVNÍ MYŠLENKY NA GLOBÁLNÍ TRH

KOMERCIALIZACE



Podporuje export všech českých firem včetně malých a středních podniků na těžko dostupné trhy. Poskytuje firmám know-how o zahraničních trzích.

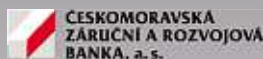


Pojišťuje české exportéry všech velikostí a zejména do zemí, které jsou pro komerční pojišťovny příliš rizikové.



Asistuje českým firmám při vstupu a rozvoji na zahraničních trzích díky síti 51 zahraničních kanceláří. Mapuje příležitosti na zahraničních trzích a pomáhá navázat konkrétní obchodní vztahy.

PODPORA EXPORTU



Podporuje prostřednictvím zvýhodněných finančních produktů rozvoj malého a středního podnikání, infrastruktury a dalších sektorů ekonomiky vyžadujících veřejnou podporu.

PROJEKT



Zajišťuje podporu výzkumu, vývoje a inovací, která reaguje na nové příležitosti trhu a potřeby společnosti. Pomáhá navazovat partnerství mezi výzkumnou a komerční sférou s vysokou synergií.

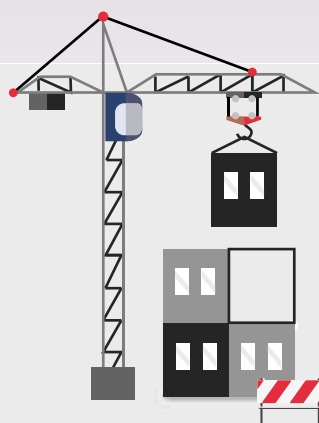


Láká zahraniční investory, propojuje firmy a start-upy s klíčovými partnery v České republice i zahraničí, mentoruje je, rozvíjí a pomáhá získávat finanční podporu z národních i evropských zdrojů.

EXPANZE

NÁPAD

INOVACE



ČESKÉ TOP OBORY SE PŘEDSTAVUJÍ VE SVĚTĚ

To nejlepší, díky čemu získaly české firmy uznání ve světě, může pomoci uspět i dalším vývozcům. CzechTrade prezentuje zahraničním partnerům úspěšné obory.

Zuzana Synková
ředitelka odboru marketingu
a analýz, CzechTrade
zuzana.synkova@czechtrade.cz

Druhým rokem prezentuje CzechTrade v zahraničí pečlivě vybrané obory, v nichž se českým výrobcům výrazně daří i na mezinárodní scéně. Ne vždy se přitom zaměřuje na největší průmyslová odvětví, ale vyhledává spíše obory, které jsou výjimečné a dokázaly se už ve světě prosadit díky unikátní výrobě, patentům, řemeslné tradici nebo třeba designu. Takové obory vzbudí u zahraničních partnerů patřičný zájem a otevrou dveře i dalším českým výrobcům.

Nejde o katalog v pravém slova smyslu, obsahující strohý výčet firem, ale jde spíše o průvodce oborem a prezentaci toho nejlepšího a nejzajímavějšího, navíc v atraktivní podobě. Katalogy vznikají v úzké spolupráci CzechTrade s odbornými asociacemi či svazy a samozřejmě i s konkrétními podniky, které jsou v materiálech prezentovány.

Protože jsou katalogy určeny primárně pro prezentaci v zahraničí, jsou zhotoveny v angličtině a v řešení jsou i další jazykové mutace. Distribuci zajišťují zahraniční kanceláře CzechTrade a katalogy předávají zahraničním partnerům během osobních jednání a na akcích, jako jsou veletrhy, výstavy a B2B setkání. Samozřejmostí je i on-line verze každého katalogu. Doposud bylo zpracováno pět oborových katalogů – Nanotechnology, Glass and Porcelain, Medical Equipment, Electronics a Czech Aviation.

O tyto katalogy je velký zájem. Například v Číně má velké renomé české sklo, jak potvrzuje Aleš Červinka, ředitel regionálního centra CzechTrade pro Čínu: „Na tamním trhu se zvyšuje zájem o dovoz spotřebního



Oborové katalogy CzechTrade. FOTO: CZECHTRADE

zboží z Evropy, což se samozřejmě týká i výrobků ze skla. Všechno, co pomůže tradiční i inovativní výrobky českého sklářského průmyslu, ale také porcelánu zviditelnit, pochopitelně vítáme a co nejdříve připravíme katalog Glass and Porcelain v čínštině.“

Zatím posledním katalogem, který vznikl, je katalog českého letectví. Je mimořádný svým rozsahem sto stran, větším formátem a dále pak tím, že byl vydán ke stému výročí výroby letadel v naší zemi. Katalog Czech Aviation, který pravidelně vydává Letecká amatérská asociace ČR, dostal díky spolupráci s CzechTradem letos novou grafickou podobu. Poprvé byl představen na letošním veletrhu Aero Friedrichshafen, kde mělo Česko velkou expozici. Zaujal i na Mezinárodním le-

teckém salonu Farnborough, konaném v červenci 2018 ve Velké Británii, kde byl prezentován Asociací leteckých výrobců.

„Katalog Czech Aviation rozhodně využijeme na všech zastoupeních CzechTrade v zemích Latinské Ameriky při hledání nových odběratelů pro české výrobce. Je to přesně to, co potřebujeme dát nákupčím do ruky a ukázat, že Česko v oboru letectví opravdu patří ke světové špičce a má co nabídnout. Kromě angličtiny zvažujeme i španělskou verzi katalogu,“ uvádí Emil Ulrych, ředitel regionálního centra CzechTrade pro Latinskou Ameriku.

Dalšími obory, které se aktuálně zpracovávají rovněž v součinnosti s asociacemi, jsou hračky, vodohospodářství a hudební nástroje.

JAK POSTUPOVAT NA TRZÍCH LATINSKÉ AMERIKY?

Již 30 obchodních případů čítá spolupráce firmy Micos s CzechTradem a především s jeho zahraničními kanceláři. Nejnovější zkušeností je Latinská Amerika.

Marta Stolařová
exportní konzultantka, CzechTrade
marta.stolarova@czechtrade.cz

Micos je prostějovská firma s více než pětadvacetiletou tradicí, působí v oborech výpočetní a telekomunikační techniky a poskytování softwarových služeb na domácím trhu i v zahraničí. Klíčová divize Micos Telcom je výrobcem pasivních prvků pro optické sítě, jako jsou venkovní i vnitřní rozvaděče nebo serverové skříně. Zákazníci jsou telekomunikační operátoři, poskytovatelé internetu, integrátoři optických sítí anebo distributoři pasivních optických produktů. Micos jim pomáhá budovat kvalitní optickou síť a tak zajistit koncovým zákazníkům kvalitní internetové připojení.

„Vizi naší společnosti je být světovou firmou, což se dnes už stává realitou. Dodáváme produkty do většiny zemí Evropské unie, do Spojených arabských emirátů, Jižní Afriky a třeba i na ostrovy Svatý Martin a Svatý Bartoloměj v Karibiku. Právě kvůli Karibiku jsme se rozhodli zaměřit se na země Latinské Ameriky. Proto jsme také kontaktovali agenturu CzechTrade s požadavkem na vyhledání kontaktů a jejich následné oslovení,“ vysvětluje Jiří Novák, manažer mezinárodních obchodních vztahů z divize Micos Telcom. Na latinskoamerickém kontinentu se soustředili na Mexiko, Kolumbii, Peru, Ekvádor a Chile. „Díky skvělé komunikaci s CzechTradem a jednotlivými zástupci v daných zemích se nám podařilo zorganizovat jednorázovou služební cestu, v jejímž průběhu jsme navštívili všechny zmíněné země a intenzivně jednali s kontaktními osobami ve firmách, které pro nás zahraniční kanceláře vyhle-

daly,“ říká manažer s tím, že momentálně jsou ve fázi komunikace, zasílání vzorků a také plánují další návštěvu u konkrétních firem, které opravdu projevily zájem. „Opravdu říkám proto, že někteří se tváří, jako by zájem měli, ale ve skutečnosti z vás jen chtějí dostat informace o cenách a zpomalit váš vstup na trh. Takže my si příštího partnera či zákazníka velmi pečlivě vybíráme,“ dává Jiří Novák k dobru vlastní zkušenost z obchodních jednání v zámoří.

Latinská Amerika má podle něj velký potenciál – jsou to skutečně významné trhy, takže je prostor pro jakoukoliv šikovnou českou firmu se v těchto zemích etablovat.



FOTO: MICOS

Asistence CzechTradu pro firmu Micos v Latinské Americe byla koncipována v novém modelu – šlo o soubornou zakázku realizovanou souběžně ve všech pěti zmíněných zemích. „V tomto regionu působí CzechTrade historicky v Mexiku, Kolumbii, Peru, Chile a Brazílii, nově od léta též v Argentíně, a tyto zahraniční kanceláře jsou schopny firmám pomoci také v menších, ale obchodně zajímavých zemích – v Ekvádoru, Panamě, Kostarice, Bolívii nebo Uruguayi a Paraguayi,“ připomíná vedoucí latinskoamerického regionálního centra agentury Emil Ulrych.

Latinská Amerika je díky své kulturní a obchodní provázanosti jeden velký otevřený trh se širokou poptávkou po kvalitním zboží s vyšší přidanou hodnotou. Existuje zde volný pohyb zboží a služeb v rámci Pacifické aliance nebo Andského společenství národů.

Nejen v telekomunikacích, ale i v dalších oborech najdete regionální firmy působící ve dvou nebo třech zemích najednou. Proto je dobré tuto část světa vnímat jako celek a také se na ni takto zaměřit. Díky týmové práci jednotlivých zahraničních kanceláří CzechTradu tak například zástupci Micosu mohli jednat s 24 obchodními partnery během deseti pracovních dní ve čtyřech zemích. Pro firmu to znamená zefektivnění a zrychlení vstupu na trh a ve finále díky jedné cestě přes oceán též ušetří vynaložené prostředky i čas svých zaměstnanců. Záleží jen na firmě, jakou kombinaci zemí si zvolí a jaký rozsah služeb si s pracovníky CzechTradu dojedná.



Účastníci 10. zasedání pracovní skupiny pro přístup Běloruska do WTO. foto: wto

BĚLORUSKO OŽIVILO JEDNÁNÍ O VSTUPU DO WTO

Po více než deseti letech se Bělorusko znovu pustilo do vstupních rozhovorů se Světovou obchodní organizací. Přístup ale komplikují některé sporné body.

Ondřej Uvíra
oddělení WTO, MPO
uvira@mpo.cz

Bělorusko zahájilo rozhovory o přístupu do Světové obchodní organizace (WTO) již před dvaceti pěti lety, dlouhou dobu však byl přístupový proces na bodu mrazu. Na konci roku 2016 dostala jednání nový impulz a v lednu 2017 proběhlo první zasedání pracovní skupiny pro přístup Běloruska do Světové obchodní organizace po dvacítilété pauze.

Zatím poslední, v pořadí již desáté zasedání se uskutečnilo v květnu 2018. Jednání proběhlo v konstruktivní atmosféře, ale protože do procesu vstupují i politické faktory, k přistoupení Běloruska do WTO pravděpodobně nedojde dříve než po následující ministerské konferenci Světové obchodní organizace v roce 2020.

Delegace Běloruska čítala několik desítek delegátů, což je na tento formát

schůzky nezvykle mnoho a ukazuje to odhodlání země v přístupovém procesu pokročit kupředu. Náměstek ministra zahraničí Andrej Jeudačenko ve svém úvodním vystoupení kromě odkazu na obnovu ekonomiky a zlepšující se podnikatelské klima zdůraznil, že Bělorusko je připraveno implementovat Dohodu o usnadňování obchodu ke dni vstupu do Světové obchodní organizace.

Pro české firmy obchodující s Běloruskem to bude znamenat významné snížení nákladů, které souvisejí s procedurami spojenými s přeshraničním pohybem zboží.

Před integrací je ještě třeba vyřešit několik sporných bodů

Oproti zaběhlým zvyklostem se Bělorusko již v přístupovém procesu stalo pozorovatelem ve výboru WTO pro vládní zakázky s tím, že zvažuje přístup k Dohodě o vládních zakázkách. Případné otevření běloruského trhu s vládními zakázkami zahraničním subjektům by znamenalo nové příležitosti i pro české firmy.

Cesta Běloruska k závazným pravidlům světového obchodu se sice znovu rozběhla, ale mnoho politických problémů i obchodních překážek zůstává stále nevyřešeno. Zejména Spojené státy americké vyjadřují jisté pochybnosti a usilují o zakomponování zmínky o netržním statusu Běloruska (z důvodu aplikace amerických antidumpingových opatření) do textu Zprávy Pracovní skupiny.

S tím naopak nesouhlasí Rusko, Kazachstán, Čína i samotné Bělorusko. Problematikou je tradičně také otázka cen zemního plynu nebo oblast sanitárních a fyto-sanitárních opatření, která mohou být zneužita pro omezení obchodu se zemědělským zbožím.

Součástí návštěvy běloruské delegace v Ženevě bylo také bilaterální jednání s Evropskou unií. Úvodní části se navíc zúčastnilo i Rusko, a to z důvodu členství Běloruska v Eurasijské ekonomické unii. Rusko v rámci dialogu navrhlo propojení přístupového procesu Běloruska s procesy Srbska a Bosny a Hercegoviny.

Tento návrh však Evropská unie odmítla, protože si přeje, aby státy v pokročilém stadiu vstoupily do organizace co nejdříve. Například přístup Bosny a Hercegoviny je již téměř u konce (blokuje jej pouze Rusko), zatímco Srbsko nemá jednání uzavřené s USA ani EU (především kvůli zemědělství a zákazu geneticky modifikovaných potravin). Rychlejší přístup Bosny a Hercegoviny jistě ocení i čeští exportéři, kteří tam v roce 2017 vyvezli zboží za 3,5 miliardy korun.

Bilaterální jednání Běloruska s EU se oproti zvyklostem zúčastnilo i Rusko, protože Bělorusko je v Eurasijské ekonomické unii. Ruští zástupci zde navrhli propojení přístupového procesu Běloruska s přístupem Srbska a Bosny a Hercegoviny.

Česko požadovalo snížení nebo zrušení cel na uhlí či ropné produkty

EU s Běloruskem projednala především tamní vývozní cla a nedostatečné závazky k odstranění omezení pro obchod se službami. Česká republika má v přístupových jednáních rovněž své ekonomické zájmy. Prostřednictvím Evropské komise jsme uplatnili naše požadavky na snížení, respektive odstranění exportních cel na nejvíce dovážené komodity z Běloruska – paliva, oleje, hnojiva, dřevo, uhlí a dřevěné výrobky. Tyto požadavky byly ze strany Běloruska akceptovány. Stále nevyřešenou otázkou však zůstává náš zájem na zřízení poboček českých firem v Bělorusku za účelem poskytování služeb. Tento závazek totiž dosud běloruská nabídka neobsahuje.

Nicméně současný pozitivní přístup Běloruska dává jistou naději, že shoda na sporných bodech bude nakonec nalezena. V některých oblastech možná již do příštího jednání pracovní skupiny, které se uskuteční začátkem příštího roku.



V květnu se uskutečnilo zasedání Světové obchodní organizace, kde se řešilo přistoupení Běloruska do organizace. K němu pravděpodobně nedojde dříve než po roce 2020. Foto: wto

ZAHRAŇIČNÍ AKCE POD HLAVIČKOU CZECHTRADU

1.–3. 11. 2018

BIHE, Baku, Ázerbájdžán

Největší veletrh zdravotnické techniky v kavkazském regionu představí novinky a poslední vývoj z této oblasti průmyslu. Účast na akci je podpořena z projektu NOVUMM KET a je možné na ni čerpat podporu až do výše 90 000 Kč. Kontakt: Eva Novotná, tel.: 224 907 512, eva.novotna@czechtrade.cz.

6.–8. 11. 2018

Composites Europe, Stuttgart, Německo

13. ročník veletrhu pokrývá celý hodnotový řetězec kompozit od surovin přes zpracování až po hotový výrobek. Veletrh patří mezi největší svého druhu v Evropě. Účast na akci je podpořena z projektu NOVUMM KET a je možné na ni čerpat podporu do výše 90 000 Kč. Kontakt: Klára Vojtíšková, tel.: 224 907 402, klara.vojtiskova@czechtrade.cz.

13.–16. 11. 2018

Matelec, Madrid, Španělsko

Technologický veletrh je věnován automatizaci budov; průmyslové a elektronické kontrole; systémovým integrátorům telekomunikací a digitální domácnosti; osvětlení či smart city. Účast na akci je podpořena z projektu NOVUMM a je možné na ni čerpat podporu do výše 80 000 Kč. Kontakt: Michaela Řezníčková, tel.: 224 907 524, michaela.reznickova@czechtrade.cz.

21.–23. 11. 2018

Anufood China, Peking, Čína

Jedna z největších B2B akcí se zaměřením na potraviny a nápoje přináší příležitosti pro setkání s oborovými nákupčími nejen ze severní Číny, ale také z regionu severní Asie. Společná expozice s CzechTradem umožní prezentaci těm českým firmám, které neplánují samostatný stánek. Kontakt: Zuzana Jesenská, tel.: 702 213 109, zuzana.jesenska@czechtrade.cz.

26.–29. 11. 2018

ALL4PACK, Paříž, Francie

Unikátní mezinárodní veletrh v oblasti obalových a tiskařských technologií se pravidelně koná jednou za dva roky. Účast na akci je podpořena z projektu NOVUMM a je možné na ni čerpat podporu až do 80 000 Kč. Kontakt: Michaela Řezníčková, tel.: 224 907 524, michaela.reznickova@czechtrade.cz.

Přehled všech připravovaných akcí naleznete v kalendáři akcí na www.businessinfo.cz/ka

ČESKÉ OFICIÁLNÍ ÚČASTI NA VELETRZÍCH

14.–17. 10. 2018

International Industry Exhibition, Teherán, Írán

Jde o třetí národní výstavu v Teheránu. Hlavními obory jsou těžební stroje a zařízení, těžba a nerosty, kovy, výrobní linky a průmyslové vybavení, vysokorychlostní průmyslová automatizace, těžké a lehké dopravní prostředky, všechny druhy průmyslových náhradních dílů. Kontakt: Věra Fousková, tel.: 224 853 044, fouskovav@mpo.cz.

6.–8. 11. 2018

Mining Industry Expo, Kyjev, Ukrajina

Oficiální účast Česka na mezinárodním veletrhu se zaměřením na dobývací a těžební průmysl. Navrhovatelem je Česká dobývací technika – CDT. Veletrh v současné době patří k nejvýznamnějším oborovým veletrhům tohoto typu na Ukrajině. Vzhledem k tomu, že v dnešní době zůstává velká část průmyslově prokázaných ložisek nerozvinutá, napomáhá tak tento veletrh k využití potenciálu těchto oblastí. Veletrhu se zúčastnila řada předních firem v oblasti důlního průmyslu a zastoupena byla řada států nevyjímaje Českou republiku, Čínu, Německo, Polsko nebo Ukrajinu. V letošním roce se veletrhu zúčastní MPO již podruhé. Kontakt: Ing. Vlastimil Janecký, janecky@mpo.cz, tel.: 224 852 781.

13.–16. 11. 2018

Elmia Subcontractor, Jönköping, Švédsko

Oficiální účast Česka na mezinárodním veletrhu se zaměřením na slévárenský průmysl. Navrhovatelem je Svaz sléváren ČR. Mezinárodní veletrh představuje nejvýznamnější veletrh ve Skandinávii v oblasti strojírenských subdodávek. Tradičně se koná ve švédském Jönköpingu. Ročník 2017 navštívilo celkem 14 291 návštěvníků a zúčastnilo se jej 1167 firem z 29 zemí světa. Tohoto veletrhu se MPO zúčastní již potřetí. Kontakt: Věra Fousková, fouskovav@mpo.cz, tel.: 224 853 044.

27.–29. 11. 2018

SPS IPC Drives, Norimberk, Německo

Oficiální účast Česka na mezinárodním veletrhu se zaměřením na energetiku a elektrotechniku. Jedná se o kategorii „C“. Navrhovatelem je Elektrotechnická asociace ČR – ELA. Svoji jedinečnou koncepcí představuje veletrh kompletní průmyslovou automatizaci – od jednoduchých čidel až po inteligentní a digitální automatizační řešení. Kontakt: Ing. Vlastimil Janecký, janecky@mpo.cz, tel.: 224 852 781.

Více o programu MPO na podporu českých oficiálních účastí v zahraničí na www.mpo.cz.

NEJBLIŽŠÍ TERMÍNY EXPORTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ

26. 9. 2018

Praha: Obchodní příležitosti ve Skandinávii

Přemýšlíte, jak nejlépe exportovat do Skandinávie? Přijďte se podívat na teritoriální seminář, kde se dozvíte aktuální informace o skandinávském trhu, tipy na úspěšné oslovení potenciálního partnera, obchodní a kulturní zvyklosti země, oborové příležitosti pro české podnikatele ve Skandinávii a mnoho dalších zajímavých informací o daném trhu.

Cena: zdarma

2. 10. 2018

Brno: SAE, Turecko a Izrael – slibné trhy pro český export

Aktuální exportní příležitosti, jak a s čím v SAE, Turecku a Izraeli obchodovat; co by měl český exportér znát před vstupem na dané trhy; jak hledat obchodní partnery; jednání a účast na veletrzích či akcích; běžné chyby českých exportérů, individuální konzultace s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade.

Cena: zdarma

3. 10. 2018

Brno: Doing Business – Velká Británie a Nizozemsko

Víte, jaká je současná ekonomická situace ve Velké Británii a Nizozemsku? Které exportní příležitosti a výzvy se vám tam nabízí? Jak navázat a nepokazit obchodní partnerství? Jste opravdu na export dobře připraveni? Součástí akce jsou i individuální konzultace s přednášejícími.

Cena: zdarma

5. 10. 2018

Praha: Chorvatsko, Srbsko, Černá Hora, Bosna a Hercegovina, Slovinsko, Makedonie – exportní příležitosti

Zaměřeno na aktuální stav tamní ekonomiky a z něho vyplývající šance pro české firmy, perspektivní obory pro export, informace o obchodních příležitostech a podmínkách podnikání na trhu, možnosti podpory českých firem při exportu na tamní trhy.

Cena: zdarma

Podrobné informace o seminářích naleznete na www.exportnivzdelavani.cz

Logistika

MĚSÍČNÍK LOGISTIKA

Nová témata ze světa logistiky | Unikátní obsah
Rozhovory, reportáže, analýzy, tipy a rady



Více ze světa logistiky a předplatné na logistika.ihned.cz



VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

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

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

Na letadlech Bristell už trénují
i začínající piloti v Austrálii.
Milan Bříšťela, BRM AERO