

ČESKÝ EXPORTÉR

říjen 2018 • číslo 08

**Francie a země
Beneluxu na vážkách**
Ekonomiky všech zemí může
ovlivnit odchod Británie z EU

**O české zemědělské
stroje je zájem v Africe**
Do budoucna je tento
trh perspektivní

**Mezinárodní
strojírenský veletrh**
Brněnský veletrh
ve fotografiích



Francie a Benelux

Partneři magazínu:


CzechTrade


MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU



EXPORTUJTE SVŮJ ÚSPĚCH

ZÁZEMÍ SILNÉ MEZINÁRODNÍ SKUPINY SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Obchodujte v zahraničí s podporou našich expertů. Poradíme vám, jak ošetřit kurzová rizika a pomůžeme s investicemi do vývoje a výroby.



REÁLNÁ BANKA PRO REÁLNÝ ŽIVOT



4



14



20

TÉMA 4

Francie i země Beneluxu: důležití partneři Česka

ROZHOVOR 8

Ve Francii si dejte pozor na přísnou legislativu

ROZHOVOR 11

Benelux je vstupní branou na západní trhy

POHLED NA REGION 14

Zájem o Francii a Benelux u našich exportérů roste

NA CESTĚ 16

Ve Francii jednání často supluje brainstorming

KRÁTCE ZE SVĚTA 18

Regionální zprávy a novinky z Egypta, Velké Británie, Mexika, Itálie a Švédska

ODVĚTVÍ BYZNYSU 20

Zetor kvůli exportu rozšiřuje svou flotilu

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR 22

Dodržet dané slovo je pro export zásadní

INFORMAČNÍ SERVIS 24

Připravte se na export praktickými semináři

Spolek těžařů rozvíjí obchodní síť na Východě

Latinskoamerická energetika zažívá boom

Obchodní pravidla v zemědělství se sjednotí

Odpovědné dodavatelské řetězce v agrární výrobě

Brněnský Mezinárodní strojírenský veletrh

KALENDÁŘ AKCÍ 34

Zahraniční akce pod hlavičkou CzechTradu

České oficiální účasti na veletrzích

Nejbližší akce exportního vzdělávání

Vladimír Bártl
náměstek ministryně průmyslu a obchodu



Vážení čtenáři, těší mě, že vás mohu oslovit právě při vydání čísla Českého exportéra, které se věnuje Francii a zemím Beneluxu. K Francii mám velmi osobní vztah z doby mého působení ve funkci obchodního rady na Velvyslanectví ČR v Paříži. Každý, kdo měl možnost ve Francii chvíli žít, vám potvrdí, že k té směsi vůní, gastronomie, historie, kultury, nelze zůstat lhostejný. Hemingway nazval svůj pobyt v Paříži Pohyblivým svátkem, a přestože se váže k dějům téměř před sto lety, je to výstižný výraz.

Francie je tradičně naším významným obchodním partnerem. Tamní trh nabízí našim exportérům uplatnění nejen v tradičních oborech, ale i v těch náročných na inovace, jako je ICT nebo zdravotnictví a farmacie.

Země Beneluxu jsou jak významnými exportními destinacemi, tak důležitými investory do naší ekonomiky. Čeští vývozcí se tam mohou uplatnit v mnoha oblastech, třeba ve vývozu technologií pro obnovitelné zdroje nebo výrobků přesného strojírenství.

Až se prokousáte počátky expanze do Francie, věřím, že i vaše francouzské dobrodružství se stane vašim jedinečným Pohyblivým svátkem.

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 ČR / **Ředitelka speciálních projektů:** Michaela Marková / **Vedoucí přílohy:** Martin Knížek / **Editorka:** Markéta Vlasová / **Foto:** HN – Matej Slávik, HN – Libor Fojtík, Shutterstock, ESA – Pierre Carril, Reuters, CzechTrade / **Grafická úprava:** Jan Vyhnaněk, Jan Stejskal, Eliška Černá, Jana Jandáčková / **Inzerce:** inzerce.hn@economia.cz / **Tisk:** EUROPRINT A.S. / **Samostatně neprodejně**

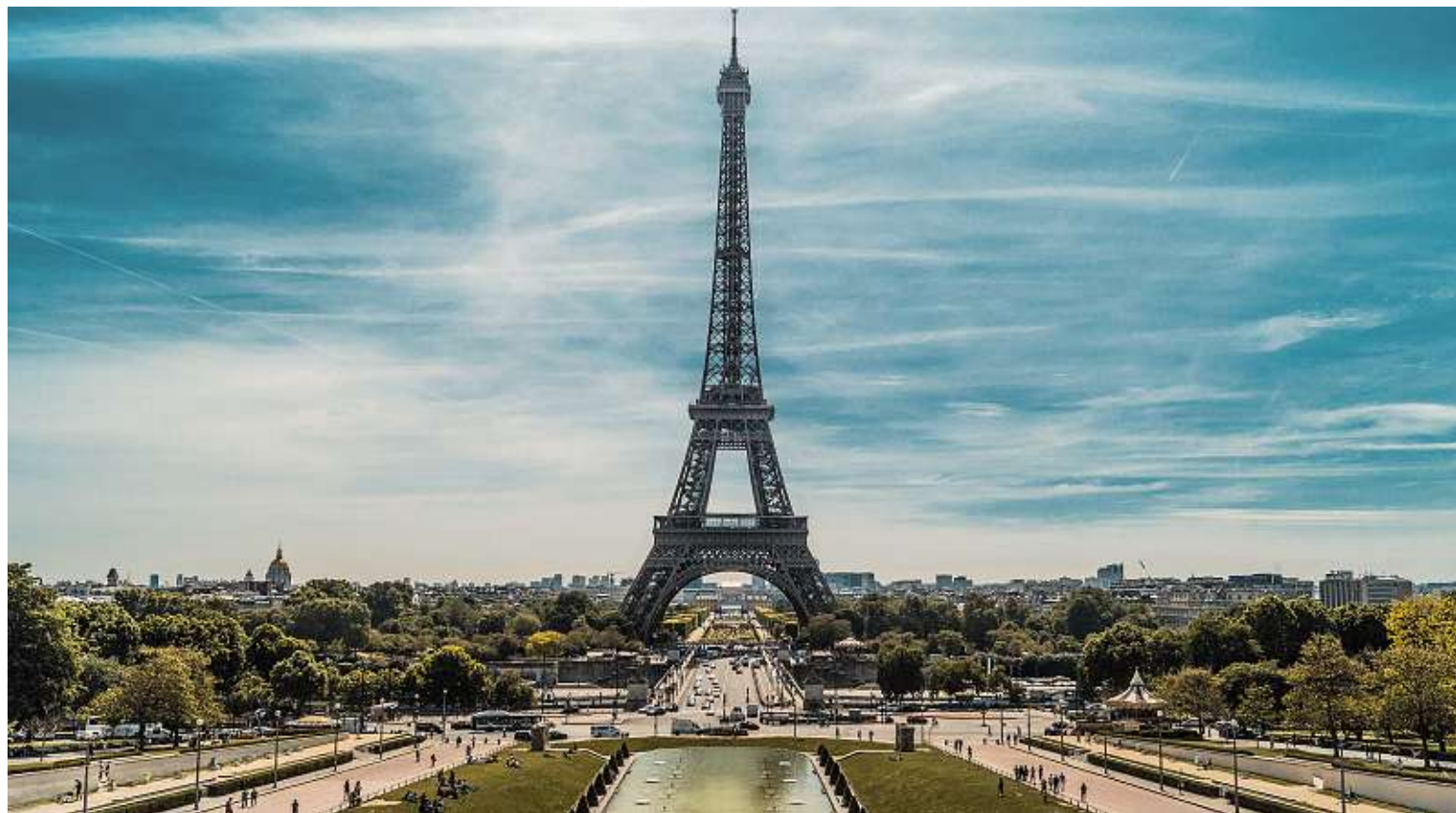


FOTO: SHUTTERSTOCK

FRANCIE I ZEMĚ BENELUXU: DŮLEŽITÍ PARTNEŘI ČESKA

Francie, Nizozemsko, Belgie i Lucembursko se netají obavami z brexitu, který nejspíš poznamená jejich ekonomiky.

Marek Bičík
autori@economia.cz

Francie a země Beneluxu, tedy Belgie, Nizozemsko a Lucembursko, patří k nejvyspělejším zemím západní Evropy a také k nejvýznamnějším obchodním partnerům České republiky. Vzhledem ke společné historii se čtveřice těchto zemí potýká také s řadou podobných problémů a rizik ohrožujících jejich ekonomický růst. K těm nejzávažnějším rizikům, která ovšem ovlivňují celou

Evropu, patří zejména nejistoty týkající se odchodu Velké Británie z Evropské unie a také možnými obchodními neshodami mezi Evropou a Spojenými státy.

Na začátku října zveřejnila nizozemská vláda svou prognózu hospodářského růstu, který by měl být vyšší než 2,5 procenta. Kabinet ale počítá s tím, že až dojde k brexitu, pocítí to nizozemská ekonomika – zhruba tři procenta nizozemského

hrubého domácího produktu totiž vytváří obchod s Británií, po brexitu už to budou jen necelá dvě procenta. Navíc Velká Británie přestane přispívat do rozpočtu EU. A nizozemská vláda si už dala stranou asi půl miliardy eur, aby na tento problém byla včas připravená.

Také belgická vláda plánuje na příští rok růst, i když ne tak vysoký, jak se počítalo. Zpomalení růstu vysvětluje postupným

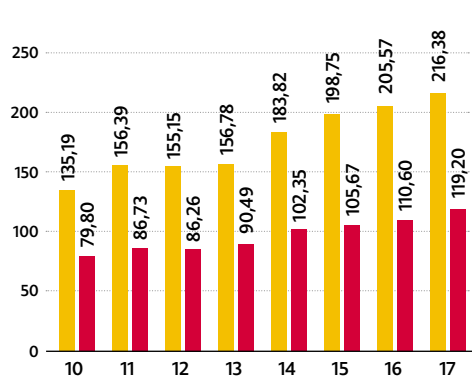
Základní informace

	Francie	Belgie	Nizozemsko	Lucembursko
Hlavní město	Paříž	Brusel	Amsterdam	Lucemburk
Počet obyvatel (2017)	67,0 mil.	11,4 mil.	17,1 mil.	0,60 mil.
Rozloha	643 801 km ²	30 528 km ²	41 543 km ²	2 586 km ²
HDP (2017, v mil. eur)	2 291 705	437 204	737 048	55 378
Růst HDP (2017)	2,2 %	1,7 %	2,9 %	2,3 %
HDP na hlavu (2017)	34 200 eur	38 500 eur	43 000 eur	92 800 eur
Doing Business (2017)	31. místo	52. místo	32. místo	63. místo
Míra inflace (2017)	1,0 %	2,2 %	1,4 %	1,1 %
Míra nezaměstnanosti (2017)	9,4 %	7,1 %	4,9 %	5,6 %
Měna	euro	euro	euro	euro

Obchodní výměna (v miliardách Kč, za roky 2010–2017)

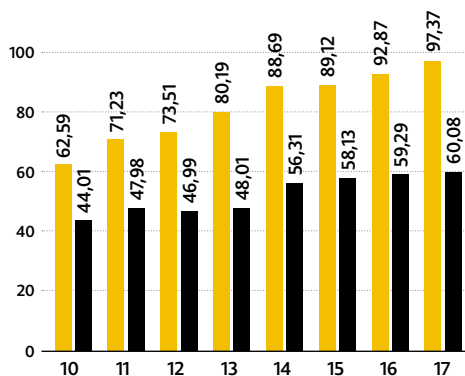
Česko a Francie

■ vývoz ■ dovoz



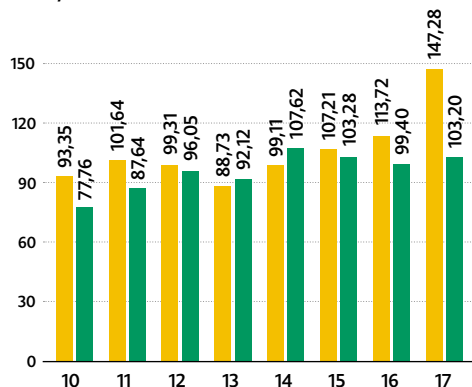
Česko a Belgie

■ vývoz ■ dovoz



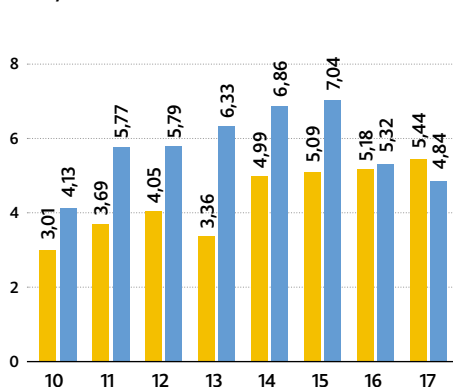
Česko a Nizozemsko

■ vývoz ■ dovoz



Česko a Lucembursko

■ vývoz ■ dovoz



ZDROJ: CIA FACTBOOK, ČSÚ, EUROSTAT

zvyšováním cen ropy a poklesem důvěry v budoucnost ekonomiky ze strany jak spotřebitelů, tak výrobců. Mezi hlavní rizika je zahrnována mimo nejasností okolo brexitu také možná eskalace obchodních válek a obavy z fiskální politiky některých evropských zemí.

A obavy z brexitu a obchodních neshod má i Francie. A není divu, v polovině prázdnin varoval Mezinárodní měnový

fond, že stupňování obchodní války mezi Spojenými státy a Čínou a také mezi Spojenými státy a Evropskou unií by globálně znamenalo ztrátu asi 430 miliard dolarů a že v Evropě by tuto ztrátu nejvíce pocítila kromě Německa a Itálie právě Francie. A samozřejmě také sousední Lucembursko, jehož ekonomika je na globální obchodní výměně závislá podle žebříčku WTO nejvíce ze všech sledovaných zemí.

Mimochodem v tomto žebříčku (podle takzvaného global value participation rate) je Česká republika pátá, hned za Slovenskem a Maďarskem.

V posledních dnech se objevila další hrozba – v Belgii byl hlášen výskyt prasečího moru, což vyděsilo sousední Nizozemsko a Francii. Západní Evropa přitom patří k největším vývozcům vepřového masa na světě.

Francie: přátelství bez hranic

Francie je pro Česko nejdůležitějším obchodním partnerem z těch, se kterými nemá společnou hranici.

Vloni putovalo do Francie zboží z Česka v celkové hodnotě 8,1 miliardy eur (více než 216 miliard korun) a opačným směrem to bylo 4,6 miliardy eur (více než 119 mld. Kč). To znamená meziroční nárůst celkového obrátu vzájemného obchodu o zhruba deset procent na rekordní úroveň skoro třinácti miliard eur.

„Dvouciferný růst vzájemného obchodu mezi ČR a Francií v posledních letech vychází nejenom z historicky silných ekono-

a Sociétés Générale, potravinářské kolosy Danone a Bongrain či společnosti jako Eurest, Sodexo nebo JCDecaux z oblasti služeb.

Největší francouzskou investicí „na zelené louce“ v Česku je společná investice francouzské společnosti Groupe PSA (dříve PSA Peugeot Citroën) a japonské společnosti Toyota do nového závodu na výrobu malých osobních automobilů TPCA v Kolíně, jejíž výše je 1,3 miliardy eur. Závod zahájil výrobu v roce 2005. Společnost TPCA využívá z 80 procent součástek pocházejících od českých subdodavatelů.

Podle odborníků jsou pro nás francouz-

Z českých investic ve Francii je jednou z nejvýznamnějších nákup menšinového podílu v tamní biotechnologické společnosti OriBase Pharma, zaměřené na vývoj a výrobu nových léčebných postupů v onkologii, skupinou PPF v roce 2014. Ve Francii má ale společné či dceřiné podniky řada dalších společností jako Lasvit, Irisbus, Linet či Kavalier Glass.

Nizozemsko – investiční jednička

Také Nizozemsko je, co se týče vzájemného obchodu, jedním z největších obchodních partnerů České republiky. Loni tam směřovalo české zboží v celkové hodnotě zhruba 147 miliard korun. Opačným směrem putovalo zboží v hodnotě přes 103 miliard korun, přičemž asi 13 procent z tohoto objemu činily čipy a součástky do počítačů.

Z hlediska obchodu je Nizozemsko „až“ českou osmičkou. Z hlediska investic je ovšem jasnou jedničkou. Podle posledních dat ČNB činil celkový objem přímých zahraničních investic v Česku přes 2895 miliard korun. Naprostou většinu (89 procent, tj. 2586 miliard korun) činily investice z EU, přičemž zdaleka nejvíce, plnou třetinu, tvořily investice z Nizozemska. Až s odstupem pak následovaly investice z Rakouska, Německa a Lucemburska.

Je ovšem třeba uvést, že Nizozemsko je mnoha nadnárodními firmami používáno jako daňové sídlo, a investovaný kapitál proto nemusí vždy pocházet přímo z Nizozemska. Zároveň to samé platí i opačným směrem. Nizozemsko tak zůstává, alespoň formálně, nejčastějším cílem investic z ČR, respektive cílem dividend z „českých“ firem (tuzemských podniků se zahraničními vlastníky).

Kromě skutečně nizozemských firem, jako třeba Ahold, ING, Shell či Unilever, investovalo v Česku i mnoho nadnárodních společností, a to právě prostřednictvím svých poboček registrovaných v Nizozemsku – šlo například o kolosy jako Foxconn, Ikea, Volkswagen, Renault nebo Accenture.

Podle zastupitelského úřadu ČR v nizozemském Haagu obchodovalo s Nizozemskem přes 2000 českých firem ve vývozu a více než 4000 podniků v dovozu.

Nizozemsko je mnoha nadnárodními firmami používáno jako daňové sídlo, investovaný kapitál proto nemusí vždy pocházet přímo z Nizozemska.

mických vazeb, ale i z kulturní blízkosti a v neposlední řadě i bankovní podpory. Uplatnění českého exportu na francouzském trhu například výrazně usnadňuje silná vazba mezi Komerční bankou a mateřskou Sociétés Générale. Tato skutečnost zvyšuje vývozní a investiční možnosti českých firem v zemi galského kohouta, ale funguje přirozeně i opačným směrem,“ uvedl před časem Radek Basár, zástupce výkonného ředitele pro marketing a komunikaci v Komerční bance.

Francie je pro Českou republiku osmým nejdůležitějším dovozcem. Pro Francii je největším obchodním partnerem Německo, Česko je ale co do významu pro francouzský export na 21. příčce.

Největší francouzská investice v Česku je nový závod na výrobu osobních vozů TPCA

Francie je zároveň čtvrtým největším investorem v České republice, přičemž hodnoty francouzských investic v tuzemsku jsou v celkovém součtu vyšší než investice americké a přibližně třetinové vůči celkovému německému kapitálu investovanému v Česku. V tuzemsku tak nyní působí na pět set francouzských firem, které zaměstnávají skoro 70 tisíc osob.

K těm nejznámějším patří například z finančního sektoru banky BNP Paribas

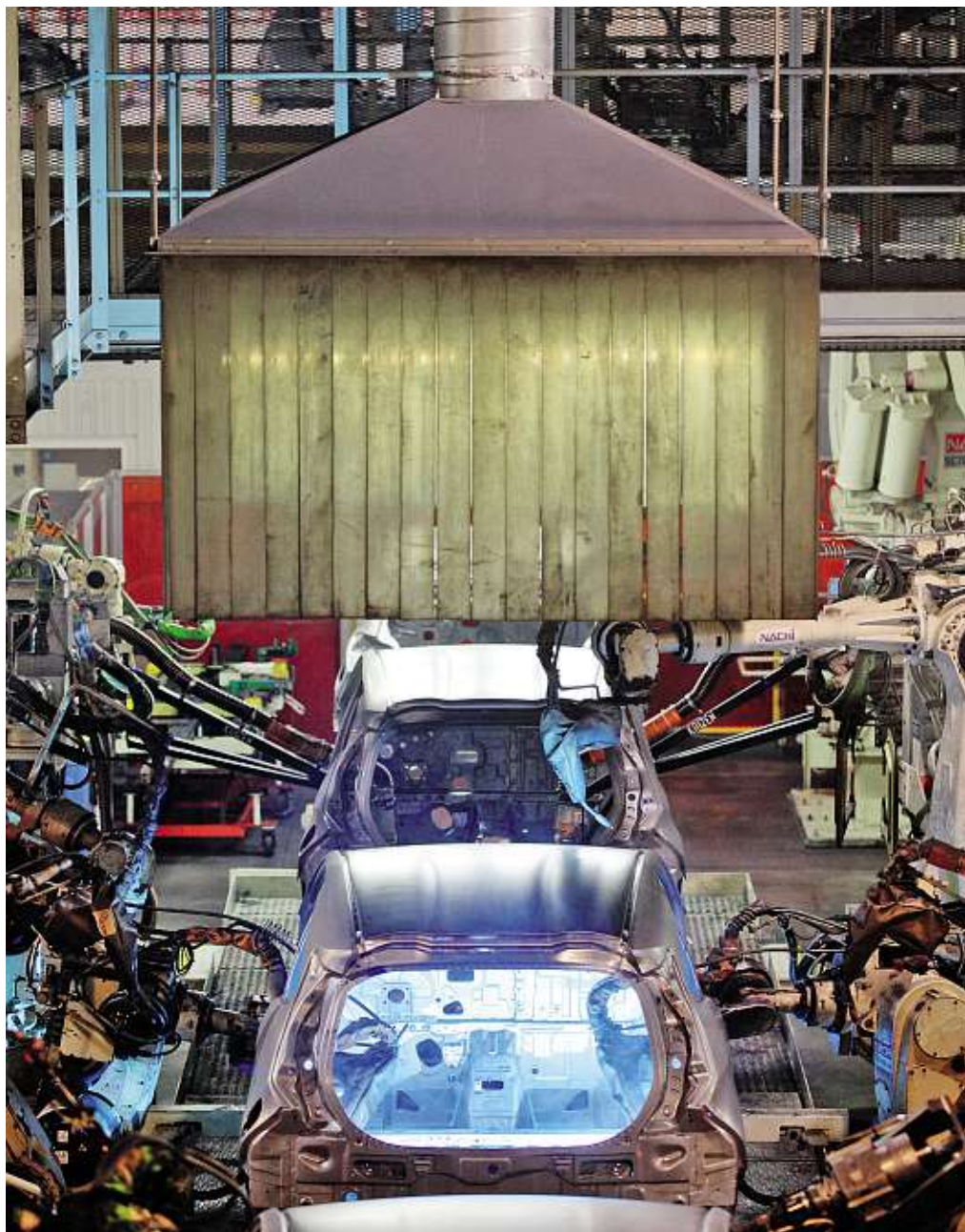
ští investoři zajímaví i proto, že se nyní orientují na projekty s vysokou přidanou hodnotou. Ať již jde o firmy z oborů, jako je letectví, nebo tradiční odvětví, tedy třeba automobilový průmysl, mají zájem rozvíjet design a vývoj včetně prototypování a nových konceptů výroby, jako je například Průmysl 4.0.

Top 5 položek, které Česko vyvezlo do Francie

- 1. MOTOROVÁ VOZIDLA, TRAKTORY, KOLA**
- 2. REAKTORY, KOTLE, MECHANICKÉ PŘÍSTROJE A NÁSTROJE**
- 3. PŘÍSTROJE EL. ZÁZNAMU, REPRODUKCE ZVUKU A TV OBRAZU**
- 4. VÝROBKY ZE ŽELEZA NEBO OCELI**
- 5. PLASTY A VÝROBKY Z NICH**



ZDROJ: BUSINESSINFO.CZ, CIA FACTBOOK, ČSÚ



Výroba osobních automobilů společnosti TPCA v Kolíně. FOTO: HN - MATEJ SLÁVIK

Belgie a Lucembursko: prostor ke zlepšení obchodních vztahů

Podobně jako v Nizozemsku se vyvíjí ekonomika a obchodní vztahy i v dalších dvou členských ekonomikách unie Benelux, tedy Belgii a Lucembursku. Ostatně tyto země spolu sousedí, a dokonce měly jako součást tzv. Habsburského Nizozemí až do 18. století společnou historii.

Zejména Belgie jako hutnická a chemická velmoc již tradičně patří k největším obchodním partnerům České republiky. Jen těsně se tato země loni nevešla do první desítky našich největších exportních

V Česku nyní působí na pět set francouzských firem, které zaměstnávají skoro 70 tisíc osob.

trhů. Co se týče dovozu zboží do Česka, je pak Belgie 16. největším dovozcem. Obrat vzájemného obchodu se blíží 160 miliard korun, vývoz z Česka do Belgie atakuje hranici 100 miliard korun, dovoz činí asi 60 miliard korun.

Ve vývozu do Belgie v posledních letech výrazně převládaly stroje a dopravní prostředky, následovaly autosoučástky a autodíly a třetí místo zaujímala zařízení k ohřevu a chlazení.

V dovozu do Česka z Belgie dominují plasty a výrobky z oceli

Českých investic v Belgii není mnoho. Naopak belgická přítomnost v tuzemsku je poměrně silná. Výše belgických investic přitom dosáhla svého vrcholu na přelomu tisíciletí. K významným akvizicím patří například nákup ČSOB bankou KBC, Glaverbel – AGC Flat Glass Europe (Glavunion), Lhoist Group (VČS), CBR (CEVA Mokrý), Unic Design (Kovobel Litoměřice), Delhaize Le Lion (Delvita), Tractebel (Cheming), Primus (International Victor Company), Bekaert (ŽDB), Thona International (Eupen Uničov), Interbrew – dnes InBev (Pražské pivovary).

Poslední, třetí ze zemí Beneluxu, tedy Lucembursko, zatím patří (a to i vzhledem ke své velikosti) spíše k našim méně významným obchodním partnerům. Nyní je asi 50. partnerem ČR s celkovým obratem vzájemné obchodní výměny okolo 10,28 miliardy korun.

V Lucembursku operuje sice skoro 1200 českých firem, většina z nich ovšem není ze sektoru výrobního, ale působí v oblasti daňově zvýhodněných finančních produktů.

Výše lucemburských investic v Česku činí přibližně 11 mil. eur. Mezi hlavní investory se řadí společnost Moulins de Kleinbetingen (Delta pekárny, pekárny Odkolek) nebo Agroetanol (Jihočeský zemědělský lihovar).

Více o regionech na www.businessinfo.cz/francie, www.businessinfo.cz/belgie, www.businessinfo.cz/lucembursko a www.businessinfo.cz/nizozemsko

> V příštím čísle Českého exportéra se zaměříme na Čínu

VE FRANCII SI DEJTE POZOR NA PŘÍSNOU LEGISLATIVU

Francie nemá v řadě oborů vlastní výrobní kapacity, a proto výrazně více dováží, než vyváží. Češi tady slaví úspěch hlavně s průmyslovými subdodávkami.

Jana Niedermeierová
jana.niedermeierova@economia.cz

Francie představuje pro české exportéry obrovskou příležitost především v oblasti průmyslových subdodávek do automobilového, leteckého či železničního průmyslu. Tuzemské firmy si Francouzi oblíbili hlavně díky technickému know-how, kvalitnímu zpracování a flexibilitě v dodávkách. Než ale podnikatelé začnou ve Francii navazovat obchodní kontakty, měli by si udělat důkladnou analýzu trhu. K tomu je nutná znalost francouzštiny, která je zásadní i pro obchodní jednání. Podle ředitele kanceláře CzechTradu v Paříži Vítězslava Blažka si také české firmy musí dát pozor na komplikovanou legislativu v oblasti vysílání zahraničních pracovníků a pečlivě si prostudovat obchodní podmínky, které mohou skrývat přísné penalizace za pozdní dodávky či reklamace.

Čím je Francie pro tuzemské exportéry zajímavá?

Jde o velmi perspektivní trh. S ohledem na objem HDP je Francie šestou největší ekonomikou na světě a tvoří jednu pětinu HDP eurozóny. Žije tady 67 milionů obyvatel, a tudíž potenciálních spotřebitelů. V posledních 10 letech navíc Francie výrazně více dováží, než vyváží. Důvodem je, že v některých oborech nemá země dostatečné výrobní kapacity, aby trh zásobovala sama. V neposlední řadě je třeba zmínit, že jde o turisticky nejvíce navštěvovanou zemi, což představuje další potenciální trh především se spotřebním zbožím a službami.



FOTO: CZECHTRADE

Vítězslav Blažek

ředitel kanceláře CzechTradu v Paříži a vedoucí regionálního centra jižní Evropa a Balkán
vitezslav.blazek@czechtrade.cz

Od srpna 2018 řídí pobočku CzechTradu ve Francii. Pro agenturu pracuje od roku 2011, posledních šest let řídil pobočku ve Skandinávii. Předtím zastával vysoké pozice v českých exportně orientovaných strojírenských firmách. Vystudoval Fakultu ekonomickou Západočeské univerzity v Plzni a mezinárodní marketing ve francouzském Amiensu.

Ve kterých oblastech mají čeští vývozcí šanci na uplatnění?

Výroba, která v zemi zůstává, tvoří asi 30 procent HDP a týká se často oborů, které jsou Česku blízké. Francie je globálním lídrem v automobilovém, leteckém a železničním průmyslu, a je tak zajímavá pro tuzemské subdodavatele, kteří zde mají díky své kvalitě velmi dobré jméno. Tuzemské firmy do Francie vyváží především dopravní prostředky, strojní zařízení a strojírenské subdodávky. Další obory s velkým potenciálem jsou energetika, chemický průmysl a biotechnologie. Úspěch tu ale mají i společnosti působící ve zbrojním průmyslu.

S čím naopak určitě neuspějí?

Velmi složité je expandovat s vlastní značkou především v oblasti potravinářství, textilního zboží a kosmetiky. Francouzi jsou špičkou v oděvním a kosmetickém průmyslu a zároveň největším výrobcem a exportérem potravin pod vlastními značkami. Jsou velmi hrdí na své národní značky a původ potravin. Zde českým firmám doporučuji spíše průnik na trh jako subdodavatelé surovin či například výrobu a dodávky pro již zavedené značky obchodních řetězců. To se podařilo například firmě Lifefood, která zde uspěla i s vlastní značkou raw potravin.

Na co by si měli podnikatelé dát pozor před vstupem na tento trh?

Česká firma by měla mít v obchodním týmu někoho, kdo mluví francouzsky.

Oproti ostatním evropským zemím je znalost a především praktické používání angličtiny na nižší úrovni a je potřeba s tím počítat. Ve francouzštině se řeší i smlouvy a dodací podmínky. Výhodou je mít i propagační materiály jako katalogy, web nebo certifikace přeložené do francouzštiny. Znalost jazyka se hodí i pro zmapování trhu. Spousta firem nemá v angličtině webové stránky. A pokud nikdo v české firmě francouzsky nehovoří, s obtížemi zjistí konkurenční výrobce nebo třeba statistiky dovozu daného výrobku. Je dobré začít analýzou trhu, než vyjedete do Francie a budete chodit po schůzkách.

Jsou ve Francii nějaká rizika nebo možné komplikace, například právní?

Pokud česká firma exportuje své výrobky či služby, které jsou spojené s montáží na místě, je nutné dobře znát tamní legislativu spojenou s vysíláním zahraničních

pracovníků. Musí jim totiž zaplatit určitou minimální mzdu, případně připojištění, což nejsou malé náklady. Firma by si tak měla spočítat, jestli se jí to vyplatí, a spolupracovat s tamní právní kanceláří. Zároveň je nutné pečlivě prostudovat obchodní podmínky, protože mohou skrývat nevýhodné pasáže hlavně v oblasti penalizace za pozdní dodávky či reklamace. Především větší podniky nejsou ochotné smluvní podmínky měnit. U menších firem je zase dobré zjistit si předem jejich bonitu. Občas se setkáváme se stížnostmi českých vývozců na platební morálku francouzských odběratelů. Vymáhání pohledávek právní cestou je ve Francii poměrně drahá záležitost a soudní výlohy nese žalující strana.

Je potřeba mít na místě regionálního prostředníka?

Finančně nejnáročnějším způsobem je samozřejmě založení vlastní pobočky,

spojené s velkými výdaji na zaměstnávání místních pracovníků, náklady na vybudování distribuční a servisní sítě a samozřejmě na propagaci. Návratnost takové investice se pohybuje v horizontu pěti až deseti let. Většina českých firem si ale spíše najde místního distributora či obchodního zástupce. Francie je geograficky velká země, proto doporučuji uzavřít smlouvy a poskytnout například exkluzivitu jednomu partnerovi pro jih a druhému pro sever země. Zvýší se tak šance na celkové objemy prodeje díky již zavedeným regionálním sítím jednotlivých distributorů. Některé menší a střední firmy ale dodávají své výrobky a služby přímo zákazníkům, a to především v oblasti B2B.

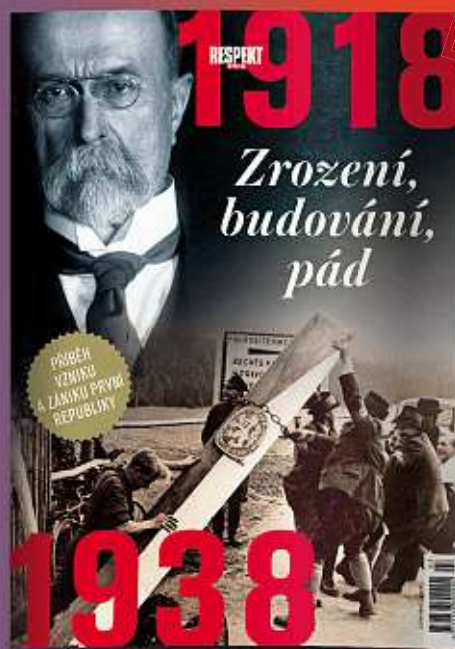
Jak postupovat při vyjednávání? Jaké zásady je nutné dodržovat?

Francouzské firmy jsou velmi hierarchicky řízené, kvůli čemuž může být jednání časově náročné. Je tedy nezbytné dostat

Inzerce

RESPEKT SPECIÁL 1918–1938

**CO MÁME SPOLEČNÉHO S REPUBLIKOU,
KTERÁ VZNIKLA PŘED 100 LETY?
HISTORICKÉ UDÁLOSTI ROKU 1918 A 1938
NEJLEPŠÍ STAVBY VÝZNAMNÝCH
ARCHITEKTŮ SVÉ DOBY
ROLE ŽEN V NOVĚ VZNIKAJÍCÍM STÁTU**



**130
stran**
poutavých textů
o vzniku a pádu
první republiky

OBJEDNÁVEJTE JEDNODUŠE PŘES SMS | SPECIÁL VÁM DORUČÍME ZDARMA AŽ DO SCHRÁNKY

Zprávu ve tvaru: CSR JMENO PRIJMENI ULICE C.P. OBEC PSC zašlete na číslo 902 11

Objednací SMS jsou zpoplatněny podle běžného tarifu vašeho mobilního operátora.

Cena SMS služby včetně doručení výtisku do vaší schránky na libovolnou adresu v ČR je 99 Kč vč. DPH.

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

jen **99** Kč

PŘÁVĚ V PRODEJI

se k tomu správnému pracovníkovi, který má rozhodovací pravomoci. Tím může být například manažer nákupu. Naopak u menších firem je dobré jednat přímo s majitelem či ředitelem. Neméně důležité je načasování schůzek. Určitě se to nehodí mezi 12. a 14. hodinou, kdy jsou Francouzi zvyklí trávit čas na obědě. Není zvykem plánovat jednání na srpen, kdy má skoro celá země celofiremní dovolené a prázdniny.

Které české firmy už ve Francii působí?

Vím o 15 firmách, které zde mají pobočku. Patří mezi ně například výrobce zdravotnických lůžek Linet, výrobce traktorů Zetor nebo společnost Sipral, která se zabývá opláštěním budov. Svou pobočku a showroom ve Francii založila také firma Lasvit zaměřená na luxusní designové osvětlení. Dalším českým úspěchem je firma Alukov, výrobce zastřešení bazénů, která na tamním trhu realizuje asi 40 procent svého obrátu.

Jak velká je tam konkurence a jak s ní bojovat?

Záleží na konkrétním produktu či službě. Nicméně české firmy mají úspěch především díky technickému know-how, velmi kvalitnímu zpracování a plnění dodacích termínů. Francouzům u nich vyhovuje i flexibilita v dodávkách. Oproti dalším zemím ze střední či východní Evropy má Česká republika také výhodu politické stability. S ohledem na probíhající změny třeba v Polsku nebo Maďarsku volí francouzské firmy raději dodavatele z České republiky.

Osvědčují se ve Francii veletrhy?

Řada informací je dnes dostupných na internetu, ale možná právě kvůli tomuto informačnímu zahlcení zůstávají veletrhy mezi francouzskými spotřebiteli a firmami velmi oblíbenou formou prezentací a vyhledávání obchodních příležitostí. Téměř každý myslitelný obor má v zemi svůj specializovaný veletrh. Nestačí ale přijít tam a čekat. Je potřeba dopředu udělat cílenou zvací kampaň. S tím může firmám pomoci právě CzechTrade. Na základě cílových trhů a oborů jsme schopni vyhledat po-

tenciální zákazníky a pozvat je na jednání. Naše kancelář také ve Francii tradičně organizuje na různých veletrzích společné stánky tuzemských exportérů pod hlavičkou CzechTrade nebo účast firem v subdodavatelských B2B akcích.

Jak se za poslední roky mění český export do Francie?

Naš export má neustále rostoucí tendenci. Francie je pro Českou republiku čtvrtým nejdůležitějším exportním trhem a zároveň jsme 14. nejvýznamnějším dovozcem do Francie. V roce 2017 činily naše exporty zhruba 216 miliard korun. Zde je ale nutné zmínit, že v Česku působí téměř pět set francouzských firem, které zpětně reexportují do Francie produkty vyrobené v České republice. A ty jsou započítány v celkových číslech českých exportů. Jde například o společnosti PSA, Valeo, Schneider Electric, Danone nebo Saint-Gobain.

Jak se podle vás bude vyvíjet vývoz do této země do budoucna?

Osobně vidím na francouzském trhu velký potenciál růstu exportu pro české firmy. Kromě tradičních výrobků je zde prostor pro nové inovativní technologie jako nanotechnologie nebo biotechnologie, start-upy, řešení pro automatizaci a robotizaci výroby.

Francouzská vláda navíc zavádí opatření, která mají za cíl snížit daňové zatížení firem. Spolu s reformou trhu práce by tak francouzské společnosti měly mít k dispozici více prostředků pro to, aby dovážely nebo outsourcovaly část výroby. To samo o sobě představuje pro tuzemské firmy velkou příležitost.

Zde naleznete kalendář akcí ve Francii.



Desatero pro obchodování s Francií

1. Připravte si reprezentativní dokumentaci a web, nejlépe ve francouzštině.
2. Při prvním kontaktu neposílejte e-mail ani fax, raději zatelefonujte – Francouzi preferují osobní kontakt.
3. Pokud neovládáte francouzštinu, vezměte si na první jednání tlumočníka. Naučte se alespoň několik francouzských vět.
4. Schůzku si domluvte dopředu, přijďte na ni včas, ale ne dříve. Nesnažte se francouzského partnera zastihnout mezi 12. a 14. hodinou, o jakýchkoliv svátcích či v srpnu.
5. Vyjadřujte se strukturovaně, jasně argumentujte a navrhněte řešení.
6. Cenu stanovte s ohledem na západoevropskou konkurenci (Francouzi neuznají, že český výrobek může být dražší než španělský, italský, či dokonce německý), ponechte si prostor pro mírnou slevu.
7. Prokazujte svému partnerovi respekt, ale nedejte se jeho požadavky zatlačit do kouta.
8. Raději se chovejte formálně a umožněte vašemu protějšku udělat první krok k méně formálnímu jednání.
9. Kontakt v pravidelných intervalech opakujte, vždy s novou informací. Bude tak vidět, že se vaše firma rozvíjí. Buďte trpěliví a vytrvalí, na reakci francouzské strany se obvykle čeká velmi dlouho.
10. Věnujte pozornost obchodní smlouvě s partnerem, proveďte si bonitu partnera, pojištění. Distribuční práva specifikujte geograficky a vymeďte je časově.

Deset rad pro obchodování podle CzechTradu nejen pro Francii naleznete na www.businessinfo.cz/10zo

BENELUX JE VSTUPNÍ BRANOU NA ZÁPADNÍ TRHY

Navazování obchodního vztahu v Belgii a Nizozemsku je běh na dlouhou trať a vyžaduje hodně trpělivosti. Pokud ale exportéři uspějí, vydrží spolupráce dlouhodobě.

Jana Niedermeierová
jana.niedermeierova@economia.cz

Benelux je ideální testovací trh pro české výrobky či služby. Dobré reference z Nizozemska či Belgie otevírají tuzemským exportérům dveře i v dalších západních zemích Evropy. Velkou tradici tady má především český kovozpracující a strojírenský průmysl. V Belgii potenciál skýtá i IT sektor a v Nizozemsku zase doprava a logistika či privátní značky v potravinářském průmyslu. Lucembursko je malým a uzavřeným trhem, šance českých dovozců jsou tam omezené.

„Belgie je komplexní trh, který tvoří severní vlámská část a jižní valonská, přičemž hlavní město Brusel je také specifické. Hospodářská situace těchto regionů se poměrně výrazně liší, a tak je tomu i v objemech dovozů. Když se českým exportérům podaří prosadit se na belgickém trhu, tak si otestují, že jejich výrobek či služba má šanci uspět i jinde. Belgie je vstupní branou na trh Francie, Nizozemska, ale i dalších západních zemí,“ popisuje Alena Mastantuono, která vede pobočku CzechTradu v Bruselu a zároveň je ředitelkou CEBRE – České podnikatelské reprezentace při EU.

Velkou váhu pro západní země mají i reference z Nizozemska. Českým vývozcům může pomoci dostat se třeba do Německa, Velké Británie nebo Francie. „Pokud se vám podaří navázat spolupráci s nizozemským partnerem, tak se často stává, že vás doporučí dál – kolegům, obchodním partnerům a dalším kontaktům. Získat důvěru Nizozemců není snadné, ale když



FOTO: CZECHTRADE

Andrea Märzová

ředitelka kanceláře CzechTradu pro Benelux
andrea.marzova@czechtrade.cz

Od roku 2016 vede kancelář CzechTradu pro Benelux se sídlem v Rotterdamu. V agentuře CzechTrade začínala jako exportní konzultantka v sektorech potravinářského a chemického průmyslu. Po studiích působila jako advokátní koncipientka se zaměřením na trestní a občanské právo a právo EU. Vystudovala Právnickou fakultu na Západočeské univerzitě v Plzni.

uspějete, je to pro ostatní ukázka, že jste solidní partner, se kterým se dá obchodovat,“ uvádí Andrea Märzová, ředitelka pobočky CzechTradu v Rotterdamu, která má na starosti nejen Nizozemsko, ale celý Benelux.

Přes e-mail byznys nedomluvíte

Prosadit se na belgickém či nizozemském trhu se daří především firmám, které produkuje výrobky či služby s vyšší přidanou hodnotou. „Nizozemsko je obchodní velmocí s vcelku soběstačným trhem. Zdejší podnikatelé navíc chtějí za investované peníze a čas získat maximum. Uspět tak mohou jen výrobky a služby, které jsou nejen profesionálně provedené, ale i prezentované. To znamená, že roli hraje i přístup exportérů a jejich vystupování nebo třeba kvalitní prezentace daného výrobku či služby. Důležitá je zároveň konkurenceschopná cena,“ přibližuje Märzová.

Navazování obchodního vztahu bývá v Belgii i Nizozemsku běh na dlouhou trať. Například uzavření obchodu přes e-mail je tam nemyslitelné. Obyvatelé obou zemí si své obchodní partnery nejprve důkladně testují a trvá dlouho, než jim projeví důvěru. I proto to řada českých exportérů v průběhu jednání vzdá. Když ale vytrvají, jejich snažení se jim rozhodně vyplatí. Pokud se osvědčí jako kvalitní dodavatelé, vydrží s nimi Nizozemci a Belgičané spolupracovat na dlouhodobé bázi.

Třetí trh Beneluxu – Lucembursko – vyžaduje od českých potenciálních dodavatelů maximum nápadů a nasazení. Jde

o jeden z nejnáročnějších trhů v Evropě, který je velmi malý a zároveň zásobovaný výrobky z okolních zemí, jako jsou Francie nebo Německo. „I když se o to snažíme, opravdu není snadné najít český výrobek, který by je zaujal,“ podotýká Märzová.

Nizozemci i Belgičané tlačí na cenu

Co se týče Belgie a Nizozemska, největším dovozním artiklem z Česka jsou výrobky kovozpracujícího průmyslu a další průmyslové subdodávky. Výsledné výrobky se pak exportují do celého světa, protože obě země jsou díky vazbě na někdejší kolonie a přístavům branou na trhy třetích zemí.

„Do Belgie také poslední dva až tři roky české firmy poskytují stále více i služby. Velký potenciál mají i IT firmy, které se uplatňují například v oblasti chytrých měst nebo umělé inteligence,“ říká Alena Mastantuono. V Nizozemsku mají zase velký úspěch tuzemské společnosti v oblasti privátních značek v potravinářství. Exportní příležitosti ale nabízí i sektor dopravy a logistiky.

Zatímco v Nizozemsku si čeští podnikatelé většinou vystačí při obchodním jednání s angličtinou, ve valonské části Belgie je lepší mít v obchodním týmu někoho, kdo hovoří francouzsky. Výhodou při vyjednávání v obou zemích jsou také reference z dalších západních trhů. Zároveň je potřeba připravit se na to, že jak Belgičané, tak Nizozemci budou tlačit na co nejnižší cenu.

Je potřeba umět se prodat

Významnou roli ale hraje i správný marketing. „Je důležité správně odprezentovat svůj produkt. Pokud jde o výrobu, tak doporučuji pozvat belgické partnery do české továrny, kde daný výrobek vzniká, a ukázat, že jde skutečně o inovativní výrobní proces. Obchodní partneři v Belgii občas vnímají Českou republiku stále jakou součást Východu, a je tedy nutné jim ukázat, že tak to dávno není,“ doporučuje Alena Mastantuono.

Andrea Märzová k tomu dodává: „Nizozemci se na jednání pečlivě připravují. První, na co se podívají, bude váš profil na profesní síti LinkedIn. Zajímá je, s kým



FOTO: CZECHTRADE

Zatímco v Nizozemsku si Češi při obchodním jednání vystačí s angličtinou, ve valonské části Belgie je lepší mít v týmu někoho, kdo umí francouzsky.

Alena Mastantuono

ředitelka kanceláře CzechTradu v Belgii
alena.mastantuono@czechtrade.cz

Kancelář CzechTradu v Belgii vede od roku 2015 a zároveň je od roku 2012 ředitelkou CEBRE – České podnikatelské reprezentace při EU. V Bruselu působí již od roku 2007, předtím pracovala na Ministerstvu financí ČR, kde se věnovala agendě EU. Vystudovala Ekonomicko-správní fakultu na Masarykově univerzitě v Brně a Filozofickou fakultu na Univerzitě Palackého v Olomouci.

mají tu čest, co máte za sebou vy i vaše firma. Hned poté je bude zajímat prezentace vaší společnosti či výrobku, ať již na webu, LinkedInu nebo YouTube. Tyto materiály by tedy měly být dostupné v angličtině.“

Dobře si nastudovat informace o obchodních partnerech by měli i Češi, kteří zde chtějí dělat byznys. Tyto údaje by si měli pamatovat a v průběhu obchodní schůzky s nimi pracovat. Důležité je také profesionální vystupování i při méně formálních příležitostech, obzvláště na začátku spolupráce. Během jednání se například nehodí pít alkoholické nápoje, a to ve větší míře ani při obchodní večeři, ač v přátelském duchu a příjemné atmosféře.

Trpělivost se vyplatí

První otázka, na kterou se nizozemští obchodní partneři s velkou pravděpodobností zeptají, je: „Proč bychom měli spolupracovat zrovna s vámi?“ Chtějí slyšet jasné argumenty, v čem vynikáte. „Testují si vás a zkoušejí, jak moc jste připraveni. Je tak

byla domluvená dlouho dopředu. Češi mají tendenci to porovnávat s Německem, kde přes termín v diáři nejede vlak. Ale Nizozemci ve skutečnosti Němcům vůbec podobní nejsou a neradi takové přirovnání slyší,“ upozorňuje Märzová.

V Nizozemsku využijte veletrhy

Proniknout na nizozemský trh podle ní pomáhá i účast na různých veletrzích. Pro tuzemské společnosti je důležitý především veletrh průmyslových subdodávek ESEF. Úspěch mívají i na potravinářském veletrhu pro privátní značky PLMA. Významný je také veletrh IBC, který se zaměřuje na chytré technologie, média a reklamu. Jak PLMA, tak IBC jsou mezinárodní platformy, kde se setkávají společnosti ze zemí napříč Evropou.

Naopak v Belgii, která je s ohledem na počet spotřebitelů menším trhem, nejsou výstavy příliš velkou přidanou hodnotou. „Nejdůležitější veletrhy, kde najdete belgické firmy, se odehrávají většinou

Desatero pro obchodování s Nizozemskem

1. Nizozemci oceňují informovaného partnera. Dokáže na ně udělat dojem všeobecný přehled či hluboké znalosti oboru. Nastudujte si proto informace o partnerovi, se kterým jednáte.
2. Jak se připravíte na partnera, tak se připraví on na vás. LinkedIn je v zemi oblíbeným nástrojem pro personální agentury, kolegy i potenciální partnery. Doporučujeme založit si minimálně osobní profil, ne-li celé společnosti.
3. Nizozemci jsou velmi slušní a vychovaní. Než by způsobili nepříjemnou atmosféru, raději místo jasného stanoviska mlží. Chtějte proto jasné ano, či ne. Bez nátlaku.
4. Často se stává, že dlouho nereagují, ale jakmile zareagují, chtějí od vás reakci a připravenost ihned.
5. Nizozemci bývají při obchodování kontaktní. Dlouhodobí obchodní partneři spolu chodí na společenské a kulturní akce či golf.
6. Nizozemci jsou celkem otevření a upřímní lidé. Někdy to může hraničit se zasahováním do privátního prostoru. Zkoušejí, kam až mohou zajít. Nebojte se určit si hranice.
7. Připravte se na třetinu komunikace o obchodu a jeho realizaci a zbylé dvě třetiny hovoru na témata osobnějšího charakteru. Nebojte se diplomaticky nasměrovat hovor tam, kam potřebujete.
8. K novým věcem jsou nedůvěřiví. Proto je nutné využívat důvěrnější konverzaci – chtějí a potřebují vás poznat.
9. Efektivní v navazování vztahů jsou reference od předchozího či stávajícího místního partnera. Teritorium je malé, podobně zaměřené podniky se znají – negativní reference mohou být fatální.
10. Anglicky v Nizozemsku mluví téměř každý, a to i v menších městech a na vesnicích. Samozřejmě jako všude je pro Nizozemce nejkomfortnější používat mateřštinu.

„Nizozemci ve skutečnosti Němcům vůbec podobní nejsou a neradi takové přirovnání slyší,“ uvádí Andrea Märzová.

potřeba působit sebevědomě a obrnit se trpělivostí,“ radí Märzová.

Trpělivost je v Nizozemsku a Belgii důležitá i s ohledem na již zmíněný dlouhodobý proces navazování obchodního vztahu. „Hodně záleží na oboru. Například u kovožpracujícího průmyslu a průmyslových subdodávek bývá jednání rychlejší, protože tyto české výrobky tady mají velkou tradici a dobrou pověst. Někdy se tak podaří domluvit kontrakt skoro okamžitě. Také máme firmy, kterým pomáháme najít obchodního partnera už přes dva roky. Čekají třeba na nějaký zajímavý tendr nebo velkou zakázku,“ líčí Alena Mastantuono.

Podle Andrey Märzové české firmy také často překvapí dlouhá prodleva mezi první schůzkou a následnou odpovědí. „Občas se také stane, že nizozemský partner na poslední chvíli odvolá schůzku, která

v sousedních zemích, ať už je to Francie, Nizozemsko nebo Německo. Některé veletrhy také v rámci Beneluxu rotují, to znamená, že každý ročník je v jiné zemi,“ popisuje Alena Mastantuono.

Český vývoz do Nizozemska i Belgie má přitom mírně rostoucí tendenci. Pro Belgii je Česká republika 19. nejdůležitějším dovozcem a Belgie pro Česko 11. nejvýznamnějším exportním trhem. Loni tam z tuzemska putovaly výrobky a služby v hodnotě 97 miliard korun. Česko do Belgie více vyváží než z ní dováží.

Stejně je to i v případě Nizozemska. To je ze zemí Beneluxu naším největším obchodním a celkově osmým nejdůležitějším partnerem. Firmy působící v tuzemsku tam loni vyvezly produkci v hodnotě asi 174 miliard korun a s ohledem na importované výrobky a služby do Nizozemska jsou tak na 12. místě.

ZÁJEM O FRANCII A BENELUX U NAŠICH EXPORTÉRŮ ROSTE

Francie a země Beneluxu patří mezi ekonomicky nejvyspělejší v Evropě. I proto jsou velmi významnými obchodními partnery České republiky.

Karel Zdenovec, Tereza Valášková
odbor zahraničně ekonomických
politik I, MPO
zdenovec@mpo.cz, valaskova@mpo.cz



Lucembursko vyvíjí technologie pro vesmírný průmysl. Země Beneluxu, Francie i Česko jsou členy Evropské kosmické agentury.
FOTO: ESA - PIERRE CARRIL

Kdybychom chtěli stručně vystihnout význam Francie pro český zahraniční obchod, nemohli bychom začít jinak než statistikou o její aktuálně čtvrté pozici mezi destinacemi našeho exportu (za prvních sedm měsíců přes 132 mld. Kč), a to i před Rakouskem, USA nebo Ruskem, přičemž v celkovém obratu se před ni dostává jen

Čína. Obrovskou důležitost země galského kohouta pro naši ekonomiku podtrhuje páté místo mezi dlouhodobými zahraničními investory.

Z této skutečnosti plyne mimo jiné značná provázanost s naším průmyslem s velkým podílem dovozu a internacionalizace průmyslové kooperace a jeho subdodavatelské základny. Není tak překvapením,

že hlavními tahouny výměny jsou nejen tradiční obory, jako je automobilový, letecký (v posledních letech i kosmický) nebo energetický průmysl či gumárenství a plasty (transformace plastů, kovových výrobků, odlévání forem a dalších slitin), ale i obranný, zdravotnický a farmaceutický průmysl nebo technologie do oblasti životního prostředí. V kurzu jsou rovněž ICT

a různé inovativní služby, technické textilie nebo design.

V posledních letech francouzské firmy projevují čím dál větší zájem o rozšiřování svých vývojových a inovačních základen v Česku. Zájem registrujeme rovněž v oblasti start-upů nebo klastrů. Určitou brzdou tohoto procesu je nedostatek pracovní síly.

Z pohledu položek, které jsou obchodovány nejvíce, můžeme zmínit silniční vozidla, elektrická zařízení, stroje a přístroje pro určitá odvětví průmyslu, výrobky z kovů, plastů a pryže a průmyslové spotřební zboží. Subdodavatelskou provázanost dokládá i fakt, že i v našem dovozu z Francie dominují stroje a dopravní zařízení.

Konkrétním projevem spolupráce v oblasti sofistikovaných investic je například firma Valeo a její nedávno rozšířené vývojové centrum v Praze, jež se zabývá mimo jiné senzory, softwarem a kompletními systémy pro autonomní jízdu a autonomní parkování.

Oborové mise do regionů mají budoucnost

Při podpoře vývozu do Francie se ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) snaží pomoci především malým a středním podnikům, které i ve Francii požadují cílenou a zcela konkrétní, rychlou a pružnou pomoc při vyhledávání partnerů, podporu při prezentaci či asistenci na místě. Pro velké firmy jsou i nadále velmi důležité veletrhy s oficiální účastí MPO nebo veletržní projekty agentury CzechTrade, organizované jejími zahraničními kancelářemi, či veletrhy z projektů NOVUMM a NOVUMM KET, zaměřené na malé a střední podniky.

Mezi českými firmami není tak výrazná poptávka po účasti na oficiálních misích doprovázejících naše vrcholné představitelé při oficiálních návštěvách Francie, avšak zájem přetrvává o konkrétní regiony, zejména s partnerskými vztahy, kde se osvědčují i menší delegace, nejčastěji oborově zaměřené.

Z pohledu průmyslu a obchodu je pro nás Francie atraktivním partnerem i v oblasti spolupráce v energetice nebo digitalizace a Průmyslu 4.0. Pracovní meziresortní skupina v energetice připravuje již sedmé setkání. Ještě na podzim proběhne za účasti

francouzského státního tajemníka pro digitalizaci společnosti odborný seminář.

Benelux jako sídlo tuzemských firem

Země Beneluxu jsou rovněž naší důležitou exportní destinací a značný význam mají také jako důležití investoři do naší ekonomiky. Pro české firmy jsou pak zejména Nizozemsko a Lucembursko velmi lákavé i z pohledu přesunu sídla či založení pobočky, ať už kvůli daním nebo průhlednějšímu podnikatelskému prostředí.

Nizozemsko je ze zemí Beneluxu naším největším obchodním a celkově devátým nejdůležitějším partnerem. Vzájemný obchod má dlouhodobě růstovou tendenci. V roce 2017 registrujeme dokonce meziroční index 129,5 v našem exportu, což svědčí o tom, že se českým exportérům v Nizozemsku nebývale daří. Přebytek salda obchodní bilance dosáhl historicky nejlepšího výsledku – více než 44 mld. Kč.

Nizozemsko je pro nás významným teritoriem rovněž z hlediska obchodu se službami. Pokud jde o investice, statistika České národní banky řadí zemi tulipánů na první příčku, a to jak dle kumulovaných nizozemských investic v Česku, tak z hlediska našich investic v Nizozemsku. Nejen výhodná pozice země (pro reexport na třetí trhy), ale i příznivé podmínky pro podnikání (například daňové) jsou často důvodem, proč zde české firmy umísťují své sídlo či pobočku. Souvisí to i s faktem, že dle Světového ekonomického fóra se Nizozemsko umístilo v žebříčku konkurenceschopnosti na čtvrté příčce. Jde o vyspělý a náročný trh s více než 17 miliony obyvateli, přičemž platí přísloví „co Holanďan, to obchodník“. Přes největší evropský přístav v Rotterdamu tradičně proudí zboží do celého světa. Nizozemce s Čechy navíc pojí velmi liberální přístup z pohledu obchodní politiky.

Belgie je podle dosaženého obchodního obrátu za rok 2017 naším 14. nejvýznamnějším obchodním partnerem. Na belgický trh směřuje 2,3 procenta českého exportu, což znamená naši v pořadí 11. nejvýznamnější exportní destinaci. Aktivní saldo obchodní bilance vykazuje rostoucí trend.

Belgie představuje pro české vývozece trh, který je charakteristický náročnými spotřebiteli, regionální diferenciací (prů-

myslové Vlámsko, frankofonní Valonsko a region hlavního města Brusel), vysokými mzdovými náklady a také vyšší mírou ochrany. Přímé železniční spojení pro nákladní dopravu z ČR do Antverp, jež bylo zavedeno v roce 2016, nabízí zajímavou dopravní trasu pro české výrobky směřující nejen do Belgie, ale i na trhy třetích zemí, zejména v kombinaci s kapacitou belgických přístavů. Většina tuzemského exportu, vzhledem k průmyslovému zaměření, míří do Vlámka. Kromě proslulé belgické čokolády, krajkářství a piva nabízí Belgie řadu příležitostí pro český vývoz. Vedle dodávek a služeb v dopravě, logistice a infrastruktuře (včetně služeb zpracování zboží, oprav a údržby) jde například o inovativní technologie související s přechodem na obnovitelné zdroje (výstavba větrných elektráren) a na oběhové hospodářství, dále o přesné strojírenství a spolupráci v inovacích, vědě a výzkumu. Platnou vstupenkou nejen na belgický trh, ale i na ostatní trhy zemí Beneluxu, je pozitivní reference z Německa či Francie.

Lucembursko se zaměřilo na vesmírné technologie

Naši pozornost si také zaslouží Lucembursko, které ač rozlohou malé, přesto zůstává zajímavou destinací. Při pohledu na naši obchodní výměnu sice nepatří mezi podstatné obchodní partnery Česka (okolo 48. až 49. místa), avšak jeho význam spočívá spíše v rovině určité síly financí a služeb, respektive vlivu firem, které zde mají sídlo a vlastní společnosti v ČR.

Přesto najdeme perspektivní oblasti pro český export jako technologie zaměřené na ochranu životního prostředí a modernizaci energetiky (alternativní zdroje, dekarbonizace, rekultivace), dále autodoprava a letectví, subdodávky a výrobky pro výstavbu obytných domů, ICT outsourcing (e-commerce, telekomunikační a poradenské služby).

Možnosti existují i v satelitních a vesmírných technologiích. Lucembursko se velmi zasazuje o reglementaci těžby nerostných surovin ve vesmíru. Zajímavý je pro naše firmy i design nebo zemědělský a potravinářský průmysl a v neposlední řadě i oblast zábavy a volného času.



FOTO: SHUTTERSTOCK

VE FRANCII JEDNÁNÍ ČASTO SUPLUJE BRAINSTORMING

Ve Francii je klíčová znalost místního jazyka i výrobek s výjimečným designem. V zemích Beneluxu musíte nabídnout vysokou kvalitu a být on-line.

Přemysl Danda
premysl.danda@economia.cz

Pro mnoho turistů jsou Francie a země Beneluxu oblíbenými destinacemi, pro většinu podnikatelů, kteří tam chtějí uspět, ovšem představují tvrdý oříšek. Francouzi jsou nejen ostřílení obchodníci, ale i velmi zdatní rétoři, kteří jsou na obchodní jednání vždy pečlivě připraveni. Francouzské a nizozemské firmy dávají navíc větší prostor domácím dodavatelům. Řada českých

podniků dokázala na těchto trzích uspět a nyní patří k významným hráčům.

Základní podmínkou úspěchu ve Francii je velmi dobrá znalost francouzštiny. Francouzi jsou na svoji řeč pyšní a její znalost vám otevře dveře při dalším vyjednávání. Angličtinu místní často ovládají, ale při obchodu chtějí hovořit mateřským jazykem, ve kterém se cítí jistěji. Pokud řeč dokonale neovládáte, tak se doporu-

čuje využít služeb tlumočníka, případně místních distributorů. Místní ocení, když se naučíte alespoň pár frází a vět.

„Ačkoliv je Francie velmi vzdělanou zemí, využití angličtiny stále za domácím jazykem pokulhává. Pro Francouze je mnohem komfortnější komunikace v rodném jazyce. Pokud se firma rozhodne exportovat zboží bez francouzských distributorů či bez založení vlastní pobočky v zemi, měla by

být schopna zajistit jednání a komunikaci ve francouzštině,“ říká obchodní manažer společnosti Alukov Jan Kyncl. Uspěť v zemích Beneluxu je v tomto ohledu o něco jednodušší, jelikož znalost angličtiny je zde na velmi vysoké úrovni a běžně se používá i při obchodních jednáních.

Buďte on-line a na sociálních sítích

Francouzi si potrpí nejen na francouzštinu a vysokou kvalitu výrobků, ale také na působivý design a estetiku. „Výrobky jsme koordinovali s koncovými zákazníky ve Francii, ti to živě komentují a rádi se podílejí na konečném vzhledu výrobku. Je důležité umět se přizpůsobit,“ říká obchodní ředitel Linetu pro export Petr Foit. Společnost Linet je ve Francii velmi úspěšná a v současnosti je druhým největším

jsou rozmístěny po celém regionu. Společnostem poskytují technickou i finanční podporu. Při prvním kontaktu s tímto trhem je to užitečná výpomoc s orientací v prostředí i administrativní zátěží. Inkubátory zároveň poskytují možnost vyhledání zaměstnanců či pronájem pracovních míst.

Může trvat i hodinu, než přijde řeč na byznys

„Pojem času je pro Francouze úplně jiný. Patnáct až třicet minut zpoždění je pro ně samozřejmá věc. Pro českého manažera to není seriózní jednání. Poprvé to přejde, podruhé už ne. Češi také konkrétní čísla a výsledky potřebují podstatně dříve. Francouz k tomu dospívá postupně, klidně stráví dlouhou hodinu povídáním,

V Benelexu mají rádi společenské, kulturní, ale i sportovní akce, jako třeba golf. Připravte se, že značná část se nebude týkat jen obchodu, ale budou vás chtít i blíže poznat a na řadu přijdou i osobnější témata. Je to důležité především v zemích Beneluxu, jelikož byznysmeni z těchto zemí bývají při obchodních jednáních nedůvěřiví.

Důležitá je cena, vysoká kvalita je nutná

Česko má v regionu dobré jméno, zejména díky tradičnímu strojírenství a průmyslu. „Obchodování s organizacemi ve Francii a Beneluxu je náročné, musíte splňovat spoustu technických parametrů, potom už je to asi ze 60–70 procent o ceně,“ říká Petr Foit ze společnosti Linet.

Vysoká kvalita produktů je naprostou nutností, její absence vás vyřadí ze hry, to platí pro celý tento region. Zákazníci ve Francii i Nizozemsku dávají přednost domácím výrobkům. Při snaze uspět na těchto trzích tak musíte nabídnout minimálně stejnou kvalitu, ale za nižší cenu.

Belgický trh je zahraničním výrobkům přístupnější a je o něco snazší v této zemi uspět. Hlavním kritériem pro úspěch je zde vysoká kvalita výrobků a vaše důvěryhodnost.

Francouzi jsou považováni za jedny z nejlepších obchodníků světa mimo jiné díky dlouhé tradici prodejných výstav. „Obchodník se tam nesnaží klientovi svůj výrobek vnutit, ale poskytuje užitečné poradenství a pomoc. Míří na pochopení potřeb zákazníka. Druhou stranou mince jsou profesionální nákupčí, kteří musí být z povahy svého povolání do jisté míry tvrdí. Obecně se dá říci, že profesionalita roste s velikostí společnosti,“ říká Jan Kyncl.

Největší překážkou v Beneluxu i Francii je vysoká konkurence a zároveň náklady spojené s transportem výrobků z Česka do tohoto regionu. Vzhledem k tomu, že ceny v Česku rostou, je ve Francii vyvíjen čím dál větší tlak na obchod bez prostředníků, jelikož ti celkovou cenu dále zvyšují. Pro české podniky je tak náročné získat výhodu v nabídnuté ceně. „Je zapotřebí investovat do vývoje výrobků a přizpůsobit je na míru místní poptávce,“ dodává Jan Kyncl ze společnosti Alukov.

Díky dlouhé tradici prodejných výstav jsou Francouzi jedni z nejlepších obchodníků na světě.

dodavatelem zdravotnických a sociálních lůžek na tamní trh, který Petr Foit popisuje jako opravdu náročný a inovativní.

Velmi důležitou součástí vyjednávání jsou připravené materiály on-line. Vytvořte si přehledné webové stránky, kde představíte společnost i produkty, ideálně přímo s možností překladu do francouzštiny. Důležité jsou v současné době i sociální sítě, kde stále vládne Facebook a LinkedIn, který je populární zejména v Nizozemsku a Belgii.

Obchodní jednání probíhají především při osobním kontaktu. Pro Francii jsou typické pracovní obědy, které se mohou protáhnout i na delší dobu. Klíčová je velmi dobrá příprava. „Vyjadřujte se strukturovaně, jasně argumentujte a navrhujte řešení. Zároveň se nenechte partnerem příliš zatlačit do kouta. Francouzi jsou zkušení obchodníci, jsou inteligentní a fakticky velmi dobře připravení,“ radí Vítězslav Blažek, ředitel zahraniční kanceláře Czech Tradu v Paříži.

České podniky také mohou využít několika podnikatelských inkubátorů, které

kteřé nesouvisí s byznysem,“ upozorňuje Jaroslav Hubata-Vacek, ředitel Francouzsko-české obchodní komory.

„Účastnit se osobních jednání s francouzskými společnostmi je nezbytné především pro začátek spolupráce. Získání první, testovací objednávky je prakticky nemožné bez osobního jednání. Francouzské firmy jsou zvyklé své obchodní partnery často navštěvovat, a očekává se tedy, že osobní jednání proběhne alespoň jednou ročně i se zahraničními dodavateli,“ popisuje Jan Kyncl ze společnosti Alukov.

„Francouzi jsou mnohem temperamentnější, vyžadují více osobního kontaktu a projevují častěji emoce. Francouzi jsou také zvyklí, že jsou během jednání přerušováni nápady kolegů i podřízených, mýtinky se mohou vést jako brainstorming, kde všichni vyjadřují své nápady, ale také rozhořčení nebo radost. To, co by Čech mohl považovat téměř za hádku, považuje Francouz za plodnou diskusi,“ říká Linda Salajková z Francouzsko-české obchodní komory.

Poloostrov Yucatán chystá rozvoj. Čekají ho nové projekty

Hlavními projekty, které mají nastartovat ekonomický růst poloostrova Yucatán na jihovýchodě Mexika, je Mayský vlak nebo zdroj nové speciální ekonomické zóny. Pozornost se soustřeďuje hlavně na slibný projekt železniční trati, která by měla procházet napříč celým regionem, to znamená přes státy Campeche, Yucatán, Quintana Roo, Chiapas a Tabasco. Trať má spojit významné mayské archeologické památky, jako například Palenque, Chichen Itzá nebo Calakmul.

Výstavba celkem 1500 km dlouhé tratě by měla probíhat mezi lety 2018 a 2024 a počítá se s investicí ve výši 126 miliard korun. Původně byl plánován koridor dlouhý 900 km, z mezinárodního letiště Cancún k archeologické zóně Palenque, avšak budoucí prezident López Obrador chce železniční trať prodloužit o dalších 600 km. Nejenže bude Mayský vlak atraktivní pro turisty, ale měl by přirozeně sloužit i k distribuci zboží.

Dále ve státě Campeche, rozkládajícím se v západní části poloostrova u Mexického zálivu, se otevře speciální ekonomická zóna, kde by měly v příštích 30 letech vzniknout na čtyři desítky firem a kolem 51 tisíc přímých pracovních míst s předpokládanými investicemi ve výši čtyř miliard dolarů. Hlavní sektorové zaměření speciální ekonomické zóny bude na zemědělsko-průmyslové, farmaceutické, automobilové a petrochemické odvětví.

Egypt plánuje masivně investovat do elektroenergetiky

Do sektoru elektroenergetiky chce Egypt v letech 2018–2019 a následujících zainvestovat až 133 miliard egyptských liber, což je asi 165 miliard korun. S těmito zajímavými čísly přišla ministryně plánování Hala El-Saeed. Země čelí rostoucí spotřebě elektřiny ve všech odvětvích průmyslu, v zemědělství i domácnostech.

Cílem investic bude zlepšit efektivnost výroby, transferu a distribuce elektřiny. Z měst i vesnic by měly zmizet dráty, rozvody elektřiny by konečně mohly být bezpečnější a efektivnější díky instalaci podzemních kabelů.

Resort plánování počítá i s elektřinou vyrobenou v jaderné elektrárně, jejíž stavba však ještě nezačala. Produkce čtyř plánovaných reaktorů – každý s výkonem 1200 MW – by v roce 2030 měla pokrývat čtyři procenta celkové spotřeby elektřiny. Pro Egypt má ale zásadní význam dobudování tří velkých plynových elektráren, které se od roku 2015 stavějí ve spolupráci s německou firmou Siemens. Hodnota tohoto kontraktu činí osm miliard eur. Egypt předpokládá v tomto klíčovém sektoru úzkou spolupráci s okolními africkými a arabskými zeměmi, které by měly být propojeny jednotnou soustavou. Smlouvy o propojení elektrických soustav už Káhira uzavřela se Saúdskou Arábií, Jordánskem a Libyí.

Auta budoucnosti s anglickými bateriemi

Unipart Manufacturing Group a Williams Advanced Engineering spojily své síly a budují v Coventry vysoce moderní továrnu, která má být dokončena začátkem roku 2019. Nový projekt nese název Hyperbat a jeho cílem je produkce baterií nejen pro automobilový průmysl. Prvním zákazníkem je Aston Martin se svým supersportem Aston Martin Rapid E. Již dnes se ve Velké Británii vyrábí asi 1,7 miliónu osobních vozů ročně a s ohledem na legislativní a ekologické požadavky je trh s bateriemi na vzestupu.

Obě zmíněné firmy mají s automobilovým průmyslem bohaté zkušenosti. Williams Advanced Engineering se dlouhodobě angažuje v oblasti elektrizace vozidel – počínaje napájením všech vozů na okruzích šampionátu ABB FIA Formula E až po zcela odlišné projekty typu Jaguar Vector Racing (vysokorychlostní elektrický člun). Unipart je známý svým odborným nasazením v oblasti automobilové výroby, logistiky a dodávek. Využitím svých výrobních a technologických znalostí se bude proto podílet na výrobě ekologičtějšího zařízení pro pohon silničních vozidel v budoucnosti.

Podívejte se, jak padl nový světový rekord v rychlosti člunu s elektrickým pohonem. Jaguar Vector Racing jel průměrnou rychlostí přes 140 km/h.



Budoucnost automobilky Volvo: létající auta

Automobilka Volvo plánuje od roku 2019 prodávat létající vozidla. Švédská automobilka koupila start-up Terrafugia za účelem inovace v oblasti létajících automobilů. Jejich vznášející se vůz Transition se vyvíjel několik let a dostal množství upgradů svých interiérů, bezpečnostních a zadních kamer, motoru a dalších prvků.

První zkušební test proběhl v pořádku a vypadá to, že létající automobily budou k mání pro své první zákazníky už v roce 2019.

Létající automobil Transition bude moci letět rychlostí až 100 mil za hodinu a vystoupat do výšky 10 000 stop. Uživatelé tohoto vozu budou samozřejmě potřebovat pilotní licenci. Start-up Terrafugia předpokládá, že Transition bude užitečným prostředkem pro piloty, kteří přistávají na malých letištích a chtějí dojet až domů. Jak poznamenala společnost Digital Trends, bude také vhodný pro přistání na dálnicích.

České firmy mohou v Itálii uspět s kytarou i chytrou aplikací

Itálie patří do desítky zemí, kam Česká republika exportuje nejvíce. Po dvou vládách recese z let 2008–2009 a 2011–2013 lze konstatovat, že zlepšující se kondice italské ekonomiky otevírá českým firmám nové příležitosti pro vstup na místní trh v tradičních, ale i nových oborech.

Zahraněční kancelář v Miláně sleduje aktuální dění a snaží se povzbuzovat české firmy v jejich zájmu o toto teritorium. Poprvé tak například zařadila do svých aktivit propagaci hudebního průmyslu a tuzemských firem působících v této oblasti.

Během veletrhu Cremona Mondo Musica, který se uskutečnil na konci září v lombardském městě Cremona, poutaly pozornost návštěvníků mistrně provedené hudební nástroje a příslušenství od českých výrobců. V jeho rámci se podařilo zaujmout i obchodníky a podniknout první kroky k nalezení příštích italských distributorů. Zahraněční kancelář CzechTradu bude pokračovat v prohlubování kontaktů a vztahů s místními asociacemi a subjekty a již plánuje společnou kolektivní účast pro další ročník veletrhu v roce 2019.

Jedním z odvětví, která také dlouhodobě zaznamenávají růst, je loďarství. Dle průzkumu Market Monitor, vypracovaného asociací Nautica Italiana ve spolupráci se

společností Deloitte, dosáhla v roce 2017 hodnota výroby nových konstrukcí v italských loděnicích 2,3 miliardy eur, což představuje nárůst o 14 procent.

Prezident asociace Nautica Italiana Tomasso Nastasi poukazuje také na to, že italský loďařský průmysl zaznamenal v prvním čtvrtletí roku 2018 další nárůst zhruba o devět procent, přičemž očekávaný růst v roce 2018 by měl dosáhnout asi 12–15 procent. S ohledem na tato fakta zahraniční kancelář Milán plánuje zorganizovat pro české firmy v průběhu roku 2019 podnikatelskou misi do italských loděnic.

V Itálii se zároveň probouzí zájem o technologie pro chytrá města. České technologické společnosti mohou své systémy z oblasti smart technologies nabídnout italským partnerům, kteří hledají řešení poskytující řadu finančních a časových úspor v inteligentním řízení nejen pro firmy, ale i pro správu měst.

V neposlední řadě má svůj exportní potenciál také obor nanotechnologií. Zahraněční kancelář CzechTradu v Itálii se snaží o zprostředkování bližších kontaktů mezi českými a italskými subjekty a institucemi. Jejich vzájemné propojení na partnerské bázi by mohlo přinést nové postupy a pozitivní výsledky ve vývojové i obchodní oblasti.

Podívejte se na fotografie a video z prvního zkušebního letu:



Ilustrační foto. FOTO: REUTERS – ERIC GAILLARD

Více o obchodování a příležitostech v Itálii na www.businessinfo.cz/italie



FOTO: ZETOR TRACTORS

ZETOR DÍKY EXPORTU ROZŠIŘUJE SVOU FLOTILU

Zemědělské stroje vyvázejí čeští producenti především na evropské trhy, ale začíná se jim dařit třeba i v Africe. Tento trh považují do budoucna za exportně perspektivní.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz

Konkurence v oblasti výroby zemědělských strojů je obrovská. První ligu na zahraničních trzích hrají velcí producenti výkonných traktorů a kombajnů.

„Bohužel v Česku nemáme výrobce takových zemědělských mašin, které se dnes běžně používají pro polní práce, tedy s výkonem nad 200 koní,“ uvádí Karel Žďárský, prezident Asociace zemědělské a lesnické

techniky, s tím, že český Zetor je vynikající traktor, ale tuto výkonnostní kategorii nepokrývá.

Podle Žďárského by k větší konkurenceschopnosti českých výrobců zemědělských strojů přispěly společné dodávky jak traktorů, tak i závěsných zařízení. Právě na zemědělskou techniku za traktory se specializují v tuzemsku hned tři významní exportéři – Bednar FMT, Farmet a SMS CZ.

Zemědělská technika míří do Německa

Přes tento handicap si čeští výrobci zemědělských strojů včetně traktorů vedou na cizích trzích velmi dobře, od roku 2014 export z Česka pravidelně roste. Poslední tři roky se pohybuje nad 15 až 16 miliardami korun.

Českým firmám se daří vyvážet a postupně získávat zajímavé trhy ať už na východ, nebo na západ od Česka, ale i mimo evropský kontinent. I vzhledem ke složitě

přepřevě velké techniky je to skvělé. Hlavní trhy mají čeští producenti ale logicky v Evropě. Traktory vyváží především do Polska (loni za 920 milionů korun) a na Slovensko (707 milionů korun). Zemědělské stroje a díly do nich mimo traktory míří hlavně do Německa a Rakouska. Jejich prodej do Německa přesáhl loni pět miliard korun z celkových více než 16 miliard, což představuje třetinu vývozu.

Podle Žďárského jde u zemědělské techniky z velké části o export z výrobních tuzemských závodů do mateřských centrál v Německu a Rakousku. Například v jihočeských Vodňanech vyrábí zemědělské stroje rakouská společnost Pöttinger. V posledních letech investuje do nových technologií i rozšíření provozů. Vyváží do Německa, Francie, Rakouska i dál, ovšem ne pod českou, ale pod rakouskou značkou.

Export zemědělských strojů a jejich dílů se za posledních sedm let přetahuje s dovozem o vítězství. Nevítězí tradičně ani dovoz, ani vývoz, ne vždy je bilance pro české firmy příznivá. Třeba v roce 2016 byl miliardový rozdíl ve prospěch tuzemského vývozu, loni jsme naopak dovezli stroje v hodnotě, která byla o necelých 200 milionů vyšší.

Zetor se vrací na známé trhy

V traktorech je vzájemná bilance horší. Od roku 2011 vždy převažoval export nad importem. Nejvýznamnější český producent traktorů Zetor nabízí stroje s výkonem 70 až 170 koní. Zákazníci, kteří požadují jiné traktory, musí volit zahraniční značku. Podle Markéty Jargusové, manažerky marketingu Zetor Tractors, uvedla firma letos na trh malé kompaktní stroje s výkony od 40 do 70 koní, které doplnily portfolio o traktory s nižšími výkony. „Plánujeme rozšíření o stroje s vyšším výkonem, než jaký nabízí aktuálně nejsilnější stroj Zetor Crystal s výkonem 150 až 170 koní.“

Společnost Zetor Tractors, která loni utržila téměř tři miliardy korun, je silně orientovaná na export. Podle výroční zprávy firma v roce 2017 vyrobila a prodala tři tisíce traktorů, z nichž 80 procent vyvezla do více než 50 zemí. Export směřuje na trhy Evropské unie, ale také do východní Evropy, USA, Asie a Afriky. Aktuálně firma pracuje na vývozu do východní Afriky, jihovýchod-

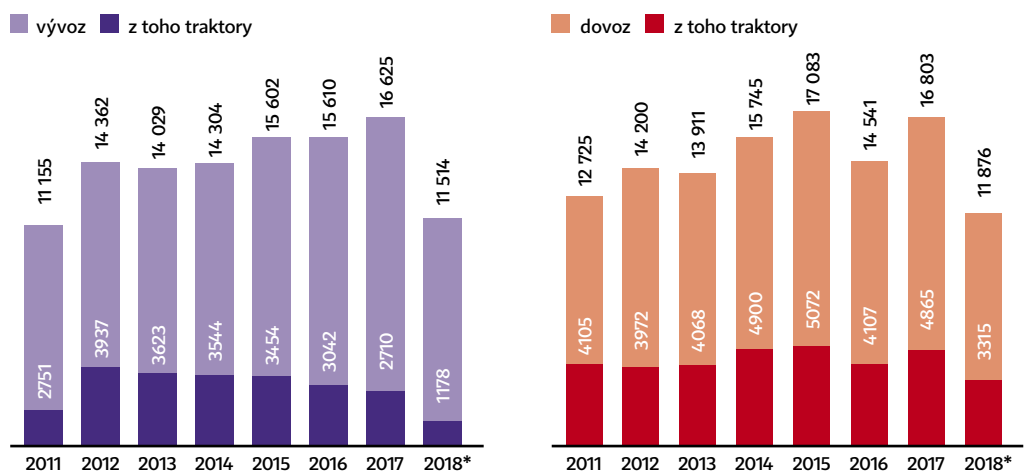
ní Asie a na Blízký východ a hledá vhodné partnery také v Austrálii a na Novém Zélandu, kde má Zetor historicky silnou stopu.

Ještě pevnější postavení z dob někdejší Rady vzájemné hospodářské pomoci (RVHP) mají tyto traktory v zemích bývalého Sovětského svazu. Loni podepsal Zetor s ruským partnerem KEMP memorandum na kontrakt sad traktorů, podle kterého dodá česká firma v následujících čtyřech letech do Ruska až 6000 sad traktorů a motorů. Finanční objem spolupráce je odhadován do výše 550 milionů eur, tedy téměř 14 miliard korun.

Rusko a Ukrajinu považuje Žďárský za obrovské agrární země, ve kterých by měli čeští exportéři hledat odbyt. „Máme tam tradici, proto je stále považuji za velmi významné pro export zemědělských strojů. Budoucnost vidím v Africe, kde bude nutné produkci potravin výrazně zvýšit,“ míní.

A právě na afrických trzích se v poslední době daří české firmě JK Machinery, která se specializuje na výrobu strojů pro posklizňovou úpravu plodin. V Evropě vyváží do Německa, Francie, Anglie a Polska, v Asii nedávno vyvezla první stroj do Bangladéše.

Vývoz a dovoz zemědělských strojů a jejich dílů (v milionech Kč)



* uvedená data jsou do 31. července 2018

ZDROJ: ČSÚ

„Od vstupu na ruský trh si slibujeme posílení pozic značky v oblasti Ruska. Těší nás, že tamní partner je s našimi produkty a službami spokojen, a vzájemně nacházíme i nadále prostor pro prohlubování spolupráce,“ uvádí David Kollhammer, ředitel úseku strategie Zetor Tractors.

Rusko a Ukrajina jsou velké agrární země

Podle Karla Žďárského, šéfa Asociace zemědělské a lesnické techniky a také majitele firmy Farmet, zůstává perspektivním trhem pro české výrobce Evropa, i když je tu maximální konkurence. Farmet, vyrábějící zemědělskou techniku na obdělávání půdy i setí a lisy pro zpracování olejnatých semen, vyváží přes 80 procent své produkce a má zastoupení ve 40 zemích světa. Exportovat začali prvně na Ukrajinu, daří se jim v Rusku, posledním velkým trhem, kde se uchytily, je sever USA a jih Kanady.

„Co se týče Afriky, jsou nyní v provozu naše stroje v Zambii, Tanzanii, Keni a Nigérii. První objednávku řešíme ze Zimbabwe a pokročila i jednání o kontraktu do Ghany,“ vyjmenovává Michal Kukula, obchodní ředitel JK Machinery.

Přesto v porovnání s loňským rokem vývoz do afrických zemí firmě letos poklesl. Podle Kukuly to bylo zapříčiněno předzásobením v roce 2017, nejistotou na některých trzích a také zdoluhavým průběhem jednání o některých zakázkách. „Na příští rok už máme avizovaný opětovný nárůst objednávek, a to i od takových renomovaných odběratelů jako Monsanto nebo Syngenta v Zambii. Afriku tedy považujeme za perspektivní trh i nadále,“ tvrdí Kukula.

V příštím čísle Českého exportéra se zaměříme na vodohospodářství

DODRŽET DANÉ SLOVO JE PRO EXPORT ZÁSADNÍ

Společnost SMS CZ z Rokycan, vyrábějící zemědělské stroje, vyváží až 80 procent své produkce. Její technologii využívají farmáři od Evropy až po Nový Zéland.



Josef Nauš (59)

jednatel firmy SMS CZ

Po absolvování České zemědělské univerzity v Praze-Suchbale nastoupil do Strojní a traktorové stanice (STS) v Rokycanech. Půl roku působil počátkem 90. let na finančním úřadě. V roce 1993 STS privatizoval se svými kolegy z traktorové stanice. Do klína jim spadlo 80 zaměstnanců a práce jen na 14 dní. Proto se noví majitelé rozjeli do zahraničí, aby měli pro lidi práci a splatili dluhy. Tehdy se podle Nauše začali učit, jak vyvážet a jak jednat na cizích trzích. A právě on se aktuálně ve firmě stará především o export zemědělských strojů na západní trhy. V porovnání se situací před 20 roky se podle Nauše podmínky vývozu změnilly, dnes už nestačí jen účast na veletrzích, kterých firma ročně absolvuje zhruba 25 po celém světě. „Je třeba být vidět na internetu a sociálních sítích,“ míní Nauš.

Západočeská firma SMS CZ už přes dvacet let vyváží své zemědělské stroje. Aktuálně je používají farmáři ve 30 zemích světa. Takže v Rokycanech mají zkušenosti, jak se prosadit v zahraničí. Přesto stále bojují s puncem firmy z Východu.

„Kolega to charakterizuje slovy, že co je dovoleno Bohovi, není dovoleno volovi. Když se porouchá stroj ze Západu, tak se nic neděje, když z Česka, tak proto, že je vyrobený na Východě,“ uvádí Josef Nauš, jeden ze tří majitelů společnosti a manažer, který má na starosti export na Západ.

Mimochodem podniku se na západních trzích daří, ale nejenom tam se musí vyrovnávat s konkurencí, která je kapitálově silnější a má už zavedenější značky. „Neberou nás už jako úplný Východ, ale také ne jako Západ. Musíme být lacinější až o 20 procent než němečtí, ale i třeba rakouští konkurenti. Přitom samozřejmě děláme naprosto srovnatelné stroje,“ míní Nauš. Cena jednoho zařízení z Rokycan se podle velikosti a hlavně zaměření pohybuje od čtyř do 70 tisíc eur.

Na Novém Zélandu zcela zaplnili trh

Z jedné strany je při exportu nevýhoda, že SMS CZ není velká společnost. Její roční tržby dosahují 200 milionů korun a značku si během 20 let teprve buduje. Na druhé straně ovšem právě tím, že nejde o nadnárodní kolos, může konkurovat.

„Jsme malí, a proto dokážeme být pružní, flexibilní. Umíme reagovat na to, co zákazník chce,“ tvrdí Nauš. Firma nabízí

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz

základní řadu zemědělských strojů, jde hlavně o zařízení za traktory na zpracování půdy, především travních porostů. V portfoliu podniku jsou i samonakládací přepravníky balíků slámy, sena a podobně. „V rámci toho, co umíme, se domlouváme se zákazníkem, jak by potřeboval stroj upravit, doplnit, vlastně často děláme takzvané na klíč.“

Experti na takové požadavky jsou především klienti z Nizozemska a Nového Zélandu. Právě většina farmářů od protinozců má zřejmě stroje z Rokycan. „Naprosto jsme vytlačili konkurenci. Vyvezli jsme na Nový Zéland tolik strojů, že jsme jimi vlastně zaplnili trh. Nyní tam prodej klesá, protože už nás tam nemá kdo koupit,“ vypráví Nauš s tím, že právě pro Nový Zéland dělali úpravy na základě požadavků klientů. „Dalo by se říct, že jsme stroj vyvinuli přímo pro ně.“

Na Novém Zélandu existují velké travní plochy pro dobytek, které nejprve spásají krávy a poté ovce. Takové louky je pak třeba obnovit – tedy rekultivovat půdu a opět ji osít. „Na jedno přejetí dokáže náš stroj více operací. Třeba vytrhat starou trávu a mech, udělat lože pro semínko nové trávy a to semínko uložit a upevnit v půdě.“

Pro export začíná být důležitý internet

Vedle Nového Zélandu, Austrálie a většiny západoevropských zemí firma SMS CZ vyváží také do USA, Kanady, na východ do Ruska, Kazachstánu či na Ukrajinu. Aktuálně se společnosti daří na jihu Evropy v Maďarsku, Rumunsku a Bulharsku.



Na Nový Zéland firma dodala tolik strojů, že jimi zaplnila trh. „Naprostoj jsme vytlačili konkurenci,“ říká Josef Nauš. 2x FOTO: HN - LIBOR FOJTÍK

„Rok co rok se země, kam roste vývoz, mění. Jednak kvůli přírodním podmínkám, podle toho, jak je například sucho, jaká je cena komodit a podobně. A pak třeba v Evropě hrají velkou roli dotace. Momentálně dostávají dotace zemědělci právě v Maďarsku, Rumunsku a Bulharsku,“ tvrdí Nauš. Loni byl podle něho velký zájem zase z Ruska a Ukrajiny, letos se situace zhoršila. A má to samozřejmě důvod, který nemůže podnik ovlivnit. „Ukrajinská vláda prodává zemědělcům půdu, takže investují do ní, a ne do strojů.“

To ovšem neznamená, že v SMS CZ čekají se založenými rukama, jak se kde situace vyvine. Naopak. Ročně se firma buď sama, nebo prostřednictvím svých dealerů prezentuje na 25 výstavách. Nauš věří, že právě veletrhy jim pomohly prosadit se na zahraničních trzích. V současné době se ovšem domnívá, že účast na výstavách nebude do budoucna stačit. „Je třeba se víc prezentovat na internetu. Syn kolegy Jirsy, spolujeditele firmy, je na školení, jak se dělá reklama na internetu, na sociálních sítích.“

Na zahraničních veletrzích využívá firma také služeb agentury CzechTrade. Podle jeho zkušeností velmi záleží na tom, s kým

SMS CZ

Společnost vznikla v roce 1993 privatizací bývalé Strojní a traktorové stanice v Rokycanech. Nyní se firma specializuje na konstrukci a výrobu zemědělských strojů pro zpracování půdy, předseťovou přípravu, válení, obnovu a zakládání luk a pastvin. Cena jednoho stroje se pohybuje od čtyř do 70 tisíc eur. Tyto stroje jsou určeny většinou k zapražení za silnější traktory, takže jde o zařízení, o něž mají zájem větší farmáři. Druhou náplní firmy je projektování, výroba a stavební realizace spaloven odpadů a zařízení pro čištění spalin. Na export jdou především zemědělské stroje. Z ročních tržeb kolem 200 milionů korun představuje vývoz 70 až 80 procent a směřuje přibližně do 30 zemí. Vedle evropských trhů mají zařízení na zpracování půdy z Rokycan například v Kanadě, USA, Austrálii, na Novém Zélandu nebo v Chile. SMS CZ je ryze česká společnost vlastněná třemi absolventy Vysoké školy zemědělské, která zaměstnává 120 lidí.

firmou spolupracuje. Chválí bývalého šéfa kanceláře CzechTrade v Austrálii Vojtěcha Helikara, který od letošního léta působí ve Stockholmu. „Je s ním spolupráce, jako fík. Teď s ním jednáme o naší účasti na českém stánku na veletrhu v Dánsku.“

Seriózní jednání udrží zákazníky

SMS CZ má v zahraničí dealery, přes které realizuje většinu svého vývozu. S těmito spolupracovníky se snaží maximálně komunikovat. „Zastávám názor, že dealery bychom měli za rok třikrát objet. Na těchto setkáních se dozvíme, co je špatně. A tyhle zkušenosti nás tlačí dopředu,“ míní Nauš.

Zároveň je podle něj pro export důležité, aby zahraniční kolegové poznali firmu, jejíž stroje mají prezentovat. „Ze začátku je dobré dealery pozvat k nám do provozů,“ dodává s tím, že nejdůležitější je ovšem být seriózní a držet dané slovo. „Když si na něco podáme ruku, tak to musí platit. Tím jsme si zákazníci dokázali udržet na dlouho. Když řeknu, že dneska stroje nakládám, tak to musí být pravda, ne že je naložím až za týden a žalžu, abych partnera uklidnil. A když nemohu dodržet slovo, tak mu to musím hned říct.“

PŘIPRAVTE SE NA EXPORT PRAKTICKÝMI SEMINÁŘI

Agentura CzechTrade připravuje tematicky zaměřené semináře, které vedou ředitelé jejich zahraničních kanceláří, zkušení lektoři i majitelé firem, které na cizí trhy už prorazily.

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

Malým, středním i velkým českým firmám nabízí agentura CzechTrade exportní vzdělávání. Každý rok připravuje okolo padesáti zajímavých, interaktivních a prakticky zaměřených seminářů a konferencí. Odehrávají se nejen v Praze, ale i v dalších městech České republiky.

Můžete získat informace o tom, jak zahájit expanzi, jak získat a udržet obchodní partnery nebo jak se důkladně připravit na obchodní jednání. Dozvíte se, jaká je současná ekonomická situace v daných teritoriích, jaké jsou aktuální exportní příležitosti, výzvy i rizika.

Nezaklínejte se souslovím německá kvalita za české ceny

Ředitelé zahraničních kanceláří CzechTrade vám vysvětlí, jak nejlépe potenciálnímu klientovi popsat přidanou hodnotu svého výrobku či služby, tak aby nezněla stále stejná věta: „Německá kvalita za české ceny.“ Objasní, jaké jsou běžné chyby českých exportérů, jak dlouhá je doba od vytipování partnerů po uzavření prvního obchodu a v neposlední řadě s vámi projednají vaše požadavky a plány. Dohromady to zabere jen půlden, ale odnesete si řadu cenných informací. Budete vědět, co dál s vaším výrobkem či službou, zda je daný trh pro vás vhodný a jak postupovat.

Odborné semináře jsou pak zaměřeny na témata z oblasti mezinárodního obchodu, ale i komunikační a manažerské dovednosti.

Kromě ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade jsou lektoři seminářů i lidé z praxe, tedy majitelé firem, zkušení odborníci, profesionální lektoři a další zajímavé osobnosti. Patří mezi ně například Karel Havlíček, generální ředitel společnosti Sindat a předseda Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Hana Vydrová, majitelka firmy Topstyle, Jan Hebnar, ředitel společnosti Sinovia, nebo Tomáš Zykán, specialista na komunikaci a marketing, který působil v New Yorku a v Londýně.

„S exportním vzděláváním, které poskytuje agentura CzechTrade, spolupracuji od samého počátku. Je to jeden z nejlepších počínů veřejné sféry v oblasti podpory exportu malých a středních firem. Na workshopech se setkávám se stovkami firem, diskutujeme taktiku dobývání nových trhů, obchodní, finanční a marketingové plány,“ říká Karel Havlíček. „V kontextu s ostatními kurzy tím mohou vývozci získat ucelený a praktický pohled na mezinárodní obchod. Firmy vnímají tuto formu vzdělávání velmi pozitivně, agentuře CzechTrade důvěřují a také cena je pro ně velmi příznivá. I to je důvod, proč na celém cyklu seminářů spolupracuji, proč kurzy firmám doporučuji a proč trvale vyhledáváme nové lektoře a témata workshopů.“ dodává Havlíček.

Vzdělává se i státní správa

Znalosti a dovednosti si v rámci profesního vzdělávání nerozšiřují jen zástupci českých firem, ale i pracovníci státní správy. Proto je pro ně každý rok připraven kurz

Některá témata seminářů

- Chyby, kterých se dopouštíte v zahraničním obchodě, a jak to změnit
- Získávání zahraničních zákazníků pomocí digitálních nástrojů
- Business etiketa v obchodním jednání
- Obchodujeme s Čínou – jak zvýšit úspěšnost svého produktu, e-commerce
- Marketingové strategie na zahraničních trzích
- Export do Kazachstánu a Ázerbájdžánu
- Jak úspěšně exportovat do Německa

obchodní diplomacie. Je určen především pro ty, kteří chtějí reprezentovat Česko v zahraničí, a obecně pro pracovníky, kteří poskytují podnikatelské veřejnosti poradenské služby. Tematicky je kurz orientován na aktuální trendy v ekonomice, na mezinárodní právo, strategické a projektové řízení, financování obchodu, sociální sítě, prezentační dovednosti nebo byznys etiketu. Kurz není teoretický, ale především praktický a interaktivní. Zkvalitní odborné i komunikační znalosti kolegů z organizací CzechTrade a CzechInvest, z ministerstva průmyslu a obchodu a také doplní obchodní témata kolegům z Ministerstva zahraničních věcí ČR.

I FIREMNÍ BANKOVNICTVÍ ZASÁHLA VLNA INOVACÍ A MOBILITY

Moderně řízená firma očekává v současném světě moderní bankovní služby. Firemní klienti přitom kladou stále větší důraz na tři hlavní požadavky vycházející z principů fungování dnešního světa – rychlost, mobilitu a bezpečí.



Internet a mobilní komunikace zcela změnila po staletí zaběhnutá pravidla, a to nejenom v samotném byznysu, ale rovněž v bankovních službách. Komerční banka pro své klienty vyvinula nástroje, které jim umožňují lépe a efektivněji řídit firemní finance. Přitom jako jediná banka v ČR klade maximální důraz i na bezpečnost v on-line prostředí.

Inovativní přístup Komerční banky je patrný zejména v měnových obchodech, zahraničních platbách, komunikaci a zabezpečení internetového a mobilního bankovníctví.

MĚNOVÉ OBCHODY BEZ OMEZENÍ – KB eTRADING

Mezinárodní obchod je stále dynamičtější a provázanější. Proto Komerční banka nabízí platformu KB eTrading, jejíž hlavní výhodou je rychlá a pohodlná konverze cizích měn i zhodnocování volných finančních prostředků. Tato pokročilá elektronická aplikace KB eTrading je navržena speciálně pro měnové obchody, měnové zajištění a zadávání termínovaných vkladů, přičemž její ovládání je jednoduché a intuitivní. Přístup je přímo z aplikací internetového bankovníctví KB MojeBanka, MojeBanka Business a Profibanka.

Majitelé středních a větších firem uvítají možnost nastavit konkrétní objemové limity pro jednotlivé uživatele, které zvyšují bezpečnost a zabrání nechtěným obchodům. Snadno a flexibilně lze nastavit datum vypořádání obchodu – v rozmezí od dne zadání (D+0) až po D+2 u promptních obchodů, od D+3 až po jeden rok u termínovaných obchodů a od D+0 u termínovaných vkladů.

Klienti Komerční banky mají možnost v nové aplikaci provádět FX spoty, forwardy a swapy a zadávat pokyny k nákupu a prodeji jednotlivých měn. Obchodovat lze všechny pracovní dny 24 hodin denně a dokonce i během některých svátků, specifických pro ČR. Zajímavá může být pro klienty i celá řada doplňkových funkcí, jako je změna účtů vypořádání nebo změna valuty vypořádání již uzavřeného obchodu. Mnozí ocení i jednoduché nastavení individuálních limitů, notifikace událostí prostřednictvím SMS a e-mailů nebo dokonalý přehled o stavu jednotlivých obchodů včetně historie změn.

TRADE AND FINANCE ONLINE

Rovněž další služba Komerční banky je určena pro internet s důrazem na bezpečnou, dynamickou a právně platnou formu komunikace. Internetovou službou Trade & Finance OnLine (TF OnLine) získávají klienti KB platformu, která pokrývá oblasti krátkodobých a revolvingových úvěrů, bankovních záruk a dokumentárních plateb. Šetří čas a náklady spojené se zasíláním papírových žádostí, a to například díky možnosti kopírovat žádosti z již realizovaných obchodů pro nově vytvářené transakce.

Firemní klienti si sami mohou aplikaci upravit, vytvářet vlastní šablony, případně nastavit podpisová práva dle organizační struktury svého podniku, či k jednotlivým produktům. TF OnLine je k dispozici v české i anglické jazykové mutaci a pracuje v režimu zabezpečeného přístupu (certifikát na čipové kartě a čtečka čipových karet). Dostupný je 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.

Zřízení a používání TF OnLine je zdarma. Při

práci s aplikací se klienti banky mohou spolehnout nejen na asistenci při prvním přihlášení, ale i na odborné poradenství regionálních specialistů zahraničního obchodu. Aplikace Trade and Finance OnLine se neustále vyvíjí tak, aby vyhověla požadavkům klientů.

VŠECHNY ÚČTY NA JEDNOM MÍSTĚ

KB ve spolupráci s mateřskou bankou Société Générale začala svým klientům poskytovat tzv. multibankovní aplikaci internetového bankovníctví Sogecash Web. Klienti zde mohou po jediném přihlášení spravovat své účty vedené v různých bankách v různých zemích. Kromě verze pro internetové bankovníctví je k dispozici rovněž varianta pro mobilní bankovníctví Sogecash Web Mobile. Produkt navíc v kombinaci s řešením Sogecash® SWIFTNet a Sogecash® SFTP pokrývá i ty nejnáročnější požadavky nadnárodních firem kladené na služby cash managementu.

Komerční banka nabízí korporátním klientům globální řešení jejich potřeb v oblasti cash managementu. Nový bankovní nástroj využijí především velké mezinárodní korporace a jejich dceřiné společnosti. Velmi přínosný je i pro lokální společnosti spravující účty ve více bankách nebo působící v několika zemích. Těm umožní překonat hranice stejně jako ovládat všechny účty skupiny a optimalizovat cash-flow.

Mezinárodní multibankovní a multiměnové řešení Sogecash Web je pro uživatele dostupné z více typů zařízení. Klientům je k dispozici v režimu 24/7, to vše při zachování vysokého standardu bezpečnosti. Kromě iniciace plateb nabízí Sogecash Web řadu funkcionalit, jako jsou například stahování denních a průběžných výpisů, vyhledávání transakcí za uplynulých 90 dní. Aplikace umožňuje značnou variabilitu nastavení a rovněž administraci uživatelských práv na straně klienta.

BEZPEČNOST JE V KB NA PRVNÍM MÍSTĚ

Komerční banka nabízí jako první a jediná banka na tuzemském trhu bezplatnou instalaci bezpečnostního softwaru Trusteer od společnosti IBM, který je ověřeným produktem používaným klienty významných bank po celém světě. Tento nástroj zjišťuje a odstraňuje většinu škodlivého finančního softwaru a „léčí“ infikované počítače, ale i tablety a dokonce i mobilní telefony. Klienti si bezpečnostní opatření mohou snadno nainstalovat jak v rámci internetového, tak i mobilního bankovníctví.

SPOLEK TĚŽAŘŮ ROZVÍJÍ OBCHODNÍ SÍŤ NA VÝCHODĚ

Těžba nerostných surovin ve východní Evropě? Čeští exportéři využívají spolek Česká dobývací technika, který chce rozvíjet obchodní síť v tomto teritoriu.

Jiří Šařec
výkonný ředitel, CDT
cdt@cdte.cz

Proniknout na dosud neotevřené těžební trhy v zemích východní Evropy a uspět tam pomáhá českým exportérům spolek CDT – Česká dobývací technika. „Snažíme se vytvořit, rozvíjet a udržovat síť obchodních vztahů se společnostmi ve všech teritoriích, která se zabývá těžbou nerostných surovin. Důležité je především Rusko a postsovětské trhy jako Kazachstán a Ukrajina, které byly tradičně silnými exportními trhy v minulosti,“ vysvětluje činnost spolku CDT jeho prezident Jan Poloch. Česká dobývací technika navíc obnovuje dosavadní metody těžby nerostného bohatství a modernizuje technologie jeho dobývání, a to jak hlubinným, tak povrchovým způsobem.

Obchodní společnosti, které spolek CDT tvoří, jsou renomované, prosperující a ekonomicky vyspělé firmy navazující na dlouholetou těžební tradici v České republice. Mají praktické zkušenosti s kompletními dodávkami pro těžbu a úpravu nerostných surovin, které sahají od vlastního vyprojektování dolu, výběru a určení vhodné technologie přes zpracování projektu konkrétního zařízení, zajištění kompletní výroby včetně montáže až po uvedení do provozu včetně financování celého obchodního případu.

„Prosadit se na vzdálených trzích, kde je v oboru důlní techniky stále potenciál, je velice obtížné. Proto je vhodné sdružit se a koordinovat aktivity v rámci spolku. Díky úzké spolupráci mezi firmami navíc vznikají nové společné obchody a zakázky. Obrazně řečeno, v jednotě je síla,“ říká Jan Poloch.

Členové spolku Česká dobývací technika

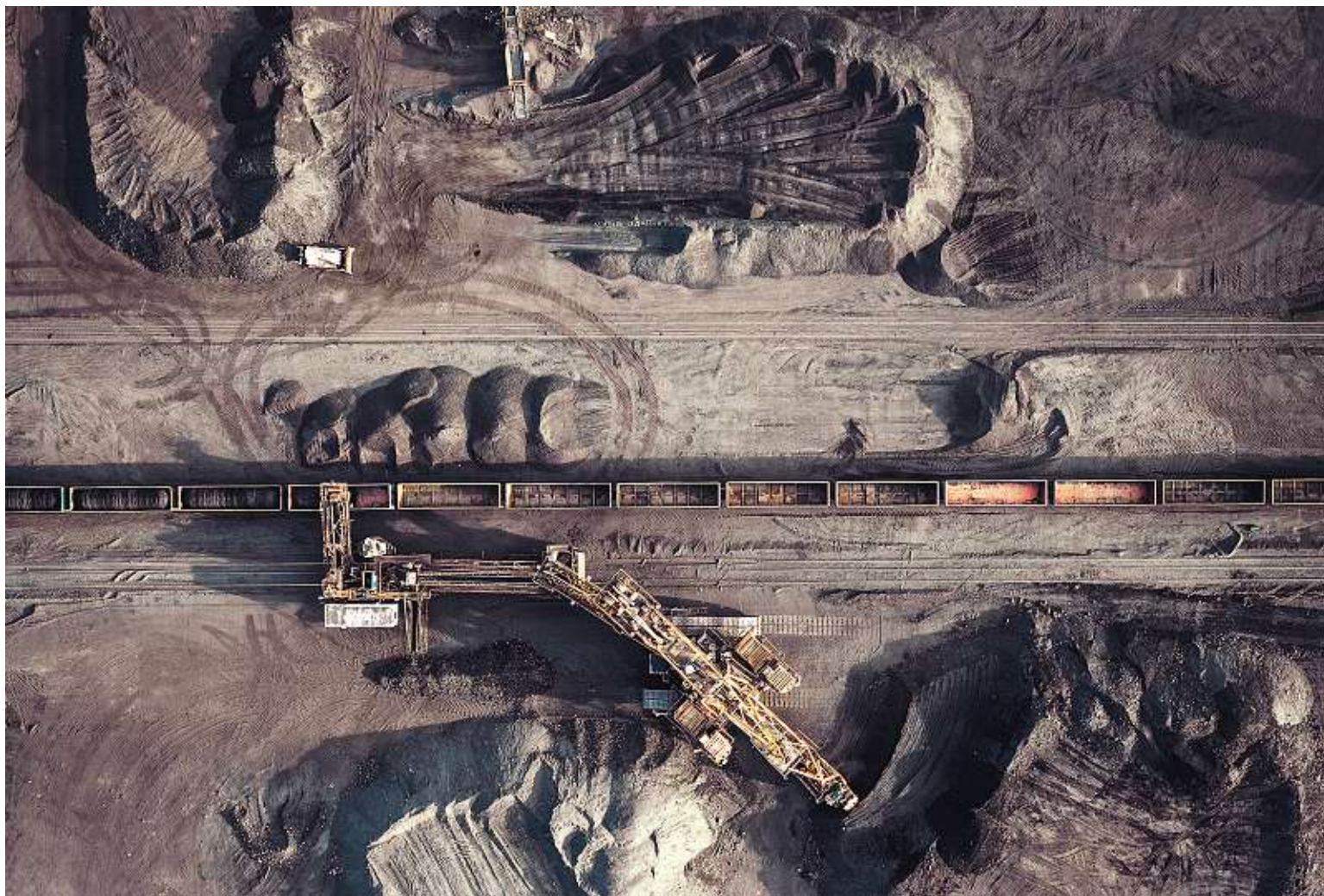
- ALTA
- Báňské projekty Ostrava
- DSP Přerov
- Enelex
- Ferrit
- Hansen Electric
- INCO engineering
- NOEN
- Řetězárna
- RPS Ostrava
- Transroll – CZ
- UNEX
- Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava
- ZAM – Servis
- ŽDB Drátovna

Členové mezi sebou sdílejí problematiku tendrů či specifika trhů v teritoriích. Mohou si navzájem významně pomoci také v oblasti legislativy, potřebných certifikátů a v dalších aktivitách. Nezanedbatelným pozitivním faktorem jsou i zkušenosti a kontakty v oblasti zahraničního obchodu a dosavadní úzké spolupráce jednotlivých členských společností. Výsledkem činnosti CDT je zvyšování ekonomické efektivity a rostoucí hospodářské výsledky.

Na vzdálené trhy se firmy dostanou i díky agentuře CzechTrade

Díky aktivní komunikaci se státními organizacemi spolek CDT udržuje kontakt s posledním vývojem v oboru těžby nerostných surovin. Česká dobývací technika i její členové se každoročně účastní hned několika akcí, které mají podporu agentury CzechTrade. „Jedním z druhů propagace, který CzechTrade nabízí a CDT využívá, je účast na veletrzích jak s podporou programů NOVUMM či NOVUMM KET spolufinancovaných z programů OPPIK, tak i veletrhů v gesci zahraničních kanceláří,“ vysvětluje gestor aliance a exportní konzultant agentury CzechTrade Jan Koblíha.

Díky finanční podpoře a zázemí státní agentury se firmy dostanou na trhy, které by samy nebyly schopné navštívit. Jen letos díky jejím projektům navštívily veletrhy Mongolia Mining, Mining Vietnam, Mining World Central Asia či Mining and Engineering Indonesia. A některé se již pomalu připravují na veletrh IMME v Kalkatě nebo Mining Turkey.



CDT obnovuje dosavadní metody těžby nerostného bohatství a modernizuje technologie jeho dobývání, a to jak hlubinným, tak povrchoým způsobem. FOTO: SHUTTERSTOCK

Díky projektům NOVUMM a NOVUMM KET si firmy mohou dovolit prozkoumat neznámá teritoria a navázat nové obchodní kontakty. „Firmy velice rády využívají nabídky CzechTradu a jsou s ní velice spokojené,“ říká Jan Poloch.

Členové spolku CDT využívají také pomoc ministerstva průmyslu a obchodu

Kromě již zmíněných projektů členové spolku CDT využívají i dalších služeb agentury. „Oblíbené jsou služby s vyšší přidanou hodnotou, mezi které patří například oborové mise. Firmy mají zájem také o individuální zakázky s cílem vyhledat vhodné obchodní partnery či prověřit konkurenceschopnost podnikatelského záměru v teritoriích,“ říká Jan Kobliha. Ve spolupráci se spolkem CDT připravuje CzechTrade vydání již sedmého oborové-

O spolku

Stěžejním cílem, který si CDT klade, je proniknout na dosud neotevřené trhy v zemích východní Evropy, konkrétně jde o snahu vytvořit, rozvíjet a udržovat síť obchodních vztahů se společnostmi v Rusku a na Ukrajině, které se zabývají těžbou nerostných surovin.

Tímto způsobem se CDT bude snažit obnovit dosavadní metody těžby nerostného bohatství a modernizovat technologie dobývání nerostných surovin, a to jak hlubinným, tak povrchoým způsobem.

ho katalogu, jehož cílem je představit obor zahraničním odběratelům. Jde o průvodce oborem dobývací techniky a prezentaci toho nejlepšího, co mohou české firmy nabídnout.

Členové spolku Česká dobývací technika se účastní rovněž veletrhů s podporou ministerstva průmyslu a obchodu v rámci ČOÚ – českých oficiálních účastí. „V červnu se například většina firem zúčastnila veletrhu Ugol Rossii & Mining, který se konal v Novokuzněcku a který patří k nejdůležitějším veletrhům v rámci důlního průmyslu na světě,“ dodává Jan Poloch s tím, že všichni vystavovatelé byli s výsledkem účasti na výstavě velice spokojeni.

Letos se ČOÚ bude konat ještě na veletrhu Mining Industry Expo v ukrajinském Kyjevě.

LATINSKOAMERICKÁ ENERGETIKA ZAŽÍVÁ BOOM

Země Latinské Ameriky se pustily do rozvoje rozličných oborů obnovitelné energie. Pomáhají jim i příznivé přírodní podmínky v regionu. Exportéři by měli tuto šanci využít.

Emil Ulrych
ředitel regionálního centra Latin-
ská Amerika, CzechTrade
emil.ulrych@czechtrade.cz

Díky rozmachu nových technologií i příznivým přírodním podmínkám se v Latinské Americe otvírají dveře do mnoha oborů obnovitelné energie, která se v tomto regionu stává klíčovým trendem. Velmi atraktivní zemí je v tomto směru například Kolumbie. Tam je export dlouhodobě stabilní a na českém vývozu mají významný podíl právě dodávky do energetického sektoru.

Hlavními dodavateli elektřiny jsou zde vodní elektrárny, jejichž podíl na výrobě se v průběhu roku pohybuje mezi 50 a 80 procenty v závislosti na počasí. „Tento výkyv mají na starosti fenomény El Niño a La Niña, což jsou meteorologické jevy, které způsobují oteplení či naopak výrazné ochlazení studeného Peruánského proudu. Dochází tak ke střídání období intenzivních srážek a sucha,“ vysvětluje Barbora Kaprálová ze zahraniční kanceláře CzechTradu v Bogotě.

Dlouhodobá energetická strategie Kolumbie proto počítá s výstavbou alternativních energetických zdrojů. Jde mimo jiné o solární a větrné elektrárny, i když stranou nezůstává ani rozvoj klasických zdrojů na fosilní paliva. Pro české exportéry mohou být bezesporu zajímavé subdodávky pro výstavbu tepelných, fotovoltaických i malých vodních elektráren.

Chile tlačí na energii z obnovitelných zdrojů, Peru řeší elektrizaci venkova

Alternativní energetické zdroje staví také v Chile. „Chile bylo definováno jako



Dlouhé pobřeží Chile vytváří ideální podmínky pro větrné elektrárny. FOTO: SHUTTERSTOCK

země s nejvyšší sluneční radiací na světě, proto zde v posledních čtyřech letech došlo k masivnímu rozvoji fotovoltaiky. Stejně tak rozsáhlé větrné pobřeží země vytváří ideální podmínky pro rozkvět větrných elektráren,“ vysvětluje ředitel zahraniční kanceláře v Santiagu Josef Kunický.

Díky přírodním podmínkám a potřebě dovážet veškerá fosilní paliva je tak v zemi kladen důraz na výrobu energie z obnovitelných zdrojů. Protože však v Chile chybí energetické strojírenství a omezený je i petrochemický průmysl, nabízí země v oblasti energetiky zajímavé příležitosti zahraničním, a tedy i českým producentům.

Ve vývozu České republiky do Peru připadá až 30 procent na technologické dodávky pro energetiku, strojírenství, petrochemii a příbuzné obory. Poptávka v oblasti energetiky se navíc díky rychlému ekonomickému růstu v posledních deseti letech dál zvyšuje.

Mezi nejvýznamnější zdroje zde patří vodní elektrárny, na které připadá 55 procent dodávek, dále pak plynové elektrárny, větrné a v menší míře i solární. Peru je navíc stejně jako většina zemí Latinské Ameriky ovlivňováno silnými výkyvy počasí. Tamní vláda se tak snaží zajistit dostatek elektrické energie po celý rok, a to hlavně přechodem na obnovitelné zdroje. Hlavní problém představuje distribuce energie ve venkovských oblastech, z nichž je dodávkou proudu zatím pokryto pouze 80 procent. Vláda proto plánuje do roku 2021 významně investovat do lokálních zdrojů energie a přenosové soustavy ve venkovských oblastech, aby se docílilo 100procentního pokrytí.

Rozvoj obnovitelných zdrojů v Peru nyní zastřešuje také program PODS (Perú por los objetivos de Desarrollo Sostenible), což je sedmý bod ze sedmnácti priorit, které chce vláda naplnit do konce roku 2030. Klíčovým nástrojem pro získání podpory projektu je účast v aukci. Vládní úřad Osinergmin tímto způsobem vybral již 71 energetických projektů s celkovou kapacitou 1,34 GW pro nové zdroje na zpracování biomasy, pro malé

hydroelektrárny, solární panely a větrné turbíny.

Mexiko sází na fotovoltaiku

V Mexiku, které v rámci regionu patří mezi nejvýznamnější státy těžící ropu, v současné době sílí zájem o zelenou energii, tedy zejména o výrobu energie z biomasy, o větrnou, solární či vodní energetiku. Do roku 2030 by dle plánů mělo 49 procent vyprodukované energie pocházet z obnovitelných zdrojů. V současné době se výrazně otevřel trh pro projekty menších vodních elektráren, což znamená jasnou příležitost pro české firmy.

Dále pak Mexiko plánuje do roku 2020 vystavět celkem 65 nových fotovoltaických elektráren. Země se tak může v příštích pěti letech proměnit v sedmý největší trh s fotovoltaickou energií. Mexiko se na poli energetiky postupně otevírá soukromým subjektům. „Stále však platí, že dostat se do velkých projektů bývá obtížné. Příležitost pro české firmy spočívá zejména v pronikání do subdodavatelské struktury a v podílu například na rekonstrukci ropovodů, výstavbě elektráren či údržbě existujících systémů,“ dodává ředitel mexické zahraniční kanceláře Pavel Eichner.

Velké země hledají nové technologie

Další velkou ekonomikou Latinské Ameriky je Argentina. Situace na tamním trhu slibuje zajímavé příležitosti zejména v oblasti energetiky či strojírenství. Energetický

sektor je současně jedním z nejdůležitějších témat v zemi. Vláda přišla pro období 2016–2025 s programem RenovAR, který se zaměřuje na posílení výroby elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Jeho cílem je navýšit současné kapacity a nahradit fosilní paliva.

Zmiňovaný projekt představuje prostor pro české exportéry například v oblasti subdodávek pro realizaci investičních projektů nebo v dalších přidružených oborech.

Analytici považují investice do obnovitelných zdrojů v Argentině za jedny z nejslibnějších. Tato země je díky velké rozloze polopouští na severu jedním z největších a nejslunnějších míst na světě.

V třetím kole aukcí na podporu obnovitelných zdrojů, které Argentina vypsal v létě 2017, bylo nejvíce nabídek podáno pro solární projekty, následované větrnými zdroji. V této aukci se soutěžilo o celkový výkon 1,2 GW, přičemž množství podaných projektů tuto kapacitu překročilo osminásobně.

Brazílie je sedmým největším spotřebitelem energie na světě a zároveň patří mezi země s nejrozvinutějším sektorem zelené energie. Z obnovitelných zdrojů pochází celkem 83 procent zde vyrobené elektřiny. Výrazný potenciál pro blízkou budoucnost má fotovoltaická energie, tamní vláda plánuje do roku 2024 výrazně zvýšit její produkci.

Brazilcům však chybí potřebné technologie či zkušenosti v této oblasti. „Zahraniční kancelář agentury CzechTrade v Brazílii proto zaznamenává velkou poptávku po nejrůznějších řešeních,“ říká Miroslav Mandák z pobočky CzechTradu v Sao Paulu.

Zájemci o export v oblasti energetiky se mohou o svých plánovaných podnikatelských aktivitách poradit jak u zahraničních kanceláří v teritoriích, která je zajímají, tak i v centrále agentury v Praze. „Kromě nejrůznějších seminářů a dalších akcí s klienty pravidelně konzultujeme jejich exportní záměry. Detailní znalost prostředí v teritoriích je klíčová pro úspěšný vstup na trh,“ říká vedoucí týmu konzultantů z oddělení energetiky, zdrojů a životního prostředí CzechTradu Jiří Jílek.

Latinskoamerické fórum obnovitelné energie 2019

10.–12. 4. 2019

CLER, Buenos Aires, Argentina

Latinskoamerické fórum obnovitelné energie bude mít mezinárodní přesah. Zaměří se zejména na podporu projektů výroby energie z obnovitelných zdrojů v Argentině, Uruguayi, Chile a Brazílii. Akce může být zajímavá i pro české firmy. Více informací o Peru na www.businessinfo.cz/peru

OBCHODNÍ PRAVIDLA V ZEMĚDĚLSTVÍ SE SJEDNOTÍ

Mezinárodní ústav pro sjednocení mezinárodního práva soukromého se zaměřil na právní standardy v zemědělství. Díky jeho práci se obchodování v této oblasti usnadní.

Ondřej Svoboda
odbor evropského a mezinárodního práva, MPO
svoboda@mpo.cz

Zemědělství, konkrétně mezinárodněprávní standardy usnadňující obchodování v této oblasti, se stalo v posledních letech jednou z hlavních oblastí zájmu činnosti Mezinárodního ústavu pro sjednocení mezinárodního práva soukromého (UNIDROIT). Tato organizace sídlící v Římě se začala tvorbě právních nástrojů v zemědělství využitelných v mezinárodním obchodě věnovat v roce 2012.

Právní příručka ke smluvnímu farmaření

Pro podnikání v zemědělství, stejně jako v jiných oblastech platí, že vztahy mezi obchodními partnery jsou upraveny dohodou či smluvně. Pod pojmem smluvní farmaření tak UNIDROIT rozumí systém obchodních vztahů, které se mohou týkat směny zboží, služeb, peněz v rámci dodavatelských řetězců, které jsou založeny na dlouhodobé spolupráci mezi členy řetězce, upravené komplexní obchodní smlouvou. Jako jinde platí, že čím kvalitnější smlouva, tím lépe jsou vzájemné vztahy upraveny. To pomáhá účinnější spolupráci, menším nákladům nebo rychlejšímu řešení sporů. Z těchto důvodů se UNIDROIT rozhodl zaměřit spíše na opomíjenou specifickou oblast obchodních vztahů producentů zemědělských komodit.

Výsledkem tříleté práce expertní skupiny byla právní příručka smluvního farmaření zveřejněná v roce 2015, která vychází z osvědčené praxe a obecně přijímaných mezinárodních standardů v oblasti zemědělské výroby a obchodu se zemědělskými

komoditami. Příručka obsahuje vodítka pro smluvní strany po celou dobu trvání smluvního vztahu a jejím cílem je napomoci k vytvoření důvěry ve vzájemných vztazích mezi obchodními partnery uvnitř dodavatelského řetězce. Tvůrci příručky současně respektovali smluvní volnost stran a nevnučují za vzor pouze jeden konkrétní model.

Protokol k Úmluvě o mezinárodních nárocích na mobilní zařízení

Úmluva o mezinárodních nárocích na mobilní zařízení, také známá jako Kapská úmluva, je nástrojem, který vytváří mezinárodní právní systém pro registraci a zajištění vysoce cenných a identifikovatelných mobilních zařízení. Cílem právního

a kosmický, pojmenované podle objektů, na které se zvláštní pravidla zaměřují. Nově připravovaný protokol, jehož práce by měly být dokončeny v příštím roce, bude upravovat zemědělská, stavební a důlní zařízení. O jaká zařízení půjde, se bude odvozovat od harmonizovaného systému popisu a číselného označování zboží Světové celní organizace. Půjde tak například o traktory, kombajny, pluhu, rádlu, secí stroje, nákladní vozy, ale také provzdušňovače, sekačky nebo kultivátory. Podle současného návrhu by do protokolu byly zařazeny objekty, u nichž hodnota obchodní výměny nyní dosahuje 117 miliard dolarů.

Hlavní přínos systému Kapské úmluvy v obchodování se zemědělskými zařízeními

Příručka obsahuje vodítka pro smluvní strany po celou dobu trvání smluvního vztahu.

rámce je usnadnit financování zařízení vysoké hodnoty vytvořením dostatečně velké mezinárodní záruky pro věřitele, díky níž získávají absolutní přednost, pokud jde o majetek v mezinárodním elektronickém registru. Tento systém následně chrání práva vyplývající z navrhovaného smluvního rámce před nároky třetích stran. Registrovaný nárok tak má přednost před jinými nároky, které byly registrovány později nebo nebyly registrovány vůbec.

Ke Kapské úmluvě byly postupně připojeny tři protokoly – letecký, železniční

mi je ve finanční rovině, kdy lze očekávat nižší náklady ze strany věřitelů při zajištění dluhu a současně více dostupného kapitálu na trhu. To bude mít dva praktické dopady. Zaprvé to umožní podnikům v zemědělském sektoru přístup k nákladnému vybavení, na které by jinak nemusely získat financování nebo by bylo dostupné za méně výhodných podmínek. Pro výrobce takového vybavení se otevírají nové exportní možnosti na zahraniční trhy. Připravovaný protokol tak představuje zajímavou příležitost pro české zemědělce i výrobce a exportéry zemědělského zařízení.

ODPOVĚDNÉ DODAVATELSKÉ ŘETĚZCE V AGRÁRNÍ VÝROBĚ

Odpo­vědné podnikatelské chování zvyšuje konkurenceschopnost firmy a uplatňování tohoto chování již patří k běžným metodám řízení společnosti.

Ludmila Hyklová
odbor evropského
a mezinárodního práva, MPO
hyklova@mpo.cz

Součástí zemědělského dodavatel­ského řetězce je každý subjekt, který se podílí na výrobě, pěstování, zpracování, obchodu a distribuci zemědělských produktů. Investice do zemědělství za poslední léta rostou a očekává se, že tento růst bude pokračovat v souvislosti s tím, jak se zemědělský sektor rozšiřuje, aby uspokojil rostoucí poptávku, a to jak v oblasti potravinové produkce, tak v poptávce po průmyslových plodinách. Stejnou měrou roste i konkurence na tomto trhu a podniky hledají nástroje, které by jim pomohly uspět.

Při činnosti většiny podniků vznikají ve­dřejší efekty, které mohou mít nepříznivý vliv na určité oblasti lidského a společenského života či životního prostředí. Právě předcházením těmto rizikům a odstraňováním již způsobených negativních účinků se lze odlišit od „neodpo­vědné“ konkurence a získat lepší image a pozici na trhu. V roce 2016 vznikla ve spolupráci OECD a Světové organizace pro výživu a zemědělství doporučení, jak vytvářet a být součástí odpo­vědného zemědělského řetězce. Tato doporučení byla shrnuta do Pokynů pro odpo­vědné zemědělské řetězce, odkaz na ně naleznete níže.

Pokyny rozvádějí principy odpo­vědného obchodního jednání obsažené ve všeobecně uznávané směrnici OECD pro nadnárodní podniky. Pokyny jsou určeny pro zahraniční i domácí společnosti, pro veřejný i soukromý sektor, pro malé a střední podniky i pro velké korporace. Oslovují společnosti v tzv. horních i dolních částech

Konkrétní doporučení, jak se stát součástí odpo­vědného dodavatel­ského řetězce, lze nalézt v Pokynech OECD.

dodavatel­ského řetězce – od dodávání zemědělských vstupů, přes výrobu, okamžitě zpracování po sklizni po následné zpracování, dopravu, marketing, distribuci a maloobchod.

Doporučení se zaměřují na ochranu rizikových a citlivých oblastí, jako jsou lidská a pracovní práva, zdraví a bezpečnost, bezpečnost potravin, vlastnická práva a práva přístupu k přírodním zdrojům, zacházení se zvířaty, ochrana životního prostředí a udržitelné užívání přírodních zdrojů, používání technologií a zavádění inovací.

Uplatňováním dále zmíněných principů náležitá péče lze účinně předcházet případnému nepříznivému vlivu činnosti podniku na chráněné oblasti či ho včasné a efektivně odstraňovat. Podniky by zejména měly mít ve své výrobní a obchodní strategii zakomponovány základní principy odpo­vědného obchodního jednání, měly by mít zmapována a zhodnocena rizika, která při jejich činnosti mohou vzniknout, a mít na-

vržen způsob, jak těmto rizikům předcházet či je odstraňovat. V neposlední řadě by společnosti měly pravidelně provádět kontrolu těchto opatření. Zmíněné principy jsou v pokynech podrobněji a hlavně prakticky rozvedeny, například tím, že přímo obsahují návrhy vnitřních postupů a opatření, které mohou podniky přijmout, nebo uvádějí příklady situací, jež mohou indikovat, že se v dodavatel­ském řetězci neděje vše standardním způsobem.

Pokyny nejsou právně závazné, jsou to praktická doporučení, která pomáhají chránit určité specifické oblasti našeho života a zároveň jsou účinným nástrojem, jak zvýšit svoji konkurenceschopnost na trzích, kde jsou tyto principy považovány za běžný standard a kde je původ produktů a způsob jejich výroby podstatný pro odběratele i spotřebitele.

Český text Pokynů najdete na webu ministerstva zemědělství po naskenování kódu.



Informace o směrnici OECD a úloze Národního kontaktního místa naleznete zde.



BRNĚNSKÝ MEZINÁRODNÍ STROJÍRENSKÝ VELETRH

Na 60. ročníku Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně otevřela ministryně průmyslu a obchodu Marta Nováková slovenskou expozici, setkala se se svými předchůdci a ocenila osobnosti českého průmyslu.

Milan Řepka
ředitel odboru komunikace, MPO
press@mipo.cz



Ministryně Marta Nováková podepsala memorandum se členy Týmu Česko, ve kterém jsou kromě MPO i CzechTrade, CzechInvest, CzechTourism, TAČR, ČMZRB, ČEB a EGAP. Memorandum deklaruje zakotvení spolupráce této platformy s důrazem na usnadnění přístupu firem k asistenci státu v podpoře inovací, výzkumu a vývoje a při jejich rozvoji i uplatnění na zahraničních trzích. FOTO: MPO



Expozice MPO v pavilonu Z připomněla vznik Československa. Měla podtitul 100 let československého průmyslu, tradice a budoucnost. Návštěvníky u stánku vítal i česky mluvící robot Papper. FOTO: MPO



Slovensko bylo oficiálním partnerem veletrhu. Ministryně průmyslu a obchodu spolu s premiéry Česka a Slovenska slavnostně otevřela slovenskou expozici. FOTO: MPO



Na veletrhu probíhalo finále 10. ročníku soutěže mladých strojařů v programování CNC obráběcích strojů. Účastnilo se ho více než 120 žáků středních a technických škol a učilišť z celé ČR. FOTO: MPO



Ministryně na veletrhu vyhlásila již třetí ročník celostátní soutěže Přeměna odpadů na zdroje. Soutěž potrvá do března, vyhlášení výsledků a oceňování vítězů se uskuteční v červnu v Senátu. FOTO: MPO



Na Mezinárodním strojírenském veletrhu se poprvé v historii sešli bývalí ministři průmyslu a obchodu. Ministryně jim poděkovala za jejich podíl na revitalizaci českého hospodářství po roce 1989. FOTO: MPO



Konzultovat své aktivity na cizích trzích s 29 řediteli zahraničních zastoupení CzechTradu přišlo více než sto firem. Událost již patří k tradičnímu doprovodnému programu veletrhu. FOTO: CZECHTRADE

ZAHRAŇIČNÍ AKCE POD HLAVIČKOU CZECHTRADU

14.–17. 11. 2018

FoodExpo, Ho Či Minovo Město, Vietnam

Na veletrhu určeném jak zástupcům firem, obchodníkům, nákupcům a odborníkům, tak i široké veřejnosti se představí novinky z oblasti výroby a uchovávání potravin, jejich balení, využití biotechnologií, technologických řešení a nových trendů ve vývoji potravinářských technologií. Prezentace na společném stánku s CzechTradem pak dává možnost pro navázání nových kontaktů s místními obchodními partnery. Kontakt: Jana Trnková, jana.trnkova@czechtrade.cz, tel.: 702 213 099.

12.–14. 3. 2019

JEC World, Paříž, Francie

Unikátní veletrh pokrývá celý produktový cyklus kompozitních materiálů od surovin až po finální výrobky. Účast na této akci je podpořena z projektu NOVUMM KET, spolufinancovaného z OP PIK, a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 90 000 Kč na pronájem plochy, registraci a další služby na veletrhu. Kontakt: Martina Handrlíková, martina.handrlíková@czechtrade.cz, tel.: 224 907 519.

19.–21. 3. 2019

European Coatings Show, Norimberk, Německo

Veletrh nátěrových hmot a barev se koná každé dva roky a je určen především odborníkům, kteří zde najdou novinky a trendy v oblasti barviv, nátěrů, lepidel, tmelů, přísad či strojů pro zpracování a výrobu. Účast na této akci je podpořena z projektu NOVUMM, spolufinancovaného z OP PIK, a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 80 000 Kč. Kontakt: Jana Jíchová, jana.jichova@czechtrade.cz, tel.: 224 907 528.

25.–29. 6. 2019

GIFA, Düsseldorf, Německo

Jen jednou za čtyři roky se otevírají brány veletrhu GIFA, který je celosvětově prvotřídní platformou pro prezentaci nejnovějších trendů, inovací a technologií ve slévárenském průmyslu. Na společném stánku s CzechTradem budete mít příležitost napřímo oslovit přední světové firmy. Kontakt: Dagmar Matějková, dagmar.matejkova@czechtrade.cz.

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

ČESKÉ OFICIÁLNÍ ÚČASTI NA VELETRZÍCH

27.–29. 11. 2018

SPS IPC Drives, Norimberk, Německo

Tuto akci pořádáme ve spolupráci s Elektrotechnickou asociací ČR. Jde o veletrh typu C, což znamená, že každý vystavovatel, který má zájem se akce zúčastnit, je podpořen MPO dle podmínek přesně definovaných na webu ministerstva. Hlavními vystavovateli jsou firmy zaměřené na chytrou a digitální automatizaci, vč. souvisejících oborů. Loni se zde prezentovalo téměř 1700 vystavovatelů ze 45 zemí. Veletrh přilákal více než 70 000 odborníků na automatizaci v průmyslu. Kontakt: Vlastimil Janecký, janecky@mpo.cz, tel.: 224 852 781.

5.–7. 12. 2018

Metalloobrabotka, Kazaň, Rusko

Téměř dvě stovky vystavovatelů v loňském roce představily nové tvářecí a obráběcí stroje, technologie na tepelné zpracování, zušlechťovací zařízení, ale i hardware a software na uvedené technologie vč. měřících a kontrolních zařízení. O 4. ročník je rostoucí zájem jak ze strany vystavovatelů, tak ze strany návštěvníků. Pokud chcete být jedním z vystavovatelů, urychleně kontaktujte Lenku Kouckou na koucka@mpo.cz nebo tel.: 224 852 745.

14.–15. 12. 2018

Aqua Therm, Tbilisi, Gruzie

Veletrh je zaměřený na vytápění, úsporné technologie na regulaci teploty, technologická vybavení hotelových a lázeňských zařízení. Budou zde prezentovány technologie na čištění odpadních vod, ale i technologie na výrobu el. energie z obnovitelných zdrojů. Přijedou firmy domácí, ale i z Turecka, SAE, Íránu, Portugalska, Indie nebo Polska. V případě zájmu o účast se obraťte na Věru Fouskovou, fouskovav@mpo.cz, tel.: 224 853 044.

20.–22. 1. 2019

Intersec, Dubaj, SAE

Veletrh je zaměřený na bezpečnost a ochranu. Jedinečné služby a produkty zde letos představí více než 1330 vystavovatelů ze 60 zemí z oblasti komerčního zabezpečení, bezpečnosti informací, systémů pro hasičství a záchranářství, aplikace zaměřené na zvýšení ochrany zdraví, produkty pro chytrý domov. Kontakt: Věra Fousková, fouskovav@mpo.cz, tel.: 224 853 044.

Všechny ČOÚ jsou na www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/vystavy-veletrhy

NEJBLIŽŠÍ TERMÍNY EXPORTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ

1. 11. 2018

Brno: Itálie a Rakousko – exportní příležitosti

Exportní fórum přiblíží aktuální stav italské a rakouské ekonomiky, podnikatelské příležitosti, poukáže na kulturní rozdíly v obchodním jednání a na chyby, kterých je lepší se při obchodním styku vyvarovat. Součástí jsou individuální konzultace s přednášejícími. Cena: zdarma

6. 11. 2018

Olomouc: Jak úspěšně exportovat do Německa

Další z exportních fór CzechTradu, kde se dozvíte praktické tipy pro obchodování s německými firmami, jak se prosadit na tamním trhu, jak hledat obchodní partnery a mnoho dalších rad a informací. Součástí jsou individuální konzultace s přednášejícími. Cena: zdarma

8. 11. 2018

Praha: Získávání zahraničních zákazníků pomocí digitálních nástrojů

Dozvíte se, jak vytvořit fungující digitální strategii s cílem získat nové kontakty ze zahraničí, jak tyto kontakty pomocí digitálních nástrojů identifikovat a následně úspěšně oslovit potenciální zákazníky. Cena: 1000 Kč bez DPH

15. 11. 2018

Praha: Kontrola exportu zboží dvojího použití – el. žádosti, postupy a procedury

Stejně jako každý rok CzechTrade přináší témata mezinárodních kontrolních režimů. Na semináři zazní postupy a procedury při podání žádostí, omezující opatření a identifikace zboží na praktických příkladech. Cena: 1000 Kč bez DPH

27. 11. 2018

Praha: Obchodujeme s Čínou – jak zvýšit úspěšnost svého produktu, e-commerce

Na semináři zazní často dotazovaná témata – obchodní jednání, loajální obchodní partner, uzavírání smluv, marketing českého zboží v Číně, autorská práva, účast na veletrhu a e-commerce. Cena: 1600 Kč bez DPH.

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

České kultivátory našly uplatnění
také na bulharských vinicích.
Radek Ostratický, OSTRATICKÝ



ČESKÉ STROJE
KE KULTIVACI
VINOHRADŮ

OSTRATICKÝ

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** •