

EXPORT

05 2019 **A PODNIKÁNÍ**

PŘÍLOHA TÝDENÍKU EURO A MĚSÍČNÍKU PROFIT

Rusko

Uspěť na trzích východní velmoci je stále obtížnější, objevují se ale nové příležitosti.

ROZHOVOR

Bráníme se plánu Ruska zpřísnit podmínky lokalizace, říká Martin Pospíšil z MPO

REGION

Mezivládní komise pro hospodářskou, průmyslovou a obchodně-ekonomickou spolupráci podporuje vzájemný obchod

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR

Hulínská Pilana Wood vyváží své kotoučové pily na vyspělé průmyslové trhy

Vema[®]

mzdový & personální systém



www.vema.cz

Editorial

Vážené čtenářky, vážení čtenáři, do Ruska už dávno nemíří třetina českého zahraničního obchodu, jak tomu bylo před rokem 1989. Víc než 80 procent u nás vyrobeného zboží a služeb dnes nachází uplatnění v zemích Evropské unie. Pokud ovšem přijmeme tezi, že to je až nebezpečně moc a že by tedy bylo dobré pro případ ochlazení unijního trhu naše exportní odbytiště více rozložit, je pro nás Rusko důležité. Směřuje do něj přibližně osmina mimounijních vývozu, ještě před nedávnou krizí to byla dokonce čtvrtina. Naše firmy a značky jsou tam díky historii dobře hodnoceny, byl jsme v minulosti dobyté pozice neprozřetelně opustili, a trh nabízí zajímavé výnosy. Rusko navíc prochází modernizací, tamní vláda se například snaží vyrovnat mnohdy až propastné rozdíly mezi jednotlivými regiony. Značné možnosti skýtají zejména východní oblasti, které se budou i díky členství Ruska v Asijsko-pacifickém hospodářském společenství téměř jistě rozvíjet. Zároveň ale platí, že zahraniční firmy to dnes na trzích východní velmoci nemají jednoduché. Tamní vláda jim zpřísňuje podmínky, v podstatě je nutí, aby výrobu přesouvaly do země. Navíc, aby ve stále tvrdší konkurenci uspěly, musejí nabídnout inovativní produkty.

Další informace o proměnách a současné situaci na ruském trhu

se v tomto vydání Exportu a podnikání dozvíte například z rozhovoru s Martinem Pospíšilem, ředitelem odboru zahraničně ekonomických politik I Ministerstva průmyslu a obchodu, nebo z článků představitelů zahraničních kanceláří CzechTrade v regionu. Přečtete si také, jak se na náročných trzích daří uspět hollandské firmě Pilana Wood, výrobci kotoučových pil se zuby ze slinutého karbidu a souvisejících produktů, jehož historie sahá až do 30. let minulého století. Podnikatelé a exportéři v magazínu samozřejmě najdou spoustu praktických informací, například jak jim může pomoci program Design pro konkurenceschopnost nebo jaké významné zahraniční veletrhy a výstavy se chystají.

Přeji vám příjemné čtení. x

Martin Zika,
šéfredaktor



OBSAH

ROZHOVOR

Martin Pospíšil: Bráníme se plánu Ruska zpřísnit podmínky lokalizace 4

TÉMA

Ruský medvěd se mění. Přizpůsobí se české firmy? 6

REGION POD LUPOU

Česko-ruské obchodní vztahy letos podpoří mnoho akcí 12

ROZHOVOR

Štěpán Jílek: Rusko není jen Moskva a Petrohrad 14

POHLED ZE VNITŘÍ

Ural je motorem ruského průmyslu 16

Petrohrad rozhodně není jen lákadlem pro turisty 17

LETECKÝ PRŮMYSL

Ruské nebe se otevírá českým výrobkům 18

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR

Jako zuby zmije 20

MOZAIKA ZE SVĚTA

Potravináři v Indii, stavebníci v Maďarsku a příležitosti ve Skandinávii 22

SERVIS PRO PODNIKATELE

BusinessInfo.cz: Exportérům pomáháme najít cestu do světa 24

Za kreativitou do Kodaně 26

Praha se v dubnu stala startupovým centrem Evropy 27

Aid for Trade pomáhá rozvojovým zemím, ale i českému exportu 28

Projekt Cross-border e-commerce pomůže při vstupu na čínský trh 30

Lenka Kohoutová: Kvalitní výrobek s nápaditým designem je základ 32

KALENDÁŘ

Veletrhy v zahraničí se státní podporou Exportní vzdělávání CzechTrade 34

EXPORT
A PODNIKÁNÍ

CzechTrade

MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU

EXPORT A PODNIKÁNÍ

Příloha týdeníku Euro a měsíčníku Profit vzniká ve spolupráci s agenturou CzechTrade a Ministerstvem průmyslu a obchodu

REDAKČNÍ RADA

Marcela Havlová
Pavel Hubáček
Lucie Klabanová
Marie Košťálová
Jakub Pavlík
Zuzana Pluhařová
Tomáš Stingl
Marta Stolařová
Zuzana Synková

VYDÁVÁ

Mladá fronta a. s.
Mezi Vodami 1952/9
143 00 Praha 4
www.mf.cz

GENERÁLNÍ ŘEDITEL

Jan Mašek

ŠÉFREDAKTOR

Martin Zika

SEKRETARIÁT

Lucie Kosinová
T: 225 276 461
E: exap@mf.cz

INZERCE

E: obchod@mf.cz

TISK
Triangl, a. s.

Samostatně neprodejné
Číslo 5, vychází v květnu 2019.

2019 © Mladá fronta a. s.

Veškerá práva vyhrazena.
Jakékoli užití části nebo celku,
zejména přetisk včetně šíření
jakýmkoli způsobem bez výslovného
svolení vydavatele, je zapovězeno.

mladá fronta

mf
MLADÁ FRONTA



Export a podnikání online

www.euro.cz/byznys/export-a-podnikani/

Foto na titulní straně:

Zlatý most překlenující záliv Zlatý rok ve Vladivostoku.

Foto: Shutterstock.com

MARTIN POSPÍŠIL:

Bráníme se plánu Ruska zpřísnit podmínky lokalizace

Jak se vyvíjí situace na složitém ruském trhu, zda se nám daří ochránit české investice a jak to vypadá s diverzifikací našeho vývozu, vysvětlil Exportu a podnikání ředitel odboru zahraničně-ekonomických politik I, Ministerstva průmyslu a obchodu.

› Co je kromě sankcí podle vás aktuálně největší brzdou vzájemného obchodu mezi Českou republikou a Ruskem?

Především nelze zapomínat na skutečnost, že sankční opatření vyvolala na ruské straně reakci ve formě omezujících protiopatření. Mezi nejvýznamnější patří restriktce na dovoz potravin, podstatné omezení a ztížení přístupu k tendrům na dodávky státní až municipální úrovni.

Důležitou roli hraje i stav ruské ekonomiky. I když bylo v letech 2017 a 2018 překonáno období hospodářské recese, růst HDP není nadále nijak závratný – v roce 2018 představoval 1,6 procenta. A podle predikcí poroste ruská ekonomika ve střednědobém horizontu zřejmě pomaleji než průměr světového HDP.

I přes dlouhodobě deklarovanou podporu nesurovinového vývozu se tento cíl Rusku nedaří naplnit. K neřešeným strukturálním problémům je rovněž potřeba připočítat značnou volatilitu rublu a složitou legislativu v obchodní sféře a zejména nejasnosti při její aplikaci.

› Jak se vzájemné vztahy na politické úrovni projeví v pozici tradičních českých firem, které do Ruska dlouhodobě vyvážely a slavily úspěchy?

Obchodně-ekonomické vztahy jsou nedílnou součástí celkových česko-ruských vztahů. O tom svědčí vaše formulace první otázky tohoto

rozhovoru. Snahou Ministerstva průmyslu a obchodu je udržovat s našimi resortními kolegy pragmatický dialog, což se nám vcelku daří. Pravidelně zasedá česko-ruská mezivládní komise, naposledy letos na počátku března. Zároveň máme možnost působit ve vybraných regionech prostřednictvím regionálních pracovních skupin.

› A pokud jde o konkrétní dopady na české firmy?

U tradičních českých exportérů je tomu obdobně jako u podniků, které se nově na trhu Ruska etabloují. Některým se daří vyrovnávat se s novou situací lépe, některým hůře, jiné musely ruský trh opustit. Kromě subjektivní stránky kvality jejich podnikání jsou zde i objektivní příčiny. Pokud produkce firem spadá do sankcionované oblasti, a to z obou stran, musejí se producenti soustředit na jiný trh než ruský. Příkladem takového exportu jsou obráběcí a tvářecí stroje. Ty mají charakter tzv. zboží dvojího použití. Jejich vývoz je nyní velice složitý, ale na druhé straně jsou v důsledku toho přirozenými kandidáty na lokalizaci výroby. Tedy „krize jako příležitost“.

České firmy se snaží na ruský trh pronikat v segmentech produkce, které stojí mimo sankce, a navíc se jedná o inovativní produkty s vysokým podílem přidané hodnoty. Jako příklad lze uvést aktivity v oblasti civilního leteckého průmyslu, oblast

nakládání s odpadem nebo technologie chytré infrastruktury.

› V Rusku se malé a střední firmy ve srovnání se zeměmi EU podílejí na tvorbě domácího produktu asi jen čtvrtinou. Co je podle vás hlavní příčinou a co to pro tamní ekonomiku znamená?

Rusku se příliš nedaří restrukturalizace ekonomiky, což je podpořeno jeho komoditní závislostí. Navíc je zde tradiční snaha tvořit velké podniky holdingového typu. Při silném sklonu k etatismu je koncentrace do velkých výrobních celků objektivně podporována – nad ekonomikou je snadnější kontrola všeho druhu. Velké výrobní celky bez konkurence mají silný setrvačný efekt a malou motivaci pro inovativní chování.

A to je pro rozvoj každé ekonomiky v konečném důsledku kontraproduktivní. Malé a střední podniky jsou přirozenými nositeli vývoje a pozitivních změn.

› Rusista Jan Machonin před časem uvedl, že obchody s Ruskem jsou pro český stát i podnikatele riskantní, protože každá velká investice se může časem stát důvodem vydírání v krizové situaci nebo výhodou pro ruskou stranu. Měli bychom tedy podle něj ruské partnery pečlivě vybírat. Daří se nám to?

Již z mých předchozích odpovědí vyplynulo, že Rusko není trhem jednoduchým a přehledným. Podnikání na něm má svá ekonomická rizika, ale bylo by naivní nevidět též rizika jiného než ekonomického charakteru. Nicméně za účelem ochrany investic máme sjednanou příslušnou dohodu.

Například jsme zaznamenali určité tendence změn rámcových podmínek fungování v oblasti automobilové – ho průmyslu – záměr ruské strany

MARTIN POSPÍŠIL

✘ Ředitel odboru zahraničně-ekonomických politik I, Ministerstva průmyslu a obchodu, kde působí od roku 1994.

✘ Během své kariéry pracoval jako diplomat zastupitelského úřadu Ministerstva zahraničních věcí ČR.

✘ Vystudoval Právnickou fakultu UK.

Foto: MPO



zpřísnit podmínky lokalizace pro další období od počátku roku 2020. Na ochranu producenta vyvíjíme úsilí při jednáních s naším resortním partnerem, tedy Ministerstvem průmyslu a obchodu Ruské federace. Výsledek snah nejen našich, ale i ostatních zemí EU na bilaterální, ale především společné multilaterální bázi, považují za test přístupu ruské strany právě ve směru úvah pana Machonina.

› Dlouhodobě se mluví o nutnosti diverzifikace exportního portfolia českých firem. Co se musí stát, aby se něco významnějšího změnilo? A je současný stav vlastně problém vzhledem k tomu, že země EU jsou prostě naši přirození partneři?

Závislost na obchodu s členskými státy EU je naprosto přirozená. Jde spíše o to, jaký má tento export charakter, jinými slovy, zda jsme subdodavatelé levných součástek pro Německo, nebo zda vyvážíme hotové výrobky s vyšší přidanou hodnotou. Připomínám, že posun v dodavatel-

ských řetězcích směrem na společný trh EU je jedním z cílů exportní strategie, který právě reaguje na problém nedostatečné diverzifikace. Domnívám se, že se tento cíl daří plnit.

Podíl vývozu do EU v posledních letech ve skutečnosti roste a v současnosti se pohybuje okolo 84 procent, což ponechává pro mimounijní diverzifikaci přibližně 16 procent. Rusko se na tomto ukazateli nyní podílí přibližně jednou osminou. V době před hospodářskou krizí to však byla takřka jedna čtvrtina. Z toho důvodu lze říci, že Rusko i nadále představuje jeden z klíčových trhů pro diverzifikaci exportu mimo EU.

› Máte na starost obchodně-ekonomické vztahy a podporu exportu se zeměmi EU, Evropského sdružení volného obchodu, západního Balkánu a také se zeměmi východní Evropy a Střední Asie. Vidíte v některé z těchto oblastí větší potenciál pro vzájemný obchod, než jakého české firmy aktuálně dosahují?

Nemyslím si, že lze na vaši otázku odpovědět čistě z teritoriálního hlediska. Navíc pokud hovoříme o zkvalitnění českého exportu, je potenciál pro růst prakticky globální. Někdy se obchod zužuje na zboží, ale to neodpovídá dnešním možnostem. Obrovský potenciál růstu je v oblasti služeb a investic.

V obecné rovině nám jde o podporu konkrétních českých firem na konkrétních zahraničních trzích a je jedno, jestli chce exportér vyvážet do Francie nebo Gruzie, nebo jestli se jedná o malou firmu či o polostátní gigant. Naším úkolem je podpořit všechny, kdo o to mají zájem. **x**

Martin Zíka

České firmy se snaží na ruský trh pronikat v segmentech produkce, které stojí mimo sankce, a navíc se jedná o inovativní produkty s vysokým podílem přidané hodnoty.

Rusko pro nás i nadále představuje jeden z klíčových trhů pro diverzifikaci exportu mimo EU, říká Martin Pospíšil, ředitel odboru zahraničně-ekonomických politik I, MPO.

Ruský medvěd se mění. Přizpůsobí se české firmě?

Pro úspěch dnes už nestačí klasický export, země zpřísňuje zahraničním podnikatelům podmínky. S rozvojem regionů však vznikají i nové obchodní možnosti.

Rusko je fascinující země. A to snad ve všech odstínech, jaké toto slovo může mít. Z hlediska rozlohy je největší na světě, rozprostírá se na více než jedné osmině obyvatelné plochy naší planety. Je například dvakrát větší než USA a přibližně stejná jako planeta Pluto. Má jedenáct časových zón. A taky neuvěřitelné množství typů prostředí, úžasnou přehlídku kulturní různosti a pestrosti a v neposlední řadě jednu z nejbohatších zásob nerostných surovin.

Zároveň je to ale země, která po svržení ruského impéria během první světové války žila více než půl století pod tyranskou nadvládou

diktátorského režimu. A byť po rozpadu Sovětského svazu (SSSR) přijala jeho nástupkyně Ruská federace novou legislativu, která přinesla demokratičtější pravidla a zákony, společnost, a tedy i byznys, stále do značné míry autoritářský způsob vládnutí ovlivňuje. Mimo jiné v tom, že míra, v jaké státní správa zasahuje do ekonomiky a byznysu, je dnes už zcela nepředstavitelná.

DŮLEŽITÝ TRH

Jelikož SSSR po roce 1945 ovládal tu část rozdělené Evropy, do níž patřilo Československo, není překvapivé, že byl zároveň našim největším obchodním partnerem. Například v pade-



Moskva, nejlidnatější město Evropy s více než 12 miliony obyvatel, je moderním a dynamickým centrem, do něhož, zároveň s Petrohradem, míří většina českého exportu do Ruské federace.

sátých letech minulého století na něj připadala více než třetina celkového objemu zahraničního obchodu. Celé sovětské továrny byly vybaveny výhradně československými produkty, například hutní závody Čerepovecký, Orsko-Chalilovský a Zlatoustský, dále Kujbyševská továrna na výrobu kaučuku a lihu nebo obrovské chemické podniky Volžský, Voroněžský či Angarský. Východní hegemon také dovážel velký podíl vyráběných čes-



Foto: Shutterstock.com

koslovenských automobilů, energetických zařízení, obráběcích strojů, sacího, chladičského a kompresního zařízení, válcovacích strojů, plavidel, strojů pro lehký a potravinářský průmysl nebo zdravotnickou mechaniku.

S tím, jak se nám po roce 1989 otevřel demokratický svět, se situace pochopitelně změnila a význam SSSR, coby (nejen) obchodního partnera, významně klesl. Řada odbor-

níků dnes tvrdí, že mnoho českých, resp. československých podniků tam tehdy neprozíravě vyklidilo dobré pozice, které pak zaujaly firmy ze zemí jako Německo, Jižní Korea apod. Česká republika každopádně svoji politicko-ekonomickou orientaci zcela otočila a dnes náš vývoz do zemí Evropské unie přesahuje 80 procent celkového zahraničního obchodu. A pro srovnání: jenom do Bavorska, tedy jedné ze spolkových

zemí Německa, vyvážíme víc než do Ruska.

To ale neznamená, že by pro nás nebylo důležitým trhem. Nemálo povolaných tvrdí, že vysoká závislost na regionu EU by se nám nemusela vyplatit, a doporučuje širší diverzifikaci našeho exportu. A jak v rozhovoru na straně čtyři tohoto vydání Exportu a podnikání upozorňuje Martin Pospíšil, ředitel odboru zahraničně-ekonomických politik I **»**

» Ministerstva průmyslu a obchodu, z oněch zhruba 16 procent, která „zbývají“ na mimounijní země, zaujímá Rusko asi jednu osminu. Před hospodářskou krizí, která začala v roce 2008, to byla dokonce čtvrtina. Takže pro pestřejší rozčlenění našich vývozních teritorií je to jeden z klíčových trhů. Navíc je také faktem, že velká část finálních výrobků, které se do Ruska vyváží z jiných států EU, je vyrobena z dílů, jež mají původ u nás. Tento podíl nelze vyčíslit, ale jistě platí, že to význam východní velmocí pro náš zahraniční obchod umocňuje.

„Jenom na deset zemí EU připadá 88 procent našeho veškerého exportu do Unie, nebo 74 procent celkového exportu,“ říká k tomu Michal Čupa, manažer a podnikatel s velkými zkušenostmi z regionů střední a východní Evropy, Ruska a také postsovětských zemí, který se specializuje na oblast IT a telekomunikací. „Opakují, tři čtvrtiny našeho exportu jdou do deseti zemí EU. Není těžké si představit, že oslabení poptávky z těchto zemí znamená riziko. Pro ilustraci – podíl exportu Německa do zemí EU je okolo 67 procent a tahounem růstu tamního vývozu jsou země mimo EU. Takže diverzifikace je žádoucí a Rusko je jednou z možností,“ domnívá se Michal Čupa. A dodává, že ekonomiky zemí EU navíc zpomalují, takže pokud chceme udržet vysoká tempa růstu a dohánět vyspělé státy Unie, hledat příležitosti také na dalších trzích prostě budeme muset.

ROSTE VÝZNAM REGIONŮ

Páteř českého vývozu do Ruska dlouhodobě tvoří dodávky strojů a dopravních prostředků, zejména dílů

Je téměř jisté, že se východ Ruska musí a bude rozvíjet, zejména v důsledku členství země v Asijsko-pacifickém hospodářském společenství, které sdružuje dvacet jedna států.

Foto: archiv



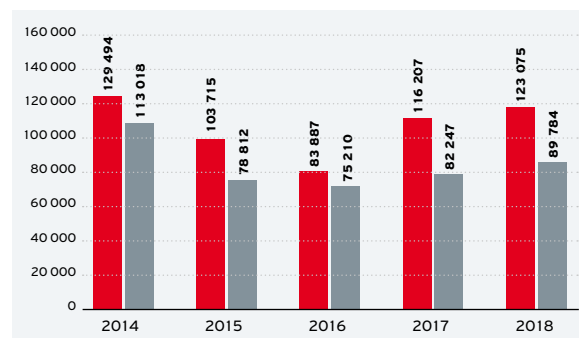
Českoobudějovický Koh-i-noor na ruský trh dlouhodobě sází a má na něm úspěch.

a součástí pro automobilový průmysl. Podle Štěpána Jílka, ředitele regionálního centra CzechTrade v Moskvě, je to dáno především tím, že v Rusku má dva výrobní závody Škoda Auto, v Kaluze a Nižním Novgorodu. Většina našeho exportu míří do Centrálního a Severozápadního okruhu, tedy do Moskvy a Petrohradu, tzn. evropské části země. Podnikání je tu pro zahraniční firmy z mnoha hledisek nejjednodušší. Petr Slowik, vedoucí zahraniční kanceláře CzechTrade v Jekatěrinburgu, upozorňuje, že v posledních letech roste strategický význam regionů, kterých je po celém Rusku osmdesát devět. Ekonomické rozdíly mezi nimi jsou totiž pro-pastné, a tak se vláda snaží ty slabší oblasti rozvíjet. „Pokud se podíváme například na dnešní Jekatěrinburg, Kazaň a další milionová města, ta se mění doslova před očima, naše představa o nich je velmi často zkrácená,“ říká Petr Slowik. „Mnohá města mají svůj vlastní příběh, jsou moderní, hodně se v nich investuje. S tím samozřejmě souvisí i rozvoj průmyslu, dnes už jsou některé závody opravdu na špičkové úrovni a mají to nejlepší možné zařízení,“ doplňuje.

Perspektivní jsou přitom podle Petra Slowika zejména východní regiony, tedy Uralský, Sibiřský a Dálnévýchodní federální okruh.

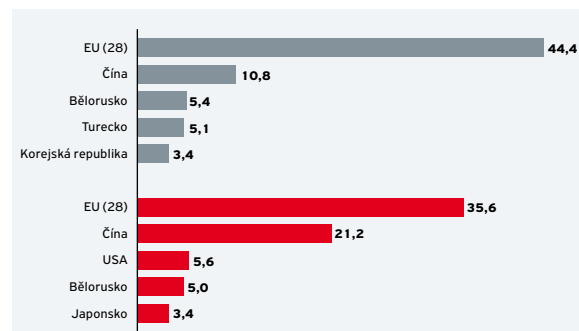
VZÁJEMNÝ OBCHOD ČR S RUSKEM ZA POSLEDNÍCH PĚT LET

Dovoz a vývoz (v milionech korun – zaokrouhleno na miliony)



NEJVÝZNAMNĚJŠÍ OBCHODNÍ PARTNEŘI RUSKA V ROCE 2017

Vývoz a dovoz (v procentech)



Zdroj: ČSÚ, WTO

EKONOMICKÉ UKAZATELE RUSKA

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|----------|
| Počet obyvatel (mil.) | 143,421 | 143,597 | 143,761 | 143,888 | 143,965 | 143,99 | 143,965 | 143,896* |
| Změna HDP v %, ve stálých cenách | 3,7 | 1,8 | 0,7 | -2,5 | -0,2 | 1,546 | 1,705 | 1,487* |
| HDP na obyvatele (PPP**) | 25 611 | 26 497 | 27 156 | 26 737 | 26 960 | 27 893 | 29 032 | 30 198* |
| Inflace v % | 5,068 | 6,763 | 7,824 | 15,532 | 7,052 | 3,674 | 2,750 | 3,750* |
| Nezaměstnanost v % | 5,45 | 5,5 | 5,158 | 5,575 | 5,525 | 5,2 | 5,5 | 5,5* |
| Pořadí v Doing Business | 120. | 112. | 92. | 62. | 51. | 40. | 35. | 31. |

Zdroj: MMF, SB

*odhady **parita kupní síly, v běžných cenách, v mezinárodních dolarech

Na nevyužitý potenciál ukazuje už to, že zatímco tyto oblasti dovážejí ze zahraničí stále víc, český export do nich je relativně nízký a nedosahuje ani půl procenta z celkového českého vývozu do Ruska. Podíváme-li se navíc na Rusko optikou Asie, je téměř jisté, že se východ Ruska musí a bude rozvíjet. Země je totiž členem Asijsko-pacifického hospodářského společenství, které sdružuje dvacet jedna zemí a tvoří celých 45 procent veškerého světového obchodu. Rusku

se díky tomu otevírá brána do zemí, jako jsou Japonsko, Jižní Korea, USA, Kanada, Austrálie, Čína, Thajsko atd. Potřebuje však východ nastartovat a rozpohybovat ekonomiku.

„Pro české firmy jsou tyto regiony zajímavé z toho důvodu, že se do nich bude investovat, a v případě rozvoje a modernizace průmyslu se tam mohou uchytit již v počátcích. To je důležité, protože později bude mnohem složitější pozice získat, karty už budou rozdané,“ zdůrazňuje

Petr Slowik. „Ačkoliv někoho možná napadne, že se vzhledem k velké vzdálenosti, vysokým nákladům za dopravu či asijské konkurenci nemá cenu tímto trhem zabývat, není to pravda. Řada českých firem byla i v tak vzdálených regionech úspěšná, takže i povědomí o českých výrobcích je zde vysoké,“ tvrdí Petr Slowik.

Michal Čupa je rovněž přesvědčen o perspektivě východních regionů a připomíná, že ruská vláda sem

Ze zhruba 16 procent exportu, která „zbývají“ na mimounijní země, Rusko zaujímá asi jednu osminu. Takže pro pestřejší rozčlenění našich vývozních teritorií je to jeden z klíčových trhů.

v posledních letech směřuje celou řadu pobídek a investic. Je to podle něj důsledkem již zmíněné rostoucí obchodní výměny s Čínou a dalšími zeměmi regionu, které podle Michala Čupy velmi rychle porostou. „Je tu také perspektivní přeprava Severní mořskou cestou, která může zkrácením cesty do Evropy vytvořit nové příležitosti. Vladivostok bude nabývat na významu. A mezi investory roste zájem o Sibiř, která nabízí zajímavé možnosti např. v Novosibirsku či Krasnojarsku. Řada západních firem tam již je,“ upozorňuje Michal Čupa. Podle něj je dnes schopnost získat zahraniční investice jedním z parametrů, podle kterých jsou hodnoceni gubernátoři, takže politický zájem je všude. To ale bohužel neplatí, pokud jde o odpovídající infrastrukturu. Michal Čupa proto doporučuje dívat se tam, kde je zatím investorů relativně málo, ale přitom již existuje dostatečná podpora míst- ▶

Jednou z perspektivních oblastí pro naše podnikatele je Sibiřský federální okruh. Na snímku katedrála Proměnění Páně ve městě Berdsk v Novosibirské oblasti.



Foto: Shutterstock.com

**URALSKÝ
FEDERÁLNÍ OKRUH**

| | |
|---------------------------------------|---------------------------|
| ✖ Rozloha: | 1 818 497 km ² |
| ✖ Počet obyvatel: | 12 350 131 |
| ✖ HDP: 9,355 mld. RUB (3. místo v RF) | |

**SIBIŘSKÝ
FEDERÁLNÍ OKRUH**

| | |
|---------------------------------------|---------------------------|
| ✖ Rozloha: | 4 361 727 km ² |
| ✖ Počet obyvatel: | 17 173 185 |
| ✖ HDP: 7,134 mld. RUB (5. místo v RF) | |

**DÁLŇEVÝCHODNÍ
FEDERÁLNÍ OKRUH**

| | |
|---------------------------------------|---------------------------|
| ✖ Rozloha: | 6 952 555 km ² |
| ✖ Počet obyvatel: | 8 188 594 |
| ✖ HDP: 3,757 mld. RUB (7. místo v RF) | |

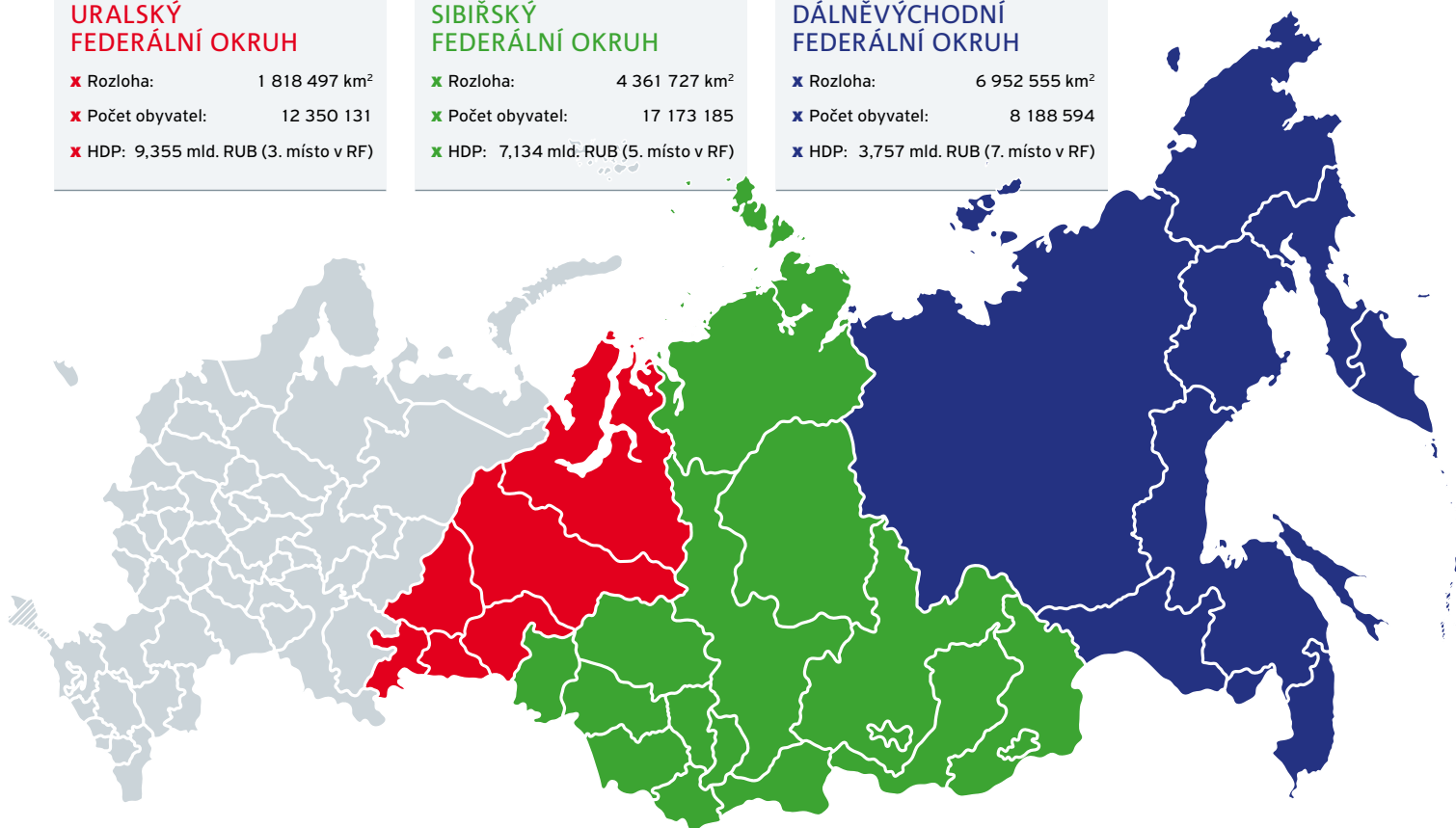


Foto: archiv



» ních úřadů. Získat nejlepší nabídku pak samozřejmě do značné míry závisí na vyjednávacích schopnostech investora.

LOKALIZACE JAKO PŘÍLEŽITOST

Vzájemná obchodní výměna mezi Českem a Ruskem byla významně ovlivněna zavedením sankcí ze strany Evropské unie a také problémy ruské ekonomiky. Jedním z důsledků byl vznik tzv. politiky náhrady do-

vozu. Zjednodušeně řečeno jde o restrukturalizaci ekonomiky směrem k nesurovinovému odvětví, další podporu tuzemských výrobců, důraz na lokalizaci výroby, tedy tzv. vyšší formy ekonomické spolupráce apod. Znamená to překážku klasického exportu, protože firmy, které nejsou ruským domácím výrobcem, jsou například v tendrech silně znevýhodňovány. Politika lokalizace výroby pak přináší potřebu investovat

Kazaň je jedním z mnoha měst, která se díky dynamickému rozvoji prakticky mění před očima. Na snímku část nazvaná Smart City.

do produkce ve výrobních podnicích na území Ruska, k čemuž je prakticky nezbytná intenzivní spolupráce s ruskými subdodavateli. Například podle Martina Pospíšila dnes toto všechno pro naše firmy znamená větší brzdu při pronikání na ruský trh než sankční režim EU. Komplikacím, které v souvislosti s touto situací nastaly, musel čelit i českobudějovický Koh-i-noor Hardtmuth. „Ruská protipatření jsme zaznamenali především v oblasti náročnější administrativy obchodního případu,“ popisuje Vlastislav Bříza, generální ředitel společnosti. „Konkrétně mohu zmínit například minimálně stoprocentní nárůst dokumentace, jako jsou třeba potvrzení či certifikace zasílaných produktů skrze Hospodářskou komoru,“ dodává.

Zároveň ale nepochybně platí, že řada českých podniků politiku lokalizace výroby uchopila jako příležitost, Martin Pospíšil jejich počet odhaduje na přibližně dvě stě. A upozorňuje, že výroba přímo v Rusku má i určité výhody, například nižší mzdové náklady a také náklady na subdodávky, což umožňuje firmám



Foto: archiv

Především díky dvěma výrobním závodům Škody Auto (na snímku Nižní Novgorod) dlouhodobě tvoří páteř českého vývozu do Ruska dodávky strojů a dopravních prostředků, zejména dílů a součástí pro automobilový průmysl.

konkurovat na místním trhu i na trzích třetích zemí. Je jasné, že lokalizace je kapitálově náročnější projekt než „pouhý“ vývoz. Exportéři mohou využít některé nástroje podpory exportu, jež kromě komerčních finančních institucí nabízí také třeba ČEB a EGAP. Tyto produkty jsou dostupné nejen pro velké společnosti, ale i pro malé a střední podniky.

Jednou z firem, které se v Rusku dlouhodobě daří, je již zmiňovaný Koh-i-noor Hardtmuth. Podle Vlastislava Brízy firmě pomáhá znalost a oblíbenost tradiční značky Koh-i-noor, která je vnímaná jako značka v prémiovém segmentu. „V Rusku působíme především proto, že to je velký a perspektivní trh, který i přes své historické poklesy v dlouhodobém horizontu zajímavě roste. Navíc je tu solventní klientela a vztahově opravdu blízcí a dlouhodobí partneři,“ vysvětluje šéf firmy.

PRO SILNĚ

Kromě výše zmíněného mluví pro intenzivnější zaměření na ruský trh i další argumenty. Jednak to, že budoucí vývoj tamní ekonomiky by neměly ovlivnit žádné negativní zásahy, byť její tempo bude zřejmě pomalejší než průměr světového HDP. V zemi jsou dále připravovány nové projekty. Nejen regionální, ale některé i globálního charakteru, například hodně diskutovaná témata Arktidy jako námořní cesty

Politika lokalizace výroby přináší potřebu investovat do produkce ve výrobních podnicích na území Ruska, k čemuž je prakticky nezbytná intenzivní spolupráce s ruskými subdodavateli.

nebo nové Hedvábné stezky. Podle Štěpána Jílka by tu měl být potenciál uplatnění českých firem například v rámci subdodávek. Trendem budoucí spolupráce s Ruskem bude docela jistě vyšší forma spolupráce než pouhý export, firmy by se měly více zaměřit na kooperaci, lokalizaci atd.,“ domnívá se Štěpán Jílek. „Coby nové perspektivní oblasti a témata vidím například ekologii a s ní spojené projekty utištění nejen komunálního, ale i průmyslového odpadu, čističky a úpravy vody. V Rusku se také hodně mění životní styl, lidé chtějí více sportovat, jíst zdravou stravu atd.,“ podotýká Štěpán Jílek. „Je zřejmé, že dnešní a zítřejší Rusko je a bude pro kapitálově silné firmy s prokazatelným inovativním potenciálem,“ uzavírá. x

Martin Zika

Rozhodující je síla a odvaha firmy

Jsem přesvědčen, že již nikdy v budoucnu nedosáhneme na čísla obchodní výměny s Ruskem, jaká jsme měli do roku 2014. Důvodem nejsou „jen“ sankce a ruská protiopatření typu „nahrazení importu“. Když se podíváte na současnou realitu, zjistíte, že v České republice jen velmi těžko naleznete dodavatele technologických celků. Přitom právě ty v minulosti tvořily značnou část obchodního obrátu. Jednotlivými dodávkami takových čísel samozřejmě nemůžeme dosáhnout. To není změna struktury exportu, pouze jeho rozmělnění. Na skutečnou změnu struktury nemáme, a tudíž nám podle mě zbývá „jen“ vyhledávat nové trhy a snažit se o spolupráci s velkými firmami ve formě subdodávek. A samozřejmě držet se tam, kde ještě jsme. Nemyslím si, že by stát měl v této záležitosti mnoho možností, jak pomoci. Všechno je to o síle firmy a její schopnosti investovat potřebný finanční objem do založení nového podniku v zahraničí. A samozřejmě také o odvaze takový krok udělat.

Rovněž se nedomnívám, že by ti, kteří na ruském trhu působí, něco dělali zcela špatně. Problém je v zásadní změně podmínek a malé schopnosti, resp. malých možnostech se s těmito podmínkami vyrovnat. Pokud bych měl něco radit, tak snad především to, aby podnikatelé ve svém snažení vytrvali bez ohledu na aktuální situaci. V novodobé historii naše firmy odešly z Ruska již několikrát a návrat byl vždy těžší a těžší. A není to jen obzazením uvolněných míst konkurencí, je to také pocit partnerů, že je česká firma hodila přes palubu. Také proto se naše komora snaží českým firmám pomoci. x

František Masopust
Předseda představenstva
Komory SNS



Česko-ruské obchodní vztahy letos podpoří mnoho akcí

Ačkoli se může zdát, že hodnota českého vývozu do Ruska není příliš vysoká, je pro naši zemi významná. Jedním z důležitých nástrojů, který se snaží podpořit navyšování objemu vzájemného obchodu s RF, je Mezivládní komise pro hospodářskou, průmyslovou a obchodně-ekonomickou spolupráci.

Doposud poslední, jedenácté zasedání Mezivládní komise se uskutečnilo na začátku března v Praze na úrovni ministrů průmyslu a obchodu ČR a RF. Zasedání se zaměřilo na zhodnocení stavu prioritních sektorů česko-ruské obchodně-ekonomické relace. Jedním z hlavních témat jednání bylo posílení vzájemné spolupráce v oblasti leteckého sektoru na třetích trzích.

Během zasedání byla založena pracovní skupina pro malé a střední podniky, jež bude z české strany řízena Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR. Za přítomnosti obou ministrů byl v Prostějově otevřen závod DG Pack patřící ruské společnosti Danaflex na výrobu flexibilních obalů v hodnotě 100 milionů eur. Rovněž se uskutečnila prohlídka leteckého závodu Aircraft Industries v Kunovicích.

PRACOVNÍ SKUPINY V REGIONECH

Komise je jedním z klíčových nástrojů české vlády pro rozvoj vzájemných obchodně ekonomických vztahů s Ruskem. Její nedílnou součástí jsou specializované sektorové pracovní skupiny: energetika, průmysl, země-

dělství, vojensko-technická spolupráce, vědecko-technická spolupráce či doprava, které se zaměřují na rozvoj vzájemných vztahů a podporu českých podnikatelů v jednotlivých odvětvích.

V rámci česko-ruské Mezivládní komise působí také specifické regionální pracovní skupiny s vybranými subjekty Ruské federace – Republikou Tatarstán, Sverdlovskou a Uljanovskou oblastí, Moskvou a Petrohradem. Zřizování těchto regionálních skupin vychází z předpokladu, že pro malé a střední české firmy je mnohem jednodušší začít působit na trzích jednotlivých subjektů Ruské federace, než se pokoušet o okamžitý úspěch na federální úrovni. Navíc je pro ně výhodnější začít podnikat tam, kde jsou již české firmy etablovány ve větším množství.

PODPORA EXPORTU DO RUSKA

Čeští vývozci, kteří svou produkci exportují do Ruské federace, mohou hledat podporu u sítě institucí a organizací.

Jedná se o ekonomické úseky na třech zastupitelských úřadech a zahraniční kanceláře CzechTrade v Moskvě, Petrohradu a Jekatěrinburgu, kanceláře CzechTourism v Moskvě a Jekatěrinburgu a České centrum – Český dům v Moskvě.



Foto: ČTK

Dopravní podnik Ostrava vloni v prosinci odeslal do Volgogradu dvě tramvaje. Stroje a dopravní prostředky jsou klíčovou položkou českého vývozu do Ruska.

DRUHÝ NEJVÝZNAMNĚJŠÍ TRH MIMO EU

I přes složitou politickou situaci zůstává Rusko 13. nejvýznamnějším trhem pro český export a druhým nejdůležitějším trhem mimo země EU. Od roku 2008 se vývoz ČR do Ruska pohyboval v intervalu dvě až čtyři procenta celkového vývozu. Ačkoliv se může zdát, že se nejedná o příliš vysoký podíl, pro diverzifikační obchodní politiku ČR je tato hodnota významným ukazatelem. Celkový vývoz ČR do zemí mimo EU totiž v daném období vykazuje průměrně okolo 15 procent.

Foto: MPO



V březnu byla v Prostějově otevřena pobočka DG Pack na výrobu flexibilních obalů největšího ruského výrobce tohoto sortimentu Danaflex, která zaměstná více než dvě stě lidí.



Mise a výstavy
v Rusku

www.businessinfo.cz/rusko

Klíčovou položkou českého vývozu do Ruska jsou tradičně stroje a dopravní prostředky, jejichž podíl dosáhl za minulý rok 66 procent. Největší položkou českého dovozu z Ruské federace pak jsou energetické suroviny, zejména ropa a zemní plyn, které v roce 2018 tvořily 72 procent celkového dovozu. Dlouhodobá spolupráce již probíhá v oblastech dopravního, strojírenského, energetického, chemického, zemědělského a potravinářského průmyslu, environmentálních technologií a také ve zdravotnictví. České podniky jsou mimo jiné velmi dobře etablované na ruském trhu silničních vozidel a automobilových komponentů. V krátkodobém horizontu lze rovněž očekávat dodávky vozidel pro městskou hromadnou dopravu a těžkých nákladních vozů.

Stěžejním sektorem pro vývoz zboží a investic do Ruské federace zůstává i po zavedení sektorových sankčních opatření EU vůči Rusku strojírenství. Kromě obráběcích strojů se jako velká příležitost pro české

I přes složitou politickou situaci zůstává Rusko 13. nejvýznamnějším trhem pro český export a druhým nejdůležitějším trhem mimo země Evropské unie.

exportéry jeví vývoz papírenských, textilních, potravinářských a dalších specializovaných strojírenských zařízení. Nevyužitý potenciál pro české firmy i nadále zůstává v oblasti vodohospodářství, odpadních technologií, IT, inteligentní infrastruktury a smart cities.

ŘADA PŘÍLEŽITOSTÍ PRO VÝVOZCE

V roce 2019 se bude v rámci česko-ruských obchodně ekonomických vztahů konat mnoho akcí. Kromě již uskutečněného 11. zasedání česko-ruské Mezivládní komise a exportní konference zaměřené na obchodní možnosti v Rusku proběhnou tři zasedání regionálních pracovních skupin, stejný počet podnikatel-

ských misí, dále oborově zaměřené incomingové mise a další akce na podporu českého exportu v podobě odborných seminářů a B2B jednání. Příležitosti vstupu českých firem na trh regionů Ruské federace a nástroje na podporu českého exportu budou prezentovány na Business dnu Ruské federace, který proběhne v rámci 61. ročníku Mezinárodního strojírenského veletrhu 2019 v Brně. **x**

Veronika Jelínková

Oddělení východní Evropy a Střední Asie, odbor zahraničně-ekonomických politik I, MPO

RUSKÁ EKONOMIKA

Rusko představuje 12. největší ekonomiku světa. Je jedním z nejvýznamnějších producentů ropy a zemního plynu a jedním z hlavních exportérů mědi a hliníku. HDP Ruska vzrostl podle Rosstatu v roce 2018 o 2,3 procenta, a to především díky zvýšení průmyslové výroby, stavebnictví, finančních a pojišťovacích služeb a ubytovací a pohostinské činnosti. Podle ruského ministerstva ekonomiky tempo růstu místní ekonomiky letos zpomalí na 1,3 procenta.

Ruská federace zaujímá dominantní postavení mezi státy Eurasijské ekonomické unie (EEU), je členem G20 a APEC, od roku 2012 je členem státem Světové obchodní organizace (WTO). V hodnocení Světové banky Ease of Doing Business skončila v roce 2018 na 31. místě, a zaznamenala tak oproti roku 2017 zlepšení o čtyři příčky.

ŠTĚPÁN JÍLEK:

Rusko není jen Moskva a Petrohrad

S ředitelem regionálního centra CzechTrade Rusko o vývoji vzájemného obchodu mezi Českem a RF a také o vznikajících příležitostech pro naše exportéry.

› Zhruba před pěti lety se začal vzájemný obchod mezi Ruskem a ČR v důsledku uvalení sankcí propadat, nicméně poslední dva roky opět pomalu roste. Jaké další faktory se zde projeví?

Do vzájemné obchodní výměny se musela promítnout devalvace rublu. Samozřejmě se to týká většiny zemí, s nimiž Rusko obchoduje ve volně směnitelných měnách. Od roku 2014 kurz rublu osciluje mezi 70 až 80 rubly za euro. Devalvace měla určitě přímý vliv na odchod mnohých firem z ruského trhu, protože jejich výrobky a služby mezi domácí a lacinější zahraniční konkurencí, především ze zemí jihovýchodní Asie, přestaly být konkurenceschopné.

› Jak se na vzájemném obchodu projevuje ruská politika náhrady dovozu, ruský zvaná „importozameščenijs“?

Zavedení sankcí a devalvace rublu u mnoha ruských firem doslova nastartovaly novou etapu existence. Kvůli rychle rostoucím cenám se pro řadu z nich stal import zboží a služeb nedostupný. Ruský stát v této situaci začal domácí výrobu masivně podporovat, aby dopady devalvace byly co nejmenší. Po několika letech je vidět, že v mnoha oblastech a sektorech ekonomiky to pomohlo vyřešit letité problémy s domácí výrobou. Rusko je dnes ve většině potravinářských výrobků a zemědělských komodit zcela soběstačné, a dokonce se mu stále více daří prosazovat se s touto produkcí v zahraničí.



Desatery
pro obchodování
s Ruskem
a kontakt
na zahraniční
kanceláře
v Moskvě,
Petrohradu
a Jekatěrinburgu

› Může být v této situaci pro české firmy, které chtějí dobýt tento velký trh, správnou volbou lokalizace, respektive přemístění výroby do Ruska?

Je zřejmé, že obchodní spolupráce s Ruskem se posouvá a přechází od prostého exportu a importu zboží a služeb do vyšší formy spolupráce, tedy do lokalizace a kooperace. Lokalizace je v mnoha případech pro české firmy jedinou možností, aby se dostaly k zajímavým státním zakázkám. V těch mají lokální subjekty výhodu, a mnohdy je to dokonce i podmínkou pro úspěch v tendru. Pro mnohé firmy, které berou ruský trh jako prioritu, je lokalizace de facto jedinou šancí na úspěch.

› Přizpůsobují se tomu české podniky?

Ano, mnohé z nich, které své výrobky do Ruska dříve pouze vyvážely, dnes již výrobu lokalizovaly. Jmenujme například Brisk Tábor, Brano Group, TOS Varnsdorf, Koh-i-noor nebo Dřevojas. Tento proces probíhá i u výroby zemědělské techniky Agrostroj Pelhřimov, traktorů Zetor atd. Logicky se tímto krokem mění podíl přímého českého exportu.

Je zřejmé, že obchodní spolupráce s Ruskem se posouvá a přechází od prostého exportu a importu zboží a služeb do vyšší formy spolupráce, tedy do lokalizace a kooperace.

› Jaké zajímavé projekty se v Rusku připravují, na co byste české podnikatele chtěl upozornit?

Ruská vláda nedávno představila veřejnosti plán Národních projektů na období let 2019–2024. Ten je rozdělen do tří hlavních tematických skupin: lidský kapitál, komfortní prostředí pro život a ekonomický růst. Plán počítá s realizací desítek projektů národního charakteru, jejichž cílem je další zvýšení životní úrovně, posílení ekonomiky, zlepšení ekologie, demografie atd. Na řešení těchto úkolů jsou ve státním rozpočtu připraveny stovky miliard rublů.

› Takže zde bude potenciální prostor i pro české exportéry?

Do realizace těchto projektů bude pochopitelně zapojena řada firem, které budou hledat nové dodavatele a partnery. Tady může velmi dobře zapracovat CzechTrade se svými regionálními zastoupeními. Jako příklad mohu uvést projekt Ekologie – užití komunálního a průmyslového odpadu, který zahrnuje vybudování kompletní infrastruktury sběru a likvidace odpadu. Investice do výstavby závodů a budování související infrastruktury se odhadují na 290 miliard rublů. Projekt počítá s výstavbou více než dvou set závodů různé kategorie na zpracování odpadů po celém Rusku. CzechTrade proto zařadil do svého plánu činnosti na letošní rok účast českých firem na říjnovém moskevském veletrhu Wasma, který je jednou z mála mezinárodních akcí zaměřených právě na oblast likvidace odpadů, vodohospodářství a ekologii.

› Co je podle vás v Rusku nezbytné pro úspěch v konkurenčním boji?

Platí standardní pravidlo – cena, kvalita, obchodní podmínky. České výrobky zde mají tradičně

Foto: CzechTrade



ně dobrý zvuk, úspěch závisí na šikovnosti a inovativním potenciálu našich podnikatelů. Víme, že značná část finálních výrobků, které se do Ruska dovážejí z jiných zemí EU, především z Německa, je vyrobena z dílů, které mají původ v ČR. Tento podíl však není možné vyčíslit.

Rád bych znovu připomněl, že Rusko není jen Moskva a Petrohrad.

Velmi rychle roste význam regionů, k jejichž přednostem patří slabší konkurence, nenasycenost trhu a zajímavé projekty, které jsou mnohdy globálního charakteru.

› Dá se dnes o Rusku hovořit jako o bráně do třetích zemí? Na kterých trzích by se mohly české firmy ve spolupráci s ruskými partnery prosadit?

Pro mnohé firmy, které berou ruský trh jako prioritu, je lokalizace de facto jedinou šancí na úspěch, říká Štěpán Jílek, ředitel regionálního centra CzechTrade Rusko.

Vidíme, že mnohé ruské firmy, a to nejen velké státní korporace, jakými jsou Gazprom či Rosněfť, ale i menší privátní společnosti dnes realizují zajímavé projekty ve třetích zemích, a to nejen v rámci států Euroasijské celní unie. Tyto firmy mnohdy hledají subdodavatele a právě tady vidíme možnosti pro uplatnění našich podniků. Mnoho zahraničních projektů je zaměřeno na oblast energetiky, a to nejen jaderné, ale i klasické a alternativní, nebo na těžbu a zpracování surovin a nerostů. Ve všech těchto oblastech mají české firmy co nabídnout.

› Jak se připravit na jednání s ruskými partnery? Jsou v něčem specifická?

Manažerů ruských firem jsou mnohdy lidé s několika vysokoškolskými tituly a často s diplomy prestižních světových univerzit, kteří komunikují několika světovými jazyky. Na jednání je třeba se velmi dobře připravit především z odborného hlediska a mít jasnou argumentaci o přednostech své nabídky. Láhev vodky a kaviár dnes oproti dřívějšíku obdržíte spíše jako dárek od obchodního partnera.

› Jaké konkrétní služby nabízejí v zemi českým podnikatelům zahraniční kanceláře CzechTrade?

Nemáme speciální nabídku služeb pro jednotlivé destinace, naše nabídka je komplexní a jednotná pro všechny. Jiná věc je, jaké služby jsou žádanější v jednotlivých destinacích. Například v Moskvě firmy více využívají společné prezentace pod hlavičkou CzechTrade na mezinárodních veletrzích, kongresech, fórech atd. Je to logické, jde o hlavní město, místo, kde probíhá většina mezinárodních akcí a které je sídlem centrálních orgánů vlády atd. V regionech, a tím mám na mysli naše kanceláře v Petrohradu a Jekatěrinburgu, projevují firmy větší zájem o účast na námi organizovaných podnikatelských misích, a především pak regionálních minimisích, které zaměřujeme na úzký okruh firem. Obecně u nás platí individuální přístup ke každému našemu obchodnímu partnerovi, podle jeho představ a požadavků. ✕

Jakub Procházka, Martin Zíka

Ural je motorem ruského průmyslu

Drsný Ural je také dynamicky se rozvíjející region. V poslední době láká stále více zahraničních firem a investorů, kteří jsou si vědomi jeho ohromného potenciálu.

o člověka, který má zkušenosti a také potřebné kontakty, protože velká část obchodů se často uskuteční díky osobním vazbám. Na jednání je potřeba být velmi dobře technicky připraven, protože se jedná o průmyslový region a místní mají v této oblasti značné zkušenosti.

POMŮŽOU VELETRHY A OBCHODNÍ CESTY

Určitě je dobrou volbou zúčastnit se letního průmyslového veletrhu Innoprom. Jde o jednu z nejvýznamnějších mezinárodních průmyslových výstav v Rusku vůbec a je na ní možné potkat zástupce těch nejdůležitějších podniků z celého Uralu. Na Innopromu se česká firma může přesvědčit, že úroveň průmyslu je zde vysoká a šance velké.

Další vhodnou možností je organizace obchodní cesty, během které zástupci firmy podle zadání navštíví každý den dva až tři podniky. Mají tak možnost si na vlastní oči ověřit aktuální situaci a zjistit, jaké mohou nabídnout technologické řešení. Obchodní cesty v podobném duchu organizuje zahraniční kancelář CzechTrade v Jekatěrinburgu docela často a mezi firmami je to oblíbená a finančně atraktivní služba.

Webové stránky místních firem jsou někdy ve špatném stavu. A byt se může jednat o obrovský podnik, který bez problémů funguje, není výjimkou, že na nich nenajdete aktuální kontakty. Získat spojení na tu správnou osobu tak může být opravdu oříšek.

V dnešní době, kdy ve vzduchu visí „importozameščenie“, tedy politika náhrady importovaného zboží, je dobré jít na obchod trochu jinak. Nejen prodávat, ale také nabízet řešení, které zákazníkovi opravdu pomůže nebo mu ušetří peníze. Velmi důležitá je komunikace. Pokud potenciální zákazník na Urale zpočátku neprojeví zájem, není dobré se vzdávat. Je naopak potřeba s ním zůstat v kontaktu, čas od času se připomenout, zaslat aktuální nabídku. Za rok může být situace úplně jiná. ✖

Petr Slowik
Ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade Ural



Foto: Shutterstock.com

Podle statistik se zvyšuje podíl exportu z ČR do ruských východních regionů, tedy na Sibiř, Dálný východ a Ural. Přičemž poslední jmenovaný si v tomto ohledu vede nejlépe. Pro mnohé naše firmy je však východní část Ruska stále velkou neznámou.

POTENCIÁL MODERNIZACE PRŮMYSLU

Ural je v současnosti motorem ruského průmyslu. Velké zásoby nerostného bohatství byly impulsem k mohutnému rozvoji, a to především v metalurgii, strojírenství, petrochemii, zemědělství a chemii. Zpracovává se zde ve velkém například měď, nikl, hliník, zinek či titan. Průmyslová základna na Urale je opravdu ohromná, potřebuje však v velké části modernizovat. A právě to je příležitost pro české firmy.

České výrobky jsou na Urale vnímány velmi dobře, jsou známé vysokou kvalitou a příznivou cenou. Dodnes zde například jezdí českoslo-

venské tramvaje, automobily Škoda jsou velice populární a mnohé české firmy sem dodaly stroje a zařízení, které se osvědčily.

VYDEJTE SE TAM OSOBNĚ

Velkou výhodou je znalost ruštiny, ale také zkušenosti a dobré reference, jež si naše firmy od dob Československa vybudovaly. Některé české společnosti se v regionu rozhodly pro založení společného podniku, např. v oblasti výroby elektroizolačních materiálů, obráběcích strojů nebo dobývací techniky. Především je ale důležité se do regionu vydat osobně. Místní mohou sice zpočátku působit nedůvěřivě, ovšem s firmou je potřeba komunikovat a časem se ledy prolomí. Také je potřeba obrnit se notnou dávkou trpělivosti, protože obchod neproběhne hned.

Pokud chce firma na trhu působit intenzivněji, měla by zvážit nařízení místního zástupce, rozhodně nestačí mít pro celé Rusko jediného obchodního partnera. Musí se jednat

Jedním ze symbolů rychlého rozvoje Uralského federálního okruhu je Jekatěrinburg, čtvrté největší město Ruska.

Petrohrad rozhodně není jen lákadlem pro turisty

Jedna z nejvýznamnějších metropolí Evropy dnes mimo jiné plní roli brány, kterou zboží proudí do i ven z Ruska. Celý severozápad Ruska prochází modernizací, a nabízí tak řadu zajímavých obchodních příležitostí.

Ruský car Petr Veliký postavil na počátku 18. století na severozápadě Ruska nové hlavní město, které nazval St. Petersburg, česky Petrohrad. Právě tehdy se Rusko stalo významným hráčem na geopolitické mapě Evropy i světa. A Petrohrad, i když dnes již není hlavním městem, je jednou z nejvýznamnějších metropolí Evropy a branou do Ruska. Také proto si CzechTrade v roce 2001 vybral Petrohrad jako místo, kde otevřel první ze současných tří kanceláří v Ruské federaci.

VÝZNAMNÝ LOGISTICKÝ HUB

Petrohrad je dnes s 5,3 milionu obyvatel druhým největším ruským městem a čtvrtým největším v Evropě, je správním centrem celého Severozápadního federálního okruhu Ruska s 13,9 milionu obyvatel. Již od počátku plnil a prakticky dodnes plní funkci nejvýznamnějšího logistického hubu, kterým se zboží dostává do Ruska i z Ruska.

Severozápadní regiony Ruska mají významné postavení také v obchodních vztazích s Českou republikou a vzájemný obchod s tímto regionem vykazuje dlouhodobě kladné saldo v náš prospěch. Jsou tu i dnes pro české firmy perspektivní obory jako elektroenergetika, zvláště pak sféra obnovitelných zdrojů energie včetně rozvoje malých vodních a větrných elektráren. Stále aktuální je také klasická elektroenergetika, protože v celém Rusku se pro období let 2022 až 2031 plánují rozsáhlé rekonstrukce tepelných elektráren o sumárním výkonu až 39 GW.

OČEKÁVAJÍ SE MASIVNÍ INVESTICE

Další příležitosti se nabízejí v dopravě. V Petrohradě se připravuje

masivní rozvoj příměstské dopravy, perspektivní jsou dodávky tramvají, trolejbusů, autobusů a vagonů metra, modernizují se také dopravní systémy města. Zde je potřeba zmínit, že v Petrohradě již jezdí několik desítek vagonů metra dodaných společností Škoda Transportation. Zatím poslední várku sedmi vagonů dodala plzeňská Škoda v lednu 2019.

Velmi diskutovaným a perspektivním tématem je rovněž utilizace a zpracování odpadů s tím, že se v oblasti odpadového hospodářství očekávají rozsáhlé investice. České firmy se v regionu podílejí na budování a rozvoji farem, na dodávkách technologií pro pivovary a pekárny, a díky tomu zde mají dobré reference. Proto stále zůstávají aktuální další nákupy techniky a technologií pro

zemědělství a potravinářství. V současné době se blíží ke konci stěhování sídla největší ruské firmy Gazprom z Moskvy do Petrohradu, a význam celého regionu se tak ještě zvýší. V Petrohradě i v Leningradské oblasti se to již začíná projevovat v masivní investiční činnosti.

Nehledě na současnou složitou geopolitickou situaci umocněnou vzájemnými sankcemi je v Petrohradě a v celém severozápadním ruském regionu příležitostí pro české firmy samozřejmě daleko více. Petrohrad se svými historickými památkami a celý rozlehlý okolní region tedy není pouze lákadlem pro turisty, ale je i místem nabízejícím zajímavé obchodní příležitosti českým firmám. ✕

Zahraniční kancelář CzechTrade Petrohrad

Petrohrad a celý rozlehlý okolní region je pro naše exportéry mimořádně perspektivní oblastí.



Ruské nebe se otevírá českým výrobkům



Dopravní letoun L-410 je dlouhodobě vlajkovou lodí tuzemského letectví. Na snímku modernizovaná verze s označením NG.

Jedním z významných odbytišť pro tuzemský letecký průmysl je Ruská federace. Vzájemná spolupráce v této oblasti se úspěšně rozvíjí.

Spolupráce s bývalým Sovětským svazem v leteckém sektoru začala již v roce 1935. V novodobé historii česko-ruských obchodních vztahů ji spojujeme zejména s malým dopravním letounem L-410 Turbolet. Devatenáctimístný stroj pro super krátkou runway se začal vyrábět před padesáti lety v Kunovicích jako stroj pro ruskou regionální přepravu, kde často musel překonávat extrémní přistávací, provozní i klimatické podmínky (+/- 50° C).

Na jeho výrobě se podílí téměř celý český letecký průmysl. V současné době je v Rusku v provozu přes dvě stě kusů těchto letadel. Společnost Aircraft Industries v loňském roce dodala do Ruska třináct z šestnácti vyrobených strojů, momentálně probíhají letové zkoušky modernizované verze s označením NG. Ruská federace je pro podnik jedním z nejvýznamnějších odběratelů. Zájem ruské strany o letouny L-410 dokládá rovněž zahájení montáže to-

hoto stroje pro domácí trh v uralském Jekatěrinburgu.

SPOLUPRÁCE POMŮŽE I NA DALŠÍCH TRŽÍCH

Ve vzájemných česko-ruských obchodních vztazích je perspektivním odvětvím především regionální a letecká přeprava. V současné době obě strany uvažují o spolupráci na výrobě a vývoji nových typů letadel L-610, dalším možným projektem mohou být letouny kategorie ultralight. Největšími českými vývozci letadel a leteckých komponent do Ruska jsou společnosti Aircraft Industries, GE Aviation Czech, PBS Velká Bíteš, Mesit či Jihostroj.

Rusko je vnímáno jako významné odbytiště především díky své ambici zpřístupnit odlehlelé regiony a posílit regionální spoje letecké dopravy. Dalším možným směrem je spolupráce na třetích tržích. Ruská federace

cílí na silné pozice v leteckém sektoru Asie, zejména Čína a Indie představují zajímavou exportní destinaci i pro český letecký průmysl. Využití spolupráci s Ruskem lze i v dalších státech postsovětského prostoru.

Mezi hlavní cíle východní velmoci v oblasti leteckého průmyslu v současnosti patří výroba dopravních letounů střední velikosti a také vývoj a výroba leteckých motorů. Země se totiž po rozpadu Sovětského svazu snaží vrátit mezi leteckou elitu.

NA MAKS

Čeští letečtí výrobci se letos představí na ruském aerokosmickém salonu MAKS 2019, který proběhne v srpnu a je největší přehlídkou vzdušné techniky ve východní Evropě. Oficiální účast České republiky zajišťuje Ministerstvo průmyslu a obchodu. Souběžně s veletrhem se v rámci projektu na podporu ekonomické diplomacie ve spolupráci se ZÚ Moskva a MPO uskuteční prezentace potenciálu českého leteckého průmyslu v Rusku. Akce naváže na velmi úspěšnou oborovou konferenci „Češi umějí letadla od A do Z“ z loňského roku a nabídne firmám možnosti prohloubení obchodních kontaktů s jejich ruskými partnery. **x**

Veronika Jelínková

Oddělení východní Evropy a Střední Asie, odbor zahraničně-ekonomických politik I, MPO, ve spolupráci s A. Uljačenkovou

ČESKÝ LETECKÝ PRŮMYSL MÁ VE SVĚTĚ DOBRÝ ZVUK

Česká republika patří mezi několik málo zemí na světě, které umějí vyvinout a vyrobit letadlo tzv. „in house“. Je jedním z globálních premiantů ve výrobě leteckých motorů a na světové scéně patří ke špičce ve výrobě ultralightů. Domácí letecký průmysl má stoletou tradici, kopíruje historii Československého státu a letos jsou jeho produkty ve vzduchu už stoprvní rok. V oboru pracuje přes dvacet tisíc lidí, tuzemský letecký dodavatelský řetězec tvoří přes sto firem a jejich export roste devátým rokem v řadě. Česko je zároveň dobrou adresou pro zahraniční investice v leteckém průmyslu, světové špičky v oboru u nás mají výrobní a vývojová centra.

Vliv

Jsme nejuznávanější
ekonomický titul v Česku

Tradice

Český byznys sledujeme
už od „divokých“ 90. let

Redakce

Máme nejlepší ekonomický
a analytický tým na trhu

euro

ČTENÁŘSKÁ ANKETA

Věnujte několik minut
vyplnění čtenářské ankety
a vyhraďte luxusní ceny!

www.euro-anketa.cz



Jako zuby zmije



Hulínská Pilana Wood se zaměřuje především na výrobu kotoučových pil se zuby ze slinutého karbidu. Má s nimi úspěch ve světě, většinu produkce vyváží na vyspělé průmyslové trhy.



Ruční pily se v Hulíně vyráběly už v roce 1934. Firmu s názvem První moravská továrna na pily a nástroje tehdy založil podnikatel Josef Studeník a začal se specializovat na truhlářské nářadí. Ve znaku firmy se objevila zmije – Josef Studeník tím chtěl demonstrovat, že pily z její produkce jsou ostré stejně jako zuby jedovatého hada.

Výroba se postupně rozšiřovala, firma začala mít úspěch i v zahraničí a ještě před druhou světovou válkou v ní pracovalo přibližně tisíc lidí. V průběhu jednoho z nejtemnějších období československé historie, tedy v letech 1939–1945, se Josefu Studeníkovi podařilo získat odbytí mimo jiné i v západní Evropě. Údajně tehdy

také zaměstnával osoby, které chtěl uchránit před tzv. totálním nasazením v hitlerovském Německu.

Na konci války okupanti podnik značně poničili, nicméně koncem roku 1945 se z První moravské továrny na pily a nástroje stává Pilana, firma je zestátněna a znovu naplno rozjíždí výrobu. Ta se postupně rozšiřovala a v 80. letech minulého století byl tehdy už národní podnik Náradí jedním z nejmodernějších strojírenských provozů v Československu. Například výrobu v jedné z jeho částí již v té době řídil počítač.

BUDOUCNOST: PILY NA KOV

Ve druhé polovině 70. let proběhla ještě jedna, pro budoucnost firmy důležitá událost. Jako programátor CNC

strojí do ní po studiu na vysoké škole nastoupil současný majitel Robert Plaček. Ten postupně procházel různými pozicemi v podnikové struktuře. A když po roce 1989 z Náradí Hulín vznikla státní akciová společnost Pilana, která byla zprivatizována jako holding několika společností s ručním omezením, zapojil se do jejího vedení. Poté, co se v roce 1997 oddělila firma Pilana Wood, se stal jednatelem a po dohodě s tehdejšími společníky i jediným majitelem.

V současnosti se Pilana Wood zaměřuje především na výrobu. Hlavním sortimentem jsou kotoučové pily se zuby ze slinutého karbidu, což je tvrdý a otěruvzdorný materiál, vyrobený tzv. slinovaním tvrdých karbidů kovů. „Vytváříme celou řadu druhů těchto nástrojů, od pil, které se používají k prvotnímu zpracování dřeva, přes speciální pily pro stolaře a výrobce nábytku až po pily na plasty a neželezné kovy,“ popisuje Robert Plaček. Pilana Wood se před časem začala zabývat také pilami na kov. Podle jejího jednatele jde o velmi perspektivní sortiment, který se dříve dovážel ze zahraničí. Hulínský podnik si tu našel pověstnou díru na trhu, protože se mu daří nabízet pily na kov ve srovnatelné kvalitě, ovšem levněji než konkurence.

NEJVĚTŠÍ VE STŘEDNÍ EVROPĚ

Jak Robert Plaček vysvětluje, Pilana Wood je dnes největším výrobcem

Automatizace je jedna z cest k neustálému vylepšování produkce firmy, na snímku řezání laserem.

PILANA

Značka Pilana má tradici sahající až do 30. let minulého století. Dnes zastřešuje několik společností, každá z nich se zaměřuje na jiný sortiment řezných nástrojů a sama si zajišťuje výrobu i prodej.

Do jejich produkce patří pilové kotouče, pilové pásy a listy, průmyslové nože či ruční nářadí. Ve skupině pracuje 220 zaměstnanců, její obrat v roce 2018 dosáhl 350 milionů korun.

tohoto sortimentu ve střední Evropě. V tuzemsku podobná konkurence neexistuje, v Polsku jsou tři výrobci. Ve světě nicméně působí mnohem větší firmy, než je hulínský podnik. Jsou to například italské koncerny, které mají závody v několika zemích. „Naše firma se na trzích prosazuje především díky dobrému poměru cena vs. kvalita,“ domnívá se Robert Plaček. „Dnes už pro nás není až tolik důležitý jednodušší sortiment, což jsou například pily pro amatérské stolaře na řezání palivového dřeva, zaměřujeme se spíše na profesionální nástroje, jako jsou například pilnice, na nichž lze provádět specifické pořezy a podobně,“ doplňuje. Samozřejmě se i do ČR prostřednictvím dealerů dostávají pily zahraničních výrobců, podle slov Roberta Plačka to ale Pilana zvláštní problémy nedělá.

Společnost má úspěch nejen na tuzemském trhu, přibližně 85 procent její celkové produkce směřuje do zahraničí. Pily se značkou Pilana používají zákazníci ve zhruba padesáti zemích světa s tím, že více než 60 procent těchto nástrojů jde na trhy průmyslově vyspělých států, jako



Majitel Robert Plaček ve firmě působí od roku 1979.

Foto: Pilana Wood

Pilana Wood se pravidelně účastní oborových veletrhů, zde polská Drema.

jsou Německo, USA, Francie a Velká Británie. „Svět máme rozdělený na pět regionů a každý má na starost jeden obchodník,“ vysvětluje Robert Plaček. „Největším regionem je pro nás Německo, kam vyvážíme asi jedenáct procent exportní produkce, na druhém místě je Rusko, dále Polsko, Španělsko a Francie. Není to ale všechno, významný je pro nás třeba i Střední a Dálný východ nebo Jižní Amerika,“ dodává šéf firmy.

INVESTICE DO INOVACÍ

Dlouhá tradice, oproti konkurenci kratší dodací termíny, už zmíněný dobrý poměr ceny a kvality, dobří obchodníci a také osobní přístup. To jsou podle Roberta Plačka hlavní faktory úspěchu jeho společnosti. „Při prodeji našich profesionálních nástrojů nám pomáhá také to, že tolik nevyužíváme obchodní zástupce, ale chodíme se prezentovat přímo ke konečným uživatelům, jako jsou velké pilnice nebo nábytkářské závody,“ poznamenává.

Pro firmu je důležitá i pravidelná účast na významných veletrzích a výstavách, které se konají v německém Hannoveru, polské Poznani, bulharském Plovdivu či ruských městech. V letošním roce se zúčastní například veletrhu Woodex a Metal-Expo v Moskvě. Při těchto aktivitách si Pilana Wood vyzkoušela i spolupráci s CzechTradem. Šlo o několik případů, kdy agentura na zmíně-

Firma vytváří celou řadu druhů těchto nástrojů, od pil, které se používají k prvotnímu zpracování dřeva, přes speciální pily pro stolaře a výrobce nábytku až po pily na plasty a nezelezné kov.

ných veletrzích zajišťovala společné stánky pro skupinu českých firem. „Jsme rádi, že máme díky spolupráci s CzechTradem na veletrzích zajištěné zázemí, s jeho službami jsme byli velmi spokojeni,“ hodnotí Robert Plaček.

Jednatel vysvětluje, že se podnik dlouhodobě zaměřuje na zlepšování výroby a také automatizaci, což mu současně s dlouholetou zkušeností a nízkými výrobními náklady umožňuje nabídnout vysoce kvalitní výrobky za výhodné ceny. Z toho důvodu také vzniklo zkušební středisko, kde se testují nové nápady a vylepšení. Firma se rovněž chystá významně investovat do již zmíněné výroby pil na kov, o které je mezi zákazníky zájem. Například má v plánu vybudovat speciální oddělení, které se bude zabývat jen těmito pilami. ✖

Martin Zika



Potravináři v Indii, stavebníci v Maďarsku a příležitosti ve Skandinávii

Přinášíme vám zprávy o zajímavém dění ze světa od ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade.

INDIE

Mise u českých potravinářů

V dubnu a v květnu voliči v Indii rozhodovali o nové vládě na dalších pět let. Ta bude mít nezávisle na výsledcích v programu stále jako prioritu výživu národa, který se stane během deseti let nejpočetnějším na celém světě. A nejde pouze o kvantitativní stránku, protože až několik desítek procent vyrobených potravin podléhá zkáze. Kvalita potravin je v současné době určována především požadavky rostoucí střední příjmové skupiny obyvatelstva. K zajištění výživových potřeb národa je nutné začít využívat i moderní technologie uchování a zpracování potravin.

Tyto požadavky trhu nabízejí příležitosti pro české výrobce potravinářských technologií. Indická kancelář agentury CzechTrade společně s velvyslanectvím ČR v Dillí vybrala šest typických zástupců potravi-

nářských zpracovatelů a za finanční podpory Ministerstva zemědělství zajistila setkání s českými výrobci potravinářských technologií. Delegace navštívila podniky z oblasti pekárenské výroby (J4, Mopos), balicích strojů a linek (Velteko, Viking Mašek), ale i pivovarnictví (Budvar, ZVU Potez, Pacovské strojírny). Indické firmy zastupovali manažeři z několika významných food parků, např. z Dillí, Mumbaje či Bengalúru, které se specializují na výrobu potravin pro konečného spotřebitele. Tyto parky jsou nejvýznamnějším cílem pro umístění českých potravinářských technologií. Příležitost nabídnout je budou mít tuzemské firmy při chystané podzimní misi do Indie. **x**

Ivan Kameník, Bengalúru



Indický zaměstnanec připravuje vermicelli, tenké nudle, z nichž se připravuje oblíbené sladké jídlo servírované během ramadánu.

MAĎARSKO

Čeští stavebníci na maďarské Construmě

Foto: CzechTrade



Ve dnech 3. až 7. dubna se v areálu budapeštských veletrhů Hungexpo konal 38. ročník veletrhu Construma 2019. Akce patří v Maďarsku dlouhodobě mezi ty největší. Hlavními lákadly byly vedle stavebnictví také interiérový design, obnovitelné zdroje energie a zahradičnictví. Každým druhým rokem veletrh doplňuje Hungarotherm zaměřený na instalatérství. Akce se těší velké popularitě, letos se přišlo podívat přes 50 tisíc návštěvníků na 600 vystavovatelů z 20 zemí.

Zahraniční kancelář agentury CzechTrade v Budapešti zajistila rekordní plochu 110 m² pro kolektivní český stánek. Na něm se představily Cobra, Asio New, WPC – Woodplastic, Sepos a Alfa Portas. Dále s naší pomocí vystavovaly na samostatném stánku společnosti Alukov a Sapho.

Naši vystavovatelé hodnotili účast velice kladně, podtrhli třeba nadstandardně dobrou polohu expozice, příjemné a praktické rozložení nebo moderní design. Bez výjimky se veletrhu chtějí účastnit i v příštím roce. CzechTrade Budapešť plánuje účast na následujícím ročníku, přihlášky budou k dispozici letos v září. Construma 2020 proběhne ve dnech 1.–5. dubna příštího roku. **x**

Dora Egressy, Budapešť



Další aktuální zprávy a kontakty na zahraniční síť CzechTrade

www.czechtrade.cz/
czechtrade-svet

SKANDINÁVIE A POBALTÍ

Začal další ročník Exportní ceny DHL

V polovině dubna odstartoval 22. ročník Exportní ceny DHL pod záštitou agentury CzechTrade. Soutěž oceňuje úspěšné české vývozce v pěti kategoriích. Mezi ty tradiční patří Malá společnost, Středně velká společnost a Exportér teritoria. V letošním roce byly pro soutěž vybrány severní Evropa a Pobaltí. Novinkou je kategorie Exportér E-commerce. Žebříček vývozců je v ní sestaven z mixu tří kritérií – ekonomického hodnocení provedeného odborným garantem, podílu českých výrobců na vývozu a posouzení toho, jak firma přistoupila k inovacím v rámci digitální transformace. Stejně jako v minulých letech agentura CzechTrade v rámci této soutěže vybere z řad svých klientů vítěze kategorií Nejúspěšnější klient CzechTrade a Exportní příběh roku.

Skandinávské země a všechny státy Pobaltí nabízejí zajímavé příležitosti, o čemž svědčí dynamický růst HDP každého z nich. V roce 2018 došlo k meziročnímu nárůstu vývozu ČR do Pobaltí o 5,7 procenta. V přípa-

dě vyspělých severských ekonomik meziroční růst vývozu činí dokonce 7,1 procenta. České firmy mají šanci uspět na trzích severní Evropy díky svým produktům, jejichž cena i kvalita jsou ve srovnání se západoevropskými trhy plně konkurenceschopné.

Výhodou je i geografická poloha těchto zemí, takže mohou být logickým cílem pro firmy, které umějí vyvázet své produkty do Německa a Velké Británie a ve světle brexitu by mohly být alternativním exportním trhem.

Hlavními obory pro Švédsko jsou energetika, strojírenství a stavební průmysl. Norská ekonomika je závislá na těžbě a vývozu ropy a lososů, významné postavení v zemi má strojírenství, petrochemie, dřevozpracující a potravinářský průmysl. Dánsko má velké plány v rozvoji dopravní infrastruktury, v energetice a potenciál v dodávkách zemědělské techniky. Finsko je druhou nejrozvinutější digitální ekonomikou v EU a nejlepší na světě v oblasti inovací. V pobaltských zemích můžeme zmínit stavební sek-



Foto: Shutterstock.com

Jedna z kategorií letošního ročníku DHL Exportní ceny bude zaměřena na severní Evropu a Pobaltí. Na snímku těžba ropy a zemního plynu v Norsku.

tor, v němž např. Lotyšsko v loňském roce zaznamenalo nárůst ve výši 22 procent. Země jsou také logistickou křižovatkou a jejich význam poroste i v souvislosti např. s plánovaným železničním projektem Rail Baltica. x

Marcela Havlová, vedoucí oddělení PR a komunikace, CzechTrade

ČESKO

První robotická ruka pro navíjení elektromotorů

Česká firma Sopo, která patří k evropským lídrům v oblasti výroby elektromotorů, od letošního roku také ztělesňuje trend zavádění automatizace a robotizace do českého průmyslu. Ve spolupráci s předním švýcarským výrobcem robotů Stäubli úspěšně vyvinula převratnou a vysoce inovativní robotickou ruku TX2/Sopo. Společný tým technologií firmy Sopo a společnosti Stäubli, která má v České republice silné vývojové zázemí, již po půl roce vývoje a testování přivedl na svět první funkční prototyp, který nyní čeká na začlenění do výrobního procesu.

„Díky této robotické ruce bude výroba elektromotorů a navíjených komponentů vysoce přesná, bez nutnosti pravidelné kalibrace, a to při dosažení nižších nákladů na údržbu



Foto: CzechTrade

zařízení,“ popisuje Vladimír Olmr, jednatel společnosti Sopo. Od zavedení této ruky do výrobních procesů si firma slibuje zefektivnění kusové i sériové výroby a upevnění technologické pozice na trhu jako vedoucí evropské firmy v oblasti navíjení.

Novinku bude Sopo prezentovat na stánku CzechTrade na elektrotechnickém veletrhu CWIEME v Berlíně ve dnech 21. 5. – 23. 5. Na stánku České republiky se vedle firmy Sopo budou prezentovat společnosti Elektroporcelán, P&V Elektronik, PZK Brno a Silent-Czech. „České firmy patří v oblasti elektrotechnického průmyslu k evropským špičkám a řada z nich je přímo zapojena do nastupujícího trendu elektromobility. Německo, kde roční obrat v elektropřemyslu dosahuje 180 miliard eur, je pro ně nejdůležitějším odbytištěm,“ konstatuje Adam Jareš, ředitel německého zastoupení CzechTrade v Düsseldorfu, které prezentaci českých firem na veletrhu připravuje. x

Adam Jareš, Düsseldorf



BUSINESSINFO.CZ:

Exportérům pomáháme najít cestu do světa

Chystáte se v budoucnu dobývat zahraniční trhy, rozjíždíte zahraniční obchod právě teď, nebo jste už zkušeným vývozcem? Každému z vás pomáhá zvýšit šance rubrika Exportní příležitosti na portálu BusinessInfo.cz.

Vývoz z České republiky loni poprvé překonal hranici 4,3 bilionu korun. Tuzemští vývozcí dosahují od vstupu do EU rekordních čísel každoročně (vyjma krizového roku 2009), export je dnes páteří české ekonomiky. Portál BusinessInfo.cz proto nabízí českým firmám všechny relevantní informace, které jim mohou pomoci při expanzi na zahraniční trhy, a to především v obsáhlé rubrice Zahraniční obchod. Její součástí je i sekce Exportní příležitosti.

Pro zástupce podniků jsou zde k dispozici aktuální online databáze zahraničních poptávek, investičních příležitostí, zahraničních tendrů a projektů a také přehled nabídek produktů a služeb pro české firmy ve světě. Databáze spravuje ten nejpovolnější – státní agentura na podporu obchodu CzechTrade.

NAJDETE ZAHRANIČNÍHO PARTNERA JEDNODUŠE

V rubrice Zahraniční poptávky na-

Foto: Jan Rasch



Zorientovat se ve spleti informací o podmínkách pro české vývozce pomáhá rubrika Exportní příležitosti.

jdou čtenáři rozsáhlé online databáze zahraničních poptávek. Měsíčně jde o desítky poptávek firem z celého světa. Jejich zdrojem jsou především zastupitelské úřady ČR či zahraniční kanceláře CzechTrade.

Čtenáři se často ptají, jak se zorientovat ve spleti informací o podmínkách pro české vývozce a jejich šancích na jednotlivých trzích. Na portálu BusinessInfo.cz můžete svého obchodního partnera najít jednoduše podle teritoria, kde chcete realizovat váš byznys, podle oboru činnosti, či přímo podle názvu konkrétních výrobků, jež vaše firma nabízí. Vyhledávání v sekci Zahraniční poptávky

je jednoduché a přehledné. Každoročně přibývá také tuzemských podniků, které se rozhodnou pro přímé investice či akvizice v zahraničí. Pro ně je určena další sekce Zahraniční investiční příležitosti.

MAPA PŘIBLÍŽÍ ŠANCE NA BYZNYS

V rubrice Zahraniční projekty a tendry najdou čtenáři online přehled aktuálních projektů a tendrů. Zdrojem jsou světové databáze, ale také již již zmíněné obchodně-ekonomické úseky velvyslanectví a zahraniční zastoupení CzechTrade. Příležitost zúčastnit se výběrových řízení a prosadit se ve světě dávají českým firmám giganti jako například CERN. Zahraniční společnosti nabízejí českým partnerům také hotové výrobky či služby. Jejich seznam s podrobnými informacemi najdete v rubrice Databáze zahraničních nabídek.

Neméně důležitou součástí rubriky Exportní příležitosti, jež představuje pro české vývozce neocenitelnou pomoc, je dnes pravidelně aktualizovaná mapa oborových příležitostí. Ta identifikuje perspektivní obory na zahraničních trzích vhodné pro české podnikatele a představuje unikátní nástroj podpory ekonomické diplomacie. Zaměřuje se především na sektory s nevyužitým potenciálem – bere totiž v úvahu nejen kapacity na straně českého vývozu, ale také strukturu a specifika jednotlivých trhů. Jinými slovy vám poradí, kde a kdo bude mít ve světě o vaše produkty či služby největší zájem. **x**

Jakub Procházka
 Redaktor portálu BusinessInfo.cz



Exportní
příležitosti

www.czechtrade.cz/
prilezitosti



Video: Obchodní příležitosti v Thajsku

Thajsko je jedním z nejvýznamnějších obchodních partnerů České republiky ze sdružení zemí ASEAN. Země má velký potenciál a je zároveň vstupní branou do regionu Indočína. Ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade Jan Lembas představuje perspektivní obory pro potenciální české exportéry, tipy, jak uspět při jednání s thajskými firmami apod.



Jak uspět v Thajsku

www.businessinfo.cz/export-vidoa



Potřebujete poradit?

Chcete začít podnikat a nevíte, jak na to? Nevíte si rady s podnikáním v rámci Evropské unie? Nebo máte jiný dotaz, který se týká vašeho byznysu? Na BusinessInfo.cz můžete zdarma vložit svůj dotaz, odpoví vám specialisté sítě JKM, Ministerstva průmyslu a obchodu nebo přímo redakce.



Ptejte se online

www.businessinfo.cz/dotaz



České filtry z nanovláken dobývají svět

Společnost Pardam vsadila na vývoj a výrobu anorganických nanomateriálů. Její doménou jsou především nanovláčkové membrány sloužící k filtraci tekutin. V této oblasti nemá konkurenci u nás ani v zahraničí. Většinu své produkce úspěšně vyvážá.



Firma slaví úspěchy



Servis pro podnikatele: Monitoring sbírky

V rubrice portálu naleznete chronologické přehledy právních předpisů a mezinárodních smluv publikovaných v poslední době ve Sbírce zákonů a Sbírce mezinárodních smluv České republiky. K vybraným předpisům připojujeme i komentáře.



Přehled důležitých zákonů

www.businessinfo.cz/sbirka



Účetní chtějí zpřísnit pravidla

Proč přestává být podle podnikatelů situace v oboru udržitelná? Poté, co se v jiných sektorech podnikání situace postupně kultivuje, začaly se právě do oblasti účetnictví stahovat různé nereseriózní či podvodné firmy. O zlepšení obrazu svého oboru usilují také seriózní účetní firmy a jejich organizace.



Jak zlepšit reputaci účetnictví



Video: Patenty a ochranné známky

Patenty a ochranné známky představují v dnešním obchodním světě mimořádný potenciál. V našem video-seriálu se dozvíte vše, co potřebujete vědět ke správnému vyhledání informací, podání přihlášky i následnému procesu, který vede k řádné ochraně průmyslového vlastnictví.



Jak využít patenty

www.businessinfo.cz/patenty-vidoa

Za kreativitou do Kodaně



Fota: CzechInvest

ní situaci, rozloučení s milovanou osobou. Třetí místo vybojoval startup Termosolární úly, který dokáže velmi účinně a bez použití chemie hubit roztoče včely medonosné.

Denis Havlena a Jakub Špaček z ChemLight v Olomouci představili osvětlení, které jako zdroj záření využívá kapalinu. Startup Imaglee se prezentoval multifunkčními kartami, které pomáhají s výukou od základní až po vysoké školy, zlepšují proces učení a rozvíjejí kognitivní, analytické a kritické myšlení. Aplikace Foodgroot pomáhá vybírat, nakupovat a konzumovat potraviny dle preference zákazníka. Greenest Company navrhuje, vyrábí a dodává produkty a služby, které měří a zlepšují kvalitu kancelářského prostředí.

KREATIVNÍ EKONOMIKA MÁ POTENCIÁL

České národní kolo soutěže Creative Business Cup pořádala již druhým rokem agentura CzechInvest. Záměrem soutěže je nejen propojit kreativní podnikatele s investory a podpořit jejich vstup na globální trhy, ale také přispět k posílení podnikatelských dovedností a rozvíjení mezioborových informací.

„Kreativní ekonomika má obrovský potenciál k tomu, aby se stala hybnou silou regionálního rozvoje. Kreativita je klíčovou konkurenční výhodou českých podniků,“ říká Zuzana Bláhová z pořádající agentury CzechInvest. „V Olomouci se akce konala proto, že toto město považujeme za jedno z neaktivnějších v oblasti sledování a rozvoje těchto odvětví,“ dodává.

Do mezinárodní soutěže Creative Business Cup je zapojeno více než sedmdesát států z pěti kontinentů. Mezi podporované oblasti patří například design, móda, architektura, reklama, film, fotografie, gastronomie, volnočasové aktivity, hračky, hudba, rozhlas, televize, ale i software, počítačové hry či 3D tiskárny. x

Petra Sivová
Vedoucí oddělení komunikace a tisková mluvčí, CzechInvest

V mezinárodním finále Creative Business Cup v dánské metropoli bude začátkem července reprezentovat Českou republiku startup Snuggs.

V olomouckém divadle Na cucky se koncem března 2019 během českého národního kola mezinárodní soutěže Creative Business Cup představilo sedm kreativních startupů. Vítězství si nakonec odnesla mladá podnikatelka Linda Šejdová s projektem Snuggs. Svůj produkt, menstruační kalhotky s absorpční vrstvou, které slouží jako plnohodnotná náhrada stávajících hygienických potřeb pro ženy, představí 1. a 2. července 2019 na mezinárodním finále v dánské Kodani.

„Menstruační kalhotky Snuggs jsou alternativním řešením pro ženy namísto vložek a tamponů. Používá-



Cílem soutěže Creative Business Cup je nejen propojit kreativní podnikatele s investory a podpořit jejich vstup na globální trhy, ale také přispět k posílení podnikatelských dovedností a rozvíjení mezioborových informací.

me kvalitní materiály v kombinaci s nanovlákný. Vážíme si toho, že jsme vyhráli. Prostřednictvím soutěže jsme měli příležitost seznámit se s potenciálními partnery a už se těšíme na mezinárodní kolo do Kodaně,“ říká Linda Šejdová.

NADČASOVÝ DESIGN RAKVÍ ČI SOLÁRNÍ ÚLY

Porota Creative Business Cupu ovšem neměla snadný výběr. Hned po projektu menstruačních kalhotek Snuggs ji zaujal startup Optimistic Coffins nabízející neotřelý a nadčasový design rakví, který chce pozůstatkům pomoci usnadnit nelehkou život-

Praha se v dubnu stala startupovým centrem Evropy

Český startup Motionlab zvítězil v konkurenci zemí Visegrádské čtyřky a míří do San Franciska.

Do pražského Kongresového centra se letos v dubnu sjel celoevropský startupový výkvět. V rámci Startup World Cup & Summit se představily na dva tisíce nadějných začínajících podnikatelů ze všech evropských zemí. V této tvrdé konkurenci se neztratily ani české startupy. Představilo se jich zde čtrnáct, a to z oblastí od virtuální reality přes správu budov až po zdravotní produkty. Čtyři z nich – Actijoy, Aleego, Motionlab a Spaceflow – sem zavítaly za podpory agentury CzechInvest, hlavního partnera akce.

Absolutním vítězem klání se stal švédský startup Mimbly, který se zaměřuje na změnu vnímání společnosti, pokud jde o přístup k čistotě vody a jejímu využití. Motionlab zvítězil se svým projektem personalizované videoreklamy v regionálním kole zemí Visegrádské čtyřky. Do globálního finále soutěže Startup World Cup, které se koná letos v květnu v San Francisku, postoupili startupisté z Mimbly a Motionlabu spolu s dalšími evropskými finalisty například z Estonska, Polska, Norska, Španělska, Itálie, Finska, Ruska, Ukrajiny, Irsku nebo Řecka.

Startup Motionlab dlouhodobě spolupracuje s agenturou CzechInvest. S podporou jejího projektu CzechDemo se v listopadu 2018 prezentoval na Web summitu v Lisabonu a v rámci projektu CzechAccelerator absolvoval v prvním čtvrtletí letošního roku tříměsíční pobyt v New Yorku.



Foto: Startup World Cup & Summit



SJEDNOCUJEME EKOSYSTÉM STARTUPŮ

Podpoře českých startupů se agentura CzechInvest věnuje již od roku 2010. Je odpovědná za koordinaci aktivit vedoucích k vytvoření národního startup a spin-off prostředí definovaného v Inovační strategii ČR 2019–2030. Proto se také čím dál tím intenzivněji snaží eliminovat roztržitost českého startupového ekosystému a úžeji spolupracovat se soukromou startupovou scénou.

Zástupci CzechInvestu byli účastníky akce k dispozici v takzvané

V tvrdé konkurenci dvou tisíc začínajících podnikatelů se neztratily ani české startupy.

mentoringové zóně, kde zprostředkovali své zkušenosti z oblastí expanze startupů do zahraničí a kosmických technologií. Ve spolupráci s projektem My Gateway uspořádali také dvoudenní workshop Access2finance o nejrůznějších formách podpory, například finančních nástrojích, dotacích a dalších možnostech alternativních zdrojů financování startupů. **x**

Petra Sivová
Vedoucí oddělení komunikace a tisková mluvčí, CzechInvest

STARTUP WORLD CUP & SUMMIT

Vznikl spojením dvou významných startupových konferencí posledních let. Startup World Cup je celosvětová startupová konference a soutěž organizovaná venture kapitálovým fondem Fenox.

Vznikla přímo v Silicon Valley s cílem podpořit inovace, propojit startupový ekosystém, otevřít dveře talentovaným podnikatelům a identifikovat dvacet nejlepších startupových projektů na světě.

Vítězové regionálních kol se utkají ve velkém finále přímo v Silicon Valley, ve kterém budou se svými projekty bojovat o investici ve výši jednoho milionu dolarů a více.

Startup Summit je konferencí se sedmiletou tradicí, kterou pořádá investiční fond Air Ventures. Její historie sahá do roku 2012.

Aid for Trade pomáhá rozvojovým zemím, ale i českému exportu

Prostředků na projekty určené k pomoci méně rozvinutým zemím rok od roku přibývá, stejně tak roste zájem těchto států. Zahraniční rozvojová spolupráce nejen pomáhá dobré věci, ale zároveň vytváří příležitosti pro české firmy v nových teritoriích.

Zahraniční rozvojová spolupráce (ZRS) má v České republice dlouholetou tradici. Od roku 2008 organizujeme projekty v rámci programu Aid for Trade, který je v gesci Ministerstva průmyslu a obchodu (MPO) ve spolupráci s Ministerstvem zahraničních věcí ČR (MZV). Celostátním koordinátorem ZRS je MZV, implementační institucí Česká rozvojová agentura.

POMOC A POSÍLENÍ POZIC

Podstatou projektů Aid for Trade je podpora rozvoje obchodu a budování obchodních kapacit ve vybraných státech. Smyslem je pomoci partnerským zemím v tom, aby se mohly lépe zapojit do mezinárodního obchodního systému, posílily svůj hospodářský rozvoj, podnikatelské klima, oblast malých a středních podniků či finanční sektor, také aby přijímaly potřebnou legislativu, odstraňovaly administrativní bariéry atd. V širším pojetí jde i o rozvoj místních produkčních kapacit, budování infrastruktury na podporu obchodu, transfery technologií



▲
Co chcete vědět o Aid for Trade

a služby související s jejich instalací a podobně.

Zároveň lze tyto aktivity chápat jako jeden ze startovacích prvků nových komerčních snah českých firem, protože jim mohou pomáhat při budování či posilování jejich pozice ve vybraných teritoriích. Vydařený projekt může pro české podniky znamenat pokračování spolupráce díky navazujícím komerčním jednáním, faktickou realizaci předaných doporučení nebo studií proveditelnosti, účast ve státních tendrech atp. Zároveň přispívá

Česká firma GET vloni realizovala projekt, jehož cílem bylo přinést Barmě nové informace o moderních metodách technologického průzkumu a o postupech při hodnocení a určování kvality a složení surovin pro keramický a sklářský průmysl.



Foto: MPO

ke zviditelnění ČR a českých firem v teritoriu, ale i k získání zkušeností, kontaktů a také referencí pro možnou účast v tendrech dalších donorů, resp. mezinárodních organizací.

Při přípravě projektů Aid for Trade jsou respektovány priority české ZRS. Projekty jsou primárně směřovány do šesti tzv. prioritních států: Bosny a Hercegoviny, Etiopie, Moldavské republiky, Gruzie, Kambodži a Zambie. Po předchozí konzultaci je možno ad hoc připravit projekty též do dalších rozvojových zemí dle definice OECD, kde to politický a hospodářský kontext umožňuje. Témata musejí odpovídat podstatě programu Aid for Trade a měla by vycházet z potřeb partnerských států, respektive ze strategických dokumentů jejich rozvoje, pokud takové existují.

JAK TO PROBÍHÁ

V první fázi přípravy a při vytipování vhodných projektových námětů

CO JE ZAHRANIČNÍ ROZVOJOVÁ SPOLUPRÁCE

Prostřednictvím zahraniční rozvojové spolupráce vyjadřují vyspělé státy i mezinárodní instituce svoji solidaritu s méně rozvinutými zeměmi v jejich úsilí zejména o hospodářský rozvoj a vyměnění chudoby.



Foto: MPO

spolupracuje MPO s teritoriálně příslušnými zastupitelskými úřady ČR (ZÚ), které je shromažďují. Následně je vždy do 30. září zaslány na MPO se svým stanoviskem a s předpokládanou dobou realizace. Jiné doručení žádostí o projekt není možné.

Je třeba, aby zahraniční partner vyplnil formulář „Development Project Identification Form – Aid for Trade“, dostupný je na webu MPO nebo přímo na ZÚ v prioritních státech (v ostatních teritoriích je třeba věc předem konzultovat), a doručil ho na příslušný ZÚ ČR. O zařazení projektu do programu Aid for Trade může požádat jakákoliv státní instituce, ale i soukromý subjekt za předpokladu podpory či při vědomí příslušné nadřízené vládní či státní instituce.

Na základě formulářů ze ZÚ sestavuje MPO seznam vhodných námětů k realizaci, který konzultuje s MZV. Začátkem následujícího roku pak vyhláší transparentní výběrová řízení na realizátory jednotlivých projektů.

Po jejich výběru a po podpisu Smlouvy o projektu ZRS následuje realizační fáze, která musí být uzavřena do konce listopadu stejného roku. Probíhá většinou formou školení, workshopů, kulatých stolů, vypracováním studií proveditelnosti, analýz atd. Tímto způsobem je zahraničním partnerům předá-

KDYŽ VZNIKAJÍ SYNERGIE

U projektů Aid for Trade se v posledním období daří i vytvářet synergické efekty a propojovat se s aktivitami dalších účastníků české zahraniční rozvojové spolupráce, ale i jiných donorů. Příklady úspěšných projektů:

1. V roce 2017 se podařilo skloubit projekt v Bosně a Hercegovině v oblasti rozvoje zemědělství se zaměřením na produkci ze skleníků (fóliovníků) s již probíhajícím projektem ČRA v tomto sektoru.
2. Rovněž v roce 2017 se uskutečnil projekt v Gruzii, který navazoval a doplňoval se s projektem Green City Action Plan Tbilisi, který realizovala firma Enviroso jako zakázku financovanou EBRD. Předmětem bylo vypracování generálního plánu rozvoje města Tbilisi. Projekt Aid for Trade byl zacílen na oblast městské dopravy se zaměřením na místní lanovou dráhu.

váno požadované české know-how, odborné informace a zkušenosti a další. Závěrečné hodnocení všech v daném roce realizovaných projektů uveřejňuje MPO na svých internetových stránkách.

POPTÁVKA STOUPÁ

Projekty Aid for Trade jsou zatím menšího rozsahu, většinou v hodnotě kolem jednoho milionu Kč s dobou realizace v rámci jednoho kalendářního roku. Perspektivně, v případě podstatnějšího navýšení finančních

prostředků, se uvažuje i o projektech s větším rozpočtem a delším průběhem i s případnou dodávkou např. určitého drobnějšího přístrojového či strojního vybavení.

Poptávka po projektech Aid for Trade ze strany zahraničních partnerů každým rokem stoupá, stejně jako se množí dotazy a zájem z řad českých subjektů o jejich realizaci. Postupně se zvyšuje rovněž objem finančních prostředků – z původních dvou milionů v roce 2008 na deset milionů korun v roce 2019. Partnerské země, tedy žadatele o projekty, hodnotí program Aid for Trade velmi pozitivně a většinou připojují žádost o jeho další pokračování. ✘

Viera Rombaldová

Vedoucí oddělení exportního a vnějšího financování, odbor řízení exportní strategie a služeb, MPO

Vilém Pardubský

Oddělení exportního a vnějšího financování, odbor řízení exportní strategie a služeb, MPO

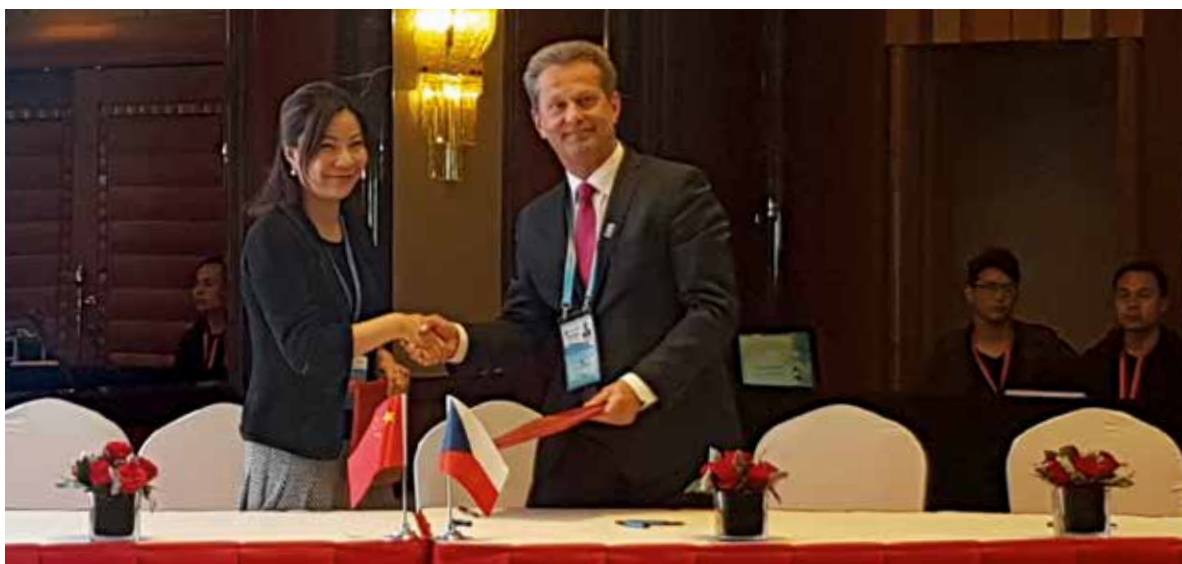
Po dokončení projektu proběhl workshop s prezentací výsledků a následných doporučení.

JAKÉ PROJEKTY SE CHYSTAJÍ LETOS

V roce 2019 se počítá s realizací celkem patnácti projektů v hodnotě cca 10,7 milionu Kč. Cílovými zeměmi budou tradiční prioritní státy ZRS ČR, dále Mongolsko, Srbsko, Filipíny a nově pak Libanon a v jihovýchodní Asii Indonésie a Malajsie.

Podpora bude zaměřena na rozvoj podnikatelského prostředí, malé a střední podniky, dopravní infrastrukturu, digitalizaci, energetiku, kontrolu kvality maziv, podnikání v zemědělství a vodohospodářství.

Foto: CzechTrade



V rámci dubnového jednání české delegace v Číně podepsal generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal memorandum s druhou největší čínskou e-commerce skupinou JD.com, kterou reprezentovala Christine Wong, viceprezidentka společnosti.

Projekt Cross-border e-commerce pomůže při vstupu na čínský trh

Proexportní agentura CzechTrade představuje nový projekt, který funguje na principu cross-border e-commerce (CBEC) a usnadní českým společnostem vstoupit se svými výrobky na perspektivní čínský trh. A to bez jinak nákladných a nezbytných dovozních certifikací.

C BEC platformy umožňují prodej výrobků a zlepšují dosah k zákazníkům dané země. Jsou uzpůsobeny a koncipovány tak, aby na nich své výrobky prezentovaly a prodávaly společnosti z celého světa. Hlavním cílovým zákazníkem jsou příslušníci daného národa v oblasti, kde platforma funguje.

Cílem tohoto exportního projektu je zpřístupnění vybraných spolehlivých e-tržišť pro prodej a propagaci tuzemských výrobků čínské veřejnosti. Jedná se hlavně o Tmall Global, Kaola, Xiaohongshu, JD Worldwide a v Číně s naprosto drtivou převahou nejpoblábnější a nejužívanější

sociální síť WeChat (webové adresy platform viz box).

Základní myšlenkou projektu je zpřístupnění kvalitních českých výrobků zájemcům z řad čínské veřejnosti. V první řadě budou produkty k dispozici a také propagovány na všech výše jmenovaných CBEC platformách, a to ve spolupráci s čínským zprostředkovatelem a realizátorem. E-shop a prezentace budou samozřejmě uzpůsobeny čínským požadavkům a představám tamních zákazníků. Bude zajištěn denní provoz portálů včetně zákaznického servisu v čínském jazyce a samozřejmě i překlad veškerých informací o výrobcích do čínštiny.



Více o projektu
 Cross-border
 e-commerce

PROČ SE INVESTICE VYPLATÍ

Projekt umožňuje společnostem prodávat své výrobky formou, která nevyžaduje jinak nákladnou certifikaci jako při běžném vývozu do Číny. Přitom se jedná o unikátní příležitost získat reálná data o potenciálu a prodeji výrobků na čínském trhu. Dochází tak ke zpřístupnění jednoho z největších trhů na světě, protože prodeje po internetu v Číně představují více než 30 procent z celkových prodejů maloobchodního zboží v Číně.

V neposlední řadě nelze opomenout značnou úsporu nákladů, které by výrobce musel zaplatit, kdyby se snažil na dané platformy proniknout vlastními silami. Náklady na roční provoz na jedné platformě se pohybují v rámci statisíců korun. V tomto projektu činí poplatek pro jednoho

PROPAGACE PRO FIRMY

Pro prodejce budou vytvořeny vhodné marketingové strategie a jejich realizace v průběhu projektu. Firmy bude propagovat také kancelář CzechTrade Peking a zastupitelský úřad ČR v Pekingu.

JAKÉ TYPY PRODUKTŮ MAJÍ NEJVĚTŠÍ ŠANCI USPĚT

- x Obecně:** Výrobky, resp. značky, které nejsou dostupné na čínském trhu (online ani offline). Také velmi kvalitní, originální anebo individualizovaný design, nový materiál (např. z recyklovaného materiálu, použitý materiál, který není pro výrobky právě běžný atp.), spolehlivé a bezpečné výrobky.
- x Potraviny:** Např. snacky, sladkosti, zdravé potraviny, doplňky stravy, vitaminy; dětská strava.
- x Nápoje:** Např. víno, minerální vody, sirupy, energetické nápoje.
- x Šperky**
- x Vybavení domácnosti:** Např. sklo (nápojové, dekorativní), menší nábytek, designové vybavení domácností, domácí spotřebiče.
- x Kosmetika:** Zejména přírodní, bio; zvláště pro dítě, sportovce; dekorativní, péče o pleť.
- x Oděvy a módní doplňky:** Designové kousky, včetně zaměření na děti; outdoor oblečení, sportovní obuv.

účastníka s působením na pěti platformách 90 tisíc korun.

PODMÍNKY ÚČASTI

Pro účast v projektu je nutné uzavřít smlouvu s realizátorem o exkluzivním agentovi na online trhu v Číně po dobu jednoho roku. Dále je nutné dát souhlas s provizí jednotlivých CBEC platform (provize se pohybují v rozmezí od nuly do osmi procent), uhradit účastnický poplatek a v neposlední řadě zajistit dopravu výrobků z ČR do určeného skladu v zahraničí.

VÝBĚR ÚČASTNÍKŮ

Exportéři, kteří se do projektu zapojí, budou vybráni čínským realizátorem ve spolupráci s agenturou CzechTrade, a to výhradně s ohledem na potenciál výrobku na čínském trhu. Ten je svými požadavky relativně specifický a přírozeně budou vybírány produkty s největší šancí na úspěch. **x**

Martina Paříková

Exportní konzultant – senior, CzechTrade

Kateřina Ďurove

Ředitelka zahraniční kanceláře CzechTrade Peking

VYBRANÁ ČÍNSKÁ E-TRŽIŠTĚ

- x Tmall Global:** www.tmall.hk
- x Kaola:** www.kaola.com
- x Xiaohongshu:** www.xiaohongshu.com
- x JD Worldwide:** www.jd.hk
- x Wechat:** www.wechat.com

JSME ODBORNÍKY NA FINANCOVÁNÍ OBCHODŮ DO RUSKA A ZEMÍ SNS

Říká Daniel Krumpolc,
člen představenstva tuzemské Sberbank,
který je zodpovědný za firemní klienty.

Uvádíte, že vaše banka je specialistou na vývoz do Ruska a SNS. V čem je vaše konkurenční výhoda a jak můžete firmám pomoci s exportem do těchto oblastí?

Jsme odborníky na financování obchodů do zemí SNS, ve kterých má Sberbank širokou klientskou základnu. Umíme využít synergii v rámci naší skupiny a díky dominantnímu postavení na rublovém trhu dokážeme zajistit bezkonkurenční podmínky. Například výhodné úročení účtů v rublech, výhodné směny rublu, zajištění devizového kurzu rublu pomocí termínových a opčních kontraktů, rychlé rublové platby, dluhopisy emitentů SNS pro zhodnocení volné likvidity. Sberbank klientům dodává též unikátní expertizu kapitálové, peněžní a devizové situace trhů zemí SNS.

Jaká jsou specifika ruského trhu? Odlišuje se v něčem od jiných trhů a existuje nějaká zvláštnost, která může tuzemské firmy překvapit?

V mnoha sektorech, např. ve strojírenství, se obchody realizují často na základě tradičních a osobních vazeb. Přesto je třeba počítat s velkou konkurencí, především ze strany německých a čínských firem. Místní trh se dá jen obtížně obsluhovat na dálku, proto je nutné mít silnou dceřinou společnost nebo reprezentaci. Nároky na kvalitu se na ruském trhu též postupně zvyšují.

Jaký vidíte potenciál vývozu na východ a kde jsou dosud nevyužitá příležitosti, na které by se měly naše firmy zaměřit?



Daniel Krumpolc,
člen představenstva
tuzemské Sberbank

Země SNS mají stále velký nevyužitý potenciál pro tuzemský export. Vliv má i zlepšující se ruská ekonomika, která zájem o investice zvyšuje. S vybudováním výrobních kapacit pomůže právě kvalitní financování a naše detailní znalost tamního trhu. Tradiční úspěch mělo v Rusku vždy české strojírenství, vyváží se ale i další průmyslové zboží nebo celky, exportéři se rekrutují též z oblastí dopravy, farmacie apod. Příležitosti jsou opravdu široké a tuzemští vývozci mají v Rusku dobrou pověst, a tedy i potenciál.

LENKA KOHOUTOVÁ:

Kvalitní výrobek s nápaditým designem je základ

Návrhářka a zakladatelka mladé české značky Cockerel, které se i díky projektu Design pro konkurenceschopnost agentury CzechTrade podařilo zaujmout na prestižním pařížském veletrhu Maison & Objet, v rozhovoru přibližuje mimo jiné svůj pohled na roli designu v podnikatelském úspěchu.

Značka Cockerel byla založena na podzim roku 2011 jako osobní projekt návrhářky Lenky Kohoutové. Odstartovala expozici v Centru současného umění DOX v Praze, kde prezentovala kolekci pánských a dámských ručně pletených svetrů. Kromě oděvů zahrnuje Cockerel interiérové doplňky, jako jsou polštáře, přehozy, plédy, stínidla, ale také ručně foukané vázy zdobené pletenými potahy s designem potahů sedacího nábytku či stínidel lamp.

Název Cockerel prozrazuje nejen odkaz na kohoutí barevnost a důležitost práce s barvou jako takovou. V překladu znamená rodné jméno autorky a odkazuje na sounáležitost rodinných tradic a na prvorepublikový přístup k řemeslu, který je podstatou malosériové výroby. Značka si rychle získala popularitu, a to nejen v České republice, pro svou odvážnou barevnou nápaditost, zpracování a výběr těch nejkvalitnějších materiálů, především vlny, bavlny a hedvábí.

Značka Cockerel se podařilo zaujmout i na prestižním pařížském veletrhu Maison & Objet. Vyjednávání s veletržní správou o umístění bývá mnohdy velmi náročné a ne vždy

Pokud už musím vyrábět nový produkt, pak se nezbytně zabývám jeho recyklací nebo dalším využitím, říká Lenka Kohoutová, šéfka projektu Cockerel.



Foto: Michal Uřeš

pro vystavovatele napoprvé úspěšné. Přesto Cockerel dokázal získat řadu konkrétních i potenciálních obchodních příležitostí.

› Mají nové české značky ještě vůbec šanci prosadit se v zahraničí? Šanci prosadit se má každý, všichni ale nemáme stejné výchozí podmínky. Cestu k úspěchu tvoří několik aspektů, ke kterým přirozeně patří

správné načasování, dobře zvolený produkt a charakteristika s ním spojená, jako jsou kvalita suroviny a zpracování, dobrá kalkulace cen, původ, výroba, koncept atd. Je také dobré znát svého zákazníka a trh, na který cílíte.

› Jak se povedlo prorazit vám? Pro mě osobně je důležitá i udržitelnost výrobku. Pokud už musím vy-

Podporou designu pomáhá CzechTrade posilovat konkurenceschopnost firem

Design může výrazně zvýšit nejen image značky, ale zejména přidanou hodnotu produktu. Ten se tak stává konkurenceschopnějším a rostou i jeho prodejní šance.

Designér Petr Novagve tvrdí, že tržní úspěchy zaznamenala většina jeho klientů. Mezi úspěšnými projekty, které se pyší designem studia Novagve, naleznete zubní kartáčky Spokar X, výrobky společnosti Saltek, která se specializuje na přepětovou ochranu, nebo kola Favorit. „Design v principu umožňuje výrobcům říci si o větší marže, a tím zvýšit také zisk. Designér může poskytnout nový úhel pohledu, který je ovlivněn stovkami jednání s výrobcem. Manažeři českých firem si však stále neuvědomují důležitost a dopad designu, který jim pomůže změnit celkovou strukturu podniku,“ říká Petr Novagve.

I proto agentura CzechTrade propojuje od roku 2008 designéry s českými podniky, a zlepšuje tak jejich šance v zahraničí. Zaměřuje se zejména na menší firmy a designéry, kteří sídlí v regionech s nízkou dostupností nebo



Foto: Michal Uřeš

Značka Cockerel prozrazuje nejen odkaz na kohoutí barevnost a důležitost práce s barvou jako takovou, ale odkazuje i na sounáležitost rodinných tradic a na prvorepublikový přístup k řemeslu.

postrádají potřebnou zkušenost, a poskytuje jim odbornou pomoc v oblasti designu a jeho propagace v zahraničí. V rámci projektu Design pro konkurenceschopnost CzechTrade nabízí malým a středním podnikům 50procentní finanční podporu na zvýhodněné designérské služby a na účast na vybraných zahraničních veletrzích nebo výstavách. CzechTrade je rovněž dlouholetým partnerem ocenění Czech Grand Design, které zejména prostřednictvím kategorie Výrobce roku – cena

Design pro export odráží úsilí o propagaci efektivního využívání designu jako nástroje konkurenceschopnosti, zejména na globálních trzích.

Projekt Design pro konkurenceschopnost, který funguje od roku 2016, počítá s podporou až dvou stovek individuálních projektů malých a středních firem. Financován je z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost – programu podpory Marketing. Hlavním cílem je zvýšit mezinárodní

konkurenceschopnost malých a středních podniků prostřednictvím zvýhodněných designérských služeb a individuální prezentace designu na prestižních zahraničních výstavách a veletrzích. Do konce roku 2019 mají firmy možnost požádat o podporu na úhradu 50 procent nákladů za účast na zahraničních veletrzích a také na spolupráci s partnerem z Adresáře designérů CzechTrade. x

Marcela Havlová
Vedoucí PR a komunikace, CzechTrade

rábět nový produkt, pak se nezbytně zabývám jeho recyklací nebo dalším využitím, volím například biologicky rozložitelné a udržitelné vlákno. Je na každém z nás, zda si o dodavateli zjistíme, kde a jak vyrábí, za jakých podmínek, koho zaměstnává, jak nakládá s odpadem a zda dodržuje environmentální požadavky spojené s textilní výrobou. Pokud je to jen trochu možné, využívám lokální výrobu.

► Proč jste se rozhodla právě pro veletrh Maison & Objet Paris?

Potřebovala jsem posílit prodej v Evropě i v zámoří. Pařížský Maison & Objet je v současnosti považován za jeden z nejvýznamnějších veletrhů v oblasti designu ve světovém měřítku. Měla jsem možnost ho několikrát navštívit ještě předtím, než značka Cockerel vznikla, takže jsem jeho prostředí již znala. Vzhledem k tomu, že Cockerel není výlučně módní

značka, ale zabývá se také interiérovými doplňky, padla volba právě na tuto akci. Veletrh má vysokou návštěvnost, sjíždějí se tam nakupčí z celého světa, a navíc to od nás není daleko. To se zdálo být pro začínající firmu jako ideální kombinace. Že je veletrh na seznamu podporovaných akcí projektu Design pro konkurenceschopnost, bylo příjemné zjištění a velká pomoc.

► Prozradíte nám nějaký zajímavý a úspěšný exportní případ z pařížské výstavy?

Každý nový odběratel je úspěchem, ať už je malý, velký, zdaleka, či zblízka – o každého se musíte starat stejně dobře. Jak se říká, je mnohem jednodušší udržet si stálého klienta než sehnat nového, proto je jen na vás, jak jim vyjdete vstříc. Snad jedna kuriozita, nikdy bych neřekla, že budeme dodávat vlněné svetry na Floridu!

Jak se říká, je mnohem jednodušší udržet si stálého klienta než sehnat nového, proto je jen na vás, jak jim vyjdete vstříc.

► Myslíte si, že kvalitní design může zvyšovat přidanou hodnotu výrobků, a přidávat tak firmám na zisku?

Každá doba má svá specifika, dnes je třeba módní říkat, že dobrý design je ten s příběhem. Bohužel se stává, že příběh je mnohdy lepší než samotný výrobek. Nicméně pokud se ptáte mě jako designéra, výrobce i exportéra v jedné osobě, tak kvalitní výrobek s nápaditým designem považuji za základ. Kvalitní výrobek ale sám o sobě zdaleka nestačí. x

Zuzana Sedmerová
Vedoucí manažerka projektu „Design pro konkurenceschopnost“, CzechTrade

Veletrhy v zahraničí se státní podporou

9. - 13. 7. CT

FILDA 2019 – CT NOVUMM

Luanda, Angola

Veletrh má všeobecné zaměření a zastoupené jsou sektory energetika a životní prostředí, zemědělství, potravinářství, strojírenství, těžební průmysl, zdravotnictví či textilní průmysl.

Kontakt: Michaela Řezníčková,
 michaela.reznickova@czechtrade.cz,
 tel. 224 907 524

27. 8. - 1. 9. MPO

MAKS

Moskva, Rusko

MAKS poskytuje kompletní přehled o ruském letectví a kosmickém programu s inovacemi včetně nových technologií z uvedených oborů. V roce 2017, kdy se tato akce konala naposledy, se jej zúčastnilo téměř půl milionu návštěvníků, z toho 66 tisíc odborníků.

Kontakt: Lenka Koucká,
 koucka@mpo.cz

4. - 6. 9. CT

KazBuild–Aquatherm 2019

Almaty, Kazachstán

Specializovaná výstava zaměřená na stavebnictví představí novinky ve vytápění, ventilaci, klimatizaci, sanitární techniku, bazény, ale také zpracování vody, včetně čističek odpadních vod.

Kontakt: Markéta Šebelová,
 marketa.sebelova@czechtrade.cz,
 tel. 724 966 518

10. - 13. 9. MPO

Power Industry

Katovice, Polsko

Veletrh je organizován každé dva roky v hlavním těžebním městě Polska, v Katovicích. Zaměřuje se na strojírenské technologie související s těžářským průmyslem a hutní výrobou, ale i na energetiku. Budou zde i společnosti nabízející

finanční služby související s uvedenými obory. 400 vystavovatelů z téměř dvacítky zemí by mělo oslovit 20 tisíc odborníků a obchodníků.

Kontakt: Lenka Koucká,
 koucka@mpo.cz

30. 10. - 3. 11. CT

Indagra Food 2019

Bukurešť, Rumunsko

Paralelně probíhající potravinářský a zemědělský veletrh jsou nejsilnější odbornou akcí s mezinárodní účastí v oblasti rumunského potravinářského a zemědělského průmyslu.

Kontakt: Jana Trnková,
 jana.trnkova@czechtrade.cz,
 tel. 702 213 099

4. - 8. 11. CT

Mondial du Batiment – CT NOVUMM KET

Paříž, Francie

Batimat 2019 je významný multioborový mezinárodní veletrh v oblasti stavebnictví. V průběhu veletrhu probíhají souběžně akce: Batimat, Interclima + Elec a Ideobain, což zvyšuje množství návštěvníků a potenciálních obchodních partnerů.

Kontakt: Eva Novotná,
 eva.novotna@czechtrade.cz,
 tel. 224 907 512

12. - 14. 11. MPO

Power Gen Europe

Paříž, Francie

Tzv. evropský týden energetiky je výstavou a konferencí pro vše, co je spojeno s výrobou a distribucí elektrické energie. Cílem je přilákat účastníky největších a nejvlivnějších dodavatelů elektřiny, veřejných služeb, vlády a poskytovatelů řešení z oboru energetiky. Pro letošní rok je avizováno více než 800 vystavovatelů ze stovky zemí a očekáváno je 18 tisíc návštěvníků.

Kontakt: Věra Fousková,
 fouskovav@mpo.cz

Exportní vzdělávání CzechTrade

23. 5. PRAHA

Aktuální exportní příležitosti v Rumunsku a Bulharsku

Navštivte seminář zaměřený na rumunský a bulharský trh. Dozvíte se základní ekonomické údaje, doporučené kroky při vstupu na tamní trhy, oborové exportní příležitosti, očekávání a rizika, právní a daňové aspekty atd.

Cena: zdarma

6. 6. PRAHA

Obchodování s Německem a Rakouskem

Jaká je aktuální situace v Německu a Rakousku a v jakých oborech prorazíte na tamních trzích? Využijte příležitosti setkat se s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade. Prozradí vám praktické tipy pro obchodování, jak si najít obchodní partnery a jak se prosadit na sousedních trzích.

Cena: zdarma

16. 6. PRAHA

Logistika do vzdálených teritorií lodí, letadlem či vlakem – tipy, triky a návody pro exportéry

Na tomto odborném semináři si projdete všechny články přepravního řetězce mezi Dálným východem, Amerikou, Austrálií, Novým Zélandem, Indií a Českou republikou. Chybět nebudou ani případové studie a praktické ukázky.

Cena: zdarma

18. 6. ZLÍN

Jak prorazit na zajímavé trhy Latinské Ameriky

Zaměřeno na aktuální exportní příležitosti a perspektivní obory v Peru, Ekvádoru, Kolumbii, Chile, Mexiku, Brazílii, Argentině, Střední Americe a Karibiku. Dozvíte se tipy, jak vstoupit na trhy, možná rizika, oborové příležitosti, jak hledat obchodní partnery, účast na veletrzích a dalších akcích. Součástí jsou i individuální konzultace.

Cena: zdarma

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

CT

Agentura CzechTrade organizuje české účasti na mezinárodních veletrzích – přehled viz



CzechTrade zajistí firmám společnou expozici a podpoří zvýšení zájmu o české vystavovatele ze strany zahraničních obchodních partnerů. Malé a střední firmy mohou na svou prezentaci čerpat finanční dotaci v rámci projektů NOVUMM a NOVUMM KET.

MPO

MPO pořádá české oficiální účasti na veletrzích v zahraničí – přehled viz



ČESKÁ BANKA PRO ČESKÝ EXPORT

- Státní specializovaná bankovní instituce, součást systému státní podpory exportu a ekonomické diplomacie.
- Financuje český export, pomáhá budovat povědomí o České republice v zahraničí, posiluje konkurenceschopnost českých firem.
- Zaměřuje se na teritoria s velkým potenciálem, na těžko dostupné, ale rychle rostoucí trhy. Napomáhá diversifikaci českého exportu.
- Umožňuje financování exportu všech typů výrobků, služeb a technologických celků. Poskytuje českým firmám know-how o zahraničních trzích.
- Individuálně přistupuje k potřebám exportérů a nabízí široké portfolio finančních produktů. Dokáže vyhovět potřebám malých firem.
- Pomáhá českým firmám od roku 1995.

PRODUKTY

PŘEDEXPORTNÍ ÚVĚR

- Předexportní úvěr na vývoj
- Úvěr na financování výroby pro export

TRADE FINANCE

- Odkup pohledávek s regresem
- Odkup pohledávek bez regresu s pojištěním
- Bankovní záruky
- Dokumentární platby

DODAVATELSKÝ/ODBĚRATELSKÝ ÚVĚR

- Vývozní dodavatelský úvěr
- Vývozní odběratelský úvěr

ÚVĚR NA INVESTICE

- Úvěr na investice v zahraničí
- Vývozní odběratelský úvěr

Spolupráce s předními českými designéry nám
umožnila prosadit se na vietnamském trhu.
Hana Velátová, VAVEX

ČESKÉ DESIGNOVÉ TAPETY

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*. Projekt Design pro konkurenceschopnost efektivně propojuje designéry s výrobními podniky s cílem posílit hodnotu a podpořit konkurenční výhody jejich výrobků.

- Individuální služba designéra
- Adresář designérů
- Propagace na zahraničním veletrhu