



## Zgodbe izvoznikov

### Col d'Orcia

**Italijansko vino doživlja velik uspeh na japonskem trgu**

Col d'Orcia je italijanska vinska klet v Toskani. Na 140-hektarskem vinogradnem posestvu se vino prideluje od leta 1890.

Col d'Orcia, ki je najbolj znana po vinu Brunello di Montalcino, vino izvaža po celem svetu že 45 let, pri čemer s pridom uporablja koristi trgovinskih sporazumov EU.



Odkar so bile s trgovinskim sporazumom med EU in Južno Korejo odpravljene južnokorejske carinske dajatve za vino, se je izvoz Col d'Orcia v to državo povečal na več kot 1 500 steklenic letno.

Na Japonsko izvaža od 90. let 20. stoletja. Glavni izziv, s katerim se spoprijema, so tarife in kulturne razlike glede potrošnje žlahtnih vin. Od trgovinskega sporazuma med EU in Japonsko pričakuje, da bo pripomogel h krepitvi prisotnosti blagovne znamke na japonskem trgu in k povečanju prodaje na isti način, kot je sporazum z Južno Korejo pripomogel k prodaji v Južni Koreji.

*„Japonska je že dolga leta pomemben svetovni trg za Brunello di Montalcino in vina Col d'Orcia, ki so se v zadnjih letih razvijala hkrati z italijansko živilsko industrijo.“*

**Francesco Marone Cinzano**

Predsednik, Col d'Orcia

[www.coldorcia.com](http://www.coldorcia.com)

### Masaltos

**Špansko podjetje za izdelavo čevljev želi pustiti večjo sled na Japonskem**

Špansko podjetje za izdelavo čevljev Masaltos iz Seville skoraj dve tretjini prihodkov zasluži s prodajo v čezmorske države, od tega 4 % s prodajo na Japonsko.

Masaltos je zadovoljen s trgovinskim sporazumom med EU in Japonsko, saj bo z nižjimi izvoznimi stroški podjetje lahko postalo bolj konkurenčno in povečalo prodajo na enem od najkonkurenčnejših trgov.

*„Prodaja ročno izdelanih čevljev na Japonskem je izziv zaradi jezika, običajev, trženja in načina prodaje – celo dizajn čevlja je drugačen.“*

*Z vidika mednarodne trgovine so glavni izziv stroški. Izvažamo v približno 90 držav in Japonska je eden od trgov z najvišjimi tarifami.*

*To lahko spremenimo, saj je naš izdelek luksuzni čevlji, namenjen strankam z visoko kupno močjo, vendar prodaja vsega blaga na tem trgu ne more uspeti, če se taki visoki izvozni stroški s končno ceno prenesejo na potrošnika.“*



**Antonio Fagundo**

Izvršni direktor, Masaltos

<https://www.masaltos.com/en/>



### **Infineon Technologies Austria**

*Inovativne tehnološke rešitve za Japonsko, izdelane v Avstriji*

Podjetje za mikroelektroniko Infineon Austria s sedežem v Beljaku v Avstriji je vodilno podjetje v državi.

Trije globalni megatrendi v moderni družbi so energijska učinkovitost, mobilnost in varnost. Hkrati so to tudi glavni izzivi, s katerimi se Infineon srečuje pri svojih polprevodniških in sistemskih rešitvah.

Strokovno znanje podjetja Infineon Austria srečamo v številnih vsakdanjih aplikacijah – v avtomobilih, pametnih telefonih, industrijski elektroniki, plačilnih karticah in osebnih izkaznicah.

Od leta 2013 do leta 2016 so se njegovi prihodki povečali s 377 milijonov evrov na 982 milijonov evrov. Lansko leto je njegovo poslovanje na Japonskem predstavljalo 6 % skupnega prihodka.

*„Pravična prosta trgovina, ki jo zagotavlja trgovinski sporazum med EU in Japonsko, ohranja in ustvarja delovna mesta in hkrati krepi domače gospodarstvo. Japonska je za Kitajsko drugi največji trgovinski partner EU v Aziji, zato je ključnega pomena, da so rastoči trgi odprti za naša podjetja in da oblikujemo kar najboljše pogoje za izvoz in trgovino.“*

*Sporazum bo tudi pocenil izdelke za potrošnike in nam pomagal, da bomo globalno konkurenčni, zlasti na področju mikroelektronike.*

*Drugi pomemben dejavnik iz sporazuma bo uskladitev in odpravljanje trgovinskih ovir na področjih, kot so standardi, varnostni predpisi in javna naročila.“*



**Sabine Herlitschka**

Izvršna direktorica, Infineon Technologies Austria AG

<https://www.infineon.com/cms/austria/en/>

### **Manufaktura Bolesławiec**

*Poljski izdelovalec izdelkov iz lončenine ima pogled usmerjen na japonski trg*

Izdelovalec izdelkov iz lončenine Manufaktura iz mesta Bolesławiec v Spodnji Šleziji je imel pred nekaj leti zaposlenih le 10 ljudi. Ko je EU podpisala trgovinski sporazum z Južno Korejo, je prodaja v to državo strmo narasla in se povečala.



Zaradi povečanega povpraševanja iz Južne Koreje je podjetje hitro zraslo in povečalo število zaposlenih z 10 na 213.

Več kot petina zaposlenih pri Manufakturi dela samo na lončenini, namenjeni za Južno Korejo.

*„Nestrpno pričakujemo trgovinski sporazum z Japonsko.“*

*Že zdaj izvažamo tja, vendar je trg težaven zaradi visokih dajatev in izvajanja številnih preverjanj. Na*





*Japonskem se celo za barvne kombinacije zahteva certificiranje.*

*Japonci želijo kupovati izdelke Manufakture in prepričan sem, da bo Sporazum o gospodarskem partnerstvu med EU in Japonsko povečal našo prodajo, tako kot jo je sporazum z Južno Korejo.“*



### **Paweł Zwierz**

Izvršni direktor, Manufaktura

<http://polish-pottery.com.pl/>

## **Kellerei Katlenburger**

***Nemška sadna vina na zmagovalnem pohodu v deželi vzhajajočega sonca***

Proizvajalec sadnih vin Kellerei Katlenburger izvaža 10 % svoje proizvodnje v 17 držav po celem svetu, vključno na Japonsko. Družba, ki je bila ustanovljena leta 1925 na Spodnjem Saškem v Nemčiji, je začela s proizvodnjo penečega jabolčnega vina. Od takrat je proizvodnjo razširila na vina iz hrušk, češenj, ribeza in borovnic.

Danes 90 zaposlenih pri Katlenburgerju proizvede 24 milijonov steklenic vina na leto, zaradi česar je podjetje tudi največji proizvajalec sadnih vin v Evropi.



Japonski potrošniki so še posebno navdušeni nad vinom Multi Vita Vino, ki je sestavljeno iz desetih različnih sadežev. Katlenburger je leta 2016 na Japonsko izvozil 750 000 steklenic sadnega vina, kar je polovica od tistega, kar je tam prodal pred petimi leti. Katlenburger navaja, da nepoštena konkurenca in vedno bolj cenovno občutljiv trg otežujeta izvoz na Japonsko.

Japonske dajatve na Katlenburgerjeve izdelke znašajo približno 33 evrocentov na liter. Zato bi Katlenburger imel koristi od znižanja tarif, kot so predvidene v Sporazumu o gospodarskem partnerstvu med EU in Japonsko.



*„Od izvoza so odvisna zlasti mala podjetja, ker je domači trg vedno zahtevnejši in na njem prevladujejo večja podjetja z obsežnimi proračuni za oglaševanje.“*

### **Klaus Demuth**

Izvršni direktor, Katlenburger Kellerei GmbH & co. KG

<https://katlenburger.de/en/home/>



## Herno

### Začetek japonske ljubezenske zgodbe z italijanskimi plašči in suknjiči

Družinsko podjetje Herno iz mesta Lesa v Novari v severni Italiji proizvaja visokokakovostne plašče in suknjiče. Podjetje, ki zaposluje 170 oseb, združuje slog in visoko kakovost z okoljsko trajnostno proizvodnjo.



Leta 2016 so prihodki od prodaje dosegli 76 milijonov evrov, kar je predstavljalo 10-odstotni porast od predhodnega leta. Izvoz je predstavljal več kot 60 % skupnega prihodka podjetja.

Herno je na Japonskem že dobro uveljavljen. Svojo prvo trgovino na Japonskem je odprl leta 1971 v Osaki. Leta 2017 namera odpreti drugo glavno trgovino v visokocenovni tokijski četrti Ginza. Japonski trg predstavlja več kot 15 % prodaje.



Izvoz italijanskih oblek na Japonsko je zgodba o uspehu. Leta 2016 je znašal 1 milijardo evrov, kar pomeni 7-odstotni porast od predhodnega leta. Japonska je četrti največji izvozni trg industrije zunaj Evrope.

Japonski potrošniki cenijo italijanski slog in visoko kakovost, ki je rezultat naložb v raziskave in razvoj italijanskih proizvajalcev.

Vendar so ovire za izvoz še vedno prisotne.

Japonske tarife za oblačila znašajo do 10 %. Poleg tega Japonska namesto mednarodnih oznak za vzdrževanje uporablja svoje standarde zanje.

Izdelava različnih oznak za vzdrževanje za japonski trg pomeni dodatne stroške za evropske izvoznike.

Herno upa, da bo novi trgovinski sporazum razrešil obe vprašanji. Takoj z začetkom veljave se bodo odpravile carine in Japonska bo svoj sistem oznak uskladila z mednarodnimi standardi. S tem se bodo zmanjšali stroški evropskih izvoznikov, ki bodo zato lahko postali konkurenčnejši.

Koristi pa ne bodo imela samo oblačilna podjetja, kot je Herno, in njihovi zaposleni. Več izvoza bo pomenilo, da bodo svoj kos potice lahko odrezala tudi podjetja, ki podjetju Herno zagotavljajo storitve, od logistike do računovodstva.



*„Novi sporazum med EU in Japonsko je koristen za podjetja, kot je Herno. Z nižjimi carinskimi tarifami in poenostavljenimi standardi bomo lahko sprostil svoj čas, vire in denar in jih nato bolj produktivno izrabili. Ustvaril bo okolje, v katerem lahko konkurenčni in inovativni akter, kot je Herno, uspeva in še več izvažata.“*

### Claudio Morenzi

Izvršni direktor, Herno S.p.A.

<http://www.herno.it/index.php/en/menu>