



## Stāsta eksportētāji

### **Col d'Orcia**

#### **Itālijas vīndaris vēlas radīt iespaidu Japānas tirgū**

Col d'Orcia ir vīna darītava Toskānā. 140 hektārus lielajā vīnsaimniecībā vīns tiek ražots kopš 1890. gada.

Vīna darītava, kura lepojas ar *Brunello di Montalcino* vīnu, vīna eksportu visā pasaulē sāka pirms 45 gadiem un izmanto ES tirdzniecības nolīgumu priekšrocības.



Tā kā saskaņā ar ES un Dienvidkorejas tirdzniecības nolīgumu Dienvidkoreja ir atcēlusi muitas nodokļus vīnam, Col d'Orcia eksporta apjoms uz šo valsti ir pieaudzis, sasniedzot vairāk nekā 1500 pudeles gadā.

Uz Japānu uzņēmums eksportē kopš pagājušā gadsimta deviņdesmitajiem gadiem. Galvenā problēma, ar ko tas saskaras, ir muitas tarifi un kultūras atšķirības attiecībā uz augstas kvalitātes vīna lietošanu. Vīna darītava cer, ka ES tirdzniecības nolīgums ar Japānu palīdzēs nostiprināt tās zīmola klātbūtni Japānas tirgū un palielinās tirdzniecības apjomu partnervalstī tāpat, kā tas notika ES un Dienvidkorejas nolīguma gadījumā.

*“Brunello di Montalcino un [citiem] Col d'Orcia vīniem Japāna jau daudzus gadus ir svarīgs tirgus visas pasaules mērogā, kas gadu gaitā ir audzis kopā ar Itālijas pārtikas ražošanas nozari.”*

**Francesco Marone Cinzano,**

Col d'Orcia priekšsēdētājs

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

### **Masaltos**

#### **Spānijas apavu ražošanas uzņēmums grib spert lielāku soli Japānā**

Spānijas apavu ražošanas uzņēmums *Masaltos*, kas atrodas Seviljā, gandrīz divas trešdaļas savu ienākumu gūst no tirdzniecības ārvalstīs, 4 % no tiem tiek gūti no eksporta uz Japānu.

ES un Japānas tirdzniecības nolīgums uzņēmumam *Masaltos* ir svarīgs, jo eksporta izmaksu samazināšana ļaus tam kļūt konkurētspējīgākam un palielināt pārdošanas apjomu vienā no tā konkurētspējīgākajiem tirgiem.

*“Iespēja pārdot ar rokām gatavotus apavus Japānā ir izaicinājums: valoda, paražas, tirgvedība un izplatīšana — atšķiras pat apavu dizains.”*

*Attiecībā uz starptautisko tirdzniecību lielākais izaicinājums ir izmaksas. Mēs eksportējam uz aptuveni 90 valstīm, un Japāna ir viens no tirgiem ar vislielākajiem tarifiem.*

*Mums to izdodas kompensēt, jo mūsu produkcija ir luksusa apavi, kas paredzēti klientiem ar lielāku pirktspēju, taču ne visām precēm izdodas rast savu vietu tirgū, ja uzņēmumam šīs lielās eksporta izmaksas ir jāpārceļ gala cenā, ko klients sedz no sava maciņa.”*

## ES UN JAPĀNAS



**Antonio Fagundo,**

Masaltos rīkotājdirektors

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

### ***Infineon Technologies Austria***

***Inovatīvi tehniskie risinājumi Japānai, kas izstrādāti Austrijā***

Mikroelektronikas uzņēmums *Infineon Austria*, kura galvenā mītne atrodas Vīlahā Karintijas federālajā zemē, ir viens no vadošajiem Austrijas uzņēmumiem.

Energoefektivitāte, mobilitāte un drošība ir trīs globālas tendences mūsdienu sabiedrībā. Tie ir arī galvenie izaicinājumi, ko *Infineon* risina ar savu pusvadītāju un sistēmu risinājumu palīdzību.

Automašīnas, viedtālruni, rūpnieciskā elektronika, debetkartes un personas apliecības — *Infineon Austria* zinātība atrodama daudzās ikdienas lietotnēs.



No 2013. gada līdz 2016. gadam *Infineon* apgrozījums palielinājās no € 377 miljoniem līdz € 982 miljoniem eiro. Pagājušajā gadā tā darījumdarbība Japānā veidoja 6 % no kopējiem ienākumiem.

*“Brīva un godīga tirdzniecība, kā to paredz ES un Japānas tirdzniecības nolīgums, nodrošina un rada darba vietas, stiprinot iekšzemes ekonomiku. Japāna ir otrā lielākā ES tirdzniecības partnere Āzijā (aiz Ķīnas), un līdz ar to ir būtiski, lai mūsu uzņēmumiem būtu pieejami augošie tirgi un lai mēs izveidotu vislabākos nosacījumus eksportam un tirdzniecībai.*

*Nolīguma rezultātā ražojumi patērētājiem kļūtu lētāki. Turklāt tas palīdz mums konkurēt globālā mērogā arī mikroelektronikas jomā.*

*Vēl viens svarīgs punkts nolīgumā būs saskaņošana un tirdzniecības šķēršļu likvidēšana tādās jomās kā standarti, drošības noteikumi un publiskais iepirkums.”*



**Sabine Herlitschka,**

*Infineon Technologies Austria AG* valdes priekšsēdētāja

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

### ***Manufaktura Bolestawiec***

***Polijas keramikas ražotājs raugās uz Japānas tirgu***



Lejassilēzijas Boleslavecas pilsētā esošā keramikas uzņēmuma *Manufaktura* algu sarakstā pirms vairākiem gadiem bija tikai 10 darbinieki. Taču pēc ES un Dienvidkorejas tirdzniecības nolīguma parakstīšanas uzņēmuma tirdzniecības apjomi uz šo valsti strauji palielinājās, kas veicināja tā reālu izaugsmi.



Uzņēmums auga vēja ātrumā, arvien lielākā Dienvidkorejas pieprasījuma rezultātā palielinot savu darbinieku skaitu no 10 līdz 213. Vairāk nekā piektā daļa *Manufaktura* darbinieku strādā tikai ar keramiku, kas paredzēta Dienvidkorejai.

*“Mēs nepacietīgi gaidām tirdzniecības nolīgumu ar Japānu.*

*Jau eksportējam uz šo valsti, taču tās tirgus ir sarežģīts, jo pastāv augsti muitas nodokļi un ir jāveic daudzas pārbaudes. Japānā ir jāsertificē pat krāsu kombinācijas.*

*Japāņi ir ieinteresēti pirkt Manufaktura izstrādājumus, un es esmu pārliecināts, ka ES un Japānas ekonomisko partnerattiecību nolīguma rezultātā pieaugs mūsu pārdošanas apjoms tāpat, kā tas notika ar Dienvidkoreju.”*



**Paweł Zwierz,**  
*Manufaktura* valdes priekšsēdētājs  
<http://polish-pottery.com.pl/>

## **Katlenburger vīna darītava**

### ***Vācijas augļu vīns ir veiksmes stāsts uzlecošās saules zemē***

Augļu vīna ražotājs *Katlenburger Winery* eksportē 10 % no savas produkcijas uz 17 valstīm visā pasaulē, citstarp arī uz Japānu.

Uzņēmums, kas ir dibināts 1925. gadā Lejassaksijā (Vācija), savu darbu sāka, ražojot dzirkstošo ābolu vīnu. Kopš tā laika tā produkcija ir kļuvusi daudzveidīgāka, un uzņēmums nu ražo vīnu no bumbieriem, ķiršiem, upenēm un mellenēm.

Patlaban Katlenburgas uzņēmums nodarbina 90 darbiniekus, saražojot 24 miljonus pudeļu vīna gadā, un līdz ar to ir lielākais augļu vīna ražotājs Eiropā.





Japānas patērētāji jo īpaši ir iecienījuši *Multi Vita Vino* — vīnu, kas ir ražots no 10 dažādu veidu augļiem. 2016. gadā *Katlenburger* uz Japānu vien eksportēja 750 000 pudeles augļu vīna, kas ir puse no tā tirdzniecības apjoma pirms pieciem gadiem. Uzņēmums uzskata, ka Japānas tirgus ir kļuvis grūtāk pieejams saistībā ar negodīgu konkurenci un cenu ziņā arvien jutīgāko tirgu.

Japānas muitas nodoklis *Katlenburger* produkcijai ir 33 centi par vienu litru. Tāpēc *Katlenburger* gūtu labumu no tarifu samazināšanas, ko paredz ES un Japānas ekonomisko partnerattiecību nolīgums.



*“Mazie uzņēmumi ir jo īpaši atkarīgi no eksporta, jo iekšējais tirgus kļūst arvien grūtāk pieejams un tajos dominē lielāki uzņēmumi, kuriem ir liels reklāmas budžets.”*

**Klaus Demuth,**  
*Katlenburger Kellerei GmbH & co. KG* valdes priekšsēdētājs

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

## **Herno**

### ***Japāņu kaislība uz itāļu mēteļiem un žaketēm***

Ģimenes uzņēmums *Herno* ražo augstas kvalitātes mēteļus un žaketes savā uzņēmumā, kas atrodas Novaras provinces Lezas komūnā Itālijas ziemeļu daļā. Nodarbinot 170 darbiniekus, tas apvieno eleganci un kvalitāti ar videi draudzīgu ražošanu.



2016. gadā tā ienākumi no tirdzniecības bija € 76 miljoni, kas bija par 10 % vairāk nekā 2015. gadā. Eksports veido vairāk nekā 60 % no uzņēmuma kopējiem ienākumiem.

*Herno* jau ir veiksmīgi nostiprinājies Japānā. Pirmo veikalu tas atvēra 1971. gadā Osakā. 2017. gadā tas plāno atvērt otro lielo veikalu Tokijas Ginzas luksusa rajonā. Japānas tirgus veido vairāk nekā 15 % no *Herno* pārdošanas apjoma.



Itāļu uzņēmumu drēbju eksports uz Japānu ir veiksmes stāsts. 2016. gadā to ienākumi bija € 1 miljards, kas bija par 7 % vairāk nekā

## ES UN JAPĀNAS



2015. gadā. Japāna ir ceturtais lielākais nozares eksporta tirgus ārpus Eiropas.

Japānas patērētāji augstu vērtē itāļu stilu un kvalitāti, kuras pamatā ir Itālijas ražotāju ieguldījumi pētniecībā un attīstībā.

Taču šķēršļi eksportam joprojām pastāv. Japānas muitas tarifi apgērbam sasniedz gandrīz 10 %. Bez tam apģērbu kopšanas marķējumā Japāna starptautisko standartu vietā piemēro savus standartus. Atšķirīgu marķējumu ražošana Japānas tirgum rada papildu izdevumus Eiropas eksportētājiem.

*Herno* cer, ka jaunais ES un Japānas nolīgums palīdzēs risināt problēmas abās jomās. Tas pilnībā atcels Japānas muitas tarifus jau pirmajā dienā, un Japāna ir piekritusi savu marķējuma sistēmu pielāgot starptautiskajiem standartiem. Tādējādi ES eksportētāju izdevumi kļūs mazāki, padarot tos konkurētspējīgākus.

No tā labumu gūs ne tikai tādi apģērbu ražošanas uzņēmumi kā *Herno* un tā darbinieki. Lielāks *Herno* eksporta apjoms nozīmēs arī lielākus peļņas ieguvumus uzņēmumiem, kas *Herno* sniedz pakalpojumus, sākot no loģistikas līdz grāmatvedībai.

*“Jaunais ES un Japānas ekonomisko partnerattiecību nolīgums nozīmē iepriecinošus jaunumus tādiem uzņēmumiem kā Herno. Muitas tarifu samazināšana un standartu vienkāršošana ļaus mums ietaupīt laiku, resursus un līdzekļus, un tos varēs ieguldīt daudz produktīvāk. Turklāt tas viss radīs vidi, kurā tāds konkurētspējīgs un inovatīvs uzņēmums kā Herno varēs augt un eksportēt vēl vairāk.”*

**Claudio Morenzi,**

*Herno S.p.A.* valdes priekšsēdētājs

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

