



### Iskustva izvoznika

#### Col d'Orcia

##### *Talijansko vino spremno za osvajanje japanskog tržišta*

Col d'Orcia talijanska je vinarija smještena u Toskani, na čijih se 140 hektara vino proizvodi od 1890.

Najpoznatija je po vinu Brunello di Montalcino, a svoje proizvode zahvaljujući trgovinskim sporazumima EU-a izvozi po cijelom svijetu već 45 godina.



Nakon što su trgovinskim sporazumom između EU-a i Južne Koreje ukinute južnokorejske pristojbe na vino, izvoz vina iz vinarije Col d'Orcia u tu zemlju porastao je na više od 1500 boca godišnje.

Od 90-tih godina prošlog stoljeća Col d'Orcia svoja vina izvozi u Japan. Najveće prepreke s kojima se suočava su carine i kulturološke razlike povezane s konzumacijom finih vina. Od trgovinskog sporazuma s Japanom u vinariji Col d'Orcia očekuje se jačanje prisutnosti njihove trgovačke marke na japanskom tržištu i povećanje prodaje na isti način kao što se to dogodilo s Južnom Korejom nakon sporazuma s tom zemljom.

„Japan je već dugo važno svjetsko tržište za Brunello di Montalcino i ostala vina iz naše vinarije, koja su se razvijala tijekom godina zajedno s talijanskom prehrambenom industrijom.”

**Francesco Marone Cinzano**

Predsjednik, Col d'Orcia

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

#### Masaltos

##### *Španjolski proizvođač obuće želi veći udio u Japanu*

Gotovo dvije trećine prihoda španjolskog proizvođača obuće Masaltos sa sjedištem u Sevilli čini prodaja u inozemstvu, a od toga na japansko tržište otpada 4 %.

Masaltos željno iščekuje trgovinski sporazum između EU-a i Japana jer će zahvaljujući smanjenju troškova izvoza poduzeće postati konkurentnije i povećati prodaju na jednom od najkonkurentnijih svjetskih tržišta.

„Prodaja ručno izrađene obuće u Japanu pravi je izazov. Različiti su jezik, običaji, oglašavanje i način prodaje pa čak i sam dizajn obuće.

Glavni izazov u međunarodnoj prodaji jesu troškovi. Izvozimo u gotovo 90 zemalja, a carine na japanskom tržištu među najvišima su na svijetu.

Nama to ne predstavlja nerješivi problem jer su naši proizvodi luksuzni i namijenjeni klijentima s visokom kupovnom moći. Međutim, na japanskom tržištu ne mogu opstati svi proizvodi ako kupci u konačnoj cijeni moraju snositi tako visoke troškove izvoza.”

# EU-A I JAPANNA



**Antonio Fagundo**

Glavni direktor, Masaltos

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

## Infineon Technologies Austria

### *Inovativna tehnološka rješenja iz Austrije namijenjena Japanu*

Poduzeće Infineon Austria sa sjedištem u Villachu u Koruškoj bavi se mikroelektronikom i jedno je od vodećih poduzeća u toj zemlji.

Energetska učinkovitost, mobilnost i sigurnost tri su velika svjetska trenda u modernom društvu i glavni izazovi koje Infineon pokušava riješiti proizvodnjom poluvodiča i sistemskih rješenja.

Znanje iz poduzeća Infineon Austria u svakodnevnoj je primjeni u automobilima, pametnim telefonima, industrijskoj elektronici, debitnim karticama i osobnim dokumentima.



U razdoblju od 2013. do 2016. promet Infineona porastao je s 377 milijuna EUR na 982 milijuna EUR,

a prošle godine poslovanje u Japanu donijelo je 6 % ukupnih prihoda.

„Trgovinskim sporazumom između EU-a i Japana jamči se poštena slobodna trgovina kojom se jača domaće gospodarstvo i na taj način stvaraju nova i čuvaju postojeća radna mjesta. Japan je drugi najveći trgovinski partner EU-a u Aziji nakon Kine. Za nas je, dakle, ključna otvorenost rastućih tržišta našim poduzećima i stvaranje najboljih mogućih uvjeta za izvoz i trgovinu.

Zahvaljujući sporazumu trebala bi pasti i cijena proizvoda za potrošače, a naše poduzeće lakše će konkurirati na globalnoj razini, među ostalim u području mikroelektronike.

Još jedan važan element sporazuma bit će usklađivanje i uklanjanje prepreka trgovini u područjima kao što su norme, sigurnosni propisi i javna nabava.”



**Sabine Herlitschka**

Izvršna direktorica, Infineon Technologies Austria AG

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



## Manufaktura Bolesławiec

### *Poljski proizvođač keramičkih proizvoda zainteresiran za japansko tržište*

Prije nekoliko godina proizvođač keramičkih proizvoda Manufaktura u gradu Bolesławiec u Donjošleskom vojvodstvu imao je samo 10 zaposlenika. Nakon potpisivanja trgovinskog sporazuma između EU-a i Južne Koreje izvoz proizvoda Manufakture u tu zemlju naglo je porastao i poduzeće je dobilo pravi poticaj.



Manufaktura je naglo napredovala i zbog rastuće potražnje iz Južne Koreje broj zaposlenika narastao je sa 10 na 213.

Više od petine njezinih zaposlenika proizvodi isključivo keramičke proizvode za Južnu Koreju.

„Nestrpljivo iščekujemo trgovinski sporazum s Japanom.

Već izvozimo u tu zemlju, ali riječ je o teškom tržištu jer su pristojbe visoke i potrebni su brojni testovi. U Japanu se čak i za kombinaciju boja mora posjedovati certifikat.

Japanci su vrlo zainteresirani za naše proizvode i siguran sam da će zahvaljujući sporazumu o gospodarskom partnerstvu između EU-a i Japana naša prodaja porasti kao nakon sklapanja sporazuma s Južnom Korejom.”



**Paweł Zwierz**

Izvršni direktor, Manufaktura

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

## Vinarija Katlenburger

### *Njemačko vino postiglo uspjeh u zemlji izlazećeg sunca*

Proizvođač voćnog vina Katlenburger izvozi 10 % svoje proizvodnje u 17 zemalja širom svijeta, a među njima je i Japan.

Osnovana 1925. u Donjoj Saskoj u Njemačkoj vinarija je u početku proizvodila pjenušavo vino od jabuke. U međuvremenu je proširila svoju ponudu na vina od kruške, višnje, ribiza i borovnice.

Danas Katlenburger zapošljava 90 radnika koji proizvode 24 milijuna boca vina godišnje, što ga čini najvećim proizvođačem voćnog vina u Europi.





Japanski kupci osobito vole Multi Vita Vino proizvedeno od deset različitih vrsta voća. Katlenburger je 2016. u Japan izveo 750 000 boca voćnog vina, što je dvostruko manje nego prije pet godina. U poduzeću navode da je izvoz u Japan otežan zbog nepoštenog tržišnog natjecanja i sve veće cjenovne osjetljivosti tržišta.

Japanske pristojbe na proizvode vinarije Katlenburger iznose približno 33 centa po litri. Stoga bi Katlenburger imao koristi od smanjenja carina predviđenog Sporazumom o gospodarskom partnerstvu između EU-a i Japana.



„Mala poduzeća osobito ovise o izvozu jer prodaja na domaćem tržištu postaje sve teža, a njime dominiraju veća poduzeća s velikim proračunima za oglašavanje.”

## Klaus Demuth

Izvršni direktor, Katlenburger Kellerei GmbH & co. KG

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

## Herno

***Japanska ljubav prema talijanskim kaputima i jaknama ima dobre izgled za uspjeh***

Obiteljsko poduzeće Herno iz Lese u pokrajini Novara u Italiji proizvodi visokokvalitetne kapute i jakne. To poduzeće, koje zapošljava 170 radnika,

povezuje stil i visoku kvalitetu s ekološki održivim proizvodnim metodama.



U 2016. poduzeće je zaradilo 76 milijuna EUR, što je 10 % više u odnosu na 2015., a 60 % njegova ukupnog prihoda čini izvoz.

Herno je već dobro poznat u Japanu, a prvu trgovinu otvorio je 1971. u Osaki. U 2017. predviđeno je otvaranje druge velike trgovine u ekskluzivnom tokijskom okrugu Ginza. Više od 15 % proizvoda tog poduzeća prodaje se na japanskom tržištu.



Izvoz talijanske odjeće u Japan priča je o uspjehu. U 2016. iznosio je 1 milijardu EUR, što je 7 % više u odnosu na 2015. Japan je četvrto najveće izvozno tržište tog sektora izvan Europe.

Japanski potrošači cijene talijanski stil i visoku kvalitetu koja je posljedica ulaganja talijanskih proizvođača u istraživanje i razvoj. Međutim, prepreke izvozu i dalje postoje. Japanske carine na odjeću iznose do 10 %, a Japan umjesto međunarodnih normi u pogledu uputa za održavanje ima vlastite. Proizvodnja različitih uputa

# EU-A I JAPANA



za japansko tržište europskim izvoznicima uzrokuje dodatne troškove.

Herno se nada da će se sporazumom između EU-a i Japana pridonijeti rješavanju spomenutih problema. Njegovim stupanjem na snagu odmah će se ukinuti sve japanske carine, a Japan je pristao uskladiti svoj sustav uputa za održavanje s međunarodnim normama. Na taj će se način smanjiti troškovi europskih izvoznika, koji će postati konkurentniji.

Od toga koristi neće imati samo proizvođači odjeće poput Herna i njegovi zaposlenici, nego će povećanje izvoza koristiti i poduzećima koja Hernu pružaju usluge, od logističkih do računovodstvenih.



„Novi Sporazum o gospodarskom partnerstvu između EU-a i Japana dobra je vijest za poduzeća poput Herna. Ukidanje carina i pojednostavnjenje normi pomoći će nam da uštedimo vrijeme, resurse i novac koje ćemo moći bolje uložiti. Osim toga sporazumom će se stvoriti okruženje u kojem će konkurentno i inovativno poduzeće poput našeg dalje napredovati i još više izvoziti.”

## **Claudio Morenzi**

Izvršni direktor, Herno S.p.A.

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