



Viejien kertomuksia

Col d'Orcia

Italialainen viini haluaa rantautua tukevammin Japanin markkinoille

Col d'Orcia on Italian Toscanassa sijaitseva viinitila. Tällä 140-hehtaarisella tilalla on valmistettu viiniä vuodesta 1890 alkaen, ja sen kuuluisin tuote on Brunello di Montalcino.

Col d'Orcia on käyttänyt hyväkseen EU:n kauppasopimusten tarjoamia mahdollisuuksia ja vienyt viinejä ympäri maailmaa jo 45 vuoden ajan.



Esim. Etelä-korean kanssa solmitun kauppasopimuksen myötä Etelä-Korea poisti kaikki tuontiviineiltä kantamansa tullit. Col d'Orcia onkin pystynyt kasvattamaan vientiään Etelä-Koreaan yli 1 500 pulloon vuodessa ja toivoo nyt samaa kehitystä Japanissa.

Col d'Orcia on harjoittanut vientiä Japaniin 1990-luvulta alkaen. Suurimpina ongelmia ovat tullit ja hienojen viinien kulutukseen liittyvät kulttuurierot. Tilalla uskotaan nyt, että Japanin kanssa tehdyn kauppasopimuksen ansiosta se voi lisätä tunnettuuttaan Japanin markkinoilla.

"Japani on jo kauan ollut tärkeä vientikohde viineillemme. Kiinnostus koko Italian elintarviketuotantoa kohtaan on vain kasvanut viime vuosina."

Francesco Marone Cinzano

Johtaja, Col d'Orcia
www.coldorcia.com

Masaltos

Espanjalainen kenkävalmistaja haluaa enemmän jalansijaa Japanissa

Sevillassa kenkiä valmistava Masaltos saa lähes kaksi kolmasosaa tuloistaan ulkomaan myynnistä. Japanin osuus tästä kaupasta on 4 %.

Masaltos odottaa innolla EU:n ja Japanin kauppasopimusta, koska vientikustannusten leikkaaminen parantaisi yrityksen kilpailukykyä ja lisäisi myyntiä kaikkein kilpailluimmilla markkinoilla.

"Käsin tehtyjen kenkien myyminen Japanissa ei ole helppoa, sillä yhteisen kielen puuttuminen ja erilaiset käytännöt sekä markkinointi- ja myyntitavat asettavat haasteita. Jopa jalkineiden ulkoasu on Japanissa erilainen."

Kansainvälisessä kaupassa suurimpana haasteena ovat kustannukset. Viemme kenkiämme noin 90 maahan. Japanin kantamat tullit ovat korkeimpien joukossa."

Tilanteemme on kuitenkin hyvä, sillä kenkämme ovat yleisyystuotteita, joiden asiakaskunnalla on suuri ostovoima. Kaikki tuotteet eivät voi kuitenkaan menestyä, jos korkeat vientikustannukset on lisättävä kuluttajien maksamaan lopulliseen hintaan."



Antonio Fagundo

Toimitusjohtaja, Masalto
<https://www.masaltos.com/en/>



Infineon Technologies Austria

Itävaltalaisyritys vie innovatiivista huipputekniikkaa Japaniin

Ala-Itävallan osavaltiossa sijaitsevassa Villachin kaupungissa päämajaansa pitävä Infineon Technologies Austria on yksi maan johtavista yrityksistä.

Energiätehokkuus, liikkuvuus ja turvallisuus ovat nykyaikaisen yhteiskuntamme globaalit megatrendit. Nämä ovat myös Infineonin suurimmat haasteet, joihin se pyrkii vastaamaan valmistamallaan puolijohteilla ja järjestelmäratkaisulla.

Yrityksen taitotietoa on käytetty hyväksi useissa arkipäivän sovelluksissa, kuten autoissa, älypuhelimissa, teollisuuselektronikassa, pankkikorteissa ja henkilökorteissa.

Normien, turvallisuusmääräysten ja julkisten hankintojen yhdenmukaistaminen ja niihin liittyvien kaupan esteiden poistaminen ovat toinen merkittävä ongelma, johon kauppasopimus tarjoaa ratkaisun."



Sabine Herlitschka

Toimitusjohtaja, Infineon Technologies Austria AG
<https://www.infineon.com/cms/austria/en/>



Infineonin liikevaihto kasvoi 377 miljoonasta eurosta 982 miljoonaan euroon vuosina 2013–2016. Viime vuonna Japanin kaupan osuus oli 6 % sen kokonaistuloista.

"EU:n vapaakauppasopimukset turvaavat työpaikat ja luovat uusia työpaikkoja, koska ne lujittavat kotimaan taloutta. Japani on Kiinan jälkeen Aasian toiseksi suurin EU:n kauppakumppani. Siksi on välttämätöntä, että nämä kasvavat markkinat ovat avoinna yrityksillemme ja että viennillemme ja kaupankäynnilleemme tarjotaan mahdollisimman suotuisat edellytykset.

Sopimuksen ansiosta asiakkaat voivat hankkia tuotteitamme edullisemmin, mikä parantaa kilpailukykyämme esim. mikroelektronikan maailmanmarkkinoilla.

Manufaktura Bolesławiec

Puolalainen keramiikkayritys tähtää Japanin markkinoille

Muutama vuosi sitten Ala-Sleesiassa Bolesławiecin kaupungissa sijaitseva keramiikkayritys Manufaktura työllisti vain 10 henkeä. Sen jälkeen, kun EU teki kauppasopimuksen Etelä-Korean kanssa, yrityksen myynti Etelä-Koreassa lisääntyi rajusti.



Yritys onkin kasvanut tämän jälkeen salamannopeasti ja työllistää tällä hetkellä 213 henkilöä.

Yli viidesosa Manufakturan henkilökunnasta työskentelee Etelä-Korean markkinoille tarkoitetun keramiikan parissa.

EU JA JAPANI



TALOUSKUMPPANUUSSOPIMUS

"Odotamme innolla Japanin kanssa tehtävää sopimusta.

Tuotteitamme viedään sinne jo nyt, mutta Japanin markkinat ovat hankalat, koska tullit ovat korkeat ja markkinoillepääsy edellyttää lukuisten testien tekemistä. Japanissa jopa eri väriyhdistelmät on sertifioitava.

Japanilaiset ovat erittäin kiinnostuneita hankkimaan Manufakturan tuotteita. Olen varma, että EU:n ja Japanin talouskumppanuussopimuksella on sama kauppaa lisäävä vaikutus kuin Etelä-Korean kanssa tehdyllä sopimuksella."



Paweł Zwierz

Toimitusjohtaja, Manufaktura
<http://polish-pottery.com.pl/>

Katlenburger Winery

Saksan hedelmäviinit menestys nousevan auringon maassa

Hedelmäviinejä valmistava Katlenburger Winery vie 10 % tuotannostaan ulkomaille, kuten Japaniin.

Yritys perustettiin Ala-Saksissa vuonna 1925, jolloin se keskittyi kuohuvan omenaviinin valmistukseen. Yritys on kuitenkin vuosien mittaan monipuolistanut tuotantoaan päärynä-, kirsikka-, herukka- ja mustikkaviineihin.

Tällä hetkellä yrityksen 90 työntekijää tuottaa 24 miljoonaa viinipulloa vuodessa, mikä tekee siitä Euroopan suurimman hedelmäviinien valmistajan.



Japanilaisten suosikki on erityisesti Multi Vita Vino, joka valmistetaan 10 eri hedelmästä. Vuonna 2016 Katlenberger vei Japaniin 750 000 pulloa, mikä oli vain puolet sinne viittä vuotta aiemmin viedystä määrästä. Katlenbergerin mukaan epäreilu kilpailu ja yhä lisääntyvä hintaherkkyys vaikeuttavat vientiä Japaniin.

Katlenbergerin tuotteista kannettavat tullit ovat noin 33 senttiä litralta. Näin ollen EU:n ja Japanin kauppakumppanuussopimuksessa suunnitellut tullialennukset olisivat suuri helpotus Katlenbergerille.



"Varsinkin pienet yritykset ovat riippuvaisia viennistä, koska kotimaan markkinoilla jylläävät suuryritykset, joilla on käytössään runsaasti rahaa mainontaan."

Klaus Demuth

Toimitusjohtaja, Katlenburger Kellerei GmbH & co. KG
<https://katlenburger.de/en/home/>



Herno

Japanilaisten kukoistava rakkaus italialaisia takkeja kohtaan

Herno on Lesan kunnassa Pohjois-Italian Novaran maakunnassa sijaitseva 170 henkilöä työllistävä perheyrittys, joka valmistaa korkealaatuisia takkeja. Se harjoittaa ympäristön kannalta kestävästä tuotantoa, jossa yhdistyvät tyylikkyys ja korkea laatu.



Vuonna 2016 sen myynnin arvo oli 76 miljoonaa euroa, mikä oli 10 % enemmän kuin edellisellä vuonna. Viennin osuus yrityksen kokonaistuloista on yli 60 %.

Herno on jo saanut vankan jalansijan Japanissa, sillä se avasi ensimmäisen liikkeensä Osakassa vuonna 1971. Tänä vuonna se aikoo avata toisen lippulaivamyymälän Tokion hienostuneessa Gizan kaupunginosassa. Japanin markkinoiden osuus Hernon myynnistä on 15 %.



Italialaiset vaatteet ovat suuri menestystarina Japanissa. Vuonna 2016 italialaisten vaatteiden myynnin arvo oli miljardi euroa, mikä oli 7 % enemmän kuin vuonna 2015. Japani on neljänneksi suurin vientikohde Euroopan ulkopuolella.

Japanilaiset kuluttajat arvostavat italialaista tyyliä sekä vaatteiden korkeaa laatua, joka on seurausta tutkimus- ja kehitystoimintaan tehdyistä investoinneista. Viennille on kuitenkin esteitä, sillä Japani kantaa vaatteista jopa 10 prosentin tullit. Lisäksi Japanissa käytetään omia hoito-ohjelmakintöjä kansainvälisten merkintöjen sijaan. Erilaisten merkintöjen lisääminen Japaniin vietäviin vaatteisiin aiheuttaa lisäkustannuksia eurooppalaisille viejille.

Herno toivoi, että tämä ongelma poistuu uuden kauppasopimuksen myötä. Sopimus poistaa vaatteista kannettavat tullit heti ensimmäisestä voimassaolopäivästä alkaen. Japani on myös suostunut yhdenmukaistamaan merkintäjärjestelmänsä kansainvälisten normien kanssa. Tämä alentaa viejien kustannuksia EU:ssa ja parantaa niiden kilpailukykyä.

Hyödyt eivät kuitenkaan kohdistu pelkästään Hernolle ja sen työntekijöille, sillä viennin lisääntyminen tarkoittaa lisää töitä myös yrityksille, jotka tarjoavat Hernolle logistiikka- ja kirjanpito palvelujen kaltaisia palveluja.



"EU:n ja Japanin uusi talouskumppanuussopimus on erinomainen uutinen meille ja kaltaisillemme yrityksille. Tullien poistumisen ja normien yksinkertaistamisen ansiosta voimme investoida aikaamme, resurssijamme ja rahaamme tuottavammalla tavalla. Sopimus luo toimintaympäristön, jossa Hernon kaltainen kilpailukykyinen ja innovatiivinen yritys voi kukoistaa ja kasvattaa vientiään entisestään."

Claudio Morenzi

Toimitusjohtaja, Herno S.p.A.

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