



Eksportuotojų istorijos

„Col d’Orcia“

Kylanti itališko vyno populiarumo banga Japonijos rinkoje

„Col d’Orcia“ yra Toskanoje įsikūręs Italijos vyno gamintojas. 140 hektarų vynuogynų ūkyje vynas gaminamas nuo 1890 m.

„Col d’Orcia“, labiausiai garsėjanti savo vynu „Brunello di Montalcino“, jau 45 metus eksportuoja vyną į visas pasaulio šalis, naudodamasi ES prekybos susitarimais.



Nuo tada, kai ES ir Pietų Korėjos prekybos susitarimu Pietų Korėjoje buvo panaikinti vyno muitai, „Col d’Orcia“ eksportas į šią šalį perkopė 1 500 butelių per metus ribą.

Į Japoniją šis gamintojas eksportuoja nuo praėjusio amžiaus 10-ojo dešimtmečio. Eksportą labiausiai apsunkina muitų tarifai ir kultūrų skirtumai, susiję su prabangių vynu vartojimu. Gamintojas tikisi, kad ES prekybos susitarimas su Japonija padės sustiprinti jo prekių ženklą Japonijos rinkoje ir padidinti prekybą taip, kaip Pietų Korėjoje, kai buvo sudarytas ES ir Pietų Korėjos susitarimas.

„Jau daugelį metų Japonija yra svarbi pasaulio rinka, į kurią eksportuojamas „Brunello di Montalcino“ ir kiti „Col d’Orcia“ vynai, kurių gamyba, metams bėgant, auga kartu su visa Italijos maisto pramone.“

Francesco Marone Cinzano

„Col d’Orcia“ prezidentas

www.coldorcia.com

„Masaltos“

Ispanijos batų gamybos įmonė siekia palikti ryškesnį pėdsaką Japonijoje

Sevilijoje įsikūrusi Ispanijos batų gamybos įmonė „Masaltos“ beveik du trečdalius savo pajamų gauna parduodama prekes užjūrio rinkose, iš kurių 4 proc. tenka Japonijai.

„Masaltos“ palankiai vertina ES ir Japonijos prekybos susitarimą, nes sumažėjusio eksporto išlaidos padės šiai įmonei tapti konkurencingesnei ir parduoti daugiau prekių šioje rinkoje, kurioje konkurencija yra viena didžiausių.

„Parduoti rankų darbo batus Japonijoje yra sunku – skiriasi kalba, papročiai, rinkodara, pardavimo būdai, net ir avalynės dizainas yra kitoks.“

Vykdamt tarptautinę prekybą kebliausias dalykas yra sąnaudos. Eksportuojame į maždaug 90 valstybių, o Japonija – viena iš tų rinkų, kuriose muitų tarifai didžiausi.

Galime įveikti šią kliūtį, nes mūsų produktai yra prabangūs batai, skirti didelę perkamąją galią turintiems klientams. Tačiau toje rinkoje ne visos prekės gali sėkmingai konkuruoti, jeigu tokias dideles eksporto išlaidas, įskaičiuotas į galutinę kainą, tenka apmokėti vartotojams.“



Antonio Fagundo

„Masaltos“ valdantis direktorius

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

„Infineon Technologies Austria“

Novatoriški technologiniai sprendimai Japonijai kuriami Austrijoje

Austrijos Karintijos žemės Filacho mieste pagrindinę buveinę turinti mikroelektronikos įmonė „Infineon Austria“ yra viena iš šios šalies verslo lyderių.

Energijos vartojimo efektyvumo, judumo ir saugumo didinimas yra trys ryškiausios šiuolaikinės pasaulio visuomenės tendencijos. Tai taip pat yra pagrindiniai uždaviniai, kuriuos „Infineon“ siekia spręsti kurdamas puslaidininkų įrangą ir sistemas.

„Infineon Austria“ technologinės naujovės įdiegtos daugelyje kasdienių prietaisų: automobiliuose, išmaniuosiuose telefonuose, pramonės elektroninėse sistemose, debetinėse kortelėse ir tapatybės kortelėse.



„Infineon“ apyvarta padidėjo nuo 377 mln. EUR 2013 m. iki 982 mln. EUR. 2016 m. Jos verslo pajamos Japonijoje praėjusiais metais sudarė 6 proc. visų pajamų.

„Tokia laisva ir sąžininga prekyba, kokiai sudaromos sąlygos ES ir Japonijos prekybos susitarimu, stiprindama šalies ekonomiką, padeda išsaugoti ir kurti darbo vietas. Japonija yra antra po Kinijos didžiausia ES prekybos partnerė Azijoje, todėl nepaprastai svarbu, kad augančios rinkos būtų atviros mūsų įmonėms ir kad sudarytume kuo geresnes sąlygas eksportui ir prekybai.

Susitarimas mums leistų sumažinti vartotojams siūlomų produktų kainas. Be to, jis mums padės konkuruoti pasauliniu mastu, taip pat ir mikroelektronikos srityje.

Kitas svarbus veiksnys bus tai, kad šiuo susitarimu bus suderintos nuostatos ir pašalintos kliūtys prekybai, susijusios, pavyzdžiui, su standartais, saugos taisyklėmis ir viešaisiais pirkimais.“





Sabine Herlitschka

„Infineon Technologies Austria AG“ generalinė direktorė

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

„Manufaktura Bolesławiec“

Lenkijos keramikos dirbinių gamintojo akirtyje – Japonijos rinka

Žemutinės Silezijos Boleslaveco miestelyje įsikūręs keramikos dirbinių gamintojas „Manufaktura“ prieš keletą metų samdė tik 10 darbuotojų. Tačiau po to, kai ES pasirašė prekybos susitarimą su Pietų Korėja, ši įmonė joje ėmė parduoti kur kas daugiau prekių ir jos verslas suklestėjo.



Įmonė augo žaibišku greičiu – reaguojant į didėjančią paklausą Pietų Korėjoje, darbuotojų skaičius joje padidintas nuo 10 iki 213.

Daugiau kaip penktadalis „Manufaktura“ darbuotojų gamina tik Pietų Korėjai skirtus keramikos dirbinius.

„Nekantriai laukiame prekybos susitarimo su Japonija.

Mes į ją jau eksportuojame, tačiau į jos rinką patekti sunku, nes muitai yra dideli ir reikia atlikti daugybę patikrinimų. Japonijoje net spalvų deriniai yra sertifikuojami.

Japonai noriai perka „Manufaktura“ gaminius, todėl tikiu, kad sudarius ES ir Japonijos ekonominės

partnerystės susitarimą mūsų parduodamų prekių kiekiai didės, kaip ir po susitarimo su Pietų Korėja.“



Paweł Zwierz

„Manufaktura“ generalinis direktorius

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

Vyno gamintojas „Katlenburger Kellerei“

Vokietijos vaisių vynų gamintojas – lyderis Tekančios Saulės šalyje

Vokietijos vaisių vynų gamintojas „Katlenburger Kellerei“ 10 proc. savo produkcijos eksportuoja į 17 šalių visame pasaulyje, tarp jų ir į Japoniją.

Ši 1925 m. Žemutinėje Saksonijoje (Vokietija) įsteigta įmonė iš pradžių gamino putojantį obuolių vyną. Vėliau ji pajvairino savo asortimentą ir pradėjo gaminti vynus iš kriaušių, vyšnių, serbentų ir šilauogių.

Šiuo metu „Katlenburger“ samdo 90 darbuotojų ir per metus pagamina 24 milijonus vyno butelių, taigi yra didžiausia vaisių vyno gamintoja Europoje.



EKONOMINĖS PARTNERYSTĖS SUSITARIMAS



Japonijos vartotojai ypač mėgsta vyną „Multi Vita Vino“, kuris gaminamas iš 10 skirtingų rūšių vaisių. 2016 m. „Katlenberger“ į Japoniją eksportavo 750 000 vaisių vyno butelių – perpus mažiau nei prieš penkerius metus. „Katlenberger“ teigia, kad dėl nesąžiningos konkurencijos ir didėjančio rinkos jautrumo kainoms eksportuoti į Japoniją tapo sunkiau.

„Katlenberger“ produktams Japonijoje taikomi muitai siekia apie 33 euro centus už litrą gėrimo. Taigi, „Katlenberger“ būtų naudinga, jei tarifai būtų sumažinti, kaip planuojama pagal ES ir Japonijos ekonominės partnerystės susitarimą.



„Mažosios įmonės yra itin priklausomos nuo eksporto, nes konkuruoti vidaus rinkoje vis sunkiau, joje dominuoja didesnės įmonės, galinčios skirti daug lėšų reklamai.“

Klaus Demuth

„Katlenberger Kellerei GmbH & co. KG“ generalinis direktorius

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

„Herno“

Didėjantis japonų susižavėjimas itališkais paltais ir švarkais

Šiaurės Italijoje, Novaros provincijos Lezoso gyvenvietėje įsikūrusi šeimai priklausanti įmonė „Herno“ gamina aukštos kokybės paltus ir švarkus. Ji samdo 170 darbuotojų. Jos produktai pasižymi ne tik puikiu stiliumi ir kokybe, bet ir ekologiškai tvaria gamyba.



2016 m. jos prekybos pajamos pasiekė 76 mln. EUR – 10 proc. daugiau negu 2015 m. Eksporto pajamos sudarė daugiau kaip 60 proc. visų įmonės pajamų.

„Herno“ yra gerai įsitvirtinusi Japonijos rinkoje. Pirmą parduotuvę Japonijoje ji atidarė Osakoje 1971 m. 2017 m. ji planuoja atidaryti antrą pagrindinę parduotuvę prabangiam Ginzos rajone Tokijuje. Japonijos rinkoje „Herno“ parduoda daugiau kaip 15 proc. savo prekių.



Itališki drabužiai labai sėkmingai eksportuojami į Japoniją. 2016 m. jų eksporto vertė buvo 1 mlrd. EUR – 7 proc. daugiau negu 2015 m. Japonija yra ketvirta pagal dydį šios pramonės eksporto rinka už Europos ribų.

Japonijos vartotojai labai vertina itališką stilių ir aukštą kokybę, kurią Italijos gamintojai pasiekia investuodami į mokslinius tyrimus ir technologinę plėtrą.

Nepaisant to, tebėra kliūčių eksportuoti į šią šalį. Japonijos muitų tarifai drabužiams siekia iki 10 proc. Be to, Japonija gaminių priežiūros ženklavimui taiko ne tarptautinius, o savus standartus. Reikalavimas gaminti kitokias etiketes Japonijos rinkai Europos eksportuotojams kainuoja papildomai.

„Herno“ tikisi, kad naujasis ES ir Japonijos prekybos susitarimas padės įveikti abi problemas. Iškart bus visiškai panaikinti Japonijos muitų tarifai, be to, Japonija sutiko suderinti savo ženklavimo etiketėmis sistemą su tarptautiniais standartais. Taip sumažės ES eksportuotojų išlaidos ir jie taps konkurencingesni.

Tai bus naudinga ne tik drabužių pramonės įmonėms, tokioms kaip „Herno“, ir jų darbuotojams. Kadangi bus daugiau eksportuojama, daugiau pajamų gaus ir įmonės, teikiančios „Herno“ įvairias paslaugas, pradedant logistika ir baigiant apskaita.

„Naujojo ES ir Japonijos ekonominės partnerystės susitarimo sudarymas yra gera žinia tokioms įmonėms kaip „Herno“. Kai bus sumažinti muitų tarifai ir supaprastinti standartai, turėsime daugiau laiko, išteklių ir lėšų, kuriuos galėsime produktyviau investuoti. Be to, bus sudarytos palankios sąlygos, kad tokia konkurencinga ir novatoriška rinkos dalyvė kaip „Herno“ galėtų klestėti ir dar daugiau eksportuoti.“

Claudio Morenzi

„Herno S.p.A.“ generalinis direktorius

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