



### Износителите разказват

#### Кол д'Орсия

*Японският пазар е жаден за италианско вино*

Тосканската винарна „Кол д'Орсия“ има 140 хектара лозя и произвежда вино от 1890 г.

Най-известният ѝ продукт е „Брунело ди Монталчино“. Изнася вина в цял свят от 45 години, като използва търговските споразумения на ЕС.



След премахването на митата по търговското споразумение между ЕС и Южна Корея износът на „Кол д'Орсия“ за южнокорейския пазар достига над 1500 бутилки годишно.

Винарната изнася за Япония от 1990 г. Предизвикателство са най-вече митата и културните различия при консумацията на вино. Очакванията ѝ? Търговското споразумение с Япония да ѝ помогне да затвърди присъствието си на японския пазар и да увеличи продажбите, както става след споразумението с Южна Корея.

*Япония от години е важен пазар за „Брунело ди Монталчино“ и нашите вина. Производството ни расте в крак с развитието на италианската хранително-вкусова промишленост.*

#### Франческо Мароне Чинцано

Председател, Col d'Orcia

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

#### Масалтос

*Искаме да стъпим все по-уверено в Япония, признава испански производител на обувки*

Близо две трети от приходите на севилската обувна фирма „Масалтос“ са от продажби в чужбина, като делът на Япония е 4 %.

Фирмата с нетърпение очаква търговското споразумение между ЕС и Япония. По-малките разходи за износ ще повишат конкурентоспособността ѝ и ще спомогнат за увеличаване на продажбите на един от най-конкурентните ѝ пазари.

*Не е лесно да се продават ръчно изработени обувки в Япония. Всичко е различно — езикът, обичаите, маркетингът, стилът на продажба, дори дизайнът на самите обувки.*

*Основният проблем при международната търговия са разходите. Изнасяме почти в 90 държави, но митата в Япония са страшно високи. Справяме се, защото продаваме луксозен продукт на платежоспособни клиенти, но не всички стоки имат бъдеще на пазара, ако големите разходи за износ в крайна сметка се прехвърлят на потребителя.*



#### Антонио Фагундо

Изпълнителен директор, Masaltos

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



### Инфинеон Текнолоджис

#### **Австрия предлага на Япония новаторски технологични решения**

„Инфинеон“ е една от водещите фирми за микроелектроника в страната. Седалището ѝ е във Вилах, в австрийската провинция Каринтия.

Полупроводниците и системните ѝ решения са в областта на енергийната ефективност, мобилността и сигурността — три от най-мощните глобални тенденции в съвременното общество.

С ноу-хау на фирмата работят много приложения, които използваме всеки ден — в коли, смартфони, промишлена електроника, дебитни и лични карти.



За периода 2013 — 2016 г. оборотът на фирмата се е увеличил от 377 милиона евро на 982 милиона евро. Миналата година 6 % от общите ѝ приходи са от дейности в Япония.

*Търговското споразумение между ЕС и Япония осигурява справедлива и свободна търговия. Това укрепва местната икономика, която е в състояние да запазва и разкрива работни места. Япония е вторият най-голям търговски партньор на ЕС в Азия след Китай, затова е важно тези големи пазари да се отворят за нас и да създадем възможно най-изгодни условия за износ и търговия.*

*Благодарение на споразумението продуктите ще поевтинят и за потребителите. То ще засили*

*позициите ни на световната сцена, включително при конкуренцията в микроелектрониката.*

*Друг важен аспект от споразумението е свързан с хармонизацията и с премахването на пречките пред търговията в някои области, като стандартите, нормите за безопасност и обществените поръчки.*



#### **Сабине Херличка**

Главен изпълнителен директор,  
Infineon Technologies Austria AG

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

### Мануфактура от Болеславец

#### **Пробив за полската керамика на японския пазар**

Преди няколко години в предприятието за керамика „Мануфактура“ в полския град Болеславец работят едва десетина души. След търговското споразумение на ЕС с Южна Корея обаче продажбите на южнокорейския пазар надминават всички очаквания и фирмата светкавично се разраства.







Търсенето е толкова голямо, че персоналът вече е 213 души. Над 20 % от тях произвеждат само керамика за Южна Корея.

*С нетърпение чакаме търговското споразумение с Япония. Вече изнасяме там, но не е лесно да се пробие на този пазар — митата са високи и трябва да се правят много изпитвания. В Япония се иска сертификат дори за съчетанието на цветовете!*

*Японските клиенти определено искат да купуват изделията ни. Сигурен съм, че със Споразумението за икономическо партньорство между ЕС и Япония продажбите ни ще се увеличат, както стана с Южна Корея.*



**Павел Звез**

Главен изпълнителен директор, Manufaktura  
<http://polish-pottery.com.pl/>

## Изба „Катленбургер“

**Немските плодови вина — хит в Страната на изгряващото слънце**

„Катленбургер“ изнася 10 % от плодите си вина в 17 държави от целия свят, включително в Япония. Избата е създадена през 1925 г. в Долна Саксония и първият ѝ продукт е пенливо ябълково вино. Оттогава асортиментът се е обогатил и вече се

предлагат вина от круши, череша, френско грозде и боровинки. Днес във фирмата работят 90 души, които произвеждат 24 милиона бутилки годишно. „Катленбургер“ е най-големият производител на плодови вина в Европа.



Японските потребители особено харесват виното „Мултивита“ — букет от десет плодове. През 2016 г. фирмата е изнесла в Япония 750 000 бутилки плодово вино — половината от обема на продажбите преди пет години. Според „Катленбургер“ износът за Япония става все по-труден заради нелоялна конкуренция и заради все по-чувствителния пазар, който остро реагира на промени в цените.

Митото за продуктите на „Катленбургер“ в Япония е приблизително 33 евроцента за литър. Фирмата определено ще спечели от предвиденото намаляване на митата в Споразумението за икономическо партньорство между ЕС и Япония.



*Малкият бизнес особено зависи от износа, тъй като на вътрешния пазар става все по-трудно.*



*Все по-силно се усеща господството на големите фирми с огромни рекламни бюджети.*

### **Клаус Демут**

Главен изпълнителен директор,  
Katlenburger Kellerei GmbH & co. KG

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



## **Херно**

*Връхни дрехи от Италия покоряват сърцата на японските потребители*

Семейната фирма „Херно“ има 170 работници и произвежда висококачествени палта и якета в Леза, в северноиталианската провинция Новара.

Изделията ѝ съчетават стил, качество и екологично устойчиво производство.



През 2016 г. приходите от продажби се увеличават с 10 % спрямо 2015 г. и достигат 76 милиона евро. Над 60 % от общите приходи на фирмата са от износ.

Фирмата отдавна се е утвърдила в Япония. Първия си магазин открива през 1971 г. в Осака, а през 2017 г. се готви да открие втори представителен магазин в луксозния квартал „Гинза“ в Токио. Над 15 % от продажбите ѝ са на японския пазар.

Италия може да се похвали с изключително успешен износ на облекла в Япония. Стойността му през 2016 г. е един милиард евро — със 7 % повече, отколкото през 2015 г. Япония е четвъртият най-голям експортен пазар за отрасъла извън Европа.

Японските потребители високо ценят италианския стил и високото качество, за което италианските производители влагат сериозни средства за изследователска и развойна дейност.

Остават обаче пречки пред търговията. Митата върху вноса на облекла в Япония са от порядъка на 10 %. Страната има и собствени стандарти за етикетите с указания за поддръжката на дрехите, различни от международните стандарти. Необходимостта да се правят различни етикети за японския пазар е свързана с допълнителни разходи за европейските износители.

В „Херно“ се надяват новото търговско споразумение между ЕС и Япония да помогне за решаването и на двата проблема. Още от първия ден на прилагането му наложените от Япония мита изцяло ще отпаднат. Страната се е съгласила и да съобрази системата си за етикетирание с международните стандарти. Това ще намали разходите за износителите от ЕС и ще повиши конкурентоспособността им.

От това ще спечелят не само предприятия като „Херно“ и техните служители. Увеличаването на износа ще създаде още работа и за обслужващите ги фирми в различни отрасли, от логистика до счетоводни услуги.

# ЕС-ЯПОНИЯ



*Новото споразумение за икономическо партньорство между ЕС и Япония е радостна новина за фирми като нашата. Намаляването на митата и опростяването на стандартите ще ни помогне да освободим време, ресурси и средства, които можем да инвестираме по-конструктивно. Същевременно ще се създаде среда, в която конкурентно и новаторско предприятие като „Херно“ може да жъне успехи и да реализира още по-голям износ.*

## **Клаудио Моренци**

Главен изпълнителен директор, Herno S.p.A.

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