



Zkušenosti vývozců

Col d'Orcia

Italské víno se chce více zviditelnit na japonském trhu

Col d'Orcia je vinařství v italském Toskánsku. Toto vinařství se 140 hektary vinic vyrábí víno od roku 1890.

Col d'Orcia, které se proslavilo svým vínem Brunello di Montalcino, již 45 let vyváží víno do celého světa a využívá výhod obchodních dohod EU.



Od té doby, kdy dohoda o obchodu mezi EU a Jižní Koreou odstranila jihokorejská cla na víno, zaznamenalo toto vinařství nárůst vývozu, který dosahuje více než 1 500 lahví ročně.

Do Japonska začalo vyvážet v devadesátých letech minulého století. Hlavními problémy, se kterými se potýká, jsou cla a kulturní rozdíly v konzumaci kvalitních vín. Očekává, že obchodní dohoda EU s Japonskem přispěje k výraznějšímu zviditelnění jeho značky na japonském trhu a ke zvýšení prodeje stejným způsobem, jako tomu bylo v případě dohody mezi EU a Jižní Koreou.

„Japonsko je již řadu let celosvětově významným trhem jak pro víno Brunello di Montalcino, tak pro vína vinařství Col d'Orcia, jejichž podíl během let rostl spolu s italským potravinářským průmyslem.“

Francesco Marone Cinzano

předseda, Col d'Orcia

www.coldorcia.com

Masaltos

Španělský výrobce obuvi chce v Japonsku zanechat hlubší stopu

Obuvnická firma Masaltos se sídlem ve španělské Seville dosahuje téměř dvou třetin svých příjmů z prodeje na zámořských trzích, přičemž podíl Japonska činí 4 %.

Společnost Masaltos velmi vítá dohodu o obchodu mezi EU a Japonskem, jelikož snížení vývozních nákladů zvýší její konkurenceschopnost a prodej na jednom z nejvíce konkurenčních trhů.

„Moci prodávat ručně šitou obuv v Japonsku je výzva: všechno je jiné – jazyk, zvyky, marketing a způsob prodeje, dokonce i design obuvi se liší.“

Z hlediska mezinárodního obchodu jsou největším problémem náklady. Vyvážíme zhruba do 90 zemí a Japonsko je jedním z trhů, kde se potýkáme s nejvyššími celními sazbami.

Nám se daří tyto problémy překonat, jelikož v našem případě se jedná o luxusní obuv určenou pro klientelu s vysokou koupěschopností, avšak ne všechno zboží může na tomto trhu uspět, pokud se tak vysoké náklady na vývoz musí přenést v konečné ceně na spotřebitele.“



Antonio Fagundo

generální ředitel, Masaltos

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

Infineon Technologies Austria

Inovativní technologická řešení pro Japonsko vyrobená v Rakousku

Mikroelektronická firma Infineon Austria, která má ústředí v městě Villach ve spolkové zemi Korutany, je přední rakouskou společností.

Energetická účinnost, mobilita a bezpečnost jsou tři globální megatrendy v moderní společnosti. Jsou také ústředními výzvami, které Infineon pomáhá řešit svými polovodičovými a systémovými řešeními.

Know-how od společnosti Infineon Austria je součástí mnohých každodenně používaných aplikací – v autech, chytrých telefonech, průmyslové elektronice, platebních kartách a průkazech totožnosti.



V období let 2013 až 2016 se obrat společnosti Infineon zvýšil z 377 mil. EUR na 982 mil. EUR. V loňském roce se Japonsko podílelo na celkových tržbách společnosti 6 %.

„Spravedlivý volný obchod, jaký nabízí dohoda o obchodu mezi EU a Japonskem, zajišťuje a vytváří pracovní místa tím, že posiluje domácí ekonomiku. Japonsko je druhým největším obchodním partnerem EU v Asii, hned po Číně, proto je velmi důležité, aby se rostoucí trhy otevíraly našim podnikům a abychom si vytvořili co nejlepší podmínky pro vývoz a obchod.“

Dohoda by též vedla ke zlevnění výrobků pro spotřebitele. A pomáhá nám konkurovat celosvětově, včetně v oblasti mikroelektroniky.

Dalším důležitým faktorem dohody bude harmonizace a řešení obchodních překážek v oblastech, jako jsou normy, bezpečnostní předpisy a zadávání veřejných zakázek.“



Sabine Herlitschka

výkonná ředitelka, Infineon Technologies Austria

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



Manufaktura Bolesławiec

Polský výrobce keramiky se poohlíží po japonském trhu

Před několika lety zaměstnával podnik na výrobu keramiky Manufaktura se sídlem v dolnoslezském městě Bolesławiec pouze 10 lidí. Když však EU podepsala obchodní dohodu s Jižní Koreou, prodej této společnosti směřující do Koreje prudce stoupl a vedl k rozvoji podniku.



Společnost se bleskurychle rozrostla, počet pracovníků se díky narůstající poptávce z Jižní Koreje zvýšil z 10 na 213.

Více než pětina zaměstnanců společnosti Manufaktura pracuje výlučně na keramice určené pro Jižní Koreu.

„Netrpělivě čekáme na obchodní dohodu s Japonskem.

Do Japonska již vyvážíme, ale je to obtížné, jelikož cla jsou vysoká a je nutné zajišťovat řadu zkoušek. V Japonsku musí být certifikovány i barevné kombinace.

Japonci mají obrovský zájem o naše výrobky a jsem si jist, že dohoda o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem zvýší náš prodej, jako tomu bylo v případě dohody s Jižní Koreou.“



Paweł Zwierz

generální ředitel, Manufaktura

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

Vinařství Katlenburger

Německá ovocná vína bodují v zemi vycházejícího slunce

Výrobce ovocných vín Katlenburger vyváží 10 % své produkce do 17 zemí po celém světě, včetně Japonska.

Německá společnost, která byla založena v roce 1925 v Dolním Sasku, zahájila svou činnost výrobou šumivého jablečného vína. Od té doby rozšířila tato společnost svou produkci na výrobu vín z hrušek, višně a třešní, rybízu a borůvek.

Dnes 90 zaměstnanců vinařství Katlenburger produkuje 24 milionů lahví vína ročně, což z něj činí největšího výrobce ovocného vína v Evropě.



Japonští spotřebitelé si zejména oblíbili víno Multi Vita Vino, které je vyrobené z 10 různých druhů ovoce. V roce 2016 vyvezla společnost Katlenburger do Japonska 750 000 lahví ovocného vína – o polovinu méně než před pěti lety. Katlenburger tvrdí, že vývoz do Japonska ztížila nekalá hospodářská soutěž a trh, který je stále více citlivý na cenu.

Japonská cla na výrobky společnosti Katlenburger dosahují přibližně 33 eurocentů na litr. Společnost Katlenburger by proto na snížení celních sazeb plánovaném v dohodě o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem vydělala.



„Malé podniky jsou obzvláště závislé na vývozu, jelikož domácí trh je čím dál náročnější a dominují na něm velké firmy s vysokými rozpočty na propagaci.“

Klaus Demuth

generální ředitel, Katlenburger Kellerei GmbH & co. KG

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

Herno

Láska Japonců k italským kabátům a bundám bude hrát ještě více

Rodinná firma Herno vyrábí ve svém závodě v severní Itálii (Lesa, Novara) vysoce kvalitní kabáty a bundy. Zaměstnává 170 zaměstnanců a vysoký styl a kvalitu kombinuje s environmentálně udržitelnou výrobou.



V roce 2016 dosáhly její tržby 76 milionů EUR, což bylo o 10 % více než v roce 2015. Vývoz se na celkových tržbách společnosti podílel 60 %.

Společnost Herno je v Japonsku již dobře zavedená. Svou první prodejnu zde otevřela v Ósace v roce 1971. V roce 2017 hodlá otevřít další reprezentační prodejnu v luxusní tokijské čtvrti Ginza. Japonský trh se podílí na prodeji společnosti Herna více než 15 %.



Vývoz italských oděvů do Japonska je velmi úspěšný. V roce 2016 dosáhl hodnoty 1 mld. EUR, což bylo o 7 % více než v roce 2015. Japonsko je pro tento oděvní průmysl čtvrtým největším mimoevropským trhem.

Japonští spotřebitelé oceňují italský styl a vysokou kvalitu, která je výsledkem investování italských výrobců do výzkumu a vývoje.

Překážky vývozu však přetrvávají. Japonská cla na oděvy činí až 10 %. Japonsko navíc nepoužívá mezinárodní normy pro označování způsobu ošetřování, ale má své vlastní normy. Nutnost používat pro japonský trh jiné etikety s pokyny pro ošetřování představuje pro evropské vývozce další náklady.

Společnost Herno doufá, že nová dohoda o obchodu mezi EU a Japonskem pomůže na obou frontách. Od prvního dne dojde k odstranění japonských cel a Japonsko souhlasilo s tím, že sladí svůj systém označování s mezinárodními normami. Tím se vývozcům z EU sníží náklady a zvýší jejich konkurenceschopnost.

Prospěch z toho budou mít nejen oděvní společnosti jako Herno. Zvýšení vývozu bude znamenat, že zisk z toho budou mít také firmy, které poskytují společnosti Herno služby od logistiky až po účetnictví.



„Nová dohoda o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem je dobrou zprávou pro společnost, jako je Herno. Snížení celních sazeb a zjednodušení norem nám pomůže ušetřit čas, zdroje a peníze, které budeme moci investovat produktivněji. A vytvoří se podmínky, v nichž konkurenceschopná a inovativní společnost, jako je Herno, může vzkvétat a vyvážet ještě více.“

Claudio Morenzi

generální ředitel, Herno S.p.A.

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