



## Mesélnek az exportőrök...

### Col d'Orcia

**Egy olasz bortermelő fel akarja kavarni a japán piacot**

A Col d'Orcia egy olasz pincészet Toszkánában, amelynek 140 hektáros szőlőbirtokán 1890 óta termelnek bort.

A leginkább a Brunello di Montalcinójáról híres Col d'Orcia 45 éve exportál bort világszerte, kihasználva az uniós kereskedelmi megállapodások előnyeit.



Amióta az EU és Dél-Korea közötti kereskedelmi megállapodás megszüntette a borra kivetett dél-koreai vámokat, a Col d'Orcia évente több mint 1500 üvegre növelte az országba irányuló borexportját.

A Col d'Orcia az 1990-es évek óta exportál bort Japánba. A legfontosabb kihívások a vámok és a finomborok fogyasztásával összefüggő kulturális különbségek. A Japánnal kötött uniós kereskedelmi megállapodás várhatóan elősegíti majd a márka jelenlétének megerősítését a japán piacon, és ugyanolyan mértékben növeli az értékesítéseket, mint ahogyan az EU és Dél-Korea közötti megállapodás tette Dél-Korea esetében.

*„Japán már több éve világszinten is fontos felvevőpiaca a Brunello di Montalcino és a Col d'Orcia borainak, amelyek az évek során párhuzamosan fejlődtek az olasz élelmiszeriparral.”*

**Francesco Marone Cinzano**

Col d'Orcia, elnök

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

### Masaltos

**A spanyol cipőgyártó vállalat nagyobb nyomot kíván hagyni Japánban**

A sevillai székhelyű spanyol cipőgyár bevételeinek megközelítőleg kétharmadát tengerentúli értékesítéseinek köszönheti, amelyből Japán 4 %-ot tesz ki.

A Masaltos nagyon örül az EU–Japán kereskedelmi megállapodásnak, mivel általa a cég még versenyképesebbé válhat, és legversenyképesebb piacainak egyikén növelheti értékesítéseit.

*„Kihívást jelent számunkra, hogy kézzel készült cipőt értékesíthetünk Japánban: különbözőek a szokások, a nyelv, a marketing és az értékesítés módja – még a lábbelik tervezése is eltér.*

*A nemzetközi kereskedelem terén a legfőbb kihívást a költségek jelentik. Mintegy 90 országba exportálunk és Japán az egyik legmagasabb vámokat alkalmazó ország.*

*Ezzel meg tudunk birkózni, mivel termékünk luxuscipő, amelyet nagy vásárlóerővel rendelkező ügyfeleinknek szánunk, de nem minden árucikk lehet nyereséges e piacon, ha a fogyasztóra ilyen magas vámköltségeket kell hárítani a végleges fogyasztói árban.”*

# EU–Japán



## Antonio Fagundo

ügyvezető igazgató, Masaltos

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

## Infineon Technologies Austria

**Innovatív technológiai megoldások Japán számára, ausztriai kivitelezéssel**

A Karintia tartományban lévő villachi székhelyű mikroelektronikai cég, az Infineon Austria az ország egyik vezető vállalkozása.

Az energiahatékonyság, a mobilitás és a biztonság a modern társadalom három világszintű megatrendje, és egyben olyan központi kihívások is, amelyeket az Infineon félvezetőivel és rendszermegoldásaival kezel.

Legyen az autókban, okostelefonokban, ipari elektronikában, betéti kártyákban és személyazonosító igazolványokban – az Infineon Auszriától származó szakértelem (know-how) számos mindennapi alkalmazásban fellelhető.



Az Infineon 2013 és 2016 között forgalmát 377 millió EUR-ról 982 millió EUR-ra emelte. Az elmúlt évben a Japánban végzett üzleti tevékenysége az összbevétel 6 %-át tette ki.

*„Az EU–Japán kereskedelmi megállapodás által biztosított típusú tisztességes szabadkereskedelem biztos és további munkahelyeket teremt a belföldi gazdaság megszilárdítása révén. Japán Kína után az EU második legnagyobb ázsiai kereskedelmi partnere, így elengedhetetlenül fontos, hogy az egyre növekvő piacok a mi üzletágaink előtt is nyitva álljanak, és hogy megteremtjük a lehető legjobb feltételeket az export és a kereskedelem számára.*

*A megállapodás a fogyasztók számára is olcsóbbá tenné a termékeket, valamint segítséget nyújt abban is, hogy világszinten is versenyképesek legyünk, többek között a mikroelektronika terén.*

*A megállapodás másik lényeges eleme a harmonizáció és a kereskedelmi akadályok kezelése lesz olyan területeken, mint a szabványok, a biztonsági szabályozások és a közbeszerzés.”*

# EU–Japán



**Sabine Herlitschka**

vezérigazgató, Infineon Technologies Austria AG

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

## Manufaktura Bolesławiec

*Egy lengyel keramikus szemet vetett a japán piacra*

Néhány évvel ezelőtt az alsó-sziléziai Bolesławiec városában működő kerámiaműhely, a Manufaktura csupán 10 embert foglalkoztatott, de amikor az EU aláírta Dél-Koreával a kereskedelmi megállapodást, a vállalat Dél-Koreába irányuló értékesítései ugrásszerűen megnöttek, igazi fellendülést hozva.



A vállalat fénysebességgel nőtt, munkavállalóinak száma 10-ről 213-ra emelkedett, válaszul a hirtelen megnőtt dél-koreai keresletre.

A Manufaktura személyzetének több mint egyötöde kizárólag a Dél-Koreába szánt kerámiatárgyakon dolgozik.

*“Kíváncsian várjuk a Japánnal kötendő kereskedelmi megállapodást.*

*Már exportálunk Japánba, a piacot azonban nehezítik a magas vámok és a számos elvégzendő vizsgálat. Japánban még a színkombinációkat is tanúsítással kell ellátni.*

*A japánok szívesen vásárolják a Manufaktura termékeit és biztos vagyok benne, hogy az EU és Japán között kötendő gazdasági partnerségi megállapodás növelni fogja értékesítéseinket, ahogyan a Dél-Koreával kötött megállapodás is tette.”*



**Paweł Zwierz**

vezérigazgató, Manufaktura

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

## Katlenburger borászat

*A német gyümölcsborok a nyerők a felkelő nap országában*

A Katlenburger gyümölcsborászat termelésének 10 %-át 17 országba exportálja a világ minden tájára, többek között Japánba.

A németországi Alsó-Szászországban 1925-ben alapított vállalat pezsgő almabor előállításával kezdte meg tevékenységét. Azóta a diverzifikációt követően körtéből, cseresznyéből, ribiszkeből és áfonyából is készítenek bort.



# EU–Japán



A jelenleg 90 alkalmazottat számláló Katlenburger évente 24 millió üveg bort állít elő, így Európa legnagyobb gyümölcsbortermelőjének számít.



A japán fogyasztók különösen kedvelik a Multi Vita Vino bort, amely 10 különböző gyümölcsből készül. A Katlenberger 2016-ban 750 000 üveg gyümölcsbort exportált Japánba – ami fele annyi, mint amennyit öt évvel ezelőtt adott el Japánnak. A cég szerint a tisztességtelen verseny és az egyre árérzékenyebb piac megnehezíti a Japánba irányuló kivitelt.

A Katlenberger termékeire kivetett japán vámok literenként mintegy 33 eurócentbe kerülnek. Egyértelmű tehát, hogy a cég hasznot húzna az EU–Japán gazdasági partnerségi megállapodásban tervezett vámcsökkentésekből.



*“Különösen a kisvállalkozások függnek az exporttól, mivel a belföldi piac egyre nagyobb kihívásokat támaszt, hiszen ott a nagyobb, a hirdetésekre jelentős összegeket áldozó cégek dominálnak.”*

## Klaus Demuth

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

## Herno

*Imádják a japánok az olasz kabátokat és dzsekiket*

A családi vállalkozásként működő Herno kiváló minőségű kabátokat és dzsekiket gyárt az északolaszországi Novarában lévő lesai telephelyén. A 170 főt foglalkoztató cég a kiváló minőséget és stílust a környezeti szempontból fenntartható gyártással párosítja.



2016-ban az árbevétel 76 millió EUR-t ért el, ami a 2015. évi adathoz képest 10 %-os növekedés. Az export tette ki a vállalat összbevételének több mint 60 %-át.

A Herno már régebb óta rendelkezik telephellyel Japánban. Első üzletét 1971-ben nyitotta meg Oszakában. A cég 2017-ben tervezi megnyitni második kiemelt üzletét Tokió Ginza nevű luxusnegyedében. A japán piac a Herno értékesítéseinek több mint 15 %-át teszi ki.

# EU–Japán



GAZDASÁGI PARTNERSÉGI MEGÁLLAPODÁSHOZ



A Japánba irányuló olasz ruházati export sikertörténet, hiszen 2016-ban az export 1 milliárd EUR összeget ért el, ami 7 %-os növekedést mutat a 2015. évi adathoz képest. Japán az ipar negyedik legnagyobb Európán kívüli exportpiaca.

A japán fogyasztók nagyra értékelik az olasz stílust és a kiváló minőséget, amely az olasz gyártók kutatás-fejlesztés terén megvalósult beruházásainak köszönhető.

Az export előtt álló akadályok azonban még továbbra sem szűntek meg. A ruházati cikkekre kivetett japán vámok elérik a 10 %-ot is. Japán a nemzetközi címkék használata helyett külön szabványokat alkalmaz a kezelési címkéket illetően. Az európai exportőrök számára többletköltséget jelent, hogy más címkéket kell gyártaniuk a japán piacra.

A Herno azt reméli, hogy az új EU-Japán kereskedelmi megállapodás mindkét fronton segítséget nyújt majd. A hatálybalépés napján teljes mértékben eltűnnek a japán vámok, és az ország egyetértését adta arra vonatkozóan, hogy címkézési rendszerét össze fogja hangolni a nemzetközi szabványokkal. Ez lecsökkenti majd az uniós exportőrök költségeit és még versenyképesebbé teszi őket.

Ebből nem csupán a ruházati cégek, mint a Herno és személyzete húz majd hasznot. Ha a Herno többet exportálhat, úgy a számára szolgáltatásokat nyújtó vállalatok is, pl. a logisztika vagy a számvitel terén, mind több megbízásra számíthatnak.

*„Az új EU–Japán gazdasági partnerségi megállapodás jó hír az olyan vállalatoknak, mint a Herno. A vámok csökkentése és a szabványok egyszerűsítése hozzájárul ahhoz, hogy időt, forrásokat és pénzt spóroljunk meg, valamint eredményesebb beruházásokat valósíthassunk meg. Ezenkívül olyan környezetet teremt majd, amelyben a versenyképes és innovatív résztvevő, mint a Herno prosperálni tud, és még többet exportálhat.”*

**Claudio Morenzi**

vezérigazgató, Herno S.p.A.

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