



ČESKÝ EXPORT

PŘÍLOHA DENÍKU E15 A TÝDENÍKU EURO



Ministerstvo zahraničních věcí
České republiky



BRAZÍLIE

PLZEŇSKÉ PIVO PRO MUŽE,
STROJ KRÁSY PRO ŽENY

MEXIKO: ELDORÁDO PRO AUTA
Přes tři miliony vozů ročně vyrobí
Mexičané i z českých součástek

NEPÁL: LETADLO PRO VELEHORY
Stroj z Kunovic umí přistát
na nejnebezpečnějším letišti světa

NĚMECKO: NÁKUP VAGONŮ
Velký dopravce objednal v Praze
výrobu další stovky nákladních vozů



MLADÁ FRONTA

Deník E15 a jeho speciály



Mláďa fronta a.s.

E15

Zpravodajský deník E15 patří již od roku 2007 mezi nejrespektovanější názorová média. Společně s webem E15.cz je komplexním zdrojem zpráv z domácí a světové ekonomiky, politiky, byznysu a financí. Deník E15 je distribuován bezplatně do stojanů a od pod-

zimou 2010 je i ve volném prodeji na dalších vybraných obchodních místech. Každý týden ve stojanech deníku E15 také naleznete vždy jeden z jeho speciálů – lifestylový magazín ZEN či jeden z odborných magazínů – Právo & Byznys, Real-immo nebo Český export.



NEJSOU LIDI!

Když jsem v osmdesátých letech jako klučina s vykulenýma očima zíral na televizní seriály z prostředí socialistického hospodářství, vždycky mě fascinovala jedna věta. Nějaký šéf dílny nebo stavbyvedoucí tam obvykle vysvětlil chatrné pracovní výsledky podniku poněkud záhadným argumentem: „Nemůžeme za to, prostě nejsou lidi!“ Jak to, že nejsou, divila se dětská mysl, vždyť jsem jich tuhle zrovna viděl spoustu na ulici před samoškou, to bude asi nějaká mejlka. „Ale ne, to se jen tak říká jako zástěrka, aby se překryly opravdové problémy,“ vysvětlil zkušeně starší kamarád, když jsem se ho na tu záhadu zeptal.

Ta už skoro zapomenutá hláška se po čtvrtstoletí vrací, aby si užila své velké chvíle. Jen za poslední půlrok jsem slyšel minimálně tučet podnikatelů, jak si mezi řečí se smutnou samozřejmostí postesklí, že „nejsou lidi“.

A tentokrát to určitě není žádná výmluva. Když se na to podíváme s odstupem od pěny dní našlehané médií, česká ekonomika má teď ve skutečnosti jediný opravdu velký problém. A tím je právě už skoro havarijný nedostatek pracovníků, respektive hlavně technických profesí. Trpí tím na prvním místě strojírenství. Zahraniční investoři budou také čím dál víc zvažovat, jestli vstupovat na trh, kde jsou všichni kvalitní technici už třikrát přebraní.

Tenhle malér je oproti jiným problémům zásadnější v tom, že ho nelze vyřešit ze dne na den, dokonce ani z roku na rok, dokonce ani z vlády na vládu. Než vyroste nová generace techniků, může to trvat celou dekádu. České firmy a stát letošek vyhlásily rokem průmyslu a technického vzdělávání a snaží se strojařské obory a řemesla zpopularizovat mezi mladými lidmi.

Přesně řešení ale nikdo nezná. Rozhodne nakonec sám trh, když jsou technici a řemeslníci stále lépe placeni, zatímco nepotřební humanitní absolventi stojí frontu na úřadu práce? Nebo zalepí generační výpadek další příchod odborníků z chudších východních zemí? Nebo větší nasazení strojů? Kudy ven z akutního nedostatku techniků, to bude jedno z hlavních témat nadcházejícího Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně coby klíčové události tuzemského byznysu.

V tomto vydání Českého exportu se zaměříme na dvě země, které si naopak na nedostatek lidí rozhodně stěžovat nemohou, totiž dva nejlidnatější trhy Latinské Ameriky. V Brazílii žijí díky populační explozi už více než dvě stovky milionů obyvatel a Mexiko představuje také už bezmála 120 milionů spotřebitelů. Přestože tam obchod umějí pořádně opepřit vysoká cla a nejrůznější zdlouhavé papírování, staly se tyto země logicky hlavním obchodním cílem českých vývozců v latinskoamerickém regionu. ■

TOMÁŠ STINGL • stingl@mf.cz

LETEM SVĚTEM

TEXT A FOTO: TOMÁŠ STINGL

TAM, KDE NEJSOU MUSLIMOVÉ

Jeden český podnikatel, s nímž redakce Českého exportu nedávno mluvila o jeho zahraničních aktivitách v cestovním ruchu, dostal neobvyklé zadání od švýcarského obchodního partnera: „Zajisti přímořský resort v jakékoli oblasti, kde nejsou muslimové. Já ti ho bez problému do posledního místa zaplním turisty.“ Ponechme na moment stranou politickou korektnost nebo úvahy nad tím, nakolik jsou obavy z radikálních islamistů přiměřené riziku. Každopádně po teroristických útocích v Tunisu, v Egyptě nebo v Izraeli jsou tradiční dovolenkové destinace pro mnoho západních turistů už zkrátka neskousnutelné. Zájem strávít dovolenou u moře ale trvá. Kam tedy s miliony mořečtívků Evropanů?

Možná je čas zainvestovat do nového resortu v nějakém buddhistickém nebo hinduistickém regionu. ■

FILIPÍNY ZKOUŠEJÍ ČEŠI OSLOVIT I PŘES KULTURU

Pro obchod může kupodivu dobře připravit půdu kultura. Modelovým případem je vztah s Jižní Korejí. Jihokorejci si v poslední dekádě zamilovali české muzikály, vážnou hudbu či architekturu. A zřejmě i kvůli kultuře si nakonec vybrali Českou republiku jako určitou obchodní základnu pro celou EU. V popularizaci české kultury se v Koreji velmi angažoval mimo jiné dřívější velvyslanec v Soulu Jaroslav Olša. A právě ten je v současnosti ambasadorem na Filipínách a zkouší zájem o českou kulturu podpořit i tam.



Ve filipínštině tak v těchto dnech vychází třeba překlad vybraných básní Jaroslava Seiferta. Kdoví, třeba to i na Filipínách začne básněmi a skončí miliardovým byznysem. ■

HRDINA VIETNAMCŮ JE NA VŠECH BANKOVKÁCH

V červnovém vydání Českého exportu, v němž jsme psali o Indii, jsme se zmínili i o zvláštnosti indických rupií. Aby se Indové nehádali, komu má připadnout čest být vyobrazen na bankovkách, dali pro jistotu úplně na

všechny obrázky stejného člověka – Mahátny Gándhího. K podobnému řešení dospěli také Vietnamci. Na všechny bankovky své měny dong dali svého někdejšího vůdce Ho Či Mina. Asketický muž s nezaměnitelnou koží bradkou a očima vizionářsky upřenými v dál je vyobrazen i na největší, půlmilionové „dongovce“. Hodnotu ale má – tedy tato bankovka – v přepočtu jen zhruba pouhých 500 korun. Ve Vietnamu dejte pozor při placení, ať nezaplátíte jiným Ho Či Minem, než jaká je cena zboží. ■

TEXT: REDAKCE / FOTO: ARCHIV, PROFIMEDIA

LEGIOS LOCO PRODÁ STOVKY VÝSYPNÝCH VOZŮ

Společnost Legios Loco získala významnou zakázku na dodávku výsypných nákladních vozů řady Facens 49 m3. Dodá je přednímu evropskému operátorovi nákladních železničních vozů, společnosti GATX. V první etapě se jedná o výrobu 100 výsypných vozů, které bude Legios postupně dodávat do února příštího roku.

Výhodou vozů je jejich délka a velký objem, což znamená maximální využití tažné síly lokomotivy. Ve druhé etapě bude dodáno ještě dalších 200 vozů. Celkový objem kontraktu činí téměř 550 milionů korun. „Navazujeme na stávající několikaletou spolupráci se společností GATX. Tato rozsáhlá dvouetapová zakázka znamená významné posílení pra-

covních jistot pro naše zaměstnance,“ uvedl Petr Vlček, generální ředitel Legiosu. Společnost GATX Rail Germany GmbH, která vozy objednala, má sídlo v Německu a patří k předním evropským železničním dopravcům. Zároveň se řadí k největším soukromým vlastníkům cisternových vozů v Evropě. Je součástí americké skupiny GATX Corporation se sídlem v Chicagu.

Tuzemská výrobní firma Legios Loco má kořeny už v osmdesátých letech 19. století, kdy začala v Lounech fungovat opravná vagonů. Dnes firma prodává hlavně do evropských zemí či do postsovětských států. Zaměstnává na 1300 pracovníků, centrálu má v Praze. ■



LINET OVLÁDL SKANDINÁVSKÉ TRHY

Švédská pobočka českého výrobce zdravotnických lůžek Linet Group se stane výhradním dodavatelem pro všechny nemocnice v regionu Stockholms län. Společnost to garantuje tříletý kontrakt, díky kterému dodá firma každý rok průměrně 500 lůžek pro akutní péči. Celková odhadovaná hodnota zakázky je zhruba tři miliony eur. Smlouva

navíc může být prodloužena o další dva roky. V regionu Stockholms län, kde leží hlavní město, se realizuje více než třetina švédského trhu s nemocničními lůžky.

Linet v tendru uspěl s nabídkou modelů Eleganza 1, Eleganza 2 a Image 3. Vítězství si společnost upevnila své vedoucí postavení na švédském trhu, kterého dosáhla

poprvé v minulém fiskálním roce s jednapadesátiprocentním podílem na celkovém objemu prodaných lůžek.

Firma nedávno zcela ovládla také trh na Islandu. Díky vítězství v tendru organizovaném univerzitní nemocnicí v Reykjavíku dodá 14 islandským nemocnicím celkem až 600 lůžek Eleganza 2 v hodnotě

1,2 milionu eur. To společnosti na příštích pět let zajistí 90procentní podíl na trhu. „Zákazník, který se dosud se značkou Linet neseťkal, byl velmi překvapen kvalitou produktů. Model Eleganza 2 je tak nyní vnímán jako nejmodernější lůžko pro akutní péči, které lze na tomto trhu získat,“ uvedl Petr Foit, generální ředitel Linet Sweden. ■

A151009391

inzerce

EXPORTNÍ CENA DHL UNICREDIT
pod záštitou agentury CZECHTRADE

EXPORTUJETE?

NOVÉ KATEGORIE – NOVÉ PŘÍLEŽITOSTI – NOVÉ BENEFITY

Registrace zdarma na www.expornicena.cz

SOUTĚŽNÍ KATEGORIE 18. ROČNÍKU

- Malá společnost
- Globální exportér
- Nejúspěšnější klient CzechTrade
- Středně velká společnost
- Exportní teritorium – Latinská Amerika
- Exportní příběh roku CzechTrade

EXPORTNÍCENA.CZ

OLOMOUCKÝ VÝROBCE KLAPEK JDE DO TURECKA

Výrobní společnost Abo valve z Olomouce, která je jedním z největších výrobců uzavíracích a zpětných klapek pro průmyslové použití v Evropě, zakládá pobočku v Turecku. Tím rozšiřuje svou zahraniční síť už celkem na sedm zastoupení. Dosud firma otevřela zastoupení na Slovensku a Ukrajině, v Rusku, Singapuru, Číně a Bahrajnu. Pro turecký trh zvolila za své sídlo Istanbul. Společnost hledá i další trhy, na nichž chce posílit své postavení v blízké budoucnosti. Perspektivní se jeví Spojené arabské emiráty, které jsou zatím obsluhovány z pobočky v Bahrajnu. ■

NARŮSTÁ VÝMĚNA ZBOŽÍ S ČÍNOU, ZAPOJUJÍ SE I MENŠÍ FIRMY

V uplynulém roce zaznamenala společnost Gefco zvýšený zájem o námořní přepravu mezi Českou republikou a Čínou. Objem přepraveného zboží stoupl o 40 procent, přičemž převahu měl import zboží do Česka. „Především z námořního přístavu v Šanghaji putuje směrem do České republiky velké množství zboží, a to nejen pro automotive průmysl, ale také pro další průmyslová odvětví,“ říká Aleksander Raczynski, generální ředitel společnosti Gefco Česká republika.

Roste ale také objem dopravy zboží v opačném směru. Zájem českých firem totiž vzbudily doplňkové služby v oblasti celní a daňové služby. „Právě synergie služeb námořní sběrné služby s celními a daňovými službami je jedním z důvodů, proč zaznamenáváme nárůsty v obou,“ komentuje Raczynski. „Podařilo se nám výrazněji propojit oba trhy také na úrovni středních a menších podniků, které dosud o export či import z Číny s ohledem na složitost a cenu přepravy neusilovaly,“ upřesňuje. ■



PŘES PŮL PLANETY. Zboží pendluje především mezi Českem a čínským přístavem Šanghaj. ►

POD LUPOU

ÚSPĚCH PŘEJE PŘIPRAVENÝM, NEMEŠKEJTE S CERTIFIKACÍ AEO

Společnost GEFCO patří spolu s asi jen 150 českými firmami k těm, které jsou certifikovány jako Oprávněný hospodářský subjekt (AEO). To je v porovnání s celkovým množstvím společností, kterých se certifikace týká, velmi malé množství. Lišíme se v tom od ostatních zemí EU.

České přepravní společnosti tak nemohou plně využívat výhod, které jim certifikát AEO poskytuje a které ve svém důsledku vedou k výrazným úsporám. Význam certifikátu se přitom výrazně zvýší poté, co 1. května 2016 vstoupí v platnost nový celní kodex EU. Je proto nejvyšší čas certifikací projít.

Celní kodex Unie přinese celou řadu změn, které se dotknou každého, kdo obchoduje se zbožím přes hranice EU. Jedná se o první takto rozsáhlou změnu pravidel po téměř čtvrtstoletí platnosti dosavadního celního kodexu. Jednou z hlavních změn bude důraz na elektronickou komunikaci ve všech oblastech výměny informací mezi celními orgány a obchodní veřejností, reformu speciálních celních režimů používaných pro dovoz a vývoz



Lucie Svobodová, Customs & Overseas Manager společnosti GEFCO Česká republika

zboží ke zpracování, první pokus o zjednodušení celních formalit založených na procesech, nikoli jednotlivých transakcích, a v neposlední řadě právě i poskytnutí významných výhod držitelům AEO certifikátů.

Celní kodex Unie však přináší i řadu dalších výhod pro držitele AEO. Jde zejména o povolení dočasných skladů, zvláštních celních režimů či souborných jistot k zajištění celního dluhu. Tam, kde AEO certifikát není výslovnou podmínkou pro udělení příslušného povolení, jsou držitelé AEO zvýhodněni přinejmenším tím, že nebudou muset prokazovat splnění dílčích podmínek (například vhodného způsobu vedení záznamů a evidencí), které prokázali již tím, že tento certifikát získali.

Certifikát AEO v České republice uděluje Celní úřad pro Jihočeský kraj, který je pro tuto činnost specializovaný. K udělení certifikátu je třeba projít vyplněním dotazníku, který má 150 otázek, dále auditem celního úřadu a následnou obhajobou. Řízení je přitom zaměřeno především na procesy ve společnosti, finanční audit, oblast IT, zabezpečení či vnitřní kontrolní systém. Autorizovaný poskytovatel certifikátu AEO má zároveň možnost přijít kdykoli na kontrolu plnění podmínek certifikace AEO.

Konkrétní celní výhody budou náležet výlučně AEO držitelům, a je proto namístě zavčas certifikací projít. V důsledku změny se certifikace AEO stane bezesporu nezbytným předpokladem pro konkurenceschopnost pro pravidelné dovozce a vývozce, výrobce a distributory obchodující před hranicí EU, ale i firmy poskytující služby v oblasti mezinárodního obchodu. ■

inzerce A150000818

KRISTUS SPASITEL PŘISTÁL NATVRDO

BRAZÍLIE SE PO EUFORII POSLEDNÍCH LET PROBOUZÍ DO DRSNÉHO VYSTŘÍZLIVĚNÍ. PADÁ DO RECESE, ZAHRANIČNÍM FIRMÁM NAVÍC STÁLE ZTĚŽUJÍ CESTU DO NEJLIDNATĚJŠÍ JIHOAMERICKÉ ZEMĚ VYSOKÁ CLA A DALŠÍ BARIÉRY. OŽIVIT EKONOMIKU MAJÍ NOVÉ PROGRAMY NA ROZVOJ INFRASTRUKTURY.

TEXT: FILIP KANDA, EKONOMICKÝ DIPLOMAT, ZÚ ČR V BRASÍLIÍ / FOTO: PROFIMEDIA



SYMBOL.

Socha Krista nad Rio de Janeirem se stala symbolem Brazílie, obdobné monumenty ale ve skutečnosti ční i nad mnoha městy Peru, Bolívie, Chile a dalších jihoamerických zemí.

Když byla před pouhými čtyřmi roky Brazílie prohlášena šestou největší ekonomikou světa a její symbol, Kristus Spasitel, byl ve světových médiích zobrazován, jak dynamicky vzlétá do oblak, kdo by si tehdy pomyslel, že jeho let skončí tak brzy pádem natvrdo? Zatímco v roce 2010 dosáhl růst brazilského HDP 7,5 procenta, Brazílie byla v módě a vzorem pro krizi se zmitající ekonomiky rozvinutých zemí, o tři roky později už brazilský růst dosáhl jen skromných 2,7 procenta. Loni byl dokonce nulový a pro letošní rok se

má brazilská ekonomika smršknout až o dvě procenta.

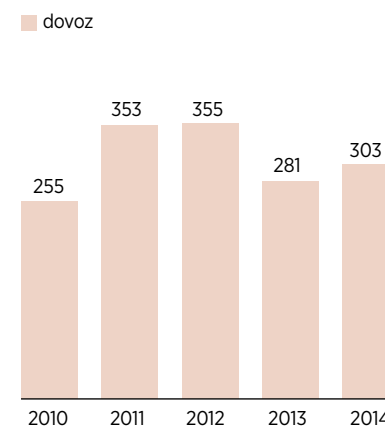
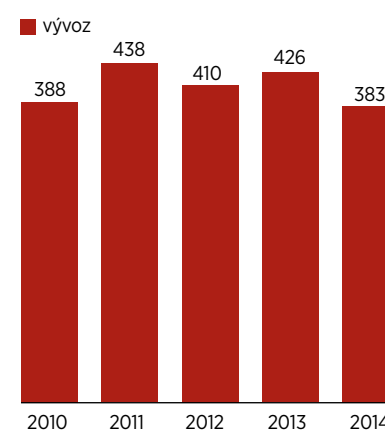
Jak se to vlastně stalo? Na vině jsou jak vnější, tak vnitřní důvody. Mezi ty vnější neboli globální faktory patří pokles světových cen

komodit, světová hospodářská krize předchozích let, zbrzdění růstu Číny. Mezi vnitřní příčiny lze řadit nevyváženou makroekonomickou politiku, zastaralou infrastrukturu, přebujelou byrokracii, státní

zásahy do ekonomiky, ochrannářská opatření a v důsledku toho ztrátu konkurenceschopnosti. A když se k tomu všemu přičtou ještě dopady skandálu kolem zakázek státní ropné společnosti Petrobras a dalších

VLAJKOVOU LODÍ JE VELMI ÚSPĚŠNÁ SPOLUPRÁCE AERA VODOCHODY S TŘETÍM NEJVĚTŠÍM SVĚTOVÝM VÝROBCEM LETADEL, FIRMOU EMBRAER. AERO SE PODÍLÍ NA VÝROBĚ VOJENSKÉHO NÁKLADNÍHO LETOONU KC 390

Obchod ČR s Brazílií (v milionech dolarů)



Zdroj: Businessinfo.cz

vzájemně propojených korupčních afér, ekonomické situaci to k růstu a ozdravení nepřidá.

VRCHOL PŘIŠEL V ROCE 2011

Pro český export a obchodní příležitosti českých firem to rozhodně nejsou dobré zprávy, a to i přesto, že Brazílie je pro Českou republiku tradičním obchodním partnerem a Česko a české zboží stále mají v Brazílii dobré jméno. Již v 70. letech minulého století tehdejší československé firmy vybudovaly v Brazílii rozsáhlé termoelektrické a energetické komplexy a cementárny. Za vysoce kvalitní a cenově přijatelné jsou považovány české strojírenské výrobky. Oblíbené je tradičně české sklo a pivo.

Od roku 2000 český export do Brazílie vzrostl téměř desetkrát a své rekordní výše dosáhl v roce 2011, kdy představoval plných 440 milionů dolarů. Od té doby ale tento výsledek nebyl překonán. Mohou za to vedle velké konkurence především silná ochrana domácího brazilského trhu, vysoká tarifní i další ochrannářská opatření, restriktivní dovozní opatření, složitý daňový systém a li-



Počet obyvatel:	201 milionů
Rozloha:	8,5 milionu km ²
Hlavní město:	Brasília
Měna:	reál (1 BRL je asi 6,90 Kč)
Podrobné informace:	www.businessinfo.cz/brazilie

cenční politika, korupční prostředí i antidumpingová řízení jako další z nástrojů ochrany nekonkurenceschopné domácí výroby.

OBROVSKÁ CLA LZE OBEJÍT VÝROBOU PŘÍMO V BRAZÍLIÍ

Při vstupu na brazilský trh je proto zapotřebí počítat s dlouhodobým úsilím a s vyšší počáteční investicí. Potřebná je neustálá fyzická přítomnost na trhu a navázání spolupráce s místním zástupcem či firmou. Zdlouhavé a nákladné bývá vyřízení náležitostí případného založení firmy, získání příslušných certifikací či licencí. Lze říci, že mnohem větší naději na úspěch mohou mít velké firmy, ideálně ty, které mají zájem rovněž o výrobní spolupráci. Právě touto formou se lze vyhnout těm největším daňovým a celním zatížením, která v některých případech klasického dovozu mohou dosahovat i 100 procent.

Neznamená to však, že by středně velké české firmy nemohly být v Brazílii úspěšné. Příkladem je třeba firma Linet, která se postupně stala hlavním dodavatelem sofistikovaných nemocničních lůžek

v Brazílii, a do brazilského sektoru zdravotnictví začínají významně pronikat i další české firmy. Hlavními perspektivními obory ekonomické spolupráce jsou na základě letos vydané mapy sektorových příležitostí strojírenství, vodohospodářství a udržitelný rozvoj, letecký průmysl, energetika, agropřemysl či lesnictví.

PŮLLITR PIVA ZA 170 KORUN

Specifické místo zaujímá automobilový průmysl, v němž je nejperspektivnější dovoz autodílů, byť i ten je problematický pro velkou ochranu místního trhu. Nejčastěji se dovozy uskutečňují v rámci koncernů, jako je skupina VW. Brazilská vláda se ale snaží spíše produkci přivést do země, což usnadňuje různými kontroverzními programy. Jde například o program Inovar Auto, v jehož rámci se upouští od daňového zatížení firem z důvodu dostatečného objemu do-

máčího podílu výroby. Přímý dovoz českých škodovek není možný kvůli politice skupiny VW.

V případě dovozu tradičního českého luxusního zboží (český křišťál, v Brazílii se sem řadí i pivo) je největší překážkou opět ochrana domácího trhu a vysoká dovozní cla. Například půl litru lahvového českého budvaru, v Česku prodávaného za zhruba 20 korun, stojí v brazilském supermarketu 20 až 25 reálů, tedy v přepočtu až více než 170 korun! Možností by opět mohlo být přivedení výroby přímo do Brazílie, což skýtá šance například pro malé pivovary.

VLÁDA ŠETŘÍ, OBJEDNÁVKY ŠKRTÁ ARMÁDA I VĚDCI

Mimořádně dynamicky se rozvíjí spolupráce v obranném průmyslu. Lze říci, že vlajkovou lodí je velmi úspěšná spolupráce Aera Vodo-

chody s třetím největším světovým výrobcem letadel, firmou Embraer. Aero se podílí na výrobě vojenského nákladního letounu KC 390. Koncem loňského roku byl tento stroj oficiálně představen a nyní už má za sebou první zkušební lety a další testy.

Další firmy z oblasti navázaly spolupráci během letošního veletrhu obranného průmyslu LAAD 2015. Zároveň je však třeba přiznat, že několikaletou konjunkturní spolupráce obou zemí v této oblasti komplikuje zmíněná současná krize brazilské ekonomiky. V jejím důsledku vláda nastartovala rozsáhlý program reform, fiskálních úspor a rozpočtových škrtů. S těmi se teď potýkají úplně všechna brazilská odvětví a resorty, včetně obrany. Ta si například letos musí vystačit s rozpočtem o třetinu nižším než loni. To znamená, že po odečtení mandatorních výdajů na běžné fungování, udržení chodu jejích institucí a vyplacení personálu už jí nezůstávají téměř žádné zdroje na modernizaci a další akvizice, některé z nich i dlouhodobě plánované. Modifikují se teď také například již dříve sjednané smlouvy týkající se obřích nákupů, nájmu a splácení stíhaček Gripen.

Ze stejných rozpočtových důvodů na brazilské straně Česká republika též nadále čeká například na spuštění druhé vlny brazilského programu stipendií v zahraničí Věda bez hranic, do kterého se zapojila už loni podpisem memoranda a od něhož si rovněž lze slibovat posílení vzájemných vztahů včetně ekonomické spolupráce.

ŠANCI JE PLÁN NA NOVÉ DOPRAVNÍ STAVBY

Obtíže při efektivnějším dobývání brazilského trhu tu však objektivně existují nejen kvůli zhoršení brazilské hospodářské kondice, ale též na české straně. Důvodem je slabší podpora českých subjektů, například na specializovaných výstavách a veletrzích, především kvůli nedostatku peněz na prezentaci, a to i přesto,



PROTI KORUPCI. Kvůli obrovskému korupčnímu skandálu v ropné společnosti Petrobras, v němž jsou namočení i nejvyšší brazilští politici, vypukly rozsáhlé pouliční protesty.

že Brazílie je prioritní zemí v podpoře exportu. Ze strany české podnikatelské sféry je také překážkou vnímání Brazílie jako daleké země a pracného trhu, neznalost jazyka a teritoria. Pro mnohé české firmy je prostě příliš riskantní a nejisté vydávat se na zkušenu do Brazílie, když mají svůj odbyv zajištěn, byť s nižším ziskem, třeba v sousedním Německu. A tak se ani nelze divit, že zatímco před vyhlášením strategie diverzifikace českého zahraničního obchodu činil vývoz do Evropské unie 80 procent z celku,

nyní, tři roky poté, to je dokonce 83 procent. Není sporu o tom, že Brazílie a její hospodářství procházejí komplikovaným obdobím. Trend poklesu cen komodit na světových trzích a základních surovin, které tvoří největší část brazilského vývozu, se v následujících měsících nejspíše nezvrátí. V nejbližším období, než se brazilská ekonomika opět odrazí ode dna, lze čekat její ještě hlubší propad. Přesto bude pro svět i pro český export nadále atraktivní.

Brazilská vláda už nastartovala řadu nutných reformů k záchra-

ně ekonomiky a snaží se přilákat investice pomocí programů koncesí, respektive privatizací. Jeden takový významný balík koncesí – program investic do infrastruktury – oznámila počátkem června. V jeho rámci má být v nejbližších letech napumpováno téměř 200 miliard reálů do modernizace železnic, silničních komunikací, přístavů a letišť. Cíl je jasný: zefektivnit a zlevnit především výrobu a dopravu úrody, surovin a komodit z vnitrozemí do přístavů. Vláda se snaží si rozdělit náklady na financování infrastrukturních projektů se soukromým sektorem. A šance se naskýtají i pro české firmy, byť vzhledem k obřím rozsahům jednotlivých projektů ne v roli hlavního realizátora, ale jistě například jako důležitých subdodavatelů. ■

NAUČME JE PÍT DOBRÉ PIVO

BRAZILCI PIJÍ NA ROZDÍL OD VĚTŠINY OBYVATEL LATINSKÉ AMERIKY RADĚJI PIVO NEŽ VÍNO. TRH ZATÍM ZCELA OVLÁDAJÍ ČTYŘI DOMÁCÍ VÝROBCI, PIVO SE DONEDÁVNA TĚMĚŘ NEDOVÁŽELO A BRAZILSKÁ PIVA TYPU PILSEN JSOU NEKVALITNÍ. PŘÍCHÁZEJÍCÍ ČESKÉ ZNAČKY TAK MOHOU PŘEKVAPIT KVALITOU, UPOZORŇUJE BRAZILSKÁ KANCELÁŘ AGENTURY CZECHTRADE.

TEXT: REDAKCE / FOTO: PROFIMEDIA

Výroba a prodej piva je v Brazílii velmi perspektivní odvětví. Působí tu v podstatě jen čtyři velcí hráči, kteří se dělí o zhruba 95 procent trhu. Poslední dobou se však velmi dynamicky rozvíjí sektor prémiových piv, což jsou domácí piva místních mikropivovarů a piva z dovozu. Jejich dynamika je opravdu zajímavá. Ještě před deseti lety Brazilci v supermarketu nenašli jediné dovozové pivo, před pěti lety měli na trhu dovozci podíl jen zhruba 1,5 procenta. Nyní je to už kolem šesti procent.

Výroba místních piv vzrostla za posledních deset let o 64 procent. „Velcí hráči, jako je například společnost Ambev, v tomto sektoru cítí silný potenciál a možná i konkurenci, kterou nelibě nesou. Proto se snaží pojitit si pozici tím, že kupují rozvíjející se malé pivovary. Těžko říci, jaký mají zájem na dalším rozvoji těchto piv, to ukáže čas,“ říká Marek Zmrzlík, vedoucí kanceláře agentury CzechTrade v São Paulu.

RESTAURACE PODÁVAJÍ PŘECHLAZENÝ MOK, ABY ZAKRYLY ŠPATNOU CHUŤ

Je ale nesporné, že povědomí o pivu se v Brazílii zlepšuje a náročnost konzumentů roste. Pivo je zde tradičně pojímáno jako ledový osvěžující nápoj. Zavedený je pojem „Cerveja estupidamente gelada“, což znamená doslova „šilně ledové pivo“. V barech či restauracích často vidíte ledničky na piva s teplotou minus šest stupňů. Občas vám číšníci donesou láhev se zmraženým pivem. Má to i svůj bizarní smysl. Kvalita piva totiž není příliš vysoká a nízká teplota zmrazí chuťové buňky, které nedokážou rozlišit jakoukoli chuť. Spotřebitel má jen příjemný pocit, že pije ledový nápoj. Chmel se používá minimálně a slad je z kukuřice nebo z rýže. Bohužel toto většinové pivo označují brazilští výrobci za



typ Pilsen, s plzeňským typem piva to však nemá nic společného.

Na trhu ale roste zájem o ona prémiová piva, často je však přehnaný zájem o výrazně chmelené nápoje typu IPA. Mezi těmito spotřebiteli není typ Pilsen tolik vyhledáván, jednak není tak hořký a jednak je to spojeno právě s kvalitou brazilské produkce.

V Curitiba ve státě Paraná existuje pivovar, který se jmenuje Dům a odkazuje na tradici českého piva. Vyrábí pivo Jan Kubiš a Karel IV. Tyto nápoje jsou však typu American Lager a zajímavě mixují různé protichůdné rysy. „Když jsem se ptal zástupců firmy, proč to pivo s českým názvem neudě-

lají jako Pilsen, celkem se vydělili a s odporem to odmítli. Mezi rodícími se brazilskými fajnšmekry na pivo je totiž jistý despekt vůči pivu typu Pilsen, protože ho znají jako standardní nekvalitní pivo velkých výrobců,“ říká Marek Zmrzlík.

ČEŠI CHYSTAJÍ AKCI V REGIONU, KTERÝ VELMI MILUJE PIVO

I proto je zde pro české výrobce silný potenciál, protože Brazilci obecně nemají rádi hořké pivo. Okruh milovníků výrazných hořkých piv zůstane zřejmě omezený a kvalitní české pivo bude pro běžného spotřebitele srozumitelné a přijatelné. Odborníci na pivo

HLAVNĚ PODCHLADIT.

Na trhu zatím kraluje brazilské pivo příznačně nazvané Antarcitica, které místní hostince servírují ledově studené.

samozřejmě vědí, co je česká plzeň, a české pivo, které patří do světové špičky, znají. I proto se na brazilském trhu prodává jako luxusní zboží a přes celní a daňovou bariéru, která cenu výrazně navyšuje, tu má stále zajímavý potenciál. Mimochodem – nejstarší pivovar v zemi se jmenuje Bohemia.

Pivo zůstává velmi atraktivním produktem díky oblíbenosti mezi samotnými Brazilci. Brazílie je třetím největším producentem piva na světě a pro dvě třetiny Brazilců je pivo oblíbeným nápojem. Celkem 64 procent Brazilců ho preferuje před jinými nápoji. Tradice vína tu není tak silná jako například v hispánské části Latinské Ameriky, i když Brazilci mají také svoji kvalitní vinařskou produkci.

Šance pro Čechy by mohla být také při případných stavbách nových pivovarů v Brazílii. „Posláním českých firem pro nejbližší léta by mohlo být naučit pít Brazílce kvalitní pivo. Na příští rok připravujeme pivní akci, kam chceme přizvat české pivovary se zájmem o Brazílii a pomoci jim najít dobré partnery,“ informoval Marek Zmrzlík. Akce bude primárně zaměřena na stát Espirito Santo, kde kromě dvou mikropivovarů neexistuje žádná výrazná pivní produkce. Přitom je to stát s třetí největší spotřebou v rámci brazilské federace. ■

FIRMA LINET SE POSTUPNĚ STALA HLAVNÍM DODAVATELEM SOFISTIKOVANÝCH NEMOCNIČNÍCH LŮŽEK V BRAZÍLI

CHMEL SE POUŽÍVÁ MINIMÁLNĚ A SLAD JE Z KUKUŘICE NEBO Z RÝŽE. TOTO VĚTŠINOVÉ PIVO OZNAČUJÍ BRAZILŠTÍ VÝROBCI ZA TYP PILSEN, S PLZEŇSKÝM TYPEM PIVA TO VŠAK NEMÁ NIC SPOLEČNÉHO

ČESKÝ PROGRAM HLÍDÁ ZDRAVÍ NA DÁLKU

JE TO IDEÁLNÍ NÁPAD PŘÁVĚ PRO TAK VELKÉ ZEMĚ, JAKO JE BRAZÍLIE. ČESKÝ POČÍTAČOVÝ SYSTÉM INSPECTLIFE DOKÁŽE PŘES INTERNET MONITOROVAT ZDRAVOTNÍ STAV LIDÍ V ODLEHLÝCH OBLASTECH, KAM TO MAJÍ DOKTOŘI DALEKO.

TEXT: DALIBOR DOSTÁL / FOTO: MICHAEL TOMĚŠ



ONLINE DOKTOR. Český systém dokáže na dálku hlídat například tlak nebo srdeční činnost seniorů či lidí s Alzheimerovou chorobou, říká podnikatel Jiří Potůček.

Brazílie v současnosti mohutně investuje do rozvoje zdravotnictví, které je dosud v mnoha oblastech této obrovské země velmi těžko dostupné. Podnikatel Jiří Potůček proto před dvěma lety nabídl tomuto jihoamerickému trhu zajímavý český produkt. Jde o webový informační systém InspectLife, který je nasazován zejména na větší telemedicínská centra. „Tato platforma pro telemedicínu a domácí péči je systém pro monitoring a zpracování nejen fyziologických signálů, jako je EKG, tlak, váha, glykemie, saturace kyslíku a podobně, ale i pro dohled nad seniory a chronicky nemocnými, zejména s Alzheimerovou chorobou,“ popisuje Jiří Potůček.

Tento český produkt společnosti MediInspect se prosadil v brazilském státě Rio Grande Do Sul. „Platforma InspectLife je typickým produktem pro tamní infrastrukturu, protože dostupnost lékařské péče je v porovnání s EU velmi omezená, a je proto výhodné využívat telemedicínská

centra,“ vysvětluje Jiří Potůček. V současné době již v jižní Brazílii běží komerční provoz telemonitoringu EKG, cukrovky a pilotní projekty dohledu nad seniory.

HLEDÁME MÍSTNÍHO PARTNERA, DOVOZ JE SLOŽITÝ

Při pronikání na brazilský trh firmě pomohla spolupráce s proexportní agenturou CzechTrade. S jejími zástupci se lidé z firmy MediInspect poprvé setkali na veletrhu Hospitalar 2014 v São Paulu. „V letošním roce nás přizvali na společný český stánek výstavy Hospitalar 2015,“ dodává Jiří Potůček.

Spolupráci s CzechTrade chce zdravotnická společnost využít také při zakládání pobočky v Brazílii. „Půjde o vyhledání kontaktů na místního podnikatele, který firmu založí a napíše na sebe. Dovoz zdravotnického materiálu do Brazílie je totiž velice náročný,“ vysvětluje Marek Zmrzlík, ředitel zastoupení

CzechTrade v São Paulu. Kromě Brazílie nabídla firma MediInspect své produkty pro telemedicínu a domácí péči také v Limbachu na Slovensku, první aktivity začínají i v České republice.

CHYTRÁ DOMÁCNOST OHLÍDÁ I ŽENY V TĚHOTENSTVÍ

V poslední době se společnost zaměřuje také na firemní sektor, pro který ve spolupráci s holandskými partnery vyvinula aplikaci na detekci stresu a podobně. Není to jediná inovace, která se v tomto oboru odehrává. Řada výrobců vylepšuje koncová zařízení určená pro sledování jednotlivých tělesných funkcí, jako jsou EKG nebo tlakoměry, nebo je integruje do větších celků využitelných v domácí péči.

Právě tyto prvky by měly být v budoucnu stále častěji součástí takzvaných inteligentních domácností. Chytrá domácnost bude představovat bydlení, v němž mohou obyvatelé nejen na dálku ovládat nejrůznější za-

DETEKCE STRESU I DÁVKOVÁNÍ LÉKŮ

Vedle projektu InspectLife stojí podnikatel Jiří Potůček i za dalšími originálními zdravotnickými produkty. Jde například o program Medicus, který je v České republice dodnes jedním z nejrozšířenějších softwarů, který používají soukromí lékaři nebo polikliniky pro zpracování dat o pacientech a provedených zdravotnických výkonech. V roce 2005 měl Medicus již téměř čtyři tisíce uživatelů. Dále jde o software MwPharm. Ten je určen k optimálnímu dávkování léčiv pro nemocné zejména s ledvinovým a jaterním selháním. V poslední době se Potůčkův tým zaměřuje také na firemní sektor, pro který ve spolupráci s nizozemskými partnery vyvinul například aplikaci na detekci stresu. ■

řízení včetně kuchyňské či spotřební elektroniky, ale vybavení bude umět sledovat zdravotní stav seniorů, chronicky nemocných nebo i žen v rizikovém těhotenství. „Pacienta tak díky senzorům a internetu mohou mít na dálku pod dohledem jeho příbuzní i lékaři,“ uzavírá Jiří Potůček. ■

VYHLADÍME BRAZILKÁM VRÁSKY

MÁLOKDE SI DAJÍ ŽENY TOLIK ZÁLEŽET NA KRÁSE JAKO V JIŽNÍ AMERICE. VYUŽILA TOHO I BRNĚNSKÁ SPOLEČNOST COMPEX. NABÍDLA DO BRAZÍLIE SVŮJ PŘÍSTROJ NA ODSTRAŇOVÁNÍ VRÁSEK. POKUD SI FIRMA PROKLESTÍ CESTU SLOŽITÝM SYSTÉMEM CEL A CERTIFIKACÍ, CHCE TUTO ZEMI VYUŽÍT JAKO ZÁKLADNU PRO PRODEJ NA CELÉM KONTINENTU.

TEXT: TOMÁŠ STINGL / FOTO: PROFIMEDIA

Brazilky jsou nejkrásnější ženy na světě. Hlásají to alespoň pravidelně výsledky různých mediálních anket. Ta krása ale něco stojí. Brazílie je dnes už třetím největším trhem planety v prodeji kosmetiky a v péči o tělo. Odbyt roste v posledních letech každoročně o deset procent, přestože je brazilská ekonomika jako celek v recesi.

Loni se proto do São Paula vypravila na veletrh Hospitalar i brněnská firma Compex, aby nabídla svůj přístroj z řady Jett Cosmetics. Ten odstraňuje vrásky prostřednictvím plazmových toků. S tímto výrobkem

Brazílie je sice v recesi, podle Nešpora to ale paradoxně může šance malého kompaktního českého vynálezu zvýšit. „Doktoři nebo kosmetičky v Brazílii dnes nemohou kupovat velké stroje za 40 nebo 50 tisíc eur. Náš výrobek, jehož cena by na tamějším trhu nakonec neměla přesáhnout zhruba šest tisíc eur, jim vyhovuje cenou i tím, že je menší. Kosmetičky nemají na velké přístroje prostor a navíc potřebují výrobek snadno přenášet,“ vysvětluje Radek Nešpor, „je to rozdíl například proti ruskému trhu. V Rusku když klientovi prodáte výrobek za šest tisíc eur,

tamější vyhlášenou celní bariéru. „Jen bůh ví, co se vlastně přesně skrývá za 16 položkami, z nichž se skládá brazilské dovozní clo. Jsme proto připraveni dodávat náš výrobek jako stavebnici brazilským partnerům. Oni si díly seskládají jako lego, čímž ušetříme za dovozní clo. Předpokládáme, že díky tomu bude moct být koncová cena až o padesát procent nižší,“ vysvětluje Radek Nešpor. „Je to ale běh na dlouho trať. Administrativa a certifikace jsou složité. Známe to i z českého prostředí, kam jsme kdysi dováželi podobným způsobem MP3 přehrávače a trvalo to velmi dlouho, než se nám

BRNĚNSKÉ STROJE NA KRÁSU

Firma Compex vznikla v Brně už v roce 1990 a zpočátku byla jen dovozcem kosmetických a zdravotnických přístrojů. Postupně ale začala sama vyrábět špičkovou kosmetickou elektroniku. Dnes spolupracuje například s odborníky z Vysokého učení technického v Brně či brněnské Fakultní nemocnice u svaté Anny. V nabídce firmy je vedle přístroje na odstraňování vrásek také přístroj na bělení zubů nebo odstraňovač tuku. Compex tvoří tým zhruba 15 lidí a roční obrát společnosti se v současnosti pohybuje kolem 50 milionů korun. Firma již úspěšně vyváží například na indický trh. ■



NA VZHLEDU NEŠETŘÍ. Do krásy jsou ochotny investovat dokonce i Brazilky z chudých oblastí, jako je třeba favela Santa Marta v Rio de Janieru.

má brněnská firma už velký úspěch v Asii, nyní chce vstoupit i na jihoamerický trh. „S pomocí brazilské kanceláře agentury CzechTrade jsme našli vhodného místního partnera. Teď prochází výrobek složitou certifikací. Brazílie je pro nás velmi slibný a velký trh, protože Brazilky jsou hodně fixovány na krásu,“ říká produktový manažer Compexu Radek Nešpor.

tak automaticky očekává, že dostane za takovou cenu veliký stroj.“

VÝROBEK POŠLEME JAKO STAVEBNICI

Do Brazílie nabídl Compex svůj přístroj ve dvou variantách. Slabší verze je pro kosmetičky. Silnější, která umí vrásku zcela vypálit, je určena doktorům. Při exportu do Brazílie ale musí nejdřív brněnská firma překonat

podařilo ošetřit místní kompletaci a díky tomu snížit clo,“ dodává.

V Brazílii každopádně cítí brněnská firma o svůj výrobek zájem. „Začátkem léta jsme udělali pro Brazilce školení v Berlíně. Tam se to myslím v dobrém slova smyslu zlomilo. Odvezli si dva testovací stroje do Brazílie, kde je teď zkoušejí tamější dermatologové,“ říká Radek Nešpor. Pokud se firmě

podaří prorazit v Brazílii, chce přes tamější partnery nabídnout přístroj na odstraňování vrásek i do dalších zemí Jižní Ameriky. Zároveň věří tomu, že případný úspěch v Brazílii může být vynikající referencí i pro jiné regiony. „Když obchodníci uvidí, že dokážeme vstoupit na tak složitý trh, jakým je Brazílie, mohlo by to podpořit zájem i v jiných zemích,“ je přesvědčen Radek Nešpor. ■

JAK DOBÝT BRAZÍLIU Z BRNA PŘES FACEBOOK

MORAVSKÁ SPOLEČNOST ROI HUNTER ZACHYTLA RYCHLÝ NÁSTUP ELEKTRONICKÝCH NÁKUPŮ V BRAZÍLIU. MÁ AMBICIÓZNÍ CÍL VYPRACOVAT SE NA JEDNIČKU V PRODEJI REKLAMY V RÁMCI TAMNÍ VĚTVE FACEBOOKU.

TEXT: REDAKCE / FOTO: ROI HUNTER

Když před šesti lety vznikla brněnská agentura Business Factory, měla sice velké ambice, ale asi ani její zakladatel Karel Tlusták by netipoval, že o pět let později bude řešit fungování brazilské pobočky. Dnes je jeho cílem, aby se Brazílie stala druhým nejsilnějším trhem agentury. Tím prvním je Blízký východ. A to vše díky Facebooku.

Pod hlavičkou ROI Hunter dnes brněnská parta patří do úzké skupiny zhruba 50 firem z celého světa, které mají prestižní titul Facebook Marketing Partner pro Facebook Ads – může tedy poskytovat reklamu na Facebooku. Tato sociální síť nabízí

svým uživatelům zdarma celou řadu inzertních nástrojů, které může využívat kdokoli. Ale pro skutečně velké inzerenty, kteří utrácí desetitisíce až miliony eur měsíčně, již podobné nástroje nestačí. Tehdy právě přichází řada na partnery Facebooku. Ti mají různé specializace a „vychytávky“. V případě ROI Hunteru je to zaměření na efektivitu reklam.

Prvními klienty této firmy byly logicky místní společnosti působící na českém trhu. ROI Hunter používají značky jako Zoot, Mall.cz, Invia, Slevomat či Česká spořitelna. Od začátku však bylo jasné, že vyvíjet podobnou službu je možné jen

s myšlenkou na zahraniční expanzi. Ale kam?

ŠEDESÁT MILIONŮ KLIENTŮ NA FACEBOOKU

Řada technologických startupů uvažuje v podobném případě téměř automaticky o Spojených státech. Dostat se do Silicon Valley je bráno jako největší možný úspěch. Tým ROI Hunteru se rozhodl jinak: soustředil se na trhy, kde je vysoký růstový potenciál elektronického byznysu, kde je Facebook nejúspěšnější sociální sítí a kde zároveň nepůsobí příliš mnoho konkurenčních platforem. Prorazit s neznámou značkou v USA

bylo extrémně obtížné a drahé, na rozvíjícím se brazilském trhu ale vypadaly šance slibně.

Brazilský trh byl – co se sociálních sítí týče – výjimečný tím, že se tu řadu let držela sociální síť Google: Orkut. Ale i zde Facebook nakonec zvítězil a dnes jej používá přes 60 milionů uživatelů. A ti stále častěji nakupují online. Pro tento trh je specifický právě významný vliv sociálních sítí na nákupní chování, velký podíl módy a oblečení a růst nákupů prostřednictvím m-commerce, tedy nakupování přes mobily. Vše v tomto případě nahrávalo ROI Hunteru do karet.



NÁŠ MUŽ ZA MOŘEM. Protože nebylo pro Brňáky lehké porozumět mentalitě Brazilců, našli si spolehlivého místního partnera Thiaga Meiru.

KDYŽ PARTNEŘI PRACUJÍ DVĚ HODINY DENNĚ

Přesto nebyly začátky v Brazílii snadné. „Sami bychom se do toho nemohli nikdy pustit,“ tvrdí Karel Tlusták, CEO ROI Hunteru, „bez místních kontaktů a zkušeností by to byla byznysová sebevražda.“ Díky existujícím obchodním kontaktům v Evropě a zájmu jednoho z obchodních partnerů došlo k otevření brazilské pobočky, kam brazilští partneři vložili svoje know-how, znalost místního trhu a vyškolené lidi, kteří už měli zkušenosti s Facebookem. Ani to ovšem hladký start nezaručilo.

„Problém je nejen v tom, že tamější trh je ještě relativně nezralý a agentury ani koncoví klienti nemají příliš zkušeností s technologiemi Facebooku. Tím pádem implementace trvá mnohem déle než u obdobných projektů v Evropě. Jiná je totiž i mentalita a přístup k práci – upřímně řečeno, nikdo se tam moc nepředře. Když chcete byznys posouvat rychle dopředu, může vás jejich přístup brzy frustrovat,“ komentuje Tlusták svoje zkušenosti.

V ROI Hunteru to řešili jak osobními návštěvami, tak anga-

žováním Brazilce do brněnského týmu. Spolupracovník Thiago Meira funguje stejně efektivně jako jeho čeští, slovenští či polští kolegové a tím pomáhá tlačit brazilský tým dopředu.

Problém ovšem je, když druhá strana – tedy lidé z internetových agentur – pracuje reálně tak dvě hodiny denně. To podle zkušeností týmu ROI Hunter není ani příliš velká nadsázka. Nutnou delší časovou investici však podle něj právě vyvažuje následná loajalita. Jakmile se klienty podaří přesvědčit o přínosech a o upřímné snaze pomoci jim v dosažení jejich byznysových cílů, dají důvěru. Více než v jiných zemích se pak firma může spolehnout, že klienti nebudou průběžně zkoumat nabídky konkurenčních poskytovatelů. Díky tomu lze plánovat skutečně dlouhodobě.

V současnosti se už obchody projektu ROI Hunter v Brazílii solidně rozjíždějí. Platformu využívají či testují desítky tamějších klientů. Ti představují potenciál kolem tří milionů dolarů měsíčně utracených za webovou reklamu a brněnská parta chce docílit, aby tyto peníze šly přes platformu ROI Hunter. Byznysový model společnosti je takový, že si bere čtyři až osm procent z útraty, záleží na velikosti klienta. Ambiciózním cílem brněnské firmy je stát se nejsilnějším Facebook marketing partnerem v oblasti e-commerce v Brazílii. Oprávněnost této ambice ukáže už letošní předvánoční sezona. ■

PŘÍLEŽITOSTI PRO ČESKÉ FIRMY

ZDRAVOTNICTVÍ

V Brazílii je přes 6800 nemocnic. Z toho 70 procent je soukromých a 30 procent veřejných. Celkové výdaje na zdravotnictví tvoří devět procent brazilského HDP. Plných 94 procent podniků tohoto sektoru v Brazílii jsou zahraniční firmy. Podle některých zdrojů je až 80 procent veškerých produktů používaných v brazilských nemocnicích importováno. Agentura CzechTrade pravidelně spolupřipravuje českou účast na klíčovém veletrhu Hospitalar.

TĚŽEBNÍ PRŮMYSL

Očekávané investice do tohoto sektoru v období 2012–2016 by se měly vyšplhat až na 75 miliard dolarů. V Brazílii se těží 55 druhů nerostných surovin, přičemž globálním hráčem je Brazílie zejména v těžbě niobu, železné rudy, manganu, tantalu, grafitu a bauxitu. Důraz je kladen na železnou rudu, do roku 2016 má vzrůst její produkce o 122 procent. Projekty v těžbě ropy a plynu jsou naopak zpomaleny kvůli současným problémům firmy Petrobras.

ENERGETIKA

České firmy se na brazilském trhu dobře etablovaly a výhled budoucího vývoje zůstává optimistický. Velmi podporované jsou v Brazílii zelené energie. Země má jednu z nejčistších energetických matic světa, zhruba 80 procent energie pochází z vodních elektráren. Poslední dobou se těší výrazné podpoře větrné elektrárny a fotovoltaické zdroje. Plánují se investice i do nových tepelných elektráren. Z obnovitelných zdrojů pochází polovina energetické spotřeby a do roku 2020 by měl tento podíl ještě o deset procent stoupnout.

ENVIRONMENTÁLNÍ TECHNOLOGIE

Šance jsou ve zpracování vody a tuhých odpadů a v obnovitelných zdrojích energie. Až 90 procent tuhého odpadu je sice zajištěno na skládkách, ale ty neodpovídají pravidlům a škodí životnímu prostředí. Distribuce pitné vody trpí velkými ztrátami (až 35 procent). Celkem 34 milionů Brazilců (to je téměř pětina populace) je bez rozvodu pitné vody. Polovina populace nemá přístup k systému

kanalizace. Pouhých 38 procent tekutého odpadu je zpracováváno čistíčkami odpadních vod.

ICT TECHNOLOGIE

Elektronické produkty tvoří přes desetinu českého vývozu, a ačkoli domácí spotřeba v Brazílii klesá, její potenciál je stále velký. Brazílie je pátým největším trhem telekomunikací a předpokládá se růst sedm procent ročně. Zajímavým segmentem je i oblast správy dat. Cloudové služby a aplikace získávají v poslední době v Brazílii na popularitě i na významu.

V zemi obecně dramaticky roste využití internetu a s ním spojených služeb e-commerce. Zde je pár čísel: Jde o druhý největší růst sektoru ITC na světě, obor tvoří už 4,4 procenta brazilského HDP. Brazílie je třetí v rozšíření vysokorychlostního připojení v rámci Latinské Ameriky. V roce 2013 byly příjmy z prodeje cloudových řešení 328,8 milionu dolarů. V roce 2017 je odhad 1,1 miliardy dolarů.

Brazílie se stala loni desátým největším trhem dle objemu elektronického obchodování v maloobchodu. ■

JINÁ JE MENTALITA A PŘÍSTUP K PRÁCI - UPŘÍMNĚ ŘEČENO, NIKDO SE TAM MOC NEPŘEDŘE. KDYŽ CHCETE BYZNYS POSOUVAT RYCHLE DOPŘEDU, MŮŽE VÁS JEJICH PŘÍSTUP BRZY FRUSTROVAT

ODBOBNÉ SEMINÁŘE AGENTURY CZECHTRADE

17. září, Praha UKRAJINA: SOUČASNÉ OBCHODNÍ PŘÍLEŽITOSTI A SPECIFIKA OBCHODU

Během teritoriálního semináře se dozvíte informace o aktuální situaci na ukrajinském trhu, jaké jsou tam nyní perspektivní obory a příležitosti pro český export či jak si můžete s pomocí agentury CzechTrade usnadnit vstup na ukrajinský trh. Budou zmíněny také plánované veletrhy a mise českých podnikatelů.
Cena: 1000 Kč

21. září, Praha CHYBY V PRAXI ZAHRANIČNÍHO OBCHODU

Na semináři se dozvíte, jaké bývají nejčastější chyby v celém průběhu obchodního případu. Jak v úvodní vzájemné korespondenci, v tendru, při objednávce, v koncepci nabídky, tak při stanovení ceny nebo při následné komunikaci. Seminář se zaměří také na chyby v prezentaci firmy při jednání, na veletrhu či při stanovení podmínek smlouvy.
Cena: 1000 Kč

7. října, Praha EFEKTIVNÍ VYUŽITÍ NÁSTROJŮ E-COMMERCE PLATFOREM PRO EXPORTÉRY

Díky poznatkům a praktickým ukázkám získáte zkušenosti, které vám pomohou optimálně nastavit procesy a využívání B2B platforem. Díky tomu dokážete snížit náklady spojené s obchodováním na zahraničních trzích. Svým obchodním partnerům nabídnete komfortnější služby a v neposlední řadě také minimalizujete problémy spojené s vymáháním pohledávek po splatnosti. Součástí semináře budou také reálné příklady a ukázky úspěšných exportních e-shopových řešení.
Cena: 1000 Kč

15. října, Praha JAK NEJLÉPE VYUŽÍT SOCIÁLNÍ MÉDIA PRO VÁS BUSINESS NA MAXIMUM!

Využijte individuálních konzultací tohoto semináře ke zvýšení svého úspěchu. Ten se měří v kvalitě a nadšení fanoušků. Co stojí za úspěchem sociálních sítí? Je to bublina, nebo revoluce? Sociální média jako prostor pro osobnější fungování značek.
Cena: 2200 Kč

Podrobné informace o seminářích najdete na webově adrese www.exportnivydelavani.cz nebo www.czechtrade.cz/kalendar-akci/



PRAVLAST KAUČUKU HO DNES SAMA VE VELKÉM DOVÁŽÍ

CO ZNAMENÁ PRO BRAZILSKÉ HOSPODÁŘSTVÍ LETOŠNÍ KATASTROFÁLNÍ SUCHO, PROČ MUSÍ NĚKDEJŠÍ KAUKUKOVÁ VELMOC DNES KAUKUK SAMA DOVÁŽET NEBO PROČ DO BRAZÍLIE PŘIŠLO NA TŘICET SVĚTOVÝCH AUTOMOBILEK, TO VYSVĚTLUJE ŘEDITEL ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE AGENTURY CZECHTRADE V SÃO PAULO MAREK ZMRZLÍK.

TEXT: TOMÁŠ STINGL / FOTO: CZECHTRADE, PROFIMEDIA

Které české firmy v poslední době v Brazílii bodovaly?

Zajímavé úspěchy má třeba firma GF Machinery, která dodává specifické stroje na sekání skelného vlákna. V nedávné době představil na brazilském trhu své pivo typu ale pivovar Bernard. Velký úspěch má také značka Primátor, obzvláště se svým pšeničným pivem. Dlouhodobě zde působí Crystalex nebo Preciosa a firmě Caesar Bohemia se podařily první zásilky křišťálu. Úspěch zde má také výrobce elektroniky Jablotron, dodavatel antivirových programů AVG nebo internetový projekt Shoptet. Dá se říct, že Brazílii dobyla česká nemocniční lůžka Linet. Zajímavý úspěch zaznamenávají i firmy Mmcitě s městským mobiliářem nebo DT-Výhybkárna a strojírna se speciálně vyvinutými výhybkami pro sãopaulské metro.

Brazílie je stále velmocí ve výrobě automobilů. Dodáváme tamějšímu automobilovému průmyslu?

V českém exportu do Brazílie jsou jedny z největších dodávek právě ty do automobilového odvětví. Jde ale převážně o vnitřní dovoz v rámci skupiny Volkswagen. Automobilový sektor je v Brazílii hýčkaným oborem. Pro výrobce existují úlevy na daních a stát se snaží přilákat co nejvíc světových automobilů, aby zde vyráběli. Nutno říct, že se to daří. V Brazílii působí na tři desítky světových značek a přicházejí i čínští výrobci.



Jak se vysoká konkurence promítá do cen?

Myslím, že zdejší automobilový průmysl by mohl být učebnicovou ukázkou, jak funguje trh, respektive vztah poptávky a nabídky. Přestože jsou zde různé úlevy a výhody pro výrobce aut, ceny vozů jsou nesrovnatelně vyšší než v Evropě. A to často u modelů, které už v Evropě ani nejsou v prodeji. Souvisí to s nedostatečnou brazilskou dopravní infrastrukturou. Pro pohodlný a spolehlivý pohyb po brazilském městě je potřeba auto, proto se každý snaží si ho pořídit. Poptávka je tedy obrovská a dovolí zvednout ceny aut velmi vysoko. Že cenu určuje místní poptávka, potvrzuje skutečnost, že stejný vůz vyrobený v Brazílii se

VÝROBA NA MÍSTĚ. V Brazílii vyrábí už třicet světových automobilových značek, uvádí Marek Zmrzlík.

ší divadlo Latinské Ameriky), je nyní z velké části dovážen. Mimochodem jde o jeden z nejzmiňovanějších případů průmyslové špionáže. Dle statistik pokrývá brazilská produkce kaučuku už pouze 35 procent místní poptávky a jen zhruba jedno procento světové výroby. Ta za poslední čtvrtstoletí vzrostla téměř desetkrát. Domácí produkce roste pomaleji než poptávka a tím se zvětšuje prostor pro dovoz. Drtivá většina kaučuku se používá na výrobu pneumatik. To je také důsledkem zmiňovaného růstu automobilového průmyslu. Stát se snaží zabránit přílivu levných a nekvalitních čínských pneumatik. Láká proto do Brazílie nové světové producenty pneumatik. Ti zde kupodivu dlouhou dobu neměli vlastní výrobu. Donedávna se zde ještě vyráběly pouze konvenční pneumatiky. Nyní se přechází na pneumatiky radiální, které pro výrobu potřebují více gumy. Očekává se proto, že dovoz kaučuku bude ještě stoupat.

Brazílii letos zasáhla stejně jako Evropu katastrofální sucha. Jaké to má důsledky pro ekonomiku? A když se na to podíváme trochu cynicky, otevřou se nové příležitosti pro české dodavatele vodohospodářské techniky?

Dopady sucha na brazilskou ekonomiku jsou velké, a to nejen kvůli nedostatku pitné vody a snížení zemědělské produkce, ale i kvůli nedostatku elektrické energie. Zhruba tři čtvrtiny energie totiž pocházejí právě z vodních elektráren. Například ztráty HDP



NEDOSTATEK. Sběr přírodního kaučuku v Amazonii už zdaleka nepostačuje, kvůli výrobě pneumatik proto musí Brazílie rozsáhle dovážet kaučuk syntetický.

spektiva může být právě i v těch méně rozvinutých, protože tam mnoho věcí chybí a i vlada se snaží podpořit tyto regiony různými programy na podporu obchodu. Jde o daňové úlevy, širokou škálu pobídek nebo vytváření bezcelních zón. Jednotlivé státy si konkurují i daňovou politikou, kdy nabízejí při dovozu různé daně.

Nakolik se při obchodním jednání projevuje odlišná mentalita a temperament Brazilců?

Myslím, že odlišnosti nejsou tak výrazné. Nedá se to srovnat například s asijským nebo arabským světem. Koneckonců Brazílie byla kolonizována Evropany. Je zde ale také silný vliv africké kultury v důsledku otrokářství a počátkem 20. století přišla silná imigrační vlna z Japonska. Nicméně nemyslím si, že by tyto neevropské kultury měly výrazný vliv například na podobu obchodního jednání.

Co tedy na obchodní schůzce čekat?

Brazilci jsou velmi hraví, komunikativní a jednání se mohou protáhnout na hodně dlouho. Nejsou příliš vybaveni jazykově, takže pro vstup do Brazílie by si firma měla zajistit někoho se znalostí portugalštiny. Jako všude v Latinské Americe i tady působí jistá laxnost. Zařizovat věci vyžaduje hodně času a trpělivosti. Nepříjemné pro obchod je, že Brazilci neumějí říct ne, takže odmítnutí spíš vytušíte nebo vyplyne časem. Obecně vyžaduje obchodování s Brazilci vysokou schopnost improvizace, hodně trpělivosti a občas i pevných nervů. Často firmám říkám, že pro region potřebují „bojovníky“, kteří vydrží a nevzdají boj po prvních nezdarech. Odměna v podobě získání tak velkého trhu se vyplatí. ■

regionu São Paulo, který tvoří téměř třetinu brazilského hospodářství, se za minulý půlrok odhadují až na dvě procenta. Brazílie se navíc potýká s problémy v oblasti zpracování vody dlouhodobě. Nyní s nastalou situací hledá nová řešení pro recyklaci vody a čištění odpadních vod. Navíc se mohou otevřít dveře i pro výstavbu nových tepelných elektráren, s nimiž mají Češi bohaté zkušenosti. V Brazílii už stojí dvě, na kterých se podílely české firmy. Ovšem tento zdroj není příliš oblíbený a Brazílie preferuje spíše zelenější energie, jako jsou vítr a slunce. Ale i v těchto sektorech máme zajímavé technologie.

Jsou ještě k máni nějaké zakázky při přípravě letní olympiády, která se bude konat příští rok v Riu de Janeiro? A nakolik přípravu ovlivňuje rozčarování Brazilců z loňského fotbalového mistrovství světa?

Budme realisty – vstoupit do velkých projektů v rámci olympijských her je již velmi málo pravděpodobné.

Co se týče loňského fotbalového šampionátu, mnoho projektů se nestihlo a potenciál pro investice nebyl využit příliš efektivně. To silně pobouřilo velkou část společnosti, která chce zejména investice do zdravotnictví, vzdělání a bezpečnosti. Samotný šampionát byl však zorganizován velmi dobře a byl považován celkem za úspěch.

Už jste zmínil relativně velkou celní bariéru, kterou je Brazílie pověstná. S čím musí zahraniční dovezce počítat?

Celní zatížení je vysoké a systém daní a cel velmi komplikovaný. Lze počítat zhruba se zatížením 60 až 80 procent. Konečná cena produktu bývá oproti Česku až dvojnásobná či trojnásobná. Je nutno ale dodat, že podobnému problému čelí všichni dovezci a samotní místní producenti zde musejí celou řadu daní platit také, takže tato překážka nemusí být nutně diskvalifikující. Navíc místní výrobní technologie nebývají vždy tak efektiv-

ni a místní ochrana pracovníků často výrobu velmi prodražuje.

Mezi další překážky patří například certifikace, zejména u zdravotnických, potravinářských či farmaceutických výrobků. V současné době se také projevuje vliv slábnoucí brazilské měny, kdy dovozy jsou pro Brazilce dražší.

Obrovskou Brazílii tvoří 27 států. Které regiony jsou nejlepší pro obchod?

Do osmi států soustředěných zejména na bohatém jihu a jihovýchodě federace je koncentrováno 78 procent HDP. Jde především o region São Paulo se 42 miliony obyvatel, o Rio de Janeiro s 16 miliony a Minas Gerais s 20 miliony obyvatel. Naopak desítky států severu a severovýchodu tvoří dohromady pouze 5,3 procenta HDP. Těžko ale říct, které jsou pro obchod nejlepší, protože velmi záleží na typu zboží, jež chcete nabídnout. Z výše uvedeného je vidět nejsilnější a nejdynamičtější regiony, avšak per-

PRO POKROK POKYB PO BRAZILSKÉM MĚSTĚ JE POTŘEBA AUTO. POPTÁVKA JE PROTO OBROVSKÁ A DOVOLÍ ZVEDNOUT CENY AUT VELMI VYSOKO

KONTAKT DO BRAZÍLIE

S žádostí o pomoc při vstupu na brazilský trh se můžete obrátit na zahraniční kancelář agentury CzechTrade v São Paulu. E-maily jsou marek.zmrzlik@czechtrade.cz nebo alex.ivanco@czechtrade.cz. ■

ŠPATNÁ DOPRAVA BRZDÍ ZEMI, RŮST MÁ ŽELEZNICE I METRO

MĚSTA VĚČNĚ ZABLOKOVANÁ SILNIČNÍMI ZÁCPAMI A MNOHDE ZOUFALE PŘETÍŽENÉ SILNICE. TO JSOU TYPICKÉ OBRÁZKY ŠPATNÉ DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURY, KTERÁ BRZDÍ ROZVOJ BRAZILSKÉ EKONOMIKY. VLÁDA PROTO NACHYSTALA ROZSÁHLÉ INVESTICE DO ŽELEZNIC ČI MĚSTSKÉ DOPRAVY.

TEXT: REDAKCE / FOTO: PROFIMEDIA

Infrastruktura je dlouhodobě Achillovou patou brazilské ekonomiky. Prodražuje místní produkci a dělá ji tak hůře konkurenceschopnou. Často je to zahrnováno do zaběhnutého pojmu „custo do Brasil“ – brazilské náklady, které komplikují brazilskou výrobu. Mezi tyto nepříjemné náklady patří vedle špatné infrastruktury také složitá administrativa, vysoké daňové zatížení a nedostatek kvalifikované pracovní síly.

ČESKÉ VÝHYBKY PRO METRO V SÃO PAULO

Brazílie si uvědomuje důležitou roli infrastruktury a chce do ní investovat. Existují i různé bilaterální projekty se sousedními státy na posílení ekonomické efektivity celého regionu. Kvůli špatné infrastruktuře jsou zde logistické náklady mnohonásobně vyšší než v Evropě či USA, a místní výroba tak špatně konkuruje zahraniční produkci. Logistika v Brazílii není dostatečně rozvinutá, země disponuje pouze patnáctinou logistického zázemí v porovnání s USA, z toho pouze dvacet procent lze označit za moderní.

„Vstup českých firem do rozvoje infrastruktury je možný, ale velmi náročný. Objevily se i firmy, kterým se podařilo uspět v oblasti projektování, ale to je spíše výjimečné,“ říká ředitel zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v São Paulu Marek Zmrzlík. Skvělým úspěchem je určité působení společnosti DT – Výhybkárna a strojírna, která dodala výhybky pro metro v São Paulu. Za zmínku stojí i úspěšné působení zlínské firmy Mmcitě, která svým originálním designem městského mobiliáře ozdobila mnoho brazilských měst.

SILNIČNÍ LOBBY BRÁNILA ROZVOJI ŽELEZNICE, TO SE TEĎ MÁ ZMĚNIT

Zajímavou perspektivou je oblast železnic, vlaků a tramvají,



o nichž se mluví jako o alternativním řešení městského provozu, který je v mnoha lokalitách problémem. „Brazílie byla od 19. století průkopníkem železniční dopravy,

bohužel však od 60. let byl tento sektor značně upozádněn a v zemi se prosadila silná silniční lobby, která nedala kolejovým vozidlům tolik prostoru,“ říká Marek Zmrzlík.

ZAKÁZKA PRO METRO.

Extremně vytižené podzemní dráze v dvacetimilionové megapoli São Paulo dodala materiál i česká společnost DT – Výhybkárna a strojírna.

Nyní se však postoj brazilské vlády změnil a Brazílie chce svou železniční síť rozšířit. Pro dokreslení, brazilská železniční síť je zatím jen třikrát větší než ta česká, přitom Brazílie je zhruba 110krát větší než Česká republika. V současnosti existuje řada projektů a čas ukáže, co se podaří zrealizovat. Brazílie je však vyhlášena svou ochránářskou politikou a snahou přesvědčit firmy, aby vyráběly v Brazílii, pak je možné získat i různé úlevy či pobídky. Chce-li česká firma v tomto sektoru působit a dodávat například větší a sofistikovanější výrobky, měla by zvažovat možnost nějakým způsobem vyrábět v Brazílii. Nicméně sektor železnic je z dlouhodobého pohledu také zajímavou příležitostí pro české výrobce a subdodavatele. Městská doprava zůstává velkým problémem a jsou požadována různá řešení smart cities pro urychlení a zefektivnění pohybu ve městech.

„Agentura CzechTrade se pravidelně účastní důležitého veletrhu Negocio nos Trilhos, který se koná v listopadu a kde lze najít zakázky z oblasti rozvoje infrastruktury,“ upozorňuje Marek Zmrzlík.

Více informací najdete na adrese www.czechtrade.cz/kalendar-akci. ■

BRAZILSKÁ ŽELEZNIČNÍ SÍŤ JE ZATÍM JEN TŘIKRÁT VĚTŠÍ NEŽ TA ČESKÁ, PŘITOM BRAZÍLIE JE ZHRUBA 110KRÁT TAK VELKÁ JAKO ČESKÁ REPUBLIKA

OBCHODNÍ DESATERO PRO BRAZÍLI



1. PŘIJĎTE PŘESNĚ, ALE TOLERUJTE ZPOŽDĚNÍ

Ríká se, že Brazilci spěchají jen na fotbal nebo na karneval. Obrňte se proto trpělivostí a mějte pro všechny případy vždy velkou časovou rezervu. Od vás se v každém případě očekává dochvilnost.

2. ZAČNĚTE NEFORMÁLNĚ

Stejně lehce jako ovládají míč při fotbale, Brazilci lehce a hravě obchodují. Už při prvním kontaktu jsou bezprostřední a velmi přátelští. Zkuste se jim proto přizpůsobit. Nespěchejte a živě se zajímejte o věci, které s obchodem zdánlivě nesouvisejí. Naučte se třeba jména jejich fotbalových hráčů.

3. NEPODCEŇTE MÍSTNÍ OBCHODNÍKY

Rozhodně brazilské byznysmeny nepodceňujte. I přes srdečnost a otevřenost jsou v byznysu seriózní a dobře rozlišují kvalitu výrobků.

4. MLUVTE PORTUGALSKY NEBO ANGLICKY

Pokud mluvíte portugalsky, máte zásadní výhodu. Pokud ne, mnohem lépe než španělština je akceptována angličtina.

5. ELEGANTNĚ SE UPRAVTE

Vystupujte příjemně a sebevědomě a dbejte na formální znaky, jako je oděv nebo způsob vyjadřování.

Vedle obsahu jednání si připravte i případný scénář a způsob vlastní prezentace.

6. ZAJDĚTE S PARTNEREM NA JÍDLO

Jednání často probíhá při společném obědě či večeři. Pozvání neodmítejte.

7. PŘINESTE POZORNOST

Překvapte svého obchodního partnera drobnou pozorností, v Brazílii se to sluší a partner to ocení.

8. NABÍDKU SMĚRUJTE PŘÍMO MAJITELI

Důležitou roli hraje hierarchie uvnitř společnosti. I o méně důležitých věcech často

rozhoduje jen úzká skupina vedení, respektive majitel.

9. NEKRITIZUJTE BYROKRACII

Brazílie trpí řadou problémů, jako je korupce nebo složitá a neefektivní byrokracie. Je dobré se na tyto komplikace připravit, ale rozhodně není vhodné je před Brazilci kritizovat.

10. POZVĚTE OBCHODNÍHO PARTNERA NA NÁVŠTĚVU

Dlouhodobě pečujte o osobní vztahy. Po vstupním jednání – třeba na oborovém veletrhu – je nutno partnery aspoň jednou navštívit a pozvat je také na prohlídku svého podniku. ■



BROUČEK. Ikonou mexického automobilového průmyslu je legendární Volkswagen Brouk, který lze vidět v Mexico City v nejrůznějších bizarních provedeních a barvách.

Z MEXIKA JE AUTOMOBILOVÉ ELDORÁDO

V LOŇSKÉM ROCE SE MEXIKO STALO NEJVĚTŠÍM VÝROBCEM AUT V LATINSKOAMERICKÉM REGIONU, KDYŽ VYROBILO REKORDNÍCH 3,3 MILIONU VOZŮ. SUBDODÁVKY ZAJIŠTŮJÍ TAKÉ ČESKÉ FIRMY. MEXIKO SE I DÍKY TOMU STALO NEJVĚTŠÍM OBCHODNÍM PARTNEREM ČESKÉ REPUBLIKY V CELÉ OBLASTI.

TEXT: MIROSLAV MANĎÁK, VEDOUcí ZAHRAŇIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE V MEXICO CITY / FOTO: PROFIMEDIA

Mexiko se za posledních několik let stalo nejvýznamnějším obchodním partnerem České republiky v Latinské Americe. Brazílii, se kterou byla úroveň obchodní výměny v minulosti nejvyšší, dnes Mexiko překonává víc než dvojnásobně. Důvodem je dlouhodobě stabilní ekonomická a politická situace země, velké investice do infrastruktury, příliv přímých zahraničních investic, udržení jedné z vedoucích pozic v žebříčku nejotevřenějších

ekonomik světa a v neposlední řadě zvýšení kupní síly mexického obyvatelstva. Mexiko se tak pozvolna vrací do pozice oblíbené exportní destinace pro české podniky, kterou bylo před rokem 1989.

Stabilní ekonomická a politická situace v zemi souvisí s ekonomickými reformami z 90. let dvacátého století a s nástupem nových politických uskupení na scéně po roce 2000. V tomto roce ztratila svoji vůdčí roli strana PRI, která

v Mexiku vládla 70 let. Nová politická elita nastolila nový kurz země směřující k podpoře zahraničních investic, otevřenosti ekonomiky vůči třetím zemím a modernizaci průmyslového a obchodního systému.

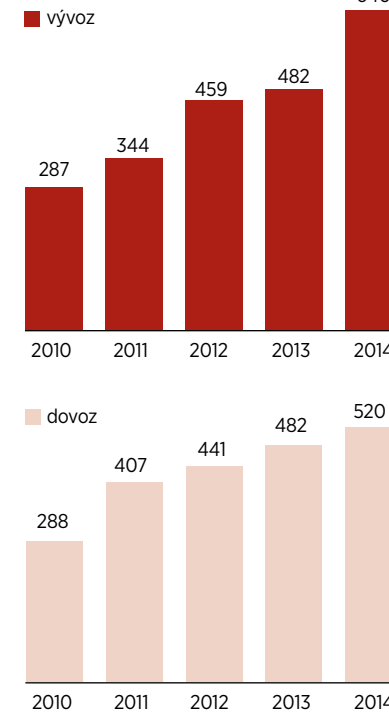
Strana PRI vyhrála opět volby v roce 2012 a pokračovala v kurzu nastaveném svými předchůdci. Vedle udržení pozitivního ekonomického vývoje navíc nový prezident Enrique Peña Nieto vyhlásil řadu

reform. Ty mohou pomoci Mexiku k tomu, aby se ještě víc otevřelo světu a zlepšilo fungování celého státního systému. Mezi nejvýznamnější patří reformy energetiky, daňového systému, telekomunikací a zákoníku práce.

LETIŠTĚ V MEXICO CITY VYROSTE O ČTYŘI TISÍCE HEKTARŮ

Pro zvýšení konkurenceschopnosti Mexika bylo potřeba velkých

Obchod ČR s Mexikem (v milionech dolarů)



Zdroj: ČSÚ

investic do infrastruktury. Tyto investice pokračují do dneška i přesto, že již bylo hodně práce dokončeno. Týkají se budování a opravy dálnic, přístavů, letišť, distribuce elektrické energie, městských dopravních systémů, budování průmyslových parků nebo výstavby železniční sítě. Mezi nejvýznamnější aktuální projekty patří rozšíření letiště v Mexico City o 4430 hektarů. Projekt v hodnotě 9,2 miliardy dolarů by měl být dokončen v roce 2018.

Významným motorem mexické ekonomiky jsou přímé zahraniční investice. Atraktivita Mexika je dána především strategickým umístěním země, řadou dohod o volném obchodu, dobrým dodavatelským zázemím pro investory, kvalitní pracovní silou a podpůrnými programy pocházejícími ze státního sektoru.

Z geografického pohledu Mexiko nabízí především možnost významně se přiblížit Spojeným státům americkým a Kanadě, se kterými je v uskupení NAFTA. Kromě Severní Ameriky však skýtá i přístup k Latinské Americe a tržím východní Asie. V kombinaci s počtem dohod o volném obchodu se jedná o ideální místo pro lokalizaci výroby nebo obchodního centra firem. Dodavatelské zázemí vychází z množství surovin



těžených přímo v Mexiku a také z mexického vzdělávacího systému, který se soustředí především na technické obory. Programů na podporu investic je celá řada a liší se lokálně, podle oborového zaměření firmy a podle dalších kritérií. V Mexiku je možné mít provozovnu nebo výrobní továrnu, aniž by bylo potřeba zakládat firmu nebo využívat daňových úlev určených pro podporu exportu z Mexika.

REKORDMAN V DOHODÁCH O VOLNÉM OBCHODU

Mexiko je druhou zemí na světě podle počtu států, se kterými má uzavřenou dohodu o volném obchodu. Takovou smlouvu má i s Evropskou unií a její platnost se vztahuje také na výrobky pocházející z České republiky. To může značně usnadnit vývoz z Česka do Mexika.

Ulehčení vývozu se týká jak finanční stránky, tak oproštění od některých byrokratických úkonů. I přesto je dobré věnovat logisti-

ce příslušnou pozornost. Právě průchod mexickou celnicí bývá pro české exportéry problematický. V Mexiku je třeba, aby si dovozní společnost vždy kontrahovala místního celního agenta. Ten jako jediný může za firmu vyjednat s celními úřady. S ním by si firma měla s dostatečným předstihem potvrdit všechny dokumenty a jejich přesné znění, pokud nechce riskovat zadržení v přístavu nebo na letišti. V případě sebemenších nesrovnalostí postupuje mexická celnice velmi tvrdě a nekompromisně. Každé zdržení na celnici pak stojí peníze, prodlužuje se čas dodání, v některých případech může dojít až ke znehodnocení zboží.

U MASA ČI MLÉKA MŮŽE TRVAT SCHVÁLENÍ DOVOZU I NĚKOLIK LET

S dovozem souvisí i nutnost zajistit příslušné certifikace a mít povolení či zkoušky. V některých případech, jako jsou dovoz masa

nebo mléka, je proces získání povolení k dovozu velmi komplikovaný a může trvat až několik let. Obecně se jedná o konkurenční zboží z ciziny, kdy výrobky Mexiko samo produkuje, nebo o produkty, které jsou považovány za nebezpečné, a je proto snaha zamezit jejich vstupu na trh.

V souvislosti se zlepšující se ekonomickou situací země a rostoucím průmyslem se zvyšuje i koupěschopnost místního obyvatelstva. Mexiko představuje už víc než 120 milionů obyvatel, kteří jsou rozvrstveni do různých sociálních skupin. Nejvíce se projevuje zlepšení ekonomiky ve velkých městech. Vedle Mexico City se jedná o Guadalajara a Monterrey, kde se zvyšuje životní úroveň a roste střední a vyšší třída obyvatel. Začíná se proto silněji prosazovat trh s luxusním zbožím, který v roce 2014 dosáhl hodnoty 14 miliard dolarů a do konce příštího roku by měl narůst o dalších patnáct procent.

MEXICKÁ ASOCIACE AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU OČEKÁVÁ RŮST VÝROBY AUT DO ROKU 2020 NA ÚROVEŇ 4,4 MILIONU VOZŮ A POSUN NA POZICI ČTVRTÉHO NEJVĚTŠÍHO SVĚTOVÉHO PRODUCENTA



BOTY PRO ŠVIHÁKY.
Obchod v severomexickém městě Parras mohl díky roustoucí životní úrovni obyvatel s úspěchem nabídnout luxusní kovbojské boty.

DVANÁCT MILIARD NA NOVÉ AUTOVÝROBNY

Ekonomicky nejvýznamnějším odvětvím je pro Mexiko automobilový průmysl, který tvoří 17 procent z výrobního HDP, tři procenta z celkového HDP a zajišťuje 15 procent pracovních míst ze zaměstnanosti země. Jedná se o sektor, který zaznamenává dlouhodobý růst, a to především díky přímým zahraničním investicím, které v letech 2010 až 2013 dosáhly výše 12,2 miliardy dolarů. Zahrnují 12 nových továren a 17 projektů na rozšíření stávajících výrobních areálů.

V loňském roce se Mexiko stalo největším výrobcem automobilů v Latinské Americe s objemem produkce 3,3 milionu vozů. Ve srovnání s Brazílií, která zaznamenala propad ve výrobě o více než patnáct procent, se vyrobilo o 200 tisíc vozů

více. Ve světovém měřítku se Mexiko řadí na sedmé místo s podílem 3,6 procenta produkce a zároveň na čtvrté místo podle objemu vývozu. Ten loni představoval 84 procent z celkové výroby. Mexická asociace automobilového průmyslu očekává růst výroby aut do roku 2020 o 27 procent na úroveň 4,4 milionu vozů a posun na pozici čtvrtého největšího světového producenta.

Z pohledu českých firem jsou v tomto sektoru nejzajímavější subdodávky automobilkám. V současné době se Mexiko řadí na páté místo ve výrobě autodílů a na šesté místo v exportu autodílů na světě. Forma dodávek autodílů do Mexika z České republiky je různá. Počínaje přímými investicemi a zahájením výroby v Mexiku nebo založením obchodní kanceláře, případně skladu, přes dovoz zboží z ČR až po vnitropodniko-

vé dodávky, které se týkají koncernu VW a Škody.

KRIMINALITA SE TÝKÁ HLAVNĚ CHUDÝCH OBLASTÍ

V souvislosti s Mexikem se často zmiňuje vysoká úroveň kriminality, spojovaná především s drogovými kartely. Je to téma, které se řeší uvnitř země i na mezinárodní úrovni. Poslední zprávou, jež proletěla světovými médii, byl útěk jednoho z nejhledanějších vůdců drogových kartelů, El Chapa. I přesto zůstává skutečností, že problematické situace vznikají převážně v odlehlejších a chudších částech Mexika. Místní vláda podniká řadu aktivit pro zlepšení poměrů v těchto regionech a dbá, aby se stav nezhoršil v průmyslovějších a turističtějších oblastech. V loňském roce byla dokonce mexická

vláda oceněna za úspěchy v boji proti organizovanému zločinu mezinárodní policejní organizací Interpol. Z pohledu českých občanů a firem je důležité, že v hlavních turistických destinacích a průmyslových oblastech je situace relativně bezpečná. Svědčí o tom vysoká míra cestovního ruchu v Mexiku i příliv zahraničních investic.

Mexiko je dnes velmi atraktivní zemí pro české exportéry i investory napříč obory. Kromě uvedeného automobilového průmyslu se jedná o energetiku, environmentální technologie, těžební průmysl, potravinářský průmysl, strojírenství nebo letecký průmysl. Věřím ale, že potenciál Mexika jako vývozní a investiční destinace není zdaleka objeven a může nabídnout českým firmám alternativu k jiným zemím, které procházejí složitějším obdobím. I přes některé rizikové faktory, jakými jsou vysoká byrokracie na celnicích, agresivní konkurence nebo bezpečnostní situace, považuji Mexiko za jednu z ideálních cílových zemí pro vývoz z České republiky i pro možné investice výrobního nebo obchodního charakteru. ■

ZAČÍNÁ SE SILNĚJI PROSAZOVAT TRH S LUXUSNÍM ZBOŽÍM, KTERÝ V ROCE 2014 DOSÁHL HODNOTY 14 MILIARD DOLARŮ A DO KONCE PŘÍŠTÍHO ROKU BY MĚL NARŮST O DALŠÍCH 15 PROCENT

800 521 521
www.kb.cz

JSME SOUČÁSTÍ VAŠEHO PODNIKÁNÍ

KB - SPOLEHLIVÝ PARTNER EXPORTÉRŮ A IMPORTÉRŮ

- široká nabídka produktů a služeb
- ošetření obchodních a kurzových rizik
- komplexní řešení na míru

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ



PODPORUJEME VZDĚLÁVÁNÍ NOVÝCH TECHNIKŮ

STÁT SPOUŠTÍ NOVÉ AKCE NA PODPORU TECHNICKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ. PODNIKATELÉ SE ZASE MOHOU TĚŠIT NA MILIARDOVY V NOVĚ SPUŠTĚNÝCH DOTAČNÍCH PROGRAMECH. TO JSOU NĚKTERÉ NOVINKY, KTERÉ U PŘÍLEŽITOSTI BLÍŽÍCÍHO SE MEZINÁRODNÍHO STROJÍRENSKÉHO VELETRHU V BRNĚ SDĚLIL MINISTR PRŮMYSLU A OBCHODU JAN MLÁDEK.

TEXT: REDAKCE / FOTO: MPO, JIŘÍ KOŤÁTKO

Chystá ministerstvo nějaké nové programy či akce na podporu strojírenství?

Podporujeme podnikání formou operačních programů i dalších nástrojů. Operační program Podnikání a inovace (OPPI) je podle aktuálních statistik neefektivněji čerpaným tematickým programem v Česku. Dosud přispěl na rozvoj českých firem částkou 75 miliard korun. Cílem pro letošní rok je kompletní vyčerpání prostředků alokovaných v Evropském fondu pro regionální rozvoj a proplacení zhruba 23 miliard korun českým podnikatelům. Jsem velmi rád, že se nám podařilo nastavit fungující proces, díky kterému máme nejvyšší úspěšnost čerpání ze všech operačních programů. Prioritou ministerstva je dočerpání alokované finanční prostředky včas a v plné výši.

Kolik peněz letos čeká v programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost?

Pro letošek je v tomto programu pro firmy celkově připraveno 120 miliard korun. Spustili jsme ho 1. června a k tomuto účelu jsme připravili 15 konkrétních výzev. Pevně věřím, že stejně úspěšní jako při přípravě tohoto operačního programu budeme i při jeho samotném čerpání, které doufám započne ještě tento rok.

Také se připravuje první výzva programu na podporu výzkumu a vývoje s názvem Trio, který byl schválen usnesením vlády. Program Trio bude vypsan v letech 2016 až 2021 a podpoří podnikatele částkou 3,7 miliardy korun.

Letos je rok technického vzdělávání, akutní nedostatek technických odborníků přitom pocítuje nejvíce právě strojírenství. Jak podporujete výchovu nové generace techniků?

Je nutné zkvalitnit celý systém počátečního vzdělávání. Problém má totiž své kořeny už na základních školách, kde je třeba změnit často negativní vztah mladé generace k matematice, přírodním vědám, technickým oborům a řemeslům. Pro nalezení správného kurzu v technickém vzdělávání na regionální, ale i národní úrovni mají velký význam takzvané sektorové dohody. Ty promítají do oblasti technického vzdělávání přímo představy zaměstnavatelů. Sektorové dohody pro strojírenství v Jihočeském kraji a v Královéhradeckém kraji již nějakou dobu fungují. Na jaře byla podepsána sektorová dohoda pro odvětví chemie.

Co popularizace techniky na úrovni středních škol?

Ministerstvo průmyslu a obchodu mělo své zástupce v právě končícím projektu Pospolu, který definoval jasná legislativní a další opatření pro odstranění bariér a zvýšení efektivity systému odborného středoškolského vzdělávání. Zejména šlo o vytvoření lepších podmínek pro spolupráci středních odborných škol a učilišť se zaměstnavateli. Také podporujeme různé soutěže a přehlídky zaměřené na propagaci technického a odborného vzdělávání. Například jde o soutěž mladých strojařů v programování CNC obráběcích strojů, která probíhá v rámci brněnského Mezinárodního strojírenského veletrhu. Podporu-



OD ZAČÁTKU. Už na základních školách je třeba změnit často negativní vztah mladé generace k přírodním vědám, technickým oborům a řemeslům, míní ministr Jan Mládek.

jeme také přehlídku České ručičky, jejímž cílem je popularizace učňovského školství, či letos poprvé také anketu Zlatý Ámos. Tam si svoji premiéru odbyla cena Matematický Ámos, kterou jsem osobně předal. Od ledna loňského roku také mohou zaměstnavatelé uplatňovat daňové úlevy pro firmy, které se zapojují do odborného vzdělávání žáků a studentů. Tyto daňové úlevy vznikly ve spolupráci ministerstva průmyslu a obchodu, zaměstnavatelů, zástupců vysokých škol, ministerstva školství,

mládeže a tělovýchovy a ministerstva financí.

České strojírenství je nyní znovu v dobré kondici, ovšem stále je ekonomika dost jednostranně spojena s automobilovým průmyslem. Co ostatní strojírenské obory?

Odhlédneme-li od výroby automobilů, již tradičně největší podíl na tržbách zaujímají tři velmi široké skupiny výroby s relativně vysokou přidanou hodnotou. Jde o výrobu strojů pro všeobecné účely, jako jsou



RUKAMA. Učiliště v současné době navštěvuje asi 128 tisíc žáků, což je zhruba čtvrtina všech středoškoláků v České republice.

pece a hořáky pro topeniště, zdvihací a manipulační zařízení nebo průmyslová chladicí a klimatizační zařízení. Jasně prvenství v celém oddílu výroby strojů a zařízení zaujímá výroba průmyslových chladicích a klimatizačních zařízení. Další skupinou, jejíž podíl na tržbách se každoročně liší zpravidla v řádech jednotek procent, je výroba strojů pro speciální účely, tedy například zařízení pro metalurgii, těžní a stavební stroje či stroje pro potravinářský, sklářský a textilní průmysl. Třetí důležitou skupinou je výroba motorů, turbín, hydraulických a pneumatických zařízení, kompresorů, potrubních armatur či ložisek. Hlavní směry, kterými se strojírenské obory v současnosti ubírají, jsou dány snahou o snižování energetické náročnosti, využívání pokročilých materiálů a technologií a současně snahou o zachování životního prostředí.

V devadesátých letech společenská atmosféra v ČR příliš nepodporovala rozvoj výroby zbraní a obranných systémů. Nyní zažívá český obranný průmysl renesanci. Jak může stát tomuto odvětví pomoci?

Vláda České republiky schválila v srpnu 2013 Strategii vztahu státu a obranného a bezpečnostního průmyslu České republiky, kde

jsou formulovány směry podpory tohoto sektoru ze strany českého státu. Obecně platí, že v současnosti, kdy je převážná část průmyslových podniků v soukromých rukou, je pomoc státu těmto podnikům přesně stanovena zákonem. Existuje řada možností, kterými stát poskytuje podporu, ať se jedná o podporu zaměstnanosti, výzkumu, vývoje a inovací, podporu investic a dalších. Nikdy však nemohou být podpory zaměřeny pouze na konkrétní obor nebo odvětví. Ministerstvo průmyslu a obchodu systematicky nesleduje dodavatelско-odběratelské vztahy jednotlivých podniků. Velmi často se jedná o obchodní tajemství firem, ani nejsou k dispozici statistické údaje reflektující tyto vztahy mezi obory nebo odvětvími.

Zemí, která bude mít na letošním Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně speciální postavení,

je Korejská republika. To je velmi silný investor v ČR. Jaké jsou kroky, které by mohly zvýšit obchod i opačným směrem, tedy vývoz českého zboží do Koreje?

Export do Koreje zaznamenal za posledních patnáct let exponenciální růst. V roce 1999 představoval jen necelých 12 milionů dolarů, loni již překročila hodnota vývozu částku 600 milionů dolarů, byla tedy padesátinásobná. Vzhledem k tomu, že Jižní Korea má zhruba padesát milionů obyvatel, je pro nás ovšem i další potenciál k růstu stále veliký. Je však třeba si uvědomit, že korejský trh je velice rozvinutý a v několika odvětvích je v čele světového vývoje. Pro české exportní portfolio představuje jednak enormně silné konkurenční prostředí, ale současně i jisté šance, zejména pro naše typicky kvalitní obory. A to přitom v roce 1960 patřila Jižní Korea k nejhudším státům světa.

Jaké strojírenské výrobky tam už úspěšně vyvážíme?

Podíváme-li se na skladbu našeho vývozu za poslední roky, dominují mu například reaktory, kotle, mechanické přístroje a nástroje, optická, lékařská a chirurgická zařízení, dále plasty a naše tradiční silná exportní karta – vozidla, lokomotivy a také další dopravní mechanizace. Naše nabídka tedy poměrně solidně koreluje s produkcí Koreje, která stojí zejména na strojírenském, automobilovém, textilním, chemickém a elektrotechnickém odvětví. I to bylo jistě důvodem významného oživení našich obchodních vztahů. Od Jižní Koreje se můžeme v mnohém učit, ovšem máme rovněž také co nabídnout. Ona zmíněná komplementarita našim vzájemným vztahům napomáhá. I samy investice korejských partnerů v ČR mají přímý dopad na optimistický výhled našeho vývozu. ■

PRO LETOŠEK JE V PROGRAMU PODNIKÁNÍ A INOVACE PRO KONKURENCESCHOPNOST CELKOVĚ PRO FIRMY PŘIPRAVENO 120 MILIARD KORUN

PŘIPOUTEJTE SE, STARTUJEME

ČESKÝ LETECKÝ PRŮMYSL A PŘIDRUŽENÁ STROJÍRENSKÁ ODVĚTVÍ SE PO KRIZI V MINULÝCH LETECH DOSTÁVAJÍ ZNOVU DO OBRÁTEK. MEZI NEJSLIBNĚJŠÍ PROJEKTY PATŘÍ VÝVOJ NOVÉHO DOPRAVNÍHO LETOUNU SPOLEČNOSTI EVEKTOR, MODERNIZACE STROJE L 410 NEBO PLÁNOVANÝ NÁVRAT LEGENDÁRNÍHO VĚTRONĚ BLANÍK.

TEXT: ANNA ULJAČENKOVÁ / FOTO: UGMK HOLDING

Domácí letecký průmysl zažívá v posledních letech oživení a comeback na světovou scénu. Podle prezidenta Asociace leteckých výrobců ČR Josefa Kašpara je Česko momentálně na osmém místě na světě mezi leteckými exportéry. Asociace je největším českým sdružením se zaměřením na letectví. Jejich 37 členů generuje roční obrát 17 miliard korun a představuje zhruba osm tisíc pracovních míst.

Leteckým průmyslem se na českém trhu zabývají celkově desítky firem. Ve výrobě letadel typu ultralight je pak Česko světovou velmocí. Mimořádné postavení má i ve výrobě leteckých motorů. Pražské Letňany jsou vedle Spojených států jediným místem na světě, kde americká společnost General Electric Aviation vyvíjí letecké motory.

Zahraniční investoři, kteří do oboru vstupují, jsou převážně ruští či američtí. Z tuzemských hráčů se na návratu bývalé slávy českého letectví podílí česko-slovenská skupina Penta.

Bohatou zkušenost s pojištěním leteckých dodávek má i státní Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP), která je už přes 20 let spojená s podporou nejvýznamnějších i méně známých českých leteckých dodávek. Mezi zajímavé obchodní případy v podpoře netradičních českých letadel (typu L 39, L 159 a L 410) patří pojištění předexportního úvěru na výrobu malých sportovních letadel Sport Cruiser z dílny úspěšného mladého kunovického výrobce – společnosti Czech Sport Aircraft. Více než 200 těchto letadel se po roce 2010 vyvezlo do USA. Letecký průmysl patří mezi důležitou oblast podpory úvěrové pojišťovny i dnes. Historicky pojistil EGAP vývoz leteckého průmyslu už celkem za 26,5 miliardy korun.



CHYBĚJÍ TECHNIČTÍ ODBORNÍCI

Rozvoj leteckého průmyslu a zvýšení exportu potvrzují i data Svazu českého leteckého průmyslu, který evidoval v minulém roce patnáctiprocentní meziroční nárůst celkového vývozu svých členů. Export loni představoval 10,5 miliardy korun. Svaz spojuje 22 firem s celkovým obrátem 13,5 miliardy korun. Loni svaz reprezentoval téměř šest a půl tisíce zaměstnanců, což představuje třináctiprocentní meziroční nárůst.

Celkový počet firem zabývajících se leteckým průmyslem lze těžko vyčíslit, neboť na dodávkách pro obor se podílejí i neletecké společnosti. Celkově se loňské tržby firem v leteckém průmyslu odhadují na více než 25 miliard korun. Jako překážku pro další expanzi oboru experti a zástupci firem uvádějí zejména nedostatek kvalifikovaných technických pracovníků.

NÁHRADNÍ DÍLY PRO ŠPIČKU

Významní hráči v dodávkách leteckých dílů vidí hlavní šance v dodávkách pro světové výrobce, jako jsou koncerny Airbus nebo Boeing. Významným exportérem součástek je třeba firma PBS Velká Bíteš, která má rozjednaný zakázky v Indii. Firma se zabývá dodávkami dílů pro letadla a vrtulníky, zaměřuje se na pomocné energetické jednotky, letecké motory a klimatické systémy.

Kapitánem českého letectví ve výrobě motorů je firma Honeywell Aerospace Olomouc. Úspěšným českým exportérem mezi výrobci komponent je také společnost GE Aviation Czech, bývalá továrna Walter, která po americké akvizici obnovila ruční výrobu leteckých motorů H80. Díly do leteckých motorů GE Aviation pak vyrábí třeba Česká zbrojovka.

Čeští a američtí exportéři navíc mohou snáze spolupracovat na tr-

zích třetích zemí. Umožnila to reciproční smlouva podepsaná mezi pojišťovnou EGAP a americkou Export Import Bank (US Exim). „Prvním projektem, při němž se smlouva pilotně využila, byl právě vývoz leteckých motorů GE Aviation Czech. Závod z pražských Letňan dodal americké společnosti Thrush celkem šest nových leteckých motorů H80, které byly kompletně vyvinuty a vyrobeny v Česku,“ říká generální ředitel EGAP Jan Procházka.

Společnost Thrush vyrábí lehká práškovací letadla a s českými motory je vyvezla do Brazílie a Uruguaye. Podle Jana Procházky je taková spolupráce jednoznačným přínosem: „Pro EGAP je takováto spolupráce velmi výhodná. Pojišťujeme pouze českou část dodávky a navíc se české výrobky dostanou do teritorií, kam by bylo velmi těžké proniknout. Příkladem je právě Latinská Amerika.“ ■

V NOVÉM KABÁTĚ. Slavný kunovický letoun L 410 se letos představil v modernizované verzi s přídomkem NG.

TUZEMSKÁ LETECKÁ ESA

AIRCRAFT INDUSTRIES LETADLO PRO SUPERKRÁTKOU RANVEJ

Pýcha českého letectví Let Kunovice, tradiční český výrobce dopravních letounů řady L 410, byl ještě před sedmi lety na hranici krachu. V posledních třech letech se firmě nicméně podařilo nastartovat motory i výrobu. Pomohla k tomu ruská investice do podniku, který nyní nese název Aircraft Industries. Za své vývozní úspěchy obdržela společnost i prestižní ocenění Český exportér roku 2014 a první místo v kategorii Nárůst exportu.

Unikátním loňským úspěchem Aircraftu byl obchod v Nepálu. Stroj L 410 tam létá na pravidelné lince a přistává na letišti Lukla, které je jedno z nejnebezpečnějších na světě. V nadmořské výšce 2860 metrů mezi horami v extrémně proměnlivém počasí musí pilot přistát na ploše dlouhé 460 metrů.

Dalším úspěšně otevřeným trhem se stal Bangladéš, kde s pojištěním EGAP letos přistanou tři letadla původem z Kunovic. Dovozcem je tamní ministerstvo obrany. Firma se dostává také do Indie, Nigérie, Ameriky, Ruska, Malajsie, Indonésie i Číny. Dalším úspěchem nejen Letu, ale i mezníkem pro český letecký průmysl jako takový je letošní premiéra nového typu legendárního letadla označovaného jako 410 NG, které Let Kunovice představil po 46 letech od prvního vzletu stroje L 410. Na jeho vývoji firma pracovala pět let.

EVEKTOR S NOVÝM MODELEM POMOHL INVESTOR Z MALAJSIE

Česko je dnes velmi úspěšné v produkci menších letadel. Kunovický výrobce Evektor, který je sousedem hangáru společnosti Aircraft, loni uzavřel strategické partnerství s malajsijskou společností Pertiwi Sdn. Bhd. To by mělo usnadnit cestu na asijské trhy. Evektor od poloviny 90. let vyvezl přes 1300 malých dvou- a čtyřmístných letounů typu EuroStar a SportStar. Firma také pracuje na prototypu většího dopravního letounu EV-55. Aby mohl podnik ve vývoji nového letadla



pokračovat, umožnil zahraniční akcionářský vstup. Hodnota malajsijské investice dosáhne až čtyř miliard korun. Certifikaci, která je zdoluhavá a předpokládá tisíce hodin letu nového letadla ve vzduchu, chce firma získat v roce 2017.

ZLIN AIRCRAFT DĚDIC BAŤOVY TRADICE

Na tradici výroby se snaží navázat i výrobce cvičných a akrobatických letounů v Otrokovcích. Od roku 1934 bylo vyvinuto více než 50 typů letounů značky Zlin a téměř 7200 letadel bylo dodáno do 60 zemí světa. Mezi významné typy letadel vyráběné v Otrokovcích patřily stroje typových řad Z-42 a Z-43, také akrobatické Z-50 a Trener. Původně Baťův podnik dnes nese název Aircraft. Tomáš Baťa, zakladatel obuvnického impéria, se před 81 lety pustil do vzduchu a osvojil si i letectví. Dnes se Aircraft Zlin snaží navázat na někdejší slávu výrobou komplexně přepracovaných a zmodernizovaných typů, které mají kořeny v řadách letadel typu Z-42 a Z-43.

AERO VODOCHODY DÍLY PRO BRAZÍLI I VRTULNÍKY PRO SPOJENÉ STÁTY

Na téměř stoleté historii stávk společnosti Aero Vodochody, která nyní patří česko-slovenské investiční skupině Penta. Ta se stala strategickým partnerem potom, co v Aeru neúspěšně působil americký Boeing. Aeru se nedávno podařilo zařadit na stejné místo v celosvětovém žebříčku největších leteckých výrobců. Na konci padesátých let v této letecké výrobě vznikl vojenský cvičný letoun L-29 Delfin a později L-39 Albatros, jehož nový typ se nyní připravuje s označením NG. V současnosti je společností velkým hráčem v dodávkách leteckých dílů. Mezi odběratele patří světový výrobce jako Airbus a také třeba brazilský Embraer. Aero této značce dodává důležité díly do nového typu nákladního letadla KC 390. Aero v Brazílii podpořil i EGAP, který v letech 2007 až 2013 pojistil dodávky 169 vrtulníků. Výroba vrtulníku typu S-76 pro amerického výrobce Sikorsky Aircraft Corporation je nadále významným

byznysem Aera. Poté, co se společnost v roce 2013 finančně rehabilitovala, převzaly financování programu výroby vrtulníku komerční banky.

PŘEROVSKÉ LETIŠTĚ NÁVRAT LEGENDÁRNÍHO KLUZÁKU

Slavný kluzák Blaník by se měl příští rok dočkat obnovy výroby. V areálu bývalé vrtulníkové základny v Přerově ji chce zahájit ruský investor. Produkci kluzáku v Kunovicích ukončila v roce 2006 po několika desetiletích společnost Aircraft Industries. Ta předloni technickou dokumentaci ke všem typům celokovových kluzáků prodala. „Jednání o přesunu výroby legendárního kluzáku Blaník probíhají už několik měsíců a nyní se nacházíme ve finální fázi. Pevně věřím, že už v příštím roce bude výroba (kluzáků Blaník na přerovském letišti – pozn. red.) po všech nezbytných certifikacích a auditech zahájena,“ uvedl Roman Planička, ředitel státního podniku LOM Praha, který přerovské letiště po odchodu armády provozuje. ■

DOŠLI TECHNICI. Renesanci českého leteckého průmyslu brzdí akutní nedostatek technických odborníků.

VZNIKÁ LETADLO NA LYŽÍCH, KTERÉ MÁ DOBÝT ARKTIDU

SPOLEČNOST AICRAFT INDUSTRIES SÁZÍ HODNĚ I NA RUSKÝ TRH, PRO NĚJŽ MIMO JINÉ PŘIPRAVUJE PROJEKT SPECIÁLNĚ UPRAVENÉHO LETADLA L 410 NA LYŽÍCH. TO MÁ BÝT SCHOPNO PŘISTÁVAT V POLÁRNÍCH OBLASTECH.

TEXT: ANNA ULJAČENKOVÁ / FOTO: UGMK

Uralská těžařská společnost (UGMK), která je ruskou jedničkou v dobývání a zpracování mědi a zinku, akcionářsky vstoupila do výroby letadel L 410 v Kunovicích v roce 2008. Pod křídly UGMK nyní běží výroba v Kunovicích na plný plyn, společnost nese nový název Aircraft Industries a generuje tržby téměř dvě miliardy korun ročně. Firma je významným zaměstnavatelem v regionu s téměř tisícovkou zaměstnanců a letos chce přijmout dalších sto lidí. „Výroba je z 80 procent produkcí českých podniků, část kovu putuje z Německa, Francie, Ruska, motor je od americké značky General Electric,“ říká předseda představenstva Aircraft Industries Oleg Meljuchov.

V RUSKU MÁ L 410 PŘEZDÍVKU PODLE POHÁDKOVÉ FIGURKY ČEBURAŠKA

Nejen díky zájmu ruského akcionáře značka L 410 znovu upevnila své místo v Rusku, původně ve svém tradičním a historickém odbytišti. Před 46 lety se v Kunovicích začal typ L 410 vyrábět jako letoun právě pro ruskou regionální přepravu, kde jsou často extrémní jak přistávací, tak provozní podmínky. Letadla L 410 dokonce dostala v Rusku přezdívku podle pohádkové postavičky s velkýma ušima a říká se jim „čeburašky“. Do roku 2030 by jich mohlo putovat do Ruské federace několik desítek.

Rusko je zajímavým trhem i proto, že se tam téměř dvacet let



do roku 2009 letadla pro regionální dopravu prakticky nedodávala. „V Rusku se snažíme naplňovat velikou potřebu letounu pro regionální spoje. Let Kunovice je podnik původně založený jako součást sovětského leteckého průmyslu se zacílením právě na regionální přepravu. Vzhledem ke svým technickým charakteristikám jde však o nejlepší letoun pro regiony celosvětově, proto míříme i do Asie a na americký trh,“ říká Oleg Meljuchov.

Prodeje v Rusku táhne Kamčatka, Tula, Burjatsko, Chabarovsk

nebo letecký park Orenburgu, který od kunovické firmy dokonce zakoupil L 410 v modifikaci s lyžemi. To je velice zajímavý program, který má firma rozpracovaný i ve spolupráci s ruskou vládou. Model L 410 s lyžemi má být totiž v budoucnu připraven i jako důležitá součást arktického programu.

Spolupráce je postavena na konstrukčním oddělení v Česku, které vyrobilo konstrukci, partner v Rusku pak zhotovil samotnou lyži. Prozatím proběhly první zkoušky projektu. Ukázaly se nedo-

statky, které byly odstraněny, prototyp teď čekají další testy. „Kromě programu osvojení Arktidy vidíme potenciál i na Antarktídě, proč ne. Letadlo letí do Jižní Ameriky a odtud do Antarktídy – jednalo by se o jinou úroveň spojení,“ dodává Oleg Meljuchov.

DALŠÍ DESTINACÍ JE ČINA

Letošní rok je výrazným mezníkem v historii firmy. Dostala licenci k působení na americkém trhu, o jejíž získání pracně usilovala už několik let. „Mezi významné cíle letošního roku patří také otevření čínského a indického trhu,“ říká k letošnímu „letovému plánu“ Oleg Meljuchov. Novým exportním úspěchem je mimo jiné smlouva, kterou firma podepsala na moskevském leteckém salonu MAKS s čínskou společností China General Aviation Service Co. Ta předpokládá organizaci dodávek L 410 do Číny.

„Také testujeme nové kanadské motory. Dáme možnost klientovi vybrat si a dobře se to odrazí i na ceně letadla,“ dodává Meljuchov. „Neplánujeme vybírat dividendy, budeme nadále investovat do technologického přezbrojení. Vše, co podnik vydělá, se vrací do něj a je to znát. Pokud srovnáme fotografie z roku 2008 s dnešním stavem, jsou to dvě rozdílné firmy. Máme tříletý program, během kterého plánujeme investovat obrovské zdroje,“ říká Meljuchov. Celková investice pod vedením UGMK do modernizace kunovické výroby dosáhla už 60 milionů eur. ■

▼ inzerce A151009323 ▼ inzerce A150000606

Informace ze světa globálního byznysu každé pondělí již 16 let





Vaši partneři pro podnikání a export na největší tuzemské přehlídce strojírenské produkce ve střední Evropě – 57. Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně.

Jaký doprovodný program letos exportérům připravujeme?

14. září: CzechTrade na akci Kontrakt-kontakt

Ředitelé zahraničních kanceláří CzechTrade v Brazílii, Číně, Kanadě, Polsku, Rakousku, Rusku, Scandinavii, Thajsku, Turecku a Ukrajině na B2B setkání strojírenských firem z nejrůznějších zemí. Registrace na <http://kk2015.converve.com>

15. září: Meeting Point CzechTrade

Individuální konzultace s 25 řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade a třemi vedoucími ekonomických úseků ZÚ ČR. Konzultace bude poskytovat i Klientské centrum pro export, které je společnou aktivitou MPO, MZV a CzechTrade. Firmám nabízí služby Jednotné zahraniční sítě ve více než devadesáti zemích světa. Nenechte si ujít možnosti osobního setkání a seznámt se se specifiky zahraničních trhů.

15. září: Konference Indie a Thajsko – strategie úspěšného exportu

Zahraniční zástupci v Indii a Thajsku představí pilíře ekonomických reforem Indie a aktuální exportní příležitosti. Dále přiblíží Thajsko jako průmyslově rozvinutou zemi a upozorní na významné sektory a konkrétní thajské firmy, které působí v řadě dalších zemí celého asijsko-pacifického regionu. Zajímavé budou i informace o financování exportu.

15. září: Seminář Írán – nové obchodní příležitosti pro české exportéry

Tímto seminářem CzechTrade reaguje na poslední vývoj situace, kdy plánuje otevření nové zahraniční kanceláře v Teheránu.

16. září: Konference JAR, Egypt, Maroko, SAE a Izrael – slibné exportní trhy

Posluchači se seznámí s aktuálními exportními příležitostmi, obchodními a kulturními zvyklostmi v regionech, nabídkou služeb státu, plánovaných akcích, uzavíráním smluv, ochranou investic a doporučenými kroky pro vstup na tamní trhy.

Po celou dobu konání veletrhu vás rádi uvítáme na společném stánku v pavilonu P číslo 088.

www.czechtrade.cz/kalendar-akci



MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU



ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU