

Rozhovor s M. Jurečkou
Afrika prahne po českém
pivu, je třeba toho využít

Úspěšný exportér
Plzeňský Prazdroj
začíná dobývat Asii

Zkušenost
Srbové dokážou ocenit českou
kvalitu: Agrico je toho důkazem

Září 2017

číslo 04

AGRO EXPORT

VÝVOZ

ZEMĚDĚLSTVÍ

DIPLOMACIE



BALKÁN
Obrovská příležitost
pro české zemědělství

Partnerem magazínu je:



Dana Walowa: V každém kraji se najdou úspěšné zemědělské podniky

„Protože se zemědělci spolupracují dlouhodobě, vidím, jak se doba změnila. Manažeři jsou většinou vysokoškoláci se zaměřením na zemědělství. Za celou dobu, co tuto práci dělám, jsem nepoznala zemědělský podnik, který by zkrachoval, kde by banka přišla o peníze. Proto si zemědělce vážím. U nich stále ještě platí, že co se slíbí, to se také dodrží,“ říká vedoucí Regionálního korporátního centra České spořitelny v Jihlavě Dana Walowa.

„Vysočina je zemědělský kraj, takže těch firem tu bude více než jinde. Úspěšné firmy většinou kupují další, slabší zemědělské podniky, a vytvářejí tak velké skupiny zemědělských firem. V Kraji Vysočina registrujeme zhruba 10 zemědělských skupin, které vykazují nadstandardní úroveň hospodaření,“ popisuje specifika místa, v němž působí.

Čím si vysvětlujete, že některá zemědělská družstva a podniky prosperují, aniž by například zrušily živočišnou výrobu a propouštěly zaměstnance, zatímco jiné ne?

Je to hlavně o kvalitě managementu a jeho

houževnatosti dotahovat věci do konce. Firmy musejí hlídat vyhlášené dotační tituly a snažit se podstatnou část svých investic kombinovat s dotacemi SZIF, SFŽP ČR a PGRLF nebo přes banku s EIB. Není to ale jen o dotacích, měly by se také snažit maximálně diverzifikovat činnost. Je potřeba hledat cesty modernizace provozu, aby činnost těchto firem byla zisková.

Jak se na Vysočině zemědělské subjekty podílejí na zaměstnanosti?

Obecně lze říci, že zemědělské podniky jsou na venkově nenahraditelnými zaměstnavateli. Družstva většinou využívají takzvaný přiroze-

ný úbytek zaměstnanců odchodem do penze. Za odcházejícího zaměstnance firma většinou nehledá náhradu, čímž postupně optimalizuje stav zaměstnanců. Někteří zaměstnanci jsou současně členy družstva, což znamená, že mají v družstvu majetkový podíl; v takovém případě se firma snaží tyto lidi uplatnit na takových pozicích, na které stačí.

Jak byste rozdělila typy svých klientů mezi zemědělskými družstvy a podniky?

Co se týče přístupu k hospodaření, není žádný rozdíl v tom, zda firma podniká jako družstvo, jako akciová společnost nebo společnost s ručením omezeným. Určitě je ale rozdíl v přístupu k personální politice. U akciových společností a společností s ručením omezeným vlastníci poměrně razantně optimalizují počet zaměstnanců, kdežto družstva se drží spíše přirozeného úbytku zaměstnanců, a to i za cenu nižších mezd.

Co se financuje

Jaké typy úvěrů a na co většinou sjednáváte se zemědělskými družstvy a podniky?

Firmy využívají provozní financování na nákup zásob osiv a hnojiv k zabezpečení úrody. Tyto úvěry bývají většinou poskytovány jako krátkodobé a po sklizni, když se začne s komoditami obchodovat, jsou spláceny. Podstatnou část financování tvoří investiční úvěry, a to jak na výstavbu, tak na rekonstrukce hal, kravinů, posklizňových linek a tak dále. Zhruba od roku 2009 do roku 2013 jsme poskytovali investiční úvěry na výstavbu bioplynových stanic, kterých máme na Vysočině opravdu hodně. Myslím si, že to byla dobrá investice.

Proč?

Když je například suchý rok a neurodí se kvalitní komodity z rostlinné výroby nebo klesne cena mléka, firmy, které mají pravidelné tržby za prodej elektrické energie, jsou ve výhodě a snadněji se vypořádávají s výkyvem cen v rostlinné a živočišné výrobě.

O jaké další úvěry mají družstva a zemědělské podniky zájem?

V poslední době se často setkáváme s žádostmi o akviziční financování, tedy nákup zemědělských firem. V současné době je poměrně aktuální obměna managementu z důvodů jeho odchodu do důchodu. Pokud podnik hospodaří jako akciová společnost nebo společnost s ru-

čením omezeným, setkáváme se se zájmem vlastníků podniky prodat. Cena je hodně vysoká, a tak se těchto obchodů rovněž účastníme.

Kde vidíte z pohledu zemědělských družstev a podniků největší investiční příležitosti?

Ty firmy, které postavily bioplynové stanice, budou investovat do záměrů na využití tepla z bioplynek. Setkáváme se se záměry výstavby skleníků na pěstování rajčat, sušáren na dřevo či posklizňových linek, dále budování teplovodů v obcích například pro vytápění rodinných domů. Další investiční příležitosti budou u obnovy stávajících chovů tak, aby byly technologicky na takové úrovni, aby dlouhodobě zajišťovaly ziskovost firem.

Cena půdy

Živě se diskutuje o tom, nakolik je výhodný nákup zemědělské půdy za současné ceny. Jaký na to máte názor?

Když diskutuji s klienty o půdě, říkám, ať v každém případě půdu kupují. Naše banka klientům vyjde maximálně vstříc, protože úvěry na půdu poskytujeme se splatností až na 20 let. A budou to zase jen zemědělci, kdo bude na půdě hospodařit, a tím pečovat o krajinu. Stále více se bohužel setkáváme se spekulanty, kteří nesmyslně tlačí cenu půdy výše a snaží se ji přeprodat se ziskem zemědělským podnikům, případně půda končí v rukou zahraničních firem. Dnes se průměrná cena půdy pohybuje již okolo 20-25 Kč/m², v pohraničí kupují klienti půdu i za 35 Kč/m². Je to již hodně vysoká cena, kdy firmy začínají zvažovat, zda je pro ně nákup za ještě rentabilní.

Co si o tom myslíte vy osobně?

Myslím si, že lidé pochopili, že vlastnit půdu znamená vlastnit velké jmění, a vyčkávají, kam až se cena posune. Když se totiž rohlédneme po okolních zemích, je cena české půdy stále nízká, a je tedy velice pravděpodobné, že dále poroste.



Dana Walowa je absolventkou Vysoké školy ekonomické. V korporátním bankovníctví pracuje od roku 1991 a po celou dobu spolupracuje se zemědělskými firmami na Vysočině. Má ráda přírodu, a proto si, jak říká, váží všech, kdo o ni pečují. Ráda chodí se svou labradorkou Brendou na výlety.

TOP AGRO jako komplexní finanční servis pro české zemědělce: Česká spořitelna má s financováním záměrů a potřeb českých zemědělců dlouholeté zkušenosti. V přístupu ke klientům ze zemědělské oblasti zohledňuje specifické potřeby agropřemyslu, včetně podmínek aktuální dotační politiky. Ve speciálním bankovním programu TOP AGRO nabízí zemědělským družstvům, podnikům i fyzickým osobám kvalitní finanční i poradenské služby s maximálním důrazem na jejich individuální potřeby.

Obsah:



12



14



24

Téma I

Balkán je pro české zemědělství jedna z největších příležitostí

4

Rozhovor s P. Svobodou

Balkán vypije více českého piva než Česko balkánského vína

8

Úspěšný exportér

Plzeňský Prazdroj míří do Asie, první velké úspěchy slaví v Jižní Koreji

12

Rozhovor s M. Jurečkou

Afrika prahne po českém pivu, tuzemské pivovary by toho měly využít

14

Informační servis

Krátké zprávy z Ruska, Číny, Srbska, Chorvatska a Saúdské Arábie

16

Téma II

Klesající tuzemská spotřeba piva nutí české pivovary zintenzivnit vývoz

18

Zkušenost

Točená česká zmrzlina slaví úspěch v Srbsku

20

Srbové dokážou ocenit českou kvalitu, firma Agrico je toho důkazem

22

Informační servis

Srbsko – země nových šancí pro české výrobce environmentálních technologií

24

Kosovo je oknem nových příležitostí a dveřmi do dalších zemí regionu

26

Albánie: přední reformní země západního Balkánu

28

Zemědělství a lesnictví v Bosně a Hercegovině: problém stejně složitý jako země sama

29

Program B2B České rozvojové agentury – Balkánskou cestou

30

Informace o výstavě International Agricultural Fair 2017

32

Výstavy a veletrhy, které se uskuteční v příštím roce

33

Proexportní podpory ministerstva zemědělství

34

Marian Jurečka

ministr zemědělství



Vážení čtenáři, v první polovině roku agrární export ve srovnání s předchozím obdobím růstu stagnoval, respektive v meziročním srovnání nepatrně klesl. Protože více než 90 procent českého vývozu směřuje na nasycený evropský trh, usiluje ministerstvo zemědělství v oblasti zahraničního obchodu o diverzifikaci vývozu směrem ke třetím zemím. Snaží se také rozšířit paletu jak exportních destinací, tak exportovaných produktů – především o výrobky s vyšší přidanou hodnotou. Realizujeme řadu proexportních aktivit, jejichž cílem je přispět k usnadnění vstupu českých vývozců na trhy třetích zemí, případně k posílení jejich postavení na místním trhu.

Kromě působnosti zemědělských diplomatů při vybraných zastupitelských úřadech organizuje ministerstvo incomingové mise obchodníků z mimounijních zemí v Česku nebo naopak podnikatelské mise ministra i jeho náměstků do zahraničí. Při příležitosti agrosalonu Země živitelka jsme tak letos v srpnu zorganizovali účast několika zahraničních podnikatelských delegací (z Azerbájdžánu, Kuby, Zambie, Srbska či Bosny a Hercegoviny).

V zemích bývalé Jugoslávie se Česko v minulosti výrazně zapsalo dlouhotelem zahraniční rozvojovou spoluprací. Nejen s ohledem na společnou historii a geografické hledisko je pak zejména Srbsko pro české exportéry zajímavou destinací. Proto jsme loni přivítali zástupce nejvýznamnějších srbských obchodních řetězců a v letošním roce mimo zmíněnou misi na Zemi živitelku přijedou i srbské zájemce o technologie v oblasti akvakultury. Zájem o tento trh potvrdily české firmy účastí na zemědělském veletrhu v Novém Sadu, kde byla letos poprvé Národní expozice ČR pod patronací ministerstva zemědělství a prezentovalo se zde 16 českých firem. ■

TIRÁŽ

Agro Export: příloha Hospodářských novin – vydavatelství Economia, a.s.

Magazín vznikl ve spolupráci s Ministerstvem zemědělství ČR.

Ředitel speciálních projektů: Petr Orálek **Vedoucí přílohy:** Martin Knížek **Editor:** Marek Bičík

Foto: Reuters, Shutterstock, archiv HN, HN – Libor Fojtík, HN – Václav Kozák, Plzeňský Prazdroj, Ivo Šilhavý, Czechaid.cz, Korenova-cisticka.cz, ČTK

Grafická úprava: Jan Vyhnanek, Jan Stejskal, Jana Jandáčková

Inzerce: inzerce.hn@economia.cz **Tisk:** EUROPRINT **Samostatně neprodejné**

Balkán je pro české zemědělství jedna z největších příležitostí

Pro agrární export představuje Balkán kromě EU nejvhodnější destinaci. Ve všech balkánských zemích tvoří navíc zemědělství významnou součást průmyslové produkce.

Petr Havel
spolupracovník redakce
autori@economia.cz

Se zeměmi bývalé Jugoslávie – a to se všemi, včetně těch, které ještě nejsou součástí Evropské unie, pojí Česko i Slovensko více, než se mnozí domnívají. Historické vazby střední Evropy s Balkánem se tvořily stovky let, což může být dobrým základem i pro budoucí obchod.

Válkou i počasím devastované země

Modelovým příkladem dosud nečlenských zemí EU je Srbsko, přičemž v zásadě platí, že většina z toho, co lze vztáhnout na tuto zemi, v nějaké podobě platí i pro Bosnu a Hercegovinu a všechna území, která součástí někdejší Jugoslávie byla. Byť má každá z nástupnických zemí svá historická, kulturní i geografická specifika. Samotné Srbsko se nicméně, alespoň z obchodního pohledu, přece jen liší, a to díky skutečnosti, že je jedinou evropskou zemí, která má podepsané smlouvy o volném obchodu jak s EU, tak i s Ruskou federací. To představuje výhodu v podobě využití Srbska jako možného mostu i pro přípravu možných budoucích aktivit na ruském trhu, stejně tak jako země, přes kterou lze na naše území dovážet ruské produkty. Srbsko je také stejně jako Bosna a Hercegovina členem Sdružení volného obchodu CEFTA.

Vzhledem k občanské válce, která v nedávné minulosti postihla prakticky celé území Balkánu, se nachází všechny státy na tomto území ve fázi obnovy všech myslitelných hospodářských odvětví. Jako vždy v poválečné historii je přitom i v tomto případě jednou z priorit zajištění výživy obyvatel, což skýtá i pro ČR šanci se na tomto procesu významně podílet.

Teoreticky platí, že do Srbska, Bosny a Hercegoviny a dalších zatím neevropských destinací lze exportovat prakticky vše, snad až na ovoce a zeleninu mírného pásma. Nejen ale pouze zemědělské komodity, ale samozřejmě také potraviny z nich vyrobené a dále zemědělskou techniku, know-how či vodohospodářské i lesnické technologie. Česko se také může podílet na obnově produkčního potenciálu zmiňovaných zemí a zvýšení ochrany obyvatel a majetku v rámci opatření prevence před povodněmi, které region postihly poměrně nedávno, v roce 2014. Využít lze přitom zkušeností z naší

Srbsko – základní ekonomické údaje

počet obyvatel: 7,1 milionu

rozloha: 77,5 tisíce m²

HDP na obyvatele (PPP, tisících USD): 14,2 (odhad 2016)

podíl zemědělství na HDP (v %): 9,7

podíl zemědělství na zaměstnanosti (v %): 17,8



Bosna a Hercegovina – základní ekonomické údaje

počet obyvatel: 3,9 milionu

rozloha: 51,2 tisíce km²

HDP na obyvatele (PPP, v tisících USD): 11,0

ZDROJ: ČSÚ

podíl zemědělství na HDP (v %): 7,8

podíl zemědělství na zaměstnanosti (v %): 19,0

země, která v prevenci před povodněmi již realizovala tři etapy investic.

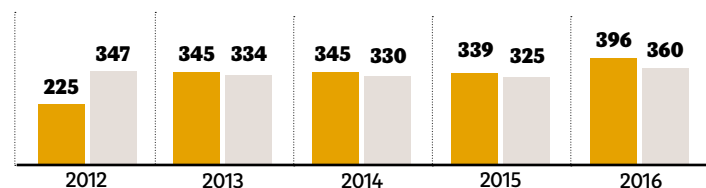
Sonda do historie

Jako osob znalých místního prostředí, příslušných kontaktů a s Českem spřízněných duší lze pro navazování budoucích obchodních vztahů také využít pamětníků migrace Čechů a Slováků na Balkán v minulosti, osob, které pamatují společné válečné konflikty a vzájemnou pomoc, například v odboji proti Hitlerovu Německu. Případně potomků těch pamětníků, sdružených dodnes v lokálních komunitách a některých Čechy založených obcí. Migrace na Balkán z Čech

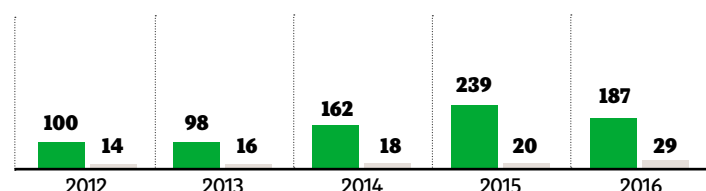
přitom probíhala už po porážce Turků, která vyústila v takzvaný szatmarský mír (1711), kdy zejména v Srbsku vznikla postupně řada českých osad (například Ivanovo Selo – to je ale v Chorvatsku), z nichž dodnes nejznámější je v Banátu. Na území někdejší Jugoslávie žilo podle statistik před druhou světovou válkou na 115 000 Čechů a Slováků, a také proto vedla cesta za svobodou, pryč z protektorátu, přes takzvanou balkánskou cestu, neboť se o uprchlíky byla schopná postarat česká menšina, působící především v Bělehradě. Příliš se dnes neví o tom, že jednou z nejvýznamnějších front našeho protifašistického odboje bylo právě území Jugoslávie,

Agrární zahraniční obchod ČR se Srbskem

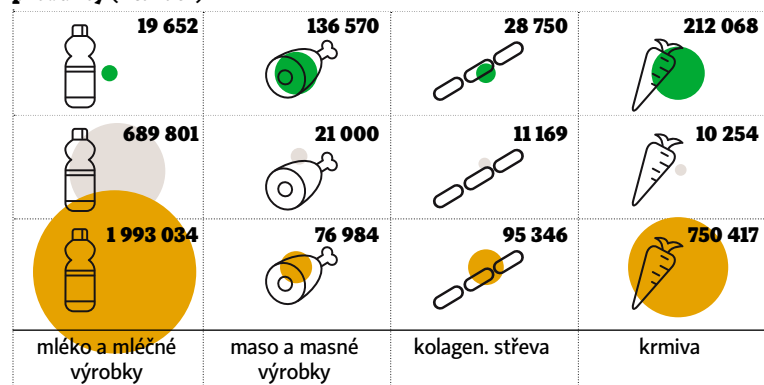
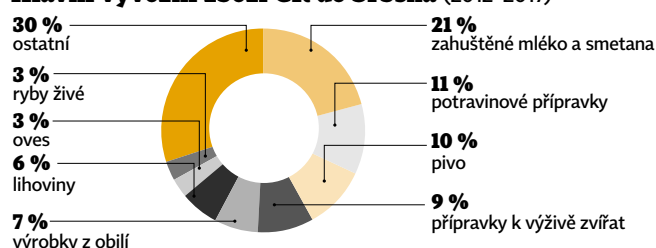
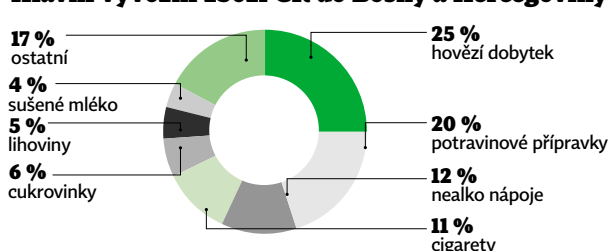
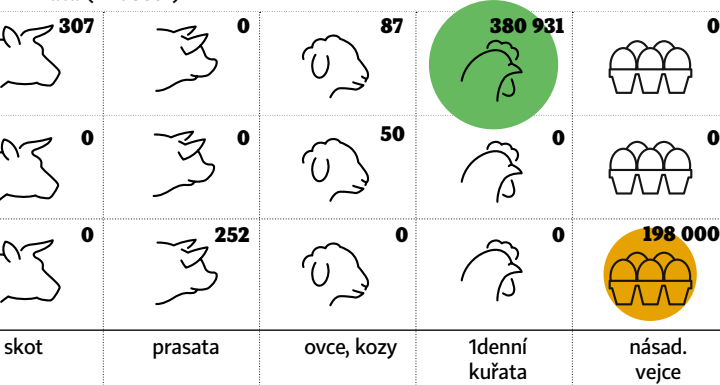
(údaje v mil. Kč) ■ Vývoz do ČR ■ Dovoz do ČR

**Agrární zahraniční obchod s Bosnou a Hercegovinou**

(údaje v mil. Kč) ■ Vývoz do ČR ■ Dovoz do ČR

**Vývoz vybraných komodit z ČR na Balkán**

(za rok 2016) ■ Bosna a Hercegovina ■ Makedonie ■ Srbsko

produkty (v tunách)**Hlavní vývozní zboží ČR do Srbska (2012–2017)****Hlavní vývozní zboží ČR do Bosny a Hercegoviny (2012–2017)****Zvířata (v kusech)**

ZDROJ: ČSÚ, Státní veterinární správa ČR

kde vznikla i Československá samostatná brigáda Jana Žižky z Trocnova. Tyto zdánlivě s tématem nesouvisející informace mohou hrát přitom roli i v současném nebo budoucím byznysu, pakliže dokážou naši podnikatelé objevit příslušnou historickou linii. Ta se totiž obvykle nezapomíná, přičemž v Evropě prakticky není jiná země, která by kromě nás mohla takové linie využít.

Připomíná to i prezident Agrární komory ČR Zdeněk Jandajsek. Podle něj by ČR při rozvoji vzájemného agroobchodu měla „rozhodně stavět na dobrém jménu a vnímání České republiky daném jak společnou historií, tak současnou úroveň našeho zemědělství a potravinářství“. „Jsme schopni nabídnout vybavení farem, techniku i technologie včetně zpracovatelského průmyslu, plemenná zvířata i vybavení pro chov hospodářských zvířat. Nabídnout můžeme pomoc při rozvoji venkovských oblastí i zkušenosti z jednání s EU. Víme o zájmu po kvalitní potravinářské produkci, například v odvětvích mléčných a masných výrobků, potravinových polotovarů, ale například i minerálních vod, piva nebo trvanlivého pečiva. Místní zemědělství

Víme o zájmu z Balkánu po kvalitní potravinářské produkci, například v odvětvích mléčných a masných výrobků, potravinových polotovarů, ale například i minerálních vod, piva nebo trvanlivého pečiva.

a potravinářství se začíná v těchto zemích silně rozvíjet a jsou vítané investice i odborná pomoc, očekává se změna struktury i zlepšení výkonů na jednotku,“ říká prezident agrární komory.

Obrovské rezervy

Dosavadní objem agroobchodu mezi Českem, Srbskem, Bosnou a Hercegovinou a dalšími neunijními státy je navzdory tomu zcela zanedbatelný a nijak zvlášť se v posledních letech nemění. Například objem exportu z ČR do Srbska vzrostl za posledních pět let z 225 milionů korun v roce 2012 na 396 milionů korun v loňském roce, obdobně s Bosnou a Hercegovinou ze 100 milionů korun v roce 2012 na loňských 187 milionů.

Nemění se ani dovozy z uvedených zemí do ČR, která má jinak s těmito státy obvykle aktivní (ale nevýznamnou) kladnou obchodní bilanci. Rezervy v agroobchodu jsou tedy značné, zejména proto, že i ve zmiňovaném malém objemu obchodu je dosud jen několik položek, které alespoň stojí za zmínku. V případě Srbska jde o mlékárenské výrobky, potravinové přípravky a pivo, do Bosny →

a Hercegoviny pak ČR vyváží hlavně hovězí dobytek, potravinové přípravky, nealko nápoje a cigarety. Produkty živočišné výroby nebo krmiva, které do těchto destinací naše země vyváží, se ale počítají na stovky, případně jen na jednotky tun.

Například do Srbska, s nímž je objem agroobchodu největší, se loni vyvezlo jen necelých 2000 tun mlékárenských výrobků, avšak jen 77 tun masných produktů a zhruba 750 tun krmiv. Do Bosny a Hercegoviny to bylo ve stejném období jen marginálních 19,6 tuny mlékárenských výrobků, 136,5 tuny masných výrobků a 212 tun krmiv. Bilance s dalšími státy v regionu je ještě žalostnější – do takové Makedonie vyvezla naše země loni zhruba 690 tun mlékárenských výrobků a jen 21 tun masných produktů a něco přes 10 tun krmiv.

Jednu z významných položek agroobchodu ČR obecně tvoří při exportu z ČR živá zvířata, kde naše země dlouhodobě těží ze skutečnosti, že se na našem území prakticky nevyskytují nákazy hospodářských zvířat.

To však v případě Srbska a spol. prakticky neplatí – konkrétně do Srbska se loni vyvezlo jen 252 kusů prasat, žádný skot a pouze 51 tisíc kusů jednodenních kuřat. Do Bosny a Hercegoviny pak 307 kusů skotu, ani jedno prase a zhruba 381 tisíc kusů jednodenních kuřat, což sice vypadá jako vysoký počet, ale skutečný obchod s jednodenními kuřaty se počítá na miliony kusů, spíše však na deseti-miliony. Do Makedonie se loni v tomto směru nevyvezlo téměř nic, nepočítáme-li 50 kusů ovcí a koz.

Podmínky pro export do uvedených zemí se přitom nijak neliší od podmínek při vývozu zemědělských a potravinářských výrobků do takzvaných „třetích zemí“, tedy zemí mimo EU. V případě exportu přísnějším pravidlům podléhající živočišné produkce stačí klasicky podání žádosti na Státní veterinární správu ČR (SVS), ta následně zahájí bilaterální jednání s kompetentní autoritou daného státu a v případě dohody vystaví veterinární osvědčení, které před vývozem zásilky vydává a potvrzuje po provedené veterinární kontrole úřední veterinární lékař místně příslušné krajské veterinární správy (KVS). Veterinární osvědčení nesou hlavičku SVS a státní znak, jejich vzory jsou zveřejněny na internetových stránkách SVS a jsou k dispozici všem zájemcům o vývoz.

Nejčastější překážky

I když tak na první pohled vypadá vše poměrně jednoduše, realita je často úplně jiná. Základním a obecným problémem je často neúměrná délka dojednání příslušných podmínek, ba dokonce dojednání samotné myšlenky kontraktu. Důvodů je celá řada, přičemž tím nejčastějším kupodivu není vždy nedostatek peněz na straně kupce nebo investora.

Ze zkušeností významného tuzemského exportéra pivovarských technologií, Pacov-



Pivo tvoří jednu ze tří hlavních exportních položek ČR do Srbska a loni jeho vývoz do této země dosáhl hodnoty přes 60 milionů korun. FOTO: ARCHIV HN

ských strojů, například vyplývá, že odklad nebo neuzavření kontraktu může mít na svědomí třeba i generační výměna na postu kompetentní osoby, která má buď jiné priority než její předchůdce, nebo volí jednodušší řešení, jak zvýšit ekonomickou prosperitu svého podniku.

Stále více podnikatelů v Srbsku a obecně v zemích bývalé Jugoslávie navíc sází na projekty a byznys spojený s rozvojem cestovního ruchu, tedy na investice spojené zejména s rozšířením plochy pronajímané nebo prodávané turistům.

Výzvou doby pro naše exportéry do Srbska a spol. je tak mimo jiné protistraně vysvětlit, že rozvoj cestovního ruchu je do značné míry spojen s gastronomií, kulinářinou a co nejširší nabídkou potravinářských produktů. A to je prostor pro naše zemědělce a výrobce potravin.

Tak či tak to ale znamená, jak konstatuje generální ředitel společnosti Ludvík Ješátko, „obrnit se trpělivostí“. A to i přesto, že si Srbové a Češi podle Ješátka povahově a charakterově docela „sednou“. „Rozhodují ale činy, slova bohužel zas tak moc neznamenají,“ podotýká Ješátko.

Kolem piva ostatně vede v Srbsku jednání i Plzeňský Prazdroj, který chce dosáhnout změny srbské legislativy ve prospěch schvalování a skladování tankového piva. Pivo přitom tvoří, jak již bylo řečeno, jednu ze tří hlavních exportních položek ČR do Srbska a loni dosáhlo hodnoty přes 60 milionů korun. Ani to samozřejmě není mnoho, pivovarníci ale mají možná největší potenciál „prorazit“ cestu dalším agropotravinářským oborům. Image českého piva patří k nejlepším na světě a třeba takové Pacovské strojírny jsou na trhu více než 100 let, takže lze poukazovat i na pozitivní historickou zkušenost jak s technologiemi, tak s finálním výrobkem.

Konkurence dalších zemí

O oživení obchodu se zemědělskými a potravinářskými výrobky se Srbskem, Bosnou a Hercegovinou, Makedonií a dalšími státy z této společnosti z Balkánu samozřejmě usilují také konkurenti ČR z dalších zemí unie. Také proto se musí naši producenti snažit o to, „být více vidět“, jinými slovy účastnit se tamních prezentačních akcí, například pravidelného květnového mezinárodního zemědělského veletrhu v Novém Sadu.

Kromě hledání a nalézání historických obchodních, společenských, kulturních a společenských vazeb (ne každý ví, že v Bělehradu strávil své dětství u nás velmi známý dietolog Rajko Doleček) je důležité rozvíjet odbornou a poradenskou komunikaci, o což se naše země snaží prostřednictvím poradenství v řadě oblastí, včetně lesnictví a vodohospodářství.

Lze vlastně říci, že možná až na malou trpělivost dělá ČR pro možný rozvoj obchodu se Srbskem a dalšími nečlenskými státy EU na Balkáně prakticky všechno dobře. A mělo by tedy být skutečně jen otázkou času, kdy se toto úsilí zhodnotí.

Z možného, relativně širokého spektra destinací pro agrární export představuje totiž Balkán kromě EU nejvhodnější destinaci, nehledě na to, že lze předpokládat postupné začleňování všech tamních zemí do EU – pokud tedy EU ustojí stávající odstředivé tendence.

Ve všech balkánských zemích tvoří navíc zemědělství významnou součást průmyslové produkce – v Srbsku je to třeba 43 procent. Vzhledem k tomu, že v blízké budoucnosti nelze očekávat nějakou zásadní restrukturalizaci tamních hospodářství, což ostatně vychází i z přírodních podmínek, měl by být rozvoj agroobchodu s Balkánem skutečně perspektivní.

INZERCE

ZARUČENÝ HIT

Výsledkem spolupráce mezi slavnou automobilkou a věhlasnou hudební skupinou je Ford Transit Edice Kabát – legendární užitkový vůz za mimořádně výhodných podmínek.



Go Further

Skupina Kabát vyrazí po čtyřech letech poprvé na koncertní šňůru. Říjnové a listopadové Turné 2017 zahrnuje 19 zastávek po celé České republice a Slovensku a kapela ho absolvuje v automobilech řady Ford Transit. Je to logické spojení. Vždyť jak Kabát, tak Ford se v oblastech svého působení staly bez přehánění legendami. Stejně jako je teplická kapela stálící hudebního nebe, září Transit už desítky let mezi užitkovými automobily. Od roku 1965 nalezl více než osm milionů zákazníků a má lví podíl na tom, že v současnosti je Ford nejprodávanější značkou užitkových automobilů v Evropě.

Transit – jediný originál

O úspěšnosti Transitu svědčí i fakt, že v některých zemích se jeho název používá jako hovorové synonymum pro dodávku. Originál je ale jen jeden. Za svou neutuchající oblibu vděčí Transit průběžné modelové inovaci, prokázané spolehlivostí a nízkým provozním nákladům. Ty nyní mohou být ještě menší právě díky speciální akční nabídce Edice Kabát.

Zákazníci, kteří se rozhodnou pro jednu ze tří verzí Transitu z Edice Kabát, získají zdarma kompletní záruku na pět let nebo 200 000 km. K tomu ještě na stejnou dobu bezplatně obdrží Ford Service Plan Exclusive, obsahující vedle čtyř předepsaných prohlídek také spotřební materiál jako olej, filtry, brzdovou kapalinu a další dle nařízení výrobce. A protože součástí Edice Kabát je i cenové zvýhodnění na samotný vůz, ušetří zákazník celkem až 186 000 Kč bez DPH!



Zájemci o Transit Edice Kabát mohou využít také výhodné značkové financování Ford Credit s úrokem již od 2,99 procenta.

Do Edice Kabát zařadil Ford modely Transit Custom 270 L1 a Transit Van 350 L2 a L3, vždy ve výbavě Trend. Ta obsahuje klimatizaci, parkovací senzory vpředu i vzadu, tempomat, rádio s Bluetooth a další prvky obvyklé spíše u osobních aut. Zdrojem hnací síly je ve všech případech vznětový motor z nové konstrukční řady EcoBlue, který splňuje emisní normu Euro 6 a je velmi úsporný. Vozy Ford Transit s novým agregátem mají kombinovanou spotřebu od 6,6 l/100 km; Transit Custom dosahuje 6,1 l/100 km. Vedle nízké spotřeby paliva se motor EcoBlue vyznačuje také příznivým průběhem točivého momentu v nízkých otáčkách a příkladnou kulturou chodu.

Technologie z osobních aut

Spolu s novými pohonnými jednotkami se do modelů Transit a Transit Custom dostaly rovněž nové asistenční systémy, které zvyšují komfort obsluhy i bezpečnost jízdy. V nabídce jsou mimo jiné systémy využívající kameru a radary, které již Ford montuje do osobních modelů Mondeo či S-MAX. Zájemci o Transit a Transit Custom si tak mohou objednat předkolizní asistent s detekcí chodců nebo adaptivní tempomat.

Bez ohledu na zvolenou variantu a výbavu získáte prakticky řešený užitkový automobil s velkým nákladovým prostorem, atraktivním designem a výbornými jízdními vlastnostmi, které jsou pro značku Ford typické.

HN052214



Balkán vypije více českého piva než Česko balkánského vína

V Srbsku a zemích bývalé Jugoslávie mají dobré jméno hlavně strojírenské firmy jako Škoda nebo Zetor. Čeští potravináři a zemědělci si jméno a postavení budují až v posledních letech.

Ivana Gračková

ivana.grackova@economia.cz



Pavel Svoboda (43)

Je rodákem z Brandýsa nad Labem. Po absolvování strojní průmyslovky studoval srbštinu a chorvatštinu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy. Teritoriu Balkánu se profesně věnuje už od 90. let v privátním i státním sektoru. V letech 2000 až 2003 pobýval pracovní v Makedonii, od roku 2008 do roku 2014 byl ředitelem zahraniční kanceláře CzechTrade v Bělehradě. Od roku 2015 působí na ministerstvu zemědělství. Agrárním diplomatem v Srbsku se stal v roce 2016.

Region západního Balkánu je pro českou zahraniční politiku prioritní oblastí. I proto má dnes Česká republika velvyslanectví ve všech postjugoslávských republikách, v Kosovu i Albánii. Od loňského roku je navíc zastupitelský úřad v srbském Bělehradě jedním ze čtyř českých velvyslanectví, kde začali fungovat agrární diplomaté; další jsou v Rusku, Číně a Saúdské Arábii. Země působnosti zemědělských diplomatů se vybíraly na základě konkrétního zájmu českých zemědělských a potravinářských firem.

Českým agrárním diplomatem v Srbsku je Pavel Svoboda, který z Bělehradu obsluhuje také další postjugoslávské mimounijní země Bosnu a Hercegovinu, Černou Horu a Makedonii.

Můžete charakterizovat aktuální stav zemědělství a potravinářství v Srbsku a v dalších mimounijních zemích bývalé Jugoslávie?

Obecně tyto země spojuje nepříliš úspěšná transformace a velké rozdíly mezi severem a jihem, způsobené nejen přírodními podmínkami. V centrálních a jižních oblastech určuje charakter zemědělské výroby nejen odlišná krajina a bonita půdy, než je na severu, ale především značné rozdrobení zemědělských pozemků. Je to důsledek historického vývoje v 19. století a také ustoupení od masivní kolektivizace po roce 1948. Drobní zemědělci nejsou v klasické zemědělské výrobě schopni dosáhnout konkurenceschopných cen, čím dál více se proto věnují ovocnářství, biovýrobě, zpracování ovoce na ovocné destiláty, džemy atd. Srbsko je tak například jedním z největších výrobců a exportérů malin.

Naproti tomu na severu Srbska ve Vojvodině obhospodařují největší zemědělské a potravinářské společnosti výměry přesahující 10 000 hektarů.

Situace v dalších zemích je podobná, samozřejmě vzhledem k přírodním podmínkám má každá země typické odvětví nebo plodinu. Ty jsou však v regionu velmi odlišné – zatímco sever Srbska patří k nejméně zalesněným oblastem Evropy, v Bosně je to naopak. Podněbí v Makedonii a jižním Srbsku dovozuje pěstování tabáku, ale v horských oblastech těchto zemí a celého Balkánského poloostrova je možné často jen pastevectví.

Mají tyto mimounijní země Balkánského poloostrova nějaký společný rys?

Balkán je velmi pestré teritorium s řadou protikladů. Společným rysem je, že všechny státy usilují o členství v Evropské unii, a snaží se proto odbourávat obchodní překážky.

Jaká je naše agrární obchodní bilance se Srbskem a s dalšími balkánskými zeměmi?

Agrární obchodní výměna dlouhodobě roste a jen se Srbskem dosáhla v loňském roce výše 756 milionů korun s přebytkem 37 milionů na straně České republiky.

Pozitivní vliv mělo v posledních letech odstranění celních bariér, určité zlepšení ekonomické situace i v tomto regionu a také slabá koruna. Především je to ale zásluha českých zemědělců, potravinářů a obchodníků. Ti dokážou nabídnout konkurenceschopný produkt a mají zájem zde prorazit.

S jakým sortimentem se čeští zemědělci a potravinoví producenti uplatňují na balkánském trhu?

Sortiment, který je možné uplatnit, je skutečně velmi široký a čeští exportéři už se na balkánském trhu prosazují.

U potravin nám nahrává skutečnost, že dochází k určité globalizaci chutí konzumentů. Například se v zemích, kde má tradici spíše výroba a konzumace ovocných

Balkán je velmi pestré teritorium s řadou protikladů. Společným rysem je, že všechny státy usilují o členství v Evropské unii, a snaží se proto odbourávat obchodní překážky.



Nové vedení Agrokoru ustoupilo po odchodu magnáta Ivici Todorice z koncernu od striktního prosazování chorvatských dodavatelů a chová se tržně. I to může znamenat více příležitostí prosadit se na srbském trhu pro výrobky s českou značkou.
FOTO: SHUTTERSTOCK

destilátů a vína, čím dál více šíří obliba piva.

V nabídce supermarketů je zřejmé, že se začínají uplatňovat i mléčné výrobky nebalzánského typu a různé druhy tmavého a celozrnného pečiva. Dříve zákazník vyžadoval pouze pro Balkán typický bílý chléb. Zajímavou příležitostí pro české firmy jsou také různé moderní trendy ve stravování, lidé jsou ochotni si připlatit za výrobky odpovídající zdravému životnímu stylu.

Na ministerstvech zahraničních věcí i zemědělství bychom byli samozřejmě rádi, pokud by se dařilo výrobkům s českou značkou a vyšší přidanou hodnotou. Ale neležel bych ani úspěch českých firem, které prodávají pod privátní značkou ve zdejších řetězcích.

Příležitostí v tomto směru může být i příchod společnosti Lidl, která v příštím roce otevře v Srbsku síť svých prodejen. Upozornil bych také na odchod Ivici Todorice z chorvatského koncernu Agrokor (vlastník prodejen Konzum, Mecator a Idea v Chorvatsku, Bosně a Hercegovině a Srbsku). Nové vedení Agrokoru ustoupilo od striktního prosazování chorvatských dodavatelů a chová se tržně.

Srbští, ale i další zemědělci regionu, chtějí-li obstát na budoucím společném evropském trhu, musí zvýšit svoji ekonomickou efektivitu. Přes dobré přírodní podmínky a oddanost práci to nebude možné bez zvý-

Agrokor

je chorvatská maloobchodní akciová společnost a nadnárodní holding se sídlem v Záhpěbu. Byla založena v roce 1976. Skupuje různé podniky na Balkáně, patří jí například řetězec s potravinami Konzum, který v Chorvatsku čítá přes 700 poboček, značky balené vody Jamnica, Jana, značka zmrzlin Ledo nebo například síť trafik Tisak. Jejím CEO a budovalcem byl do začátku roku 2017 nejbohatší chorvatský podnikatel Ivica Todorčić. V posledních letech se firma dostala kvůli velké expanzi a následnému zadlužení do problémů. Na začátku roku 2017 byl sesazen z vedení Todorčić a byl dosazen krizový management. Problémem se zabývá i chorvatská vláda. Firma Agrokor je často přirovnávána k českému potravinářsko-chemicko-zemědělskému holdingu Agrofert. Bývalý majitel Agrofertu Andrej Babiš se ostatně s Ivicou Todorčićem přátelí.

šení užítkovosti zvířat a zavedení nových technologií, ať už se jedná o živočišnou či rostlinnou výrobu. To otevírá další prostor pro nepotravinářský export z Česka na Balkán.

Jaké bariéry české exportéry agrárních produktů na balkánských trzích čekají?

Evropská unie má se všemi zeměmi regionu podepsány stabilizační a asociační dohody o volném obchodu, takže obchodní výměně nebrání žádná cla. Ostatně většinu celních bariér odbouraly již předchozí prozatímní obchodní dohody, ovšem nesmí se jednat o reexport ze třetích zemí.

V současnosti jsou prakticky jedinou bariérou při dovozu potravin a zemědělských produktů fytosanitární zkoušky. Teprve po jejich absolvování je zboží možno pustit do prodeje. V praxi však tuto záležitost řeší místní dovozce a distributor.

Snahou jednotlivých zemí je samozřejmě chránit svoje zemědělce, ale vzhledem k přístupovým jednáním a podepsaným dohodám s Evropskou unií mohou zavést opatření k omezení dovozu jen při výjimečných situacích, a to jen na omezenou dobu. Srbsko například využilo tuto možnost v době zrušení kvót na výrobu mléka v Evropské unii a zavedení ruského embarga na dovoz mléka z unie. Do prosince loňského roku byl dovoz mléka zatížen poplatkem 10 až 20 srbských dinárů, tedy 8 až 16 centů na litr. →

Samozřejmě v rámci politického škádlení mezi jednotlivými balkánskými státy, ochrany domácích zemědělců a sbírání nacionalistických hlasů občas „nalezneme“ sousedova fytosanitární inspekce v dodávce ovoce či zeleniny nadlimitní množství nepovolených látek a dodávka není vpuštěna na trh. Takovéto excesy však nejsou časté.

Dovoz na Balkán tedy není nijak komplikovaný, ovšem vzhledem ke zdejší finanční situaci je vhodné vyžadovat zde platbu předem.

Jaké mají na Balkáně postavení čeští výrobci? Které značky tam mají jméno?

Obecně v Srbsku a zemích bývalé Jugoslávie mají dobré jméno především strojírenské firmy. Známa a doslova všude přítomná v celém regionu je Škoda. Ze strojírenských výrobků spojených se zemědělstvím lze uvést Zetor.

Mezi potravinářskými výrobky je na prvním místě české pivo. Nejpopulárnější je Staropramen, který zde však společnost Molson Coors vyrábí v pivovaru v Apatinu. Následuje dovážející Budvar, Velkopopovický Kozel a Prazdroj. Pivní fanoušci znají i Bernard, Primátor, Krušovice a další značky přítomné na trhu.

Čeští potravináři a zemědělci si jméno a postavení spíše budují až v posledních letech. Sice i zde existuje tradice v dodávkách technologického vybavení, v zakládání cukrovarů, pivovarů, škrobáren atd., ale ta je příliš vzdálená z dob po roce 1945 a za socialismu.

Část českých potravinářských firem úspěšných na místním trhu vznikla až po roce 1989 a jejich rozvoj souvisí i s novodobými trendy ve stravování. Konkrétně mám na mysli výrobky zdravé výživy od firem Mogador a Emco. Ovšem s příchodem nadnárodních řetězců a privátních značek potravin si řada konzumentů ani nevšimne, že jejich oblíbený produkt je vyroben v České republice. Propagaci českých potravin a nápojů velmi pomáhá, že místní znají Prahu jako mimořádně oblíbenou turistickou destinaci.

Ruské embargo na potraviny z Evropské unie pomohlo srbským producentům mléka a masa dostat se na trh Ruské federace a zvýšit tak jejich vývoz. Máme šanci uplatnit se v regionu s dodávkami technologií na produkci potravin, které jsou už zastaralé? Využívají naši výrobci tohoto prostoru na trhu?

Ruské embargo pomohlo především srbským ovocnářům. V loňském roce se značně zvýšil vývoz jablek a jahod. Velká řada hospodářů si uvědomuje, že na drobných výměřích nebudou schopni konkurovat evropským zemědělcům v pěstování obilnin, výrobě mléka a vepřového masa, a začínají se věnovat ovocnářství, které je možné efektivně provozovat i na menších výměřích. (Pozn. redakce: na jednoho chovatele připadá v Srbsku 2,8 dojnice, jedná se o nejmenší číslo v Evropě a dojivost dosahuje v průměru 12 litrů. V ČR průměrná dojivost přesáhla 20 litrů. Zdroj: Sdružení výrobců mléka Srbska, MZe)

S podporou municipalit a státu se místní zemědělci také snaží sdružovat a stavět i vlastní moderní skladovací prostory. Cílem je možnost zásobovat řetězce a exportovat. Přitom minimální množství zboží pro export je většinou kamion, tzn. cca 20 tun.

Samozřejmě zde existuje prostor pro české dodavatele, například sazenic, sítí proti krupobití, zavlažovacích systémů, sadařské mechanizace, chladicích zařízení atd. I proto jsme v letošním roce organizovali ve spolupráci s Uníí ovocnářů ČR, jejíž součástí je i Svaz školkařů, jednání s potenciálními obchodními partnery a odběrateli.

Srbsko patřilo tradičně k velkým vývozcům vepřového masa, v současné době však země stěží pokrývá svoji spotřebu a jakýkoliv export velmi ztěžuje očkování proti moru prasat. (Je možný jen mimo EU a samozřejmě zvířata není možné dopravovat přes území EU). Situaci však velmi rychle může změnit příchod jednoho z největších výrobců vepřového masa, německé společnosti Tönnies, která se v těchto dnech účastní tendrů na pronájem cca 10 000 hektarů půdy, a také připravované zrušení očkování.

V poslední době se podařilo české společnosti Agrico několik významných dodávek v oblasti technologie pro chov a výkrm prasat a stájového vybavení.

Předání jedné z farem s českou technologií reprodukce prasat, jejíž součástí je porodna prasnice, odchovna selat, eros centrum a stáj pro březí prasnice, se ve Štaparu zúčastnil i český ministr zemědělství Marian Jurečka. Akce se využila i pro prezentaci dalších českých firem produkujících zemědělské technologie. Při modernizaci srbského potravinářského průmyslu byli úspěšní také čeští výrobci balicích strojů.

Lze považovat Srbsko za bránu pro obchod s dalšími balkánskými mimounijními zeměmi?

Brána je podle mého názoru příliš silný výraz, ale ve většině případů je dobré zde začít. Jde o největší, nejotevřenější, dopravně dobře dostupný trh. Řada srbských dovozních a distribučních firem má dceřiné nebo partnerské společnosti v sousedních zemích, a pokud ne, jsou schopny vám doporučit spolehlivého partnera.

Jak se projevují aktuální politické vztahy mezi Srbskem a dvoumilionovým Kosovem v zahraniční obchodní politice? A jak to ovlivňuje český export do Kosovské republiky? Otevírá se tam příležitost přímo pro české exportéry potravin a zemědělské produkce, nebo je tu spíše šance pro české strojaře a dodavatele technologií vzhledem k tomu, že místní vláda chce spíše podporovat vlastní producenty, protože země je příliš závislá na dovozu ze sousedních států?

Kosovo se dlouhodobě snaží omezit dovoz potravin ze Srbska a tato skutečnost je patrná i v nabídce v maloobchodech. Většina výrobků se dováží a vzhledem k hustotě osídlení, rostoucí populaci a přírodním podmínkám nelze ani v budoucnu předpokládat vlastní pokrytí potřeb. Určitě je zde prostor pro dodavatele potravinářských technologií i potravinářských výrobků. Je však třeba mít na zřeteli odlišnosti ve stravovacích návycích, které ovlivňuje i náboženská příslušnost. Složitější je i logistika.

V Kosovu jsme byli úspěšní se skotem i s genetickým materiálem. Jak se český skot v Kosovu osvědčuje?

Český strakatý skot obecně prokázal velmi dobrou schopnost adaptability na chovatelské a přírodní podmínky Balkánského poloostrova. Důležité jsou zde totiž nejen parametry užitkovosti, ale i bezproblémový odchov, dobrý zdravotní stav, vitalita a schopnost pastvy.

S bezmála čtyřmi miliony obyvatel patří k větším balkánským zemím také Bosna a Hercegovina. Je pro české exportéry zajímavá? Jaká je bilance našeho vzájemného obchodu?

Statistická data bilaterálního obchodu jsou pro nás velmi pozitivní, český vývoz zemědělských a potravinářských výrobků v posledních pěti letech nepřetržitě roste. Agroexport z České republiky dosáhl v roce 2016 hodnoty 216 milionů korun, takže země je nepochybně pro české producenty zajímavým trhem.

Komplikuje obchodování s Bosnou a Hercegovinou její rozdělení na deset federálních kantonů?

Na deset kantonů je rozdělena Federace Bosny a Hercegoviny, která byla založena v březnu 1994 Washingtonskou dohodou a zastavila konflikt mezi tehdejšími Muslimy

Zemědělský a potravinářský trh balkánského regionu je pro české exportéry bezesporu zajímavý. Svědčí o tom nejen rostoucí čísla, ale i aktivity a úspěchy výrobců z dalších zemí unie, kterým jsou čeští zemědělci i producenti technologií nepochybně schopni konkurovat.

(dnes Bosňáky) a Chorvaty. Tři kantony jsou chorvatské, dva smíšené a zbývající bosňácké. Federace Bosny a Hercegoviny zabírá 51 procent teritoria Bosny a Hercegoviny. Na zbývajících 49 procentech se rozkládá Republika srbská, jejíž správa je centrální.

Samozřejmě že v chorvatských kantonech působí více chorvatských firem, v bosňáckých je naopak více firem a investic z Turecka či arabských zemí. Převládající náboženská příslušnost má pochopitelně vliv i na konzumaci a oblibu některých druhů potravin a odráží se i v zemědělské výrobě. Komplikací může být preference národních výrobků u části obyvatelstva.

Podařilo se českým exportérům zemědělských a potravinářských produktů vytvořit si další tržní prostor v dvoumilionové vnitrozemské Makedonii, kde jsme se v minulosti uplatňovali s mlékem a zahuštěnou slazenou smetanou?

Makedonie je jedinou zemí regionu, se kterou máme v agroobchodě negativní saldo. Důvodem je především dovoz tabáku, který se v České republice dále zpracovává, a dovoz ovoce a zeleniny, kterou v Česku nemůžeme efektivně či v dostatečné kvalitě pěstovat. Jde například o vodní melouny.

Mléko a smetanu na tamním trhu uplatňujeme nadále. Do této země se daří vyvážet i český slad. Staropramen, který se prodává v Makedonii, ale není vyroben v České republice. Export piva prodáváže větší vzdálenost, problémem jsou i světové značky, které vyrábí v místě či sousedních státech. Nicméně se domnívám, že je zde díky velmi dobré imaci českého piva možnost podíl na trhu zvýšit.

Makedonie i Bosna a Hercegovina mají poměrně vysokou míru nezaměstnanosti šplhající se až ke 30 procentům. Existuje tam dostatečná kupní síla, aby se vyplácelo vozit tam potraviny a zemědělské produkty a obecně spotřební zboží?

Nezaměstnanost v těchto zemích je skutečně velmi vysoká, ale velká část občanů těchto zemí pracuje v zahraničí, v západní Evropě. Značné finanční prostředky proudí do těchto zemí také od diaspory z USA, Austrálie atd. Životní úroveň v těchto zemích je vyšší, než by odpovídalo statistickému údaji o čistém příjmu na hlavu. Obyvatelé Makedonie i Bosny a Hercegoviny jsou navíc zvyklí si více užívat života a nešetří tolik na horší časy či hypotéky jako Středoevropané.

Předpoklad, že výrobky z dovozu musí být vždy dražší než domácí produkty, je mylný. U řady produktů je podíl dopravy na ceně nízký. Rozhodující je vlastní produktivita výroby, která je v Česku často vyšší. Navíc u mnoha produktů si určitá část zákazníků za kvalitu či image ráda připlatí.

Potravinové produkty z nevelkého státu Černá Hora v Česku znají milovníci vína



Na Zemědělském veletrhu v Novém Sadu pravidelně prezentují své výrobky čeští potravináři a zemědělci společně. FOTO: SHUTTERSTOCK

nebo moštu z hroznů, případně mořských plodů. Na kterých českých potravinách si pochutnávají Černohorci?

I v agrárním obchodu máme s Černou Horou pozitivní saldo. Černohorci přece jen vypijí více českého piva než Češi známého vína Vranac. Černá Hora je pro nás kvůli málo rozvinuté zemědělské a potravinářské výrobě a vzrůstajícímu turistickému ruchu zajímavý trh. Z potravin jde především o pivo, které je i na prvním místě ve statistických údajích. V obchodech tu ale naleznete například i müsli společnosti Emco.

Vzhledem k velkému počtu turistů z Evropy a Ruské federace, kteří preferují evropské chutě a často znají české výrobky, zde vidíme perspektivu. Například řada mléčných produktů se do Černé Hory dováží z Německa a Itálie, přičemž naši mlékaři jsou konkurenceschopní.

Snahy českých exportérů jsme letos podpořili uspořádáním společné české účasti na potravinářském veletrhu v Budvě.

Jaké formy ekonomické diplomacie se osvědčují v Srbsku a na Balkáně? Jakou pomoc může zastupitelský úřad v Srbsku firmám nabídnout?

Osvědčuje se nám organizování B2B setkání. Snažíme se flexibilně reagovat na zájem českých firem a situaci v jednotlivých oblastech zemědělské výroby. Například v loň-

ském roce jsme uspořádali na ministerstvu zemědělství setkání s největšími odběrateli sušeného mléka a dovozci mléčných výrobků.

Letos jsme se na základě zájmu českých firem zaměřili na dovozce skotu a insemináčnických dávek a na základě poptávky srbské strany na dodavatele technologií pro chov ryb.

Osvědčená je i společná prezentace českých zemědělců a potravinářů na Zemědělském veletrhu v Novém Sadě. Jedná se o největší veletržní akci v regionu.

Firmy mají zájem i o oborové mise, kdy navštíví potenciální odběratele a obchodní partnery přímo v jednotlivých regionech. Takovou misi jsme, jak již jsem uvedl, organizovali ve spolupráci s Uníí ovocnářů ČR.

Nabízíme také možnost využití reprezentativních prostor zastupitelského úřadu ČR k prezentacím, seminářům pro obchodní partnery atd. Pro české firmy organizujeme též proexportní semináře v ČR. Jsme otevření komunikaci a individuálním námětům českých exportérů. Zemědělský a potravinářský trh balkánského regionu je pro české exportéry bezesporu zajímavý. Svědčí o tom nejen rostoucí čísla, ale i aktivity a úspěchy výrobců z dalších zemí unie, kterým jsou čeští zemědělci i producenti technologií nepochybně schopni konkurovat. O využití potenciálu je možné vždy diskutovat, ale je důležité, že jsme zde zachytili trend a jsme přítomni.

Plzeňský Prazdroj míří do Asie, první velké úspěchy sklízí v Jižní Koreji

Pilsner Urquell a Velkopopovický Kozel se cenově nepodbízí, přesto patří na zahraničních trzích k nejvyhledávanějším značkám piva.

Marcela Honsová

marcela.honsova@economia.cz



Grant McKenzie (43)

Ředitel marketingu a strategie společnosti Asahi Breweries Europe Ltd. (ABEL) pro střední a východní Evropu. Má na starosti marketing této japonské skupiny pro pivovary v Česku, Polsku, Slovensku, Maďarsku, Rumunsku a Jižní Koreji. Regionální centrála firmy ABEL sídlí v Praze. McKenzie pochází ze Skotska a na univerzitě ve skotském Strathclyde studoval marketing a obchodní právo, později si rozšířil vědomosti v oboru průzkumu trhu na Autorizovaném institutu marketingu (Chartered Institute of Marketing). V pivovarnictví se pohybuje 12 let a za tu dobu ovlivnil marketing značek patřících do skupiny SABMiller (od roku 2005) a od letošního roku v Asahi. Ještě před tím od roku 1997 působil ve společnosti Mars Europe, z toho pět let strávil v Česku, takže se dobře domluví česky.

FOTO: ARCHIV HN

Piva Pilsner Urquell a Velkopopovický Kozel si mohou lidé vychutnat ve více než 50 zemích světa, což dělá ze společnosti Plzeňský Prazdroj, pod níž patří pivovar v Plzni i Velkých Popovicích, významného českého exportéra.

Strategií firmy přitom není podbízet se na všech trzích. „Nechceme jít masově na zahraniční trhy a spoléhat na objemy, ale stále chceme být tou super prémiovou značkou,“ tvrdí Grant McKenzie, ředitel marketingu a strategie Plzeňského Prazdroje.

Firma se zaměřuje na movitější zákazníky, jimž nabízí exkluzivní piva, především český ležák. Což ovšem na druhou stranu znamená, že trh pro odbyt takového piva je svým způsobem omezený.

McKenzie ovšem dodává, že skupina spotřebitelů, jimž nevadí vyšší cena piva, je v evropských zemích menší než třeba v nějakém asijském státě. „Bude-li takový produkt chutnat menšímu počtu lidí, pak ten menší počet lidí v Číně je neporovnatelně větší než třeba v Česku,“ udává názorný příklad šéf marketingu. I to je důvod, proč aktuálně firma míří s vývozem do Asie.

Zaslíbeným exportním teritoriem je Asie

Důkazem je rostoucí export značky Pilsner Urquell do Jižní Koreje, kde každoročně vzrůstá odbyt o padesát procent. Plzeňský Prazdroj tam přitom začal vyvázet teprve před čtyřmi roky.

„Nyní patří Korea na čtvrtou příčku našich exportních zemí a myslím, že tak do dvou tří let bude první, předhóní i Německo. Má obrovský potenciál,“ uvádí McKenzie.

A důvod? „Obyvatelé Jižní Koreje hodně respektují české pivo, znají jej, možná i proto, že jich hodně do Česka přijíždí. Všeobecně mají Asiáté české pivo rádi a vnímají ho jako to nejexkluzivnější,“ míní ředitel marketingu a strategie Plzeňského Prazdroje. Proto jsou také podle něj Asiáté ochotni za takové pivo zaplatit i vyšší cenu. Například půllitr piva Pilsner Urquell v korejské restauraci stojí 500 korun, Kozel 400 korun. „Ceny jsou jako z jiného světa,“ usmívá se McKenzie.

Podle Českého statistického úřadu představoval loni export českého piva do Korejské republiky téměř 140 milionů korun, v roce

2014 to bylo jen 44 milionů. I to je důkaz potenciálu rychle rostoucího a perspektivního trhu.

Samozřejmě je důležité pivo i dobře odprezentovat, aby vzbudilo zájem spotřebitelů. Konkrétně Plzeňský Prazdroj při propagaci Pilsner Urquellu preferuje zajímavou story piva, jeho tradici, která sahá až do roku 1842. „Od té doby se šíří světem a vyrábí se stejně jako v době vzniku. Stále máme bednáře, kteří vyrábějí soudky, používáme stejný typ chmele. A tohle zaujme spotřebitele po celém světě, nejenom v Asii,“ je přesvědčený McKenzie. Podle jeho marketingových zkušeností konkurence naopak nemluví o produktu jako takovém, ale spíš prezentuje vedlejší aktivity, například to, že sponzorují hokej, fotbal a podobně.

Na korejském trhu Pilsner Urquellu konkurují mezinárodní značky, jako třeba Heineken, Budweiser, Carlsberg. Pilsner Urquellu se tam daří i proto, že jej spotřebitelé vnímají jako opravdu originální a poctivý ležák. A to i díky celosvětové módě takzvaných craft beers. „My tam stavíme na zážitku. Ukazujeme v restauracích, klubech nebo na víkendových akcích, jak se pivo čepuje. Dvakrát do roka pořádáme v Koreji velký pivní festival a dodáváme tam jak Kozla, tak Pilsner Urquell. Takových akcí se vždy zúčastní aspoň 10 tisíc lidí,“ prozrazuje ředitel marketingu a strategie. A na okraj dodává, že třeba do černého Kozla si Korejci přidávají skořici. „Ochutnal jsem to a je to dobré.“

Londýňanům zachutnalo tankové pivo

Ovšem má-li si ředitel marketingu a strategie Plzeňského Prazdroje vybrat pivo podle svého gusta, pak je to jednoznačně ležák Pilsner Urquell. S trochou nadsázky se dá tvrdit, že hned po pozdravu McKenzie vítá návštěvníky větou: „Pilsner Urquell je to nejlepší pivo, které máme.“ A tím „my máme“ má na mysli Čechy. Tak dalece se v Česku zabydlel.

Pochopitelně jej do Prahy jezdí navštěvovat přátelé i rodina, které už tradičně zve na Pilsner Urquell. „Neodvážejí si jako zážitek, že mě viděli, ale že pili to skvělé pivo. Hlavně chválí kvalitu,“ míní s úsměvem.

A totéž platí o anglickém trhu, kam se daří Plzeňskému Prazdroji pronikat i s tankovým



Co do objemu je nejúspěšnějším exportním pivem Plzeňského Prazdroje Velkopopovický Kozel. V licenci se totiž vyrábí nejenom v domovském pivovaru, ale také na Slovensku, v Maďarsku, Rusku, Moldávii, Kazachstánu a Gruzii. FOTO: PLZEŇSKÝ PRAZDROJ

Plzeňský Prazdroj

Od letošního března patří do japonské skupiny Asahi Group Holdings. Pod Plzeňský Prazdroj vedle značky Pilsner Urquell patří ještě třeba piva Gambrinus, Velkopopovický Kozel, Radegast, Excelent, Birell a další. V loňském roce prodal celkem 11 milionů hektolitrů, z toho 970 tisíc hektolitrů legendárního plzeňského ležáku směřovalo na export, což představovalo navýšení vývozu oproti předcházejícímu roku o 10 procent. Radegast se vyvážá hlavně na Slovensko, Velkopopovickému Kozlovi se velice daří na ruském trhu, Pilsner Urquell je oblíbený především v západní Evropě a Asii, konkrétně hlavně ve Skandinávii, Velké Británii, Rakousku, Německu, Španělsku a Jižní Koreji. Zatímco Pilsner Urquell se vyrábí pouze v plzeňském pivovaru a strategií firmy je tuto exkluzivitu zachovat, Velkopopovický Kozel má licenční výrobu na Slovensku, v Maďarsku, Rusku, Moldávii, Kazachstánu a Gruzii, proto je také nejúspěšnějším českým pivem v zahraničí. Celkem společnost v tuzemsku zaměstnává 2000 lidí.

pivem. Restaurací, které tento druh nabízejí, je v Londýně aktuálně už deset. Na první pohled je v nich patrné, že jde o pivo dovezené přímo z České republiky. Pochopitelně musí v takové restauraci být i proškolený personál, který zdůrazňuje rozdíl mezi pivem dovezeným v tancích nebo sudech.

„Je-li v londýnské restauraci na čepu deset piv ze sudů, tak na každé pivo včetně Pilsner Urquellu připadá deset procent zákazníků. Jde-li o tankové pivo, tak je obrát ve stejné hospodě za stejných podmínek zcela jiný. To máme s Pilsner Urquellem takových 50 procent,“ uvádí šéf marketingu.

Angličané vnímají tankové pivo jako chuťově zajímavější. „Řeknou si O. K., to zkusím, proč bych si dával něco jiného, když je tu tato nabídka. A funguje to skvěle.“

Pivo čepované z tanků je česká specialita

Někteří konzumenti podle McKenzieho porovnávají kvalitu piva, které si koupili v lahvi třeba v Manchesteru nebo Glasgow, s tankovým pivem z Londýna. Obvykle tvrdí, že to čepované pivo mělo lepší kvalitu. A šéf marketingu Prazdroje jim vysvětluje, že pivo v lahvi může být různě skladované nebo staršího data, zatímco čepované z tanku míří z pivovaru ihned do restaurace, je tedy čerstvé a také odborně skladované i čepované.

„V Londýně měníme způsob prodeje. Před deseti lety jsme se snažili prosadit s lahvemi, ale chuťový zážitek byl různý, někdy dobrý, někdy horší. Nyní se snažíme zkracovat cestu z pivovaru, aby bylo pivo co nejdříve u spotřebitele čerstvé a dobré jako v pivovaru. A to je inovace, na kterou sázíme a která se nám v Londýně vyplácí,“ uvádí McKenzie s tím,

že s vývozem tankového piva začal právě Plzeňský Prazdroj. „Někteří si myslí, že tento exportní nápad přišel odněkud ze zahraničí, ale není to pravda, to je česká specialita.“

S tankovým pivem Plzeňský Prazdroj míří do velkých měst, jako jsou kromě Londýna třeba Vídeň nebo Berlín. A s tankovým pivem vyvážá firma i profesionální výčepní. „Ukazuje v restauracích, jak se má pivo správně servírovat, aby mělo tu správnou skvělou kvalitu, aby chutnalo přesně stejně jako v tankovně v Plzni nebo Praze.“

Kozel je exportně nejúspěšnější

Světová proslulost Pilsner Urquellu je sice nepochybnitelná, ale co do objemu je nejúspěšnějším exportním pivem Plzeňského Prazdroje Velkopopovický Kozel. V licenci se totiž vyrábí nejenom v domovském pivovaru, ale také na Slovensku, v Maďarsku, Rusku, Moldávii, Kazachstánu a Gruzii. Pivovar si přitom zakládá na tom, aby v zahraničí byly dodržovány tytéž receptury jako v Čechách.

Nejúspěšnější je v rusky mluvících zemích, tedy hlavně v Bělorusku, Kazachstánu, Gruzii a na Ukrajině. V Ruské federaci Kozla vaří dokonce šest pivovarů. V roce 2004, kdy začal export Velkopopovického na ruský trh, se ho tam prodalo přes 876 hektolitrů, loni už to bylo více než dva miliony hektolitrů.

„Hned první měsíce jsme měli obrovský úspěch, už druhý rok jsme tam začali vyrábět. Na podporu vývozu jsme udělali velkou marketingovou kampaň včetně televizní reklamy,“ prozrazuje McKenzie strategii na ruském trhu. Nejprve mířil Velkopopovický Kozel na trh v Moskvě a Petrohradu, až později se začal rozšiřovat do dalších měst.

Trochu pivu napomohla i jeho dobrá pověst z dob socialismu.

„Rusové věděli, že české pivo je nejlepší, a Kozla jako české pivo tak také vnímali,“ uvádí s tím, že nejprve dodávali světlé a až později tmavé pivo. Navíc Velkopopovický Kozel není tak hořký jako ostatní česká piva, což může být pro některé spotřebitele nepříjemné. Třeba hořký Radegast, který také patří do skupiny Plzeňský Prazdroj, má úspěch v Česku a na Slovensku. A Kozel navíc otevírá dveře marketingu. „Na Kozla jako symbol lidé reagují, ten marketingově dobře funguje.“

Kozel není v Rusku nejdražším pivem, i když samozřejmě patří mezi prémiové značky. V praxi to znamená, že je tak o 20 až 40 procent dražší než ostatní běžná piva na trhu. Super prémiový je v Rusku Pilsner Urquell, to je luxusní značka s cenou vyšší o 150 procent, než je běžné.

Přestože Grant McKenzie, ředitel marketingu a strategie Plzeňského Prazdroje, Česku i českému pivu velice fandí, nebrání mu to vidět reálně přístup českých firem k marketingu. „Češi vědí, jak pivo dělat, jsou to zkušení odborníci, ale myslím si, že se vám všeobecně nedaří tak dobře prodávat, marketing zvládáte hůř než výrobu některých svých produktů,“ tvrdí bez váhání s tím, že české ležáky jsou nejlepší na světě. Jen si to Češi málo uvědomují a jsou málo hrdí.

„Moje maminka žije celý život ve Skotsku, nepije whisky, ale tvrdí, že skotská whisky je nejlepší na světě. Francouzi totéž tvrdí o svém červeném vínu. Ve světě už mnoho lidí prohlašuje, že nejlepší je české pivo, jenom Češi ne.“

Afrika prahne po českém pivu. Tuzemské pivovary by toho měly využít

České pivovary vyváží rekordní množství piva. Podle ministra zemědělství Mariana Jurečky je ale ještě řada neprobádaných trhů, které skýtají velký exportní potenciál.

Jana Niedermeierová

jana.niedermeierova@economia.cz

Marian Jurečka

ministr zemědělství České republiky

Vystudoval Mendelovu zemědělskou a lesnickou univerzitu v Brně, kde získal titul inženýr. Působil jako obchodní zástupce, pracoval také jako rostlinolékař. Je členem KDU-ČSL. V roce 2013 byl zvolen poslancem Parlamentu ČR a nakrátko se stal předsedou poslaneckého klubu KDU-ČSL. V lednu 2014 byl jmenován ministrem zemědělství ČR. Je ženatý a má pět dětí.

Ve světě se českému pivu daří. Loni ho tuzemské pivovary vyvezly rekordních 4,4 milionu hektolitrů za více než šest miliard korun.

Během posledních šesti let přitom hodnota českého pivního exportu narostla zhruba o 60 procent. I díky vzkvétajícímu vývozu minulý rok české pivovary uvařily nejvíce piva v historii – 20,5 milionu hektolitrů.

„Trh v České republice už nemá příliš velký potenciál k dalšímu růstu. Pokud tedy chceme dále zvyšovat výstav českých pivovarů, tak musíme hledat exportní příležitosti na jih, na západ i na východ od našich hranic. Možností pro podnikání v této oblasti je v zahraničí spousta, české pivovary je ale nevyužívají tak, jak by mohly,“ říká ministr zemědělství Marian Jurečka.

Jaké země jsou v současnosti pro české pivovary nejzajímavější?

Určitě mezi ně patří země bývalého Sovětského svazu, protože tam má české pivo především u starší a střední generace výborný zvuk. U mladších lidí už to povědomí tak velké není, takže je potřeba, abychom v tomto ohledu nezaspali a neujel nám vlak.

Velký potenciál skýtají i Japonsko, Jižní Korea, Čína a další asijské země. A nesmíme samozřejmě zapomenout ani na celý americký kontinent. Zajímavý trh představuje také Afrika, kde se v některých státech zvyšuje spotřeba piva meziročně i o 100 procent. Je to zároveň jediný kontinent, který poroste i demograficky. České pivovary ale zatím bohužel neobjevily, jaké možnosti jim vývoz do Afriky nabízí.

Které trhy pokládáte naopak za problematické?

Například Rusko, kde nám export piva klesl. To je ale dáno především demografickým vývojem. V Rusku dlouhodobě klesá počet obyvatel, a nelze tak očekávat, že tam spotřeba piva poroste. Uvidíme také, jaký dopad bude mít brexit na vývoz do Velké Británie. V tuto chvíli je ale předčasné hodnotit, jestli to bude problematické, nebo ne. Záleží, jak budou nastaveny podmínky pro obchod s Evropskou unií.

O jaké typy pív je v zahraničí zájem?

Záleží na vyspělosti dané země a na tom, jakou mají tamější obyvatelé zkušenost s kon-

zumací piva. Třeba v Africe nebo ve východních zemích nejsou zákazníci tak nároční, takže si obvykle vystačí s výčepními pivy nebo ležáky. Naopak v západní Evropě nebo v Americe vyhledávají lidé různé pivní speciály a ochucená piva. Na to by se měli čeští výrobci naučit reagovat. V arabském světě je zase poptávka po nealkoholickém pivě, které nemá absolutně žádný obsah alkoholu. U každé země si tak může český exportér piva najít portfolio, které je pro daný trh zajímavé.

Na českém trhu roste spotřeba piva v maloobchodě, ale hospody se propadají. Je tento trend vidět i v dalších zemích?

Obecně platí, že čím vyspělejší země, tím klesá podíl piva prodávaného v sudech. Na těchto trzích většinou roste výroba piva v plechovkách a stále více hospod čepuje pivo z tanku. Je ale pravda, že v některých zemích se celkově snižuje podíl piva, které se vytočí v hospodách, ať už ze sudu, nebo z tanku.

V Česku zažívají velký boom minipivovary. Mají šanci uspět i na zahraničních trzích?

České minipivovary už začínají možnosti exportu objevovat. Od některých majitelů vím, že o tom uvažují, a myslím si, že je to krok správným směrem. Řada z nich se zatím poohlíží po příležitostech v okolních státech, ale nevidím důvod, proč by nemohli exportovat svůj produkt klidně i mimo Evropskou unii.

Jak moc se daří českým podnikatelům vyvážet vedle piva také technologie na jeho výrobu?

To je nesmírně zajímavá exportní příležitost. Víceméně všechny bývalé členské státy Rady vzájemné hospodářské pomoci mají povědomí o tom, že značka Vyrobeno v Československu, respektive v Česku, má vysokou užitnou hodnotu. Řada z nich má zkušenosti přímo s technologiemi pro pivovary či sladovny, které tam byly vybudovány třeba v 70. nebo 80. letech. Na tom se dá výborně stavět. Některá z těchto starších zařízení potřebují generální opravy a renovace, na kterých se mohou čeští podnikatelé podílet. Tuzemské firmy ale v zahraničí staví i zcela nové pivovary nebo dodávají technologie na výrobu surovin pro vaření piva.

Ministerstvo zemědělství podporuje zahraniční agrární obchod mimo jiné i prostřed-



„My Češi si často mylně myslíme, že ať přijedeme kamkoliv na světě, české pivo tam každý zná, ale tak to zdaleka není. V tomhle existuje ještě velký prostor pro zlepšování,“ varuje ministr zemědělství Marian Jurečka. FOTO: HN – VÁCLAV KOZÁK

nictvím podnikatelských misí. Jak velký zájem o ně mají pivovary?

Zástupci českých pivovarů s námi byli například během misí do Číny nebo do Ruska a v Africe zase výrobce technologií pro pivovary. Je ale škoda, že s námi na podnikatelské mise nejedí více tuzemských pivovarníků. Většinou s námi cestují do zahraničí maximálně dva nebo tři. Přitom když jsme byli naposledy v Africe, tak se místní vyložené po českém pivu ptali a divili se, proč tam není na pultech. Právě v těchto na první pohled exotických a komplikovaných trzích vidím obrovskou příležitost.

Jaké další možnosti mohou využít pivovarníci, kteří zvažují expanzi za hranice?

Od loňského roku mají možnost nejenom jet s námi na nějaký veletrh, kde má naše ministerstvo stánek, ale také vzít si dotaci na jakýkoliv jiný veletrh, kam se chtějí podívat. Zaplatíme jim jednu letenku a až 50 procent nákladů na výstavní plochu a na realizaci stánku. Stejně jako v případě podnikatelských misí to ale nevyužívají tak, jak by mohli.

Kde mohou získat víc informací o trzích?

Jestliže se chtějí dozvědět o konkrétním teritoriu, jaká je tam spotřeba piva nebo třeba zda jsme schopni najít tam nějakého distributora,

mohou se obrátit na naše agrární diplomaty. Ti dosud působili v Rusku, Srbsku, Saúdské Arábii a Číně. Nově se jejich řady rozšiřují o zástupce v USA a v Libanonu. Do konce roku by měl nastoupit diplomat také v Íránu, v Japonsku a v Mexiku s akreditací pro Kubu. Vedle toho spolupracujeme se dvěma místními silami na Ukrajině a v Kazachstánu. Tihle lidé mohou podnikatelům pomoci s účastí na veletrzích a prezentacích nebo s vytipováním základních kontaktů. Pokud by pivovarníci potřebovali informace o dalších trzích, tak je můžeme propojit s místní ambasádou nebo sítí CzechTradu.

Nemůže podle vás český export ohrozit fakt, že globální spotřeba piva klesá?

Podle mě to není nic, s čím bychom mohli mít zásadní problém. Uvedu to na příkladu Budvaru. Když se podíváme do Německa, tak tam sice spotřeba piva klesá, ale vývoz Budvaru nám tam meziročně roste. Jde o to, mít zajímavý produkt, kvalitního partnera a umět na tom trhu dělat dobrý marketing.

Budvar loni prodal 1,6 milionu hektolitrů piva, což je nejvíce v historii podniku. Očekáváte podobný vývoj i v budoucnu?

U Budvaru máme napůl úsměvný problém. Už druhým rokem máme plně vytíženou výrobní

i logistickou kapacitu a nestíháme uspokojovat poptávku.

Mohli bychom vyrobit víc piva, ale na úkor kvality. V roce 2016 proto Budvar investoval téměř 407 milionů korun do stavby a technologie nového logistického centra a rozšiřování výrobních kapacit. Příští rok bude následovat rozšíření kapacity sklepů, varny a stáčírny plechovek. Projekt završí v roce 2019 investice do stáčírny lahví. Celkem pivovar plánuje vložit do rozšíření asi dvě miliardy korun. Po dokončení všech investic v roce 2020 by měl podnik dosáhnout výstavu asi dva miliony hektolitrů za rok.

Národní pivovar je také jedním z největších tuzemských vývozců piva. Jaké máte plány z hlediska exportu?

Dnes jsme zhruba v 82 zemích světa a náš cíl už není za každou cenu mít jenom další a další špendlíky na mapě, ale chceme spíš navyšovat podíl na trzích, na kterých už působíme.

Víme, že budeme muset přidat v oblasti zahraničního marketingu. Budvar by měl propagovat nejen sám sebe, ale i značku „české pivo“. My Češi si často mylně myslíme, že ať přijedeme kamkoliv na světě, české pivo tam každý zná, ale tak to zdaleka není. V tomhle existuje ještě velký prostor pro zlepšování. ■

Krátké zprávy ze světa

Rusko omezilo dovoz celé řady zboží z ČR kvůli výskytu afrického moru prasat

V reakci na výskyt afrického moru prasat v ČR zavedla Ruská federace s platností od 30. června 2017 dočasný zákaz dovozu následujících položek: živá prasata, jejich genetický materiál, vepřové maso a syrové produkty z vepřového masa, maso z divokých prasat, zuby, kopyta, kůže, střeva, štětiny, hotové výrobky, které obsahují ve svém složení vepřové maso, lovecké trofeje (u kterých nedochází k úplnému taxidermickému ošetření), všechny druhy krmiv a doplňkových látek pro prasata (kromě přísad do krmiv vyrobených na základě chemické a mikrobiologické syntézy a těch, které prošly tepelnou úpravou – teplota nad 70 stupňů a doba trvání déle než 20 minut), použité zařízení pro chov, porážku a bourání prasat. Po 30. červnu bude veškeré uvedené zboží vráceno z ruských hranic bez ohledu na datum vystavení veterinárních certifikátů. Omezení se týká také tranzitu živých prasat přes území Ruské federace.



Africký mor komplikuje život českým zemědělcům.
FOTO: SHUTTERSTOCK

Česko patří mezi významné dodavatele ovocných koncentrátů do Ruska

I přes přetrvávající omezení vývozu některého potravinářského a agrárního zboží do Ruska se daří v této oblasti spolupracovat. Smlouvu na odběr české suroviny pro výrobu ovocných nápojů v hodnotě přesahující pět mil. eur podepsala ruská dceřiná společnost české firmy Severofrukt s významným ruským distributorem. Díky tomu je možné konstatovat, že v Rusku letos prudce roste podíl džusu, zejména jablečného, višňového a hruškového, vyrobeného z českých surovin. Asistenci tomuto obchodu poskytovala moskevská kancelář agentury CzechTrade. Objem suroviny uvedený v dohodě odpovídá třem procentům ročního objemu dovozu do Ruska. Podle slov ruského distributora měsíční objem dovozu do Ruska dosahuje v průměru 7400 t suroviny. Česká republika se tímto zařadila mezi významné dodavatele a tyto dodávky pomohou zvýšit kvalitu koncové produkce, neboť se jedná o vysoce kvalitní surovinu.

V ruských obchodech je stále méně dovozových potravin

V prvním kvartále roku 2017 činil podíl dovozových potravin v ruských obchodech pouhých 36 %, zbytek připadl na domácí, ruskou produkci. Pro srovnání – v prvním kvartále roku 2014 a 2015 činil podíl dovozových potravin 43 %, resp. 41 %. Ruské ministerstvo průmyslu a obchodu tento vývoj objasnilo nejen růstem domácí produkce z důvodu sankcí, ale také lokalizací výroby nadnárodních potravinářských firem na území Ruské federace. Ukázalo se, že přenesení výroby do Ruska je kvůli přetrvávajícím sankcím win-win řešením pro mezinárodní firmy i ruskou vládu. Podle ruského statistického úřadu je v ruských obchodech domácího původu téměř 100 % chleba, mléka, cukru, krup, těstovin, masa a vajec. Mezi nejvíce dovážené položky stále patří sýry a salámy.

Čína připravuje zavedení nového certifikátu pro dovoz nízkorizikových potravin do ČLR

Veškeré potraviny, které dosud nepodléhaly zvláštním veterinárním nebo fytosanitárním schválením, by od 1. 10. 2017 měly být doprovázeny novým certifikátem zaručujícím jejich bezpečnost (nařízení AQSIQ č. 327/2016). Opatření bylo zavedeno na základě zákona o bezpečnosti potravin z roku 2015 a jeho proklamovaným účelem je kromě samotné bezpečnosti spotřebitelů i boj proti padělání potravin a terorismu. Podoba nového formuláře dosud nebyla zveřejněna, nicméně ČLR již nabídla všem státům 12měsíční moratorium na jeho zavedení. Přesnější podobu certifikátu nyní s čínským kontrolním úřadem vyjednává za všechny členské státy Evropská komise, která rovněž požádala o prodloužení 18měsíční moratorium. O výsledcích jednání budou čeští exportéři informováni mj. na webu MZe ČR.

První prezentace Budějovického Budvaru na mezinárodním pivním festivalu v Qingdao

Budějovické pivo mohou letos poprvé ochutnat návštěvníci jednoho z největších pivních festivalů v Asii – Qingdao International Beer Festival 2017 (QIBF). Qingdao se považuje za čínskou metropoli piva. Světznámý místní pivovar Tsingtao založili v roce 1903 němečtí osadníci (oblast dnešního Qingdaa patřila v letech 1897–1914 pod názvem Kiautschou mezi německá zámořská území) a zdejší slavný světlý ležák plzeňského typu mohli ochutnat mj. i čeští námořníci z rakousko-uherského chráněného křižníku Kaiserin Elisabeth, kteří se v roce 1914 zúčastnili obrany přístavu proti japonsko-britské invazi. Festival každoročně přivítá několik milionů návštěvníků, především milovníků piva z kontinentální Číny. Budějovické pivo je reprezentováno ve vlastním megapavilonu s kapacitou několik set lidí a je točeno celkem z 20 výčepních zařízení. Budějovický pavilon je umístěn přímo vedle hlavního stanu domácího pivovaru Tsingtao, v přímém sousedství pavilonu amerického Budweiseru. Festivalu se účastní přední světové pivovary vč. pivovarů Heineken, HB atd. Budějovický Budvar se tedy letos se svým pavilonem zařadil mezi tyto světové giganty rovnocenným způsobem.



Budvar má na festivalu piva v čínském Qingdao svůj vlastní megapavilon s kapacitou několika stovek lidí.
FOTO: MZE

Srbsko: po Lidlu přichází do země i německý producent masa Tönnies

Po obchodním řetězci Lidl, který v příštím roce otevře v Srbsku síť prodejen, přichází do této země další velká německá společnost, jeden z největších evropských výrobců masa – Tönnies Lebensmittel GmbH. Podle tradičně dobře informovaného srbského deníku Blic (vydavatelství Ringier Axel Springer) získala německá společnost od města Zrenjanin na 30 let do pronájmu 2420 hektarů půdy. U tohoto města plánuje i výstavbu vepřína a jatek. Pronájem půdy u Zrenjaninu je signálem, že v roce 2014 probíhající medializace zájmu Tönniesu investovat v Srbsku nebyla jen součástí kampaně vládnoucí SNS (Srpska napredna stranka). Společnost projevila zájem o pronájem půdy v několika municipality, Němci by chtěli hospodařit na 10 000 hektarech a zařadit se výměrou půdy mezi pět největších zemědělských firem v Srbsku. Ministr zemědělství Srbska Branislav Nedimović v rozhovoru pro výše zmíněný list potvrdil i zrušení očkování prasat proti prasečímu moru, které znemožňuje prodej srbského vepřového masa v zemích EU. Srbsko by se tak takřka po dvou desetiletích snižování stavu prasat mohlo vrátit k více než stoleté tradici exportu vepřového do evropských zemí.



Jeden z největších producentů masa v Evropě, německý Tönnies Lebensmittel, míří do Srbska.
FOTO: TÖNNIES.DE

Bez zrušení striktního zákazu GMO nemůže Srbsko vstoupit do WTO ani EU

Srbsko nebude moci uzavřít při jednání o vstupu do EU kapitulu 30 – Vnější vztahy bez členství ve Světové obchodní organizaci (WTO). Ze 194 členů OSN pouze 21 není členem WTO, jedním z nečlenů je Srbsko, kterému v přijetí brání striktní odpor vůči geneticky modifikovaným organismům (GMO).

Členství ve WTO je podmíněno umožněním volného pohybu zboží, tedy i GMO. Každý stát však může legislativně ošetřit podmínky pěstování, využití jako potravin atd. Dovoz a využití GMO současná srbská legislativa neumožňuje. Srbsko zahájilo rozhovory o členství v roce 2005, do dnešního dne je však neukončilo s několika členy, například Ruskem, Spojenými státy nebo Ukrajinou.

Chorvatsko ustoupilo tlaku sousedů a vrátilo se k původní výši poplatků za fytosanitární kontrolu

Ministerstvo zemědělství Chorvatské republiky změnilo spornou směrnici o inspekčním dozoru a kontrole ovoce a zeleniny a vrátilo výši poplatku za provedení kontroly z 2000 HRK (7060 Kč) na 90 HRK (cca 320 Kč). Připomeňme si, že 22násobné zvýšení poplatku u produktů ze zemí mimo EU, které postihlo především drobné pěstitele a obchodníky ze Srbska, Bosny a Hercegoviny, Černé Hory a Makedonie, bylo zavedeno v červenci a narazilo na rychlou společnou reakci výše uvedených zemí. Vzhledem k velikosti trhu a chorvatské přítomnosti na něm bylo pro chorvatské výrobce a obchodníky ekonomicky bolestivé především protiopatření srbské celní správy. Ta začala vyžadovat laboratorní zkoušky u každé dodávky produktů rostlinného nebo živočišného původu z Chorvatska namísto jen náhodného odběru vzorků a do rozhodnutí fytosanitární a veterinární inspekce zůstávalo zboží pod celním dohledem.

Saúdskoarabský trh s cukrářskými a pekárenskými výrobky bude i nadále růst rychlým tempem

Do roku 2018 dosáhne trh s pekárenskými a cukrářskými výrobky v Saúdské Arábii hodnoty 2,3 miliardy USD a předpokládá se průměrné roční tempo růstu přibližně 12 %. Mezi hlavní hybatele růstu na tomto trhu patří rychlý nárůst konzumní orientace v zemi spolu s nárůstem spotřebitelských výdajů a rozšiřováním sítě maloobchodních prodejen.

Trh s cukrářskými výrobky je v SA rozdělen na tři segmenty, přičemž segment čokolády tvoří 55 % trhu, cukrovinky představují 24 % trhu a zbývající podíl (21 %) z celkového trhu tvoří ostatní cukrářské výrobky a trvanlivé pečivo. Mezi nejdůležitější faktory určující poptávku a spotřebu patří populační růst, příznivý vývoj příjmů obyvatel, cenová hladina, nabídka a dostupnost výrobků, reklama a propagace především v souladu s rostoucím zájmem o zdravý způsob stravování a důraz na kvalitu výrobků.

Tendr na dovoz 1,5 milionu tun krmného ječmene do Saúdské Arábie

Saúdskoarabské království je jedním z největších světových dovozců ječmene. Ve čtvrtek 20. července vyhlásila organizace SAGO (Saudi Grains Organization) tendr na dovoz 1,5 milionu tun krmného ječmene, na zmíněnou komoditu letos v pořadí již čtvrtý. Všechny zahraniční obchodní firmy řádně zaregistrované u SAGO byly o záměru vyrozuměny písemně v předstihu. V termínu do uzávěrky nabídek (21. 7.) podle vyhlášených podmínek předložilo návrhy 20 zahraničních obchodních společností. Podle informací, které zveřejnily noviny Asharq Al-Awsat se sídlem v Londýně, je všech 20 mezinárodních společností, které se zapojily do soutěže na podzimní dodávky, výhradně společnostmi specializujícími se na obchod s obilovinami. Ječmen je požadován z letošní sklizně od světových producentů pro vykládku v přístavech Saúdské Arábie v září a říjnu. Dodávky budou rozděleny do 25 individuálních lodních zásilek, každá o hmotnosti 60 000 tun (± 10 procent). Zhruba 1,08 milionu tun bude určeno do vykládkových přístavů u Rudého moře a 420 000 tun bude směřováno do přístavů v Perském zálivu.

Autor: Ministerstvo zemědělství ČR



České pivo ve světě skutečně něco znamená. Největší zájem je o světlý ležák vyrobený z kvalitních surovin, přesněji z českého sladu a chmele, a díky umu českých sládků.
FOTO: SHUTTERSTOCK

Klesající tuzemská spotřeba piva nutí české pivovary zintenzivnit vývoz

Kdyby se každému odvětví dařilo na zahraničních trzích jako pivovarnictví, bylo by Česko bohatou exportní velmocí.

Marcela Honsová

marcela.honsova@economia.cz

Vývoz piva ze sladu každoročně roste, bilance s dovozem je výrazně plusová, jednoznačně to vypadá, že o české pivo se v zahraničí doslova perou... Loni a předloni přesáhl export šest miliard korun.

„České pivo ve světě skutečně něco znamená. Největší zájem je o světlý ležák vyrobený z kvalitních surovin, přesněji z českého sladu a chmele, a díky umu českých sládků,“ míní František Šámal, předseda Českého svazu pivovarů a sladoven. Svě tvrzení dokládá i aktuálními údaji. „Loni bylo vyvezeno 4,4 milionu hektolitru piva, což je v meziročním srovnání nárůst o 4,5 procenta.“

Protože spotřeba piva na hlavu v Česku stagnuje (i když si v množství vypitého piva stále držíme světové prvenství), je pro pivovary jediná cesta k větším tržbám právě zvýšení exportu. Vedle zmiňované kvality a tradice sázejí pivovarníci i na turisty, kteří do Česka přijíždějí. Jednak tu třeba objeví

české pivo a hledají je potom na domácím trhu a pak ho tady samozřejmě také dost zkonsumují. „Například v roce 2016 turisté vypili v tuzemsku přibližně 800 tisíc hektolitru, což je ve srovnání s předcházejícím rokem asi o 150 tisíc víc,“ dodává Šámal.

Asijci si na český ležák začínají zvykat

Budeme-li porovnávat země, kam z Česka vyvážíme nejvíce piva, tak co do objemu vede Slovensko, za ním je Německo a pak Polsko. Ovšem co do utržených financí je výrazně na špičce Německo, kam loni čeští pivovarníci vyvezli produkci za 1,5 miliardy korun. Na Slovensko těsně pod miliardu.

„V případě zemí mimo Evropskou unii se nárůst vyvezeného piva oproti předcházejícímu roku zvýšil loni o 16 procent a největšími spotřebiteli českého piva byly Ruská federace, Korejská republika a USA,“ uvádí Šámal. Za perspektivní trhy pro české pivovarníky považuje zejména Rusko a Polsko. „Velký

potenciál růstu má i Čína, jejíž obyvatelé jsou také národem pivařů. Na české pivo si ale teprve zvykají.“

To proto, že spotřebitelé v různých zemích od piva očekávají i různé chutě. Například v Asii preferují slabší, lehčí a především spíše nasládlá piva. Tradiční český ležák s pořádnou pěnou podle Šámala teprve objevují.

„Například Číňané, kteří patří mezi top spotřebitele piva, začínají experimentovat s ležáky a hořkými pivy na úkor levného piva místní výroby. Je to dáno tím, že Číně se ekonomicky daří a přibývá konzumentů, kteří si mohou zahraniční a dražší pivo dovolit,“ vysvětluje předseda českých pivovarníků. Podle jeho zkušeností Evropané holdují spíše výčepním pivům a ležákům.

Z loňského průzkumu Českého svazu pivovarů a sladoven vyplývá, že pojem „české pivo“ si většina lidí spojuje s kvalitou a vlastnostmi českého piva, českou kulturní tradicí. Přes 80 procent respondentů uvedlo,

že jsou hrdí na pověst českého piva v zahraničí. „Pivovarnictví patří k tradičním sektorům českého hospodářství. Toto odvětví ročně odvede na daních 29 miliard korun a zaměstnává zhruba 65 tisíc lidí,“ vypočítává Šámal.

Označení České pivo exportu pomáhá

Většina českých pivovarů, které se významně podílejí na vývozu českého piva, je ovšem v majetku zahraničních firem. Plzeňský Prazdroj patří japonské skupině Asahi, pivovary Krušovice, Starobrno, Velké Březno a další skupině Heineken, Pivovary Lobkowicz Group čínské společnost Lapasan, Staropramen korporaci Molson Coors, která vlastní pivovary i třeba v Kanadě a USA. Staropramen loni vyvezl do 35 zemí okolo 600 tisíc hektolitrů.

Premiantem mezi značkami patřícími pod Heineken jsou Krušovice. Podle Vladky Kučiakové, exportní manažerky Heinekenu, se všechny aktivity Krušovic v zahraničí řídí z Česka. „Krušovické pivo se prodává na trzích tří kontinentů v 32 zemích světa, což je o pět trhů více, než tomu bylo na začátku loňského roku. Nejsilnější zastoupení hlásí Evropa, následuje Asie a Amerika. Podařilo se nastartovat růst exportu do Ruska, momentálně nejrychleji roste vývoz krušovického piva do Chorvatska a na Slovensko,“ uvádí Kučiaková.

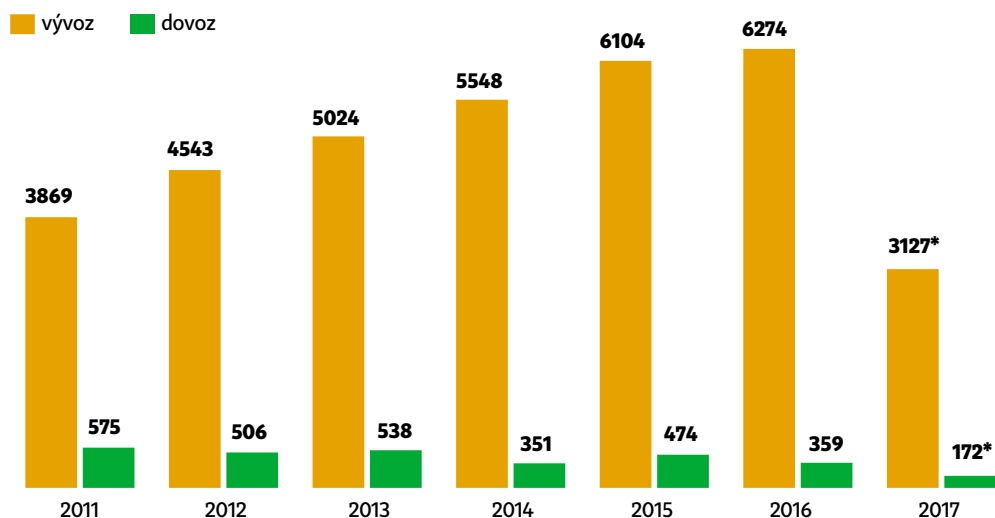
Podle Františka Šámala zahraniční vlastníci do českého pivovarnictví přináší kapitál. Na druhou stranu někteří začali vyrábět v Česku v licenci svá prémiová piva a tím zvýšili konkurenční prostředí v tuzemsku. Ovšem výroba českého piva zůstává nedotknutelná.

„Žádný zahraniční vlastník se nepokusil změnit tradiční výrobu piva a české pivo je stále vyráběné tak, jak se vyrábělo vždycky,“ potvrzuje předseda Českého svazu pivovarů a sladoven, který sdružuje 26 pivovarských společností, sedm sladoven a 19 přispívajících členů, kterými jsou chmeláři, výrobci pivního skla, etiket, technologických a technických zařízení a podobně.

Exportovat se daří i tuzemským pivovarům v českých rukou. Za všechny je třeba zmínit národní podnik Budějovický Budvar, který má ovšem specifické postavení, a skupinu PMS Přerov, pod kterou patří pivovary Litovel, Zubr z Přerova, Holba z Hanušovic. Všechny tři úspěšně vyvázejí. „Náš roční vývoz se pohybuje mezi 160 a 190 tisíci hektolitry, což je až 20 procent z celkového výstavu. Vyvážíme především do okolních zemí, jako jsou Slovensko, Polsko a Německo,“ uvádí Petr Fridrich, prokurista PMS Přerov. Export si skupina pivovarů zajišťuje sama.

Za důležité pro úspěch na zahraničních trzích považuje Fridrich fakt, že tuzemské pivo získalo zásluhou iniciativy českých pivovarníků včetně PMS „Chráněné zeměpisné označení České pivo“, jehož účelem je zachovat dobré jméno a kvalitu piva vyráběného

Vývoz a dovoz piva v ČR (v milionech korun)



Zdroj – ČSÚ *rok 2017 do 30. 6. 2017

v tuzemsku. Pivo vyrobené v Česku netradičními metodami nebo vyrobené naopak klasickými postupy, ale v cizině, nesmí označení České pivo nést. „Pivovary ze skupiny PMS Přerov jsou úspěšné při vývozu i díky tomu, že zachovávají charakter, kvalitu, používají domácí suroviny,“ dodává Petr Fridrich.

Čtvrtina vyvezeného piva je z Budvaru

Budějovický Budvar loni překonal historicky dosud nejúspěšnější rok 2015 v objemu prodeje i v tržbách. „Výstav piva činil 1,6 milionu hektolitrů a na export směřovalo 975 tisíc hektolitrů. I to byl historicky nejvyšší objem,“ uvádí Petr Dvořák, ředitel Budějovického Budvaru. Asi 90 procent exportu tvořil světlý ležák, který firma vyváží pod značkou Budweiser Budvar. V několika zemích, ve kterých nesmí Budvar používat brand Budweiser, prodává Budějovický Budvar nebo Czechvar. „Na celkovém českém exportu piva se náš pivovar loni podílel 22,5 procenta,“ dodává Dvořák.

Nejdůležitějším trhem je pro Budvar Německo, dalšími top trhy jsou Polsko, Rakousko, Slovensko a Spojené království. Právě v Německu, Velké Británii a na Slovensku má Budvar kvůli exportu dceřiné společnosti, na ostatních trzích spolupracuje s místními importéry.

Loni vyvezl národní podnik pivo do 77 států včetně nejvyspělejších pivních trhů, jako jsou USA, Kanada, Austrálie nebo Švýcarsko. Budvar exportoval i do velmi exotických destinací, například do Kamerunu, Keni nebo Chile. Velmi složitým teritoriím jsou USA kvůli množství různých předpisů a podmínek lišících se v jednotlivých státech a pak Turecko se svojí byrokracií. Problematické z hlediska vstupu na trh jsou i některé země Jižní Ameriky, kde je složité získat potřebné licence, povolení a podobně.

Za perspektivní považuje šéf Budějovického Budvaru trhy v afrických a asijských ze-

mích. „Nejdůležitější ale pro nás ještě dlouho budou Evropa a Severní Amerika. Na nejvyspělejších pivních trzích má naše pivo stále velký potenciál růstu v segmentu prémiových importovaných ležáků. Přestože se celková konzumace piva bude snižovat, poptávka po originálních craft pivech poroste a to je pro nás obrovská příležitost,“ je přesvědčený Petr Dvořák.

Kvůli rostoucímu prodeji je pivovar už druhým rokem na horní hranici výrobních a logistických kapacit. Proto jsou pro firmu aktuálně hlavní prioritou investice do rozšíření výroby a logistiky.

„Budujeme nové logistické centrum, po jeho dokončení se v roce 2018 zaměříme na rozšíření kapacity sklepů, varny a stáčírny plechovek. Po dokončení všech investic v roce 2020 by podnik měl dosáhnout výstavu tak dvou milionů hektolitrů piva za rok,“ míní ředitel Budějovického Budvaru s tím, že celkem bude pivovar do rozšíření výroby investovat zhruba dvě miliardy korun.

Má-li šéf Budvaru prozradit exportní strategii, zdůrazňuje originální prémiové české pivo. Spotřebitelé mají jistotu, že obsah každé lahve byl uvařen v Českých Budějovicích podle původní receptury, tradičními postupy a z nejkvalitnějších českých surovin. „Proto patří značka Budweiser Budvar všude na světě do prémiového nebo superprémiového segmentu.“

Exportu Budvaru pomáhají i státní orgány, třeba dotační program ministerstva zemědělství pivovar využívá k prezentaci značky na zahraničních veletrzích. „V minulosti například v Číně, Srbsku, Japonsku a nyní se chystáme do Hongkongu,“ uvádí Petr Dvořák. Za přínosnou považuje i podporu zemědělských diplomatů, konkrétně v Číně, informační pomoc ze strany českých ambasad nebo přítomnost piva na akcích CzechTradu, CzechTourismu a podobně.

Točená česká zmrzlina v Srbsku slaví úspěch

Do Srbska nevyvázejí své zboží jen zavedené firmy. Na tamním trhu mohou s exportem uspět i drobní živnostníci, což je případ manželů Šanderových a jejich zmrzlinářství Češki Sladoled.

Kristina Kadlas Blümelová
kristina.kadlas.blumelova@economia.cz

Pavel Šandera byl ještě nedávno zaměstnaný ve farmaceutickém průmyslu a do Srbska jezdil jako obyčejný turista. Tato země mu však natolik učarovala, že se do ní začal vracet. Nejprve s přáteli, potom s manželkou. „Při jedné z dalších cest jsme s manželkou procházeli kolem nově dostavěného domu, kde se nám moc líbil volný obchod. Tím to vše začalo. Až poté, co jsme se zamilovali do místa a nemovitosti, jsme začali přemýšlet, že bychom tady mohli něco českého prodávat. V tu chvíli jsme tedy začali řešit, co by to mělo být, chtěli jsme něco unikátního,“ říká.

Aby přišli na to, co by mohli prodávat, dívali se hodně po okolí, načerpávali zkušenosti s nabídkou zboží ve městech i na venkově a hlavně s kupní silou obyvatel.

„Všichni chtěli pivo, ale to by na ně bylo příliš drahé. V tomto místě se běžně pracuje za minimální mzdu v přepočtu zhruba za šest tisíc korun, exportované české pivo by zdejší zákazníci nedokázali zaplatit. Ale jak jsme se dál bavili s místními, vyšlo najevo, že zde dřív měla, stejně jako v Česku, velkou tradici točená zmrzlina. Věděli jsme, že po celém městě není jediný stánek, jediný krámk, který by ji měl v nabídce. Všude byla jen kopečková zmrzlina,“ vzpomíná na začátky Pavel Šandera s tím, že dovážet právě zmrzlinu byl spíš manželčin nápad. „Říkala, že v Česku zažívá točená boom, tak proč by nemohla zažít boom i v Srbsku. Navíc investice nebyla velká, pohybovala se celkově v řádu jednotek milionů korun.“

Manželé Šanderovi nejprve oslovili jednoho velkého výrobce zmrzlinových směsí, ale ten z jejich nápadu nebyl úplně nadšen. „Navíc jsme hledali takovou firmu, která by byla ochotná nám trochu pomoci v začátcích, což se těm zmiňovaným úplně nechtělo, báli se, že náš projekt nebude mít úspěch.“ Nakonec se jim podařilo najít výrobce, se kterým se domluvili na podmínkách spolupráce, a začali od něj odebírat zboží. Kromě toho museli pořídit také zmrzlinové stroje. Z velké nabídky nakonec vybrali tři od menší české firmy. Nově s oběma dodavateli uzavřeli jednání o tom, že Češki Sladoled bude fungovat i jako jejich výhradní distributor pro Srbsko.



V Srbsku se tváří úspěšné zmrzliny Češki Sladoled manželů Šanderových stala jejich dcera Kristýna.
FOTO: ARCHIV HN

Jiný kraj, jiné úřední mravy

Jakmile měli nasmlouvané dodavatele, založili d. o. o., což je obdoba tuzemského s. r. o. „Pokud nemáte zázemí velké firmy, je to téměř jediná cesta, jak v Srbsku začít podnikat. Čeští podnikatelé mají díky mezinárodním smlouvám stejné postavení jako srbsští, takže založení d. o. o. je velmi snadné a hodně věcí to ulehčí,“ pokračuje Šandera, podle něž je také dobré začínat s podnikáním v místě, které není úplně neznámé.

„Je třeba, aby vás měli místní lidé rádi a mohli vám pomoci, protože úřady fungují trochu jinak než u nás. Nechci říkat, že je to o úplatcích, ale buď vás lidé znají a chtějí to pro vás udělat, a pak je to jednodušší, nebo vás nemají rádi a je to těžké.“

Velkou pomocí byly pro manžele Šandery nejen vztahy s lidmi v Bela Crkva, ale také ve-

letrhy. Už jich absolvovali několik – v Srbsku Veletrh turismu v Bělehradě a pak obrovský zemědělský veletrh v Novém Sadu, kam byli přizváni Ministerstvem zemědělství ČR, v Černé Hoře jadranský veletrh v Budvě, který zase podpořila ambasáda ČR v Bělehradě.

„Někde jsem dokonce četl, že pro vstup do Srbska je nutné se účastnit těchto veletrhů, víc než kdekoli jinde. A já s tím souhlasím, bez toho tu jen těžko rozhýbete jakýkoliv byznys.“

Provozování zmrzlinářství je stejně jako v České republice i v Srbsku vázáno mnoha hygienickými normami. Ty jsou ale podle Pavla Šandery trochu méně čitelné. Pokaždé když doveze zboží v podobě sypkých zmrzlinových směsí, musí je nechat znovu otestovat, protože Srbsko neuznává evropské fytoanalýzy. „Po nějaké době přijde papír,



„Pro úspěšný vstup na srbský trh je nutné se účastnit různých potravinářských a zemědělských veletrhů. A to víc než kdekoli jinde. Bez toho tu jen těžko rozhýbete jakýkoliv byznys,“ upozorňuje Pavel Šandera a pochvaluje si pomoc, kterou mu pro zajištění účasti na těchto veletrzích poskytly Ministerstvo zemědělství ČR a ambasáda ČR v Bělehradě. FOTO: ARCHIV HN

že je vše v pořádku, ale to my samozřejmě víme, protože jsme zboží nechávali analyzovat v Česku. Teprve potom nám směsí vydají a my můžeme zmrzlinu prodávat. Tohle nás omezuje hlavně časově.“

V předpisech týkajících se podnikání a provozu je také hodně výjimek, takže mnohdy není jasné, jak má co vypadat. „Zajímavé je, že do prodejny občas přijdou dámy v bílých pláštích z veterinární kontroly a řeknou, že vám musí ošetřit celý obchod proti mouchám a potkanům. I když v krámku žádné potkany nemáte, potřebujete na to úředně potvrzený papír. Takže pánové udělají kontrolu, natrou okna a dveře bílou tekutinou, dají vám razítko a jdou dál,“ říká a dodává, že kdyby kontroly odmítly, je pravděpodobnost návštěvy jiné a štouravější kontroly o hodně vyšší.

Konkurenční boj na hraně

Srbsko sice nemá moře, ale je tam určitě o dost tepleji než v České republice. Je tedy jasné, že Češki Sladoled nebude jediné zmrzlinářství široko daleko. „Konkurence je, i když jsme malá firma, jsme hodně viditelní. Hlíďají si nás jak cukrárny s kopečkovou zmrzlinou, tak i velkovýrobce nanuků.“ Konkurenční boj tak občas dostává trochu nepříjemnou pachut. „Když jsou městské slavnosti, máme před obchodem jejich velké

Je třeba, aby vás měli místní lidé rádi a mohli vám pomoci, protože úřady v Srbsku fungují trochu jinak než u nás. Nechci říkat, že je to o úplatcích, ale buď vás lidé znají a chtějí to pro vás udělat, a pak je to jednodušší, nebo vás nemají rádi a je to těžké.

reklamy. Někdy také přijdou s dodávkami a rozhazují z nich dětem nanuky. Ale lidi si k nám cestu najdou i přes tohle všechno, stojí se u nás fronty.“

Co se týče točené zmrzliny, konkurence podle Šandery není tak velká, i když pár tuzemských výrobců existuje. Naší výhodou je chuť té klasické české zmrzliny, ta je jednoznačně lepší než srbská. Zmrzlináři, kteří mají zdejší směsí, je musí hodně upravovat, například mlékem a cukrem, aby to mělo alespoň nějakou chuť,“ dodává.

Budoucnost v moštu

Pavel Šandera se svou ženou se pracovně usadili na Balkáně a v Česku podnikat neplánují. Podle svých slov se našli v Srbsku, a protože ho mají rádi, chtějí by region dále rozvíjet.

Za podpory místní samosprávy do budoucna připravují projekt výstavby moštarny v blízké obci Kruščica, kde už mají připravený a kompletně zasíťovaný pozemek. „Máme příslibenou pomoc také srbského ministerstva zemědělství. Chtěli bychom tímto pomoci místním zemědělcům od nadbytku ovoce, které neodpovídá exportním klasifikacím, podpořit zaměstnanost v regionu a naši firmě také pomoci obohatit sortiment výrobků pro místní trh,“ přemýšlí na závěr nad budoucností svého podnikání Pavel Šandera.

Srbové dokážou ocenit českou kvalitu, firma Agrico je toho důkazem

Technologie pro živočišnou výrobu z treboňského Agrika jsou zavedené na trzích v západní Evropě i Rusku. V Srbsku pomohla náhoda i štěstí. Dalším regionem, kde Agrico cítí šanci, je Afrika.

Kristina Kadlas Blümelová
kristina.kadlas.blumelova@economia.cz



„V roce 2002 nás oslovil CzechTrade, zda bychom se nechtěli prezentovat na srbském veletrhu v Novém Sadu. My na to kývli a dnes jsme za to rozhodnutí moc rádi. Potkali jsme tam totiž zemědělskou inženýrku Zuzanu Maleš, která se narodila v Šumperku, ale provdala se do Jugoslávie,“ vzpomíná Michal Karmazín na důležitý první kontakt v Srbsku. FOTO: ARCHIV HN

Dvacátým šestým rokem vyrábí a prodává společnost Agrico z Třeboně technologie potřebné pro živočišnou výrobu. Svoje zboží vyváží do Německa, Nizozemska, Dánska, Estonska či Ruska. Za to, že se Agriku podařilo prosadit i na trhu v Srbsku, může podle manažera obchodu Michala Karmazína náhoda a štěstí.

Agrico už v té době vystavovalo své výrobky na prestižních veletrzích, díky čemuž se společnosti podařilo proniknout například do Německa a prodává tam bez tamního prostředníka prvoodběratelům napřímo. „V roce 2002 nás oslovil CzechTrade, zda bychom se nechtěli prezentovat na srbském veletrhu v Novém Sadu. My na to kývli a dnes jsme za to rozhodnutí moc rádi. Potkali jsme tam totiž zemědělskou inženýrku Zuzanu Maleš, která se narodila v Šumperku, ale provdala

se do Jugoslávie,“ vzpomíná Michal Karmazín na první kontakt v Srbsku. Díky této ženě, která měla znalosti místních poměrů a prostředí, se podařilo navázat první kontakty s místními zemědělci.

Srbsko mělo ještě z dob Jugoslávie podobnou zemědělskou strukturu jako Česká republika. Páteř tvořily koncentrované velkopodniky, které bývaly na hodně vysoké úrovni, ale kvůli všem politickým okolnostem statky zchátraly, a tak se muselo začínat od nuly.

„Přicházely první restituce, objevovali se drobní živnostníci, kteří začali renovovat. A právě oni byli v okruhu našeho zájmu. Do Srbska jsme dováželi technologie pro chov prasat primárně drobným zemědělcům. Země, která má v chovu těchto zvířat velkou tradici, v té době zažívala obnovu po válce a zájem byl obrovský,“ říká. Agrico

tedy zřídilo v Novém Sadu zastoupení, které měla na starosti právě Zuzana Maleš, a začalo s obchodováním.

Výborným nápadem se ukázala být i organizace exkurze do České republiky. Autobusový zájezd po několika chovech a treboňské základně Agrika měl úspěch a přinesl další zakázky. „Tito účastníci zájezdu, jak tomu dnes říkáme, nám vlastně pomohli se rozšířit, protože ostatní u nich viděli naše zařízení, slyšeli chválu na firmu i na Česko, a tak si od nás chtěli také něco pořídit.“

Dotace by neměly hrát prim

To, že Srbové jsou horkokrevní a řídí se při obchodování emocemi, potvrdí asi leckterý exportér. Michal Karmazín dokonce tvrdí, že u Srbů je srdce na prvním místě.

„Buď si padnete do oka, porozumíte si a vzbuzujete důvěru, anebo ne. Obchod tedy

buď je, nebo není," hodnotí tamní zvyky a dodává, že v současné době se kultura mění.

„Takové zkušenosti mám z doby třeba před deseti lety. Tím, jak se uvažuje nad startem jednání pro vstup do EU, začínají obchodovat a uvažovat více evropsky.“

To se projevuje i v přístupu k dotacím a národní produkci potravin. Vznikají například zpracovatelské podniky typu jatek, které si pořád drží vysoký standard, ale ne každá surovina, která pak přijde do finálních produktů, je srbská.

„Přišli na to, že třeba nizozemské zboží je levnější. Může jim to uškodit a pravděpodobně se tak také stane, ale každá země, která přejímá současné manýry EU, si tím musí projít. Svoje výrobky by si měli chránit, ale zatím to nevidí a nechápou, proč by to měli dělat,“ míní šéf obchodu z třeboňské firmy.

Podle něj si tím samým procesem prošla i Česká republika. U nás také trvalo poměrně hodně let, než se český spotřebitel naučil dívat na etikety, zajímat se, odkud zboží je. „Češi už nehledí jen na cenu, Srbové jsou teď v období, kdy ale naopak hledí právě jen na tu cenu.“

Pokud Srbsko opravdu jednou do EU vstoupí a trh se otevře, může to ohrozit české exportéry. V současné době se obrát vývozu do Srbska pohybuje u Agrika v řádu desítek milionů korun. „Ze začátku to bylo samozřejmě více, ale tím, jak už i sem dorazila kultura dotací, se obrát zmenšil.“

Michal Karmazín však tvrdí, že firma zde už má dobrou pozici i jméno a dalších ztrát obchodních partnerů se neobává. Jediné, co může hrát proti nim, je věk. „Stárneme, i naše kolegyně Zuzana Maleš stárne. A v obchodě je vždy a za všech okolností nejdůležitější lidský faktor. Pokud ovšem jednou dokážeme tyto naše klíčové lidi dobře nahradit stejně kvalitními, věřím tomu, že budeme úspěšní bez ohledu na to, kolik dalších firem a z kolika různých zemí do Srbska přijde.“

Dobré jméno se rychle šíří

Společnost Agrico navázala kromě Srbska kontakty i v okolních balkánských zemích. Například ve Slovinsku má tři významnější partnery, ale tamní trh je podle Karmazína hodně specifický.

Oproti Srbsku, které má zemědělství postavené na velkofarmách, fungují v této zemi hlavně drobní farmáři. Přístup k zemědělství je zde hodně podobný Rakousku – je to logické, jsou to země, které spolu sousedí a jsou i historicky provázané.

„Mají tedy specifické požadavky, objednávají si u nás zboží, ale je to v daleko menších objemech. Máme tam minimální skladové zásoby, z nichž ukrájeme až do doby, kdy se překročí určitý limit, a pak vyrobíme další sérii. Vyrábíme hlavně na konkrétní projekt, to znamená zakázkově přímo na míru. Ale vždy máme samozřejmě něco na skladě.“



Slavnostního otevření nového objektu pro chov prasat v Srbsku, na kterém se podílela i společnost Agrico, se zúčastnil i ministr zemědělství Marian Jurečka (vlevo) i manažer obchodu firmy Michal Karmazín (uprostřed).
FOTO: ARCHIV HN

Agrico exportuje také do Chorvatska, nicméně zkušenosti s touto zemí nejsou podle Karmazína úplně ideální. Chorvaté jsou v Evropské unii, takže jsou hodně závislí na dotacích. „Mají i trochu jinou mentalitu, nakupují, ne když něco potřebují, ale hlavně když jsou na to dotace. Z mého pohledu to není úplně ideální, ale je to tak a tak to musíme brát.“

Společnost Agrico má, co se týče exportu, i další plány. Ráda by se dostala z evropské-

ho kontinentu do Afriky. Začíná zde navazovat kontakty, přicházejí první obchodní cesty. „Myslíme si, že to je region, kde bychom mohli mít šanci podílet se na rozvojových programech, a mohli bychom tak pomoci obyvatelům přímo u nich doma. Když budou mít práci a dostatek jídla, situace se tam stabilizuje. Můžeme je naučit vyrábět si jídlo a hospodařit. To vidím jako cestu,“ uvažuje nad budoucností společnosti Agrico Michal Karmazín.

„Účastníci zájezdu“ ze Srbska do Česka nám vlastně pomohli se rozšířit, protože ostatní u nich viděli naše zařízení, slyšeli chválu na firmu i na Česko, a tak si od nás chtěli také něco pořídit.

Srbsko – země nových šancí pro české výrobce environmentálních technologií

Oblast environmentálních technologií trpěla ze strany srbské vlády dlouho nedostatkem zájmu. Až tlak EU v rámci přístupových jednání negativní trend změnil a v Srbsku začíná v této oblasti růst poptávka.

Jiří Král
vedoucí obchodního úseku
české ambasády v Bělehradě
jiri_kral@mzv.cz

Srbský trh není pro české exportéry žádnou neznámou. K jeho popularitě jistě přispívá geografická blízkost, podobný jazyk i kultura, historická propojenost již od dob Rakouska-Uherska a v neposlední řadě i to, že jde o největší trh Balkánu mimo Evropskou unii.

Oblast environmentálních technologií dlouhodobě trpěla nedostatkem zájmu ze strany srbské vlády a tomu odpovídaly i nedostatečné investice do ekologické infrastruktury. Až soustavný tlak EU v rámci přístupových jednání negativní trend změnil a v Srbsku začíná po těchto technologiích růst poptávka.

Jde o nelehký trh, který je silně založen na osobních vazbách a kontaktech, se stále nevyhovující vymahatelností práva a nedostatečnou ochranou především zahraničních investorů. Přesto nabízí velký potenciál a stojí za to se na něj podívat detailněji.

Dopad války a nestability na ekologii

Válečné konflikty doprovázející rozpad Jugoslávie v 90. letech minulého století měly významně negativní dopad na srbské hospodářství. Další komplikace přinesla politická nestabilita a časté změny ekonomických priorit střídajících se vlád po roce 2000. Ekonomická situace rovněž svazovala vládám ruce, takže investice do zelených technologií a ekologie byly soustavně odkládány. Výsledkem je zcela nevyhovující stav odpadového hospodářství, kanalizačních systémů, čistíren odpadních vod, emisí v průmyslu a energetice a životního prostředí obecně.

Odhaduje se, že celkově si „ekologizace“ Srbska podle evropských standardů vyžádá investice v rozsahu 14 mld. eur. Oblastí, kde lze v nejbližší době očekávat největší příležitosti (v souvislosti s otevřením kapitoly 27 předvstupních rozhovorů), je sektor vody. Zde by mělo být v následných 15–20 letech proinvestováno cca devět miliard eur. Na výstavbu čistíren odpadních vod by z toho mělo připadnout 4,9 mld. eur. Předpokládá se rozsáhlé využití evropských fondů a zapojení institucí, jako je EBRD, EIB a další. Ty by měly pokrýt cca 53 % nákladů, zbývajících 47 % by měl doplatit srbský stát.

Aktuální stav srbské infrastruktury dobře dokumentují i další čísla. V současnosti je



Odhaduje se, že celkově si „ekologizace“ Srbska podle evropských standardů vyžádá investice v rozsahu 14 miliard eur. Oblastí, kde lze v nejbližší době očekávat největší příležitosti, je sektor vody.
FOTO: SHUTTERSTOCK

čištěno přibližně 5–10 % všech odpadních vod. Na kanalizační síť je napojeno jen 35 % domácností. Pro srovnání – v EU je to přibližně 80–90 % všech obyvatel. Většina existujících čistíren odpadních vod realizuje pouze primární (mechanické) nebo sekundární (biologické) čištění. V současnosti v Srbsku funguje pouze okolo 40 čistíren odpadních vod. Odpovídající čističku nemá ani město Bělehrad, které odpadní vody vypouští přímo do Dunaje a Sávy.

Před vstupem do EU by mělo být vybudováno 320 čistíren odpadních vod nejrůznějších velikostí, což pro české firmy představuje velkou příležitost. Mohou zde uplatnit zkušenosti z budování ekologické infrastruktury

v ČR a využít tak své know-how i výrobní kapacity.

Voda je sociálně citlivá komodita

Odpadní vody však zdaleka nejsou jedinou oblastí, která by mohla být pro české firmy zajímavá. I systém zásobování vodou je značně zastaralý a neefektivní, s velkými ztrátami v rozvodné síti. Voda je vnímána jako sociálně citlivá komodita a její cena je udržována na tak nízké úrovni, že negeneruje dostatek prostředků pro investice ani na běžnou údržbu. Očekává se, že v následujících pěti letech vzroste cena vody až na trojnásobek stávající ceny (v současnosti je 1 m³ poskytován za cenu 50 RSD – cca 12 Kč). To by mělo přispět nejen k racionalizaci nakládání s vodou a jejímu hospodárnějšímu využívání, ale i ke zvýšení investic do této oblasti.

Podobná je situace u elektrické energie a tepla. V tomto případě je na rozdíl od vodného a stočného proces postupného zavádění tržní ceny elektrické energie již patrný. Srbsko i pod tlakem mezinárodních institucí a EU snižuje dotace na energie. S rostoucí cenou se zvyšuje zájem o technologie, které umožní snižování spotřeby, případně spravedlivé rozdělení nákladů dle skutečného odběru.

Zatímco podnikatelská sféra jde cestou hledání energeticky efektivnějších technologií do výroby, vlastníci bytů a bytových domů (mezi které se v Srbsku často řadí i města a místní samosprávy) hledají spíše cesty, jak spravedlivě rozdělit náklady na elektrickou energii či teplo.

Zastupitelský úřad s potěšením registruje rostoucí zájem v této oblasti a posilující přítomnost českých firem na srbském trhu.

V současnosti v Srbsku funguje pouze okolo 40 čistíren odpadních vod. Odpovídající čističku nemá ani město Bělehrad, které odpadní vody vypouští přímo do Dunaje a Sávy.



Srbsko má velmi zastaralý a neefektivní systém zásobování vodou. Teprve v posledních letech se pozvolna začíná s jeho modernizací. Tak tomu je například v případě města Zrenjanin (na snímku). FOTO: SHUTTERSTOCK

Ta je realizována většinou prostřednictvím místního zástupce.

Najít toho pravého

Nalezení takového člověka či firmy ovšem často bývá tou největší výzvou při vstupu na trh. I proto se nevyplatí uvažovat o jednotlivé zakázce nebo zakázkách (snad s výjimkou největších projektů), ale spíše je potřeba k trhu přistoupit koncepčně, s cílem se na něm dlouhodobě etablovat. To ostatně potvrzují i dosavadní zkušenosti českých firem, jako je VHS Brno, Dekonta nebo Enviros.

Na rozdíl od obchodních prostředí většiny středo- a západoevropských zemí je obchodování v Srbsku založeno na osobních kontaktech a vazbách, které se „na dálku“ těžko budují.

Podstatnou agendou místního zástupce je také registrace výrobku, neboť i přes pokračující přístupové rozhovory s EU nejsou evropské certifikáty dosud uznávány. S ohledem na skutečnost, že je Srbsko značně podkapitalizované (a v případě environmentálních technologií jde často o finančně náročné investice), je místní zástupce nepostradatelný i v ověření finančního krytí zakázky. Pomocnou ruku s výběrem zástupce může nabídnout i agentura CzechTrade, která má v Srbsku svou zahraniční kancelář.

Jedním z významných specifik oblasti zelených technologií je financování. V rámci příprav na vstup Srbska do EU jde společně s dopravou o segment, kam plyne největší podpora z evropských fondů. S pokračováním přístupových rozhovorů se očekává další významný nárůst evropské podpory, kterou lze očekávat i po případném vstupu země do unie. Díky tomu je možné považovat financování environmentálních projektů za méně problematické než jiné investice z veřejných prostředků.

V této souvislosti je potřeba upozornit na obecnou snahu srbské vlády a místních samospráv prosazovat financování prostřednictvím PPP. Dosud existuje minimum úspěšných projektů realizovaných touto cestou a zkušenosti českých i jiných evropských firem jsou rozporuplné. Systém, který relativně

uspokojivě funguje v severských zemích s velmi stabilním ekonomickým i právním prostředím, v Srbsku naráží na časté změny legislativy a provázanost státních zakázek s politikou na centrální i regionální úrovni.

Srbský trh environmentálních technologií tedy lze shrnout následovně: jedná se o velkou příležitost pro české firmy, které jsou schopné nabídnout řešení odpovídající evropským standardům za konkurenční cenu, dokážou si poradit s překážkami plynoucími z toho, že Srbsko není členem EU, vnímají vstup na trh jako koncepční a dlouhodobou záležitost (a jsou připraveny nést počáteční náklady tohoto rozhodnutí) a v neposlední řadě si dokážou poradit s náročnější administrativou, kterou přináší financování z fondů EU a dalších mezinárodních institucí.

Na rozdíl od obchodního prostředí většiny středo- a západoevropských zemí je obchodování v Srbsku založeno na osobních kontaktech a vazbách, které se těžko budují „na dálku“.

Kosovo je oknem nových příležitostí a dveřmi do dalších zemí regionu

Kosovo se v důsledku přetrvávajících klišé postkonfliktní země ještě nedostalo mezi priority velkých zemí a nadnárodních korporací. A to je šance pro české investory.

Ivo Šilhavý, Vítězslav Pur
Velvyslanectví ČR v Prištině, Kosovo
vitezslav_pur@mzv.cz

Kosovo patří mezi menší země západního Balkánu s 1,8 milionu obyvatel. Poté, co dosáhlo v roce 2008 samostatnosti, se sice musí vyrovnávat s bolestnou historickou zátěží a standardními politickými problémy fungování nedávno vzniklého státu, ale přesto je jednou z nejrychleji se rozvíjejících zemí regionu se stabilním ekonomickým růstem (4 % HDP) a s vysokým podílem zahraniční rozvojové pomoci a investic, zejména ze strany zemí EU a USA. Budování nového státu je tak příležitostí pro navazování obchodní spolupráce v řadě odvětví, zvláště pro firmy ze zemí, jako je Česká republika. Kosovo se totiž, v důsledku přetrvávajících klišé postkonfliktní země, ještě nedostalo mezi priority velkých zemí a nadnárodních korporací. Toto „okno příležitosti“ má však omezenou dobu trvání.

Případný obchodní úspěch v Kosovu navíc otevírá cestu do Albánie a dalších zemí regionu. Dokladem potenciálu obchodní spolupráce jsou úspěchy českých firem v posledních letech a fakt, že od roku 2014 český export do Kosova roste ročně cca o 10 procent, a to v různých sektorech kosovské ekonomiky.

K nejvýznamnějším českým kontraktům poslední doby můžeme zařadit dodávku 30 autobusů firmy Iveco CZ, dodaných pro zkapalnění městské dopravy do Prištiny na přelomu let 2016/2017. Firmě Iveco CZ se podařilo uspět v mezinárodním tendru, kterého se v závěrečném kole zúčastnily společnosti z Polska, Číny a Ukrajiny. Kromě vlastní dodávky 30 autobusů bude Iveco zajišťovat školení řidičů a údržbu vozového parku.

K dalším zajímavým sektorům patří vodní management a čistírny odpadních vod. České firmy Ircon a TopolWater společně s kosovskou firmou Project Plus postavily na komerční bázi již tři čistírny pro ministerstvo spravedlnosti Kosova. Dobré reference získaly na základě výstavby dvou čistíren realizovaných v rámci zahraniční rozvojové spolupráce. V současné době se připravuje výstavba čistírny odpadních vod pro Zubin Potok na severu Kosova. Jedním z klíčových předpokladů úspěchu bylo navázání úzké spolupráce s místním kosovským obchodním partnerem.



Na začátku letošního roku dodala firma Iveco 30 autobusů do kosovského hlavního města Prištiny.
FOTO: IVO ŠILHAVÝ

Do oblasti nových technologií a příležitostí pro české firmy v Kosovu patří rovněž úspěšná spolupráce několika individuálních investorů z České republiky jako např. Credo Ventures, StartupYard a Rockaway Capital s internetovou společností Gjirafa. Gjirafa je nejúspěšnější společností v oblasti internetových technologií v regionu, poskytuje služby v oblasti on-line marketingu, e-commerce, videí a off-line i on-line služeb, pracuje také na budování internetové ekonomiky.

V neposlední řadě je nutné zmínit velké příležitosti, které se českým firmám otevírají v oblasti klasické energetiky. Kosovská vláda se rozhodla rekonstruovat stávající uhelné

elektrárny Kosovo A a Kosovo B a připravit výstavbu nové elektrárny Kosovo New/C. Společnost REKO Praha podepsala v květnu 2017 se společností Kosovo Energy Corporation smlouvu na rekonstrukci chladicí věže pro elektrárnu Kosovo A.

Společnost REKO Praha zvítězila v tendru společně s kosovskou firmou Ekoinvest. Zde se opět ukázal přínos spolupráce se zkušeným kosovským partnerem. Se zahájením rekonstrukce a instalací nové technologie se počítá během odstávky elektrárny počátkem roku 2018.

Podrobnější informace je možno nalézt na webových stránkách české ambasády v Prištině: http://www.mzv.cz/pristina/cz/ekonomika_a_obchod/index.html.

Roste zájem mladých o agrobiznis

V posledních letech dochází v Kosovu k postupnému obratu ve vztahu k práci a podnikání v zemědělství a na agrobiznis se orientuje stále více mladých lidí, zvláště pak v rodinných farmách.

Vláda Kosova i zahraniční dárci v roce 2017 výrazně navýšili své subvence do zemědělství a potravinářství. Jde zejména o podporu zahradnictví, používání kvalitní sadby/semín, stavby skleníků, zpracování zemědělské produkce a zavádění moderních potravinářských technologií (zejména balicí linky). Převážná část potravin a zemědělské produkce se do Kosova stále dováží ze zemí regionu, ze zemí EU nebo z Turecka.

Jednou z možností, kde je možné představit české produkty, je mezinárodní veletrh Agrokos, který se koná každoročně v Prištině. V říjnu 2016 se na něm představilo 135 firem převážně z Kosova a států regionu západního

Dokladem potenciálu obchodní spolupráce s Kosovem jsou úspěchy českých firem v posledních letech a fakt, že od roku 2014 český export do Kosova roste ročně cca o 10 procent. A to v různých sektorech kosovské ekonomiky.



Jedním z hlavních problémů kosovského zemědělství je nedostatek vhodného a kvalitního krmiva pro hospodářská zvířata. Nejvíce se chová skot – přes 250 tisíc kusů.
FOTO: IVO ŠILHAVÝ

Balkánu, Turecka a České republiky. Na veletrhu se prezentovaly firmy především se svou zemědělskou, ovocnářskou a zelinářskou produkcí, dále firmy dodávající technické a technologické vybavení pro zemědělskou produkci, hnojiva a krmiva. Na veletrhu se objevily rovněž menší farmy představující biopotraviny a několik firem s ukázkou procesů v potravinářském sektoru.

Jedním z úspěšných vystavovatelů byla také česká firma TECO a.s. s produkcí řídicích systémů. Cílem účasti firmy na veletrhu v Prištině bylo podle vyjádření přítomného zástupce obchodního ředitele Ing. Petra Ovčáčka rozšíření odbytových možností do země západního Balkánu.

Z posledního průzkumu zemědělských subjektů z roku 2015 vyplývá, že v Kosovu bylo zemědělsky využíváno 410 478 hektarů plochy, z toho 53 % připadalo na louky a pastviny, 45 % tvořila orná půda a 2 % tvořily sady a zahrady. Z celkového orného půdního fondu se na 73 % pěstovaly obilniny, 15 % fondu bylo využíváno k pěstování krmiv, na 4 % se pěstovala zelenina, na 2 % brambory, na necelých 2 % luštěniny a na zbylých 4 % ostatní plodiny. Zavlážováno bylo pouze 5 % půdního fondu.

Podle uvedeného průzkumu bylo v Kosovu chováno v roce 2015 celkem 258 505 kusů skotu, 198 703 ovcí, 30 393 koz, 44 149 prasat, 2577 koňů, mul a oslů a 2,576 milionu drůbeže

(kuřat, krůt, kachen a hus). Poměrně rozšířené je rovněž včelařství se 157 tisíci úlů.

V roce 2015 se produkce plodin zvýšila o 8 % oproti roku 2014, za nárůstem byla zvýšená produkce zeleniny, zahradních produktů (maliny) a krmných rostlin. Produkce zvířat vzrostla v roce 2015 o necelých 8 %. Celková produkce zemědělského zboží se v roce 2015 zvýšila o 7,9 % oproti roku 2014.

Hlavním problémem je rozdrobenost

K prioritám vládních institucí na roky 2016–2019 patří hlavně oblasti potravinové bezpečnosti, managementu při využívání přírodních zdrojů a rozvoje venkova.

K největším problémům Kosova v zemědělství a lesnictví patří především přílišná rozdrobenost zemědělských i lesnických hospodářství. K efektivnější správě navíc chybí znalosti i potřebná technika.

Dalším problémem je nedostatek vhodného a kvalitního krmiva pro hospodářská zvířata a třetím nejvýraznějším problémem je znečištění životního prostředí a kontaminace půdy, způsobená exhalacemi a současným nerespektováním ekologických norem. V oblasti potravinářství je velkým problémem rovněž přílišná atomizace domácích producentů, nedostatek potřebných technologií a tím nízká kvalita finálních výrobků, které nestačí konkurovat dováženým produktům.

Uvedená situace vytváří další exportní a investiční příležitosti pro uplatnění agrárních technologií a produktů z České republiky. Zejména jde o export českých potravin (především mléčných výrobků), moderních potravinářských technologií (např. balicí linky, linky na výrobu chlazených a konzervovaných potravin) a technologií pro zahradnictví a zemědělství (kvalitní sady a hnojiva).

Kosovo má zájem o export českých potravin (zejména mléčných výrobků), moderních potravinářských technologií a technologií pro zahradnictví a zemědělství, tedy hlavně kvalitních sadeb a hnojiv.

Albánie: přední reformní země západního Balkánu

Do začátku 90. let minulého století bylo bývalé Československo jedním z největších dodavatelů zemědělských strojů do Albánie. Nynější rozvoj albánského zemědělství je opětovnou šancí.

Svatopluk Opěla
Velvyslanectví ČR v Tiraně
svatopluk_opela@mzv.cz

Albánie udělala v posledních dvou desetiletích obrovský pokrok při vytváření důvěryhodné pluralitní demokracie a tržní ekonomiky. Země byla před globální finanční krizí jednou z nejrychleji rostoucích ekonomik v Evropě. V roce 2016 HDP opět vzrostl o 3,4 %. Rychlost rozvoje klíčových odvětví země je nicméně značně závislá na zahraničních investicích. Vláda se proto snaží o institucionální reformy, z nichž zásadní je justiční reforma, a legislativní úpravy, které by zlepšily podnikatelské prostředí a přivedly do země další zahraniční investory.

Vytváří i pobídkové programy, jako např. investiční program „jedna miliarda eur“, ze kterého jsou spolufinancovány projekty v rámci partnerství veřejného a soukromého sektoru (PPP). Vláda si od programu slibuje zrychlení hospodářského růstu z nyníšších 3,5 % až na šest procent. Chce tak urychlit obnovu některých sektorů albánské ekonomiky a „zdvojnásobit“ ekonomický růst v příštích třech letech.

albánského Durrësu do makedonské Skopje, jako část albánsko-makedonsko-bulharského koridoru.

První stavbou v rámci revitalizace albánských železnic bude rekonstrukce a dostavba nové části železničního spojení Tirana–Durrës. Tendr na tuto stavbu bude proveden do konce roku 2017. Z celkových nákladů 82 mil. eur bude 44 % hradit Evropská banka pro obnovu a rozvoj. Pro české firmy se tak otevírají možnosti spolupodílet se na obnově albánských železnic.

Jedním z velkých projektů, které v současnosti značně přispívají k ekonomickému růstu Albánie, je stavba plynovodu TAP (Trans Adriatic Pipeline), na niž bude v dalších letech navazovat plynofikace země. Plánuje se a připravuje výstavba a rekonstrukce vodních elektráren a staveb zlepšujících životní prostředí (odpadové hospodářství, vodovody, odstranění ekologických zátěží). Koncem února 2017 vstoupil v Albánii v platnost nový zákon „o podpoře využití energie z obnovitelných zdrojů (OZE)“, který vytváří odpovídající

příležitost ke zvýšení objemu dodávek, popř. ke vstupu na albánský trh.

Zemědělský a potravinářský průmysl

Zemědělství se podílí na HDP Albánie asi jednou čtvrtinou a nyní v něm působí asi 45 % praceschopného obyvatelstva. V zemi je zhruba 324 tisíc malých rodinných farem s průměrnou výměrou 1,1 ha polí. Albánská vláda usiluje o transformaci dosud převažujícího drobného farmářství pro vlastní obživu na moderní zemědělský systém, schopný ziskového exportu do Evropské unie.

Země má předpoklady pro rozsáhlou produkci převážně v ovocnářském a zelinářském sektoru. Rozvíjí se i pěstování vína a vinařství. V hornatých oblastech Albánie, kterých je více než 75 %, je významná i živočišná výroba.

Albánie si také stále více uvědomuje potřebu plnění unijní legislativy a standardů v době, kdy se blíží začátek přístupových jednání s unií. Stát stále vlastní zemědělskou půdu a je podle ministerstva zemědělství připraven ji pronajmout pro kvalitní projekty zahraničním investorům.

Albánská vláda podepsala v srpnu 2016 s Evropskou bankou pro obnovu a rozvoj a komerčními bankami dohodu o Albánském garančním fondu pro podporu agrárního sektoru a rozvoj venkova. Cílem fondu je umožnit komerčním bankám poskytování zvýhodněných úvěrů jak albánským farmářům, tak i agropodnikům na větší investiční aktivity (skleníky, sběrná místa zemědělské produkce, vodní hospodářství, zpracovatelské linky).

Charakter zemědělské výroby v Albánii bude upřednostňovat malou zemědělskou techniku (traktory menší výkonové řady, malé zemědělské stroje). Do začátku 90. let minulého století bylo bývalé Československo jedním z největších dodavatelů zemědělských strojů do Albánie. Nynější rozvoj albánského zemědělství dává dodávkám české zemědělské techniky opětovnou šanci.

Albánie se v posledních letech stává na západním Balkáně i velmi populární turistickou destinací, a to rovněž pro české turisty, kterých přijíždí v létě do této země kolem 15 tisíc.

Jak rozvoj plynárenství, tak rozvoj obnovitelných zdrojů energie v Albánii jsou příležitostí pro české firmy, které již mají zkušenosti v budování plynárenské infrastruktury a větrných, popř. solárních elektráren.

Od 1. června 2017 platí v Albánii nový celní kodex, vypracovaný v souladu s direktivami EU, který nabízí sérii hladších exportních a importních procedur za účelem usnadnění obchodu a posílení obchodní výměny.

Dopravní průmysl a infrastruktura

Jednou z hlavních priorit pro Albánii je rozvoj a modernizace dopravní sítě, především silniční. Rozvoj albánské železniční sítě vychází z národní strategie zacílené na integraci do regionální i transevropské železniční sítě. Prioritou je zejména zlepšení přeshraničního železničního spojení s Černou Horou. V dlouhodobějším výhledu se plánuje vybudovat železniční spojení z al-

cí regulační rámec a umožňuje liberalizovat energetický trh. Zákon podporuje implementaci systému podpory pro investice do nových OZE využívajících větrné a sluneční energie. Jak rozvoj plynárenství, tak rozvoj OZE jsou v Albánii příležitostmi pro české firmy, které již mají zkušenosti v budování plynárenské infrastruktury a větrných, popř. solárních elektráren.

Textilní a obuvnický průmysl

Oděvní a obuvnický průmysl jsou dynamicky se rozvíjejícími odvětvími albánské ekonomiky a jejich finální produkty se na albánském exportu podílí více než 30 %. České firmy, které jsou nebo mohou být dodavatelem surovin a hlavně polotovarů pro toto odvětví, mají

Zemědělství a lesnictví v Bosně a Hercegovině? Problém stejně složitý jako země sama

Hodnota ročního vývozu České republiky ve výši téměř 130 milionů eur ukazuje, že najít platící odběratele v Bosně a Hercegovině je možné. Tamní zemědělství navíc nutně potřebuje investory.

Ladislav Horák

ekonomický diplomat

Velvyslanectví ČR v Bosně a Hercegovině

ladislav_horak@mzv.cz

Bosna a Hercegovina vstupem Chorvatska do EU přišla o klíčový exportní trh pro zemědělskou a potravinářskou produkci. Problematiké v této zemi je nejen naplňování unijních standardů, ale i konkurenceschopnost domácí živočišné výroby, která se podílí čtyřmi pětinami na celkové zemědělské produkci. Situace se ale pomalu mění a první firmy již získaly potřebné licence.

Zásadnější uplatnění místní produkce na trzích EU však vyžaduje značné investice ze strany chovatelů hospodářských zvířat i zpracovatelů mléka a masa. A nejde jen o export, země s 3,5milionovou populací není potravinově soběstačná a domácí spotřeba je ze 70 procent zabezpečena dovozem.

Zvýšení efektivity provozů se neobejde bez zásadní změny existujícího modelu chovu, který je založen na velkém množství hospodářských jednotek – domácností a malých farem. Zaměření na větší provozy umožní farmářům snížit jednotkové náklady na pořízení nutného vybavení, jako jsou dojící zařízení, chladicí zásobníky, na přepravu a manipulaci s močůvkou a pevnými hnojivy a také na pořízení automatických ventilačních a krmicích zařízení.

Mlékárny a masokombináty musí prioritně investovat do předčističek odpadních vod, likvidace pevných odpadů a modernizací porážkových a balicích linek.

Neméně zajímavým tématem pro angažování českých firem v Bosně a Hercegovině může být využití bioplynu vznikajícího v zemědělském prostředí pro výrobu elektrické energie a tepla.

Největší bohatství – lesy

Ačkoliv se zemědělství podílí sedmi procenty a těžba dřeva méně než jedním procentem na hospodářské výkonnosti země, největším bohatstvím Bosny a Hercegoviny jsou lesy, které pokrývají polovinu celkového území. Je tak zemí s největším zalesněním a s nejširším spektrem dřevin v regionu západního Balkánu.

Těžba dřeva a dřevozpracující průmysl se řadí mezi jedno z nejdůležitějších odvětví výrobního sektoru díky 350 mil. eur ročního exportu, tedy sedmi procentům vý-



Těžba dřeva a dřevozpracující průmysl jsou důležitou součástí ekonomiky Bosny a Hercegoviny. Tvoří dokonce sedm procent z celkového vývozu země. FOTO: SHUTTERSTOCK

vozu Bosny a Hercegoviny.

A jde nejen o prodej stavebního řeziva. Více než třetinu hodnoty tvoří nábytek, jehož výroba má v Bosně a Hercegovině značný potenciál i např. vzhledem k nedávnému sdělení velmi známé, globální, původem švédské nábytkářské firmy, která se rozhodla do budoucna spolupracovat jen s dodavateli ekologicky vypěstovaného dřeva.

Z bosensko-hercegovských lesů je v širokém rozsahu ekonomicky využitelná i dřevní biomasa, a nabízí se tudíž přenos českých zkušeností a příslušných technologií pro kogeneraci.

Hledají se investoři

V řadě obchodních případů, zejména těch investičně náročnějších, se však očekává vstup zahraničního investora, třeba i na bázi koncesní smlouvy. Velká část místních, značně podinvestovaných podniků je ve státním vlastnictví, trpícím nedostatkem prostředků pro další rozvoj. Z tohoto důvodu je obtížné získat zakázku jen na dodavatelsko-odběratelském principu.

Těžba dřeva a dřevozpracovatelský průmysl, ostatně jako všechny ostatní sektory v této velmi komplikované administrativně

členěné zemi, nutně vyžadují investice. Jednou z překážek rychlejšího rozvoje hospodářské činnosti je vlastnická struktura. Ve Federaci Bosny a Hercegoviny, jedné ze dvou entit státu Bosna a Hercegovina, jsou tři čtvrtiny lesních porostů vlastněny 10 kantonálními podniky. Jsou tedy státními, respektive veřejnými podniky. V druhé entitě, Republice srbské, je většina lesů ve vlastnictví státní společnosti Šume RS.

Nehledě na formu vlastnictví, lesní hospodářství vyžaduje investice do strojů a zařízení pro budování a údržbu lesních cest, strojů a zařízení sloužících k obnově a výchově lesních porostů a k prvotnímu zpracování a manipulaci se dřívím. Kapacita dřevařských závodů (pil) je naddimenzována a jejich provozy jsou kvůli zastaralému vybavení neefektivní.

Značné investiční potřeby se země snaží řešit převážně ze zdrojů dárcovských zemí či institucí. Prostor pro komerční uplatnění je, i vzhledem k riziku – dle OECD, a tedy i EGAP sedmá kategorie – silně limitován.

Hodnota ročního vývozu České republiky ve výši téměř 130 mil. eur však ukazuje, že najít platící odběratele v Bosně a Hercegovině je možné. Velvyslanectví ČR v Sarajevu je tomu připraveno napomoci.

Program B2B České rozvojové agentury – Balkánskou stezkou

Tuzemské firmy díky dotacím od České rozvojové agentury vstupují na trhy v zemích bývalé Jugoslávie s výrobky a technologiemi, které jim nejen zajistí zisk, ale také přispějí k místnímu rozvoji.

Ludmila Leškovská
Česká rozvojová agentura
leskovska@czda.cz

Za časů osmanské říše se cestovatelé vyhýbali balkánským silnicím po setmění – a bylo známo, že na některých územích nedokázal paša garantovat bezpečnost ani ve dne. Pirátské flotily byly hrozbou až do poloviny 19. století, kdy je Osmané společně s Řeky definitivně rozprášili. Vývoj historických událostí s sebou přinesl nové výzvy, jako je například odminování území postižených válkou, avšak od předmoderních časů se Balkán posunul mílovým skokem kupředu.

Do infrastruktury směřují masivní investice, úroveň kriminality je srovnatelná se západními zeměmi. Obchodní příležitosti pro podnikatele jsou mimořádné.

Stále více českých firem se proto kvůli přesycenosti středoevropského trhu vydává právě do zemí bývalé Jugoslávie. Navíc se zde české technologie a know-how těší velké oblibě.

Mezi zájemci o byznys v zemích, jako je například Bosna a Hercegovina (progresivní země, která o členství v EU zažádala minulý rok), patří i malé a středně velké české firmy a podnikatelé. Česká rozvojová agentura proto těmto firmám od minulého roku nabízí dotaci pro start podnikání v rozvojových zemích, vč. balkánských (dotace na tzv. podnikatelský plán).

Prospěch pro obě strany

České firmy díky těmto dotacím vstupují na trh s výrobky a technologiemi, které firmě nejen zajistí zisk, ale také přispějí k místnímu rozvoji. Bosna a Hercegovina totiž přes obrovský progres patří stále do skupiny zemí, které jsou podporovány zahraničními donory v rámci rozvojové spolupráce. Opakovaně se ukazuje, že transformační a předstupní zkušenost České republiky je pro země západního Balkánu stále platná.

Pokud jde o podmínky dotace, Česká rozvojová agentura nabízí finanční podporu pro vytvoření podnikatelského plánu až do výše 500 000 Kč (a hraje až 90 % všech nákladů). Z této částky si může firma pokrýt osobní a cestovní náklady, expertní služby, tlumočení, překlady či právní analýzy.

Cílem je seznámit se s místním podnikatelským prostředím, zmapovat rizika a kon-



Česká rozvojová agentura se podílela i na realizaci projektu na solární ohřev vody v nemocnici v bosenském Mostaru. FOTO: CZECH AID.CZ

kurenci. „Podnikání na západním Balkáně přináší obrovské příležitosti, je však třeba postupovat obezřetně,“ tvrdí mentor programu B2B, špičkový konzultant Michal Neumann. „Úspěch investic závisí především na dobrých osobních vztazích s místními partnery a znalostí prostředí,“ dodává Neumann.

Cílem dotace je tedy usnadnit podnikatelům první krok a snížit rizika, která bývají důvodem, proč se malí a střední podnikatelé bojí na trh vstoupit.

Program B2B poskytuje také dotace pro vytvoření studií proveditelnosti, které mají za cíl nabídnout technické řešení například pro čištění odpadních vod nebo způsob, jak naložit s toxickým odpadem. Finanční podpora studií proveditelnosti může dosahovat rovněž až 500 000 Kč.

Třetí formou podpory je dlouhodobý B2B projekt, kdy česká firma už svého místního partnera má a spolu s ním vytvoří pobočku či joint venture v dané zemi (nebo uzavře jinou formu dlouhodobější spolupráce). Takové

B2B program České rozvojové agentury

Tento program reaguje na celosvětový trend rozvojové pomoci. Soukromý sektor byl identifikován jako důležitý partner pro rozvojovou pomoc, neboť jsou to právě finanční prostředky, které podnikatelům v rozvojových zemích chybí (naše investice), a moderní technologie a know-how, které zaručí úspěch na globálním trhu. Soukromý sektor jako realizátor rozvojových projektů se také ohlíží na dlouhodobou návratnost těchto investic (zisk).

Co jsou kořenové čističky?

Kořenové čističky odpadních vod fungují na stejných principech jako přirozené mokřady, kde probíhají samočisticí procesy.

Předčištěná odpadní voda protéká kořenovým filtrem, který je naplněn jemnými kamínky, na jejichž povrchu sídlí bakterie, které zajišťují čisticí proces.

Z hlediska ochrany přírody je kořenová čistička upřednostňována, zejména proto, že na rozdíl od klasické nevyžaduje žádné rozvody elektrického proudu ani strojní část obsahující přírodě nepříznivá mazadla a oleje. (zdroj www.korenova-cisticka.cz)



Kořenové čističky jsou ideálním technickým řešením pro čištění splaškových vod. Zájem o tuto technologii mají i některé balkánské země, například Bosna a Hercegovina. FOTO: KORENOVA-CISTICKA.CZ

projekty mohou být podpořeny až do výše pěti milionů korun.

Program B2B už zaznamenal první úspěchy. Za poslední dva roky podpořila agentura celkem 16 podnikatelských projektů, které směřovaly do zemí západního Balkánu. Z toho celkem sedm v Bosně a Hercegovině.

Společnost GEOtest v Bosně vytvořila studii proveditelnosti na zásobování energiemi pro město Teslić. Následně město studii použilo, aby získalo prostředky z evropského programu IPA II.

Dalším příkladem úspěchu B2B programu v Bosně jsou dlouhodobé aktivity firmy Dekonta, a. s., která se specializuje na environmentální projekty. Z konzultační práce přešla k vlastním investicím. V regionu Goražde

buduje kořenovou čistírnu odpadních vod, která má sloužit jako ukázkové zařízení pro nabídku této technologie dalším regionům v zemi.

Bosna a Hercegovina se dlouhodobě potýká s nedostatečnými zdroji vody a s vysokým znečištěním především povrchových, ale i podzemních vod. V současné době se pozornost vlády soustřeďuje na vybudování čistíček ve velkých městech. Malá města a obce, zvláště ty špatně dostupné, např. v hornatých oblastech, jsou zatím přehlíženy. Proto zde mohou být kořenové čističky ideálním technickým řešením pro čištění splaškových vod.

Ve spolupráci s obcí Goražde už byl proveden geologický a hydrogeologický průzkum. Následujícím krokem bude samotná výstavba

čističky. Dochází tedy k významnému přenosu know-how, vytvoření nových pracovních míst, ale především k cenově dostupnému řešení ekologického problému znečištěné vody.

Mezi nejzajímavější projekty započaté tento rok v Bosně patří záměr českého podnikatele bosenského původu Ongjena Greba s názvem Modernizace a rozvoj systému sušení a zpracování obilnin v regionu Brčko. Ve spolupráci s místním zemědělským družstvem má v plánu zajistit výstavbu provozní jednotky na sušení a zpracování obilnin o kapacitě 1500 tun.

Dosud totiž bosenští majitelé těchto sušiček využívali svého monopolního postavení. Farmáři si obilí mohli usušit za podmínky, že nasušené obilí prodají majiteli provozu za výhodnou cenu. Pokud s podmínkami nesouhlasili, vyšlo je sušení velmi drahé.

Nový český provoz bude fungovat s jednotnou cenou sušení pro všechny a s garantovanou výkupní cenou podle situace na trhu komodit. Do projektu jsou zapojeni také experti z Mendelovy univerzity v Brně, kteří budou školit místní pracovníky v oblasti účelného nakládání s obilninami. Projekt je z poloviny financován žadatelem o dotaci.

Podnikání na západním Balkáně přináší obrovské příležitosti, je však třeba postupovat obezřetně. Úspěch investic závisí především na dobrých osobních vztazích s místními partnery a znalosti prostředí.

Veletrh International Agricultural Fair 2017 s českou účastí



Informace o vystavujících firmách

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ

Těšnov 17

110 00 Praha 1

Tel.: +420 221 812 091

E-mail: info@mze.cz

Web: www.eagri.cz

Charakter stánku MZe byl informační a propagační. Byly zde poskytovány informace pro odbornou i laickou veřejnost, včetně řady publikací v tištěné podobě, zejména aktualizovaná verze katalogů kontaktních adres resortu zemědělství v ČR a kontaktních adres výrobců v potravinářském průmyslu. Návštěvníci se rovněž měli možnost dozvědět všeobecné informace o České republice, k dispozici byla i nabídka turistických materiálů.

Stánek MZe byl místem přivítání a jednání zahraničních delegací, místem setkání se zástupci zahraničních a domácích firem, zástupců veletržních správ, marketingových agentur, svazů a organizací činných v agrárním sektoru.

Vystavující firmy pod záštitou MZe:

AGRICO, s.r.o.

AGRITEC, výzkum, šlechtění a služby, s.r.o.

BIOPREPÁRÁTY, spol. s r.o.

BUDĚJOVICKÝ BUDVAR, n.p.

FARMTEC, a.s.

FRUJO, a.s.

INTERLACTO, s.r.o.

JIHOČESKÝ CHOVATEL, a.s.

KOOPERACE HROTOVICE, a.s.

KOVOBEL, výrobní družstvo

LACNEA, a.s.

NATURAL, s.r.o.

POLABSKÉ MLÉKÁRNY, a.s.

SMS CZ, s.r.o.

ZEMĚDĚLSKÁ A DOPRAVNÍ TECHNIKA, s.r.o.

Mezinárodní veletrh International Agricultural Fair v srbském městě Novi Sad má téměř stoletou tradici – poprvé se konal v roce 1923. Patří mezi nejvýznamnější zemědělské veletrhy v oblasti jihovýchodní Evropy. Od roku 1957 byl znám jako Jugoslávský veletrh. Letos se koná jeho 84. ročník, partnerskou zemí je Bosna a Hercegovina.

Srbský veletrh zahrnuje Výstavu zemědělské techniky, Národní přehlídku dobytka a Výstavu biozemědělství. Příležitost zde najdou i obchodníci k „business to business“ setkání. V Kongresovém centru Novi Sad jsou organizovány četné konference, propagační kampaně a jednání obchodníků. Od roku 2007 se veletrh zaměřuje na studenty a vědce v zemědělství, výsledkem je i udělování ocenění „Nejlepší zemědělský podnikatel“.

Součástí veletrhu je vzdělávací část Green Line, kde mohou studenti středních škol a zemědělští nadšenci předvést naučné prezentace z odvětví zemědělství. Dále je to Gastronomické dědictví – část veletrhu věnovaná propagaci tradiční regionální kuchyně. Nechybí ani projekt nabídky zaměstnání v odvětví zemědělství a burza dobytka. V roce 2016 se veletrh konal na ploše 53 000 m² (43 000 m² z toho venkovní plocha) a prezentovalo se zde 1500 vystavovatelů z téměř 30 zemí světa. Brány výstaviště vloni překročilo 127 064 návštěvníků.

Česká stopa

Letošní ročník veletrhu se konal od 13. do 19. května 2017 a Českou republiku a její zemědělství reprezentoval národní stánek ministerstva zemědělství a 15 vystavujících firem.

Ministerstvo zemědělství v rámci stánku zajišťovalo informační a poradenský servis. Výstavu navštívila první den delegace ministerstva vedená náměstkem ministra zemědělství Patrikem Mlynářem v doprovodu zemědělského diplomata Pavla Svobody a vedoucího ekonomického úseku ZÚ ČR v Bělehradě Jiřího Krále, kteří zahájili expozici.

Na stánek ministerstva zavítala v průběhu veletrhu také velvyslankyně ČR v Srbské republice Ivana Hlavsová. Spolu s vedoucím ekonomického úseku ZÚ ČR Jiřím Králem a zemědělským diplomatem Pavlem Svobodou jednali jak s firmami, tak s představiteli veletržní správy.

Se všemi zúčastněnými firmami na veletrhu proběhla jednání o otázkách podpory exportu, situace a možností exportu a změn dotačního programu 9H.

Pozitivní hodnocení firem

Z rozhovorů se zástupci firem vyplynulo, že firmy hodnotí veletrh pozitivně zejména z hlediska navazování nových obchodních kontaktů. Jednání se zástupci dodavatelů na srbský trh pomohlo zprostředkovat také zemědělský diplomat Pavel Svoboda, který byl přítomen po celou dobu konání výstavy.

Veletrh patří k nejvýznamnějším akcím určeným pro koncové spotřebitele na Balkáně a i v letošním roce jej navštívilo bezmála 130 tisíc návštěvníků. Vedení ministerstva rozhodlo o zařazení veletrhu International Agricultural Fair do plánu akcí pro rok 2018 s ohledem na trvalý zájem firem, podporu exportu a význam veletrhu z hlediska agrární diplomacie.

Výstavy a veletrhy, které jsou v plánu na příští rok

19.–28. ledna 2018,
Berlín, Německo

Internationale Grüne Woche 2018

14.–17. února 2018,
Norimberk, Německo

BioFach 2018

18.–22. února 2018,
Dubaj, SAE

Gulfood 2018

27. února – 3. března 2018,
Brno

SALIMA

3.–9. března 2018,
Tokio, Japonsko

Foodex Japan 2018

8.–12. dubna 2018,
Brno

TECHAGRO, SILVA REGINA

duben 2018,
Chisamba, Zambie

Agritech Expo Zambia 2018

květen 2018,
Novi Sad, Srbsko

IAF Novi Sad 2018

květen 2018,
Šanghaj, Čína

SIAL China 2018

srpen 2018,
České Budějovice

Země živitelka 2018

říjen 2018,
Olomouc

Flora Olomouc – podzimní etapa 2018

21.–25. října 2018,
Kolín nad Rýnem, Německo

SIAL Paris 2018



HN052200

Česká banka pro český export

Česká exportní banka, a.s.

- plně ve vlastnictví českého státu
- jeden z pilířů proexportní politiky
- poskytuje exportní financování zejména v rizikovějších teritoriích
- klienty banky jsou čeští vývozci bez ohledu na velikost obrátu

Ratingové hodnocení

Standard and Poor's AA-
Moody's Investors Services A1

Produkty

- Předexportní úvěry
- Dodavatelské úvěry
- Záruky
- Odkup vyvozních pohledávek
- Financování investic v zahraničí
- Odběratelské úvěry



Proexportní podpory ministerstva zemědělství

Z hlediska vývoje v mezinárodním obchodě, situace na světových trzích a zvýšené orientace české ekonomiky na vývoz je od r. 2013 primárním zájmem ministerstva zemědělství v oblasti mezinárodních vztahů podpora exportu.

Mezi hlavní nástroj resortu v této oblasti patří zřízení pozic zemědělských diplomatů. Aktuálně jich funguje v zahraničí celkem pět, a to v Rusku, Číně, Saúdské Arábii, Srbsku a nově i ve Spojených státech amerických. V průběhu podzimu se očekává výjezd dalšího pracovníka zodpovědného za oblast zemědělského a potravinářského obchodu do Libanonu.

Vedle toho se do konce tohoto roku budou vybírat vhodní kandidáti na další tři místa – do Japonska, Íránu a Mexika s přesahem na Kubu. Tyto pozice budou v letošním roce na Ukrajině a v Kazachstánu doplněny o tzv. místní síly (občan dané země se znalostí místního prostředí podporující přímé obchodní vztahy českých subjektů).

Dalšími proexportními aktivitami resortu jsou pak především podpora účasti firem

na mezinárodních zemědělsko-potravinářských veletrzích a výstavách, organizace podnikatelských misí v sektoru a v posledním roce i realizace incomingových misí zahraničních partnerů do ČR. Dále se pozitivně rozvíjí zapojení státních subjektů podpory exportu – ČEB a EGAP – v obchodních případech ze sektoru zemědělství a potravinářství, zejména směrem k zemím, které představují zvýšené obchodní a investiční riziko (např. z hlediska platební morálky).

S ohledem na rozměr českého zemědělství a potravinářství představují současné proexportní nástroje optimální varianty státní podpory exportu, a to jak pokud jde o finanční náklady a počet, tak jejich skladbu. Do budoucna by tak mělo být snahou zachování stávajícího počtu aktivit a zaměření se na zvýšení kvality jednotlivých projektů spolu s nastavením jasných pravidel ve vztahu k partnerským resortům i zásad pro české subjekty, které se proexportních aktivit státu účastní.

V příštích letech se ministerstvo zemědělství rovněž hodlá více zaměřit na předávání

informací a komunikaci nástrojů podpory obchodu směrem k českým podnikům, které doposud své zboží buď vůbec nevyvážely, nebo jen v rámci jednotného trhu EU.

Veškeré informace o proexportních aktivitách naleznete v proexportním okénku ministerstva zemědělství: (<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/proexportni-okenko>).

Spojené státy americké



Petr Ježek,
Economic Section – Agriculture
tel.: +1 202 274 9100,
fax: +1 202 244 2147,
e-mail: petr_jezek@mzv.cz

Embassy of the Czech Republic
3900 Spring of Freedom St.,
NW, Washington, D.C.
United States of America
www.mzv.cz/washington

Kontakty na další zemědělské diplomaty České republiky

Rusko



Nikola Hrušková,
Economic Section
tel.: +7 459-276 07 01 – 223
fax: +7 499-251 25 27
e-mail: nikola_hruskova@mzv.cz
nikola.hruskova@mze.cz

Embassy of the Czech Republic
12/14, Y. Fuchika St.,
123 056 Moscow
Russian Federation
www.mzv.cz/moscow

Srbsko, Černá Hora, Bosna a Hercegovina, Makedonie



Pavel Svoboda,
Economic Section – Agriculture
tel.: +381-11-3336 225
fax: +381-11-3236 448
GSM: +381-63-388 931
e-mail: pavel_svoboda1@mzv.cz

Czech Embassy Belgrade
Bulevar Kralja Aleksandra 22
125 108 Beograd
Republic of Serbia
www.mzv.cz/belgrade

Čína



Vladimír Randáček,
Agriculture and Trade
tel.: +86-10-8532 9507
fax: +86-10-8532 9590
e-mail: vrandacek@mzv.cz

Embassy of the Czech Republic
2 Ritan Lu
Jianguomenwai
Beijing 100 600
People's Republic of China
www.mzv.cz/beijing/

Saúdská Arábie



Eduard Řeháček,
Economic & Commercial Section
tel.: +966-11-4503 617-9
fax: +966-11-4509 879
e-mail: eduard_rehacek@mzv.cz

Embassy of the Czech Republic
Saad bin Gharir Str.
Al Nuzha District
P. O. Box 94305, Riyadh 11693
Kingdom of Saudi Arabia
www.mzv.cz/riyadh

ekonom

S TÝDENÍKEM EKONOM NA 12 MĚSÍCŮ BUDETE FIT

ROČNÍ PŘEDPLATNÉ V TIŠTĚNÉ A DIGITÁLNÍ PODOBĚ



- dlouhá výdrž baterií,
- jednoduché ovládání,
- vodotěsné provedení,
- kompatibilní s mobilními telefony iOS, Android, Windows Phone, automatická detekce
- sportovní aktivity: chůze, běh, kolo, plavání, eliptický trenažér,
- možnost změny vzhledu hodin včetně ručičkových...

Dárek v hodnotě 2290 Kč

JEN ZA 199 Kč NA MĚSÍC

Objednávejte na ekonom.cz/darek nebo na predplatne@economia.cz.

Nabídka platí pro nové nebo navýšené předplatné do 25. 10. 2017 nebo do vyčerpání zásob.

Předplatné se uzavírá na dobu neurčitou s uvedeným časovým závazkem.

Další nabídky naleznete na predplatne.ekonom.cz

JEDINÝ ORIGINÁL



Go Further



TRANSIT A TRANSIT CUSTOM S PĚTILETOU ZÁRUKOU A SERVISEM

Originály se přitahují, proto si kapela Kabát vybrala Ford jako oficiální vozy pro své turné. Originální dodávky vyrábí Ford už více než 50 let. Nyní i s originální nabídkou: Transit a Transit Custom v limitované Edici Kabát se zárukou na 5 let nebo 200 000 km včetně servisních prohlídek a spotřebních dílů.

Za hotové, nebo na úvěr Ford Credit s úrokem jen 2,99 %? Rozhodněte se na forduzitkove.cz právě teď a získáte zvýhodnění až 186 000 Kč.

5 LET ZÁRUKA
PRODLOUŽENÁ

5 LET
SERVICE PLAN

Ilustrativní vyobrazení. Prodloužená záruka FORD PROTECT 5 let / 200 000 km (platí, co nastane dříve), 4 servisní prohlídky během 5 let a spotřební díly dle programu SERVICE PLAN EXCLUSIVE 5 let / 200 000 km (platí, co nastane dříve). Zvýhodnění kombinuje hodnotu prodloužené záruky FORD PROTECT, SERVICE PLAN EXCLUSIVE a slevy. Platí pro verze Transit Custom Van 270 L1 Trend 105 k, Transit Van 350 L2/L3 Trend 130 k přední pohon, manuální převodovka, do 31. 12. 2017. Detailní podmínky k dispozici u autorizovaných partnerů. Nabídka financování pouze pro podnikatele, platná do 31. 12. 2017, není závaznou nabídkou na uzavření smlouvy.