

TRADE NEWS

4 / 2024

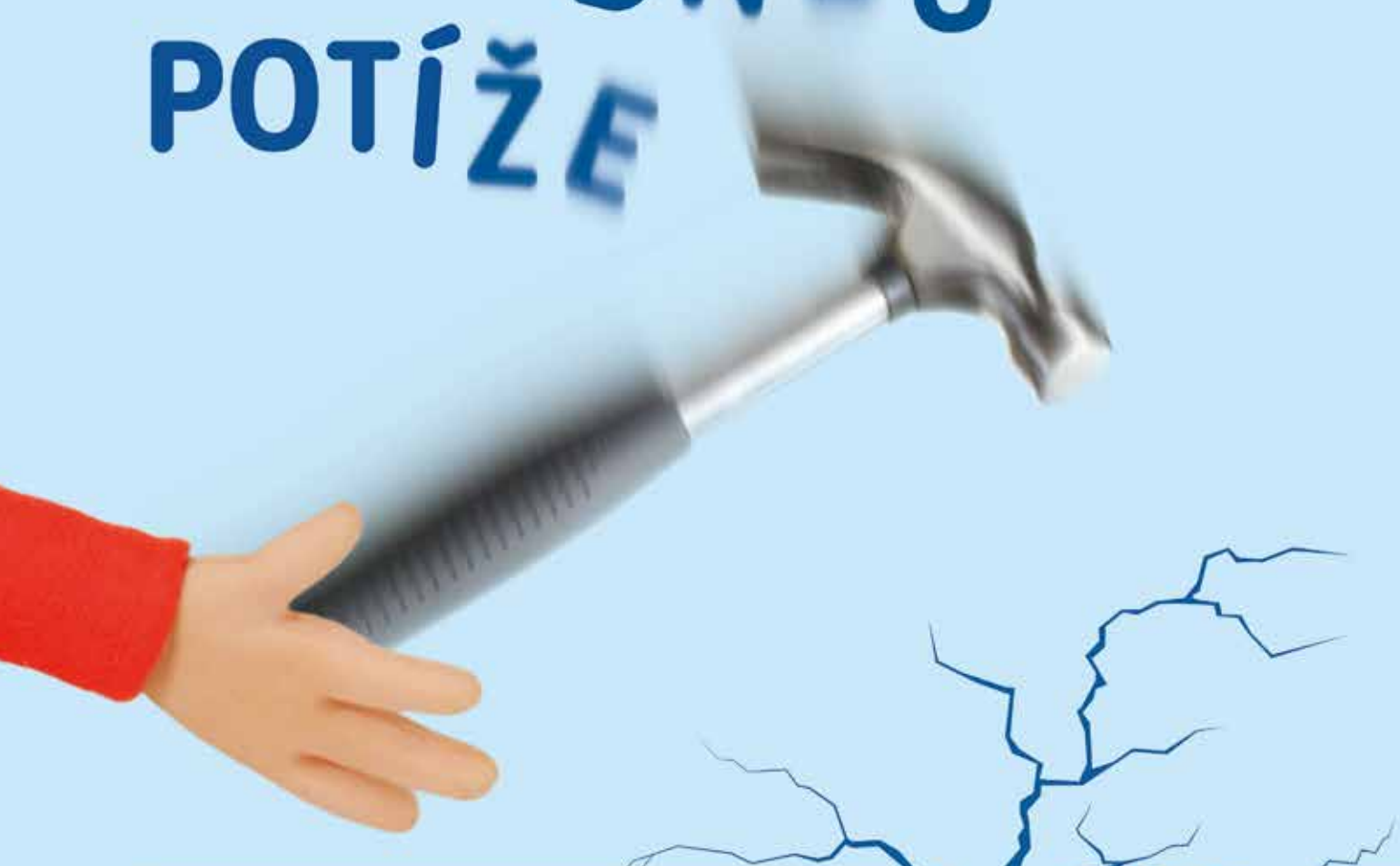
XIII. ročník

Magazín o obchodu a exportu

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

**JAPONSKO VÁS
BUDE FASCINOVAT**

KDYŽ VÁS PŘI PODNIKÁNÍ PŘEPADNĚ POTÍŽE



Pojištění podnikatelů
SIMPLEX

Dear readers,

I am delighted to be able to introduce to you Japan and the business opportunities there, ahead of Expo 2025 in Osaka, which is just over six months away.

Japan and the Czech Republic are valuable strategic partners that share fundamental values, like democracy and human rights. Our relations spanning more than 100 years is marked by support and a long tradition of friendship.

The business environment in the Indo-Pacific region is becoming very dynamic and Japan is the hub in the region. EXPO 2025 will be the biggest opportunity for you to launch and explore your business to Japan and beyond in the region. Your product and services will be appreciated by the investors visiting around the world.

You can get more detailed information in the following pages of TRADE NEWS. The Embassy of Japan together with JETRO (Japan External Trade Organization) are always ready to help Czech companies get into the Japanese market.

Vážení čtenáři, vážené čtenářky,

je mi potěšením, že vám mohu představit Japonsko a tamní obchodní příležitosti, i s výhledem na světovou výstavu EXPO 2025 v Ósace, do které zbývá něco přes půl roku.

Japonsko a Česko jsou silnými strategickými partnery, kteří sdílejí základní hodnoty, jako je demokracie a lidská práva. Naše vztahy trvají už přes století a jsou založené na vzájemné podpoře a dlouhotrvajícím přátelství.

Podnikatelské prostředí v regionu Indo-Pacifiku je stále dynamičtější. A přirozeným centrem tohoto regionu je právě Japonsko. EXPO 2025 pro vás představuje obrovskou příležitost, jak rozšířit své podnikání v Japonsku i v dalších zemích v regionu. Vaše produkty a služby na výstavě uvidí investoři z celého světa.

Více informací se dozvíte na následujících stránkách tohoto vydání TRADE NEWS. Velvyslanectví Japonska spolu s agenturou JETRO jsou vždy připravené pomoci českým firmám proniknout na japonský trh.

KANSUKE NAGAOKA,
VELVYSLANEC JAPONSKA V ČESKÉ REPUBLICĚ



Foto: archiv Velvyslanectví Japonska v ČR

TRADE NEWS

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

www.amsp.cz

Vydavatel: ANTECOM

ANTECOM, s.r.o., Blatenská 2166/7, Praha 4 IČ: 2836 2926

Vydáno v Praze jako dvouměsíčník. MK ČR E 20842 / ISSN 1805-5397

Datum vydání: 30. 9. 2024 Auditovaný náklad: 7000 výtisků

Magazín TRADE NEWS je zařazen do procesu pravidelného ověřování nákladů vybraných tiskovin Audit Bureau of Circulations (ABC ČR).

www.itradenews.cz www.tradenews.cz



Redakční rada: Eva Svobodová, MBA, členka představenstva a generální ředitelka AMSP ČR, ThDr. Ing. Josef Jaroš, MBA, předseda představenstva AMSP ČR, vlastník PKF APOGEO Group, Ing. Karel Dobeš, člen představenstva AMSP ČR, vládní zmocněnec pro spolupráci s Evropskou GNSS agenturou GSA, jednatel společnosti DOFRA, Petr Milata, člen představenstva AMSP ČR, generální ředitel společnosti BEZNOSKA, Ing. Pavla Břečková, Ph.D., místopředsedkyně představenstva AMSP ČR a ředitelka společnosti AUDACIO

Šéfredaktorka: PhDr. Jana Jenšíková, jednatelka společnosti ANTECOM, která vydává časopisy TRADE NEWS a AGE management jeniskova@antecom.cz www.antecom.cz
TRADE NEWS – vítěz soutěže Zlatý středník v kategorii Nejlepší B2B časopis a noviny v ČR





- 8** Rozhovor / Japonsko
Kansuke Nagaoka: Japonsko i Česká republika společně sdílí kaizen, tedy metodu neustálého postupného zlepšování
- 11** Do světa za obchodem / Infografiky
Japonsko a regiony Kantó, Kansai, Kjúšú a Okinawa, Tóhoku. Perspektivy, ekonomika, srovnání
- 20** Rozhovor / Japonsko
Martin Klučar: Japonsko se otevírá jako nikdy předtím. A bude vás fascinovat
- 23** Komentář
Japonská energetika na rozcestí: nové výzvy i příležitosti
- 24** Do světa za obchodem / Japonsko
Japonsko: trh, který ocení férovost, trpělivost a kvalitu
- 30** Rozhovor / EXPO 2025, Ósaka
Ondřej Soška: EXPO často přirovnávám k olympijským hrám nesportovních odvětví. Ukazuje to nejlepší, co mohou jednotlivé země světa nabídnout
- 34** Čísla a fakta / EXPO 2025
EXPO 2025: co byste měli vědět
- 36** Profiliga / Granát Turnov
České granáty okouzly Japonce. Světově unikátní šperky zaujaly krásou i příběhem
- 40** Rozhovor / Japonsko očima insidera
Roman Watanabe: V Japonsku jsem si splnil své sny
- 42** Profiliga / AMCON Europe
AMCON – pulzující monozukuri v srdci Evropy
- 44** Rozhovor / Investice
Manabu Aizawa: Rád bych svým příkladem vnesl do japonské kultury víc kreativity. Spolupráce s českými kolegy mě inspiruje
- 50** Obchodní etiketa / Japonsko
Obchodování v Japonsku je i pro zkušené výzvou. Sežeňte si doporučení
- 53** Finanční rádce
ESG je víc než trend. Co znamená pro firmy v praxi a jak si s ním poradit?
- 54** Rozhovor / Japonsko
Na Japoncích si vážíme jejich preciznosti, disciplíny a úcty k druhým, říkají členové Janoska Ensemble
- 56** Profiliga / ELMARCO
Miloslav Masopust: Japonci slyší na naše komplexní řešení
- 58** Rozhovor / Pojištění
Pavel Wiesner: Pojišťovna je stabilizačním prvkem ekonomiky státu i vašeho podnikání
- 61** Zápisník
Zelené dluhopisy – nástroj pro financování udržitelných projektů i atraktivní příležitost pro investory
- 62** Rozhovor / Pojištění exportu
Jaroslav Hanousek: Žádný obchod není bez rizika
- 66** Aktuálně / MSV Brno 2024
Jaká je budoucnost průmyslu? Odpovědi hledejte na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně
- 70** Profiliga / Simple Lift
Ondřej Svoboda: S harmonickými vztahy přichází i prosperita firmy



Bojíte se, že vám
**zákazník v zahraničí
nezaplatí fakturu?**

Jste vývozně orientovanou
firmou a přemýšlíte **o investici
do rozšíření výroby,
její automatizace nebo
energetické úspornosti?**

Potřebujete
**úvěr na financování
vývozu?**



S NAŠÍM POJIŠTĚNÍM DOSTANETE ZA EXPORT ZAPLACENO. ZÍSKÁNÍ EXPORTNÍHO ČI INVESTIČNÍHO ÚVĚRU BUDE SNAŽŠÍ.

Jsme úvěrová pojišťovna se zaměřením na tržně nepojistitelná politická a komerční rizika spojená s financováním vývozu zboží, služeb a investic z České republiky. Pojištění poskytujeme všem vývozcům českého zboží, služeb a investic bez rozdílu v jejich velikosti a právní formě, a to na zakázky už od 100 000 Kč.

POJISTÍME VÁM:

- ✓ **Faktury a dodavatelské úvěry** financované bankou
- ✓ **Bankovní záruky** vystavené v souvislosti se získáním nebo plněním smlouvy o vývozu
- ✓ **Potvrzený akreditiv** nebo odkup pohledávek z akreditivu
- ✓ Úvěr na **zvyšování mezinárodní konkurenceschopnosti**
- ✓ **Investici** v zahraničí

ZAŽÁDEJTE SI O BEZPLATNÉ POSOUZENÍ BONITY vašeho
zákazníka prostřednictvím našeho online portálu **EGAP online**



POJIŠŤUJEME ČESKÝ EXPORT

www.egap.cz

ROK NOVÉ ENERGIE '24



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

Hlavní roční projekt AMSP ČR

Vstupujeme do éry, která nám přináší nové výzvy, příležitosti a především novou energii do světa podnikání.

- ◆ ENERGIE PRO INOVACE A EFEKTIVITU
- ◆ ENERGIE PRO ROZVOJ TÝMU
- ◆ ENERGIE DO KREATIVNÍHO MARKETINGU A KOMUNIKACE
- ◆ ENERGIE DO PODNIKÁNÍ V DIGITÁLNÍ ÉŘE

WWW.RNE2024.CZ

Ve 4. čtvrtletí aktuálně řešíme tato témata:

- Jak mohou malé a střední podniky podpořit zvyšování kybernetické bezpečnosti?
- Jak využívat digitální transformaci a nové technologie k tomu, aby se přizpůsobily rychle se měnícímu obchodnímu prostředí a získaly konkurenční výhodu?
- Jak mohou malé a střední podniky využívat sdílenou ekonomiku?
- Poslední novinky v digitálním světě;
- Kde hledat odborníky pro menší firmy?

GENERÁLNÍ PARTNER



PARTNER



ODBOBNÍ PARTNEŘI



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



HLASUJTE O CENU VEŘEJNOSTI

PROJEKTU
ROK NOVÉ ENERGIE 2024

Podpořte firmu, která vás nejvíce
oslovila svými inovacemi a přístupy.
Vaše hlasování rozhodne o vítězi!

Hlasujte do 15. 10. 2024

HLASOVÁNÍ



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

GENERÁLNÍ PARTNER



PARTNER



ODBORNÍ PARTNEŘI



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



KONFERENCE

Energie do podnikání v digitální éře

4. 12. 2024 / 9:00 – 16:00

Hotel Don Giovanni Prague

Vinohradská 2733/157a

Praha 3

www.RNE2024.cz



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR



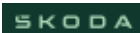
REGISTRACE



SPECIÁLNÍ PARTNEŘI KONFERENCE



GENERÁLNÍ PARTNER



PARTNER



ODBORNÍ PARTNEŘI



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



Kansuke Nagaoka:

JAPONSKO I ČESKÁ REPUBLIKA SPOLEČNĚ SDÍLÍ KAIZEN,

TEDY METODU NEUSTÁLÉHO POSTUPNÉHO ZLEPŠOVÁNÍ

Úplně poprvé přijel do Prahy jako turista v roce 2017. A nyní má příležitost v tomto krásném městě pobývat a je nadšený z toho, že tu člověk doslova může žít v historii a obdivovat mnoho architektonických stylů a také spoustu zeleně. A rovněž ho ohromilo, jak Češi japonskou kulturu přijímají a oceňují. Rozhovor nám poskytl velvyslanec Japonska v České republice, pan Kansuke Nagaoka, který nastoupil tuto diplomatickou misi letos na jaře. Hovořili jsme s ním v jeho rezidenci.



Kansuke Nagaoka je velvyslancem Japonska v České republice od února 2024. Již 35 let působí v japonských diplomatických službách a má zkušenosti ze zemí jako Izrael či Irák nebo nejnověji jako generální ředitel Sekce států Blízkého východu a Afriky japonského ministerstva zahraničních věcí

Čím vás zatím nejvíc překvapila česká byznysová kultura?

Jsem tu krátce, proto jsem ještě nebyl v žádné ryze české firmě, ale navštívil jsem některé japonské firmy, které tu působí. V řadě z nich v nejvyšším vedení působí Češi – takže i když jde původně o japonské firmy, v průběhu let se stávají víc a víc českými. I díky tomu jsem si uvědomil, že mezi japonskou a českou firemní kulturou je mnoho podobností. Myslím, že Čechům velmi záleží na co nejvyšší kvalitě produktů a služeb a neustále se snaží inovovat své výrobní procesy. Je to stejný princip, který ctíme v Japonsku. Říkáme tomu kaizen, což označuje metodu neustálého zlepšování. Vidím, že podstata metody kaizen je pro český průmysl a ekonomiku přirozená, a myslím, že je to také jeden z důvodů, proč se tolik japonských firem rozhodlo ve vaší zemi investovat.

EPA dává zelenou i menším firmám

Japonsko má s EU od roku 2019 podepsanou dohodu o volném obchodu – EPA. Jaké jsou hlavní přednosti této dohody? Jak z ní mohou těžit obě strany?



Japonsko je čtvrtou největší ekonomikou světa a trh se 120 miliony obyvateli. Může být velkou příležitostí i pro české exportéry a investory

EPA spojuje dvě z největších ekonomik světa, které dohromady tvoří více než 20 procent globálního HDP. Kromě podpory obchodu a investic mezi Japonskem a EU tato dohoda také hodně přispěla k vytvoření nových pracovních příležitostí a ke zvýšení konkurenceschopnosti našich firem na globálním trhu. Pro obě strany je to rozhodně významný milník. Ještě v 80. a 90. letech minulého století spolu vedly Japonsko a EU řadu obchodních sporů, ale ty jsou nyní minulostí a díky EPA můžeme do budoucnosti s velkou nadějí.

Pokud jde o bilaterální obchod mezi Japonskem a Českem, vidíme významný přínos této dohody v tom, že dovoz i vývoz mezi našimi zeměmi se od roku 2019 zvýšil o více než 70 procent. Skvělým příkladem je export českého vína do Japonska, který se za tu dobu zvýšil 6,7krát. Kvalitou i cenou jsou totiž čeští vinaři velmi konkurenceschopní i vůči zemím, jako jsou Argentina, Austrálie, Jižní Afrika nebo Španělsko. A v tomto případě jde většinou o malé a střední podniky nebo menší výrobce, což ukazuje, že EPA je velmi přínosná nejen pro velké společnosti.

EU a Japonsko patří k největším digitálním ekonomikám na světě a v letošním roce podepsaly protokol o začlenění přeshranických toků údajů do této obchodní dohody. Je toto důkaz, že vaše země vnímá důležitost nové digitální ekonomiky a že se dál otevírá světu?

Vznik tohoto protokolu byl dohodnut již při samotném podpisu EPA mezi Japonskem a EU a letos v červenci konečně vstoupil v platnost. Stanovuje, že

obě strany nebudou přijímat opatření, která by zakazovala či omezovala přeshraniční přenos informací, včetně popisu konkrétních opatření.

Japonsko i naši hlavní mezinárodní partneři včetně EU vždycky prosazovali volný přeshraniční tok údajů a usilovali o dynamické a otevřené obchodní podmínky. Tento protokol jasně deklaruje, že Japonsko přikládá spolupráci s EU v oblasti digitální ekonomiky velký význam. Zároveň potvrzuje náš závazek podporovat iniciativu DFFT, tedy „volný tok dat s důvěrou“, která se poprvé objevila na setkání G20 v roce 2019 v Ósace.

V hlavní roli strojírenství a automotive

Obě země se také silně zaměřují na automobilový průmysl. Můžete popsat naši spolupráci v tomto klíčovém odvětví?

Mnoho japonských firem investujících na vašem trhu působí právě v automotive a většinu japonského exportu do Česka tvoří různé typy strojů včetně autodílů. Hotové vozy nebo pokročilejší díly se pak typicky vyvážejí z Česka do ostatních členských zemí EU. Japonský export tak přispívá k českému vývozu do EU, což je win-win situace pro obě strany.

Příkladem může být společnost Denso, která v Liberci vyrábí klimatizační systémy pro automobily. Své produkty prodává i japonským automobilkám, jako je třeba Toyota, ale jejími největšími klienty jsou němečtí výrobci – Mercedes nebo BMW.

Kde vidíte další perspektivní odvětví pro vzájemnou ekonomickou spolupráci?

Stále více japonských firem se zaměřuje na výrobu ekologických produktů, jako jsou tepelná čerpadla nebo recyklovatelné obaly a obalové materiály. Daikin nebo Panasonic vyrábějí tepelná čerpadla, a pokud jde o recyklovatelné obalové materiály, firma Toppa nedávno investovala do výstavby továrny poblíž Mostu a v roce 2025 v ní plánuje zahájit výrobu.

Evropská unie má velmi přísnou legislativu ohledně životního prostředí a tyto výrobky splňují všechny její požadavky. Japonské firmy se domnívají, že pokud uspějí na náročném evropském trhu, budou úspěšné i ve zbytku světa. Zelené technologie jsou jasným trendem i na mezinárodním trhu a Česko je díky své geografické poloze a průmyslové základně tím nejlepším místem v EU pro investice.

Japonsko jako významný zahraniční investor

V současnosti je v Česku kolem 280 japonských společností. Co přináší regionům, kde působí?

Z pohledu objemu investic je Japonsko druhým největším investorem na českém trhu po Německu. Pokud jde o pracovní místa, podle průzkumu agentury JETRO zajišťovaly japonské firmy v Česku přes 50 tisíc pracovních míst. Kromě toho se staly partnery místních institucí a spolků, podporují sportovní a společenské aktivity a některé také sponzorují kulturní akce, jako jsou například koncerty vážné hudby.

”

JAPONŠTÍ ZÁKAZNÍCI JSOU
VELMI KRITIČTÍ. POKUD
USPĚJETE U NICH, JINDE
V REGIONU TO BUDETE
MÍT SNAŽŠÍ.

Za účelem podpory přímých investic do Japonska a podpory českých společností vstupujících na japonský trh bylo na vašem velvyslanectví zřízeno speciální kontaktní a informační místo. Vedle toho mohou české firmy využít také služeb agentury JETRO. Jakým českým podnikům se i díky této podpoře podařilo na japonském trhu uspět?

Ve srovnání s japonskými investicemi v Česku jsou české investice v Japonsku stále velmi malé. Přitom mnoho českých firem má unikátní a pokročilé technologie, které by u nás velmi ocenili. Například firmy ERA, která vyrábí sledovací systémy, a Avast již na japonském trhu zaznamenaly slušné úspěchy.

Japonská vláda se neustále snaží přitáhnout do země víc zahraničních investic. V rámci programu Invest Japan poskytujeme firmám různé typy podpory potřebné k založení podnikání u nás. Jsou to balíčky, které zahrnují usnadnění vstupu na trh, nalezení kancelářských prostor a vyhledání pracovní síly. Nabízíme také průběžnou podporu společností, které již v Japonsku působí a chtějí své aktivity rozšířit. A pak je tu další program s názvem J-Bridge, což je platforma, kde se zahraniční start-upy mohou propojit s nejhodnějšími japonskými firmami.

Ve kterých odvětvích vidíte největší příležitosti pro české podniky v Japonsku?

Pokud se podíváme na přímé zahraniční investice v Japonsku v roce 2022, 51 procent tvoří investice v softwarovém sektoru a ve službách pro firmy. Víím, že české firmy jsou v těchto oblastech velmi silné, takže pokud chtějí podnikat v naší zemi, tato dvě odvětví nabízejí skvělé příležitosti. Celkově je Japonsko velmi lidnatou zemí s obrovským vnitřním

trhem. Úspěch na našem trhu navíc otevírá dveře na další trhy v regionu. Naši zákazníci jsou totiž velmi kritičtí, ale české firmy to mohou brát jako zkoušku: pokud v Japonsku splní tamní vysoké standardy, jinde to budou mít jen snazší.

Na poli vědy a kultury budujeme stabilní most

Jak si stojí česko-japonská spolupráce v oblasti vědy a vzdělávání?

Mezi univerzitami nebo výzkumnými institucemi probíhá spolupráce na mnoha úrovních. Například Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava a Jokohamská národní univerzita již přes dvacet let velmi úzce spolupracují v materiálovém výzkumu. Pravidelně pořádají semináře v Ostravě, naposledy letos v říjnu. Dalším skvělým příkladem je Univerzita Palackého v Olomouci a Tokijská univerzita, které spolupracují v oblasti kvantových studií a v květnu pořádaly workshop v Tokiu.

Na vládní úrovni podporují Japonská společnost pro propagaci vědy a Akademie věd ČR výměnu vědeckých pracovníků na základě memoranda o porozumění. Vedle toho Japonsko poskytuje stipendijní program pro Čechy v bakalářských, magisterských a doktorských stupních v oblasti společenských i přírodních věd. Tito lidé pak mohou fungovat jako pomyslný most mezi oběma zeměmi, a proto také každý rok pořádáme akce pro absolventy tohoto programu. Jedním z nich je například současný ministr zdravotnictví Vlastimil Válek.

Česko a Japonsko navázaly také řadu partnerství v kulturní oblasti, od událostí v Česku zaměřených na japonskou kulturu až po partnerství měst jako Praha a Kjóto. Můžete uvést některé příklady?

Musím říct, že jsem opravdu ohromen tím, jak moc jsou Češi zapálení do naší kultury. Je neskutečné, kolik lidí tu věnuje čas a energii tomu, aby si osvojili japonskou bojovú umění a jiné tradice. Z těch mnoha akcí určitě zmíním alespoň Animefest v Brně, který funguje už přes dvacet let.

Pokud jde o partnerská města, Kjóto a Praha spolupracují velmi úzce a v roce 2026 oslaví třicetileté výročí partnerství.

Další dohody jsou mezi známými lázeňskými městy Karlovými Vary a Kusacu a mezi Plzní a Takasaki, která funguje už od roku 1990 na základě výroby piva. Mezi další silná partnerství patří i to mezi Zlín Film Festivalem a filmovým festivalem Kineko, jelikož se oba věnují dětskému filmu. Ve sportu se nedávno dohodly na spolupráci Pražský mezinárodní maraton a Ósacký maraton. Solidní spolupráci máme také v baseballu, který je u nás nesmírně populární.

Jaký bude pro obě naše země podle vás největší přínos světové výstavy EXPO 2025 v Ósace, o které informujeme podrobněji na následujících stránkách?

EXPO 2025 bude první mezinárodní výstavou po vypuknutí covidové pandemie. Ve své více než 150 let dlouhé historii byla světová výstava vždycky místem, kde se představovaly nové technologie a produkty, které obohacují naše životy. Se záměrem nastinit, jak bude naše společnost žít v budoucnu, přinese EXPO 2025 ty nejlepší nápady a iniciativy, které nám pomohou dosáhnout cílů udržitelného rozvoje, společné výzvy pro celé lidstvo. Očekáváme téměř tři miliony návštěvníků z celého světa. Účast na výstavě zatím potvrdilo přes 160 států, takže pro obě naše země půjde o skutečnou mezinárodní arénu. Firmy i vlády, nevládní organizace, univerzity a další subjekty budou moci na výstavě hostům z celého světa představit to, co mají – technologie, kulturu, gastronomii či tradice. Pro všechny strany také půjde o mnoho příležitostí k navázání kontaktů. Věřím, že to bude nezapomenutelná událost. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE DANIEL LIBERTIN

FOTO: ARCHIV VELVYSLANECTVÍ JAPONSKA V ČR, ARCHIV
KANCELÁŘE GENERÁLNÍHO KOMISAŘE EXPO 2025,
JIŘÍ KOLBABA

You can also read this article
in English on itradenews.cz



DO SVĚTA ZA OBCHODEM:

Japonsko

A REGIONY

- ▶ KANTÓ
- ▶ KANSAI
- ▶ KJÚŠÚ A OKINAWA
- ▶ TÓHOKU

perspektivy
ekonomika
srovnání



Letem světem

Region Kantó

Region v jihovýchodní části ostrova Honšú nese jméno největší japonské nížiny Kantó. Dominantní postavení v nejlidnatější oblasti Japonska zaujímá hlavní město Tokio, v němž působí více než 680 tisíc obchodních společností, přičemž 99 % z nich jsou malé a střední firmy. Ty poskytují uplatnění 70 procentům z více než osmi milionů zaměstnanců v hlavním městě. Sedmdesát pět procent zahraničních společností působících v Japonsku má své sídlo v Tokiu. Vysoká koncentrace administrativních komplexů v metropoli dala již v roce 2010 podnět místní vládě ke stanovení limitů emisí skleníkových plynů s cílem podpořit přeměnu Tokia v chytré energetické město, přičemž do záměru patří zavedení kogeneračních systémů pro obchodní využití s kapacitou 600 000 kW v tomto fiskálním roce, což je dvojnásobek oproti fiskálnímu roku 2012.

Okres Tokio-Jokohama je jádrem japonského obchodu a průmyslu. Průmyslové zóny Keihin a Keiyo, které se rozprostírají podél pobřeží Tokijského zálivu, tvoří největší průmyslovou oblast v zemi. Satelitní předměstí, ve vzdálenosti asi dvou hodin dojíždění od centra Tokia, se rozšiřují, což vede k urbanizaci velké části regionu. Přestože zemědělská činnost obecně poklesla, stále se jí daří v oblastech na východě a na severu a přispívá k ekonomice regionu.

Z koncentrace ekonomických, kulturních a společenských aktivit v hlavním městě profitují i ostatní prefektury regionu, který vytváří přibližně 46 % japonského HDP, a pokud by byl hodnocen samostatně, jeho ekonomika by byla osmá největší na světě.

Region Kansai

Centrální region, který se na HDP Japonska podílí 16 procenty, patří mezi největší centra vývoje a výroby v energetickém sektoru a ve farmacii.

Působí zde prestižní univerzity a výzkumné instituce, jejichž spolupráce s průmyslem vytváří základnu pro vývoj inovativních projektů. Výrobní společnosti působící v regionu, včetně těžkého průmyslu v příštavních oblastech, jsou zdrojem vysoké poptávky po vodíkových a palivových článcích. Místní vývojová pracoviště pracují na vodíkových technologiích, což je staví na vedoucí pozici v zemi. Společnost Biocommunity Kansai (BioCK) byla úřadem vlády certifikována jako globální biokomunita v dubnu 2022. Koncentrace vědecko-výzkumných pracovišť vytvořila předpoklady pro stejnou koncentraci farmaceutických společností, a to nejen japonských, ale i přidružených zahraničních, které s vývojovou základnou úzce spolupracují. Participace probíhá především v regenerativní medicíně, kde je hmatatelným výsledkem první léčebný prostředek využívající buněčnou technologii iPS (indukované pluripotentní kmenové buňky).

Téměř čtvrtina japonského společného výzkumu univerzit a průmyslu probíhá právě v regionu Kansai.



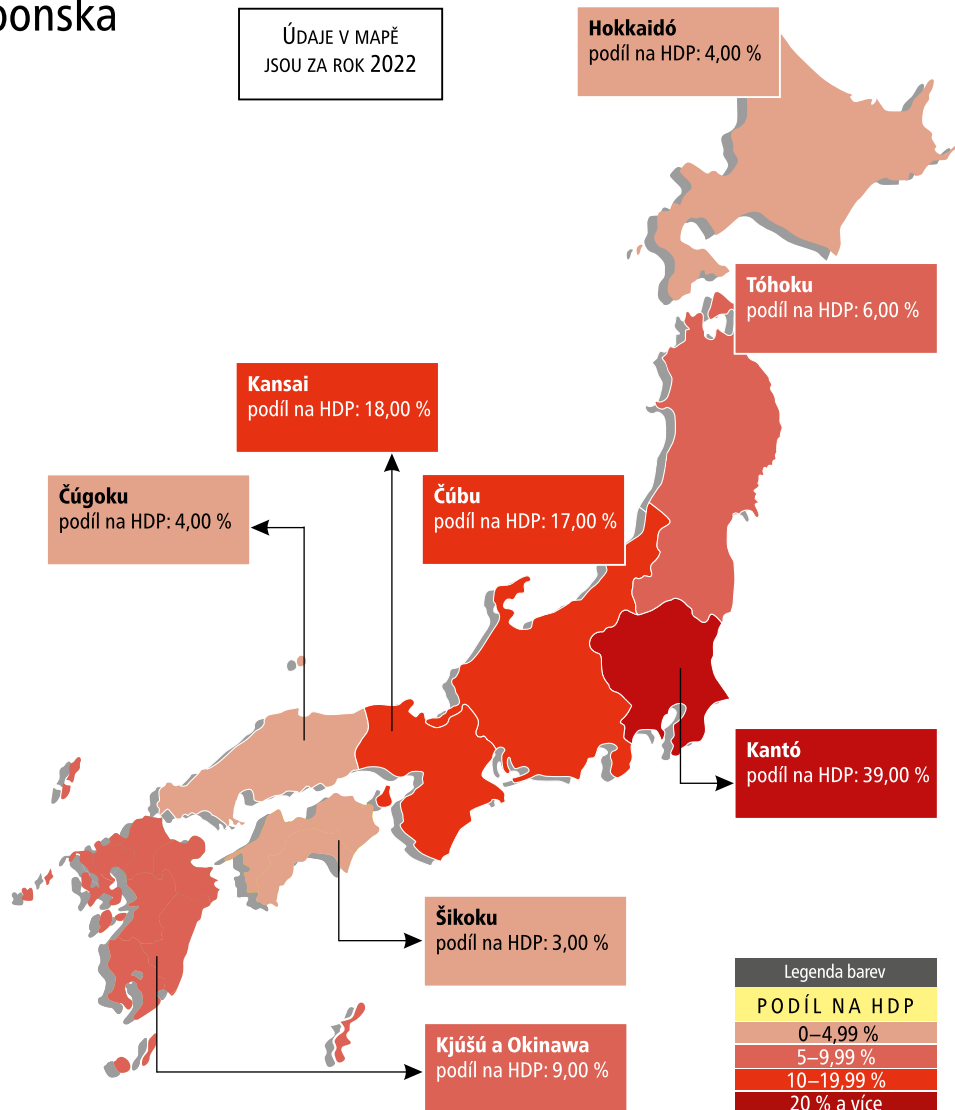
Japonsko v číslech

top partneři importu do Japonska

údaje za rok 2023, zdroj Trading Economics/Comtrade

- Čína**
168,06 mld. USD
- USA**
76,04 mld. USD
- Austrálie**
64,53 mld. USD
- SAE**
36,97 mld. USD
- Saúdská Arábie**
34,68 mld. USD
- Korejská republika**
30,24 mld. USD
- Vietnam**
25,35 mld. USD
- Thajsko**
24,32 mld. USD
- Indonésie**
24,10 mld. USD
- Německo**
19,94 mld. USD
- Česká republika**
1,28 mld. USD (47. partner)

ÚDAJE V MAPĚ
JSOU ZA ROK 2022



Legenda barev	
PODÍL NA HDP	
0–4,99 %	(Lightest red)
5–9,99 %	(Light red)
10–19,99 %	(Medium red)
20 % a více	(Darkest red)

Zdroj dat: Bank of Japan, Statistics Bureau Japan

Zpracování grafiky: ANTECOM

Japonsko

Počet obyvatel (v mil.): 124,5 ¹	Míra nezaměstnanosti (v %): 2,6 ¹
Hustota zalidnění (obyv./km ²): 345 ¹	Export (v mld. USD): 717,9 ³
HDP ve směnném kurzu (v mld. USD): 5078,0 ²	Import (v mld. USD): 751,8 ³
Pořadí ekonomiky podle HDP PPP: 4. ²	Exportní partner č. 1: Čína ²
Roční růst HDP (v %): 1,9 ¹	Importní partner č. 1: Čína ²
HDP podle koupěschopnosti (v mld. USD): 5126,0 ²	Podíl městského obyvatelstva (v %): 92 ¹
HDP (k)/obyv. (v USD): 40 800 ²	

Zdroje dat: ¹World Bank, ²CIA Factbook, ³Comtrade
Data za roky 2022–2023

Regiony v datech HZP

Podíl prefektur na hrubém zemědělském produktu regionů

Region Kansai

Podíl prefektur na HZP regionu v mld. jenů:

Ósaka 29,6 (5,3 %)
Hjógo 150,1 (26,6 %)
Kjóto 66,3 (11,8 %)
Mie 106,7 (18,9 %)
Šíga 58,5 (10,4 %)
Wakajama 113,5 (20,1 %)
Nara 39,1 (6,9 %)

Region Kjúšú a Okinawa

Podíl prefektur na HZP regionu v mld. jenů:

Fukuoka 196,8 (10,5 %)
Kumamoto 347,7 (18,5 %)
Kagošima 499,7 (26,5 %)
Nagasaki 155,1 (8,2 %)
Óita 122,8 (6,5 %)
Okinawa 92,2 (4,9 %)
Mijazaki 347,8 (18,5 %)
Saga 120,6 (6,4 %)

Region Tóhoku

Podíl prefektur na HZP regionu v mld. jenů:

Mijagi 175,5 (12,9 %)
Fukušima 191,3 (14,1 %)
Iwate 265,1 (19,5 %)
Aomori 327,7 (24,1 %)
Jamagata 233,7 (17,2 %)
Akita 165,8 (12,2 %)

Region Kantó

Podíl prefektur na HZP regionu v mld. jenů:

Tokio 19,6 (1,0 %)
Kanagawa 66,0 (4,0 %)
Saitama 152,8 (10,0 %)
Číba 347,1 (23,0 %)
Ibaraki 426,3 (28,0 %)
Točigi 269,3 (18,0 %)
Gunma 240,4 (16,0 %)

Zpracování grafiky: ANTECOM

Zdroje:
Statistics Bureau Japan, 2022
Bank of Japan, 2022

info + japonský národní poklad wagyu

Zdroj: Wagyu Association

Uruguayské kolo Všeobecné dohody o clech a obchodu (GATT) z let 1986 až 1994 stanovilo pravidla pro liberalizaci mezinárodního obchodu. Následkem těchto pravidel byl liberalizován dovoz zahraničního hovězího masa do Japonska s účinností od roku 1991. Ve fiskálním roce 1993 vzrostl jeho dovoz o 34 % oproti předchozímu roku a v důsledku toho klesla japonská míra soběstačnosti v produkci hovězího masa pod 50 %.

Liberalizace dovozu změnila domácí systém produkce hovězího masa wagyu. Pro zvýšení konkurenceschopnosti se místní chovatelé zaměřili primárně na japonské černé plemeno skotu, jehož maso má jedinečnou mramorovou charakteristiku.

Japonský černý skot byl součástí rodiny nazývané vylepšené japonské plemeno spolu s japonským hnědým a japonským polledem. V roce 1944 byl používán název zrušen a nadále se jedná o plemena japonský černý, japonský hnědý a japonský polled, což znamenalo, že tyto kříženci byli uznáni jako stálá plemena. V roce 1957 přibyl japonský shorthorn. Souhrnně jsou známí jako wagyu a postupně se plemena rozšířila do celého světa, přičemž jejich maso je žádané i přes vysoké ceny.

Chov wagyu je regulován a podporován prostřednictvím Světové rady wagyu.

Regiony v demografických datech

obchodem do světa za obchodem do světa za obchodem

Region Kansai
Podíl na celkové populaci Japonska 18 %

Populace prefektur (v tisících):

Ósaka	8 763
Hjógo	5 370
Kjóto	2 535
Mie	1 727
Šíga	1 407
Wakajama	892
Nara	1 296

Region Tóhoku
Podíl na celkové populaci Japonska 7 %

Populace prefektur (v tisících):

Mijagi	2 264
Fukušima	1 767
Iwate	1 164
Aomori	1 184
Jamagata	1 026
Akita	914

Region Kjúšú a Okinawa
Podíl na celkové populaci Japonska 11 %

Populace prefektur (v tisících):

Fukuoka	5 103
Kumamoto	1 709
Kagošima	1 549
Nagasaki	1 267
Óita	1 096
Okinawa	1 468
Mijazaki	1 042
Saga	795

Region Kantó
Podíl na celkové populaci Japonska 35 %

Populace prefektur (v tisících):

Tokio	14 086
Kanagawa	9 229
Saitama	7 331
Čiba	6 257
Ibaraki	2 828
Točigi	1 897
Gunma	1 902

Zpracování grafiky: ANTECOM
Zdroje: The Observatory of Economic Complexity, 2022
Statistics Bureau Japan, 2022

info + stabilizace venkovských oblastí

Zdroj: Financial Times

Hlavní město Japonska a přilehlé aglomerace, což je ekonomicky nejatraktivnější oblast země, trpí přelidněním. Výstavba nových bytů klesá a nájem za metr čtvereční rekordně stoupá. Pro obyvatele v aktivním věku jsou atraktivní i další velká města s možností profesního uplatnění a infrastrukturou.

Proti tomu ve vzdálenějších prefekturách, které nejsou ekonomicky zajímavé, je kolem 10 milionů prázdných domů. Starší ročníky vymírají a mladší se snaží dostat do výše zmíněných center. Jednotlivé prefektury usilují odliv obyvatel zastavit řadou pobídek, jako například bezpodmínkovým hlídáním dětí zaměstnaných rodičů, či bezplatnou

lékařskou péčí pro studenty. S podporou přišla i vláda, která motivuje rodiny k přesídlení do venkovských oblastí finančním bonusem na dítě, který má být zvýšen, pokud se rodiče rozhodnou v daném místě podnikat.

Do programu se zapojilo 80 procent municipalit s tím, že polovinu příspěvku hradí centrální vláda a druhou polovinu města či obce. Podmínkou pro udržení příspěvku je alespoň pětiletý pobyt v daném místě.

Martin Klučar:

JAPONSKO SE OTEVÍRÁ JAKO NIKDY PŘEDTÍM A BUDE VÁS FASCINOVAT

Pro Japonce jsou vysoká kvalita a originalita zboží a služeb naprostá samozřejmost. Co nesmí chybět v manuálu úspěšného exportéra na japonský trh a jak se na něm daří českým firmám v tradičních i inovativních oborech, jsme se zeptali českého velvyslance v Japonsku Martina Klučara.



Martin Klučar je velvyslancem České republiky v Japonsku od září 2023. V diplomatických službách pracuje na různých pozicích od roku 1994

Generální ředitelka japonské vládní agentury na podporu obchodu a investic JETRO označila před čtyřmi lety v rozhovoru pro TRADE NEWS v souvislosti s uzavřením dohody o volném obchodu mezi EU a Japonskem za velkou šanci pro české malé a střední firmy potravinářství, ale také oblast digitální ekonomiky. Podařilo se tato očekávání naplnit?

V návaznosti na dohodu o hospodářském partnerství zaznamenal evropský export do Japonska zvýšení o více než 20 procent u zboží a 27 procent u služeb. Nejsilnějším odvětvím vývozu z EU do Japonska je agrární export, jenž posílil zhruba o 30 procent. Nejlépe si vedou ty členské státy, které registrují největší počet produktů se zeměpisným označením. Česká republika má ve srovnání například s Francií či Itálií těchto označení registrováno mnohem méně, a proto i dopad dohody v této oblasti je menší. Nicméně odstranění, respektive postupné snižování cel, které z dohody vyplývá, je pochopitelně pozitivní i pro české potravinářské společnosti.

V digitální ekonomice se na místním trhu postupně prosazují především české technologické firmy z oblasti kyberbezpečnosti nebo softwarových řešení. Nejen pro ně je ale zásadní, aby se více otevřel japonský trh s veřejnými zakázkami. I proto po pěti letech od okamžiku,



Ve čtrnáctimilionovém Tokiu působí více než 680 tisíc obchodních společností, z nichž 99 % tvoří malé a střední firmy

”

JAPONSKÝ TRH
S POTRAVINÁŘSKÝMI
VÝROBKAMI NESE UŽ
VÝRAZNOU ČESKOU
STOPU.

kdy dohoda vstoupila v platnost, probíhají s japonskou stranou jednání, jak ji účinněji implementovat a plně využít její oboustranný potenciál.

(Nejen) japonské pivo s českou stopou

Zastavme se ještě u skutečnosti, že Japonsko je velmi závislé na importu potravin. O které české zemědělské komodity a potravinářské výrobky je na japonských ostrovech největší zájem?

Vzhledem ke geografické vzdálenosti obou zemí je český agrární vývoz do Japonska orientován spíše na potravinářské výrobky, ačkoliv v některých komoditách jsme na místním trhu rovněž poměrně silní. Jedná se především o suroviny potřebné k výrobě piva, tedy chmel a slad. Pro české pěstitele chmele je Japonsko jedním z nejdůležitějších trhů vůbec. Světově proslulý Žatecký poloraný červeňák, který je nepostradatelný pro přípravu pivních ležádků, odebírají z České republiky jak místní velké pivovary, tak pivovary řemeslné. Stále více do Japonska vyvážíme ale i jiné chmelové odrůdy, jichž se u nás pěstuje okolo třiceti. Japonský trh s pivními

ležáky nebo třeba pivu stylu IPA tak nese výraznou českou stopu.

Pokud se jedná o potravinářské výrobky, zájem je o cukrovinky, výrobky z obilovin – například cereálie či racionální potraviny, pivo či mléčné produkty, ve kterých máme dlouhou tradici. Japonští spotřebitelé však začínají objevovat i česká vína nebo destiláty. Především bílá vína z České republiky sbírají v posledních letech nejvyšší ocenění ze světových vinařských soutěží a věřím, že si jejich typickou chuť a vůni oblíbí i v Japonsku.

Drony, vesmírné technologie a letadla

V červnu jste navštívil a podpořil účast českých firem na veletrhu Japan Drone. Co našim firmám z oboru přinesla účast na této akci?

České „dronové společnosti“ se veletrhu účastnily již podruhé a věřím, že pro ně opět s úspěšným výsledkem. Získaly mimo jiné i řadu užitečných obchodních kontaktů a v Japonsku platí dvojnásob, že osobní kontakt je hlavně v úvodu nezastupitelný. Během veletrhu jsem navíc mohl zahájit prezentaci jedné z účastnicích se českých firem – Dronetag, která představila své produkty, s nimiž aktuálně vstupuje na japonský trh.

Jaké mají firmy předpoklady oslovit svými výrobky vyspělé subjekty japonského leteckého průmyslu?

Obecně vnímáme, že české společnosti leteckého průmyslu mají v Japonsku co nabídnout. Vidíme rostoucí poptávku nejen po dronových technologiích, ale

v souvislosti s rostoucími investicemi do japonského vesmírného programu i zájem v tomto směru. Dochází také k postupným změnám místních pravidel pro ultralehká letadla, což otevírá další příležitosti. Proto také v současné době připravujeme český národní pavilon na podzimním veletrhu Japan Aerospace v Tokiu, na němž se představí se širokou nabídkou produktů a služeb z oboru aerospace okolo dvaceti českých firem.

Hry a virtuální realita

Český herní průmysl se velmi úspěšně etabloval na náročných trzích, jako jsou Spojené státy a země EU. Jak se mu daří pronikat na třetí největší herní trh světa po USA a Číně?

Jsem velmi rád, že ani Japonsko, které je opravdovou herní velmocí, není výjimkou a česká herní studia jsou na místním trhu úspěšná. V posledních letech zde měla například velký ohlas hra Kingdom Come: Deliverance vyvinutá českou společností Warhorse Studios, která se dočkala i kompletní lokalizace do japonštiny. V minulém roce jsme měli na největším japonském herním veletrhu Tokyo

”

V JAPONSKU MAJÍ CO
NABÍDNOUT NAPŘÍKLAD
ČESKÉ SPOLEČNOSTI
LETECKÉHO NEBO
HERNÍHO PRŮMYSLU.

Game Show český stánek. Ten poutal pozornost například hrou Last Train Home o československých legionářích, kteří při dlouhém návratu do vlasti zanechali stopu i v Japonsku.

V posledních letech nebývale roste rovněž segment virtuální a pozměněné reality. I v něm máme svá želízka v ohni?

Máme. V tomto směru mě velice potěšilo otevření první zážitkové arény s názvem Divr Immersive Arena v dubnu v Jokohamě. Je výsledkem spolupráce české společnosti Divr Labs s místním partnerem a doufám, že časem bude těchto herních arén přibývat i v dalších japonských městech.

Umění, kultura i sport

Na řadě míst ve světě platí, že kultura otevírá dveře byznysu. Platí to i v Japonsku?

Věřím, že tomu tak je právě v Japonsku, kde povědomí o České republice vychází i ze zájmu o českou kulturu, který tu má již tradičně hluboké kořeny. Velmi oblíbená je mezi Japonci především česká klasická hudba. Děti v místních školách se učí skladby Bedřicha Smetany a některé melodie českých skladatelů jsou doslova všudypřítomné. Své obdivovatele zde získaly také česká literatura a české výtvarné umění, například díla Alfonse Muchy. Specifickou roli hrají čeští architekti, kteří dali v Japonsku ve dvacátém století vzniknout mnoha výjimečným a dnes již slavným stavbám.

”

JAPONCI JSOU VÁŠNIVÝMI
OBDIVOVATELI ČESKÉ
KLASICKÉ HUDBY.

Jaké kulturní akce připravuje naše ambasáda pro japonskou veřejnost pro nejbližší období?

České velvyslanectví ve spolupráci s Českým centrem na tuto tradici navazují a v rámci kulturní diplomacie v ní společně pokračují. Ať už tradičními formáty, jako jsou výstavy a koncerty, nebo

různými uměleckými happeningy v centru Tokia či speciálními cykly typu Rok české hudby, jímž si letos v Japonsku připomínáme velikány české klasické hudby.

V souvislosti s Japonskem je zmiňována také česká sportovní diplomacie. Můžete ji přiblížit?

Již od sedmdesátých let minulého století předáváme vítězům na vrcholných turnajích typicky japonského a zde mimořádně sledovaného zápasu sumo pohár z českého skla. A právě v posledních letech se nám podařilo oboustrannou spolupráci v této tradiční oblasti posunout na vyšší úroveň. Navázali jsme kontakty s pořadateli velkých sportovních akcí po celém Japonsku, a umožnili tak českým sportovcům účast například na populárním ósackém maratonu či golfovém turnaji na Okinawě. Do povědomí Japonců se díky loňskému mistrovství světa, kde český národní tým nadchl svými výkony místní fanoušky, vepsal také český baseball. I v této oblasti se nám nadmíru daří.

V tomto čísle TRADE NEWS dáváme velký prostor také události EXPO 2025 v Ósace. Čím bude z vašeho pohledu tato akce jedinečná?

Světová výstava v Ósace bude pro nás samozřejmě jednou z hlavních akcí příštího roku. Český pavilon na EXPO bude navazovat na úspěšnou prezentaci Československa na ósackém EXPO 1970, na který se dodnes v Japonsku vzpomíná. Laťka je tedy nastavená vysoko a my s týmem generálního komisaře Ondřeje Sošky a se všemi zapojenými resorty a agenturami spolupracujeme na tom, aby Česká republika využila tuto unikátní příležitost představit se návštěvníkům během půl roku v co nejlepším světle.

Jak se na přípravách EXPO podílí vaše velvyslanectví?

Velvyslanectví se intenzivně zapojuje hlavně do příprav byznysového programu českého pavilonu. Chtěli bychom, aby se tematické týdny české přehlídky propojily s důležitými japonskými veletrhy, projekty ekonomické diplomacie a akcemi na velvyslanectví, které plánujeme na příští rok.

Je to nyní přibližně rok od zahájení vaší diplomatické mise v Tokiu.



Předávání poháru z českého skla z rukou velvyslance ČR vítězům na vrcholných turnajích zápasu sumo je téměř padesátiletou tradicí

Čím vás Japonsko během té doby překvapilo a na co byste naše čtenáře z řad podnikatelů rád upozornil?

Japonsko je velmi zajímavá, v mnoha aspektech fascinující a jedinečná země, která přitahuje zájem turistů celého světa. Tradice, kultura, jídlo a výrobky v kombinaci s moderním způsobem života, krásnými přírodními sceneriemi a historickými památkami se jistě neshazují do paměti všem návštěvníkům i těm, kteří tady mají možnost dlouhodobě pobývat a pracovat. Velmi důležitým zdrojem pozitivních zkušeností je také samotná společnost. Místní lidé jsou k sobě i cizincům velmi slušní a ohleduplní, nechybí vstřícnost a spolehlivost.

Podnikatele je však třeba upozornit i na to, že v Japonsku je v některých případech nezbytné obrnit se trpělivostí a nelze očekávat rychlé výsledky. Je třeba také počítat s tím, že se nebude možné vždy domluvit bez tlumočnicka do japonštiny. Nejspíš také překvapí, že japonská státní správa a banky nejsou tak digitalizované, jak jsme zvyklí z Evropy. Je třeba být navíc připraven na to, že komunikace s japonskými partnery a zákazníky bude časově náročná a intenzivní. Pokud se však české straně podaří navázat se zdejšími partnery pevné vztahy, získá spolehlivé a loajální protějšky. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE JANA JENŠÍKOVÁ A VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV M. KLUČARA, VELVYSLANECTVÍ ČR
V JAPONSKU A SHUTTERSTOCK

JAPONSKÁ ENERGETIKA NA ROZCESTÍ: NOVÉ VÝZVY I PŘÍLEŽITOSTI

Japonsko má podobně jako Evropská unie ambiciózní cíl dekarbonizace ekonomiky do roku 2050. To s sebou přináší mimořádné výzvy pro energetické odvětví i celou společnost a ekonomiku. Situaci také ztěžuje dědictví fukušimské havárie, která nadále vrhá stín na jaderné elektrárny, i protiruské sankce uvalené v souvislosti s válkou na Ukrajině, které významně dopadly na dovoz fosilních paliv z Ruska.

Japonsko je pátým největším producentem skleníkových plynů na světě a omezit závislost na uhelných elektrárnách v kombinaci s obavami vůči jaderným zdrojům energie vytváří mimořádný tlak na rychlý růst využívání obnovitelných zdrojů. Ze zemí G7 je navíc nejméně energeticky soběstačné, a to z pouhých třinácti procent. Od roku 2021, kdy byly dekarbonizační cíle vyhlášeny, tak japonská vláda masivně investuje do obnovitelných zdrojů energie.

Více pozornosti na obnovitelné zdroje

Velké naděje jsou vkládány zejména do offshorových větrných elektráren, i když ty se v současné době podílejí na tvorbě elektrické energie zcela minimálně – do jednoho procenta celkového energetického mixu. Nové technologie výkonných větrných turbín se již několik let úspěšně instalují na mořských mělčinách v Evropě a nově pobřežní vody otevírá i japonská vláda. Proběhly například první aukce území pro offshore větrné elektrárny u pobřeží ostrova Hokkaidó a další mají následovat v severní části Honšú nebo v blízkosti Tokia. Předpokládá se, že budoucí soustava větrných farem kolem japonských ostrovů se bude podílet na výrobě elektrické energie přibližně pěti procenty v roce 2030.

Roste rovněž zájem o využívání vodních zdrojů energie, což vzhledem k hornatému terénu a velkému množství řek

a kanálů nabízí prostor pro rozvoj malých a středních vodních elektráren. Odhaduje se, že jejich potenciál je naplněn z pouhých pěti procent. Centrální vláda i místní samosprávy tak podporují jejich rychlou expanzi, protože jsou oblíbené jako stabilní, čistý a ke svému okolí šetrný zdroj. Čeští exportéři jsou navíc v této oblasti již v Japonsku úspěšní. V zemi dnes existuje přes třicet vodních elektráren, které byly v posledních letech zbudovány s použitím českých turbín od společností Cink a Mavel, a další jsou plánovány.

Budování vodíkové společnosti

Japonsko také patří mezi vůdčí země v rozvoji vodíkových technologií a jejich zavádění do praxe, a to zvláště v oblasti mobility, kterou symbolizuje model vodíkového elektromobilu Toyota Mirai. Vláda k naplnění vize „vodíkové společnosti“ do roku 2050 významně investuje do dalšího rozvoje vodíkových technologií a budování mezinárodních vodíkových dodavatelských řetězců. Odhaduje se, že tento trh tak bude nadále rychle expandovat, v roce 2030 dosáhne hodnoty jednoho bilionu jenů a do roku 2050 až osmi bilionů.

Vodíkové technologie ale nejsou podporovány pouze ze strany státu. Důkazem je nový vodíkový fond jako iniciativa soukromého sektoru. Letos v lednu se téměř 400 japonských společností pod vedením Japonské vodíkové asociace

(JH2A) dohodlo na vzniku fondu na podporu vodíkového průmyslu, zejména pak rozvoje jeho nezbytné infrastruktury. Do konce roku 2024 by měl nakumulovat až 150 miliard jenů, ze kterých bude podporována výroba, skladování a bezpečná doprava vodíku. Financování bude mimo jiné otevřeno projektům i s účastí zahraničních společností s high-end technologiemi.

S evropskými misemi na japonské veletrhy

Vhodnou příležitostí pro nalezení japonských partnerů v sektoru energetiky je dvakrát ročně konaný veletrh Smart Energy Week v Tokiu, rozdělený na sekce vodíku, baterií či obnovitelných zdrojů. Na tento veletrh navíc pravidelně pořádá pro evropské podniky mise s doprovodným programem EU-Japan Centre for Industrial Cooperation a od příštího roku také nová iniciativa na podporu evropských firem na japonském trhu EU Business Hub. ■

TEXT: ONDŘEJ SVOBODA

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV AUTORA



JUDr. Ondřej Svoboda, Ph.D., je ekonomický diplomat Velvyslanectví ČR v Tokiu

Japonsko: trh, který ocení férovost, trpělivost a kvalitu

PRO ČESKÉ FIRMY MŮŽE BÝT
VELKOU PŘÍLEŽITOSTÍ, POKUD MAJÍ
CO NABÍDNOUT A BUDOU UVAŽOVAT
V DLOUHODOBÉM HORIZONTU

Když poprvé přistanete v Japonsku, zarazí vás čistota všude kolem vás. Přitom až na výjimky nikde nenajdete odpadkové koše. Japonci jsou zvyklí po sobě zanechávat pořádek, odpadky za celý den si sbírat a doma je zodpovědně vytrít. Tato vlastnost se propisuje do celé kultury, včetně té obchodní.

Země vycházejícího slunce je jednou z klíčových zemí v Asii a společně s Jižní Koreou tvoří významný pilíř v oblasti hospodářské a technologické výměny. Je čtvrtou největší ekonomikou světa po USA, Číně a Německu a se svými 120 miliony obyvatel dvanáctou nejlidnatější zemí. Japonsko stále patří mezi hlavní globální investory a hned po Německu je druhým největším přímým zahraničním investorem v Česku.

Současné pozici Japonska jako jedné z nejspělejších světových ekonomik předcházela zásadní transformace hospodářství a společnosti zdevastované po druhé světové válce. V 50. letech byla většina pracovní síly zaměstnaná v zemědělství, díky rychlé industrializaci se však tento podíl do roku 1970 snížil na 17% a na konci 20. století na méně než 5%. V 60. a 70. letech země zažila rychlý růst díky expanzi v automobilovém průmyslu, ocelářství a elektronice. V 80. letech se ekonomika začala orientovat na sektor služeb, což vedlo k hospodářskému boomu. Tento růst byl přerušen prasknutím bubliny na akciovém a nemovitostním trhu. Následující

„ztracená dekáda“ devadesátých let přinesla stagnaci a deflaci, již se nepodařilo zcela překonat ani po zavedení „abonomiky“ v roce 2013.

Ekonomické problémy se ještě zhoršily v důsledku covidové pandemie, která si vyžádala přijetí rozsáhlých stimulačních balíčků. Od té doby se ekonomika pomalu zotavuje, avšak stále čelí mnoha výzvám včetně rostoucího zadlužení, stárnoucí populace nebo nových geopolitických nejistot. Potřeba dalších strukturálních reforem je tedy nevyhnutelná. Právě tyto výzvy však nabízejí příležitosti pro nové technologie zejména v oblasti zdravotnictví a služeb.

Vzájemný obchod s EU dostal zelenou

Ti nejdůležitější obchodní partneři Japonska se nacházejí v indo-pacifickém regionu. Patří mezi ně Čína, Tchaj-wan, Jižní Korea, Hongkong, Thajsko a USA. Pro EU je Japonsko druhým největším obchodním partnerem v Asii a šestým na světě. V roce 2022 dosáhl objem

obchodní výměny mezi Japonskem a EU hodnoty 71,58 miliardy eur v importu a 69,77 miliardy eur v exportu.

Dohoda o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem (EPA), platná od prvního února 2019, vytvořila největší zónu volného obchodu na světě. Odstranila cla a obchodní bariéry zejména v automobilovém průmyslu, otevřela trh se službami, teoreticky zlepšila přístup evropských firem k veřejným zakázkám v Japonsku a posílila ochranu duševního vlastnictví a evropských zemědělských produktů. Tato dohoda usnadňuje také obchod mezi Japonskem a Českem a podporuje růst a diverzifikaci českého exportu na japonský trh.

Japonské firmy v Česku modernizují tuzemský průmysl

Japonsko je druhým nejvýznamnějším přímým investorem u nás. V současnosti se jedná o více než 270 japonských subjektů, z nichž 106 má v ČR vlastní

Bezmála třímilionové metropoli Ósaka se také říká město obchodníků





Japonská ekonomika čelí mnoha výzvám, které mohou přinést nové příležitosti

výrobu. V roce 2022 přitom tyto firmy přispěly k českému HDP téměř pěti procenty a zaměstnávaly přibližně 30 tisíc lidí. Japonské investice se tak staly trvalou a klíčovou součástí českého průmyslového ekosystému.

Tyto investice mají dlouhou historii sahající až do druhé poloviny devadesátých let, kdy se Česko začalo otevírat globálním trhům. Jejich vliv navíc přesahuje samotný finanční objem, protože mají také zásadní dlouhodobý vliv na českou ekonomiku. Společnosti jako Toyota nebo Panasonic se staly

významnými hráči na českém trhu a přispívají nejen k tvorbě pracovních míst, ale i k modernizaci českého průmyslu. Přinášejí s sebou nejnovější technologie, know-how a inovativní postupy, čímž výrazně zvyšují produktivitu a konkurenceschopnost českých podniků na mezinárodních trzích a integraci Česka do globálních výrobních a dodavatelských řetězců. Na světový průmysl mají již neodmyslitelný vliv japonské přístupy *kaizen*, *kanban*, *poka-yoke* a další.

Toyota, Toray a Panasonic

Investoři pocházející z japonského prostředí nejen systematicky a pečlivě sledují makroekonomický vývoj v Evropě, ale také zohledňují potenciál místních pracovních sil a flexibilně přizpůsobují portfolio výrobků a služeb predikcím měnící se situace na trzích.

Jednou z nejvýznamnějších investic co do velikosti, ročního obrátu i počtu zaměstnanců v Česku je kolínská **Toyota Motor Manufacturing Czech Republic**, výrobní závod jedné z tradičně nejvýznamnějších automobilek světa. Podnik vznikl původně v roce 2002 jako joint venture mezi Toyota Motor Corporation a PSA Group (dříve PSA Peugeot Citroën). Společnost byla tehdy známá jako Toyota Peugeot Citroën Automobile Czech s.r.o. (TPCA) a výrobu u nás zahájila v únoru 2005. V listopadu 2018 obě společnosti

oznámily ukončení své joint venture v Evropě. Dva roky po tomto oznámení Toyota odkoupila zbývajících 50% podílu PSA v TPCA a továrnu přejmenovala na Toyota Motor Manufacturing Czech Republic. Tím se stala osmým výrobním závodem Toyoty v Evropě.

Mezi zajímavé japonské investice se řadí od roku 1997 prostějovská **Toray Textiles Central Europe**, známá především jako výrobce polyesterových a polyamidových tkanin. Už méně se ví, že firma Toray v Česku investovala také do výroby tiskových desek pro bezvodý ofsetový tisk – do unikátní technologie, jejíž produkce se postupně kompletně přesunula na Moravu a dnes se tyto desky dodávají i na japonský trh právě z Prostějova.

Pozornost si zaslouží také expanze firmy **Panasonic** v Plzni, jejíž původní investice směřovala do výroby televizních přijímačů. Investice sice byla ukončena, ale plzeňský Panasonic dál roste a stejně tak poroste počet jeho zaměstnanců v následujících letech. Dochází totiž k výraznému navýšení stávající výroby tepelných čerpadel a klimatizací, které si vyžadá náklad v hodnotě přesahující 7 miliard korun. Z plzeňského závodu tak udělá v tomto sektoru výrobní centrum světového významu.

Investice do technologií pro udržitelnost Česko vítá a důraz na snižování uhlíkové stopy je jedním z cílů, které má EU s Japonskem společné. Pokud

Kei car – odraz japonské účelnosti

Návštěvníky na první cestě do země překvapí obrovské rozdíly v modelech automobilů, které jezdí po tamních komunikacích. Mnoho z nich totiž patří mezi takzvaná kei car, speciální třídu, kterou asi mimo Japonsko nikde nevidíte a kde člověk marně hledá stopu precizního designu. Miniaturní krabice na kolech mají svůj původ v typické japonské účelnosti. Jejich velikost je totiž optimální pro úzké ulice velkoměst, přičemž malý úložný prostor dokáží tamní obyvatelé využít na maximum.

bude produkce tepelných čerpadel následovat dlouhodobé predikce, do roku 2050 by vliv této firmy odpovídal snížení globálních emisí o celé jedno procento. Současné vedení firmy hodlá posílit její hodnotu rovněž ve vývojové oblasti. Proto se rozhodlo investovat v nejbližší době téměř jednu miliardu korun do vlastního centra pro výzkum a vývoj.

Právě takové kroky svědčí o tom, že japonské investice jsou velmi loajální a vztahy s japonskými investory se nacházejí na dlouhodobě vysoké úrovni. Kromě samotných obchodních vztahů totiž často investují i do kulturní a sociální oblasti regionu. Právě Panasonic je například velkým podporovatelem českého baseballu a společnými akcemi pomáhá budovat povědomí o české kultuře a sportu také v Japonsku.

Věda a výzkum jako základ pro komerční produkty

Řadu benefitů přináší oběma zemím také vědecká a výzkumná spolupráce. Česko je v Japonsku známé jako průmyslově vyspělá země s vysoce kvalifikovanou odbornou silou v oblastech, jako jsou nanotechnologie, optika, umělá inteligence či moderní energetika.

Příkladem je mimo jiné posílení pozice japonské společnosti **Daido Metal**, která působí v České republice již od roku 2005 a patří mezi významné investory v oblasti strojírenství. Její brněnský závod, první svého druhu mimo Asii, se specializuje na výrobu kluzných ložisek, jež nacházejí uplatnění v automobilovém průmyslu, v zemědělství a v energetice.

V reakci na rostoucí poptávku po obnovitelných zdrojích energie a světovou energetickou krizi se Daido Metal rozhodlo rozšířit výrobu o ložiska určená pro větrné turbíny. Tento krok, který zahrnuje výstavbu nové továrny o rozloze 10 tisíc metrů čtverečních v Brně, má za cíl podpořit evropský průmysl větrné energie snížením nákladů na údržbu a zvýšením efektivity výroby. Výrobní technologie, kterou společnost plánuje nasadit, klade důraz na ekologii a bezpečnost, přičemž významnou roli budou hrát automatizovaná obráběcí centra a roboti. Brněnská pobočka tak směřuje k tomu, aby se stala hlavní základnou koncernu pro výrobu ložisek na evropském kontinentu. Tato investice



Uvítání zástupců české baseballové reprezentace před továrnou firmy Panasonic HVAC v prefektuře Gunma

Z Česko-japonského obchodního a investičního fóra, které se vloni konalo v Tokiu



navazuje na dlouhodobou spolupráci s předními výrobci větrných turbín a zdůrazňuje strategický význam větrné energie jako udržitelného zdroje zelené energie pro budoucnost.

Japonsko se víc otevírá globalizaci a startupové kultuře

Japonsko je v mnoha ohledech velice konzervativní země, kde se považovalo za normální a společensky prestižní vstoupit po studiu do některé

z japonských korporací a v ní si odpracovat celou kariéru se všemi případnými výhodami i nevýhodami. Podnikání v nových technologiích a freelancing tak – minimálně v nedávné minulosti – nebyly ve společnosti považovány za rovnocenné, což se podepsalo na pomalejším rozvoji japonského startupového prostředí víc než v jiných vyspělých zemích. V současné době je již i v této oblasti patrný významný pokrok a v roce 2022 mělo Japonsko přes 10 tisíc start-upů. Stále však podstatně zaostává nejen za USA, ale také třeba Čínou. Pouze 6 start-upů z celkového počtu totiž dosáhlo



statusu jednorozce, což je méně než půl procenta celkového počtu ve světě.

Díky narůstajícímu zájmu o financování start-upů v Japonsku tam tak mohou nalézt zajímavé příležitosti české start-upy a venture capital fondy. Na podporu strategických partnerství se dokonce orientují speciální programy, jako jsou například *J-Bridge* nebo *Invest Japan*, organizované vládní agenturou JETRO, se kterou má CzechInvest mimořádně dobré vztahy a podepsané memorandum o spolupráci. JETRO má svou pobočku také v Praze a společně s agenturou CzechInvest pořádá pravidelně startupové akce pod názvem Czech Japanese Innovation Day.

Tokio jako přední centrum podpory start-upů s bezkonkurenční sítí vládních, korporátních a akademických institucí se letos posunulo z 15. na 10. místo v žebříčku *Genome's Global Startup Ecosystem Report*. Díky specializovaným programům zaměřeným na globalizaci a rozšiřování se na mezinárodní startupové scéně stává konkurenceschopnou silou. Japonsko jako technologický lídr tak nabízí nové možnosti pro české start-upy v oblasti umělé inteligence, fintechu, biomateriálů a dekarbonizace, tedy v oblastech, ve kterých má s Českem přesah také ve vládních strategiích.

Přípravě věnujte co největší pozornost a energii

Vstup na japonský trh vyžaduje pečlivou přípravu a promyšlenou strategii, která zohledňuje specifika místního prostředí. Potenciální exportér by si měl na základě průzkumu trhu důkladně vyhodnotit, které produkty budou ve vysoce konkurenčním a nasyceném prostředí pro japonské zákazníky atraktivní. Nabídka zboží či služeb by měla být unikátní a inovativní, certifikovaná v souladu s japonskými předpisy a doplněná překlady do japonštiny. Exportér by měl být schopen pružně reagovat i na změny v požadavcích importéra.

K navázání perspektivních kontaktů slouží českým firmám zahraniční kanceláře CzechTrade v Tokiu a Ósace. K úspěchu obchodu může významně pomoci osobní setkání v Japonsku, jímž protistraně dáváte najevo, že si obchodu vážíte. I když partner hovoří anglicky, doporučuje se jako projev zájmu a respektu přítomnost tlumočnicka. Po jednání je důležité poslat děkovný e-mail, kde shrnete dohodnuté kroky a dodáte slíbené materiály.

Úspěch na japonském trhu je často snadnější v B2B segmentu než v B2C, kde panuje zvláště silná konkurence.

Kvalitní obchodní zastoupení nebo spolupráce s etablovaným partnerem, který se orientuje v distribučních kanálech a má dobré kontakty, jsou v takovém případě klíčové. Proto se vyplatí obrátit se s žádostí o asistenci na zastoupení agentury CzechTrade.

Japonsko je příležitost

S ohledem na vzdálenost i kulturní odlišnosti je Japonsko náročný partner jak v oblasti přímých zahraničních investic, tak ve vzájemném obchodování. Současně je to ale trh se 120 miliony potenciálních zákazníků, s jednotnou měnou, kulturou, jazykem a potřebnou certifikací. Jako takový skýtá velký potenciál a se správnou přípravou, trpělivostí a odpovědným přístupem je možné na něm uspět a udržet se.

Česká diplomacie v Asii, zejména v Japonsku, těží z dlouhodobých vztahů, pozitivního vnímání Česka a strategických partnerství, která umožňují efektivní ekonomickou spolupráci. Podpora agentur jako CzechInvest a CzechTrade pak českým firmám otevírá dveře na japonský trh, kde mohou využít pokročilou technologickou infrastrukturu, silný kapitál a důvěru v inovace.

V TECHNOLOGIÍCH SI ČEŠI OTEVŘELI DALŠÍ DVEŘE

V posledních letech je patrný rostoucí trend exportu vysoce specializovaných systémů, laboratorních přístrojů, ale také softwaru v oblasti cybersecurity nebo AI a dalších emerging technologií. Čerstvým příkladem jsou například letošní úspěchy dvou českých společností.

Dronetag je příkladem odchovance inkubátoru ESA BIC, jehož českou pobočku spravuje agentura CzechInvest. Start-up z pražských Vinohrad svým unikátním řešením pro dálkovou identifikaci dronů postupně dobývá svět a v USA už v tuto chvíli ovládá majoritní podíl na trhu. Aktuálně má tak v rukou technologii určující jeho budoucí vývoj. Přestože je americký trh zpravidla tím prvním, na který start-upová řešení míří, jejich další kroky pak vedou do ostatních geografických oblastí, které jsou technologicky vyspělé a mají podobné potřeby. Jednou z nich je právě oblast Indo-Pacifiku. Vzhledem k tomu, že jen v Japonsku se očekává nárůst trhu v oblasti UAV z aktuálních cca 1,2 miliardy dolarů na téměř dvojnásobek v následujících deseti letech, byl pro Dronetag tento specifický trh zajímavou destinací. I proto se společnost nejprve představila v roce 2023 na veletrzích v Tokiu, aby následně v rámci mise CzechTrade na Japan Drone v Tokiu v roce 2024 její zakladatel a CEO Lukáš Brchl mohl oznámit úspěšné završení certifikace svých produktů a oficiální vstup na japonský trh.

V oblasti herních služeb a zážitků se pak pohybuje firma **Divr Labs**, která se specializuje na vývoj technologií pro virtuální realitu s rozšířeným vnímáním. Kromě samotného pohledu „očima hráče“ je tak zážitek umocněn především pomocí dalších smyslů, jako je vnímání větru, pohybu, vnějších vibrací atp. Dlouhá cesta za úspěchem v Japonsku začala pro Divr Labs už v roce 2022 v době covidové pandemie, hned po uvolnění restriktivních opatření pak firma společně s dalšími navštívila XR Fair Tokyo a Tokyo Game Show v rámci programů PROPED. S pomocí asistence agentur CzechInvest a CzechTrade poté proběhla řada jednání a výslednou dohodu nakonec společnost uzavřela s mimořádně silným



Japan Drone 2024. Na fotu velvyslanec Martin Klučar (uprostřed) se zástupci velvyslanectví ČR v Tokiu, zúčastněných firem a agentur CzechInvest a CzechTrade

CEO firmy Divr Labs Ondřej Bach (druhý zleva) s kolegy při zahájení provozu Divr Immersive Arena v Jokohamě



partnerem – provozovatelem obchodních center AEON Mall. Od tohoto roku je tak možné zažít zombie apokalypsu nebo potkat dinosaury také v japonské Jokohamě. ■



Jakub Hájek je ředitelem zastoupení agentur CzechInvest a CzechTrade v Tokiu

TEXT: JAKUB HÁJEK

FOTO: ARCHIV AGENTURY CZECHINVEST, ARCHIV KANCELÁŘE GENERÁLNÍHO KOMISAŘE EXPO 2025, JIŘÍ KOLBABA



Prestižní britský časopis ADF zařadil český pavilon EXPO 2025 před dvěma lety do rubriky International Focus a top tří staveb & návrhů měsíce května, čínský web Zhihu pak na třetí místo přehledu nejlepších pavilonů hned za čínský a švýcarský. Mezinárodní web ArchDaily pak český pavilon pravidelně zařazuje do nejrůznějších výstupů, které se týkají ósackého EXPO. Nejnovějším úspěchem je pak text v portugalském časopisu Attitude Interior Design Magazine, který si pečlivě vybírá zajímavé příběhy lidí, věcí a míst.

Foto: © Expo2025

Ondřej Soška:

EXPO ČASTO PŘIROVNÁVÁM K OLYMPIJSKÝM HRÁM NESPORTOVNÍCH ODVĚTVÍ

UKAZUJE TO NEJLEPŠÍ, CO MOHOU JEDNOTLIVÉ ZEMĚ SVĚTU NABÍDNOUT

Světové výstavy EXPO jsou skvělou příležitostí k posílení národní značky a propojení globálního trhu s českými firmami. Jedná se o nejvýznamnější společenskou, obchodní a kulturní událost na světě, která se koná jednou za pět let. Pravidelně ji navštěvují desítky milionů lidí z celého světa a pro firmy je to šance ukázat se v mezinárodním měřítku a navázat klíčová partnerství. Nadcházející EXPO 2025 se uskuteční od dubna do října v japonské Ósace na ostrově Jumešima a Česko bude reprezentovat sebevědomý a vizuálně velice atraktivní pavilon vytvořený ze smrkového dřeva a skleněné fasády. „Už jen tím, že některé partnery vezmeme takzvaně na palubu a převezeme je deset tisíc kilometrů daleko, japonské straně ukazujeme, že máme podnikatele, s nimiž stojí za to se minimálně začít bavit,“ vysvětluje generální komisař české účasti Ondřej Soška.

Nejsou světové výstavy už historicky přežitý koncept?

První světová výstava – též známá jako The Great Exhibition – se konala v Londýně již v roce 1851, tedy před více než 170 lety, takže by se skutečně mohlo zdát, že tyto akce mají svá nejlepší léta za sebou. Já si to ale nemyslím. Za tu dobu si vydobily pozici největších výstav světa. Od roku 2000 se konají pravidelně jednou za pět let a trvají šest měsíců. Obvykle je pak navštěvují desítky milionů lidí. A když se taková masa zvedne, jde se na něco podívat, a ještě k tomu zaplatí vstupné, nemůže být o přežitém konceptu vůbec řeč.

Co může účast na EXPO přinést Česku?

V první řadě je to skvělá platforma pro budování národní značky. Už jen to, že se během půl roku dennodenně setkáváte téměř s celým světem na jednom místě, představuje skvělý a jedinečný koncept. Českým firmám může přinést nová odbytiště, může jim pomoci s expanzí či exportem. Existuje celá řada studií, které dokazují, že návratnost státních investic do podpory exportu je efektivní. Dále bychom chtěli přispět k lákání nových investorů nebo rozšiřování stávajících investic v Česku. Máme také zájem dále rozšiřovat vědecko-výzkumnou spolupráci mezi japonskými a českými vědeckými subjekty a chceme přispět k lákání japonských turistů do regionů, nejen do Prahy.

”

OSOBNÍ SETKÁVÁNÍ MÁ
V DNEŠNÍM SVĚTĚ VĚTŠÍ
SMYSL NEŽ KDY DŘÍV.

Nadcházející EXPO bude největší akcí této dekády a já věřím, že s naším vizuálně atraktivním pavilonem uspějeme. Jsme si vědomi toho, že je v mnoha aspektech inovativní, o to víc mě ale těší, že už teď se o něm hojně mluví a posbírání některá pomyslná prvenství.

O jaká prvenství se jedná?

Náš pavilon bude první dřevostavbou svého druhu bez kovové konstrukce

v Japonsku. Tam navíc zarezonoval natolik, že rozvířil veřejnou diskuzi k CLT dřevostavbám a jejich právní úpravě. To je na tak tradičně orientovanou zemi s jasně vymezenými pravidly poměrně kumšt.

Co říkají českému pavilonu Japonci?

Jsem velice mile překvapen a potěšen, jak moc pozitivní ohlasy na něj už od počátku máme. Japonci veškeré dění okolo světové výstavy sledují mnohem podrobněji a pečlivěji než například lidé u nás. Na český pavilon a na české pivo, jak nám často říkají, se moc těší. Byli samozřejmě i tací, kteří nás upozorňovali na to, že pavilon tak, jak ho architekti navrhli, v Japonsku nikdy nepostavíme. Ale on se už několik měsíců staví a posbírání řadu „mezinárodních mediálních ocenění“.

Proč by se firmy měly zapojit do národní prezentace?

Japonsko je čtvrtou největší ekonomikou a jedním z hegemonů světového obchodu. Charakterizuje ho vysoce rozvinutý, velmi konkurenční a zároveň velký vnitřní trh s vysokou kupní silou obyvatel. Primárně ale není tak úplně snadné se na něj dostat. Hledání obchodního partnera může být zdoluhavější a nákladnější než v jiných teritoriích, protože

Japonci na něj mají podobně vysoké nároky jako na sebe. Očekávají kvalitní přípravu, dochvilnost, interakci a aktivitu.

V Asii je vnímání role státu silnější než v Evropě, a pokud nějaká firma spolupracuje se státem a participuje na národním pavilonu, má v očích tamějších partnerů mnohem větší váhu a relevanci. A právě zde vnímám naši první velkou přidanou hodnotu. Určitě je fér říct, že byznys za firmy neuděláme, to ostatně ani dělat nemůžeme. Už teď se malým i velkým podnikům snažíme a nadále budeme snažit poskytnout maximální podporu.

A co další přidané hodnoty?

Účast na EXPO 2025 firmám poskytne skvělou příležitost expandovat nejen do Japonska, ale i širšího regionu vysoce konkurenčního Indo-Pacifiku. Jeho území tvoří čtyřicet států a zasahuje přes dva oceány na čtyři kontinenty. Indo-Pacifik je centrem světového obchodu a jedním z nejrychleji rostoucích ekonomických regionů na světě, kde každoroční růst HDP dosahuje v průměru téměř šesti procent. Země Indo-Pacifiku tvoří více než 40 procent světového HDP a do roku 2040 má toto číslo dokonce překročit hranici 50 procent.

EXPO je navíc prestižní záležitostí a skvělou referenční zakázkou i v případě,

Ondřej Soška zastává funkci generálního komisaře EXPO 2025 od září 2022, kdy vyhrál výběrové řízení MZV se svou koncepcí a tématem „Talent a kreativita pro život“. Česká republika se jako samostatný stát zúčastní světové výstavy již pošesté. Bude se prezentovat nejen tím, co Japonci velmi dobře znají a dlouhodobě obdivují, například českým sklem a vážnou hudbou, ale zejména českými inovacemi, nanotechnologiemi, perspektivními start-upy a talenty z regionů.

Za veškeré přípravy české účasti na světových výstavách EXPO (tzv. World Expo) zodpovídá Kancelář generálního komisaře (KGK), která je součástí sítě Českých center – příspěvkové organizace MZV





Ulice Ósaky už žijí nadcházející světovou výstavou



Velvyslanec Japonska v České republice Kansuke Nagaoka (vlevo) s Ondřejem Soškou a maskoty světové výstavy EXPO 2025 – René (vlevo) a Myaku-Myaku

pokud firma nemá exportní ambice směrem do Asie. Může ale pomoci například zvýšit objem zakázek, získat nové partnery a přivést nové klienty. Takovou zkušenost mají z minulosti například společnosti Koma Modular, GreenTech nebo Česká mincovna.

Co konkrétně nabízíte svým partnerům?

Nabízíme jim skvělou platformu pro posilování značky a možnost navázat cenné kontakty, stejně jako jedinečnou příležitost představit se potenciálním partnerům z celého světa a diskutovat s nimi o aktuálních trendech, technologiích a inovacích. Při tom všem mohou

využívat veškeré zázemí českého národního pavilonu včetně servisu restaurace a dalších služeb, jako je například tlumočení nebo marketingová podpora.

Během šestadvaceti týdnů chystáme řadu byznysových témat, která chceme v Japonsku společně s partnery představit. Jedná se například o nanotechnologie, fintech, vesmírné technologie, kyberbezpečnost nebo cirkulární ekonomiku.

Kolik stánků náš národní pavilon bude schopný pojmout? A budou se nějak střídat?

Svůj přístup, který schválila vláda v červnu 2022, od počátku koncipujeme trochu jinak, než tomu bylo v minulosti. Rádi bychom více akcentovali byznysový program v pavilonu tak, aby se do něj mohlo zapojit co nejvíc firem, které budou mít zájem. Právě proto jsme připravili koncept střídání byznysových týdnů, nikoliv klasických stánků. Byznysový program se bude primárně odehrávat v kruhovém multifunkčním auditoriu a byznys lounge na střeše pavilonu formou konferencí, workshopů, seminářů, networkingů a dalších nejrůznějších aktivit.

Partnerství

Potenciálním zájemcům nabízíme čtyři základní druhy partnerství. Spolupracovat s námi mohou také jako oficiální dodavatel nebo partner byznysových konferencí #road2expo.

Světovou výstavu navíc nevnímáme jako klasický výstavní obchodní veletrh už jen proto, že drtivou většinu návštěvníků tvoří široká veřejnost. To je podstatný rozdíl. Je potřeba si také uvědomit, že koncept těchto akcí se v čase také proměňuje. Je to dáno už jen tím, že se ho účastní mnohem větší počty zemí než v minulosti. Pro srovnání: areál EXPO 1970, které se konalo rovněž v Ósace, měl zhruba 330 hektarů a vystavovalo v něm 67 zemí. Budoucí výstava se koná na umělém ostrově v areálu o rozloze zhruba 135 hektarů, přičemž se zúčastní 161 mezinárodních účastníků a devět mezinárodních organizací. Náš pozemek má necelých 1000 metrů čtverečních, a ještě existují omezení, jak moc ho můžeme zastavět a do jaké maximální výšky můžeme jít.

Firmy už také nečekají pět let, než představí nějakou technologickou novinku. Smysl světových výstav se zkrátka posunul, je součástí našeho rozvoje. Lidé si často myslí, že se všechno vyřeší online. Nesouhlasím s tím. Osobní setkávání za mě má v dnešním světě ještě větší smysl než kdy dřív. Navíc jsem přesvědčen, že světové výstavy mají pro svět a lidstvo stále veliký přínos.

Připojte se k nám i vy a pomozte utvářet pozitivní obraz Česka na EXPO 2025. Společně můžeme dosáhnout globálního úspěchu. ■

TEXT: JANA KOHOUTOVÁ
FOTO: ARCHIV KANCELÁŘE GENERÁLNÍHO KOMISAŘE EXPO 2025, DOMINIK KUČERA, JIŘÍ KOLBABA, JAN HERCH A © EXPO2025

KALENDÁŘ BYZNYSOVÝCH AKCÍ

Během šestadvaceti týdnů na EXPO chystá Kancelář generálního komisaře řadu byznysových témat, která by v Japonsku společně s partnery ráda představila. Byznysový program se v českém pavilonu bude konat zpravidla od úterý do čtvrtka, pondělky jsou vyčleněny na tzv. corporate day, kdy si bude možné části pavilonu pronajmout.

OD	DO	NÁZEV AKCE
15. 4. 2025	17. 4. 2025	Engineering Tomorrow: Globální perspektiva strojírenských inovací
22. 4. 2025	24. 4. 2025	FinTech: Budoucnost bankovníctví a platebních systémů
29. 4. 2025	1. 5. 2025	Innovate and Inspire: Mezinárodní summit o kreativních průmyslech
6. 5. 2025	8. 5. 2025	Cestovní ruch a jeho vliv na ekonomiku
13. 5. 2025	15. 5. 2025	CyberSecurity: Kybernetická bezpečnost a ochrana dat
20. 5. 2025	22. 5. 2025	Smart Cities: Technologie pro udržitelné městské plánování
27. 5. 2025	29. 5. 2025	Umělá inteligence, robotika a budoucnost práce
3. 6. 2025	5. 6. 2025	Inovace v zemědělství, potravinářství a gastronomii
10. 6. 2025	12. 6. 2025	NanoTech Global Conference: Inovace v nanotechnologiích
17. 6. 2025	19. 6. 2025	Český průmyslový design: Tradice a inovace
24. 6. 2025	26. 6. 2025	Zdravotní technologie: Revoluce ve zdravotnictví
1. 7. 2025	3. 7. 2025	Budoucnost architektury: Inovace pro udržitelný a komfortní život
8. 7. 2025	10. 7. 2025	Inovace v automobilovém průmyslu: Budoucnost mobility
15. 7. 2025	17. 7. 2025	Mendelův týden: Česko jako centrum pro výzkum a vývoj v oblasti biotechnologií
21. 7. 2025	23. 7. 2025	Vzdělávání 21. století: Umělá inteligence, technologie a inovace ve vzdělávání
29. 7. 2025	31. 7. 2025	Česko: Středoevropské centrum high-tech start-upů
5. 8. 2025	7. 8. 2025	Mezinárodní spolupráce a konflikty: Cesty ke globální stabilitě
12. 8. 2025	14. 8. 2025	Women's Summit: Empowering Women in the Modern World
19. 8. 2025	21. 8. 2025	Bude upřesněno
26. 8. 2025	28. 8. 2025	Doing Business in Central Europe: Příležitosti a výzvy
2. 9. 2025	4. 9. 2025	Bude upřesněno
9. 9. 2025	11. 9. 2025	SpaceTech: Průzkum vesmíru a jeho komerční využití
16. 9. 2025	18. 9. 2025	Obnovitelná energie a energetická účinnost
23. 9. 2025	25. 9. 2025	Cirkulární ekonomika: Ekologická udržitelnost v průmyslu
30. 9. 2025	2. 10. 2025	Restrukturalizace a udržitelný rozvoj regionů

*Změny harmonogramu vyhrazeny.

Nenašli jste vhodné téma? Ozvěte se na partnership@expo2025czechia.com.

Zdroj: Kancelář generálního komisaře, EXPO 2025

EXPO 2025: CO BYSTE MĚLI VĚDĚT



EXPO 2025, Ósaka, Japonsko

- Termín konání: 13. 4. až 13. 10. 2025.
- Počet účastníků: 161 zemí + 9 mezinárodních organizací.
- Rozloha areálu: 1,55 km².
- Rozpočet projektu: 319 miliard jenů (cca 50 miliard korun).*
- Počet návštěvníků: až 30 milionů (očekáváno).

* Jedná se o rozpočet japonských pořadatelů, nezahrnuje výdaje účastnických zemí.





Český národní pavilon

- Vybrán v první otevřené architektonické soutěži o národní pavilon po více než 20 letech.
- Vítězný design od studia Apropos Architects a Terezy Šváchové.
- Vizuálně atraktivní a technologicky inovativní pavilon.
- První dřevostavba svého druhu bez ocelové konstrukce v Japonsku.
- Nosná konstrukce vyrobená z českého smrkového dřeva obložená uměleckou skleněnou fasádou.
- Stavba splňuje přísné bezpečnostní normy a odolá silnému zemětřesení i tajfunům.

Klíčové části národního pavilonu

- Multifunkční auditorium s kapacitou až 240 míst.
- Česká národní restaurace s kapacitou cca 70 míst.
- Stálá expozice.
- Střecha pavilonu s vyhlídkovou terasou.
- Byznys lounge.



Perspektivní obory pro české firmy

- Robotika a automatizace.
- Optické přístroje.
- Zelené technologie.
- Kreativní odvětví.
- Letecké a vesmírné technologie.
- Energetika.
- ICT.
- Potravinářský a zemědělský průmysl.
- Zdravotnický a farmaceutický průmysl.
- Luxusní zboží.



Ósaka – město obchodníků

- Hlavní japonské město malých a středních podniků.
- Téměř 100 % místních podniků jsou MSP.
- Sídlo přibližně 440 tisíc firem.
- Významná průmyslová metropole, jejíž ekonomický výkon se vyrovná Hongkongu a Singapuru.



Zdroj: Kancelář generálního komisaře, EXPO 2025

Oficiální webové stránky EXPO 2025

Oficiální stránky české účasti



ČESKÉ GRANÁTY OKOUZLILY JAPONCE SVĚTOVĚ UNIKÁTNÍ ŠPERKY ZAUJALY KRÁSOU I PŘÍBĚHEM



„Když jsme letos na jaře představovali kolekci svých šperků na výstavě v prostorách českého velvyslanectví v Tokiu, zájem návštěvníků nás mile překvapil. Kdyby se jednalo o prodejní výstavu, neměli jsme druhý den co vystavovat,“ usmívá se při vzpomínce na vydařenou akci Pavel Tvrzník, předseda představenstva turnovského družstva umělecké výroby Granát, které už více než rok připravuje expanzi na japonský trh.

Proč Japonsko?

Japonsko si Turnovští nevybrali náhodou. Pavel Tvrzník vzpomíná, že tam před covidovou pandemií měli svého obchodního partnera, s nímž úspěšně spolupracovali. Bohužel odešel na zasloužený odpočinek a v době covidu se nepodařilo spolupráci znovu navázat. „Přitom víme, že Japonci mají české granáty rádi. Dokonce se tam prodávají napodobeniny našich šperků. Naším cílem je tedy také osvěta – aby si nekupovali plagiáty, ale náš originál, protože jen ten v sobě nese exkluzivitu a kvalitu, kterou hledají.“

Každý šperk z Granátu Turnov proto doprovází certifikát původu, a to samozřejmě kdekoli, v tuzemsku i zahraničí. „Je to značkové zboží a svou značku

máme registrovanou i v Japonsku. Opětovný vstup na tamní trh plánujeme delší dobu a věnovali jsme tomu už hodně energie.“

O pečlivé přípravě, která je nejen v Japonsku nutností, svědčí skutečnost, že první kroky podnikli už vloni. Vedle zmíněné registrace značky to byla především skutečnost, že se stali členem České hospodářské a průmyslové komory v Japonsku (CCCJ), jejíž služby si nemohou vynachválit. „Znalost místního naturelu je naprosto klíčová a spolupráce s vedením CCCJ – panem Watanabem i paní Tomáškovou – se v tomto směru ukázala jako správná volba. Už vloni na podzim pro nás realizovali předběžný průzkum trhu, na který navázala zmíněná výstava na českém velvyslanectví v Tokiu, které nám rovněž

České granáty součástí EXPO 2025

V rámci snahy proniknout na japonský trh je logickým krokem, že se šperkařské družstvo Granát stalo partnerem české účasti na EXPO 2025. České granáty se totiž úspěšně prezentovaly už na nejedné světové výstavě a v Ósace se dokonce objeví už podruhé v historii.

velmi výrazně pomohlo a otevřelo dveře. V Japonsku se totiž zvláště cení doporučení a osobní kontakt. Nyní už máme v ruce první objednávky od japonských zákazníků a věříme, že se nám

Tajemství světové jedinečnosti českých granátů

- Typická tmavě červená barva, kterou si zachovávají za všech okolností i v malé velikosti zrněk (jejich velikost obvykle nepřesahuje 5 mm).
- Odolnost vůči vysokým teplotám – bez poškození odolají teplotám vyšším než 1500 °C. To nedokáže ani diamant, který shoří už při 950 °C.
- Velmi vysoká tvrdost.
- Lámavost světla – umí vykouzlit oslnující světelné odrazy.
- A také se říká, že dodávají životní energii, posilují odvalu a pomáhají při srdečních onemocněních. Ale to se nedá změřit a zvážit.

podají získat další a postupně si tam vybudovat fungující síť stálých obchodních partnerů, jako máme třeba v USA.”

Nejdůležitější zůstává domácí trh

„Granát patří neodmyslitelně k České republice, troufám si říct, že je národním kamenem. Proto také většinu produkce prodáváme na domácím trhu, export tvoří pouze nějakých deset až patnáct procent. Do budoucna bychom tento podíl chtěli zvýšit, o čemž svědčí i naše aktivity v Japonsku – a máme v hledáčku i jiné země. Ovšem stěžejní je pro nás tuzemský zákazník,“ vysvětluje Pavel Tvrzník.

Granáty s podobnými jedinečnými vlastnostmi totiž nikde jinde ve světě nenajdete. Sbíraly se na našem území už v pátém šestém století, více je začali využívat na liturgických předmětech za vlády Karla IV. a slávu zažily za císaře Rudolfa II. Ovšem kdo z panovníků učinil rozhodný krok, to byla Marie Terezie, která v roce 1762 zakázala vývoz surových granátů z českých zemí, a tím ochránila domácí monopol jejich těžby a zpracování. Obliba granátových šperků v Čechách i za hranicemi dále

rostla, přičemž doslova renesanci zažily za doby národního obrození, kdy se staly mineralogickým symbolem Čech.

Granát se nevzdává ani v době krizí

Světově unikátní však nejsou jen granáty, ale také turnovská firma, jejíž historie začala v roce 1953. „Neznám na světě jinou šperkařskou firmu, která by svou existencí pokrývala tak široké portfolio činností a profesí jako my. Zabezpečujeme všechno, od těžby a zpracování granátů přes návrhy a tvorbu šperků až po zakázkovou výrobu a prodej, a to jak v našich kamenných prodejnách, tak také v online obchodě nebo přes naše obchodní partnery – velkoodběratele.“

Granát je prý symbolem ohně, krve a čistého srdce. A dá se říct, že tyto vlastnosti se propsaly i do srdcí těch, kteří s českým granátem spojili své životy. Jinak by tu už nejspíš dávno nebyl.

„Jsem v Granátu přes třicet let, v naší historii byly různé turbulence, zažil jsem horší i lepší roky. Ovšem tak složitou situaci, jaká je dnes, jsem ještě nepoznal. Od covidové pandemie řešíme jednu krizi za druhou. V roce 2020 jsme museli zavřít všechny naše prodejny, tržby nám rázem spadly o víc než devadesát procent, byli jsme na kraji propasti. Přežili jsme jen díky státní podpoře, která tehdy zafungovala a zachránila nás. Ovšem vyčerpali jsme veškeré rezervy, zeštíhlili podnik z 220 na 160 zaměstnanců a museli jsme si vzít úvěry, abychom mohli pokračovat dál.“



Pavel Tvrzník, předseda představenstva Granátu, družstva umělecké výroby, Turnov, je původem strojař, vystudoval strojírenskou technologii na VŠST v Liberci (dnes Technická univerzita). V Granátu pracuje od roku 1992 na různých pozicích, předsedou představenstva byl zvolen poprvé v roce 2016, a jak sám říká, české granáty jsou jeho srdeční záležitostí. Proto jím zůstává věrný navzdory nejrůznějším krizím, kterým družstvo muselo a musí čelit

Splácet není za současné energetické krize a se souvisejícím zdražováním téměř všeho vůbec jednoduché, náklady rostou nebyvalým tempem. Stát nás navíc trápí vysokou daňovou zátěží a administrativou, zvýšil nám poplatky za dobývací prostor, úhrady za vydobyté nerosty. Samotná těžba je poměrně energeticky náročná záležitost, a kde jsme mohli energie ušetřit, tam jsme to už udělali. Když to srovnám s rokem 2019, náklady na energie se nám zvýšily trojnásobně a už není kde šetřit,“ konstatuje Pavel Tvrzník, ale zároveň dodává, že věří, že se situace opět zlepší a budou se moci více nadechnout.

Z letošní prezentace v prostorách Velvyslanectví České republiky v Tokiu





Granát, d.u.v., Turnov

Družstvo umělecké výroby Granát Turnov vyrábí originální šperky s českými granáty od roku 1953. Dnes patří mezi významné české šperkařské firmy. Produkuje klasické, moderní i luxusní kolekce stříbrných a zlatých šperků (nejen) s českými granáty včetně dárkových předmětů a zakázkové výroby. Vlastní rozsáhlou kolekci granátových šperků. České granáty také těží a dále zpracovává, a to pouze pro vlastní výrobu šperků a doplňkového sortimentu. Provozuje síť sedmi podnikových prodejen, e-shop, Muzeum českého granátu v Praze a Galerii Granát v Turnově. V současné době má podnik zhruba 160 zaměstnanců. Většinu své produkce prodá na tuzemském trhu, ale má své obdivovatele a zákazníky také v zemích Evropské unie, ve Spojených státech, v Izraeli, Číně a dalších teritoriích.



Výstava S vášní pro český granát byla zahájena v libereckém Liebiegově paláci právě v den naší reportáže

Když navštívíte jednu z jejich kamenných prodejen, projdete se Muzeem českého granátu v pražské Karlově ulici nebo si jen tak „zalistujete“ jejich e-shopem, uvidíte, že to opravdu nevzdávají. K tradičním produktům a sériové výrobě přidávají jedinečnou rukodělnou zakázkovou výrobu, jednoduše řečeno dokáží vyrobit zákazníkovi šperk, který si vymyslí, a třeba i z kamenů, které si přinese. Vedle českých granátů pracují i s vltavíny, diamanty a jinými drahými kameny. A stejnou variabilitu projevují i na poli nejrůznějších dárkových předmětů, jako jsou skleněná těžítka, dárková pera, ale také třeba napodobeniny českých korunovačních klenotů.

Je pravda, že české granáty i šperky, které z nich v Turnově tvoří, patří neodmyslitelně k Česku a jsou pomyslným národním pokladem, jež bychom si měli chránit. Věřme, že tu s námi budou další stovky let. ■

TEXT: JANA JENŠÍKOVÁ

FOTO: ARCHIV GRANÁT TURNOV

Daniela Kučabová,
bankovní poradce, KB,
regionální centrum Liberec



„Historické vazby mezi KB a Granátem Turnov začaly již v prvních letech existence této šperkařské firmy. Jako bankovní partner se snažíme podporovat její rozvoj poskytováním finančních služeb na míru, ať už umožnily rozšiřování výroby, zavedení inovací nebo expanzí na zahraniční trhy.

Naše spolupráce je založena na vzájemné důvěře a porozumění. Velmi si jí vážíme a věříme, že bude nadále mít významný přínos i z pohledu širší komunity, neboť Granát Turnov chápeme jako tradiční českou firmu s nádhernou výrobou, která bude „rodinným šperkem“ pro další generace.“



You can also read this article
in English on itradenews.cz



DEN PODNIKATELŮ ČESKÉ REPUBLIKY

HOTEL AMBASSADOR ZLATÁ HUSA
PRAHA

7/11/2024

Hlavní pozornost na galavečeru bude věnována firmám, které budou v průběhu večera oceněny v několika soutěžích. I letos očekáváme mnoho významných hostů z řad podnikatelů, zástupců vládní a politické sféry i společenského života. Děkujeme všem firmám a podnikatelům, kteří při nás více než 20 let stojí, i těm, co nám dali svoji důvěru teprve nedávno.

Vyhlášení vítězů soutěží:
Hlavní cena projektu Rok nové energie 2024
Rodinná firma roku AMSP ČR
Nastartujte se
eŽena



14:00–15:30 Debata na téma:

Budoucnost malých a středních podniků: Výzvy a příležitosti v dnešní ekonomice

SKODA

 **KB**

 **ČESKÁ S**
spořitelna

Deloitte.


AMSP ČR
ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR


CZECHINVEST
Investment and Business Development Agency


PKF APOGEO


MY CLINIC


TRADE NEWS

Roman Watanabe:

V JAPONSKU JSEM SI SPLNIL SVÉ SNY

Japonci bývají často obtížně čitelní. Ale když o ně projevíme upřímný zájem a pochopení, dokáže to ocenit i nezarputilejší tradicionalista. V rozhovoru pro TRADE NEWS nám to potvrdil i Roman Watanabe, předseda České hospodářské a průmyslové komory v Japonsku, který se v zemi vycházejícího slunce dlouhodobě usadil a důvěrně poznal tamější společnost.



Roman Watanabe

Předseda České hospodářské a průmyslové komory v Japonsku (CCCIJ), člen výboru European Business Council in Japan (EBC) pracoval od roku 1998 jako ředitel slovenské pobočky, později od roku 2011 japonské pobočky české společnosti Zoner

Vždycky jste si přál žít v Japonsku. Naplnila skutečnost vaše očekávání? Máte pravdu, už jako malý kluk jsem byl uchvácen Japonskem a od dvaceti

jsem snil o tom, že tam jednou budu žít. Zajímala mě japonská bojová umění, kultura i historie. Když mi bylo třicet, můj sen se mi splnil. Vycestoval jsem

na studijní pobyt na Mezinárodní školu bojových umění ve městě Kacuura poblíž Tokia v prefektuře Čiba. S jedním splněným snem se zrodily a postupně plnily sny další.

V čem vás tato země mile překvapila a na co jste si třeba hůře zvykal?

I když jsem si hodně nastudoval ještě před odjezdem, realita předčila má očekávání. Třeba perfektně fungující infrastruktura či ohleduplná společnost. Japonci prožívají své malé i velké starosti, smutky i radosti, ale nechávají si je pro sebe. Jsou empatičtí, příjemní a usměvaví. Časem začnete jejich mentalitu vnímat jako osvěžující faktor tamější společenské atmosféry. Na straně druhé jsem trochu „bojoval“ s jejich striktní dochvilností a preferencí i nevyřčených zájmů celku před jednotlivcem. Tomuto pro Japonce velmi významnému kulturnímu prvku říkám s trochou nadsázky „čtení vzduchu“.

Absolvoval jste Mezinárodní školu bojových umění a etabloval se jako manažer v Centru pro bojová umění a japonskou kulturu v Ósace. Hodily se vám někdy zkušenosti z této oblasti také ve vztazích s japonskými manažery?

Rozhodně. Během studia bojových umění, japonské kultury a historie začnete lépe vnímat charakterová specifika japonského národa a jejich odraz v současné společnosti. Tato nepsaná pravidla se týkají nejen privátních vztahů, ale i obchodních, firemních a všech dalších. Pokud je začnete sami dodržovat, získáte si respekt, uznání a určitou vstřícnost svých japonských protějšků.

Čemu jste se naučil v japonském byznysovém prostředí?

Dvacet let dobrých i špatných zkušeností mi nesmírně pomohlo rozvinout schopnost navázat kontakty s představiteli odlišné kultury a zdokonalit komunikační a vyjednávací dovednosti.

A čím jste inspiroval své japonské partnery vy?

Myslím, že možná kreativitou, možná také svou znalostí zdejší historie a staré kultury.

”

SOUČASNÉ JAPONSKO
CIZINCE VÍTÁ.

Japonsko je známo tím, že je k cizincům velmi odtažitě a nedůvěřivé, hovoří se dokonce o diskriminaci. Můžete to potvrdit z vlastní zkušenosti?

Osobně jsem se s žádnou diskriminací nesetkal, ale vím, že ještě například před dvaceti lety se podobné případy vyskytovaly. I Japonsko se však mění, i když velice pomalu. To současné naopak cizince vítá. Důvodem je zejména nepříznivá demografická situace. Podle prognóz by se v průběhu dalších třiceti let měl snížit počet obyvatel přibližně o dvacet procent a vzrůst počet pracovních pasivních obyvatel. Vláda proto připravuje programy na podporu zaměstnávání cizinců a jejich podílu na tvorbě HDP.

Co nabízí Česká hospodářská a průmyslová komora v Japonsku (CCCIJ) českým firmám

- Pomoc s etablováním na japonském trhu,
- asistenci při vyhledávání partnerů,
- odborné poradenství,
- kooperaci při vytváření obchodního plánu,
- asistenci při zakládání firmy,
- informační servis apod.

www.cccij.com



V letech 2006 až 2011 působil Roman Watanabe jako ředitel Centra bojových umění a japonské kultury šintoistického chrámu Sumijoši Taiša. Je držitelem 7. danu, mistrovského stupně v japonském bojovém umění jodo, a 5. danu v boji tasení meče laidó. Je instruktorem a držitelem titulu mistra Japonska z roku 2022 v bojovém umění jodo (viz snímek)

Jste zakládajícím členem a předsedou České hospodářské a průmyslové komory v Japonsku.

Co vás k tomu vedlo a jak se podařilo naplnit vaše představy o její roli ve vzájemných obchodních vztazích?

V letech 2011 až 2012 jsem se jako reprezentant české společnosti Zoner na japonském trhu dohodl s Velvyslanectvím České republiky v Tokiu na založení České hospodářské a průmyslové komory v Japonsku (CCCIJ). Impulzem k jejímu ustavení byl rostoucí zájem českých firem a podnikatelů o asistenci v době, kdy již sedmnáct podobných institucí ze zemí EU na ostrovech působilo. V neposlední řadě jsme zohlednili i skutečnost, že v té době sílila vlna zájmu japonských investorů, konkrétně šlo o asi 270 firem, o naše teritorium.

Od své registrace v roce 2014 na japonském Ministerstvu hospodářství, obchodu a průmyslu pomáhá CCCIJ rozvíjet v regionu příznivé obchodní klima zejména pro české podnikatelské subjekty a propaguje Českou republiku, výrobky a služby našich firem v odlišném kulturním prostředí, kam by bez institucionální podpory pronikaly jen obtížně.

Co se komoře za deset let fungování již podařilo?

Uspořádali jsme řadu akcí a obchodních seminářů, prezentovali Českou republiku na událostech hostujících organizací, pomohli jsme při zřízení honorárního konzulátu ČR na Okinawě, podpořili desítky českých podnikatelů a firem. S cílem posílit český vliv v exportní oblasti jsme se začlenili do projektu ekonomické diplomacie Ministerstva zahraničních věcí PROPEA, rozšiřujeme členskou základnu CCCIJ a posilujeme povědomí o jejich aktivitách v japonské byznysové komunitě.

A jaké jsou vaše nejbližší plány?

Kromě tradičního obchodního semináře v České republice o podnikání v Japonsku se zaměřením na české malé a střední firmy chceme pokračovat v poskytování informací stávajícím členům, organizování networkingových příležitostí pro ně a obchodní partnery v Japonsku a jako oficiální partner kanceláře generálního komisaře české expozice na EXPO 2025 v Ósace pomáháme v oblasti marketingu našemu organizačnímu týmu. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJÍ JANA JENŠÍKOVÁ A VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV R. WATANABEHO



Manabu Aizawa, prezident a generální ředitel společnosti AMCON Inc. (na snímku vlevo), Robbert van Leeuwen, CEO, jednatel AMCON Europe (vpravo), a Miloslav Hloušek, obchodní ředitel AMCON Europe, u vlnkového produktu společnosti

AMCON – PULZUJÍCÍ MONOZUKURI V SRDCI EVROPY

Víte, co je to monozukuri? Jedná se o japonský termín, který lze zjednodušeně do češtiny přeložit jako umění výroby. Vychází ze starobylé propracované filozofie a zahrnuje v sobě kvality, kterých si vážíme i my Češi – zlaté české (v tomto případě i japonské) ručičky a poctivou práci. AMCON Europe, dceřiná firma japonské společnosti AMCON Inc., je inspirujícím reprezentantem uplatňování zásad monozukuri v podmínkách evropského byznysu. Specializuje se na výrobu technologií pro čištění odpadních vod se zaměřením na ekologické a úsporné odvodňování kalů jak pro komunální, tak průmyslové čistírny odpadních vod.

Japonské inovace nejen pro Japonsce

Vedení společnosti má jasnou vizi: soustředí se na posílení konkurenceschopnosti a celkový růst prostřednictvím expanze v oblasti zahraničního obchodu. Cílem je exportovat a uplatňovat japonské inovace na celém globálním trhu.

AMCON Europe je jedním z viditelných projevů této strategie. Firma sídlí nedaleko Prahy a funguje zde od roku 2011. Do té doby se výrobky montované v Japonsku vyvážely a dodávaly evropským zákazníkům, ale nežádoucí kolísání směnného kurzu měn, dlouhé dodací lhůty po moři a vysoké náklady

na přepravu vedly k rozhodnutí zahájit lokální výrobu v Evropě, a to přímo v jejím srdci, v České republice.

Kal – to je 97 procent vody

Odpadní voda vzniká všude, kde člověk vodu při své činnosti používá. Díky pokroku jsme se jí už naučili velmi efektivně čistit, nicméně i po takovém procesu čištění zde stále zůstává odpad – kal.

„Pod pojmem ‚kal‘ si většinou představíte něco bahnitého, hustého, ale ono tomu tak vůbec není. Na první pohled vypadá jako hodně špinavá voda, s koncentrací nerozpuštěných látek někde mezi půl až třemi procenty. Jinými slovy,

takový kal stále obsahuje 99,5 až 97 procent cenné vody,“ popisuje obchodní ředitel Miloslav Hloušek. „Likvidace takto koncentrovaného kalu je velice nákladná. Když jej odvodníte, to znamená, že zvýšíte koncentraci nerozpuštěných látek například z jednoho na 25 procent, snížíte objem kalu o 96 procent! Redukce objemu kalu, to je náš trh, to je důvod, proč je naše práce relevantní.“

Zákazníky AMCON Europe jsou tedy subjekty, které problematiku kalového hospodářství řeší. Jde o všechny představitelné průmyslové obory a pochopitelně všechny komunální čistírny odpadních vod. Z průmyslové oblasti jmenujme kupříkladu recyklaci plastů, veškerý potravinářský průmysl, pivovary

Partnerství s KB se nám osvědčuje (nejen) při expanzi na nové trhy

Prakticky na začátku svého podnikání si AMCON Europe zvolil jako hlavního obchodního partnera pro oblast financování a rozvoj projektů Komerční banku. „Dodnes jsme se vzájemnou spoluprací maximálně spokojeni. Mezi hlavní důvody naší volby patřil nejen fakt, že KB byla a stále je jednou z největších a nejstabilnějších bank v České republice, ale také to, že nabízí individuální proklientský přístup a poskytuje širokou škálu finančních produktů a služeb, které nám pomáhají s naším byznysem v jakékoli situaci,“ vysvětluje obchodní ředitel Miloslav Hloušek. „Budoucí spolupráce nám může rovněž přinést nejen lepší podmínky pro investice, ale i další možnosti expanze naší firmy na nové trhy. Komerční banku můžeme jednoznačně doporučit všem firmám, které hledají spolehlivého partnera pro rozvoj svého podnikání z pohledu financování, investic či správy hotovosti.“

a lihovary. „Naším cílem je být spolehlivým dodavatelem technologie na odvodňování kalů, která vyniká nízkou spotřebou energie, jednoduchostí obsluhy a účinností. Děláme maximum pro to, aby naši zákazníci z celé Evropy věděli, že tahle česká firma s japonskými kořeny umí to nejlepší.“

Podobné hodnoty usnadňují porozumění

Nabídka společnosti AMCON stojí na třech navzájem se posilujících nohách: originální odvodňovací lisy Volute, profesionální analýza kalů a odpadních vod, spolehlivý servis. Nesprávné zpracování kalu má velmi negativní dopad na životní prostředí, navíc je finančně náročné a tvoří jednu z největších částí provozních nákladů ve většině čistíren odpadních vod. AMCON neustále vyvíjí vlastní inovativní technologie, jejichž páteří jsou odvodňovací lisy Volute

(jehož zrození v roce 1991 popisuje firma jako revoluci v oboru) a Volute DUO jako výsledek evoluce uvedený na trh v roce 2021.

Patent byl podán v roce 1991 a oficiálně udělen 27. dubna 1993. Technologie VOLUTE je uznávána pro svůj jedinečný mechanismus šnekového lisu, který účinně odvodňuje kal při nižší spotřebě energie ve srovnání s jinými metodami.

Volute znamená „spirála“, a interiér budovy ředitelství společnosti AMCON v Jokohamě je skutečně postaven ve spirálovitém tvaru. Nelze si nevšimnout paralely s architekturou českého domu vyprojektovaného na výstavu EXPO 2025 i s jeho klíčovou myšlenkou „Kreativní národ, světový přesah“. Ukazuje to na spřízněnost našeho uvažování?

A jakou má Miloslav Hloušek praktickou zkušenost s fungováním japonské firmy? „Japonská podnikatelská kultura klade důraz na kolektivismus a týmovou práci, což se projevuje v delším rozhodovacím procesu, kde je snaha o dosažení konsenzu. Tento přístup zajišťuje, že jsou rozhodnutí důkladně promyšlená a podporovaná celým týmem. Druhou stranou mince je pak relativní těžkopádnost a pomalost rozhodování. Dalším významným rysem je zaměření na dlouhodobé vztahy, což přináší vyšší loajalitu a stabilitu. V kontrastu s českou kulturou, která je často orientována na krátkodobé cíle, Japonci upřednostňují dlouhodobé výsledky. Japonská hierarchická struktura, založená na respektu k autoritám, je také odlišná od českého přístupu, který je méně striktní. V japonské firemní praxi můžeme nalézt víc mikromanagementu, u nás víc improvizace. Přesto obě kultury sdílejí podobné hodnoty, jako je důraz na kvalitu práce a profesionalitu. To usnadňuje vzájemné porozumění.“ ■

TEXT: MARTINA HOŠKOVÁ
FOTO: LUDĚK KRUŠINSKÝ

You can also read this article
in English on itradenews.cz



AMCON Europe s.r.o.

Společnost se sídlem v Chrástanech u Prahy byla založena v roce 2011 jako dceřiná firma japonské společnosti AMCON Inc. se čtyřicetiletou zkušeností v oboru. Firma vyvíjí, vyrábí a dodává na evropský trh svá originální řešení pro odvodňování kalů v komunálních i průmyslovém sektoru. Zaměstnává 35 pracovníků, v roce 2022 dosáhla obrátu 140 milionů korun, a jak název společnosti napovídá, reprezentuje AMCON Inc. ve všech zemích Evropy, ale také Blízkého východu a Afriky.

Jarmila Vítková,
bankovní poradce,
KB, regionální centrum Praha:

„AMCON Europe vnímám jako dynamickou a inovativní společnost, která přináší na český trh technologická řešení pro čistírny odpadních vod a přispívá k ochraně životního prostředí. Je součástí silné japonské skupiny AMCON Inc. a klientem KB je od založení, tedy od roku 2011. Díky jejímu zaměření a kapitálové vybavenosti se naše spolupráce realizuje zejména v zajištění služeb spojených s expanzí v oblasti zahraničního obchodu, běžných provozních potřeb a poradenské činnosti. Z pozice bankovního poradce vnímám AMCON Europe jako velmi zajímavého klienta z jiného kulturního prostředí, ale současně vyznávajícího stejné hodnoty, jako je transparentnost a dlouhodobost vzájemného partnerství.“

Vážím si naší dosavadní spolupráce a naší snahou nadále bude maximálně podporovat obchodní aktivity společnosti.“

Manabu Aizawa:

RÁD BYCH SVÝM PŘÍKLADEM VNESL DO JAPONSKÉ KULTURY VÍC KREATIVITY SPOLUPRÁCE S ČESKÝMI KOLEGY MĚ INSPIRUJE

Exkluzivně pro TRADE NEWS jsme hovořili s prezidentem a CEO japonské společnosti AMCON Inc., panem Manabu Aizawou.



Manabu Aizawa, prezident a generální manažer japonské společnosti AMCON Inc.

AMCON Inc. získala v Japonsku ceněný titul „malý gigant“, udělovaný časopisem Forbes Japan, a to nejen za svá špičková technologická řešení a servis, ale roli zde hrála i výměna na nejvyšší výkonné pozici ve firmě. V čem byla tato výměna na nejvyšším postu tak unikátní?

V Japonsku existuje mnoho malých a středně velkých firem, které mají

fantastické technologie, úspěšně prodávají své produkty, ale potýkají se s doslova existenciálním problémem – nemají následovníka. Japonský trh je zároveň velmi konzervativní a mnoho CEO a zakladatelů firem by rádo vidělo své děti, především syny, v roli svých následovníků ve firmě.

V případě AMCON Inc. jsem byl vloni překvapivě do jejího čela vybrán já ve svých

čtyřiceti letech z řad zaměstnanců firmy. To vytvořilo v konzervativní japonské společnosti precedens, že to je možné. Toto rozhodnutí je unikátní a já doufám, že ukáže cestu, jak lze tento problém nástupnictví v japonských firmách řešit. A ano, souhlasím s tím, že i tato skutečnost přispěla k tomu, že jsme obdrželi ocenění „malý gigant“.

Malý gigant Japonska

Při svém založení v roce 1974 měla japonská firma, o které je řeč, pouhých pět zaměstnanců. Dnes má AMCON Inc. 87 zaměstnanců, čtyřicet let zkušeností s vývojem a výrobou technologií na odvodňování kalů z čistíren odpadních vod. Výrobní kapacity nejen v Japonsku, ale i v Číně a České republice a další kancelář na Filipínách. Své produkty a servis poskytují klientům v 77 zemích celého světa. O jejím postavení v rodné zemi hovoří jasně titulní strana dubnového vydání časopisu Forbes Japan, na níž Manabu Aizawa, prezident a generální ředitel AMCON Inc., za firmu přebírá hlavní cenu v prestižní soutěži Forbesu „malý gigant Japonska“.

Robbert van Leeuwen, CEO, jednatel AMCON Europe s.r.o.:

Mnoho japonských společností, které přicházejí zakládat firmy do České republiky, ponechává v těchto firmách japonský management. Pouze nižší management bývá místní. Což znamená, že management je japonský, s japonskou kulturou a silnými vazbami na Japonsko, a pak nastupuje množství rozličných omezení v práci. AMCON udělal velmi dobré rozhodnutí, když zde plánoval otevřít svou dceřinou firmu: chceme tu mít místní management. Zakladatelé byli Japonci, ale postupně se stahovali do pozadí. Což znamená, že pokud japonská firma důvěřuje místnímu managementu, důvěřuje vlastně veškerým zaměstnancům, protože zde nejsou žádné kulturní rozdíly.

AMCON tedy udělal velice dobré zásadní rozhodnutí a já si myslím, že to je jeden z důvodů, proč je AMCON Europe tak odlišný od mnoha ostatních japonských dceřiných firem v České republice.

Inovace na prvním místě

Rozumím tomu, co říkáte o existenciálním problému japonských firem. Druhým důvodem, proč ke změně na vedoucím postu dochází, je to, že nové vedení přináší nové myšlenky, nové strategie. Co nového přinášíte do AMCONu vy?

Důvod, proč jsem byl vybrán jako nový CEO společnosti, chápu osobně tak, že tehdejší CEO chtěl právě změnu. Chtěl, abych do firmy tuto změnu, svěží vítr a novou kulturu přinesl. A já jsem byl odmalička velmi dobrý v tom, že jsem přicházel s novými nápady. Propojoval jsem různé myšlenky a vytvářel jsem něco nového. Říká se o mně, že jsem nejkreativnějším člověkem v Jokohamě, a věřím, že tomu tak je. Od svého nástupu do funkce jsem již přišel se dvěma až třemi stovkami nápadů, které bych rád ve firmě postupně zavedl. Zatím jsme začali uvádět do života menší

změny a něco z těch velkých, co je již nyní možné. V příštím roce či dvou bychom rádi v implementaci pokračovali.

V Japonsku máme takový mindset (nastavení mysli), že plníme příkazy a držíme se vzorů, příkladů z minulosti. Japonci tedy nejsou příliš dobří ve vytváření nových myšlenek, nejsou příliš kreativní. To je tedy něco, co bych rád vnesl do japonské kultury obecně, chtěl bych se pokusit lidem umožnit svobodně tvořit a myslet.

Když vás tak poslouchám, vytváří se mi v mysli obraz dvojího Japonska, toho konzervativnějšího a pak toho, řekněme, progresivnějšího. Jak spolu zástupci těchto dvou přístupů komunikují? Jak konkrétně vy komunikujete s konzervativnějším managementem?

Doufám, že správně rozumím otázce a že na ni správně odpovím. Jak už jsem uvedl, v Japonsku jsem mladý CEO. Například v rámci SGA (small giant award) se nás každý měsíc schází dvacet CEOs – a mezi nimi jsem nejmladší. Většina jsou padesátníci, šedesátníci a mají víc zkušeností než já. Jak se s nimi snažím komunikovat? Snažím se být co nejvíc vynalézavý a chytrý, a tak také reagovat v diskuzích. Snažím se ze sebe vydat to nejlepší a vždycky ještě něco navíc, než co se ode mě vyžaduje.

Jak se to projevovalo přímo ve firmě AMCON?

I v AMCONu jsem ve vyšším managementu nejmladší. A když jsem byl jmenován CEO, nikdo nebyl proti. Protože vidí můj potenciál v praxi, když řešíme nějaký problém. Vždycky přijdu s rozumnou a přínosnou odpovědí a projevují obrovskou snahu ho řešit. To i konzervativní management přesvědčí.

Proč právě Česko?

Další dvě otázky jsou svázány s Českou republikou a s AMCON Europe. Proč jste se rozhodli založit dceřinou firmu právě zde?

Do AMCONu jsem nastoupil zhruba před osmi lety, historie AMCON Europe je tedy delší než má vlastní u firmy. Důvody, proč si AMCON pro založení dceřiné společnosti v Evropě zvolil právě Českou republiku, znám tedy i já z druhé ruky. Ale slyšel jsem, že šlo o těchto pět:

1. Poloha ČR v srdci Evropy.
2. Relativně nízké náklady.
3. Vyspělý výrobní průmysl.
4. Dotace. V té době jsme v Japonsku dokázali získat vládní dotace na vybudování podniků/dceřiných firem v ČR.
5. Vztahy a kontakty.

Co podle vás mají naše kultury, naše národy společného a co rozdílného v byznysu a obecně v životě?

Děkuji za tu otázku. Posledních šest měsíců bylo pro mě velice zajímavých. Byl to čas k tomu, abych skutečně a hluboce pochopil rozdíly ve zvycích a kultuře Japonska a České republiky. Chápu, že mezi námi existují velice odlišné normy, zvyky, jiná kultura. A pochopil jsem a chtěl bych zde také říct, že jenom proto, že jsme japonská firma, nechceme Čechům a české dceřiné firmě vnucovat japonské zvyklosti, pravidla a směrnice.

Jak způsob práce, tak život je námi vnímán odlišně. Já osobně jsem extrémní workoholik, téměř každý den pracuji do desáté večer, pracuji o víkendech. To není něco, co by bylo obecně sdíleno, není to sdílená hodnota zde v České republice a není to věc, kterou bych chtěl Čechům a naší zdejší dceřiné firmě vnucovat. Naopak bych rád viděl stejně jako teď při této návštěvě v Praze, že naši zaměstnanci mají úsměv na tváři a vypadají šťastně, protože to činí šťastným i mě samotného. Uvědomuji si, že rovnováha mezi pracovním a osobním životem je pro vás důležitá, a je to něco, co budu podporovat.

Co jsem se taky za těch uplynulých šest měsíců, kdy se zabývám Českou republikou a naší zdejší dceřinou firmou, naučil, je, že vám nechci nic vnucovat a že je mou povinností udržovat s vámi dobrý vztah. To je má filozofie. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE MARTINA HOŠKOVÁ

FOTO: LUDĚK KRUŠINSKÝ

You can also read this article
in English on itradenews.cz



info + Japonsko

trendy a příležitosti

Global Innovation

Index: 13. místo

(12. místo mezi 50 ekonomikami skupiny s vysokými příjmy)

Fragile States

Index (2024): 30,2 bodu

Společnost 5.0

v japonském pojetí znamená, že vývoj již není orientován na technické aspekty a na dosahování neustálého růstu zisku, ale centrem pozornosti je člověk a kvalita života.

Informace

o nejvýznamnějších veletrzích a výstavních akcích jsou k dispozici na 10times.com/japan.

Ósaka. Světová výstava EXPO 2025 udělá v příštím roce z města světovou metropoli budoucnosti

Japonsko

„Naše životy jsou vzájemně propojeny, podporovány vesmírem, zemí a oceány. Lidé vytvořili různé kultury, kterými přizpůsobovali své životy podmínkám v různém prostředí. Byli jsme však také sobečtí nejen jeden vůči druhému, jedno společnosti ve vztahu k jinému, ale také k prostředí, v němž žijeme, čímž bylo napácháno mnoho škod.

Věříme, že uvědoměním si problémů a využitím pokročilých vědeckých objevů a technologií spolu s poznáním, že je lidstvo součástí celkových ekosystémů, můžeme nalézt řešení pro nejpalčivější problémy blízkých let a vytvořit udržitelnou budoucnost.“

Tak zní ideový záměr, na němž je postavena japonská účast na výstavě EXPO 2025 v Ósace. Na něj bezprostředně navazuje společný projekt Asociace pro EXPO 2025 a dvanácti sponzorských společností a organizací Future City, jehož cílem je představit budoucí města **Společnosti 5.0**, kde je ekonomický pokrok vyvážen s řešením různých sociálních problémů. Další „kapitolou“ je **životní prostředí a energetika**. Expozice nabízí vizi, jak zajistit prosperující a udržitelnou budoucnost. Jejím středem je Strom světa jako symbol, který spojuje přítomnost a budoucnost, kybernetické a fyzické, Zemi, lidi a technologie. Pokračováním je **oblast dopravy a mobility**, kde jsou představena komplexní řešení s intuitivními a uživatelsky příjemnými prvky, přičemž důraz je opět kladen na šetrnost vůči životnímu prostředí. S předcházejícími částmi souvisí i **řešení výrobních procesů a rozvoj měst**. Prezentace hledá odpovědi na otázky, jak čelit sociálním problémům prostřednictvím moudrosti, recyklace zdrojů, opatření proti katastrofám a jak dosáhnout symbiotického vztahu s přírodou. Závěrečná část se věnuje problematice **potravinářství a zemědělství**. Dokládá, jak potravinový hodnotový řetězec spojuje výrobce, prodejce a spotřebitele, a inspiruje, jak chránit a distribuovat zdroj života.

Koncept expozice je strukturován podle aktuálních problémů, které v Japonsku řeší vládní a vědecko-výzkumné instituce i korporátní partneři a které se projevují i v jednotlivých sektorech ekonomiky.



info + Japonsko

trendy a příležitosti

Zdraví

„Všichni obyvatelé Japonska jsou ze zákona povinni mít zdravotní pojištění. Lidé bez pojištění od zaměstnavatele se mohou účastnit národního programu zdravotního pojištění spravovaného místními vládami. Pacienti si mohou svobodně vybrat lékaře nebo zařízení podle vlastního výběru a nelze jim odepřít pokrytí. Nemocnice musí být ze zákona řízeny jako neziskové a musí být řízeny lékaři.“

Japonsko má nejvyšší průměrný věk dožití (81 let), což významně formuje systém zdravotní péče, ať už jde o síť zařízení nebo finanční nároky, a demografický vývoj tento trend jen posiluje. Populace starší 65 let tvoří čtvrtinu obyvatel, ale v roce 2050 to bude 40 %, což spolu s klesající porodností (1,26 dítěte na ženu v roce 2022) znamená i setrvalý úbytek populace, jehož následkem bude již v příštím roce v systému chybět odhadem 270 tisíc zdravotních sester.

V každé prefektuře jsou zřízeny ústřední správní úřady, které slouží jako prostředník mezi poskytovateli a pojišťovnami. Vyhodnocují a zpracovávají nároky od poskytovatelů, poté zasílají účty do pojistných programů. Systémy zdravotního pojištění se vzájemně křížově dotují, aby finančně stabilizovaly pojistné plány kvůli rozdílům v úrovni příjmů zapsaných mezi systémy.

Účast na veřejném zdravotním pojištění je pro občany a rezidenty povinná a pokrývá 90 % populace, ale za neúčast není stanoven žádný postih (10 % populace). Systém hradí 70 % nebo více nákladů na léky a léky na předpis, zbytek hradí pacient (platí horní limity). Měsíční pojistné se platí za domácnost a upravuje se na roční příjem. Doplňkové soukromé zdravotní pojištění je dostupné pouze pro pokrytí spoluúčasti nebo nehrzených nákladů a má pevnou platbu za den v nemocnici nebo za provedenou operaci, nikoli na skutečné výdaje. Důležitý je samostatný systém pojištění dlouhodobé péče, do něhož občané přispívají přibližně dvěma procenty svého příjmu od čtyřicátého roku života.

Japonský trh se zdravotnickými službami a produkty je třetí největší na světě po USA a Evropské unii.

Japonská ústava

výslovně deklaruje, že občané mají právo na zdraví a je odpovědností státu zajistit, aby toto právo mohlo být realizováno. Závazek vlády ke zdraví pro všechny vedl v roce 1961 ke všeobecnému pokrytí zdravotní péče.

Existují více než tři tisíce fondů

zdravotního pojištění, které jsou rozděleny do tří pojistných schémat: zdravotní pojištění založené na zaměstnavateli, národní zdravotní pojištění podle místa bydliště (NHI) a zdravotní pojištění pro osoby starší 75 let.

Každý systém přispívá do společného fondu, který se používá na podporu druhého.

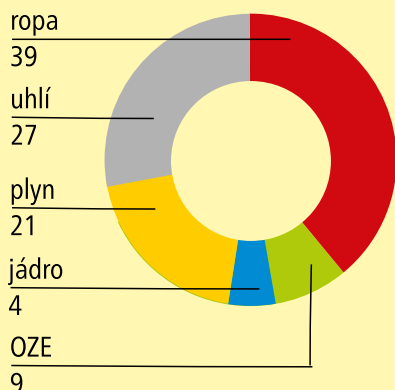
Na pandemii covidu-19 reagovala vláda v roce 2021 uvolněním dalších finančních prostředků pro zvýšení lůžkové kapacity v nemocnicích, především v aglomeraci Tokia a Ósaky. (Nemocnice Červeného kříže v Ósace)



info + Japonsko

trendy a příležitosti

Energetický mix v % v roce 2022



Japonsko je pátým největším producentem skleníkových plynů na světě. Proto plánuje omezit závislost na uhelných elektrárnách, což v kombinaci s důsledky havárie jaderné elektrárny ve Fukušimě znamená, že bude usilovat o co nejrychlejší rozvoj obnovitelných zdrojů.

(Více o energetice na str. 23)

Poptávka po rýži

se v Japonsku poprvé
za deset let zvýšila.

Na tento vývoj měla vliv
rostoucí domácí poptávka,
poškození úrody vlnou
veder a rekordní turistická
návštěvnost.

NIKKEI ASIA, TOKIO 6. ZÁŘÍ 2024

Zdroje:
Bank of Japan, Statistics Bureau Japan,
The Observatory of Economic Complexity,
Nikkei, METI, Japan Tobacco International,
Japan Health Policy NOW, The Guardian,
Swiss Re Institute, BBC, Keidanren, Wikipedia

OD TABÁKU K LÉČIVŮM

V roce 1898 vláda monopolizovala prodej tabákových výrobků a na počátku 20. století zavedla také solný monopol, což vedlo v roce 1949 k založení státní společnosti Japan Tobacco and Salt Corporation. Tím si stát zajišťoval stabilitu dodávek i daňové příjmy. Státní monopoly, včetně tabákového, byly zrušeny v roce 1984 a vznikla společnost Japan Tobacco, v níž vláda drží třetinový podíl. Na konci minulého století společnost expandovala do zahraničí akvizicí americké společnosti J. R. Reynolds, což vedlo k vytvoření Japan Tobacco International. Své postavení na světovém trhu posílila koupí společnosti Gallaher v roce 2007. V jejím portfoliu získala i „historický poklad“ Austria Tabak. Díky akvizicím je Japan Tobacco International (JTI) přítomná i na trhu v České republice, kde nyní drží čtvrtinový tržní podíl. Mateřská společnost Japan Tobacco se angažuje ve výrobě vysoce kvalitních zpracovaných potravin, což tvoří necelých šest procent jejího podnikání, a třemi procenty se angažuje ve farmaceutickém průmyslu. Od roku 1987 se snaží vyvíjet a vyrábět inovativní léky a poskytovat je pacientům na celém světě. V roce 1993 otevřela v Ósace výzkumné a vývojové pracoviště a o sedm let později rozšířila své působení do společnosti Akros Pharma v USA. Zaměřuje se na léčbu kardiovaskulárních a neurologických onemocnění, dále na poruchy imunity a nemoci pohybového aparátu. Důležité je, že stále hledá partnery pro spolupráci v zahraničí.

Zemědělství a potravinářství

Demografické problémy se prolínají celým japonským hospodářstvím, zemědělství nevyjímaje. Počet obyvatel, pro které je zemědělství formou obživy, za posledních dvacet let klesl na polovinu a jejich průměrný věk naopak vzrostl z 65 let v roce 2020 na současných 70 let. S touto realitou pracuje i novelizace zákona o potravinách, zemědělství a venkovských oblastech s cílem dosáhnout do roku 2050 uhlíkové neutrality. Řešením by mělo být cílené využívání informačních technologií a smart zemědělství. To bude vyžadovat značné investice, o jejichž rozložení bude vláda jednat se soukromým sektorem. Také by měl růst podíl ekologicky obdělávaných ploch, což je nejen v zájmu udržitelnosti hospodaření, ale i kvůli rozšíření nabídky biopotravin pro spotřebitele, jejichž zájem o tento segment roste.

Hlavní zemědělskou komoditou zůstává rýže, v jejíž produkci je země soběstačná. Od roku 2014 však její spotřeba vlivem poklesu populace setrvale klesala o sto tisíc tun ročně. V letošním roce však spotřeba skokově stoupla o 110 tisíc tun. Do nárůstu spotřeby se propal růst cen ostatních komodit, přičemž v porovnání s nimi cena rýže rostla méně významně.

Stavebnictví

Japonské stavební normy jsou koncipovány tak, aby realizované projekty vykazovaly mimořádnou odolnost vůči destrukci při přírodních katastrofách. Normy vycházejí z geografických podmínek a historické zkušenosti s katastrofálním zemětřesením v roce 1923, které prakticky smetlo z povrchu hlavní město Tokio. Katastrofa si vyžádala přes sto tisíc lidských životů a měla devastující dopad na ekonomiku země.

Získaná zkušenost byla implementována do stavebních předpisů, ale stále existuje velký počet budov postavených před rokem 1981, kdy proběhla poslední velká úprava stavebního zákona, jejichž odolnost je diskutabilní.

Výzkumný ústav Nomura odhaduje, že je nyní k dispozici 11 milionů prázdných nemovitostí, což se při kurzu japonské měny jeví jako vhodná investiční příležitost. Rizikem takové investice jsou náklady na rekonstrukci a také platné stavební předpisy, které zvláště v městské zástavbě vyžadují implementaci prvků odolnosti i do starších objektů.

Quality Hotel
Brno Exhibition Centre

17/10/2024

ČESKO-SLOVENSKÁ KONFERENCE PRO RODINNÉ FIRMY

PŘEDNOSTI A SLABINY RODINNÝCH FIREM
ANEB JAK ODOLAT NÁSTRAHÁM DNEŠNÍHO
SVĚTA POMOCÍ TRENDŮ



AKCE SE KONÁ ZA PODPORY RADY KVALITY ČESKÉ REPUBLIKY



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

Deloitte.



OBCHODOVÁNÍ V JAPONSKU JE I PRO ZKUŠENÉ VÝZVOU SEŽEŇTE SI DOPORUČENÍ

Země vycházejícího slunce symbolizuje vysokou kvalitu výrobků, spolehlivost a přesnost dopravy, dodržování norem a respekt k osvědčeným kontaktům. Cizince okouzlují také pohostinnost a vysoký standard společenských vztahů. Nepodceňujte však vyjednávací schopnosti Japonců. I když vystupují kultivovaně a přátelsky, skrývají se v nich nekompromisní obchodníci.

Osobnímu jednání se nevyhnete

Japonský protějšek se bude chtít s vámi téměř jistě osobně potkat a blíže vás poznat. Přípravu na toto setkání rozhodně nepodceňujte a nevyhýbejte se mu. Schůzky se sjednávají s předstihem, nejlépe dopisem na vedoucího představitele firmy. Dohodnuté termíny je lépe neměnit, vzbuzuje to pocit nerespektu. Agendu jednání zasíláme k odsouhlasení předem. Dochvilnost je v každé situaci klíčová.

Pozdrav je nahrazován úklonem a úsměvem. Japonci sebe i cizince oslovují vždycky jménem ve spojení s oslovením „pane“ (například pan Novák je „Novak-san“). Akademické tituly nepoužívají.

Jednání se neobejde bez množství kvalitních vizitek, tištěných oboustranně, anglicky a japonsky. Japonské firmy používají označení president a vicepresident pro nejvyšší funkcionáře, manažer pro střední management. Vizitka (meiši)

se předává oběma rukama s japonským potiskem vzhůru a s úklonou. Při předávání se i vy lehce ukloňte. Vizitku partnera přijměte vždy s úctou. Je běžné si navzájem vysvětlit význam jména a příjmení a jejich výslovnost. Japonci si střeží své soukromí, takže na jejich služebních vizitkách nikdy nenajdete soukromé údaje.

Jednejte klidně a s úsměvem. Japonci špatně zvládají afektované a příliš hlučné chování. Když na vás někdo promluví, je vhodné kontakt opřevzít, i když si nerozumíte.

Do běžné výbavy obchodníka patří tlumočnick

V obchodním styku je nejčastějším dozorovacím jazykem japonština nebo angličtina. Dobře anglicky mluví jen Japonci na vysokých pozicích. Přesto mnozí využívají služeb tlumočnicka. Totéž se doporučuje i zahraničním protějškům. Nabídková dokumentace

”

ÚSMĚV JE JEDNÍM
Z VÝRAZNÝCH RYSŮ
CHOVÁNÍ. DOPROVÁZÍ
BĚŽNÝ HOVOR, DISKUZI
I SPOR.

a propagační materiály jsou lépe přijímané v japonštině. Obchodní korespondenci věnujte velkou pozornost po formální, zejména jazykové stránce. Některé firmy využívají pro anglickou korespondenci rodilých mluvčích.

Obchodní jednání, zejména seznamovací část, je velmi formální a zdlouhavé. Pečlivě si připravte prezentaci firmy, jejich produktů a veškeré podkladové materiály. Samozřejmostí je předložení certifikátů, podrobných technických



Vztah sempai – kōhai

V Japonsku se dodržuje princip seniority. Šéf podniku a nadřízený požívá velké úcty a pozornosti svých spolupracovníků a podřízených. V týmech je běžný vztah sempai – kōhai. Sempai je starší muž, který vychovává a učí mladšího muže, označovaného jako kōhai. Pokud spolu pracují starší a mladší muž, Japonci předpokládají, že se jedná o vztah sempai (milujícího a vychovávajícího staršího muže) a kōhai (oddaného mladíka inspirovaného svým mentorem), a to i u cizinců.

hodin později je samozřejmostí. Stejně chování se očekává i od zaměstnanců, kteří z Japonska nepocházejí. Pracovní poměry jsou zpravidla dlouhodobé, mnohdy na celý život.

Obchod spočívá v rukou mužů, ženy se ve vyjednávacích týmech prakticky neobjevují a ve vedoucích funkcích jsou spíše výjimkou. Pokud by českou ženu vedly do Japonska obchodní zájmy, musí ji vždy doprovázet muž, který se však automaticky stane vedoucím týmu a partnerem Japonců pro jednání. ■

TEXT: SOŇA GULLOVÁ

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV AUTORKY



Ing. Soňa Gullová, Ph.D.,
Vysoká škola mezinárodních
a veřejných vztahů Praha

výkresů a podobně. Budte obezřetní a neztrácejte nervy. Japonská strana pro navázání prvních kontaktů preferuje doporučení od partnerů a známých, kteří ručí svým jménem a pověstí. Běžnou zvyklostí je vyžádat si od partnera bankovní reference.

Japonci obvykle jednájí ve větším týmu a chovají se velmi asertivně. Souvisí to se systémem řízení ve firmách, v nichž rozhodovací proces probíhá od návrhů středního managementu až ke konečnému rozhodnutí firemních špiček. Jsou také zvyklí rozhodovat ve skupinách a ne vždy je snadné zjistit, kdo v nich má hlavní slovo.

Export do Japonska je považován za obtížný vzhledem k zažitému systému ochrany vnitřního trhu. V platebním styku se využívají vysoce spolehlivé, neodvolatelné akreditivy, směnky nebo klasické faktury s odloženou splatností 90 až 120 dní. Je běžné, že japonský odběratel požádá dodavatele o poskytnutí odkladu plateb. Očekává se, že dodavatel požadavku vyhoví.

Flexibilita i u názvu produktu

Vývoz do Japonska bude zkouškou vaší flexibility. Počítejte s tím, že i značkový produkt musí nést označení, které si japonský spotřebitel snadno zapamatuje a vysloví. Například by neměl obsahovat písmeno l, shluk souhlásek apod.

K nadřízeným vždy respekt, k ženám často despekt

Japonci uvažují v dlouhodobé perspektivě a mají tah na branku. Jsou to čestní lidé, ale „v lásce a válce, včetně obchodní, je pro ně vše dovoleno“. Trvají nejen na kvalitě výrobku, ale i na japonských standardech označení, balení, paletizace, aby přeprava a skladování odpovídaly japonským zvyklostem. Produkt určený pro maloobchodní prodej musí být již výrobcem označen požadovanou etiketou v japonštině. Vývozce na tamní trh musí být připraven dostat požadavku vysokého objemu a včasnosti dodávek. Je nepříjemné, aby objednaný produkt v dodávce chyběl.

Právníckého servisu na jednáních využívají Japonci velmi výjimečně. Duch dohody a porozumění má pro ně větší váhu než její doslovné znění. Jakmile japonská firma podepíše kontrakt, má zájem jej rychle a přesně plnit. Totéž očekává od smluvního partnera. I ústně dojednané části dohody jsou pro obě strany závazné. Případné problémy se snaží řešit dohodou. Soudní řízení je pro ně až poslední sebezáchovný krok.

Japonci mají velké obavy z vlastních chyb a následných ztrát pro zaměstnavatele, které by přivodily nelibost nadřízených a ohrožení jejich pracovní pozice či dokonce ztrátu zaměstnání. Proto je vhodné jim během jednání vytvořit podmínky pro nerušené konzultace s jejich vedením.

Zaměstnanci jsou vůči svým firmám až fanaticky loajální. Přijít do práce o dvacet minut dříve a odejít o pár

VĚDĚLI JSTE, ŽE...

...vzhledem k odlišným normám nelze v Japonsku zakoupenou elektroniku používat v Evropě. Ve vybraných obchodech je však možné si pořídit výrobky označené „overseas“, tj. na vývoz, které jsou funkční i mimo Japonsko.

...v zemi nefungují ani mobilní telefony vyrobené pro Evropu. Na letišti si ale můžete místní mobilní aparát zapůjčit.

...v celém Japonsku je k dispozici napětí pouze 100 voltů.

...Japonci projevují spokojenost s jídlem hlasitým srkáním a mlaskáním. Na druhé straně považují za velmi nezdvořilé smrkat na veřejnosti (při rýmě nosí roušky). Pokud budete v jejich společnosti trpět rýmou, odskočte si s kapesníkem na toaletu.

...spropitné je odmítáno jako hrubé, urážlivé gesto.

...v zemi platí pouze mezinárodní nebo japonský řídičský průkaz. Na silnicích se jezdí vlevo, umístění světelných signálů bývá až za křižovatkou. Chodci i cyklisté mají vždycky přednost, kola jezdí i po chodnících. Nejlepší a nejjednodušší je vlaková doprava.

...v tamějším císařství se dodnes často používá místo podpisu osobní razítko, uschované v malém pouzdře. Je do něj vyřezáno jméno majitele, který pomocí rumělky otiskem stvrzuje veškeré důležité dokumenty.

...ve veřejném prostoru nevidíte běžný odpadkový koš. Pokud Japonec potřebuje něco vyhodit (například papír od bonbonu, papírový kapesník apod.), musí si to odnést domů a vyhodit až tam, nebo může využít speciální místa s koši na třídění odpadu.

...Japonce u nás zaskočí, že Evropané jsou zejména v létě cítit potem. Asiaté obecně tento problém nemají, prý proto, že jedí více zeleniny a minimum mléčných výrobků.

...většina bankomatů v Japonsku nevydává peníze na obvyklé kreditní karty a platby jejich prostřednictvím jsou problematické. Banky mají v sobotu a v neděli zavřeno a bankomaty (kromě Citibank přístupných 24 hodin denně) fungují pouze do 19 hodin.

ESG JE VÍC NEŽ TREND

CO ZNAMENÁ PRO FIRMY V PRAXI A JAK SI S NÍM PORADIT?

Zkratka ESG se v posledních letech v byznysovém prostředí objevuje stále častěji. Není se čemu divit – doposud široké pojetí „udržitelnosti“ získává příchodem směrnice CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) o nefinančním reportování detailní a komplexní rámec měřitelných kritérií.



ODPOVÍDÁ VERONIKA HAJNÁ,
SENIOR KONZULTANT ENVIROS, S.R.O.

Požadavky na tzv. nefinanční reporting podle ESRS standardů (European Sustainability Reporting Standards) cílí na detailní sledování a vykazování informací o environmentálních a sociálních dopadech činnosti firmy. To často vyžaduje zásadní změny v interních procesech, investice do nových technologií a především nové myšlení, které integruje udržitelnost do srdce firemní strategie. Je třeba rovněž počítat s určitými úskalími – od počátečních nákladů spojených s implementací nových systémů a procesů přes nutnost průběžného vzdělávání zaměstnanců až po výzvy spojené s rychle se vyvíjejícím regulačním prostředím.

Důkladná analýza je nezbytná

Základem je provést důkladnou analýzu dvojité materiality, tedy identifikovat klíčové oblasti, kde má společnost největší dopady, rizika a příležitosti,

a definovat cíle, kterých chce dosáhnout. To zahrnuje nejen environmentální aspekty, jako je snižování uhlíkové stopy, ale také sociální dimenzi – například diverzitu a inkluzi na pracovišti či etické aspekty řízení. Analýza materiality pomáhá firmám porozumět kontextu dopadů ekonomických aspektů podnikání na životní prostředí, lidi, společnost, naši planetu. Na jejím základě lze pak tvořit ESG strategii s konkrétními opatřeními a závazky.

V hledáčku i dodavatelé a odběratelé

Sběr dat do nefinančního reportu se ovšem netýká pouze vlastní činnosti firmy, ale také činnosti jejích klíčových dodavatelů a odběratelů. Společnosti podléhající požadavkům nefinančního reportingu by měly od svých významných obchodních partnerů vyžadovat komplexní informace, od uhlíkové stopy konkrétního výrobku přes existenci a do držování etického kodexu, vlastnictví nejruznějších certifikací až například po politiku v oblasti vlastních zaměstnanců.

A zde mohou narazit – dodavatelé často potřebná data sami nemají, neumějí je dodat nebo nejsou z kapacitních důvodů ochotni téma v potřebném detailu řešit. Firmu vydávající svůj report by navíc neměl uspokojit dotazník k daným tématům vyplněný dodavatelem či odběratelem. V rámci tzv. náležité péče (due diligence) by měla jít při kontrole dat a dokumentů více do hloubky, případně si skutečnosti ověřovat na místě formou cílených dodavatelských auditů.

Digitální pomocníci

Vzhledem k trendu rostoucího objemu dat, který s sebou ESG přineslo, se logicky objevuje otázka, jak sběr dat co nejvíce automatizovat. Do budoucna lze tak očekávat masivní rozvoj datových systémů a digitálních platforem, které umožní podrobně sledovat a interpretovat data v čase. Klíčová je přitom kvalita dat, aby byl reporting důvěryhodný a transparentní pro všechny adresáty: investory, banky, širokou veřejnost, ale i auditory, kteří budou reporty v prvních letech ověřovat v úrovni tzv. omezené jistoty.

ESG je o budoucnosti

Jakkoli proces zavádění ESG může být náročný, firmy, které udržitelnost přijmou jako klíčovou součást své identity, získají náskok v podobě lepší reputace, posílení vztahů s investory a zákazníky i efektivnějšího řízení rizik. ESG ale není jen o tom, co firma dělá dnes, ale především o tom, jakým směrem se chce ubírat v budoucnu.

Odborné poradenství ze strany externího subjektu může společností pomoci nejen s výběrem správných ukazatelů a metrik, ale také s integrací ESG do firemních procesů. Enviros je svým klientům v celém procesu partnerem s cílem najít v ESG nejen povinnost, ale především příležitost k růstu a udržitelnému rozvoji. ■

ZDROJ: KB

FOTO: ARCHIV KB A SHUTTERSTOCK

NA JAPONCÍCH SI VÁŽÍME JEJICH PRECIZNOSTI, DISCIPLÍNY A ÚCTY K DRUHÝM, ŘÍKAJÍ ČLENOVÉ JANOSKA ENSEMBLE

Nasazení, drive, jedinečný styl a zvuk, improvizace bez hranic, ale i instrumentální virtuosita a preciznost. Mimořádné hudební těleso, které představuje zcela osobitý styl v interpretaci klasické hudby, sedm generací trvající hudební rodinná tradice a na sto dvacet koncertů ročně po celém světě. Tři bratři, Ondrej, Roman, František, a jejich švagr Julius Darvas. Janoska Ensemble. Hovořili jsme s nimi exkluzivně pro japonské TRADE NEWS.

Co je to vlastně váš Janoska styl?

Naším cílem bylo vytvořit v klasické hudbě něco nové – náš vlastní hudební styl. Něco nám v ní totiž chybělo, a proto jsme se rozhodli do ní přinést novou dimenzi, a přenést ji tak do 21. století. Před založením našeho tělesa jsme účinkovali jako sólisti a členové renomovaných orchestrů, jako například ve Vídeňské filharmonii, což nám umožnilo procestovat svět a získat cenné zkušenosti. Dnes se můžeme plně věnovat Janoska Ensemble, odehráme až sto dvacet koncertů ročně na pěti kontinentech a tento projekt nás naplňuje jako nic jiného.

Největší vizitkou je vždycky reakce publika. Jak váš osobitý styl přijímá v různých zemích?

Zkušenosti nás naučily, že každé publikum je jedinečné. Často už po první skladbě nám diváci, nehledě na to, kde právě hrajeme, dávají standing ovation. Tato reakce je pro nás uznáním a motivací. Díky improvizaci je každý koncert jedinečný. Tento jev je viditelný i v Japonsku, kde během turné s patnácti až dvaceti koncerty někteří fanoušci přichází na více našich koncertů. Chtějí zachytit různé momenty, protože každý koncert přináší něco nového. I v jiných zemích máme takové fanoušky. Na koncertech se snažíme vytvořit zážitek

a navázat hluboký vztah s publikem. Vzájemná energie mezi námi a diváky, kterou cítíte v celém sále, je jedním z důvodů, proč tu práci milujeme.

Japonsko je pravidelnou zastávkou našich turné

Zůstaňme v Japonsku. Čím ještě bylo pro vás zajímavé?

Japonsko je fascinující zemí nejen z hlediska přístupu k hudbě. Co nás nejvíc překvapilo, byla úroveň znalostí a úcta, kterou Japonci projevují klasické hudbě. Jejich schopnost vnímat i ty nejjemnější hudební detaily a preciznost, s jakou organizují koncerty, je ohromující. Velmi nás těší, jak srdečně a vřele nás publikum přijalo, a to i náš Janoska style. Do Japonska jezdíme řadu let, máme tam už mnoho přátel i svá oblíbená místa a restaurace.

Jedním z velkých zážitků byla návštěva tradičního japonského divadla nó, které nás velmi inspirovalo. Toto divadlo je známé hlubokou symbolikou, náročnými maskami a pomalým, expresivním pohybem, který vytváří jedinečnou atmosféru. Účast na představení nás ohromila hloubkou a krásou a taky nás naučila, jak důležité pro Japonce je ctít svoje kulturní dědictví. Tato zkušenost nás inspirovala

k větší preciznosti v našich vystoupeních a ukázala nám nové způsoby, jak může být umění prezentováno a vnímáno.

Prý v Japonsku nebylo výjimkou, že jste po vystoupení měli hodinové autogramiády?

To můžeme potvrdit. Japonsko má opravdu výjimečné publikum pro klasickou hudbu. Po koncertech jsme často zažívali extrémně dlouhé autogramiády, které někdy trvaly i tři až čtyři hodiny. My máme velkou radost, že fanoušci přicházejí s takovou vášní a obdivem. Podepisovali jsme se nejen

Janoska Ensemble pořádá v Asii každoročně workshopy „Janoska style“ pro více než 500 muzikantů. Na obrázku s japonskými fanoušky





Janoska Ensemble (zprava): Ondrej Janoska – housle, Julius Darvas – kontrabas, Roman Janoska – housle a František Janoska – klavír. Od svého založení v roce 2013 za sebou mají účast na mnoha významných hudebních festivalech, úspěšná turné po světě a pravidelná vystoupení v nejrenomovanějších koncertních sálech – Carnegie Hall, Opera v Sydney, Berlínské filharmonii nebo Wiener Konzerthausu. Spolupracují s osobnostmi jako Hans Zimmer, Thomas Hampson, Julian Rachlin a dalšími. Jejich nové album s názvem *The four seasons* Antonia Vivaldi vyjde letos v říjnu

na naše alba, ale i na mobilní telefony, různé osobní předměty, houslová pouzdra, a dokonce i na samotné hudební nástroje.

Vystupovali jste ve stovkách hal a sálů. Když srovnáte technické zázemí, servis, akustiku, máme v Evropě co dohánět?

V některých aspektech by Evropa mohla čerpat inspiraci především z Japonska, kde jsme měli pocit, že všechno funguje dokonale. Asijské koncertní sály jsou z hlediska akustiky, technického vybavení a organizace často na špičkové úrovni. Všechno je promyšlené tak, aby

to maximálně vyhovovalo potřebám umělců i pohodlí publika. Technické zázemí s nejnovějšími zvukovými a světelnými technologiemi umožňuje realizovat nejkompexnější hudební produkce. Servis pro umělce i publikum je na vysoké úrovni, což zahrnuje vynikající dostupnost zákulisí, zázemí pro odpočinek a výbornou gastronomickou nabídku.

Všechno šlape jako hodinky

Když váš management v Japonsku domlouvá koncertní turné, všechno musí logisticky vycházet. Co je pro vás nejdůležitější?

Organizace turné v Japonsku vyžaduje důkladnou přípravu, obvykle se plánuje několik let dopředu. Je to nezbytné kvůli koordinaci mezi různými místy a časovými pásmy. Jelikož nevozíme klavír, klíčovým aspektem je zabezpečení kvalitního nástroje na místě. Pro našeho klavíristu Františka je nutný klavír značky Bösendorfer, protože je tváří této značky, která odpovídá našim vysokým standardům kvality zvuku. V Japonsku se důkladně plánuje všechno, od technických požadavků až po naše osobní preference, jako jsou potřeby v oblasti osvětlení, zvuku i požadavky na stravování. Péče

o detail zajišťuje, že všechno plynule funguje a my se můžeme soustředit na to, co máme nejráději – na hudbu.

Kdybyste si měli vybrat jednu vlastnost, kterou byste od Japonců chtěli převzít, co by to bylo?

Uvedli bychom hned dvě: disciplinovanost a preciznost. Tyto vlastnosti jsou projevem hlubokého respektu, který mají Japonci ke své práci a závazkům. Jejich schopnost věnovat maximální pozornost detailům a dodržovat časové plány je obdivuhodná a velmi užitečná i v hudební profesi. Tato disciplinovanost je viditelná ve všem, co dělají. Co je však ještě neméně inspirující, je jejich oddanost k tradicím a schopnost vytvářet harmonický a soudržný týmový přístup. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE ŠTĚPÁNKA KOTRBOVÁ
FOTO: ARCHIV JANOSKA ENSEMBLE



WWW.JANOSKAENSEMBLE.COM



Škálovatelná výrobní linka Nanospider™ NS 8S1600U. Nejuniverzálnější zařízení pro velkoobjemovou výrobu nanovláken

Miloslav Masopust:

JAPONCI SLYŠÍ NA NAŠE KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ

„Cesta našich zařízení a průmyslových linek na elektrostatické zvlákňování na světové trhy se datuje rokem 2004, kdy ELMARCO uzavřelo licenční smlouvu s vědci z Technické univerzity v Liberci na unikátní technologii Nanospider™. Uběhly sotva dva roky, když k zákazníkovi putovala první průmyslová výrobní linka. Bez vlastního vývojového zázemí bychom však těžko mohli odpovědět na vlnu zájmu v ČR i ve světě, kterou revoluční koncept vyvolal. Již v roce 2008 jsme proto otevřeli vývojové centrum, které tvoří mozkový trust naší společnosti,“ připomíná revoluci v oblasti nanotechnologií jednatel společnosti ELMARCO Miloslav Masopust.



Miloslav Masopust, od roku 2013 jednatel a generální ředitel společnosti ELMARCO

Na japonský trh vstoupilo ELMARCO jako první česká přímá zahraniční investice v oblasti high-tech. V roce 2008 tam síť distributorů posílilo o svou první zahraniční pobočku.

„U tak složitých projektů, jako je průmyslová aplikace technologie Nanospider™, je osobní kontakt s obchodními partnery jen obtížně nahraditelný. Jejich komplikovanosti odpovídá i doba uzavírání kontraktů. V průměru se pohybuje mezi rokem až dvěma, ale může trvat i déle,“ vnáší do rozhovoru čerstvou osobní zkušenost z Japonska obchodní manažer Jan Brabenec, který se odtud nedávno vrátil se dvěma uzavřenými smlouvami.

Japonsko dodnes patří vedle USA, Německa, Francie, Velké Británie, Itálie, severní Evropy a Číny mezi hlavní

exportní teritoria společnosti. Vyváží tam laboratorní zařízení a průmyslové linky na zpracování nanovláknových materiálů. „V destinaci máme čtyři velké průmyslové instalace a bezmála deset laboratorních zařízení na akademické půdě a v některých firmách. Univerzity figurují buď pouze jako náš zákazník, nebo s nimi dál spolupracujeme na výzkumu,“ upřesňuje generální ředitel Miloslav Masopust.

Napřesrok se společnost představí na EXPO 2025 v Ósace. „Zaujal mě inovativní přístup tvůrců expozice, kterou pořadatelé koncipují jako návštěvnickou cestu. ELMARCO se programu zúčastní formou mezinárodního semináře, workshopů a virtuálních prezentací,“ chválí netradiční pojetí přehlídky.

Liberecká firma nabízí komplexní výrobní technologii, zahrnující širokou škálu periférií. „Naši klientelu tvoří subjekty s různou úrovní erudice – od ‚nepopsaného listu‘ přes informovaného zájemce až po zkušené vlastníky těchto zařízení. Naši pracovníci jim proto poskytují jak operativní a efektivní podporu při vývoji a aplikaci produktů, tak součinnost při koncepčním vývoji.“

Japonsko vybočuje ze standardu

Mezi nosné tržní segmenty ELMARCA se řadí vzduchová filtrace, s níž má společnost největší zkušenosti, kapalinová filtrace, oblast membrán pro funkční oblečení, lékařské materiály a farmacie. „Z tohoto standardu vybočuje právě Japonsko, kde máme největšího zákazníka na kapalinovou filtraci a nedávno jsme doinstalovali linku pro kosmetiku. V poslední době zaznamenáváme rostoucí poptávku z oblasti energetiky, konkrétně jde o vývoj separátorů baterií například v mobilních telefonech nebo membrán palivových článků pro segment elektromobility,“ upřesňuje obchodní manažer.

Své know-how si chráníme

„Šikovný technik dokáže zkopírovat naše zařízení poměrně snadno, přesto se konkurence neobávám. Hardware představuje na našem řešení zhruba jen dvacet procent. Většinu tvoří naše know-how v podobě vlastních, neustále vyvíjených aplikací. Plagiátor by

proto musel překonat robustní patentovou bariéru v podobě více než stovky světových patentů, vložit značné investice a dohnat náš dvacetiletý náskok ve vývoji. Přesto se o to sem tam někdo pokusí.

Zatím poslední, zato nanejvýš povzbudivou zkušenost jsme získali ve sporu s čínskou společností Foshan Lepton Precision Measurement and Control Technology Co., Ltd., která porušila naši patentovou ochranu na zařízení a produkty registrované v Číně pod názvem Metoda pro spinning. Ve vlékém a náročném procesu před čínským soudem byla námi žalovaná strana odsouzena k okamžitému zastavení výroby a prodeje zařízení porušujících náš patent a náhradě ekonomických ztrát ve výši pěti milionů čínských jüanů. I když se žalovaný subjekt odvolal, je pro nás rozsudek zadostiučiněním, posílením respektu v mezinárodní nanotechnologické komunitě a pro potenciální adepty ve sféře průmyslové špionáže poučením o významu ochrany duševního vlastnictví.“

Vyzobáváme si ty nejlepší na školách

„Co se týče nábory zaměstnanců, pro zavedenou firmu s klasickým produktovým sortimentem bych jako HR manažer s mnohaletou praxí s radostí sáhl i po padesáticích. Najdou se mezi nimi jedinci zkušení, motivovaní a ještě ochotní se učit nové věci,“ přiznává Miloslav Masopust.

V ELMARCU jako v inovativní firmě však s ohledem na její specifika zvolili jiný postup – vlastní přípravu potenciálních pracovníků. Již od svého vzniku spolupracují s Technickou univerzitou

ELMARCO s.r.o.

Liberecká společnost vznikla v roce 2000 a od roku 2004 působí jako přední dodavatel zařízení pro výrobu nanovláknových materiálů v průmyslovém měřítku i v laboratorních podmínkách. Ve svém oboru patří mezi světové lídry. Společnost nabízí výrobní linky Nanospider™ jako komplexní výrobní technologii, která zahrnuje širokou škálu periférií. Do zahraničí směřuje asi 90% její produkce a je přítomna ve sto padesáti zemích všech kontinentů. Zaměstnává kolem devadesáti pracovníků, z toho cca čtyřicet ve výzkumu a vývoji a třicet ve výrobě. Roční obrat se pohybuje mezi 300 až 500 miliony korun.

v Liberci, odkud k nim studenti od třetího ročníku přicházejí na základě výběrového řízení na praxe a výzkumníci jim vedou diplomové práce.

„Poptávka po našich zařízeních v posledních letech roste a současně vyvíjíme další generaci. Aktuálně potřebujeme posílit výzkumný tým především o absolventy chemických oborů, které si sami zaškolíme v oblasti nanotechnologií. Pro studenty Střední umělecko-průmyslové školy sklářské v Železném Brodě pořádáme stáže a odborné praxe, aby získali konkrétní představu o fungování firmy.“ ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI ELMARCO

Bezjehlová technologie Nanospider™ umožňuje vyrábět nanovláknový materiál s rovnoměrností a propustností vhodnou pro průmyslovou výrobu



Pavel Wiesner:

POJIŠŤOVNA JE STABILIZAČNÍM PRVKEM EKONOMIKY STÁTU I VAŠEHO PODNIKÁNÍ

„Letošní rok je důkazem, že klimatické změny jsou tady. Historicky jsme nikdy neměli tolik pojistných událostí jako letos, na začátku září už v ČPP registrujeme šest tisíc nahlášených škod způsobených vichřicemi, přívalovými dešti, kroupami, přičemž někteří naši klienti byli například zaplaveni hned několikrát. Celkové škody výrazně překročí 300 milionů korun, což je oproti loňskému roku dvojnásobný nárůst,“ konstatuje na úvod našeho rozhovoru, který se konal druhý zářijový den, Pavel Wiesner, generální ředitel ČPP. Údaje České asociace pojišťoven (ČAP) tuto smutnou skutečnost potvrzují: jen v průběhu léta došlo v Česku k téměř 32 tisícům pojistných událostí způsobených počasím za 1,8 miliardy korun.



Pavel Wiesner, generální ředitel ČPP, v níž působí od roku 2001. Jeho profesní kariéra je spojená s oblastí pojištění podnikatelů

Jak bude pro vaši pojišťovnu náročné pokrýt tak rozsáhlé škody?

Naše společnost je na takto velké škody připravena. Jednak díky kapitálovému vybavení a zejména pak díky kvalitnímu zajistnému krytí. Pojišťovny jsou na katastrofické škody pojištěny u zajišťoven, které na situaci reagovaly už před několika lety, takže cena našeho zajištění vzrostla. Jsme tedy zajištění dostatečně na to, abychom svým klientům vyplátili všechno, na co mají nárok, co možná nejrychleji.

Méně známou skutečností však je, že toto zdražení zajištění jsme zatím dostatečně a v plném rozsahu nepřenесли na klienty a dřív nebo později to budeme muset udělat, především z důvodů rapidního nárůstu mnohačetných katastrofických škod. Z pohledu pojišťovny není totiž ani tak problematický celkový rozsah škod, ale jejich vzrůstající počet. Odborně to nazýváme vzrůstající škodní frekvence. Na tu právě již zajišťovny reagovaly a budeme muset i my, abychom mohli klientům i nadále garantovat splnění našich závazků směrem k nim, tedy především rychlou a spravedlivou likvidaci škod.

Česká podnikatelská pojišťovna (ČPP)

V roce 2023 dosáhl celkový předpis pojistného ČPP podle národních účetních standardů rekordních 14,6 miliardy korun. Jde o historicky nejvyšší hodnotu objemu předepsaného pojistného za více než čtvrtstoletí působení ČPP na pojistném trhu. Pojišťovna dokázala růst o 9,4 %, zatímco průměrný růst trhu se pohyboval okolo 7 %. Celkový 8,3% tržní podíl řadí ČPP mezi top pět pojišťoven v ČR. Aktuálně spravuje 2,5 milionu smluv a její služby využívá více než 1,3 milionu klientů. Je jednou ze dvou pojišťoven, která má silné pobočky v regionech – 6 regionálních ředitelství, 100 poboček a 220 kanceláří na celém území Česka. Je součástí pojišťovací skupiny Vienna Insurance Group.

Kompletní nabídka produktů:

www.cpp.cz

Klientská linka: +420 957 444 555

Nabízí se další otázka: byli všichni vaši klienti dostatečně pojištěni? Nebo se u některých znovu ukázalo, že jsou podpojištěni?

Myslím, že tady se na poli osvěty udělal za ten rok, co jsme spolu naposledy mluvili, ohromný kus práce, ať už ze strany ČAP, ČNB, samotných pojišťoven, ale i vás, médií. Situace však stále není dobrá. Jen jeden příklad za všechny: 40 procent nemovitostí v Česku není

stále pojištěno vůbec. A i ty zbývající nemusí být pojištěny na správnou částku.

Jaká je ta správná částka?

Jednoduše řečeno taková, za kterou si v případě, že vám nemovitost zničí třeba požár nebo jiná katastrofa, postavíte novou. Přičemž aktuální cenu nemovitosti lehce zjistíte prostřednictvím kalkulačky na webových stránkách ČAP, u svého pojišťovacího makléře nebo pojišťovacího poradce. Obecně platí, že pokud se na pojistnou smlouvu nesáhne pět deset let, většinou je podpojištěná. Nedobrou situaci samozřejmě umocnila vysoká inflace minulých let.

Proč je to stále takový problém?

Pojišťovna může zvýšení pojistné částky pouze doporučit, ale klient ji musí schválit. A ten dál podléhá některým klišé. Například, že zvýšení této částky znamená nutně zdražení pojistky. To je pravda, ale dá se pracovat i s druhou stranou mince, a tou je spoluúčast. Ne vždy se vyplatí, aby byla co nejnižší. U velkých podnikatelů sjednáváme spoluúčast i v řádu milionu korun, pokud usoudí, že takovou škodu dokážou pokrýt sami. Ale i menší podnikatel může leccos zvládnout sám. Pojišťovnu potřebuje naopak v případě, že už danou škodu sám vyřešit nedokáže.

Právě v podnikatelském segmentu roste ČPP rychleji než pojistný trh, a to o 20 procent, k tomu jste

Během téměř osmi měsíců letošního roku dosáhl objem škod NAT CAT (povodně, vichřice, krupobití, srážky) 3,4 miliardy korun a pojišťovny registrovaly přes 74 tisíc pojistných událostí. Srovnání s prvním pololetím roku 2023 ukazuje na dvojnásobný nárůst počtu i objemu těchto škod.

Zdroj: ČAP

letos získali zlato za podnikatelské pojištění v soutěži Zlatá koruna. V čem spočívá tajemství vašeho úspěchu?

Když to shrnu – při koncipování všech našich produktů klademe obrovský důraz na klientskou zkušenost a na jejím základě své produkty neustále vylepšujeme. Zakládáme si na kvalitní komunikaci a asistenci. A pak dbáme na jednoduchost a rychlost sjednání smlouvy a pokrytí všech rizik.

V tomto duchu jste před pár měsíci přišli s inovovaným produktem pro malé a střední podnikatele, který jste nazvali Simplex. Co je jeho podstatou?

Vycházeli jsme z toho, že podnikatelé nechtějí ztrácet čas složitou agendou a potřebují produkt, který sjednají co nejlépe jednoduše a rychle, a přitom už v základu pokrývá všechna možná rizika spojená s výrobní a obchodní činností včetně veškerých živelních pohrom, o kterých jsme v úvodu mluvili. Říkáme tomu allriskový produkt. Prostě v případě, že se dostanete do svízelné situace, pojišťovna vám pomůže, aniž byste přezkoumávala pojistné podmínky, jestli jste na tu či onu situaci vlastně pojištěni. Rozsah Simplexu je skutečně velmi široký a řeší mimo jiné také asistenční služby pro podnikatele.

Simplex už je na trhu pár měsíců. Jak se podnikatelům líbí?

Na rostoucím počtu smluv je znát, že jsme se trefili do černého. Jako u jiných

produktů nás zajímá zpětná vazba od podnikatelů a snažíme se zapracovat aktuální podněty. V současné době například navyšujeme pojistné částky na pojištění odpovědnosti. S tím, jak roste inflace, doporučuji mít limit na toto zásadní riziko nastaven minimálně na 20 milionů.

Opětovné obhájení zlaté medaile v kategorii Autopojištění v prestižní anketě makléřů Pojišťovna roku ukazuje, že jste i v tomto segmentu dlouhodobě jedním z lídrů. Čím si myslíte, že to je? A jak jste připraveni na říjnovou digitální revoluci v agendě povinného ručení?

Ano, v tomto segmentu jsme dlouhodobě úspěšní, jsme třetím největším poskytovatelem povinného ručení a daří se nám jak v oblasti retailových smluv, tak i v tzv. flotilovém pojištění pro podnikatele. Samozřejmostí je prodej autopojištění jako komplexního produktu, proto směřem ke klientům představujeme komplexní nabídku, tedy nejen zmíněné pojištění odpovědnosti (POV). Tento produkt doprovázíme i řadou přípojištění a havarijními riziky. Nelze nezmínit i velmi kvalitní asistenční služby,

Vienna Insurance Group (VIG)

VIG je přední pojišťovací skupina v Rakousku i v celém regionu střední a východní Evropy (CEE). Kolem 50 pojišťoven ve 30 zemích tvoří skupinu s dlouhou tradicí, silnými značkami a velkou blízkostí k zákazníkům. Akcie VIG jsou od roku 1994 kotovány na vídeňské burze. Mezinárodně uznávaná ratingová agentura Standard & Poor's udělila skupině rating A+ se stabilním výhledem.

jež poskytujeme ve spolupráci s Global Assistance, pravděpodobně už je i řada vašich čtenářů někdy využila. Jsme přesvědčeni, že v tomto směru patříme ke špičce trhu, ostatně zmíněná ocenění to dokladují.

Co se týče digitalizace agendy povinného ručení od prvního října, tedy implementace nových povinností vyplývajících z aktuální právní úpravy, připravovali

jsme se na ni bezmála tři roky a stálo nás to několik desítek milionů korun. Ale troufám si říct, že jsme udělali maximum pro to, abychom byli dokonale připraveni, což potvrzuje i probíhající testování celého našeho systému. Věříme, že stejně dobře jsou připraveny všechny zúčastněné strany a povinné ručení bude od prvního října fungovat, jak má, tedy online v reálném čase.

Budeme tedy motoristům i vám držet palce. ■

*S PAVLEM WIESNEREM HOVOŘILA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: MAREK JENŠÍK A SHUTTERSTOCK*

You can also read this article
in English on itradenews.cz



inzerce

DÍKY VÁM JSME OPĚT ÚSPĚŠNÍ

Pojišťovna roku



1. místo
Autopojištění



2. místo
Pojištění průmyslu
a podnikatelů



2. místo
Pojištění občanů



1. místo
Pojištění podnikatelů
a průmyslu



2. místo
Autopojištění
Combi Plus IV



2. místo
Pojištění domácnosti
DOMEX+

Česká podnikatelská
pojišťovna



Zelené dluhopisy – nástroj pro financování udržitelných projektů i atraktivní příležitost pro investory

Český průmysl prochází, i když pozvolna, obdobím transformace. Řadu odvětví ovlivňují nové technologie, ať již výrobní či informační. Snaha o vyšší efektivitu a minimalizaci negativních vlivů na své okolí činí ve svém důsledku firmy konkurenceschopnější i atraktivnější pro zákazníky a investory. Přitom tato cesta k udržitelnému podnikání by neměla být vnímána prizmatem „zelené ideologie“, nýbrž jako přirozený vývoj těžící z úrovně vědeckého poznání, technického vývoje a odpovědného chování. Tomuto rozvoji jdou naproti i nové typy provozního či investičního financování.

Nové typy dluhopisů – nástroj pro investice s pozitivním dopadem

Společnostem, které plánují větší investice s pozitivním environmentálním či sociálním dopadem, se otevírá zajímavá forma financování. Stejně tak v případě potřeby provozního financování za předpokladu plnění zvolených cílů udržitelnosti. Touto formou jsou emise zelených, sociálních či udržitelných dluhopisů. Jejich výnos společnosti využijí právě na re/financování konkrétních aktiv, která mají přínos v oblasti životního prostředí, v sociální oblasti nebo tam, kde jde o kombinaci obojího.

Konkrétně se může jednat například o snížení uhlíkové stopy, redukci odpadů, navýšení podílu zdrojů z recyklovaných surovin či získání certifikace v oblasti bezpečnosti práce. Tyto cíle pak společností naplňují po dobu trvání dluhopisu. Výhodou této formy financování je rovněž jasný vzkaz investorům o firemních aktivitách, respektive povaze financovaných projektů. To napomáhá diverzifikaci investorů a vzbuzuje zájem těch, kteří

jsou zaměřeni na oblast ESG. To může mít rovněž i pozitivní dopad na úrok – nižší kupon, čímž právě investoři oceňují napojení na oblast udržitelnosti.

Atraktivní prostředek pro investory

Skutečnost, že tento typ dluhopisů je velmi atraktivní pro investory, dokládá nedávná emise zelených dluhopisů společnosti Accolade, na které se KB v roli aranžéra spolupodílela. Přední evropská společnost v oblasti investic do průmyslových nemovitostí Accolade se rozhodla vydat svou první veřejnou emisi „zelených dluhopisů“ s pětiletou splatností a úrokem 8% ročně. Finance získané z této emise se zavázala použít k financování či refinancování průmyslových nemovitostí, tzv. zelených budov splňujících nejvyšší standardy environmentální udržitelnosti.

Atraktivnost této emise dokládá skutečnost, že její původně zamýšlená výše 1,5 miliardy korun se vyprodala během jediného týdne. Silná poptávka tak umožnila původní výši zdvojnásobit,

a alokovat tak dluhopisy za 3 miliardy korun během pouhých čtrnácti dnů.

Zajímáte-li se o možnosti financování, které přinášejí kapitálové trhy, ať již v podobě dluhopisových emisí nebo akciových trhů, obraťte se na Komerční banku. Kolegové z korporátního financování jsou připraveni poradit i pomoci při primární emisi dluhopisů, včetně těch podle mezinárodních metodik pro „green bonds“, „social bonds“ a „sustainability bonds“.

TEXT: DAVID FORMÁNEK
FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV KB



David Formánek je členem představenstva Komerční banky zodpovědným za korporátní a investiční bankovníctví

Co je to armatura?

„Armatura je průmyslový výrobek, v podstatě díl do potrubí. Když dopravujete nějaká média, ať je to plyn, ropa, voda, pára či jiné látky, potřebujete jejich tok zastavit, rozdělit, zregulovat, zabezpečit ochranu jiných zařízení a podobně. Takovou malou armaturu máte i doma – například vodovodní kohoutek nebo pračkový ventil. Ale to není náš sortiment. My působíme v průmyslovém sektoru, v oblasti petrochemie, chemie, energetiky, plynárenství, vodním hospodářství. Tam všude se vyskytují potrubní systémy, které potřebují naše průmyslové armatury,“ říká prokurista I.B.C. Praha Jaroslav Hanousek.

Jaroslav Hanousek:

ŽÁDNÝ OBCHOD NENÍ BEZ RIZIKA

Elektrárny a petrochemické závody v Ázerbájdžánu, Turecku, Kazachstánu, Turkmenistánu, geotermální elektrárny na Islandu, teplárny a papírny ve Finsku a třeba i slovenské Mochovce či obě české jaderné elektrárny Temelín a Dukovany. K těmto a mnohým dalším odběratelům směřují průmyslové armatury vyrobené českou firmou I.B.C. Praha. „Dokážeme vyrobit nejen standardní armaturu, ale i speciální pro konkrétní náročné provozní podmínky v prakticky každém odvětví průmyslu. S pojištěním lze lépe přijímat požadavky odběratelů a získávat i nová odbytiště pro své výrobky,“ vysvětluje v rozhovoru Ing. Jaroslav Hanousek, prokurista společnosti.

Liší se průmyslová armatura pro ropovod od té na plynové potrubí?

Obecně jde o normovaný díl, který má ale svá konstrukční specifika pro danou aplikaci. Je to tlaková nádoba, jejíž parametry se musí spočítat, aby správně a bezpečně pracovala. Záleží na pracovních podmínkách, tedy především tlaku, teplotě, médiu, pro něž musí být zvolený i odpovídající materiál jednotlivých částí armatury.

To všechno umíte udělat, armatury pro plyn, ropu?

Ano. Máme konstrukční oddělení, které za ta léta, co tady fungujeme, postupně

vytvořilo řadu nových, vlastních armatur. Na počátku jsme kupovali od jiných výrobců, ale to je na trhu vždycky hendikep. Od devadesátých let se stále zlepšujeme a doplňujeme vlastní výrobní sortiment.

Od obchodu k výrobě a inovacím

Jaké byly vaše začátky? Dnes jste především exportní společnost a výrobce, ale začínali jste jako firma obchodní.

Ano, začínali jsme jako malá obchodní firma, která importovala armatury

renomovaných zahraničních výrobců, kompletovala je s tuzemskými výrobci a prodávala svým odběratelům jako autorizovaný zástupce. A dnes jsme společností, která má vlastní výrobní zázemí, výrobní sortiment, potřebné a vyžadované kvalifikace a certifikace pro garantování kvality dodávek a řadu významných referencí na projekty v celém světě.

Společnost I.B.C. Praha byla založena 18. dubna 1994, tento rok jsme oslavili třicet let na trhu. Takže bych řekl, že už máme něco za sebou. Na počátku jsme navázali na tradice koncernu Sigma a postupně vytvořili zkušený pracovní



Ing. Jaroslav Hanousek, prokurista I.B.C. Praha, vystudoval Vysokou školu strojní a elektrotechnickou v Plzni. Ve společnosti I.B.C. Praha působí na různých pozicích již třicet let. Předtím pracoval v podniku zahraničního obchodu Intersigma a.s. a ve společnosti Intersigma armatury s.r.o.

tým, jehož jádro zůstalo stejné, bez ohledu na krizová období, kterými naše společnost prošla. Naším hlavním zaměřením byly již od počátku dodávky kompletního sortimentu na tendry a výběrová řízení. A protože nikdo nevyrobí všechno, musíme i my kompletovat dodávky spoluprací s prověřenými partnery. Dovolím si tvrdit, že tento cíl naplňujeme a výsledkem jsou realizované dodávky a spokojení zákazníci nejen v tuzemsku, ale i v zahraničí.

A kde vyrábíte nyní?

Náš výrobní závod je v Ostravě a v posledních dvou letech prochází významnou rekonstrukcí co do strojního a softwarového vybavení, ale i zvýšením personálního obsazení nutného pro vlastní výrobu i její přípravu. Máme tam šikovné lidi i management, dobrý kolektiv, s nímž dokážeme realizovat plnění našich zakázek i řadu náročných projektů a výzev.

Kde tedy vaše produkty nalezneme?

Dodáváme pro rafinerie, plynárenské a chemické závody, geotermální elektrárny. Velice významným sektorem pro naše výrobky je stále více energetika včetně jaderné. Měli jsme velké zakázky do zemí SNS. Tam pokračujeme, ovšem bez Ruska a Běloruska. Ty jsou z důvodu uvalení sankcí pro dodávky uzavřené.

Covid, sankce... to musel být tvrdý náraz.

Bylo to pro nás velice těžké. Nejdřív nám covid znemožnil cestovat, což je pro exportní firmu velice problematické, protože obchod bez osobních kontaktů lze dělat jen velice těžko. A druhá rána byly sankce uvalené v souvislosti s konfliktem na Ukrajině. To pro nás znamenalo odepsat trh, který jsme budovali více než dvacet let.

Dodávky pro jaderné elektrárny

Dokázali jste výpadek teritorií nějak kompenzovat? Kde hledáte zákazníky teď?

Nové projekty přicházejí z Maďarska, Egypta, Finska a samozřejmě Slovenska. Získali jsme zakázky do našich dvou jaderných elektráren, kde jsme prošli velice náročnou kvalifikací.

Velice významný projekt, který se nám podařilo získat, jsou dodávky pro tureckou jadernou elektrárnu Akkuyu. Jsme jednou z mála českých firem, které se tam kvalifikovaly, je to pro nás významný úspěch. Jsme kvalifikovaným dodavatelem pro ČEZ s opakovaně velice dobrým hodnocením. Za poslední dva roky byly uvedeny na trh nové typy armatur pro tento sektor, které prošly i seizmickými a životnostními zkouškami a byly pro ně schváleny technické dodací podmínky.

Zde vidíme perspektivu a možnost postupně nahradit výpadek na východním trhu. Je to náročný proces včetně nutných investic. Máme štěstí, že vlastník firmy Ing. Koníček je nejen příznivcem tohoto vývoje, ale vlastně i jeho nositelem.

Jádro se ve světle Green dealu může zdát spíš na ústupu, nové zdroje přibývají pomalu. Jak jeho roli vidíte vy?

Domnívám se, že je tomu právě naopak. Jaderná energie je stále vnímána jako zelená. Nakonec i naše vláda připravuje rozšíření jaderných bloků v Dukovanech, jako náhradu za existující uhelné zdroje. Rozjeté projekty jsou také v již zmíněném Turecku, Maďarsku, Egyptě.

Spolupráce s EGAPem se osvědčila

U EGAPu si často necháte pojišťovat právě výrobní riziko. První pojistku jste uzavřeli už v roce 2009.

Ano, do té doby sahají počátky naší spolupráce s EGAPem. Dnes už vám nikdo nechce poskytovat zálohy bez jejich zajištění. My jako dodavatel musíme u projektů akceptovat zákaznickovy podmínky, což v praxi znamená velkou část odložených plateb. Termíny plateb subdodavatelům, kteří nám prodávají materiál, jsou vzhledem k charakteru výrobního procesu většinou kratší než splatnost, kterou vy máte se svým odběratelem na hotový výrobek. Je tedy nutno zajistit financování projektu z vlastních zdrojů

I.B.C. Praha

Byla založena v roce 1994 jako obchodní společnost. Od konce devadesátých let postupně získala a vybudovala výrobní zázemí v Krnově (Armatúrka Krnov) a následně v Ostravě. Během té doby uvedla na trh řadu vlastního výrobního sortimentu, především šoupátka, kulové kohouty, zpětné a uzavírací klapky, ventily a řadu speciálních armatur. Získala i potřebné certifikace pro dodávky průmyslových armatur podle evropských a amerických standardů, a to do většiny průmyslových odvětví, včetně jaderné energetiky. Je významným exportérem.



nebo přes banku, která ale vyžaduje zajištění poskytnutého financování. Jedním z možných zajištění jsou i produkty společnosti EGAP, které využíváme.

A proč právě EGAP?

Na trhu působí mnoho komerčních pojišťoven, které však nefungují jako EGAP.

Pracují tak, že jim musíte předat portfolio realizovaných a opakovaných zakázek pro konkrétního odběratele, ale to je pro firmy, které mají opakované projekty. My nabízíme desítky projektů pro různé odběratele z celého světa. Když máme šanci zakázku získat a jsou dané i podmínky, musíme mít představu, jak ji zrealizujeme, profinancujeme a zajistíme

inkaso. Velice tedy vítáme, že EGAP dokáže zajistit jak pojištění předexportního financování, tak třeba i riziko nedodání způsobené vinou zákazníka. S EGAPem neřešíme to, že bychom se zákazníkem museli dělat opakované projekty, ale řeší se každý obchodní případ individuálně.

Řešili už jste škodní událost?

Ne, my si nemůžeme dovolit jít do projektu, kde bychom nevážili veškerá rizika a neověřili bonitu klienta. Za roky fungování jsme si vybudovali portfolio zákazníků, které známe, a každého nového se snažíme prověřovat. S tím nám pomáhají i lidé z EGAPu, především ověřením a zasláním ratingu a limitů pro pojištění. Žádný obchod není bez rizika, ale je potřeba s ním pracovat a umět vyhodnotit, co je a co již není akceptovatelné. Pokud chceme uspět, musíme určitou míru rizika vždycky přijmout. Zajišťovací nástroje nám pomáhají v našem rozhodování. ■

Zdroj: EGAP

inzerce



SKLÁDACÍ SKLADOVACÍ KONTEJNERY



Technické řešení kontejneru KOVOBEL nabízí jednoduché vybudování skladovacího prostoru, nebo mobilního skladu. Kontejner je vyroben z trapézového pozinkovaného plechu. Podlaha je vyrobena z dřevěných prken, nebo OSB desky. Další variantou podlahy je typ se záchytnou žárově zinkovanou vanou. Kontejner je vybaven jedno- nebo dvoukřídlými dveřmi. Jednoduchá montáž i případná demontáž. Mnoho typových variant a volitelné příslušenství.

Rozměry:

Š x V = 2,2mtr. x 2,2mtr.

délky 2,25; 3; 4; 5; 6mtr.

kvalitní zpracování, vysoká odolnost



KOVOBEL, výrobní družstvo, Cihlářská 503, 344 01 Domažlice, Česká republika

Tel.: +420 379 724 441

E-mail: kovobel@kovobel.cz

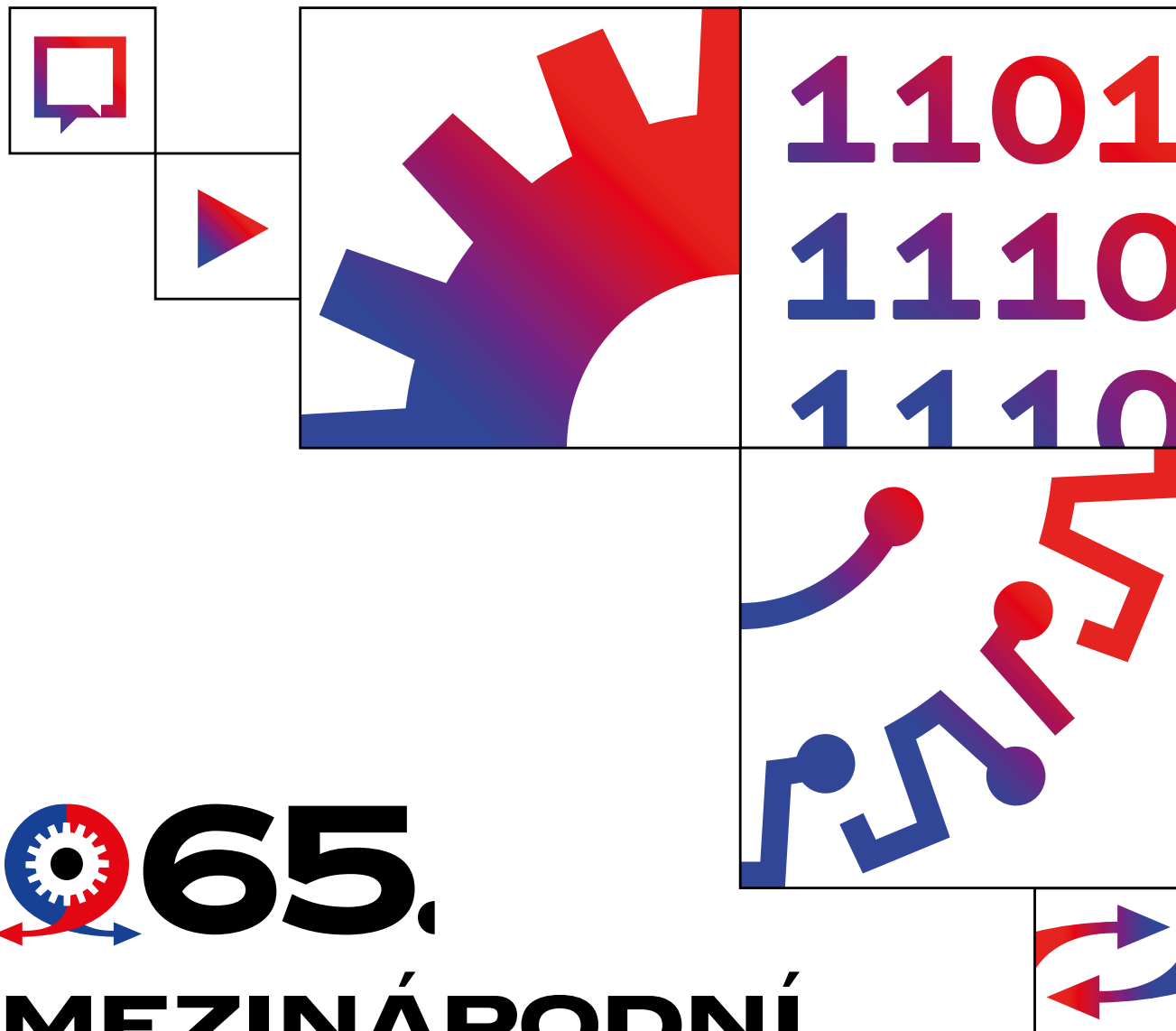
www.kovobel.cz

VDĚLÁVEJTE VÍC

Požádejte si o terminál
na rok **ZDARMA**

CESKOPLATIKARTOU.CZ





 **65.**

MEZINÁRODNÍ STROJÍRENSKÝ VELETRH

8–11/10/2024

VÝSTAVIŠTĚ BRNO

**DIGITAL
FACTORY**

3DEXPO



B | R | N | O |



BVV
Veletřhy
Brno

JAKÁ JE BUDOUCNOST PRŮMYSLU?

ODPOVĚDI HLEDEJTE NA MEZINÁRODNÍM STROJÍRENSKÉM VELETRHU V BRNĚ

Jubilejní 65. ročník Mezinárodního strojírenského veletrhu (MSV) ukáže na jednom místě inovace, které posouvají průmyslovou výrobu do nové éry. Nejvýznamnější střeoevropská událost zaměřená na technologické novinky se uskuteční na brněnském výstavišti od 8. do 11. října 2024. V průběhu čtyř dnů budou k vidění nejnovější trendy a pokročilá řešení, která určují směr budoucího vývoje v průmyslu.



Ilustrační foto z loňského ročníku MSV

MSV je dlouhodobě jedničkou mezi průmyslovými veletrhy v celém regionu. Na letošním ročníku se návštěvníci seznámí s prezentacemi 1386 firem z více než čtyřiceti zemí světa, které představí nejnovější technologie a inovace ze všech oblastí průmyslu. „Vysoký zájem firem potvrzuje význam veletrhu jako důležité platformy pro navazování obchodních vztahů, sdílení odborných zkušeností a posilování pozice na mezinárodním trhu. Jsme rádi, že se akce opět účastní přední světové lídři

v jednotlivých oborech, což podtrhuje její roli v rozvoji celého odvětví,“ uvedl Michalis Busios, ředitel MSV.

Veletrh jako globální platforma

Mezinárodní strojírenský veletrh i letos přilákal významnou pozornost zahraničních firem, které tvoří polovinu všech vystavovatelů. Silná zahraniční účast dokazuje, že událost je klíčovou

platformou pro mezinárodní obchod, výměnu znalostí a navazování strategických partnerství v oblasti průmyslu.

Oficiální expozice zaštitěné vládou nebo proexportní institucí otevřou **Čína, Francie, Itálie, Maďarsko, Polsko, Rakousko, Slovensko, Provincie Tchaj-wan** nebo **Ukrajina**. Po třech letech se vrací oficiální účast **Japonska** pod hlavičkou agentury JETRO, a to v rozšířené podobě s prezentací osmnácti firem. Pokračuje také zájem o spolupráci ze strany **amerických společností**, což dokládají potvrzené obchodní delegace ze států Louisiana, Georgia a organizace American-Czech Business Council. Tradiční součástí veletrhu bude **Česká národní expozice**, která na jednom místě sdruží služby státu podnikatelům. Pokračovat bude i projekt **Contact Ukraine** zaměřený na propojení českých firem s ukrajinskými partnery.

Brána do budoucnosti průmyslu

Digitalizace a automatizace se stávají rozhodujícími faktory úspěchu moderních průmyslových podniků, přičemž



Ilustrační foto z loňského ročníku MSV

Mezinárodní strojírenský veletrh

a souběžně konané akce začínají na brněnském výstavišti v úterý 8. října 2024 a potrvají do pátku 11. října 2024. Otevřeno bude denně od 9 do 17 hodin, poslední den do 16 hodin. Nejvýhodnější vstupenky jsou k zakoupení online na webových stránkách www.msvbrno.cz. Zájemci si mohou stáhnout aplikaci Eventee, která kromě přehledu vystavovatelů a doprovodných akcí nabídne i rozšířené možnosti networkingu. S ohledem na dopravní situaci v okolí areálu výstaviště připravili pořadatelé webovou aplikaci mapujme.cz/msv, kde lze v reálném čase sledovat obsazenost kapacit jednotlivých parkovacích ploch.

stále větší důraz je kladen také na udržitelnost a energetickou efektivitu. Proto jedním z hlavních lákadél veletrhu bude i pátý ročník Digitální továrny 2.0 s účastí více než čtyřiceti firem.

Zlatým partnerem projektu je Národní centrum Průmyslu 4.0, které společně s RICAIP Testbed Praha a společnostmi KUKA, Siemens, Česká spořitelna, Smart Informatics, T-Mobile, Deprag, DEL a evropským inovačním společenstvím EIT Manufacturing na ploše více než tři sta metrů čtverečních představí řešení pro efektivní, udržitelnou a inovativní průmyslovou výrobu. Návštěvníci tak budou moci na jednom místě konzultovat nejen inovace a technologie, ale také jejich financování, včetně dotačních příležitostí. „Centrem pozornosti bude i oblíbená digitální stage s bohatým programem přednášek, diskuzí a prezentací zaměřených na inovativní technologie. Výrazný prostor dostane také téma využití umělé inteligence v průmyslu,“ doplnil Michalis Busios.

První ročník Ceny za průmyslový design MSV

Design Centrum CzechTrade, národní platforma státní podpory designu a garant pro oblast designu, vyhláší první ročník Ceny za průmyslový design Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně. Porota, složená z odborníků v oblasti průmyslového designu, bude hodnotit exponáty českých vystavovatelů MSV přímo na veletrhu. Posuzovat bude funkčnost exponátů, jejich estetiku, ergonomii, udržitelnost a ekologický dopad, originalitu, bezpečnost

a ekonomickou efektivitu. Oceněné firmy získají certifikát a právo užívat označení vítěze Ceny za průmyslový design ve svých vlastních komunikačních a marketingových materiálech.

Inovace v praxi

Hlavní výstavní část bude obohacena o pestrý doprovodný program složený z odborných konferencí i seminářů. První den se uskuteční **Sněm Svazu průmyslu a dopravy** zaměřený na zásadní oborové diskuze. Novinkou bude program v Technologické expozici, která na konkrétních praktických příkladech ukáže, jak se ve strojírenských podnicích daří nasazovat produktivní technologie. Zájemci se mohou zapojit také do platformy **Kontakt-Kontrakt**, která propojuje výhody veletržní účasti a matchmakingu, a dopředu si tak domluvit jednání s přesným časovým harmonogramem. Návštěvníci uvidí i balící linku přímo v akci díky projektu **Kaletech Packaging Live**. K tradičním partnerům linky se přidaly zcela nové firmy a objeví se i značky, které byly její součástí před několika lety. Součástí MSV bude také soutěž **Zlatá medaile** pro nejlepší exponáty.

Zvýrazněným tématem budou 3D technologie

Během letošního MSV se odehraje i jubilejní 10. ročník Fóra aditivní výroby, jež představí nejvyspělejší metody profesionálního 3D tisku kovů, plastů a kompozitů, dostupné pro firmy všech velikostí i jednotlivce. Mezi přednášejícími

vystoupí přední odborníci z řad výrobců, dodavatelů a uživatelů profesionálních 3D tiskáren. Konference se bude konat ve středu 9. října v Rotundě brněnského výstaviště. V přílehlém pavilonu A1 se poprvé uskuteční rozšířená výstava profesionálních 3D tiskáren 3DEXPO.

Šest technologických veletrhů v jednom

Společně s 65. ročníkem MSV se uskuteční dalších pět specializovaných veletrhů, které se na brněnském výstaviště vracejí vždy v sudých letech. IMT bude přehlídkou obráběcích a tvářecích strojů, FOND-EX se zaměří na slévárnictví, WELDING na svařovací techniku, PROFINTECH představí technologie pro povrchové úpravy a PLASTEX je veletrhem plastů, pryže a kompozitů. Podle počtu přihlášených vystavovatelů budou k největším oborům letošního ročníku patřit právě ty, které spadají pod veletrhy IMT, PLASTEX a WELDING, a spolu s nimi elektronika, automatizace, měřicí technika, doprava a logistika, materiály a komponenty pro strojírenství. ■

VIZE ČESKO 2029:

CESTA K MODERNÍ A KONKURENCESCHOPNÉ EKONOMICE

Svaz průmyslu a dopravy ČR letos představil vizi s názvem Česko 2029, která si klade za cíl posílit konkurenceschopnost České republiky a zajistit, že se země stane jedním z lídrů. Tento strategický plán se zaměřuje na klíčové oblasti, které mají pomoci naší ekonomice přizpůsobit se globálním výzvám, jako je digitalizace, dekarbonizace a demografické změny.

Znalostní ekonomika

Jedním z hlavních cílů je přeměnit českou ekonomiku na takzvanou znalostní. Tento přístup klade důraz na investice do lidí, jejich vzdělání a schopnost adaptovat se na nové podmínky pracovního trhu. V plánu je zvýšit zapojení obyvatel ve věku 15 až 64 let do pracovního procesu na 79% a umožnit rekvalifikaci nejméně dvěma stům tisícům osob v oblasti digitálních dovedností.

Firmy hrají v tomto procesu významnou roli především v tom, jakým způsobem budou spolupracovat se vzdělávacím systémem a jak pomohou formovat dovednosti budoucí generace pracovníků. Kreativita a podnikavost se stanou klíčovými prvky, které zajistí vyšší konkurenceschopnost země.

Digitální ekonomika, cirkulární ekonomika a udržitelnost

Česká republika by měla do roku 2029 dosáhnout toho, že ve všech oblastech indexu digitální ekonomiky (DESI) bude nad průměrem Evropské unie. Součástí

této digitální transformace je rozšíření gigabitových sítí a zavedení cloudových služeb a umělé inteligence do firemních procesů. Cílem je, aby alespoň 25% českých firem využívalo umělou inteligenci a 60% z nich pracovalo s cloudovými technologiemi. Tento přechod k digitální ekonomice má zajistit, že české podniky budou konkurenceschopné nejen v Evropě, ale i na globální scéně.

Důraz na udržitelnost a cirkulární ekonomiku je rovněž nedílnou součástí vize. Plán počítá s rozvojem bioekonomiky a efektivnějším využíváním surovin, což povede k větší soběstačnosti České republiky. S tím souvisí i ambice udržet se mezi předními zeměmi Evropské unie v oblasti využívání oběhového materiálu. Český průmysl se tak bude snažit stát se odolnějším vůči globálním výzvám, a to zejména pomocí inovací a efektivního hospodaření se zdroji.

Inovace a mezinárodní konkurenceschopnost

Inovace obecně hrají v celé vizi zásadní roli. Česká republika má ambici stát se jednou z inovativních zemí Evropy. Cílem je, aby do roku 2029 byla

zařazena mezi silné inovátory EU. Toho má být dosaženo díky zvýšeným investicím do výzkumu, vývoje a inovací, které by měly představovat alespoň 2,5% HDP. Inovace budou klíčovým

”

ČESKO BY MĚLO
VYTVOŘIT ATRAKTIVNÍ
PODMÍNKY PRO FIRMY,
ABY NEODCHÁZELY
Z TUZEMSKA, ALE NAOPAK
ZDE REINVESTOVALY
A ROZVÍJELY NOVÉ
TECHNOLOGIE.

faktorem pro zajištění konkurenceschopnosti na globálním trhu, přičemž české firmy budou muset stále více investovat do průkopnických a unikátních řešení.

Součástí tohoto plánu je také posílení českého exportu a mezinárodní konkurenceschopnosti. Vize předpokládá nárůst domácí přidané hodnoty exportu na 70 %, což představuje výrazné zlepšení oproti současným 62 %. Důraz bude kladen na finální výrobky s vyšší přídáním hodnotou a posílení značky „Czech Republic“ na globální scéně. Export do zemí mimo Evropskou unii by měl růst rychleji než vývoz do samotné EU, což přispěje k větší diverzifikaci a stabilitě naší ekonomiky.

Konkurenceschopná energetika a atraktivní investiční prostředí

Jedním z klíčových faktorů pro udržitelný rozvoj je dostupná a stabilní energie za konkurenceschopné ceny, tedy aby finální cena energie nepřekračovala průměr EU a byla srovnatelná s cenami v nejprůmyslovějších zemích, jako jsou Německo, Slovensko nebo Polsko. Zelená transformace českého průmyslu má být nástrojem pro růst ekonomiky a zajištění konkurenceschopnosti. Firmy by měly mít dostatek čisté energie k plnění svých ESG cílů.

Podpora investic do českého průmyslu je dalším klíčovým pilířem vize. Česká republika by měla vytvořit atraktivní podmínky pro firmy, aby neodcházely z tuzemska, ale naopak zde reinvestovaly a rozvíjely nové technologie. Celkové investice v ekonomice by měly do roku 2029 přesáhnout tři biliony korun, což by podpořilo další růst a modernizaci průmyslu.

Vize Česko 2029 představuje ambiciózní plán, jak zajistit udržitelný růst naší ekonomiky a posílit její konkurenceschopnost na globální úrovni. Klíčovou roli v této transformaci budou hrát digitalizace, inovace, udržitelnost a investice do lidských zdrojů. Pokud se tyto cíle podaří naplnit, Česká republika bude schopna úspěšně čelit globálním výzvám a zajistit dlouhodobý ekonomický růst. ■

Zdroj: SP ČR



Mezinárodní strojírenský veletrh: Místo setkávání průmyslu a inovací

Přijďte diskutovat o budoucnosti naší země

Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně patří mezi nejvýznamnější průmyslové události v Evropě. Každý rok zde své produkty a technologie představují přední strojírenské společnosti a akce se stala důležitým místem setkávání firem a odborníků, kteří spolupracují na budoucnosti nejen českého, ale i světového průmyslu.

Svaz průmyslu a dopravy ČR se veletrhu pravidelně účastní a jeho zapojení zahrnuje nejen prezentaci klíčových aktivit a strategických cílů, ale také organizaci vlastních akcí. Mezi nejvýznamnější patří každoroční Sněm Svazu, kde se diskutuje o zásadních otázkách týkajících se ekonomiky, průmyslu a podpory podnikání. Jedním z hlavních bodů programu je vždy výměna názorů na aktuální vývoj hospodářské politiky a inovace, které formují budoucí směřování průmyslového sektoru.

Veletrh v Brně je zároveň příležitostí k představení úspěšných českých firem, které se nejen prosazují na domácím trhu, ale i v zahraničí. Inovace jsou základem jejich úspěchu a umožňují jim držet krok s rychle se měnícím světem průmyslu. Svaz průmyslu a dopravy ČR bude i nadále podporovat české firmy a vytvářet podmínky pro jejich úspěch na domácím i globálním trhu.

Zdroj: SP ČR

Ondřej Svoboda:

S HARMONICKÝMI VZTAHY PŘICHÁZÍ I PROSPERITA FIRMY

Čím méně početný tým, tím důležitější je správný výběr jeho členů. „Jsme menší firma s poměrně krátkou historií, během níž jsme se přesvědčili, že dobře fungující kolektiv není o dosaženém vzdělání ani věku, ale o měkkých dovednostech – přizpůsobivosti, ochotě se učit, otevřenosti změnám a kolegiální atmosféře. Doučit se tvrdým dovednostem dokáže každý člověk bez ohledu na věk, když má zájem. Přístup se však mění mnohem hůř,“ bourá jeden z častých stereotypů Ondřej Svoboda, zakladatel a majitel Simple Lift.

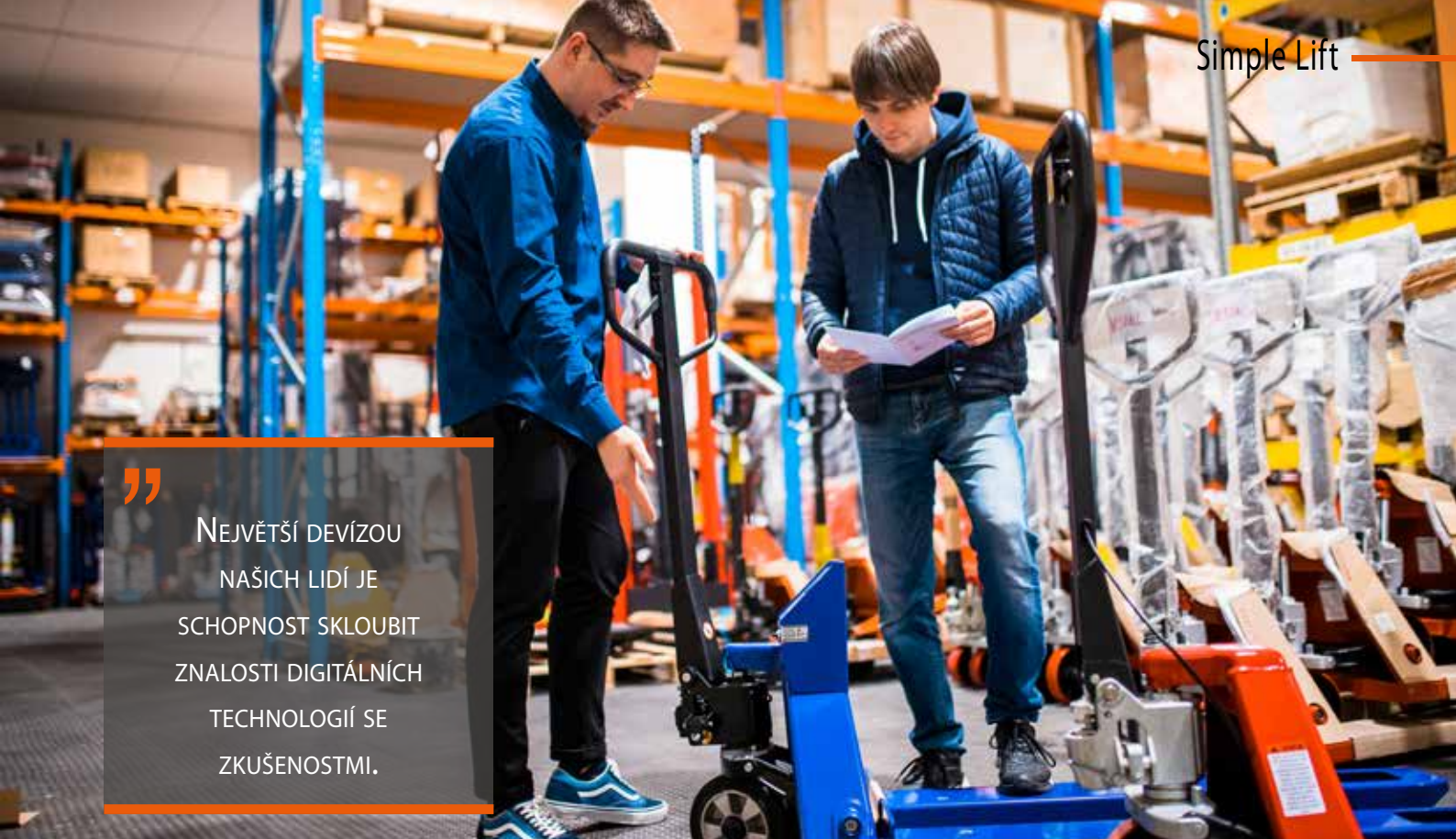


Ing. Ondřej Svoboda,
zakladatel a ředitel
společnosti Simple Lift

Společnost se zaměřuje na prodej, pronájem a servis manipulační techniky a nese rukopis podnikatele nové generace. Její zakladatel, absolvent Vysokého učení technického v Brně s praxí v rodinném podniku a několikaletou zkušeností ze startupového prostředí, přinesl do firmy nový styl řízení, důraz na digitální technologie, dynamiku a motivační přístup k pracovníkům. Efekty se dostavily brzy. Prvním významným milníkem krátké historie brněnské společnosti se stalo zprovoznění vlastního e-shopu v Česku v roce 2016 a jeho expanze na Slovensko v roce 2020. Postupně se rozšiřuje zákaznická komunita z prostředí malých, středních i velkých firem, v jejichž povědomí se společnost za pár let etablovala jako spolehlivý dodavatel.

Stabilizovaný pracovní trh je minulostí

Při hledání zaměstnanců se v současnosti zásadně mění generační priority, předpoklady a nároky. „Délku praxe v oboru a výši formálního vzdělání, které by odpovídalo obsazované pozici, proto nevnímáme jako zásadní faktory. O dobrých hospodářských výsledcích rozhodují kompetentní pracovníci, kteří dokáží flexibilně řešit složité problémy. Jejich největší devízou je schopnost skloubit znalosti digitálních technologií se zkušenostmi. Proto náš stále se rozrůstající tým tvoří převážně třicátníci a čtyřicátníci, ale



”

NEJVĚŠÍ DEVÍZOU
NAŠICH LIDÍ JE
SCHOPNOST SKLOUBIT
ZNALOSTI DIGITÁLNÍCH
TECHNOLOGIÍ SE
ZKUŠENOSTMI.

Simple Lift s.r.o.

Brněnskou obchodní společnost s manipulační technikou založil v roce 2015 Ondřej Svoboda. V krátké době se rozšířil počet jejich přímých dodavatelů, v roce 2016 se mezi prodejními formami společnosti objevil e-shop v ČR a v roce 2020 i na Slovensku. S rostoucím obratem překročila vloni k rozšíření skladovacích ploch a v dohledné době počítá i s navýšením počtu pracovníků. Aktuálně má 10 zaměstnanců a její měsíční obrat se pohybuje okolo 4 milionů korun.

Logistický sklad a výdejní místo se nachází v Brně



můžete se u nás setkat také s vitálním sedmdesátiletým seniorem nebo juniorem pod třicet. Těší mě, že si dokážeme udržet jejich loajalitu. Zhruba třetina lidí u nás pracuje pět a více let.

Záleží nám na tom, aby se zaměstnanci posouvali jak profesně, tak osobnostně. V určitých časových intervalech proto pořádáme vzdělávací akce v rámci firmy a vysíláme je také na externí školení v jejich oboru. Zřídili jsme i firemní knihovnu.“

Nechytáme uchazeče „na švestkách“, ale hledáme potenciál

Před více než pěti lety Simple Lift navázal kontakt s poradenskou společností Performia působící v oblasti HR. O kvalitě spolupráce vypovídá už sám fakt, že patří mezi její VIP licencované klienty.

„Správný výběr a spokojenost pracovníků, která ovlivňuje jejich výkony, mi vždycky ležely na srdci. Spolu s naší personalistkou jsme na seminářích a během konzultací načerpali know-how, jež nám pomáhá v konkurenci větších firem udržet si ‚srdcaře‘, které práce u nás baví a mají zájem na své odbornosti dál pracovat.“ Uchazeči o pozice v Simple Lift si

někdy stěžují na náročnost výběrového řízení. Ale ta je ku prospěchu obou stran. Vzájemná otevřenost a náročnost výběru jsou nejlepším předpokladem, aby ani jedna strana nebyla později zklamána.

„Jako obchodní společnost potřebujeme pracovníky nejen odborně zdatné, ale také schopné srozumitelně a kultivovaně komunikovat se zákazníky a klienty. Naše produktové portfolio tvoří široká nabídka inovativní manipulační techniky, která splňuje nejvyšší standardy bezpečnosti a výkonu. Mezi nejžádanější zařízení patří manuální a elektrické paletové vozíky, vysokozdvizné vozíky a čelní vozíky,“ uzavírá Ondřej Svoboda. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV SIMPLE LIFT

You can also read this article
in English on itradenews.cz





AMSP ČR

ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

**Rodinná firma je jako poklad,
který se musí střežit po
generace!**

Petr Milata

Zástupce třetí generace rodinné firmy **BEZNOSKA s.r.o.**
a člen představenstva **AMSP ČR**



JAK ZVÝŠIT PRODUKTIVITU?

VELETRH EUROBLECH

2024 UVÁDÍ NOVÉ ZPŮSOBY



Tisíce expozic a čtyři dny intenzivního sourcingu produktů, navazování kontaktů a výuky. Obor zpracování plechu se připravuje na laťku nastavující akci: veletrh EuroBLECH 2024 předvede největší výběr technologií zpracování plechu na jednom místě. Návštěvníci se mohou těšit na průkopnickou událost v oboru, která se odráží v mottu letošního ročníku „The Power of Productivity“ (Síla produktivity), i na primární přístup ke špičkovým dodavatelům, živým ukázkám a světovým premiérám.

EuroBLECH, 27. mezinárodní veletrh technologií zpracování plechu, se koná ve dnech 22. až 25. října 2024 na výstavišti v německém Hannoveru. Jde o největší světový veletrh pro zpracování plechu, který pokrývá celý dodavatelský řetězec v patnácti různých technologických odvětvích v devíti výstavních halách. Letošní ročník se zaměřuje na technologie zvyšující produktivitu a uvádí to nejnovější, co trh nabízí při přizpůsobování výrobních procesů komplexním požadavkům chytré výroby.

Nadcházející akce nabídne přibližně 90 tisíc metrů čtverečních čisté výstavní plochy, což umožní přímý přístup a navazování kontaktů s dodavateli z řad renomovaných firem i malých a středních podniků z celého světa, přičemž více než 60 % vystavovatelů přijede ze zahraničí. Mezi hlavní vystavovatelské země pro letošní rok patří kromě Německa také Itálie, Turecko, Čína, Španělsko, Nizozemsko, Švýcarsko, Tchaj-wan, Polsko, Belgie, Rakousko, Indie, Francie a USA.

Na výstavní ploše se budou prezentovat známé značky, jako jsou Adige, AIDA, Amada, Bystronic, Dimeco, Durma, Haco, LVD, Messer Cutting Systems, Pivatic, Prima Power, Salvagnini, Schuler, Thyssen, TRUMPF, Yamazaki Mazak a mnoho dalších. Ty budou navíc doplněny vysoce specializovanými malými

a středními podniky i vystavovateli, kteří při své premiéře předvedou novátorskou sílu na trhu.

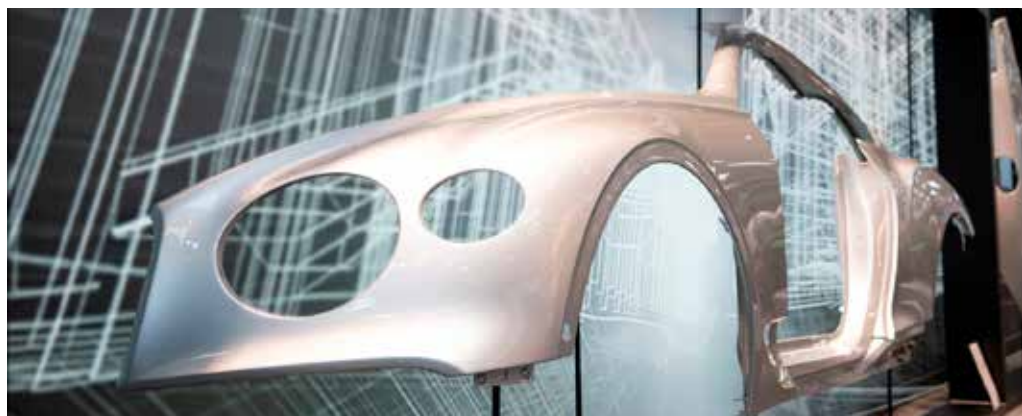
Expozice pokrývají vše, co souvisí se zpracováním polotovárů i hotových výrobků, včetně plechů, trubek, profilů a plastových hybridů. Návštěvníci budou mít řadu příležitostí seznámit se s nejnovějšími technologiemi v oblasti ražení, děrování, lisování, tváření, řezání, spojování, svařování, upevňování, manipulace, dokončování, kontroly kvality, CAD/CAM/CIM, nástrojů, strojních součástí, vybavení skladů a továren, recyklace materiálů, výzkumu a vývoje i mnoha dalších.

Vedle tisíců expozic a zástupců dodavatelů ve výstavních halách nabízí letošní ročník návštěvníkům mnoho příležitostí, jak se osobně seznámit s novátorstvím, včetně nových prohlídek s průvodcem na daná témata. Oblíbené Fórum

přednášejících navíc přináší praktické poznatky o aktuálních klíčových tématech. Prestižní ceny EuroBLECH Awards budou uděleny pěti vítězům za mimořádné úspěchy v oblasti technické dokonalosti a novátorství. V pátek se opět koná Den kariér, který podporuje mladé talenty v oboru.

www.euroblech.com

You can also read this article
in English on itradenews.cz



OD ČERVENCE JE MOŽNÉ PODÁVAT HROMADNÉ ŽALOBY CO TO V PRAXI ZNAMENÁ?

Dne 1. 7. 2024 nabyl účinnosti zákon č. 179/2024 Sb., o hromadném občanském řízení soudním (dále „ZHŘ“), který umožnil podávat tzv. hromadné žaloby. K čemu hromadné žaloby slouží, kdo je oprávněn je podat a jak probíhá řízení o nich, tomu se věnuje následující článek.

Co je hromadná žaloba a k čemu slouží

Hromadnou žalobou je návrh na zahájení hromadného řízení, kterým se žalobce domáhá splnění povinnosti nebo určení, zda tu právní poměr je či není, a jež se týká práv nebo oprávněných zájmů více osob – spotřebitelů. Za spotřebitele se podle ZHŘ považuje i podnikatel, který zaměstnává méně než 10 osob a jehož roční obrat nebo bilanční suma roční rozvahy nepřesahují 50 milionů korun.

Hromadné žaloby tak slouží k projednání individuálních nároků skupiny více osob (spotřebitelů, včetně drobných podnikatelů – viz výše) v jediném řízení, pokud jsou jejich nároky vůči témuž žalovanému (podnikateli) založeny na podobném skutkovém a právním základu (např. nároky kupujících ze stejné vady určité věci).

Průběh hromadného řízení

K hromadnému řízení je v prvním stupni věcně a místně příslušný Městský soud v Praze. Žalobce musí být v hromadném řízení zastoupen advokátem. Hromadné řízení má dvě fáze, první se týká přípustnosti žaloby, druhá věci samé.

Soud v hromadném řízení nejprve posuzuje přípustnost hromadné žaloby podle

ZHŘ. Podmínky přípustnosti zahrnují například minimální počet členů skupiny (10) či skutečnost, že žaloba není financována třetí osobou, která je konkurentem žalovaného podnikatele nebo je na něm závislá nebo která nepřiměřeně ovlivňuje žalobce způsobem, který by poškodil zájmy skupiny.

Rozhodne-li soud, že hromadná žaloba je přípustná, vydá o tom usnesení, v němž mimo jiné uvede výši odměny žalobce (pokud mu náleží – viz dále) a výzvu a lhůtu pro přihlašování do hromadného řízení. Hromadné řízení ve věci samé je zahájeno dnem, kdy bylo uveřejněno pravomocné usnesení o přípustnosti žaloby v rejstříku hromadných řízení. Rejstřík hromadných řízení je informačním systémem veřejné správy, jehož správcem je Ministerstvo spravedlnosti (dostupný na webu <https://hromadnerizeni.justice.cz/rozeni-mezipodnikateli-a-spotrebiteli/>).³

Člen skupiny se může do hromadného řízení přihlásit od zahájení hromadného řízení (podáním hromadné žaloby) do uplynutí lhůty pro přihlašování přihláškou (určené soudem v usnesení o přípustnosti žaloby). Přihláška se činí s využitím formuláře uveřejněného Ministerstvem spravedlnosti (na https://justice.cz/documents/d/hromadne-zaloby/prihlaska-do_hromadneho_rizeni/). Za přihlášku se považuje i udělení písemného souhlasu se zahájením hromadného řízení před podáním hromadné žaloby.

Kdo může být žalobcem

Žalobcem v hromadném řízení může být pouze právnická osoba (neziskový subjekt), která je zapsána do českého nebo evropského seznamu oprávněných osob podle zákona o ochraně spotřebitele¹, nebo společně více takovýchto osob. Český seznam oprávněných osob vede Ministerstvo průmyslu a obchodu (dostupný na <https://www.mpo.gov.cz/cz/ochrana-spotrebitel/hromadne-rozeni/seznam-opravnnych-osob/seznam-opravnnych-osob--281743/>), evropský seznam vede Evropská komise (dostupný na <https://representative-actions-collaboration.ec.europa.eu/cross-border-qualified-entities>).²

Žalobce v hromadném řízení vystupuje vlastním jménem v zájmu skupiny. Zúčastněný člen skupiny (tj. ten, kdo se do hromadného řízení stanoveným způsobem přihlásil – viz článek) není účastníkem řízení a přísluší mu jen určitá procesní práva (např. právo na informace o průběhu řízení, právo vyjádřit se k předmětu/průběhu řízení na soudem určených jednáních, právo nahlížet do spisu).

1 Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění.

2 V době přípravy tohoto článku byly na českém seznamu zapsány pouze dva subjekty – dTest, o.p.s., a Spotřebitelský ombudsman, z.ú.

3 V době přípravy tohoto článku nebylo v rejstříku dosud žádné hromadné řízení uveřejněno.



Přihlášení do hromadného řízení brání tomu, aby právo nebo oprávněný zájem zúčastněného člena skupiny s podobným skutkovým a právním základem v rozsahu vymezeném v přihlášce mohly být uplatněny v jiném (individuálním) řízení. Pokud se však člen skupiny do hromadného řízení nepřihlásí (není to jeho povinností), může zahájit a vést ohledně svého práva/zájmu řízení individuálně.

Po uplynutí lhůty pro přihlašování a vyjádření žalovaného soud připraví plán hromadného řízení, který bez zbytečného odkladu uveřejní v rejstříku hromadných řízení. Plán hromadného řízení zahrnuje zpravidla mimo jiné určení jednání, na kterých může zúčastněný člen skupiny uplatnit své právo vyjádřit se.

Účastníci hromadného řízení (tj. žalobce a žalovaný) mohou toto řízení skončit soudním smírem. K návrhu smíru může každý zúčastněný člen skupiny podat ve stanovené lhůtě námítky. K projednání návrhu smíru a případných námitek soud nařídí jednání. Pokud soud smír schválí, má schválený smír účinky pravomocného rozsudku také vůči všem zúčastněným členům skupiny (tj. je vůči nim závazný a brání jim v tom, aby mohli své přihlášené nároky uplatňovat samostatně). Usnesení o schválení smíru nebo o tom, že smír schválen nebyl, soud uveřejní bez zbytečného odkladu v rejstříku hromadných řízení.

Neskončí-li řízení soudním smírem a nedojde-li k jeho zastavení (např. v důsledku zpětvzetí žaloby), rozhodne soud o žalobě rozsudkem. Ve výroku rozsudku, kterým byla žalovanému uložena povinnost něco konat (např. zaplatit určitou částku), soud uvede také plnění náležející jednotlivým zúčastněným členům skupiny, způsob splnění povinnosti a lhůtu k plnění. Výrok pravomocného rozsudku je závazný pro všechny zúčastněné členy skupiny. Rozsudek soud bez

zbytečného odkladu uveřejní v rejstříku hromadných řízení.

Náklady řízení

Náklady řízení nese žalobce a žalovaný. Zúčastněný člen skupiny náklady řízení nenese (neplatí žádné soudní poplatky ani náklady právního zastoupení) a nečelí ani riziku hradit náklady řízení žalovanému v případě neúspěchu žaloby. Zúčastněnému členu skupiny může soud uložit povinnost nahradit náklady řízení jen v případě, že tyto náklady způsobil svým zaviněním, bez něhož by jinak nebyly vznikly. Jinak se náhrada nákladů řízení řídí zásadou úspěchu ve věci. To znamená, že ta strana, která měla v řízení úspěch (tj. žalobce nebo žalovaný), má vůči druhé straně právo na náhradu nákladů řízení (a to podle míry úspěchu, tzn. například vyhoví-li soud žalobci v plném rozsahu, soud mu přízná plnou náhradu nákladů řízení, v případě částečného úspěchu náhradu nákladů poměrně rozdělí či vysloví, že žádný z účastníků nemá na náhradu nákladů právo).

Odměna žalobce

Směřuje-li žaloba k uložení povinnosti poskytnout peněžité plnění, může žalobce v hromadné žalobě navrhnout, aby mu byla vůči žalovanému přiznána peněžitá odměna v procentuální části z přisouzeného plnění. V případech nepeněžitých plnění (např. oprava věci) může žalobce navrhnout, aby mu byla přiznána odměna v paušální výši.

Odměna žalobce musí být určena v přiměřené výši (vzhledem k očekávané složitosti a délce řízení). Procentuální odměna však nesmí přesáhnout 16% z přisouzeného plnění a paušální odměna částku 2,5 milionu korun.

Odměnu platí žalobci v případě úspěchu žaloby žalovaný. V případě peněžitých plnění se však právo zúčastněných členů skupiny z přisouzeného plnění v odpovídající hodnotě sníží (tj. například přízná-li soud žalobci odměnu ve výši 16%, sníží se nárok každého zúčastněného člena skupiny vůči žalovanému o 16%). Je-li žalobci přiznána paušální odměna (u nepeněžitých plnění), právo zúčastněných členů skupiny tím není nijak dotčeno (nesnižuje se).

Výše odměny však musí být již součástí usnesení o přípustnosti žaloby (uveřejněném v rejstříku hromadných řízení). Každý člen skupiny tak bude mít již na začátku řízení informaci o tom, jaká odměna bude žalobci v případě úspěchu žaloby náležet, a může ji zohlednit při úvaze, zda se do hromadného řízení přihlásit. ■

TEXT: PETR KVAPIL
FOTO: SHUTTERSTOCK

Empatie nám pomáhá snáze pro Vás najít relevantní řešení.

Poskytujeme komplexní právní služby.

- smluvní právo
- obchodní společnosti
- mezinárodní obchod
- nemovitosti, development
- pracovní právo
- veřejné zakázky
- soudní spory, náhrada škody
- vymáhání pohledávek

2177 dokumentů

Rozhovory

Exportní šance

Profiliga firem

Finance a pojištění

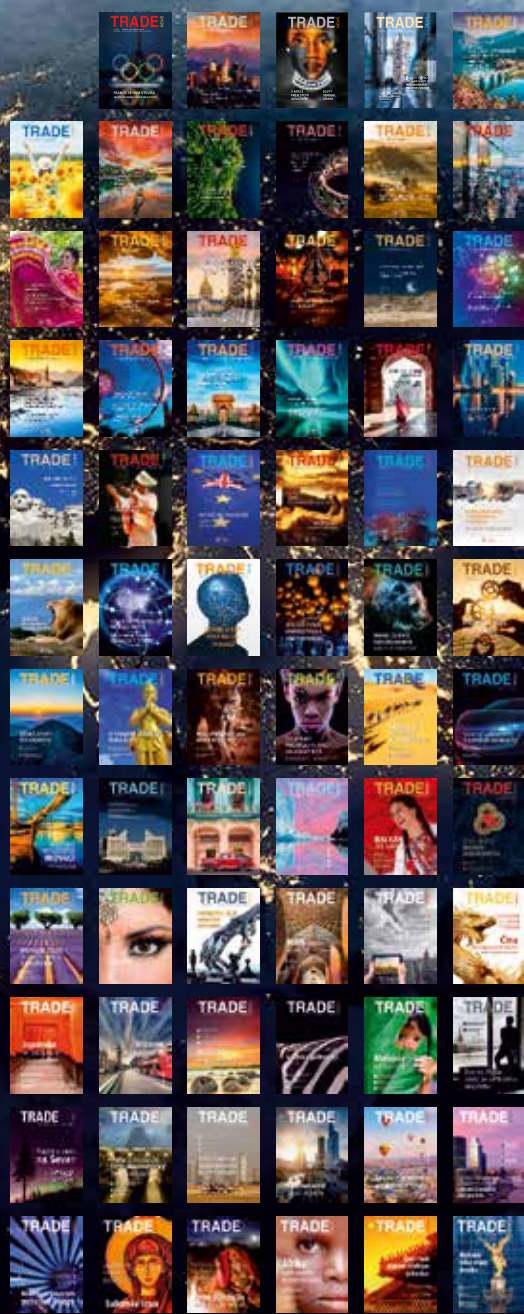
Nové technologie

Infografiky

Z praxe

Zprávy ze světa obchodu

Reference



KOMPLEXNÍ OFTALMOLOGICKÁ PÉČE

Od diagnostiky po mikrochirurgii



Odbornost
a profesionalita

Lidskost
a vstřícnost



Dokonalá
technologie

Efektivita
a funkčnost



Design
a nadčasovost

Účelnost
a pohodlí



Šéfredaktorka

PhDr. Jana Jenšíková

Redakce

PhDr. Věra Vortelová
Ing. Mgr. Daniel Libertin
Ing. Martina Hošková
Martin F. Fabík

Grafická úprava

Ing. Valeria Ashhab
Martin F. Fabík

Korektury

PhDr. Milena Gillová

Produkce

Mgr. Marek Jenšík

Ekonomický servis

Ing. Tereza Gulánová

Právní servis

Advokátní kancelář Kvapil Kvapilová
Hofmanová

Foto

isifa CEE s.r.o.
www.shutterstock.com/cs/

Distribuce

Mail Step a.s.

Tisk

Akontext s.r.o.

Vydavatel

ANTECOM s.r.o.
Blatenská 2166/7
148 00 Praha 4
produkce@antecom.cz
Tel./fax: +420 272 935 558
Redakční servis: +420 602 313 176
www.antecom.cz

Titulní foto

Shutterstock

Za obsah inzerce zodpovídá inzerent. Žádné části textu nebo fotografie z TRADE NEWS nesmí být používány, kopírovány nebo jinak šířeny v jakékoliv formě či jakýmkoliv způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

www.tradenews.cz
www.itradenews.cz



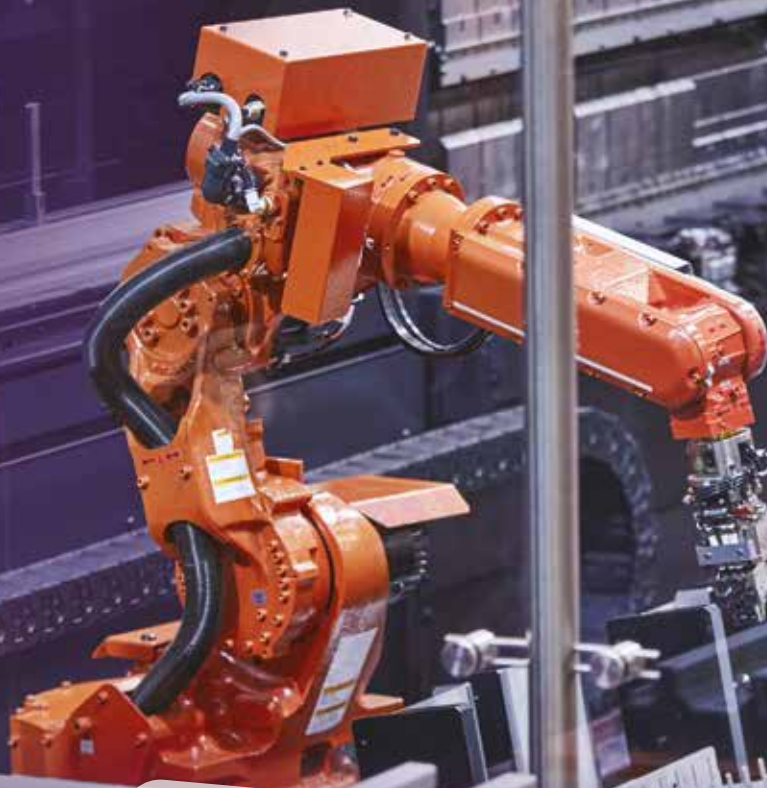
Připravujeme

Co spojuje Česko a Švýcarsko? Třeba úspěšný export průmyslové produkce. V příštím čísle se proto zaměříme na české firmy, které v posledních třiceti letech přerostly národní hranice a uspěly v tržním prostředí tradičně známém vysokou přidanou hodnotou výrobků a služeb.

Děkujeme za váš zájem o časopis TRADE NEWS, magazín o obchodu a exportu, který vydavatelství ANTECOM ve shodě s tiskovým zákonem dlouhodobě připravuje ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR, Ministerstvem zahraničních věcí ČR, Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, agenturami CzechTrade a CzechInvest a dalšími institucemi podporujícími český vývoz. Zůstaňte našimi čtenáři a budete mít i nadále aktuální informace o nových trendech v obchodu a exportu, specifikách zahraničních trhů a obchodních příležitostech, praktické rady pro vstup na zahraniční trhy a působení na nich, finanční a právní poradenství atd.

Společnost ANTECOM s.r.o., IČ: 28362926, se sídlem Blatenská 2166/7, 148 00 Praha 4, pracuje s osobními údaji odpovědně a v souladu s požadavky zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů. V souvislosti s implementací požadavků GDPR, tj. nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 o ochraně osobních údajů, si vás dovoluujeme informovat, že zpracování vašich osobních údajů pro přípravu direct mailingové databáze, která obsahuje pouze poštovní doručovací adresy a slouží výhradně k bezúplatnému zaslání titulu TRADE NEWS, provádíme z důvodu oprávněného zájmu společnosti ANTECOM s.r.o., kterým je poskytování informací v oblasti obchodu a exportu. Předmětná databáze byla sestavená a je průběžně doplňovaná na základě požadavků partnerů titulu nebo přímo na základě požadavků vašich. Aktualizuje se před každým novým vydáním a předešlá databáze se vymazává. Proto vás nebudeme obtěžovat žádostí o udělení souhlasu se zasláním titulu TRADE NEWS, ale umožníme vám v případě, že si to budete přát, váš subjekt (firma/jméno/ulice-číslo/obec/PSC) z předmětné databáze pro bezúplatný direct mailing magazínu jednoduše odhlásit na adrese: produkce@antecom.cz. Nařízení GDPR vstoupilo v platnost 25. května 2018. Od tohoto data máte možnost uplatnit tato svá práva: právo na výpis evidovaných údajů, opravu, výmaz, omezení zpracování, vznést námitku, podat stížnost prostřednictvím e-mailové adresy: poverenec@antecom.cz.

EURO BLECH



22. – 25. října 2024 | Hannover, Německo

THE POWER OF PRODUCTIVITY

Navštivte přední světovou výstavu zpracování plechu!



>90 000 m²
výstavní plochy



Přibl. 1 500
vystavovatelů



Prohlídky
s průvodcem



Fórum
přednášejících



Ocenění
v oboru

EuroBLECH 2024 pokrývá celý technologický řetězec zpracování plechu:

Plechy, trubky, profily (železné a neželezné) • Plechové výrobky, komponenty, sestavy • Manipulace • Separace, řezání • Formování • Ohýbání plechu • Zpracování trubek / profilů • Zpracování hybridních struktur z plechu/plastů • Strojní prvky • Spojování, svařování, upevňování • Aditivní výroba • Povrchová úprava plechu • A mnoho dalšího

VÍCE INFORMACÍ VIZ

www.euroblech.com

Built by
RX In the business of
building businesses

Banka vašeho businessu



KB