

„České firmy se v Polsku uplatňují zejména specializovanými výrobky. Je zde přítomna řada českých strojařů,“

vedl v rozhovoru pro časopis All for Power Adam Suchanek (adam.suchanek@czechtrade.cz), ředitel kanceláře CzechTrade ve Varšavě.



Adam Suchanek

V roce 1999 absolvoval fakultu mezinárodních vztahů na Vysoké škole ekonomické v Praze, poté pracoval v exportních odděleních českých firem. Naposledy před svým nástupem do CzechTrade řídil od roku 2009 pobočku firmy Bochemie ve Vietnamu, kde měl na starosti start prodeje specializovaných chemických výrobků na tomto velmi rychle rostoucím, ale náročném asijském trhu. Pochází z Karvíně, je polské národnosti, takže díky dvojjazyčné výuce na základní a střední škole se v polsko-českém prostředí pohybuje od narození. Od dubna 2012 řídí kancelář ve Varšavě, která dlouhodobě patří k nejtíženějším z celé zahraniční sítě CzechTrade. V Polsku usiluje o velmi praktickou podporu českým exportérům, tak jak si ji představují vlastníci a ředitelé společností – konečným cílem není splnění si „úřední povinnosti“ vůči další české firmě, ale zahájení reálných prodejů. Jako otec tříletých dvojčat se v poslední době intenzivně pracuje na svém time managementu a rozdělení času mezi rodinu a práci.“

Jaké aktivity letos CzechTrade chystá v Polsku?

Hlavními aktivitami CzechTrade jsou individuální služby pro české exportéry vždy podle konkrétního požadavku firem, které se na nás obrazejí. Nejčastěji se jedná o pomoc ve vyhledání distributorů, partnerů nebo přímo koncových zákazníků. Jinak jsme ale schopni dělat služby velmi různorodé, a to od hledání pracovníků, přes PR, obchodní podporu (třeba uskladnění a distribuci vzorků, letáků), pomoc s organizací firemních prezentací a podobně. Velmi často také pomáháme

s organizací už konkrétních obchodních schůzek a účastníme se jich jako státní instituce v roli jakéhosi „garanta“ solidnosti českého dodavatele pro polské partnery.

Kolik máte v Polsku zastoupení a odpovídá to velikosti a významu trhu?

CzechTrade má v Polsku nyní dvě kanceláře – ve Varšavě a nově od roku 2014 i v Katovicích. Otevření nové kanceláře si vyžádal velký zájem českých firem o dynamicky rostoucí polský trh. Obě kanceláře působí koordinovaně a dělí si práci spíše podle vytižení než územně. Přestože je Polsko rozsáhlé, nestává se často, aby zájmy českých firem byly čistě regionální – např. aby měla firma zájem pouze o obchodní kontakty v průmyslově silném Slezsku (Katovice). Preference nalezení obchodních partnerů na jihu Polska se občas vyskytne (např. kvůli dosahu servisu přímo z ČR), ale ve valné většině se firmy rozhodují pro pokrytí celého trhu.

Jedinou výjimkou z tohoto pravidla jsou veletrhy, kdy se varšavská kancelář stará o akce v severní polovině Polska, včetně hlavního veletržního města Poznaně, z Katovic potom organizujeme akce na jihu (nejčastěji Katovice, Sosnowiec, Kielce).

Pro oblast energetiky je pro nás stěžejní akce Energetab, která se už tradičně koná v Bielsku-Biala asi jen 30 km od hranice s ČR v Českém Těšíně. Co do počtu vystavovatelů i návštěvníků se jedná o největší akci v oblasti energetiky v Polsku. V roce 2014 se na Energetabu představilo celkem 749 vystavovatelů z 20 zemí, výstavu si přišlo prohlédnout přes 20 000 návštěvníků.

Je třeba konstatovat, že v průběhu posledních let došlo k postupnému posunu zaměření veletrhu Energetab od velké energetiky spíše k elektroinstalačním komponentám a dalším subdodávkám pro výrobce technologií pro velké energetické celky. Velké polské energetické společnosti jako např. Tauron či ENEA se veletrhu účastní se svými divizemi distribuce a prodeje. Abychom dokumentovali různorodost oborů, kterými se zabýváme, uvedeme jen výčet akcí do konce roku – veletrhy organizované kanceláří ve Varšavě:

- WorldFood, Varšava – potraviny a nápoje
- Subcontracting, Poznaň – subdodavatelský veletrh
- Wod-Kan, Bydgoszcz – technologie pro vodovody a kanalizace, ekologie
- Trako, Gdaňsk – železniční veletrh

a akce kanceláře v Katovicích:

- Autostarda, Kielce – veletrh silničního stavitelství

- Energetab, Bielsko-Biała - veletrh energetického průmyslu
- Biznes Expo, Katowice – veletrh služeb pro malé a střední podniky

Jak dlouho již CzechTrade na polském trhu působí? Mění se postupem let náplň práce, činnost, aktivity...?

Zahraniční kancelář ve Varšavě byla otevřena v roce 1999 a byla jednou z prvních kanceláří otevřených po založení agentury v roce 1997. Na činnost měl určitě klíčový vliv vstup obou zemí do EU v roce 2004. Před tímto datem určitě měly aktivity více technický charakter – cla, obtíže s přeshraničním dovozem zboží apod. Od vstupu však vzájemný obchod začal růst téměř exponenciálním tempem a mezi lety 2004 až 2014 se obrat ztrojnásobil. To bylo období zakládání poboček, investic velkých firem, obecně velké obchodní aktivity. A poslední období začalo asi krizí roku 2008, kdy už mnohé zejména české společnosti začaly svoji činnost velmi pečlivě sledovat. V posledních letech vím o českých firmách, které svoje kanceláře v Polsku zavírají a stahují si obchod zpět do českých centrál kvůli úspoře nákladů.

Tomuto ekonomickému vývoji odpovídaly i změny v činnosti CzechTrade. Skladba aktivit se asi příliš nemění, spíše poměr jejich využívání firmami. V době největšího boomu byl velký zájem o prezentace na veletrzích, nyní už převažuje spíše zájem o hledání konkrétních obchodních kontaktů.

Realizujete množství akcí pro české firmy. Jakou máte zpětnou vazbu – ve směru případného úspěchu a uplatnění českých firem v Polsku?

Samotná realizace veletrhů, konferencí není naším hlavním posláním. To jsou jen jedny z mnoha nástrojů pro dosažení našeho hlavního cíle, a tím je posílení pozice českých exportérů v Polsku a zvýšení hodnoty našeho vývozu. Reakce firem po veletrzích jsou většinou pozitivní, pokud však jde o uplatnění českých, a zejména malých a středních firem, situace už zdaleka není tak růžová. Hlavním důvodem jsou často přehnaná očekávání a hlavně nepřipravenost na polská specifika. Ano, naše jazyky jsou sice podobné, ale nejsou stejné a smýšlení, zejména to obchodní, už vůbec ne. Stejně tak je tomu i se sympatiemi k Čechům – v žebříčcích popularity národů jsme se u Poláků většinou umísťovali na prvních místech. V obchodě toto už ale příliš nepomáhá. A minulého času v předchozí větě jsem užil záměrně, protože se obávám, že i v té „lidské“ popularitě v poslední



CzechTrade je první volbou českých exportérů při pronikání na mezinárodní trhy

ICCI 2015 a Mise českých energetiků

4.–8. 5. 2015, Istanbul, Turecko

Veletrh je tradičně podporován nejvýznamnějšími státními subjekty a oborovými asociacemi jako nejdůležitější mezinárodní událost v energetickém průmyslu. Před samotným veletrhem bude organizována obchodní mise s cílem prezentace místním energetickým holdingům.

Zaměření veletrhu: výroba elektrické energie, pomocné systémy elektráren, rozvod elektrické energie a environmentální technologie spojené s výrobou elektřiny.

Cairo Energy 2015

1.–3. 9. 2015, Káhira, Egypt

International Energy, Oil & Gas Conference & Exhibition 2015 zaujímá pozici nejdůležitějšího energetického veletrhu v Egyptě. Veletrh je zaměřen na následující kategorie: výstavba a retrofity elektráren, zpracování ropy a zemního plynu a obnovitelné zdroje energie.

Energetab 2015

15.–17. 9. 2015, Bielsko-Biala, Polsko

Veletrh si svou popularitu získal pojetím energetiky jako komplexu činností od vytváření energie, její kumulaci a uchovávání až po distribuci, což umožňuje jednotlivým firmám představit své výrobky a technologie v náležitém kontextu.

Zaměření veletrhu: suroviny a paliva pro výrobu energie, stroje a zařízení na výrobu, přeměnu a kumulaci energie, využití obnovitelných zdrojů energie, distribuce elektrické energie, měřicí a kontrolní systémy, automatické řídicí systémy a informatika, elektroinstalační zařízení a konstrukce a řešení elektrických inženýrských sítí.

Electric, Power and Renewable Energy INDONESIA 2015

16.–19. 9. 2015, Jakarta, Indonésie

Indonésie má obrovský potenciál rozvoje energetického sektoru. Výstavba elektráren všech možných druhů a přenos elektrické energie je prioritou nové vlády.

Zaměření veletrhu: výroba a rozvod elektrické energie, pomocné systémy elektráren, obnovitelné zdroje energie (geotermální a solární energie, zpracování biomasy).

*Kontakt: Marek Jentschke, tel.: 224 907 584, mobil: 727 871 639,
E-mail: marek.jentschke@czechtrade.cz*

době poněkud tratíme – jak kvůli kampaním proti polským výrobkům v ČR, tak třeba kvůli poněkud odlišnému přístupu k rusko-ukrajinskému konfliktu.

A další věc, kterou české firmy často podceňují je, že polský trh je sice velký, ale díky tomu je také jednak bohatá nabídka místních výrobců téměř v jakémkoliv oboru a jednak je zde také většinou silně přítomna i zahraniční konkurence. Takže bez dobré ceny nebo bez originálního produktu se zde prosazuje těžko.

Čím by mohly být (nebo jsou) české firmy (v oboru hutnictví, energetiky, strojírenství) pro Polsko přínosné?

Platí to, co již bylo řečeno v předchozí odpovědi... České firmy se zde uplatňují zejména specializovanějšími výrobky, je zde přítomna řada českých strojařů. Stejně tak v energetických subdodávkách se české firmy mohou pochlubit zahraničními referencemi z poslední doby, které často polským firmám chybí.

Jak komunikujete s polskými firmami, investory?

V komunikaci s polskými firmami se snažíme co nejvíce o přímý kontakt – telefonický, emailový, osobní, vždy přímo na zodpovědné osoby. Hromadný mailing zde má snad ještě menší odezvu než v ČR. Snažíme se využívat už existujících kontaktů v daném oboru, buď přímo pro zprostředkování obchodu, nebo alespoň pro získání informací. Vzhledem k neomezené šíři našeho záběru to ale bývá obtížné – je těžké být odborníkem na výrobky od mraženého pečiva, přes léky až po subdodávky pro jadernou elektrárnu. Vzhledem ke geografické blízkosti našich trhů se v Polsku má teoretickou možnost uplatnit téměř jakýkoliv výrobek, takže se ani nemůžeme nějak oborově specializovat. Vzhledem k probíhajícímu rozkvětu energetických investic se ale například zrovna energetice snažíme věnovat nadprůměrnou část našich kapacit.

Jak si vybíráte české firmy, které zvete na vaše akce? Jde mi o úroveň garance, že se s polskými partnery sejdou „prověřené“ české firmy, žádní podvodníci...@

Pokud jde o serióznost českých firem, tak ta je pro nás stěžejní, protože zejména s velkými polskými firmami musíme být často v kontaktu vícekrát a nemůžeme si tedy dovolit „dotat“ jim nespolehlivého českého partnera. S výběrem solidních firem ani tak problém není, občas se však stává, že česká firma nemá dostatečnou kapacitu třeba na zpracování nabídek pro polského odběratele a i drobné zádrhly v komunikaci jsou pro nás nepříjemné. Jakkoliv se snažíme průběhu komunikace napomáhat, pro konkrétní technické nebo cenové informace se to bez kontaktu s českou firmou neobejde.

Konkrétně v „těžkých“ oborech typu energetiky je situace s výběrem firem jednodušší

díky tomu, že klíčovým parametrem výběru dodavatele jsou často jeho reference, a ty se příliš ošidit nedají.

K jaké ukázkové spolupráci českých a polských firem jste napomohli? Uveďte příklad.

Zde je třeba poznamenat, že se na nás nejčastěji obrací menší firmy. Takže nečekejte žádný trhák typu jak CzechTrade pomohl Škodě Auto v získání první příčky v prodeji osobních aut v Polsku. Ani Plzeňský Prazdroj, Kofola, Olma, voda Magnesia nebo výrobky Emco nejsou zde úspěšné díky nám, i když u těchto firem pomáháme doufám alespoň minimálním dílem v dalším šíření jejich popularity.

Jako ukázkový bych spíše uvedl případ, kdy se nám povedlo propojit polského obchodního agenta jedné české firmy s dalším českým dodavatelem, vše v oboru stavebních materiálů, samozřejmě se nejednalo o konkurenty. Nyní po méně než roce prodeje obou firem dále stoupají. Bohužel nemám souhlas ke zveřejnění jmen firem. Chtěl jsem jen na tomto případě ukázat, jak důležité je postupné budování znalosti trhu a kontaktů zástupci CzechTrade.

Jak spolupracujete a zda vůbec s polskou agenturou, která se naopak snaží o uplatnění polských firem v Česku?

Polsko nemá agenturu podobnou CzechTrade. Naši činnost na polské straně vykonávají obchodní radové ambasád. S polskými kolegy máme velmi dobré vztahy, vyměňujeme si informace i kontakty, často se na nás obrací třeba polské firmy s žádostí o hledání českých odběratelů, v tom případě je většinou předáváme právě do péče obchodního oddělení polské ambasády v Praze a funguje to podobně i obráceně. V Praze funguje navíc Klub polského kapitálu sdružující zejména polské investory v ČR, i s jeho vedením je kontakt podobně velmi otevřený a přátelský.

Úloha CzechTrade „začíná a končí“ zprostředkováním kontaktů nebo poskytuje českým firmám v Polsku i další služby (například financování projektu, pojištění...)?

Do financování nebo pojištění se nepouštíme, od toho tu jsou kolegové z EGAP a ČEB, i když i jejich role v Polsku je asi velmi omezená díky široké nabídce jak finančních, tak pojišťovacích služeb v komerční sféře. Ale neekl bych, že naše role končí předáním kontaktů. Často se na nás obrací třeba firmy, které už v Polsku mají svoje obchodní zastoupení, jeho místní zaměstnanci se ale starají čistě o dennodenní běh obchodu. Jakmile ale vedení české firmy potřebuje obecnější náhled, zpracováváme pro ně průzkumy trhu nebo jiné analýzy.

Myslím, že nezanedbatelnou roli hraje i výměna informací na neformální úrovni. Proto se snažíme o to, aby české firmy, které tu už jsou, dále s námi i nově přicházejícími Čechy komunikovaly. Už skoro tři roky organizují schůzky Čechů a tak nějak historickým vývojem i Slováků,

kterí zde působí, často i v polských nebo nadnárodních firmách. Je to pro nás nejen odreagování po práci a společenská událost, ale taky možnost se dozvědět něco o tom, jak se v byznysu daří ostatním.

V jakém směru činnost CzechTrade v Polsku směřuje k podpoře firem, které se již v Polsku úspěšně etablovaly?

Kromě případů zmíněných v odpovědi na předchozí otázku se musím přiznat, že dobře fungující české firmy jsou pro nás často více zdrojem informací než my zdrojem pomoci pro ně. Ne že bychom jim pomoci nechtěli, ale velké firmy zde většinou už mají celé týmy lidí, odborníků ve své branži, kteří místní trh znají lépe, než my ho budeme kdykoliv schopni poznat. I touto cestou bych rád poděkoval za to, že často i top manažer velké firmy je schopen věnovat mi pár minut svého drahocenného času pro předání svých zkušeností s polským trhem. Doufám, že i to je známkou dobrého jména CzechTrade.

Setkali jste se s tím, že polská strana přišla s požadavkem na kontakty na konkrétní české firmy?

Není to časté, ale několikrát se nám stalo, že si polské firmy našly nějaký český výrobek, jehož výrobce se jim nedařilo kontaktovat a v navázání kontaktu jsme jim pomohli. Častější je, že se na nás polské firmy obrací s požávkami po výrobcích nebo vstupech pro svoji další výrobu a prosí nás o vyhledání potenciálních dodavatelů z ČR. Pro tyto případy má CzechTrade dobře zavedený systém zpracování poptávek a tým lidí na centrále, kteří jsou schopni výrobce aktivně vyhledat. Firmy se o těchto poptávkách dozví třeba na portálu BusinessInfo.cz. Osvědčuje se nám, že pokud jsme schopni polskému partnerovi pomoci, obrací se na nás znovu a je to i pro české firmy ideální příležitost dostat se k hotové zakázce bez zdoluhavého „namlouvání“ s polským zákazníkem. Máme takto zavedenou spolupráci i s polskými nákupčími koncernů jako ABB, Hitachi, Bosch nebo Emerson.

Je předmětem činnosti CzechTrade i komunikace s konkrétními polskými investory, kteří by měli zájem podnikat na území Česka? Uveďte v tomto směru několik referencí v oboru hutnictví, energetiky, strojírenství...

Po velmi krátkém období úvah o spojení CzechTrade a CzechInvest současná vláda od sloučení ustoupila. Takže s investiční tematikou se příliš nesetkáváme. V případech, kdy se na nás obrací potenciální investor, předáváme kontakt kolegům z CzechInvestu. Nevím o žádném zájmu z uvedených oborů. Setkávám se často se zájmem menších polských firem nebo i živnostníků o podnikání v ČR, zejména z důvodu menší byrokratické zátěže. Zdá se mi, že tento trend v poslední době sílí.

(čes)