

Dóra Egressy:

MAĎARSKO JE NÁM BLÍŽ, NEŽ SI MYSLÍME ČESKÝM EXPORTÉRŮM SE TAM NAVZDORY COVIDU DAŘÍ

Dóra Egressy, ředitelka kanceláře CzechTrade v Budapešti, zná velmi dobře Česko i Maďarsko a potvrzuje, že mají mnoho společného. Ať jde o ukazatele, jako jsou počet obyvatel, rozloha, struktura ekonomiky, kupní síla domácností či vkus spotřebitelů. „Oba národy se velmi rychle učí, sledují poslední trendy a rychle se jim přizpůsobují, drží krok s digitalizací a celkově jsou otevřené vůči ostatním,“ poznamenává a dodává, že české výrobky tu mají obrovskou konkurenční výhodu v německé kvalitě za středoevropskou cenu. Hovořili jsme s ní v době stále probíhající pandemie covidu-19, ale s vyhlídkou na snad optimističtější rok 2021.



Dóra Egressy, ředitelka
kanceláře CzechTrade Maďarsko

Jak se Maďarsko zatím s covidem vypořádává? Platí nějaké zakázky či omezení i pro obchodní styk?

Maďarské hranice jsou sice od podzimu 2020 zavřené, ale pro byznys platí výjimky. Když jedete do Maďarska obchodně, nemusíte mít ani negativní test, ani jít do karantény. Stačí vám zvací dopis od obchodního partnera a vyplněný vstupní dotazník. Stejně tak hotely mohou přijímat obchodní hosty. Pozitivní je, že v poslední době Maďarsko zažívalo stagnaci – shodou okolností však v tyto dny, kdy spolu mluvíme, začala čísla zase mírně růst. Vláda avizuje rozvolňování na jaro, ale vše se uvidí podle aktuální situace. Abych přece jen zakončila optimističtěji, už na druhé čtvrtletí letošního roku se odhaduje dvouciferný růst maďarského HDP. Tak si všichni držme palce!

Můžete uvést konkrétní příklady toho, jak pandemie mění spolupráci a komunikaci českých a maďarských firem, v dobrém či špatném?

U českých firem výrazně roste zájem o služby místních agentur, které jim v Maďarsku zajistí online marketing. Jinak si myslím, že zásadní změny nejsou, a z loňského roku máme i několik příkladů, kdy se česká a maďarská strana dohodly na spolupráci kompletně na dálku, bez nutnosti osobního jednání.

Dalším exportním úspěchem z loňska je například skvělá zakázka na dodávku nemocničních lůžek, která se podařila dotáhnout české firmě Proma Reha.

Časový rámec realizace obchodní spolupráce se prodloužil. Například v potravinářství se teď posílají vzorky přes kurýra, což v součtu s tím, že mnoho nákupčích pracuje z domova, celý proces výrazně prodlužuje.

Česko je tradičně silné v e-commerce. Jak se v Maďarsku daří českým e-shopům? Jak moc jsou Maďaři zvyklí nakupovat na internetu?

Ředitel maďarské pobočky Alza potvrdil, že minulý rok jim přinesl zatím nejvyšší tržby, a letos tu mimo jiné plánují zčtyřnásobit počet Alza boxů. Maďaři si na internetové nakupování zvykli rychle: průzkumy ukazují, že většina lidí, kteří poprvé nakoupili v e-shopu až na jaře 2020, tam nakupují i nadále. Pokud jde konkrétně o potraviny, před pandemií je kupovalo online jen osm procent Maďarů, a během ní čísla stoupla o desítky procent. I Rohlík potvrzuje, že rok 2020 byl v Maďarsku jejich rekordní.

Obecně tu v loňském roce významně rostly frekvence i objemy online nákupů a s tím jde ruku v ruce i stoupající důvěra v online platby a bezhotovostní styk u maďarských spotřebitelů: čtyři z deseti uvedli, že pandemie proměnila jejich platební zvyklosti. Je potřeba zmínit i probíhající změny daňového prostředí, ať už jde o povinnost e-shopů poskytovat okamžité informace o transakcích daňovému úřadu, nová pravidla pro záruky či tzv. one-stop shop, což je iniciativa platná na úrovni celé EU. Pro snazší orientaci můžete poradit buď my v CzechTrade Maďarsko, nebo doporučíme specializované daňové poradce.

Stavebnictví a design na vzestupu

Maďarské stavebnictví díky DPH na obytné domy a byty snižené na pět procent čeká pravděpodobně velký boom. Kde vidíte největší příležitosti pro české podniky?

Boom do určité míry začal už loni – v pandemii si lidé začali více renovovat své bydlení, a kutilské obchody díky tomu zažily čtyřiceti- až padesátiprocentní růst. Z toho těžily i české firmy, jako jsou

Alukov, který vyrábí zastřešení bazénů, nebo dodavatelé koupelen a koupelno-veho vybavení Ravak či Sapho.

Jinak zmíněná pětiprocentní DPH platila v Maďarsku už v letech 2016 až 2019, kdy byla spojená s vládní podporou vlastního bydlení v novostavbách pro rodiny s dětmi. Tyto incentivy vláda obnovila loni na podzim a podporu rozšířila i na rekonstrukce bydlení. Stát vám proplatí polovinu veškerých výdajů spojených s rekonstrukcí do šesti milionů forintů, státní podpora tak může dosahovat až tři miliony forintů. Vidíme tu velkou příležitost pro české firmy, které dodávají koupelnové vybavení, kuchyně, okna, dveře, izolace, ale i nábytek nebo interiérový design.

Česko bude hlavním hostem přehlídky interiérového designu S/ALON Budapešť. Co přesně to pro naši zemi obnáší a kdy se veletrh koná?

Veletrh bude na konci září a česká expozice, která vzniká ve spolupráci s Design Centrem CzechTrade, bude ve středu celého areálu. To spolu s tradičně silným mediálním pokrytím znamená, že se české subjekty účastníci se této akce dostanou výrazně do povědomí na maďarském trhu.

Šance i mimo tradiční segmenty

Která další odvětví skýtají nyní nejvíc příležitostí pro české podniky? Existují překvapivé nebo jinak zajímavé segmenty, kde se prosazují, mimo tradičně silná odvětví typu strojírenství, potravinářství či energetiky?

Výrazně roste počet podniků nabízejících služby typu právní či daňové poradenství, pojišťovnictví nebo služby spojené s e-commerce. Ze specifitějších odvětví je to třeba firma Eko-system, což je jeden z největších dodavatelů protipovodňových hrází v Maďarsku, či firma Cerva, která vyrábí a prodává pracovní a ochranné oděvy.

V čem je maďarský trh naopak specifický? Na co by si čeští exportéři měli dát pozor?

Určitou bariérou může být 27procentní DPH, a proto doporučujeme mít dobře promyšlený exportní ceník. Dále tu neexistuje systém obchodních agentů – váš

maďarský partner bude chtít exkluzivitu. Také upozorňujeme na úskalí automatických překladů daňových a právních dokumentů a marketingových podkladů.

Na kterou spolupráci s českými firmami jste zvláště hrdí? Kde podle vás sehrál CzechTrade klíčovou roli?

Napadá mě třeba firma I love Hummus: od úvodního telefonátu přes přípravu podkladů a účast na potravinářském veletrhu až po samotný vstup na trh nám bylo potěšením s tímto podnikem spolupracovat. Nebo firma Moram z Hodonína, která vyvíjí a vyrábí různé technologie pro obce a města; do Maďarska jsme jí pomáhali dostat infrazářiče, které se podílejí na opravě výmolů na silnicích. Teď vyvíjí informační altány pro obce, které v sobě integrují funkci úřední desky, informačního panelu, venkovní učebny, reklamní plochy nebo nabíječky na mobil.

Jak funguje spolupráce maďarských a českých firem na poli inovací? Na podzim je plánována konference City for the Future. Můžete nám ji přiblížit?

Tato akce navazuje na Setkání partnerských měst a obcí Česka a Maďarska, kterou jsme pořádali už v letech 2018 až 2019 spolu s velvyslanectvím Maďarska v ČR a vybranými regiony obou zemí. Chtěli jsme tato setkání rozšířit a více zdůraznit jejich byznysovou stránku. City for the Future je určená na jedné straně starostům obcí a měst a na straně druhé firmám, které jim mohou nabídnout konkrétní inovativní řešení spojená s chytrými městy a jejich udržitelným vývojem. Současně vzniká Alliance pro aplikovatelná smart city řešení pro obce, která by jako integrátor souhrnně prezentovala možnosti českých firem v zahraničí. ■

*S DÓROU EGRESSY HOVOŘIL DANIEL LIBERTIN
FOTO: ARCHIV CZECHTRADE*

Na podporu národního designu vzniklo DESIGN CENTRUM CZECHTRADE s cílem zajistit českým firmám a designérům účinný informační, poradenský a dotační servis a aktivně propagovat český design v zahraničí.