

Ptáme se ředitelů zahraničních kanceláří agentury CzechTrade v Jihoafrické republice a Nigérii:

Proč by podle vás měla česká firma exportovat právě do JAR, resp. Nigérie?

Jihoafrická republika



Petr Haramul
Ředitel CzechTrade Johannesburg

Jižní Afrika je stále něčím nová. Překvapuje mě rychlostí, s jakou se rozrůstá a mění. Je to trh s obrovským potenciálem a jen s drobnými exportními bariérami. Navíc je to brána do subsaharské Afriky.

Aby mohla společnost nově vstoupit na místní trh, ve většině případů musí mít lokálního distributora. Každá firma, která na trhu působí, musí splňovat podmínku zaměstnávat minimálně 70 procent místních obyvatel a musí ji dodržet i distributor. Zároveň by měl potenciální zájemce před vstupem na jihoafrický trh zvážit, zda nebude překážkou velká vzdálenost.

Ta není podstatnou bariérou, jen je třeba volit lodní dopravu zboží, nikoliv leteckou, která je příliš nákladná. České firmy se většinou domluví a posílají své zboží jedním kontejnerem. Často narážíme na nutnost mít nezbytné certifikace výrobků, jejichž získání je časově náročné, jde o administrativně komplikovaný proces. Ovšem jakmile výrobce získá certifikáty v Jihoafrické repub-

lice, může pak prodávat i v dalších zemích subsaharské Afriky. Velikým přínosem pro získání kontaktů a nových zákazníků jsou veletrhy. Zejména v JAR, na rozdíl od jiných jihoafrických států, jsou veletrhy populární a využívají je i sousední státy. Několika českým firmám se podařilo podepsat kontrakt přímo na veletrhu.

Země se rozvíjí a potřebuje přesně ty typy dodávek, v nichž mělo Česko vždy špičkové know-how a dobré jméno. Nová značka Made in Czech Republic ještě nemá stejně dobré jméno jako Made in Czechoslovakia, ale už se to začíná lámat. Třeba i v odvětvích, u kterých bychom to tolik nečekali, jako je výroba golfových vozíků. Když se k tomu přidají dobré reference, nejlépe z Velké Británie nebo Nizozemska, je napul vyhráno.

Jihoafrické podniky si financování svých obchodů zajišťují bez větších potíží, byť jsou úrokové sazby kolem deseti procent, což je pro Evropu šílené číslo, ale pro trhy v subsaharské Africe jsou tyto sazby naprosto normální. ✘

Nigérie



Štěpán Beneš
Ředitel CzechTrade Lagos

Nigerijská ekonomika představuje velké lákadlo pro zahraniční investory a výrobce. Její proimportní zaměření spolu s populační explozí katapultovalo místní trh do pozice „otesánka“, který je ochoten koupit a pozít skoro vše. Trh zatím není zcela saturován a kupní síla je obrovská. Většina evropských a zaoceánských zemí si tento potenciál uvědomuje a snaží se na trh proniknout „stůj co stůj“.

Tamní trh je nicméně dosti specifickým místem s odlišnými realitami. Firma, která tam chce začít prodávat, by si měla nejdříve najít seriózního partnera, který má nastavený svůj networking. Je také důležité počítat se značnou dávkou korupce, která je v zemi hluboce zakořeněná a v jistém smyslu je jednou z hybných sil země, takže se nedá vnímat zcela negativně.

Někdy můžete nabyt dojmu, že čím levnější, tím pro Nigerijce lepší. Ale tak to zcela

není, jelikož v zemi je početná komunita milionářů a miliardářů, kteří si rádi koupí drahou a značkovou věc, což je pro ně otázkou prestiže a sociálního statusu. Nigerijský zákazník s vámi bude rád hrát hru, že nejdříve chce všechno a hned, pak začne licitovat o ceně a teprve následně se dostanete ke konečnému jednání. Při něm zjistíte, že z požadovaného objemu je půlka, a ještě musíte dát slevu. Patří to k místnímu koloritu a je třeba s tím při cenotvorbě počítat.

Vnímání České republiky je v zásadě pozitivní, a to díky historickým vazbám na Československo. České zboží se zde těší oblibě, jelikož nabízí jedinečnou kombinaci vysoké evropské kvality a příznivé ceny, což nám dává výhodu před západními zeměmi. Je ovšem důležité si uvědomit přítomnost čínských firem, které hrnou do země levné zboží. Mnoho malých nigerijských firem je na Číně doslova závislých. ✘