

# Stojíme na počátku digitalizace prodeje oceli

Ve dnech 25. a 26. dubna 2019 se v Praze uskutečnilo zasedání Eurometalu, mezinárodní organizace sdružující obchodníky s hutními materiály. Téměř stovka specialistů v oboru, ředitelé a klíčoví představitelé hlavních hráčů na trhu, projednávali nejnovější poznatky a trendy v oboru. Akce se konala v hotelu Grand Majestic Plaza a součástí doprovodného programu byly i oslavy 190. let výročí založení společnosti Ferona – generálního partnera. Dalším hlavním partnerem setkání pak byla společnost XOM Materials GmbH, která na trh přichází s evoluční myšlenkou možnosti prodeje hutních polotovarů prostřednictvím tzv. „on-line digitální tržnice“. Tim Milde, COO (Chief Operations Officer) společnosti XOM Materials k tomu uvedl, že digitalizace se stává nevyhnutelným procesem i v případě prodeje hutních výrobků. Firmy by podle něj neměly zůstat dlouho stranou a měly by být hned na začátku tohoto procesu proto, aby jim „neujel vlak“. Jeho slova potvrdil i Georges Kirps – do 1. dubna generální ředitel Eurometalu. Ten naznačil, že ti, kteří budou digitalizovat již dnes, budou mít v budoucnu významnou konkurenční výhodu.

## PREZENTACE DIGITÁLNÍ ON-LINE „TRŽNICE“

Jak jsme již uvedli dříve, Tim Milde vystoupil s velice diskutováním tématem, a to s možností prodeje hutních výrobků prostřednictvím on-line platformy, resp. digitální tržnice. Ve svém vstupu tak naznačil směr, kterým se bude ubírat ocelářský průmysl v nejbližších letech poté, co budou implementovány ve větší míře IT technologie do výroby a distribuce. Tim Milde ve své přednášce na úvod popsal nevýhody aktuálního stavu obchodování s ocelí. „Dodavatelé hutního materiálu a hutních polotovarů využívají sice roky ověřené, ale konzervativní obchodní kanály. Mnohdy dochází k neefektivnímu využití kapacit na skladě a obchodníci mají zbytečně vysoké zásoby, a to díky omezené předvídatelnosti poptávky a nízké flexibilitě nákupu,“ uvedl T. Milde. Konvenční obchodování je podle něj často nepřehledné a vstupuje zde, mnohdy i negativně, lidský faktor. Následně zmínil i fakt, že digitalizace proniká do mnoha oborů a prodej oceli a dalších kovů by neměl stát stranou.



Na zasedání Eurometalu se sešli klíčoví zástupci obchodníků a výrobců oceli z celého světa

Digitalizace a on-line prodej přes tomu určenou platformu by podle něj výše uvedené nedostatky měly eliminovat, celý proces zefektivnit a nabídnout obchodníkům s ocelí a kovy nové příležitosti a dosáhnout tak vyšších příjmů při dosažení úspor nákladů. Tržnice je podle zástupce otevřená 24 hodin denně, a sedm dnů v týdnu a denně je zásobováno „čerstvými“ výrobky – nabídkami. Presentované on-line tržiště se pomalu rozvíjí. V současné době se do procesu zapojilo cca 1 000 subjektů s celé Evropy, především zatím z řad dodavatelů hliníku. „Celá myšlenka bude o to úspěšnější, když se do procesu zapojí co nejvíce dodavatelů a potenciálních klientů, čili subjektů. Mimo hutní produkty bychom chtěli tržiště otevřít i pro dodavatele plastů či plastových výrobků,“ uvedl T. Milde.

## DISKUZE O DIGITALIZACI PRODEJE

O jeho přednášce se pak diskutovalo nejen po skončení, ale i v předstí plánujících přestávek. „Informace o on-line tržnici byla zajímavá, nicméně ocel se podle mě nedá prodávat zatím stejně jako mobilní telefon či pračka. Těch specifik, která charakterizují



Tim Milde, COO společnosti XOM Materials – momentka z jeho přednášky, kterou najdete v elektronické podobě na [www.konstrukce.cz](http://www.konstrukce.cz)

daný polotovar, je daleko více a bude důležité mít platformu nastavenou tak, aby se zde všechny nutné identifikační údaje uvedly. Nemůže stačit pouze vzorec „poptávaný profil/rozměry/hmotnost/cena“. Nabídky by pak byly prostě neporovnatelné,“ uvedl jeden z účastníků Eurometalu – Libor Černý, obchodní ředitel roury Arcelor Mittal Ostrava. „Toto vše je samozřejmě úkol pro programátory naší společnosti. V tomto směru neexistují žádná omezení, platforma je velice dynamická. Pokud mají být u konkrétního produktu desítky modulů pro klasifikace, pak je prostě nainstalujeme. Výhodou pro klienta je to, že mu nevznikají žádné náklady na vývoj a vylepšení této platformy. Aktualizace a nahrávání produktů do systému je velice snadné, pomocí předpřipravených šablon, které se dají upůsobovat potřebám u každého konkrétního výrobku zvláště,“ uvedl k tomu Tim Milde.

„Je to zajímavá myšlenka. Pokud se podaří vyřešit například otázku pojištění poptávky většího množství produktů, protože je asi rozdíl si před e-shop koupit mobil nebo 100 tun kolejnic, a případně i storno závazně objednávkou, když například v mezidobí od objednání zboží do dodání třeba naroste na trhu cena, může to fungovat,“ okomentoval přednášku Petr Olšanský, obchodní manažer firmy Stahlwerke Thuringen. Šéf firmy XOM Materials k tomu uvedl: „Poptávku lze samozřejmě (za jasně deklarovaných podmínek) odmítnout. Je taktéž jasné, že pokud někdo objednává stovky tun oceli, musí v rámci platformy existovat určitá záruka transparentnosti všech zúčastněných subjektů, ať již dodavatele tak i klienta. Na řadu přichází i otázka různých analýz rizik či pojištění takových obchodů a podobně.“



Podpis smlouvy o spolupráci (vlevo Stanislav Matusik, Hemat Trade Ostrava, a Tim Milde, XOM Materials)

### HEMAT TRADE OSTRAVA PODEPSAL NA EUROMETALU SMLOUVU O SPOLUPRÁCI

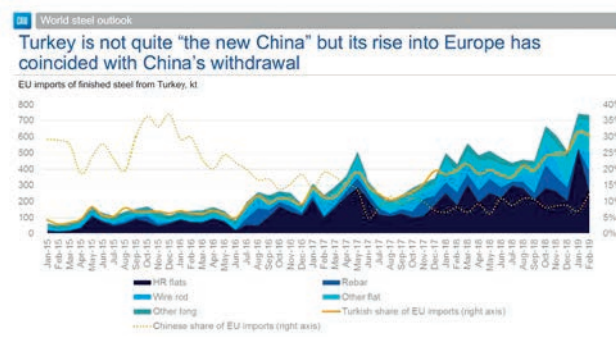
Na českém trhu společnost XOM Materials GmbH zastupuje Joe Maxant, podle kterého stále více firem zvažuje využití této platformy. „Intenzivně probíhají jednání na toto téma s lídry na trhu,“ uvedl Joseph Maxant. A právě v předvečer konání konference Euro-metal 2019 podepsali zástupci společnosti XOM Materials a Hemat Trade Ostrava smlouvu o spolupráci. Dodavatel hutních polotovárů vložil do „online tržnice“ svůj první produkt – železniční dvojkoli. „Očekáváme, že e-commerce nám otevře nové možnosti především na zahraničních trzích. Tuzemský trh je malý a karty jsou prakticky rozdány. Elektronická tržnice je našim novým obchodním kanálem a věříme, že tímto způsobem se naše portfolio klientů rozšíří,“ uvedl Stanislav Matusik, předseda představenstva, Hemat Trade Ostrava. „Úniku dat či informací se neobáváme. Když si někdo u nás emailem zadá poptávku, stejně musíme odkrýt všechny karty. Zajímavá je nabízená úroveň digitalizace dat, online přístup k fakturám a certifikátům, zpracování příchozích objednávek a poptávek. Systém umožňuje i řízení přepravních pro-

cesů,“ dodal Aleš Gerát, místopředseda představenstva Hemat Trade Ostrava. „Spolupráce má pro klienta i značný marketingový dopad. Povědomí o značce se dostane do celé Evropy. Projekt se rozjíždí zatím v EU a Švýcarsku. V letošním roce by se měly přidat i státy NAFTA (USA, Mexiko a Kanada) a další regiony budou následovat,“ dodal po podpisu smlouvy Tim Milde.

### VÝBĚR Z DALŠÍCH PŘEDNÁŠEK EUROMETALU

Jan Moravec (ředitel korporátního auditu Ferona) hovořil o současné situaci a trendech v obchodu s ocelí ve střední Evropě a Alexander Síryk, ze společnosti Metal Consulting popsal vývoji trhu s ocelí v zemích bývalého SSSR. Obě přednášky demonstrovaly volatilitu v poptávce v posledních letech a definovaly hlavní vlivy, které vytvářejí nejistotu, čili Brexit, dovozní cla, zpomalování německé ekonomiky a nestabilitu v cenách hlavních komodit (šrot, železná ruda, ropa a neželezné kovy). Zajímavostí je například to, že největším importérem oceli do EU není Čína, ale Turecko – viz příložený graf z přednášky (Matt Watkins, CRU). Velmi zajímavá byla přednáška Josu Pina Bilbaa ze švédské společnosti SSAB o trendech ve výrobě ploché oceli. Kromě výrobků na míru podle jejich použití nabízí i velmi zajímavou a užitečnou aplikaci Smart Steel pro sledování výrobního procesu i pro výpočet materiálových charakteristik oceli.

(čes)



Vývoj importu oceli z Turecka do EU



Společná fotka zástupců Hemat Trade Ostrava a XOM Materials (zleva: Aleš Gerát, Stanislav Matusik, Tim Milde, Joseph Maxant a Marek Sacha – CEO firmy XOM Materials)