

1997

1998

1999

2000

2001

VÝROČNÍ ZPRÁVA 2002

Česká agentura na podporu obchodu/CzechTrade

2003

Obsah



| | |
|----------------------------------|----|
| Vaše agentura | 4 |
| Hlavní události | 5 |
| Slovo ministra a ředitele | 7 |
| Struktura | 8 |
| Management | 9 |
| Světová síť | 10 |
| Regionální síť | 11 |
| Výsledky | 12 |
| Programy | 13 |
| Úspěchy | 14 |

Vaše Agentura



Úsilí všech zaměstnanců CzechTrade vedlo v roce 2002 k dosažení příznivého růstu agentury ve všech klíčových oblastech výkonnosti. Víme, že k exportnímu úspěchu je třeba překonat řadu překážek a umět využít příležitosti na náročném světovém trhu. Sázíme proto na individuální přístup ke klientům a profesionalitu našich služeb. Ambicí CzechTrade je přispět k dosažení společného cíle, kterým je růst konkurenceschopnosti českého exportu.

>> Kontaktní informace

Česká agentura na podporu obchodu/CzechTrade
Adresa: Dittrichova 21 Praha 2
Telefon: 224 907 500 Fax: 224 907 503
Email: info@czechtrade.cz
WWW: www.czechtrade.cz

>> Statut agentury

Česká agentura na podporu obchodu/CzechTrade byla založena rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu 1. května 1997. CzechTrade je národní proexportní organizací Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky.

>> Vize agentury

„Budme špičkovou národní proexportní agenturou založenou na profesionálním přístupu k zákazníkům, poskytující individuální řešení pro export... a navíc neustále zdokonalující svůj tým.“

>> Poslání agentury

„Jsme vládní agentura s unikátními informacemi o světových trzích a širokou sítí zahraničních a regionálních kanceláří. Nabízíme individuální řešení pro Váš úspěšný export. Využijte naše jméno a zkušenosti pro svou prezentaci.“

>> Klíčové hodnoty CzechTrade

Stanovení jasné vize nám pomohlo určit základní cíle agentury:

- chceme, aby čeští exportéři měli **špičkový servis**, který poskytují svým firmám země EU. V některých oblastech jsme to již dokázali;
- prosazujeme **profesionální přístup** k zákazníkovi. Nechceme nabízet obecné informace, ale usilujeme o **růst exportu** našich **klientů**;
- hledáme **individuální řešení** podle přání našich zákazníků. Jsme tým, který buduje **dlouhodobé partnerství** se svými klienty.

>> Značka agentury

Jednou z priorit CzechTrade je vybudování výborného jména českého exportu. Usilujeme, aby značka agentury pomohla k úspěchům našich klientů v zahraničí.

>> Síť agentury

CzechTrade poskytuje nejširší individuální asistenční služby v zahraničí. Na konci roku 2002 nabízel CzechTrade 21 zahraničních zastoupení ve 20 zemích. Služby agentury byly dostupné ve 14 regionálních zastoupeních vytvořených ve spolupráci se sítí hospodářských komor ČR. Z hlediska sítě regionálních zastoupení je CzechTrade srovnatelný se špičkovými národními proexportními agenturami v zemích EU.

>> Partneři agentury

Úspěch v zahraničí vyžaduje týmovou spolupráci veřejného a soukromého sektoru. CzechTrade úzce spolupracuje s ministerstvem průmyslu a obchodu, ministerstvem zahraničních věcí, ministerstvem zemědělství, Českou exportní bankou, Exportní garanční a pojišťovací společností. Rada společných projektů byla realizována s krajskými úřady, Hospodářskou komorou ČR, Svazem průmyslu a dopravy ČR. V souvislosti se vstupem ČR do EU významně vzrostly kontakty s institucemi EU, zejména Delegací EK. V roce 2002 jsme rozšířili spolupráci s řadou organizací, například: Deloitte and Touche, Dynargie, Adwise, Mercury International, VŠE Praha, DHL, E-Banka, Citi Bank, DuPont, MG Rover Group, British Aerospace, Reuters, Gebrüder Weiss, Economia, Komerční banka, ČSOB.



ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

Hlavní události



Klíčovou událostí roku 2002 byl přechod CzechTrade na procesní model řízení. V rámci tohoto projektu definovalo vedení agentury novou vizi a hlavní okruhy služeb. Pro stanovení a realizaci cílů byla použita metoda strategického řízení Balanced Scorecard (BSC). Součástí zásadních změn bylo vybudování a zavedení systému managementu jakosti podle požadavků normy ISO 9001:2000. Mezinárodně uznávaná certifikační organizace Det Norske Veritas potvrdila dne 21.10.2002 funkčnost systému jakosti agentury. Certifikát pokrývá služby poskytované CzechTrade v České republice i v zahraničí. Po Irsku a Finsku se tak Česká republika stala třetí zemí v Evropě, jejíž národní proexportní agentura disponuje certifikovaným systémem řízení.

■ Leden

CzechTrade zahájil **projekt** budování systému managementu kvality podle **ISO 9001:2000**. Součástí projektu bylo zavedení strategického systému řízení Balanced Scorecard a procesního řízení.

■ ■ Únor

Pod záštitou agentury CzechTrade byla vyhlášena nová kategorie pátého ročníku soutěže „**Exportní cena DHL**“. Posláním soutěže je ocenit úsilí českých firem, které se zabývají vývozem. Nezávislá porota udělila v této kategorii cenu za nejlepší obchodní plán společnosti **Lux spol. s.r.o.** z Jablonného nad Orlicí.

■ ■ ■ Březen

V měsíci internetu zahájil CzechTrade provoz internetového portálu pro podnikatele s názvem **BusinessInfo**. Portál se stal oficiálním místem informací státní správy, kde publikuje 23 státních i podnikatelských subjektů. Projekt naplňuje záměry Rady pro podnikání a export ministerstva průmyslu a obchodu.

Novou službou pro exportéry se stalo **Elektronické zasilání informací (EZI)**. Firmy získávají vybrané obchodní informace elektronickou cestou. Na konci roku 2002 si tuto službu předplatilo přes 300 podnikatelů.

■ ■ ■ ■ Květen

CzechTrade začíná ve spolupráci se zahraničními partnery organizovat **Exportní akce** ve světě. Vývozcí při prezentaci využívají služeb CzechTrade, které přinášejí významné finanční úspory a množství nových kontaktů. Do konce roku uspořádala agentura **21** zahraniční akcí, z toho tři oficiální účasti na světových veletrzích.

Agentura zorganizovala **konferenci** o úloze státu při podpoře exportu. Podle výsledků semináře byly upraveny služby agentury tak, aby lépe odpovídaly požadavkům zákazníků: posun k individuálním službám, rozvoj sítě zahraničních zastoupení a zlepšení dostupnosti služeb v regionech. Exportéři požadují pomoc státu při budování pozitivního obrazu ČR v zahraničí.

■ ■ ■ ■ ■ Červen

V červnu začala příprava nového cyklu vzdělávacích seminářů **Úspěšná exportní praxe**. Kurz je určen pro vedoucí pracovníky a majitele středních a malých firem. Cílem je vybavit posluchače důležitými znalostmi souvisejícími s přípravou vstupu na zahraniční trhy a s úspěšnou realizací exportu. Absolventi kurzu získají certifikát o úspěšném zakončení. Do konce roku využilo tuto formu exportního vzdělávání **39** firem.

■ ■ ■ ■ ■ ■ Červenec

Do nabídky služeb agentury byl zařazen nový produkt **exportní poradenství**. CzechTrade poskytuje individuální konzultace při zpracování exportní strategie a plánů vstupu na zahraniční trhy. Díky této nabídce agentura vnáší novou kvalitu do poskytování služeb státní správy a přesouvá těžiště podpory exportu směrem k individuálnímu poradenství. Do konce roku využilo tyto služby **13** nových klientů.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ Srpen

Povodňová linka agentury CzechTrade koordinovala nabídky českých firem na humanitární pomoc a organizovala ji podle potřeb jednotlivých evakuačních středisek a krizových štábů. Nabídnutá pomoc se tak okamžitě dostala tam, kde jí bylo nejvíce zapotřebí.

Hlavní události



Září

CzechTrade připravil firmám postiženým záplavami „**Exportní balíček**“. Jeho součástí je cenové zvýhodnění služeb agentury, včetně bezplatného využití nabídky zahraničních kanceláří CzechTrade.

Říjen

CzechTrade se stal třetí národní proexportní organizací v Evropě, která získala certifikát systému managementu kvality ISO 9001:2000. „**Získání certifikátu** je signálem pro naše klienty, že kvalitně a efektivně řídíme naše služby. Je to závazek k neustálému zvyšování naší přidané hodnoty pro české exportéry“, uvedl při této příležitosti generální ředitel CzechTrade Martin Tlapa.


Agentura CzechTrade otevřela 14. Regionální informační místo CzechTrade (RIM). **Kancelář ve Zlíně** vzniká ve spolupráci s Obchodní a hospodářskou komorou ve Zlíně. Slavnostního podpisu smlouvy se zúčastnil prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek, generální ředitel České agentury na podporu obchodu/CzechTrade Martin Tlapa a předseda představenstva Obchodní a hospodářské komory ve Zlíně Lubomír Zelinger.

Listopad

Ve své zprávě hodnotí pozitivně **Evropská komise** dosavadní podporu českého průmyslu ze strany státu. Oceňuje pozitivní roli proexportní agentury CzechTrade.

Prosinec

Dne 19. prosince se v novém složení sešla Řídící rada agentury, která schválila návrh CzechTrade na založení a realizaci projektu **Exportního Klubu**. Jeho účelem je vytvořit platformu pro výměnu informací a zkušeností o exportu v České republice mezi státní správou a podnikatelskými subjekty.


DET NORSKE VERITAS
CERTIFIKÁT SYSTÉMU MANAGEMENTU JAKOSTI

Certifikát č. 6451-2002-AQ-ROT-RvA

*Tímto se potvrzuje,
že systém managementu jakosti společnosti*

CzechTrade
Česká agentura na podporu obchodu

DITTRICHOVA 21, 128 01 PRAHA 28, ČESKÁ REPUBLIKA

*byl shledán shodným s požadavky normy pro systém jakosti:
ISO 9001:2000*

Certifikát je platný pro následující rozsah činnosti a služeb:

**ZPROSTŘEDKOVÁNÍ A AKTIVNÍ VYHLEDÁVÁNÍ OBCHODNÍCH INFORMACÍ A PŘÍLEŽITOSTÍ
POSKYTOVÁNÍ PORADENSTVÍ A SLUŽEB PRO ROZVOJ ČESKÉHO EXPORTU
ORGANIZOVÁNÍ EXPORTNÍCH AKČÍ PRO ČESKÉ PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY**

Datum původní certifikace:
21. října 2002

Místo a datum vystavení:
Rotterdam, 6. listopadu 2002

Platnost certifikátu do:
21. října 2005

*Shoda s normou vzhledem k vzájemnému vzájemnému
certifikace je ověřena ověřovacím týmem, který je u DNV
registrován a schválen:*

Za akreditované místo:
DNV CERTIFICATION B.V.,
THE NETHERLANDS

*Accredited
by the RvA*

Petr Hájek
Vedoucí auditor

Ron J. Meijer
Představitel vedení

Nesplnění certifikačních podmínek uvedených v příloze může vést k neplatnosti certifikátu.

CERT Q 2000-07-01
DNV CERTIFICATION B.V. Haastrechtstraat 7, 3079 DC Rotterdam, The Netherlands, TEL:INT: +31 10 2922 688, FAX: +31 10 4796 768

Slovo ministra a ředitele



Vážení exportéři,
prosperita české ekonomiky bude vždy spojena s výsledky českého exportu.

Proto i jednou z priorit ministerstva průmyslu a obchodu musí být účinná podpora našich exportérů. Pilířem současných i dalších aktivit vlády a státních institucí se stala nová Koncepce proexportní politiky do roku 2006, kterou v únoru 2003 schválila vláda.

Hlavním cílem proexportní politiky je zvýšení českého exportu na obyvatele tak, aby se přiblížil srovnatelným hodnotám v zemích EU. Druhou prioritou je zvýšení podpory vývozu s vyšší přidanou hodnotou, která přispěje ke snížení deficitu naší obchodní bilance. Třetím úkolem je zvýšení podílu malých a středních firem, které v České republice exportují. Jejich podíl na celkovém vývozu se musí zvýšit z dnešních 37 % do konce roku 2006 zhruba třikrát.

Při naplňování těchto cílů počítám s významnou rolí České agentury na podporu obchodu/CzechTrade. Tato agentura bude i po našem vstupu do EU sehrávat klíčovou roli při výkonu státní proexportní politiky, zejména díky službám pro malé a střední vývozce. CzechTrade dokázal svou činnost v krátké době přiblížit špičkovým agenturám na podporu vývozu v zemích EU, a proto budu podporovat jeho další rychlý rozvoj.

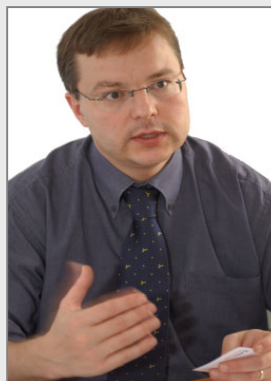
Pevně věřím, že zejména po našem vstupu do EU se ještě více českých firem stane úspěšnými exportéry a zvýší tak hospodářský růst v České republice.

Ing. **Milan Urban**,
ministr průmyslu a obchodu

Vážené dámy a pánové,

rok 2002 byl pro agenturu CzechTrade ve znamení změn, které měly za cíl vyjít vstříc požadavkům našich klientů. Vydali jsme se na cestu poskytování individualizovaných služeb a aktivního zprostředkování obchodní spolupráce českých firem v zahraničí. Tento zásadní obrat je příznivě vnímán klienty i zahraničními partnery agentury.

Mezi hlavní úspěchy uplynulého roku řadím zavedení systému řízení podle ISO, získání zkušeností s podstatnou změnou činnosti agentury a zvýšení spokojenosti klientů. Nový systém řízení



a systematické sledování spokojenosti klientů přinesly zvýšení počtu zakázek, tržeb i počtu spokojených klientů.

I když jsme dosáhli úspěchů, víme dobře, že nás čeká ještě řada úkolů. Naší ambicí musí být, aby CzechTrade co nejdříve poskytoval srovnatelně široké spektrum služeb jako špičkové agentury

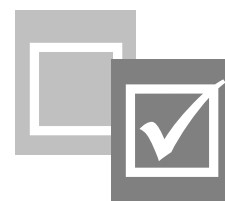
v zemích EU.

K tomu bude třeba posílit naše služby v zahraničí a nabízet stále více individuální řešení pro naše klienty. Marketingová orientace a zákaznický přístup k našim klientům budou pro nás mottem i v roce 2003.

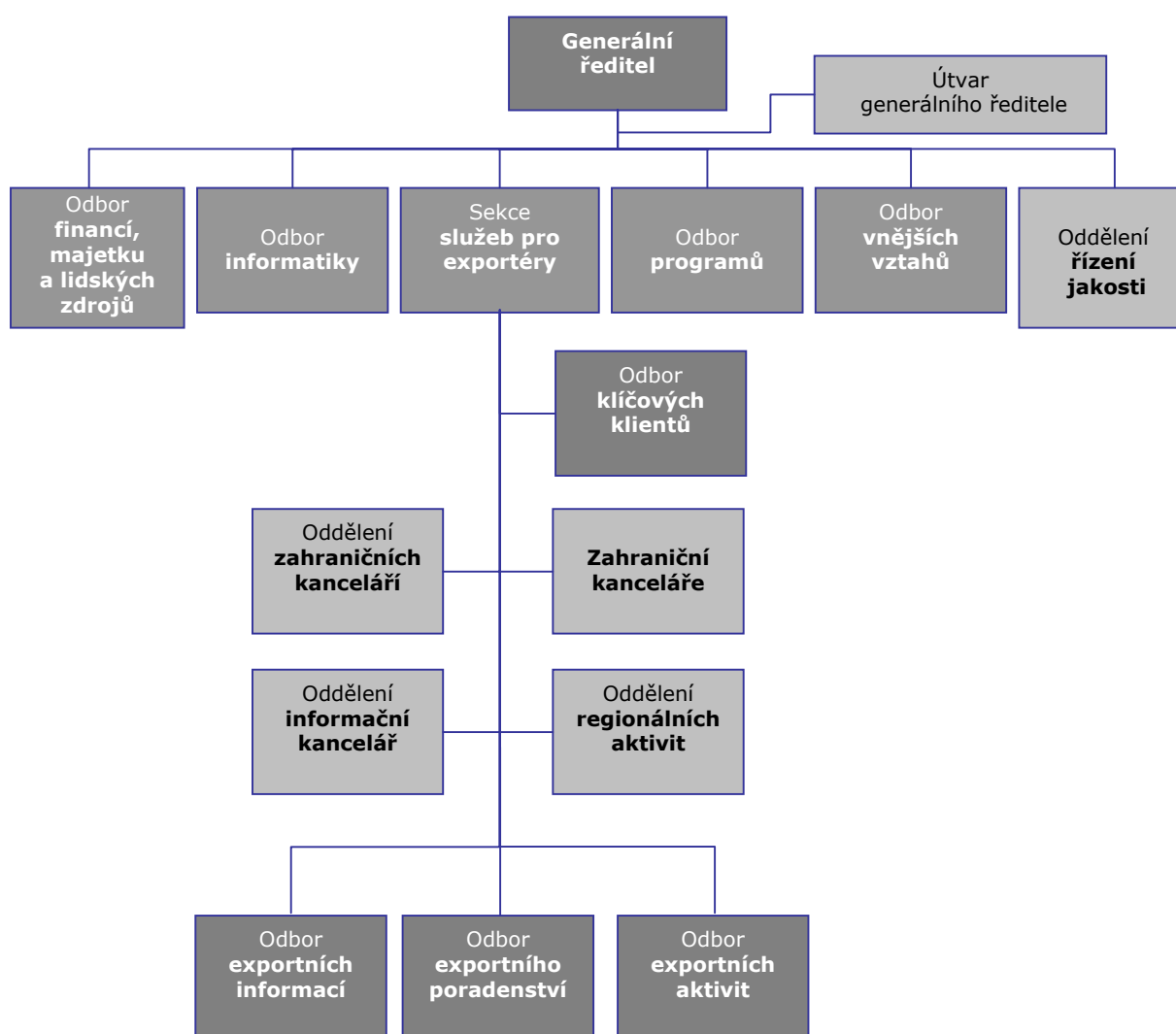
Ing. **Martin Tlapa**, MBA,
generální ředitel CzechTrade

Martin Tlapa získal ocenění manažer roku 2002 v kategorii služeb pro podporu podnikání. Ceny pro nejlepšího manažera a manažerku roku a pro 17 nejlepších manažerů v klíčových oblastech české ekonomiky vyhlásil na slavnostním večeru 3. dubna 2003 Manažerský svazový fond.

Struktura



Novým prvkem, který se objevil v organizační struktuře CzechTrade v roce 2002 je odbor klíčových klientů. Jeho primárním úkolem se stalo zajištění efektivnější komunikace pro klienty, kteří využívají průřezově více služeb. Klientský přístup jsme aplikovali také do oblasti realizace služeb, která se rozdělila na tři klíčové oblasti podle typu služeb – exportní informace, poradenství a akce.



Management



>> Řídící rada agentury

JUDr. Miroslav Somol, CSc. - předseda
náměstek ministra průmyslu a obchodu ČR

Ing. Martin Tlapa, MBA
generální ředitel CzechTrade

Ing. Jan Jeník
vrchní ředitel odboru 7200 ministerstva průmyslu a obchodu ČR

JUDr. Pavel Vošalík
náměstek ministra zahraničních věcí ČR

Ing. Stanislav Kázecký
prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR

Ing. Jan Pellar
ředitel odboru ministerstva zemědělství ČR

JUDr. Václav Rombald
ředitel odboru ministerstva financí ČR

Dr. Ing. Jaromír Drábek
prezident Hospodářské komory ČR

Vladimír Kovář
generální ředitel firmy UNICORN

Ing. Karel Matějčík
generální ředitel firmy KOMFI

Ing. Antonín Kachlík
generální ředitel firmy LEROS

>> Management agentury v roce 2002

Ing. Martin Tlapa, MBA
generální ředitel CzechTrade

Ing. Michal Minčev
vrchní ředitel sekce služeb pro exportéry

Ing. Tomáš Rak
ředitel odboru klíčových klientů

Ing. Jiří Faltys
ředitel odboru exportních informací

Mgr. Alice Fibigrová
ředitelka odboru exportních aktivit

Ing. Ivan Papoušek
ředitel odboru exportního vzdělávání

Eva Frková
ředitelka odboru financí, majetku a lidských zdrojů

Bc. Michala Tučková
ředitelka odboru vnějších vztahů

Mgr. Olga Kedroňová
ředitelka odboru programů

Ing. Martin Tlapa, MBA
ředitel odboru informatiky

Poznámka: stav k 31.12.2002

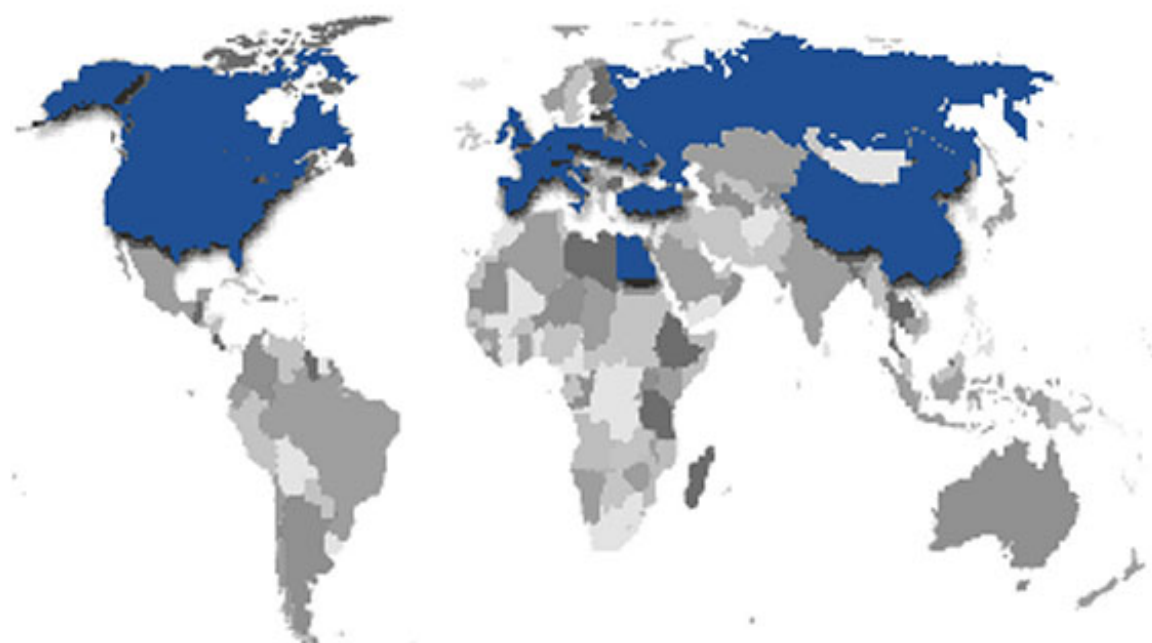
Světová síť



Na konci roku 2002 disponoval CzechTrade 21 zahraničním zastoupením. V zemích EU pomáháme zejména malým a středním firmám nalézt nové kontakty a vyhledáváme české firmy pro zahraniční zájemce o české zboží. Ve vzdálenějších teritoriích navíc pomáháme získat informace o technických podmínkách obchodu a budovat identitu našich klientů.

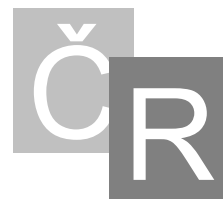
Teritoriální síť vychází z priorit Konceptce proexportní politiky, materiálu ministerstva průmyslu a obchodu, který v únoru 2003 schválila vláda České republiky. V roce 2003 plánujeme otevření nových zastoupení v Brazílii, Indii, Rakousku, Švédsku. Kanceláře CzechTrade poskytují asistenční služby podle individuálních potřeb českých firem a předávají informace o příležitostech pro naše vývoze.

Kanceláře úzce spolupracují s českými zastupitelskými úřady a doplňují jejich ekonomické úkoly o praktickou asistenci.

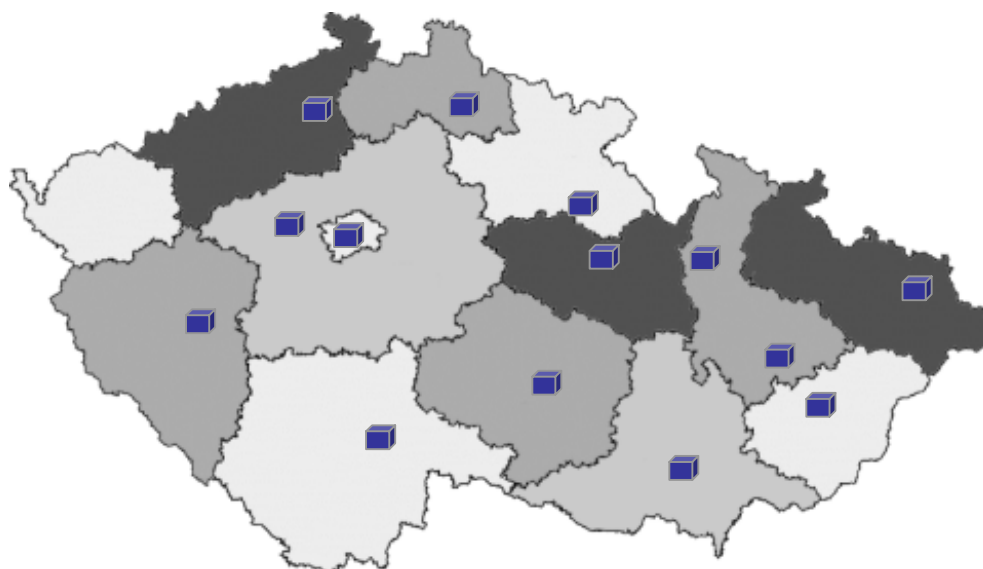


- Belgie (Brusel)
- Čína (Šanghaj)
- Egypt (Káhira)
- Francie (Paříž)
- Chorvatsko (Záhřeb)
- Itálie (Milán)
- Lotyšsko (Riga)
- Irsko (Dublin)
- Jugoslávie (Bělehrad)
- Kanada (Toronto)
- Litva (Vilnius)
- Německo (Kolín n. R.)
- Nizozemsko (Rotterdam)
- Polsko (Varšava)
- Rusko (Petrohrad)
- Španělsko (Madrid)
- Turecko (Istanbul)
- Ukrajina (Kyjev)
- USA (Chicago)
- USA (Miami)
- Velká Británie (Londýn)

Regionální síť



Cílem CzechTrade je zpřístupnit veškeré služby do všech krajů České republiky. V současné době disponuje agentura 14 regionálními pracovišti, které informují o službách a zajišťují řadu společných projektů. Jedním z neúspěšnějších produktů jsou individuální konzultace zajišťované regionálními pracovišti s řediteli zahraničních zastoupení. Síť regionálních pracovišť je budována ve spolupráci s krajskými a okresními hospodářskými komorami, které jsou přirozeným místem koncentrace hospodářského života v regionech.



- Obchodní a hospodářská komora Brno
- Jihočeská hospodářská komora České Budějovice
- Okresní hospodářská komora Děčín
- Regionální hospodářská komora Severočeského kraje Hradec Králové
- Hospodářská komora Jihlava
- Regionální rozvojová agentura Střední Čechy Kladno
- Okresní hospodářská komora Liberec
- Regionální hospodářská komora Ostrava
- Krajská hospodářská komora Pardubického kraje
- Hospodářská komora Plzeň
- CzechTrade Praha
- Hospodářská komora okresu Přerov
- Okresní hospodářská komora Šumperk
- Obchodní a hospodářská komora ve Zlíně

Výsledky

1 2

Celkový příspěvek MPO na aktivity CzechTrade činil v roce 2002 148,6 mil. Kč. I když se snížil o 6 milionů korun, dosáhla agentura růstu ve všech klíčových ukazatelích. Počet zakázek se téměř zdvojnásobil, tržby vzrostly z 8 mil. na 24 mil., o 27 % se zvýšil počet klientů. 60 % zákazníků opakovaně využívá služeb agentury. CzechTrade rozšířil své působení nejen v zahraničí, ale uvedl na trh zcela nové produkty v oblasti individuálního vzdělávání, exportního poradenství a asistenčních služeb.

>> Přehled klíčových výsledků

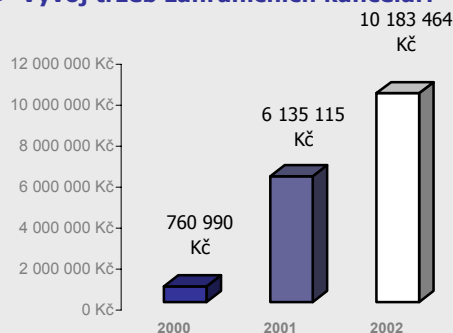
| | |
|--|----------------------|
| Tržby agentury | 24 019 000 Kč |
| Počet zakázek | 1 484 |
| Počet zakázek zahraničních kanceláří | 858 |
| Počet klientů* | 4 115 |
| Počet vzdělávacích akcí a seminářů | 62 |
| Program Marketing – počet dotovaných podniků | 354 |
| Realizované dotace programu Marketing | 63 738 827 Kč |
| Spokojenost klientů (1-10) | 8,5 |
| Počet hodnotících klientů | 1 100 |
| Počet zveřejněných článků | 1 155 |
| Počet akcí s regionálními místy | 107 |

*česká firma, která si objednala placenou službu.

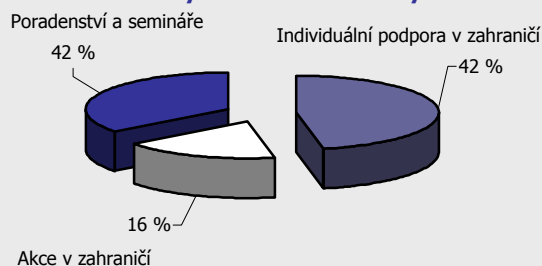
>> Ekonomické výsledky v letech 2000 - 2002

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| | v tis. Kč | v tis. Kč | v tis. Kč |
| Tržby celkem | 113 570 | 167 641 | 175 806 |
| Tržby za služby | 3 507 | 8 265 | 24 019 |
| Jiné ostatní tržby a výnosy | 7 783 | 4 390 | 3 229 |
| Příspěvek na provoz od zřizovatele | 102 280 | 154 986 | 148 558 |
| Náklady celkem | 103 450 | 156 881 | 160 107 |
| z toho: spotřebované nákupy | 16 442 | 9 693 | 8 713 |
| služby | 59 126 | 108 532 | 105 168 |
| osobní náklady | 23 105 | 30 448 | 33 813 |
| ostatní náklady | 4 777 | 8 208 | 12 413 |
| Odvod z hosp. výsledku | 0 | 0 | 3 700 |
| Hospodářský výsledek (po odvodu) | 10 120 | 10 760 | 11 999 |

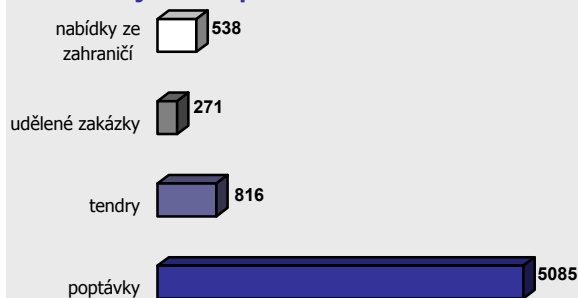
>> Vývoj tržeb zahraničních kanceláří



>> Struktura využití služeb klienty



>> Zveřejněné exportní informace



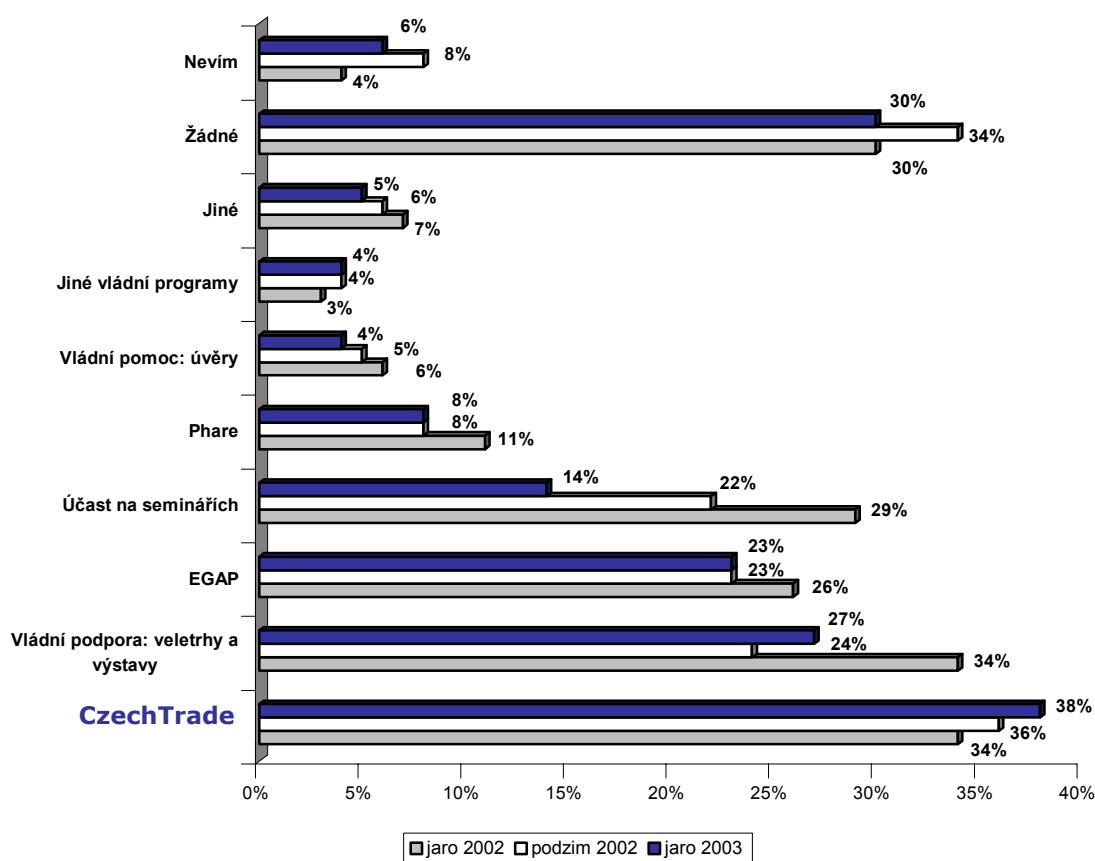
Bezplatně zveřejněné exportní příležitosti na stránkách www.czechtrade.cz.

Programy

Nejčastěji využívanými programy podpory exportu v České republice jsou aktivity agentury CzechTrade (38 %), následované vládní podporou veletrhů a výstav (27 %) a službami EGAP (23 %). V delším časovém horizontu (meziročním srovnání) má využití programů CzechTrade zřetelně rostoucí tendenci. Využívají je téměř 2/5 českých exportérů.

Zdroj: 7. vlna exportního výzkumu DHL realizovaná společností GfK Praha, květen 2003.

Otázka: Jaký konkrétní program nebo programy na podporu exportu ve Vaší firmě využíváte?



Úspěchy



Činnost CzechTrade, stejně jako každé instituce, musí být měřitelná. Mezi základní kritéria hodnocení výsledků patří spokojený klient. V roce 2002 dosáhl index spokojenosti hodnoty 8,5 bodu. O tom, že informace CzechTrade jsou vyhledávány, svědčí 15 tisíc originálních přístupů klientů na internetové stránky měsíčně. Zájem o služby zahraničních kanceláří měřený počtem zakázek vzrostl meziročně z 617 na téměř 900 a v tržbách dosáhl zhruba 10 milionů. V zahraničí se akcí CzechTrade zúčastnilo 230 exportérů. Hlavním měřítkem z pohledu CzechTrade je především exportní úspěch klienta.

Firma Altron, a.s. – výrobce přístrojů záložního napájení. CzechTrade poskytl asistenci při budování pobočky ve Varšavě. Proceduru zakládání společnosti se podařilo zkrátit na minimum (14 dní). V současné době Altron disponuje v Polsku plně funkční společností.

Firma BTL, s.r.o. - zahraniční kancelář CzechTrade v Miláně zpracovala průzkum trhu na zakázku české firmy BTL, který byl zaměřený na vyhledání nových obchodních partnerů na italském trhu. Na základě výsledků průzkumu navázala společnost BTL přímý kontakt s obchodní firmou Medical Instruments House. Po několika následujících osobních jednáních byla zahájena distribuce elektropřístrojů pro kardiologii.

Firma CCA Group - CzechTrade na základě poptávky belgické firmy @Gate kontaktoval řadu českých softwarových firem, kterým zprostředkoval obchodní kontakt. Nejlépe z těchto jednání vzešla skupina CCA, která si posléze zřídila v Bruselu svou pobočku.

Firma ČOB, umělecká slévárna - v návaznosti na prezentaci výrobních kapacit prostřednictvím CzechTrade v Miláně získala česká firma zakázku od italské společnosti FIDIA na výrobu bronzových sošek pro umělecké galerie. Po úspěšné realizaci první zakázky firma obdržela další objednávky od italské společnosti a spolupráce i nadále pokračuje.

Firma Gala, a.s. - výrobce sportovního vybavení, míčů a batohů; na základě obchodních kontaktů zahraniční kanceláře CzechTrade v Bělehradě a z následného zorganizování obchodních jednání vzešla objednávka většího množství volejbalových míčů. V jednání jsou další zakázky.

Firma Kovobel, výrobní družstvo - „Prostřednictvím asistenční služby v Kanadě a Irsku nám CzechTrade pomohl v roce 2002 k vývozu za zhruba 1 miliónu korun.

Začátkem roku 2003 se dodávka do Irska opakovala“, uvedl předseda společnosti Emil Beber, v týdeníku Ekonom č. 9/2003. „Předpokládáme, že obchody s Kanadou a Irskem budou pokračovat a očekáváme rozšíření dodávek do Velké Británie. Rozbíhají se jednání s francouzskými a španělskými odběrateli“, uvedl předseda družstva.

Firma LIMTEK, s.r.o. - jediný český výrobce laserových interferometrů, které se používají pro přesné měření ve strojírenství a metrologii, získal zakázku na dodávku svého přístroje do Itálie. Zahraniční kancelář CzechTrade v Miláně zpracovala pro českou firmu průzkum italského trhu.

Firma Novitex, s.r.o. - španělští vojáci se díky spolupráci CzechTrade s obchodní firmou Novitex a výrobní firmou Sukno Humpolec oblečou do stejnokrojů z českých látek. Španělé kontaktovali zastoupení v Madridu a za asistence CzechTrade zahájili jednání na brněnském veletrhu Styl. Pracovníci firmy Novitex za pomoci madridské kanceláře CzechTrade navštívili výrobce konfekce a po vyjednání a splnění přísných technických požadavků získali zakázku.

Firma Preciosa a.s., která vyrábí skleněné figurky, díky úspěšné prezentaci na dárkovém veletrhu v Chicagu získala několik zajímavých kontaktů a rozhodla se otevřít své zastoupení v Chicagu.





ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

Adresa: Dittrichova 21 Praha 2

Telefon: 224 907 500 Fax: 224 907 503

Email: info@czechtrade.cz

WWW: www.czechtrade.cz

© Česká agentura na podporu obchodu/CzechTrade a poradenská společnost ADWISE s.r.o. Veškerá práva vyhrazena. Jakékoliv užití (kopírování, veřejná publikace, citace) jakékoliv formy dokumentu je možná pouze se souhlasem.