



ČESKÁ AGENTURA
NA PODPORU OBCHODU
2011

OBSAH

Profil ... 3

Výsledky ... 4

Služby agentury ... 8

Projekty ... 13



PROFIL

Víte, kdo jsme a co je naším posláním?



CzechTrade je vládní agenturou na podporu exportu. Byl založen 1. května 1997 jako příspěvková organizace rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu. Cílem CzechTrade je posílení konkurenceschopnosti českých firem, a to v dlouhodobém horizontu.

Prostřednictvím individuálních služeb, klientským přístupem a zahraniční sítí agentura CzechTrade pomáhá českým exportérům při jejich strategickém rozhodování o působení na světových trzích.

Zahraniční firmy využívají CzechTrade při hledání zajímavých a spolehlivých obchodních partnerů a dodavatelů v České republice.

Agentura CzechTrade je partnerem českých firem na cestě k jejich zahraničním exportním úspěchům.

VIZE

Být centrem globálních kompetencí a služeb pro internacionalizaci českých firem.

POSLÁNÍ

Rozvojem inovací a zvyšováním konkurenceschopnosti pomáhat českým firmám vítězit na světových trzích.

KLÍČOVÉ HODNOTY

Partnerství se zákazníkem

Naší prioritou je zákazník, jsme jeho rádcem a pomocníkem, těšíme se z jeho úspěchů.

Týmová spolupráce jako podmínka rozvoje firemního know-how

Jsme tým, který se učí ze zkušeností a ví, že vždy je co zlepšit. Chceme být vždy o krok napřed.

Profesionalita a vysoké ambice

Neříkáme nikdy, že to nejde, ale hledáme a poskytujeme zákazníkům nejlepší možná řešení na míru.

Otevřená a efektivní komunikace

Jednáme věcně, otevřeně a čestně, složitě činíme jednoduchým.

Sounáležitost s agenturou

Hrajeme vždy za CzechTrade, jsme hrdí na svoji práci a naši značku.

CERTIFIKACE

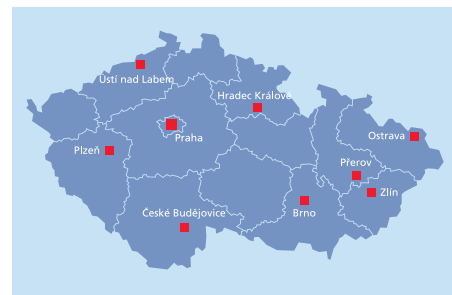
CzechTrade je od roku 2002 nositelem certifikátu systému managementu jakosti ISO 9001. V roce 2009 byla provedena recertifikace systému řízení jakosti metodou IQRS® (International Quality Rating System). Unikátnost tohoto mezinárodního systému hodnocení spočívá v tom, že kombinuje jak požadavky pro certifikaci podle mezinárodních norem, tak specifické standardy pro vyspělé systémy řízení, modely tzv. podnikatelské výjimečnosti a nejlepší praxe světově úspěšných firem (Excellence Model EFQM a Malcolm Baldrige National Quality Award). Poskytuje tak ucelený pohled na výkonnost a na stupeň vyzrálosti systému řízení organizace. Další opakované hodnocení metodou IQRS® proběhlo v říjnu 2011. Celkově byl systém řízení v agentuře CzechTrade na základě této jedinečné metody vyhodnocen jako vyspělý a plně srovnatelný s dobrými a výkonnými organizacemi z privátního sektoru.



CZECHTRADE V REGIONECH ČR

V regionech ČR vydatně pomáhali českým firmám tzv. regionální exportní manažeři (REM). Síť těchto pracovišť byla vytvořena ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR v roce 2009. Projekt je plynulým pokračováním obdobného projektu z roku 2005 „Rozvoj poradenských a informačních služeb pro mezinárodní obchod“.

V roce 2011 působilo v regionech 8 exportních manažerů, kteří kromě služeb CzechTrade zprostředkovávají komplexní informace o státní podpoře exportu (služby Hospodářské komory ČR, České exportní banky, a.s., Exportní garanční a pojišťovací společnosti, a.s.).

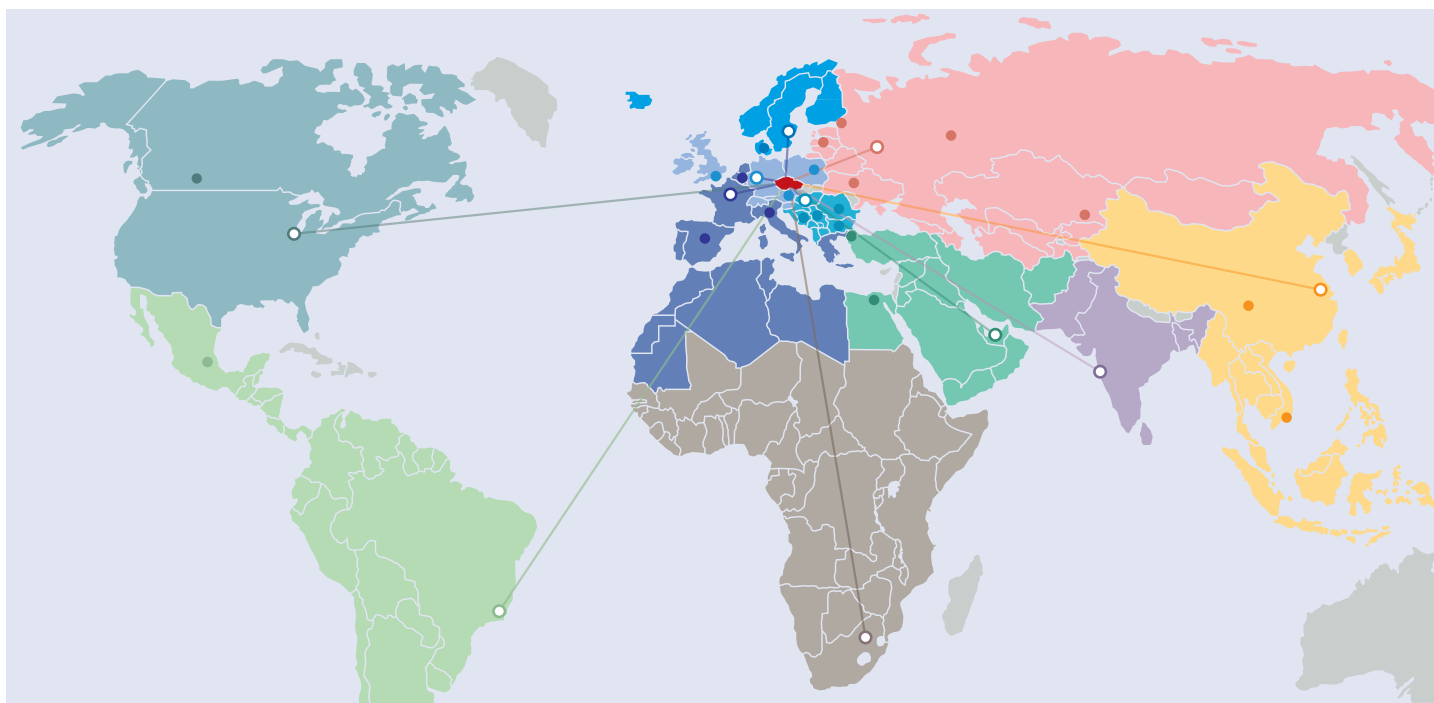


(Stav k 31. 12. 2011)

CZECHTRADE VE SVĚTĚ

Českým firmám bylo v roce 2011 k dispozici 33 stálých zástupců CzechTrade v zahraničí. Služby zabezpečovali i ve spolupráci se Zastupitelskými úřady ČR po celém světě. Koncentrací kanceláří a jejich umístěním v jednotlivých teritoriích se agentura snaží reagovat na aktuální poptávku českých exportérů. Princip regionálních center pomohl rozšířit oblasti působení a dostupnost podpory služeb CzechTrade i za hranice zemí, kde má otevřeny zahraniční kanceláře.

(Stav k 31. 12. 2011)



VÝSLEDKY

Činnost agentury v číslech

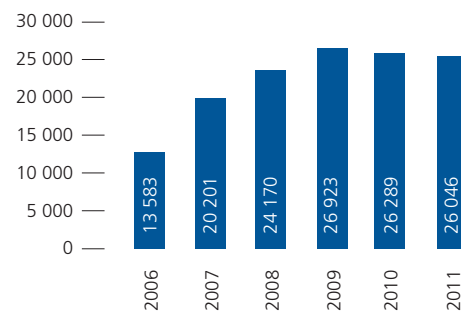
VÝSLEDKY HOSPODAŘENÍ ZA ROK 2011

Agentura dosáhla v roce 2011 zlepšeného hospodářského výsledku ve výši 3,2 mil. Kč. K tomu přispělo úsporné hospodaření a dosažená výše tržeb, která mimo jiné odráží pozitivní fakt, že při klesajícím státním příspěvku na provoz agentury (bez projektů z fondů EU), rostou agenturní finanční zdroje plynoucí především z prodeje vlastních služeb. Celkový objem tržeb přesáhl stejně jako v loňském roce 26 milionů korun. K tržbám největším dílem přispěly zahraniční kanceláře především svými individuálními zakázkami a akcemi v zahraničí (73,5 %). Podíl tržeb na příspěvku na provoz vzrostl na 14,2 %, což představuje od roku 2006 téměř trojnásobný nárůst.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Výnosy celkem	275 501	260 473	267 674	258 016	455 768	461 598
Tržby za služby	13 583	20 201	24 170	26 923	26 289	26 046
Jiné ostatní tržby a výnosy vč. zúčtování fondů EU	13 853	3 065	6 423	5 988	16 450	119 140*
Příspěvek na provoz	248 065	237 207	237 081	25 105	413 029*	316 412*
Náklady celkem	273 858	252 883	251 849	256 594	455 767	458 395
Spotřebované nákupy	9 010	10 642	19 979	9 420	9 908	10 003
Služby	203 267	178 755	173 968	177 222	142 452	137 758
Osobní náklady	43 765	49 246	53 043	54 651	50 025	49 447
Odpisy	11 677	10 822	10 583	11 691	11 142	10 835
Ostatní náklady vč. zúčtování fondů EU	6 139	3 418	3 276	3 610	242 240*	250 352*
Hospodářský výsledek	1 643	7 590	15 825	1 422	1	3 203

*) Částka výnosů a nákladů celkem v roce 2010 a 2011 obsahuje prostředky spojené s financováním projektů SF (2010 – 227 836 tis. Kč, 2011 – 243 154 tis. Kč).

Tržby za služby 2006-2011 v tis. Kč



Vývoj výnosů CzechTrade od roku 2006

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tržby za služby	13 583	20 201	24 170	26 923	26 289	26 046
Ostatní výnosy*	13 853	3 066	6 423	5 988	16 450	8 486
Příspěvek na provoz	248 065	237 207	237 081	225 105	185 193	183 912
Prostředky na projekty z fondů EU	0	0	0	0	227 836	243 154
Výnosy celkem	275 501	260 473	267 674	258 016	455 768	461 598

*) využití rezervního fondu, fondu odměn apod.

VYBRANÉ UKAZATELE OBCHODNÍ ČINNOSTI AGENTURY

V návaznosti na získání certifikátu systému managementu kvality, v roce 2002, si agentura CzechTrade poprvé v roce 2003 stanovuje interní cíle metodou BSC (Balanced Scorecard). Od té doby sleduje své výsledky prostřednictvím definovaných měřítek.

Růst exportu klientů

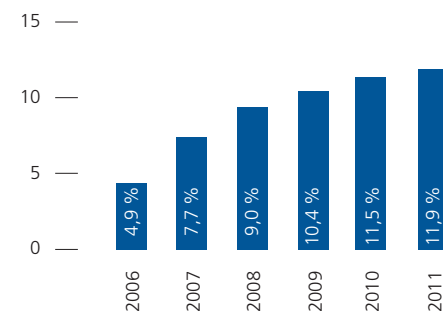
Globální krizí poznamenané horšící se makroekonomické prostředí přispělo k meziročnímu snížení zdokumentovaných úspěšných případů na 110. Pozitivní je postupný relativní nárůst úspěchů v zemích mimo Evropskou unii (81 % mimo EU vs 19 % v EU). Právě tam by se totiž podle Exportní strategie na léta 2012 až 2020 mělo Česko respektive jeho exportéři zaměřit.

Klienti CzechTrade

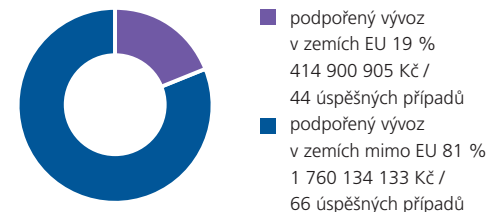
V roce 2011 CzechTrade jednal s celkem 984 klienty. Potvrdil se tak trend postupného přechodu od kvantity ke kvalitě. V praxi to znamená, že naši experti měli možnost strávit s každou firmou více času, což je pro obě strany výhodnější. Navíc, stále více klientů, kteří se na nás obrazejí, přesně ví, co konkrétně chtějí. Pravděpodobnost úspěchu tak roste.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Počet klientů	1 213	1 265	1 285	1 175	1 284	984

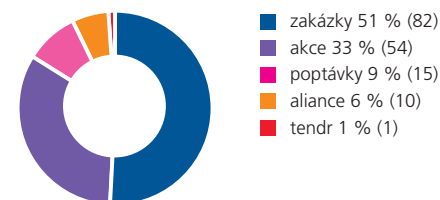
Podíl tržeb za služby na celkových výnosech a příspěvku MPO (v %)



Podpořený vývoz – geografické rozložení



Přehled úspěšných případů klientů podle typu realizované služby



Efektivnost

V loňském roce zrealizovala agentura CzechTrade 1 643 placených zakázek pro 1 238 firem.

Následující tabulka ukazuje zájem o jednotlivé typy placených služeb.

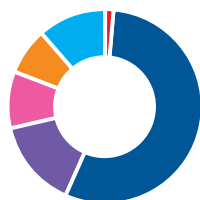
	tržby	počet klientů*	počet zakázek
Služba zahraniční kanceláře	19 152 597,85 Kč	705	943
Semináře/vzdělávání	1 222 600,00 Kč	284/803**	361/69***
Průmyslový design	1 505 701,00 Kč	81	99
Elektronické produkty	2 347 270,70 Kč	165	223
Ostatní	1 818 000,00 Kč	3	17
Celkem	26 046 169,55 Kč	1 238	1 643

*) počet klientů = počet unikátních firem

***) počet klientů-firem / počet účastníků seminářů a kurzů

****) počet zakázek / počet uskutečněných seminářů a kurzů

Objem tržeb podle jednotlivých typů služeb v roce 2011



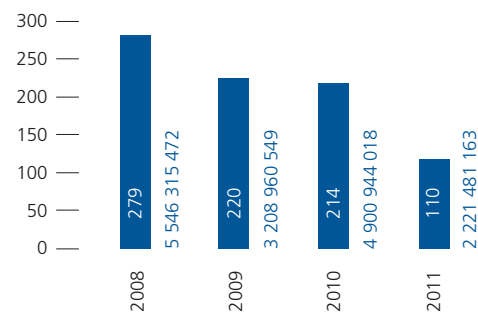
- individuální služby zahraničních kanceláří 39,1 % – 10 187 298 Kč
- akce v zahraničí 34,4 % – 8 965 300 Kč
- elektronické produkty 9,0 % – 2 347 271 Kč
- design pro export 5,8 % – 1 505 701 Kč
- exportní akademie / vzdělávání 4,7 % – 1 222 600 Kč
- ostatní služby* 7,0 % – 1 818 000 Kč

*) služby poskytnuté pro EGAP a ČEB

Benchmarking a rating zahraničních kanceláří

Průměrná vytiženost zahraničních kanceláří (podíl práce na konkrétních zakázkách klientů na celkovém disponibilním času zahraničních kanceláří) byla 36,6 %. Toto stále rostoucí číslo, které indikuje vzrůstající zájem o služby kanceláří, je na úrovni, kterou vykazují přední světové proexportní agentury. Nejvíce vytiženými kanceláři byly Almaty (61,2 %), Petrohrad (61,0 %), Varšava (60,0 %), Mumbaj (58,7 %), Rotterdam (56,0 %) a Calgary (54,6 %).

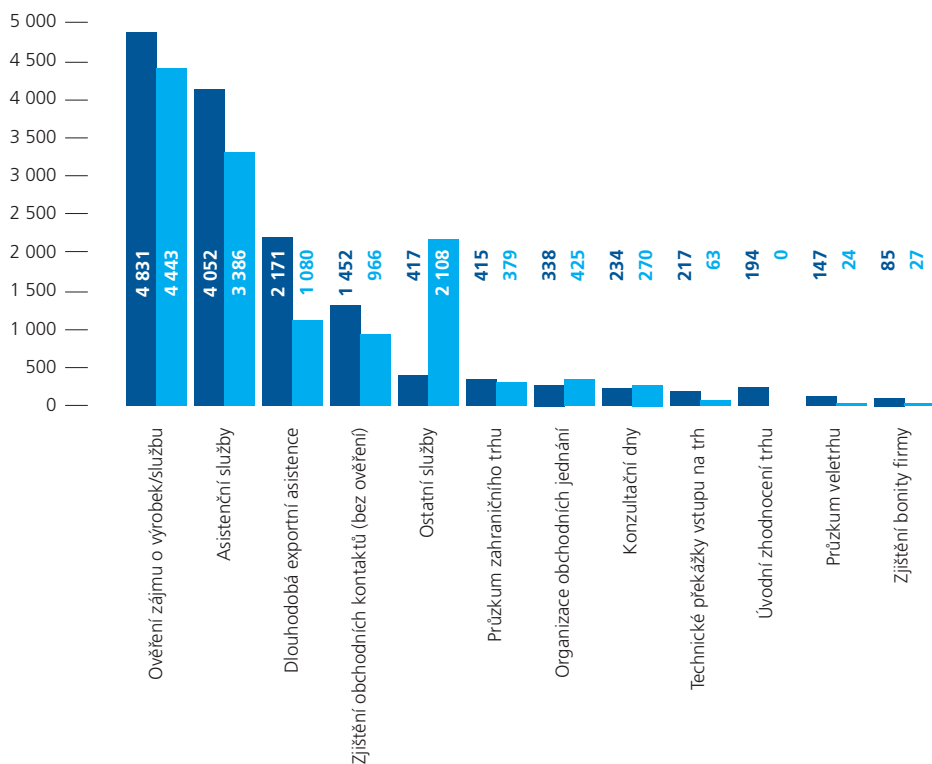
Výše podpořeného vývozu klientů a počet úspěšných případů



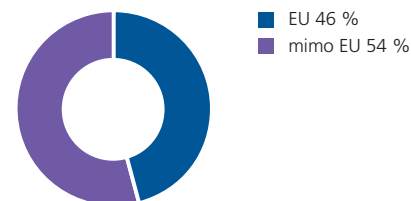
Individuální služby zahraničních kancelářích v hodinách

2011 celkem – 14 554 hodin

2010 celkem – 13 172 hodin



Vytíženost zahraničních kancelářích v EU a mimo EU



Značka CzechTrade

Značka CzechTrade respektive s ní související ochranné známky byla v dubnu 2012 oceněna na více než 57 mil. Kč. Práva ze známek jsou podle ocenitele na vysoké odborné úrovni řádně chráněna. Hodnota značky by navíc podle něj měla růst díky produktům s vysokým zhodnocovacím potenciálem, jako je portál BusinessInfo.cz a nebo služby směřující do oblasti kosmických technologií, a také díky očekávanému posílení značky CzechTrade v zahraničí. Tu by mělo zajistit plánované rozšíření sítě zahraničních kancelářích – a to ať už budou podle ocenitele s CzechTrade v jakémkoli vztahu.

SLUŽBY AGENTURY

CzechTrade je partnerem pro váš export

VOLBA A MAPOVÁNÍ TERITORIA

Úvodní zhodnocení trhu

– zmapování trhů ve více vybraných teritoriích a následné doporučení těch, které mají pro produkt firmy největší potenciál.

Průzkum trhu

– detailní rozpracování vybraného trhu.

VÝBĚR A OSLOVENÍ POTENCIÁLNÍCH KLIENTŮ

Vytipování a ověření obchodních kontaktů

– na základě individuálního zadání zpracování přehledného seznamu potenciálních obchodních partnerů v cílové zemi a následné doporučení postupu pro jejich oslovení.

Vyhledání obchodního zástupce/agenta

Ověření zájmu o výrobek/službu

– zájem o produkt české firmy na vybraném zahraničním trhu,
– zjištění konkurenčního prostředí na daném trhu,
– monitoring prodejních kanálů a systému distribuce.

Dlouhodobá exportní asistence

– služba pro firmy, které potřebují sledovat a navštěvovat zahraniční trh po delší dobu a jejichž cílem je rozvíjet obchodní aktivity, dostávat pravidelné informace o trendech na trhu v oblasti legislativy, regulací, vývoje odvětví či tendrové aktivitě na místní či celostátní úrovni,
– monitoring obchodních aktivit firmy či partnerských subjektů a poskytování zpětné vazby na periodické bázi.

BUDOVÁNÍ ZNAČKY V ZAHRANIČÍ

Účast na veletrhu pod hlavičkou CzechTrade

– efektivní podpora zahraničního marketingu v podobě prezentace firmy na zahraničních veletrzích na společném stánku CzechTrade,
– odborníci CzechTrade poskytují firmám komplexní asistenci před veletrhem i po něm.

ZAHRANIČNÍ VELETRHY CZECHTRADE

V rámci komerčních akcí CzechTrade bylo v r. 2011 zrealizováno 44 veletrhů s celkem 307 účastníky.

Prezentace na míru pro jednu a více firem

– cílená prezentace je určena pro české exportní firmy nebo sdružení (např. exportní aliance).

Účast na Specializovaných výstavách a veletrzích

– CzechTrade je realizátorem projektu „Specializované výstavy a veletrhy v letech 2010-2012“ financovaného z OPPI (Operační program podnikání a inovace).

ADRESÁŘ EXPORTÉRŮ

Adresář exportérů je oficiálním on-line katalogem českých exportérů. Prezentace firem (zápisy) jsou zveřejněny v internetovém katalogu na <http://exporters.czechtrade.cz> a rovněž na stránkách více než třiceti zahraničních kanceláří CzechTrade. Prezentace v Adresáři exportérů je jedním z nejjednodušších a nejefektivnějších způsobů, jak česká firma může rozšířit své internetové stránky o další jazyky a zvýšit tak svou konkurenceschopnost.

Prezentace v Adresáři exportérů umožňuje oslovit zahraniční partnery až v šesti jazycích (výběr ze třinácti jazyků) a propagovat až deset výrobků nebo služeb jedné firmy. Podklady pro její zpracování přitom stačí dodat v češtině; CzechTrade zajistí profesionální překlady do zvolených jazyků. Prezentaci v Adresáři exportérů lze tedy efektivně využít jako propagační materiál při jednání s potenciálními zákazníky.

Návštěvnost Adresáře exportérů v roce 2011

Počet návštěv	419 202
Počet zobrazení	1 259 036
Průměrná návštěvnost za měsíc	34 934
Průměrný počet zobrazení stránek za měsíc	104 920
Průměrný počet zobrazení stránek na jednu návštěvu	5,24
Průměrný čas strávený na webu (min)	3 minuty 40 sec.

Návštěva – počet návštěv stránek v daném období. Jedna návštěva je jakýkoli sled zobrazení stránek na stránce, nepřerušovaný časovým úsekem delším než 30 minut (obvykle). Je-li časový úsek přerušování delší, je přístup uživatele započítán jako nová návštěva.

Zobrazení stránek – počet zobrazení vygenerovaných návštěvníky během daného sledovaného období.

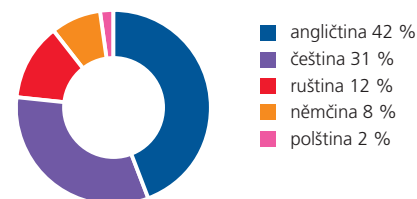
Celkem se přes Adresář exportérů CzechTrade dostalo na firemní stránky klientů 50 339 uživatelů.



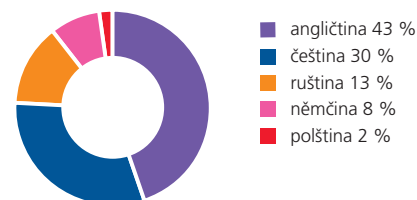
ADRESÁŘ EXPORTÉRŮ V ROCE 2011

V roce 2011 prošel Adresář exportérů rozsáhlým redesignem a nyní je jak pro firmy, které si chtějí v Adresáři založit zápis, tak pro návštěvníky jednodušší a přehlednější jej používat.

Návštěvnost jazykových verzí firemní profily – TOP5



Návštěvnost jazykových verzí produktové profily TOP5



DESIGN PRO EXPORT

Analýza stavu designu ve firmě, Asistence při výběru designéra

Podporou integrace designu do strategie malých a středních českých firem CzechTrade posiluje jejich inovační potenciál a zvyšuje pravděpodobnost, že se prosadí na zahraničních trzích. Od roku 2008 CzechTrade poskytuje odborné individuální poradenství českým výrobcům v oblasti průmyslového designu.

Individuální službu Analýza stavu designu, na kterou poskytuje CzechTrade finanční příspěvek, využilo v letech 2008-2011 celkem 163 firem. Tyto firmy si nechaly posoudit design u celkem 209 výrobků či výrobních řad. Nejsilněji byly zastoupeny obory elektronika a elektrotechnika (17 %), strojírenská výroba (11 %) a obráběné komponenty a konstrukce z kovů (9 %).

Adresář designérů

V elektronickém adresáři designérů na <http://design.czechtrade.cz> je registrováno 106 profesionálních designérů, kteří poskytují poradenské služby z oblasti průmyslového a produktového designu.

Propagace průmyslového designu

CzechTrade usiluje o zviditelnění komerčního přínosu průmyslového designu a tím motivuje české výrobce ke spolupráci s designéry. Od roku 2008 zorganizoval CzechTrade nebo se podílel na řadě tuzemských a zahraničních akcích:

100 %Design Tokyo, 100 %Design Shanghai, Salone Satellite Milano, CODE, INDEX Dubai, Český design v Indii, Designeast.eu.

EXPORTNÍ AKADEMIE / VZDĚLÁVÁNÍ

Exportní akademie CzechTrade přispívá unikátními odbornými, sektorovými a teritoriálními znalostmi lektorů k profesnímu růstu českých exportérů. Jako součást nabídky služeb agentury CzechTrade nabízí firmám praktické informace důležité jak pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy, tak pro zvýšení konkurenceschopnosti firem.

DESIGN
PRO EXPORT

ANALÝZY PRŮMYSLOVÉHO DESIGNU V ROCE 2011

Naši odborníci zpracovali v oblastech průmyslového a produktového designu 62 analýz stavu designu v 50 firmách.

Nejčastěji analýzu designu využily firmy z oborů



- nábytkářský průmysl 14 %
- elektronika a elektrotechnika 12 %
- dopravní prostředky 10 %
- kovovýroba 10 %
- ostatní 54 %

 *Exportní akademie*

EXPORTNÍ PŘÍLEŽITOSTI A ON-LINE INFORMACE

BUSINESSINFO.cz

Portál je společným projektem agentury CzechTrade a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Integruje informace z různých míst a oblastí a díky zapojení do vládní strategie rozvoje elektronické veřejné správy „Smart Administration“ přispívá ke snižování administrativní bariéry mezi podnikateli a veřejnou správou. Postupně jsou na jednom místě integrovány informace o akcích a seminářích státní správy, o exportních příležitostech, strategických dokumentech, dotačních databázích včetně formulářů.

Cílem portálu BusinessInfo.cz je poskytovat podnikatelům ověřené a praktické informace, které jim maximálně usnadní podnikání.

EXPORTNÍ PŘÍLEŽITOSTI

Na stránkách BusinessInfo.cz přináší CzechTrade českým exportérům již mnoho let denně aktualizovaný přehled zahraničních poptávek, projektů a tendrů, investičních příležitostí a nabídek zahraničních firem. Exkluzivními zdroji exportních příležitostí jsou zahraniční kanceláře agentury CzechTrade, obchodně-ekonomické úseky zastupitelských úřadů ČR v zahraničí či zahraniční zastupitelské úřady v České republice. CzechTrade získává zahraniční poptávky také pomocí on-line služby „Czech Business Partner Search“ (dříve Your Czech Supplier). On-line formulář pro zahraniční firmy je k dispozici na všech webových stránkách zahraničních kanceláří CzechTrade.

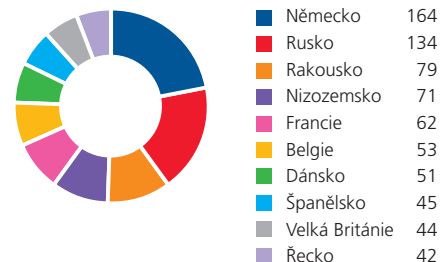
Kromě výše uvedených zdrojů získává CzechTrade informace o projektech a vypsaných tendrech i z renomovaných databází EU, Světové banky a mezinárodních organizací (CERN, ESO, ESA).

V roce 2011 získal CzechTrade nejvíce poptávek z Německa, Ruska, Rakouska a Nizozemska. Nejčastěji poptávané produkty byly z oborů strojírenství a obráběné komponenty a konstrukce z kovů.

Zpracováním exportních příležitostí se CzechTrade zabývá od svého vzniku. V průběhu doby se měnily nároky na poskytování této bezplatné služby směřující především k relevanci poskytovaných informací a využitelnosti pro české firmy. V současnosti CzechTrade poskytuje informace o zahraničních poptávkách, zahraničních tendrech, investičních příležitostech a nabídkách spolupráce ze zahraničí. Měnil se také způsob distribuce těchto informací a další práce s nimi. Od roku 2002 jsou tyto informace podle zvolených preferencí pravidelně rozesílány zaregistrovaným firmám službou CzechTrade denně. Publikace exportních příležitostí se v roce 2008 přesunula plně na portál BusinessInfo.cz, který tyto informace dále napojuje na další relevantní informace pro exportující firmy. V roce 2011 bylo zpracování exportních příležitostí plně navázáno na poskytování dalších individuálních služeb agentury CzechTrade a tím bylo zvýšena přidaná hodnota této informační služby.



Poptávky 2011 – TOP 10 zemí



ZAHRAZIČNÍ POPTÁVKY

CzechTrade v roce 2011 zveřejnil na stránkách BusinessInfo.cz celkem 1 310 zahraničních poptávek a 1 927 informací o tendrech a projektech.

SLUŽBY PRO ZAHRANIČNÍ FIRMY

Zástupci CzechTrade v zahraničí propagují dobré jméno České republiky a prezentují nejen úspěchy našeho průmyslu, ale i originalitu a kvalitu českých výrobků. Jejich osobní zkušenosti a znalost specifík místního prostředí se stávají odrazovým můstkem pro efektivní komunikaci mezi zahraničními a českými partnery.

Czech Business Partner Search

Zahraniční firma může zadat poptávku po konkrétních produktech či službách, a to pomocí on-line dotazníku umístěného na webových stránkách jednotlivých zahraničních kanceláří CzechTrade. Tyto poptávky jsou pak zveřejňovány na www.businessinfo.cz.

Business Visits

Služba Business Visits navazuje na vyhledání dodavatele v České republice. Pracovníci CzechTrade vytipují zahraničním podnikatelům na základě jejich požadavků české dodavatele a zorganizují jim návštěvu ve firmách, které si vybraly, nebo pracovní setkání v pražském sídle agentury CzechTrade.

Incomingové mise

Pro zájemce ze zahraničí organizují zahraniční kanceláře CzechTrade setkání s českými firmami, které vybírají tak, aby svým charakterem odpovídaly jejich požadavkům. Na základě zpracovaných poptávek i vytipovaných a odsouhlasených kontaktů organizují buď návštěvu ve vybraných firmách nebo pracovní setkání na centrále CzechTrade.

INCOMINGOVÉ MISE

V roce 2011 CzechTrade reagoval na poptávku a oborové požadavky z veletrhů a zorganizoval 10 incomingových misí. Z jednání uskutečněných na těchto akcích se realizuje stále více kontraktů.

PROJEKTY

Projekty na posílení konkurenceschopnosti českých exportérů

EXPORTNÍ ALIANCE

Jedním z dvanácti projektů Exportní strategie ČR na období 2006-2010 byl „Rozvoj vývozních aliancí“.

Hlavním úkolem projektu byl a stále je rozvoj vývozních aliancí jako prostředku ke zvýšení šancí českých firem uspět na zahraničních trzích.

Desítky českých exportérů se tak sdružily, protože především na náročnější a vzdálenější trhy se jim vyplatilo jít společně. Za přímé nebo nepřímé podpory CzechTrade již vznikla celá řada aliancí. Představení exportních aliancí včetně kontaktů je přístupné i pro zahraniční firmy na anglické verzi internetových stránek CzechTrade.

Každý rok se uskutečňují setkání aliancí za účasti zástupců Ministerstva průmyslu a obchodu a CzechTrade. Hodnotí se vzájemná spolupráce, způsoby nabízené asistenční podpory, prezentace v zahraničí, podpora PR i práce gestorů z řad pracovníků centra vztahů s klienty CzechTrade.



Přehled exportních aliancí v gesci CzechTrade

Název aliance	Obor / Komodita	Počet členů
Česká dobývací technika	zařízení pro těžbu a úpravu nerostných surovin	15
Aliance Svaz Strojírenské Technologie	technologie	46
Czech ICT Alliance	informační technologie	110
Czech Water Alliance	vodní hospodářství	10
Atomex Group	výroba zařízení pro strojírenství a elektrotechniku	10
Czech NBC Team	ochranné pracovní prostředky	11
Czech Space Alliance	technologie pro kosmický průmysl	8
České povrchové úpravy	povrchové úpravy materiálů	5
Bohemia Line	dřevoobráběcí stroje	3
Czech Health & Safety Alliance	prostředky pro likvidace havárií, živelných pohrom a následků použití CBRN	7
Czech Communication Group	telekomunikace	3
First Czech Health Alliance	kompletní nabídka zdravotnických potřeb	7
Asociace výrobců a dodavatelů zdravotnických prostředků	kompletní nabídka přístrojů, speciálních technologií, projektů	65
Sans Souci Czech glass aliance	sklářská a keramická výroba	8
CzechBio	biotechnologie	21
Czech Power Team	energetické strojírenství	6
Czech Valves Alliance	průmyslové armatury pro energetiku	4
Euro Eco Solutions – Aliance	životní prostředí a obnovitelné zdroje energie	6

(Stav k 31. 12. 2011)

PROJEKTY FINANCOVANÉ Z FONDŮ EVROPSKÉ UNIE

Vesmír

V rámci oblasti podpory 6.2 OPPI – Program Marketing byl 19. 7. 2011 zahájen projekt „**Posílení mezinárodní konkurenceschopnosti českých podniků v oblasti kosmických technologií**“ (Vesmír).

Cílem projektu je zvýšení konkurenceschopnosti ekonomiky ČR na mezinárodních trzích v této oblasti a přiblížení se úrovni předních průmyslových zemí Evropy.

Projekt je zaměřen na vyhledání výrobců nejmodernějších a pro ČR klíčových technologií s vlastními inovacemi a vývojem, nebo se zájmem o spolupráci s organizací nabízející spolupráci v oblasti inovací a vývoje.

Jedním z výstupů projektu je vytvoření studie „Bílá kniha pro vesmír“, která slouží jako podklad pro budoucí spolupráci s podniky zájímající se o zapojení do kosmických aktivit v rámci programů Evropské kosmické agentury.

V rámci projektu bude realizována řada dalších aktivit, zejména výběr nejmodernějších klíčových oborů v ČR, pomoc podnikům při vstupu do kosmických programů a pomoc podnikům při komercializaci a internacionalizaci produktů, které budou výstupem projektů řešených v rámci kosmických programů Evropské kosmické agentury.

Projekt SVV

Interní projekt „**Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2009-2012 (SVV)**“ je další z projektů realizovaných v rámci oblasti podpory 6.2 OPPI – Marketing. Je zaměřený na oborovou prezentaci prostřednictvím společné účasti profesních (oborových) organizací a individuálních podniků (MSP výjimečně i velké podniky) na vybraných specializovaných veletrzích a výstavách v zahraničí, které nejsou zahrnuty do seznamu oficiálních účastí organizovaných Ministerstvem průmyslu a obchodu. Součástí projektu jsou i obecné podpůrné aktivity zahrnující především poradenství a konzultace pro zájemce z cílových skupin, realizaci doprovodných propagačních akcí zaměřených na prezentaci příslušných oborů českého průmyslu a společné veletržní účasti na dané akci.

Globálním cílem projektu je zvýšení konkurenceschopnosti ekonomiky ČR na mezinárodních trzích a její přiblížení úrovni předních průmyslových zemí Evropy v souladu s cílem OPPI.

V roce 2009 byla činnost zaměřena na nastavení průběhu a procesů v projektu. V roce 2010, kdy se začaly samotné akce realizovat, se uskutečnila účast na 53 veletrzích při účasti 637 subjektů.

Pro dobu realizace projektu v letech 2009-2011 bylo původně naplánováno konání minimálně 100 specializovaných veletrhů a výstav s předpokládaným počtem 1 400 účastníků, ale již na konci roku 2011 byly tyto nastavené monitorovací ukazatele pro velký zájem cílové skupiny překročeny. 113 akcí se zúčastnilo 1 499 subjektů.



OPERAČNÍ PROGRAM
PODNIKÁNÍ
A INOVACE

CÍL PROJEKTU

Zvýšení informovanosti firem v ČR o programech z oblasti kosmických technologií a přiblížení možnosti jejich zapojení do těchto programů.

SPECIALIZOVANÉ VELETRHY A VÝSTAVY

V roce 2011 se počet konaných akcí zvýšil na 60 při účasti 862 vystavovatelů, přičemž největší společná účast 70 firem proběhla na veletrhu CONECO 2011 v Bratislavě.

Projekt Zefektivňování exportních služeb

Cílovou skupinou projektu jsou především pracovníci státní správy působící v oblasti mezinárodního obchodu, tzv. obchodní diplomaté (zaměstnanci agentur CzechTrade, CzechInvest, Ministerstva průmyslu a obchodu a Ministerstva zahraničních věcí), kteří pomáhají podnikatelské veřejnosti se zahraničním obchodem.

Cílem projektu je zkvalitnit vzdělávání pro osoby zapojené do poskytování exportních služeb.

Výše zmíněným subjektům bude poskytováno ucelené vzdělání týkající se obchodních, ekonomických, právních, teritoriálních a dalších znalostí. Cílová skupina bude zapojena do vzdělávání prostřednictvím seminářů, workshopů, interaktivních tréninků, koučování, případových studií, e-formy vzdělávání atd.

V rámci projektu bude taktéž rozšířen stávající web CzechTrade pro účastníky rozvojových aktivit a vytvořeno klientské rozhraní pro firmy.

V březnu 2012 bylo zahájeno samotné vzdělávání, tzv. Kurzem obchodní diplomacie, skládající se z celkem 33 seminářů. Na začátku roku 2012 byla provedena kvalitativní analýza výstupů informačních služeb s ohledem na oborová a teritoriální specifika, došlo k porovnání úrovně kvality služeb se zahraničím a byly specifikovány nejlepší postupy realizace informačních služeb, které budou sloužit jako nástroj systematické přípravy pracovníků před výjezdem do zahraničí. V dubnu 2012 proběhl první kurz koučování vybraných účastníků cílové skupiny.



DEVELOPMENT CENTRE

Ucelený systém vzdělávání začal v září 2011 tzv. Development centre, tedy analýzou konkrétních rozvojových potřeb účastníků na základě stanovených klíčových kompetencí.

CzechTrade
Dittrichova 21
128 01 Praha 2
Zelená linka pro export
800 133 331
info@czechtrade.cz
www.czechtrade.cz
© CzechTrade, květen 2012