



CzechTrade

ČESKÁ AGENTURA
NA PODPORU OBCHODU

2014

CZECHTRADE

JE PŘÍSPĚVKOVOU AGENTUROU
MINISTERSTVA PRŮMYSLU A OBCHODU.
OD ROKU 1997 JE PARTNEREM
ČESKÝCH FIREM NA CESTĚ
K JEJICH EXPORTNÍM ÚSPĚCHŮM.

OBSAH

Profil agentury / 2 /

Důležité události roku 2014 / 6 /

Služby agentury / 8 /

Přehled hlavních výsledků a zhodnocení projektů / 12 /

Výsledky hospodaření za rok 2014 / 24 /

Zpráva o činnosti v oblasti poskytování informací / 26 /

Závěrečné slovo / 28 /

PROFIL AGENCY

The image features a minimalist, abstract geometric design. A large, solid blue triangle occupies the top-left corner, pointing towards the bottom-right. The rest of the composition is composed of several overlapping triangles in various shades of grey and white. A prominent dark grey triangle points towards the bottom-right from the center. Other lighter grey and white triangles fill the remaining space, creating a dynamic, layered effect. The overall aesthetic is clean and modern.

Agentura CzechTrade byla založena 1. května 1997 z rozhodnutí ministra průmyslu a obchodu jako příspěvková organizace na podporu obchodu. Agentura se tak stala národní proexportní organizací s cílem rozvíjet mezinárodní obchod a vzájemnou spolupráci mezi českými a zahraničními subjekty.

Agentura CzechTrade vyvíjí svou činnost s cílem být první volbou exportérů, kterým nabízí 18 let zkušeností na zahraničních trzích.

Kromě služeb zahraniční sítě, CzechTrade nabízí exportérům informační servis, zahraniční prezentace pod hlavičkou CzechTrade a České republiky, podporu efektivního využívání průmyslového designu a exportní vzdělávání. Exportérům jsou k dispozici oborově specializovaní konzultanti, kteří je provedou nabídkou služeb a nabídnou vhodné řešení. Výsledkem spolupráce s CzechTrade je komplexní exportní podpora, která je maximálně rychlá a především snadno dostupná českým firmám.

NA ZAHRA NIČNÍCH TRZÍCH SE VYZNÁME.

Hlavní přidané hodnoty služeb CzechTrade

- ▶ Fyzická přítomnost zahraničních zástupců CzechTrade v teritoriích
- ▶ Unikátní a ověřené informace ze zahraničních trhů
- ▶ Dlouhodobě vytvářené obchodní kontakty v zahraničí
- ▶ Jednotný koncept služeb v téměř 50 zemích
- ▶ Efektivní pomoc státu v podobě úspory nákladů a času exportéra
- ▶ Statut a renomé vládní agentury
- ▶ Komplexní služby pro všechny fáze zralosti exportéra
- ▶ Profesionální exportní poradenství

Agentura CzechTrade je certifikovaná podle ISO 9001:2008.

„Naším posláním je ulehčit vstup a expanzi českých firem na zahraniční trhy. Naší vizí je, aby služby agentury CzechTrade byly pro ně tou první volbou.“

Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade

Organizace agentury CzechTrade

O naplňování poslání CzechTrade se stará management agentury ve složení:

Ing. Radomil Doležal, MBA, generální ředitel

Ing. Milan Ráž, ředitel sekce služeb pro exportéry

Ing. Lenka Sokoltová, MBA, ředitelka sekce interních služeb

Ing. Zuzana Synková, ředitelka odboru exportního zpravodajství a marketingu

Mgr. Petr Kraselovský, ředitel odboru fondů EU a komerčních akcí

Stav k 31.12.2014

Oboroví specialisté CzechTrade

O klienty CzechTrade se k 31.12.2014 staralo 17 exportních konzultantů.

Jsou rozděleni do 5 oborových týmů. Každá firma lehce najde svého exportního konzultanta podle oboru, ve kterém podniká.

Stavebnictví, spotřební zboží a služby

Stavebnictví a stavební materiály, nábytkářský průmysl, papírenský průmysl, polygrafie, dřevařský a dřevozpracující, zemědělství a lesnictví, užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží, textilní, oděvní a kožedělný průmysl, služby.

Vedoucí týmu: Ing. Ludmila Brodová (od poloviny února 2015)

Ing. Martin Hlavnička

Elektro, ICT, dopravní a manipulační zařízení

Elektronika a elektrotechnika, software a ICT služby, automobilový průmysl, dopravní prostředky ostatní, manipulační prostředky a zařízení; komunální a manipulační technika, letecký průmysl, zbraně a munice.

Vedoucí týmu: JUDr. Michal Nedělka

Energetika, zdroje, životní prostředí

Energetika a obnovitelné zdroje, voda, odpady a životní prostředí, nerostné suroviny a polotovary.

Vedoucí týmu: Mgr. Alice Fibigrová, MBA

Živé vědy, chemie a plasty

Zdravotnická technika, chemický a farmaceutický průmysl + biotechnologie, potravinářský průmysl, plasty a pryž.

Vedoucí týmu: PhDr. Adriana Dohnalová

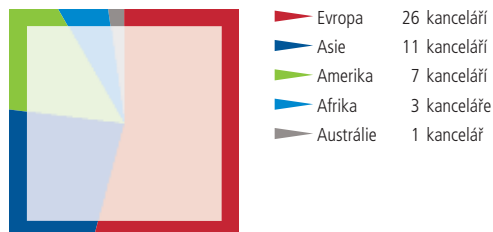
Strojírnoství a kovovýroba

Strojírnoství – výroba strojů, obráběné komponenty a konstrukce z kovů, investiční celky, slévárnoství a kovářnoství, hutní výroba.

Vedoucí týmu: Ing. Václav Štika

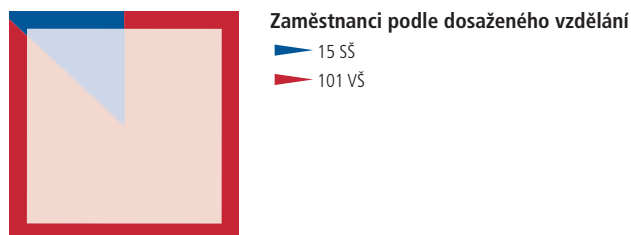
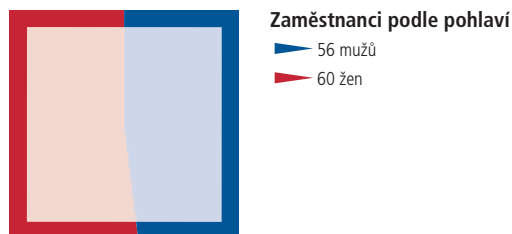
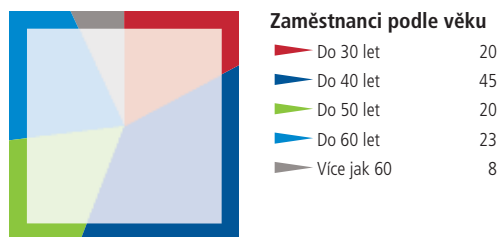
Zahraniční kanceláře CzechTrade

CzechTrade nabízí firmám služby 45 zahraničních kanceláří ve 48 zemích na 5 kontinentech.



Zaměstnanci CzechTrade

K 31. 12. 2014 měla agentura 116 zaměstnanců.





Evropa

Belgie (CEBRE): Brusel
 Bulharsko: Sofie
 Černá Hora: Podgorica
 Francie: Paříž
 Chorvatsko: Záhřeb
 Itálie: Milán
 Lotyšsko, Litva, Estonsko: Riga
 Maďarsko: Budapešť
 Německo: Düsseldorf
 Nizozemsko, Lucembursko: Rotterdam
 Polsko: Varšava, Katowice
 Rakousko: Vídeň
 Rumunsko: Bukurešť

Rusko: Moskva, Petrohrad, Jekatěrinburg
 Srbsko: Bělehrad
 Španělsko: Madrid
 Švédsko, Dánsko, Norsko, Finsko:
 Stockholm
 Turecko: Istanbul
 Ukrajina: Kyjev
 Velká Británie, Irsko: Londýn

Afrika

Egypt: Káhira
 Maroko: Casablanca
 Jihoafrická republika: Johannesburg

Amerika

Argentina: Buenos Aires
 Brazílie: Sao Paulo
 Chile: Santiago de Chile
 Kanada: Calgary
 Kolumbie: Bogota
 Mexiko: Mexico City
 USA: Chicago

Asie

Ázerbájdžán: Baku
 Čína: Peking, Chengdu, Šanghaj
 Indie: Mumbaj
 Indonésie: Jakarta

Izrael: Tel Aviv
 Kazachstán: Almaty
 Thajsko: Bangkok
 Spojené arabské emiráty: Dubaj
 Vietnam: Ho Či Minovo Město

Austrálie

Austrálie, Nový Zéland: Sydney

DŮLEŽITÉ UDÁLOSTI ROKU 2014

The background of the page is composed of several overlapping geometric shapes, primarily triangles, in various shades of gray and white. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement. A large, dark gray triangle is positioned in the upper left corner. A lighter gray triangle overlaps it from the right. Another triangle, in a medium gray, overlaps from the bottom. A dark gray triangle overlaps from the bottom right. The overall effect is a modern, minimalist design.

Březen

Bezplatná linka pro Ukrajinu a speciál k sankcím v Rusku

Pro české firmy, které exportují na Ukrajinu či jinak působí na tamním trhu, byla v březnu 2014 zřízená bezplatná telefonní linka. Jejím cílem je poskytovat vývozcům maximální podporu a užitečné informace, vzhledem k situaci na Ukrajině.

V souvislosti se sankcemi vůči Rusku vznikla pro podnikatele na portálu BusinessInfo.cz rubrika, která koncentruje informace státní správy vztahující se k sankcím.

Květen

Portál BusinessInfo.cz v moderním designu

V květnu prošel portál pro podnikatele BusinessInfo.cz kompletním redesignem. Uživatelům nabízí elektronické podnikatelské formuláře v PDF, jež lze vyplnit přímo na internetu, videonávody nebo on-line dotazování redakce či odborníků z ministerstva průmyslu a obchodu (MPO). Portál zveřejňuje informace v pěti světových jazycích a je tak užitečným zdrojem informací i pro zahraniční subjekty.

Červenec

Radomil Doležal novým ředitelem agentury CzechTrade

Novým generálním ředitelem agentury byl 1. července jmenován Radomil Doležal. Agenturu CzechTrade převzal po Milanu Rážovi, kterého ministr pověřil řízením agentury v únoru stejného roku.

Zahraniční kanceláře zpět pod CzechTrade

Prvního července převedlo MPO zahraniční kanceláře zpět pod agenturu CzechTrade.

Září

Pomoc evropským firmám s podnikáním v ČR

Portál Your Europe je informačním projektem, ze kterého mají prospěch podnikatelé v celé Evropě. Členské země EU zpracovávají informace o svých podmínkách podnikání, které mohou využít i české firmy, pokud chtějí začít podnikat v jednotlivých zemích EU. Na jeho tvorbě a propagaci se aktivně podílí za ČR agentura CzechTrade.

Říjen

Klientské centrum pro export

Ve spolupráci s Ministerstvem zahraničních věcí (MZV) a Ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO) bylo na podzim 2014 otevřeno v prostorách CzechTrade Klientské centrum pro export (KCPE). Zároveň byl představen nový Katalog služeb státu českým exportérům. Díky KCPE jsou poskytovány komplexní informace a poradenství jak v oblasti B2B, tak B2G a G2G ve více než 90 zemích světa společně, a to prostřednictvím zahraničních kanceláří CzechTrade a zastupitelských úřadů ČR.

V průběhu roku 2014

Nová teritoria pro klienty CzechTrade

V průběhu roku se síť zahraničních kanceláří rozšířila o thajský Bangkok, indonéskou Jakartu, druhé kanceláře v Polsku a Turecku (Katovice resp. Ankara) a třetí čínskou kancelář v Pekingu, dále Santiago de Chile (Chile), Bogotu (Kolumbie) a Baku (Ázerbájdžán). Na konci roku 2014 agentura otevírala dveře českým exportérům ve 48 zemích.

Mezinárodní spolupráce

Agentura CzechTrade podepsala v roce 2014 celkem 5 memorand o spolupráci či porozumění, čtyři s Čínou a jedno s Kazachstánem. Dvě memoranda se týkala spolupráce v oblasti leteckého průmyslu v Číně, na základě dalšího memoranda o spolupráci bylo zřízeno Czech Tech China Center v Nanopolis průmyslovém parku v čínském Suzhou. Předmětem čtvrtého memoranda o porozumění (MOU) s Čínou je spolupráce mezi českými a dondhajskými podnikatelskými subjekty v oblasti výroby a zpracování křišťálu. Memorandum podepsané Národní exportní a investiční agenturou v Kazachstánu a CzechTrade se týká spolupráce a podpory v oblasti vzájemného obchodu ve všech průmyslových sektorech.

CzechTrade je členem BEDA – Asociace designérských organizací EU.

**45 ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ
CZECHTRADE NABÍZÍ SLUŽBY
VE 48 ZEMÍCH.**

SLUŽBY AGENTURY

The background is composed of several overlapping geometric shapes. A large green triangle is in the top-left corner. A dark grey triangle is in the bottom-right corner. A light grey triangle is in the bottom-left corner. A white triangle is in the top-right corner. The shapes meet at a central point, creating a dynamic, abstract composition.

Informační servis pro exportéry

Agentura CzechTrade poskytuje kvalitní informační servis českým exportérům. Tyto služby jsou nabízeny z větší části zdarma jako podpora konkurenceschopnosti českých exportérů a také diverzifikace exportu. Z toho důvodu byly všechny služby informačního servisu zaměřeny především na rostoucí ekonomiky mimo Evropskou unii, do míst kde mají české výrobky vysokou šanci uspět.

Centrum informačních služeb nabízí:

- bezplatné zpravodajství ze zahraničních trhů a klíčových oborů prostřednictvím subportálu Zpravodajství pro export na BusinessInfo.cz,
- individuální analytické služby podle specifikace klientem,
- nadstandardní informační servis pro klienty a členy Exportního klubu CzechTrade prostřednictvím klientské zóny.

Exportní příležitosti

CzechTrade se zaměřuje na komplexní zpracovávání exportních příležitostí. Jedná se o administraci zahraničních poptávek a návaznou organizaci B2B akcí – Sourcing day a incomingové podnikatelské mise. Tyto příležitosti totiž účinně napojují české exportéry na konkrétní zahraniční klienty, a představují reálný zakázkový potenciál.

CzechTrade dále zprostředkovává informace o investičních příležitostech, zahraničních nabídkách a tendrech, včetně tendrů mezinárodních organizací, jako jsou CERN, ESO a Světová banka.

Exportní klub CzechTrade

Rostoucímu portfoliu členů přináší klub výhody ve všech typech služeb, které CzechTrade nabízí: prezentace v zahraničí prostřednictvím Adresáře exportérů, nadstandardní informační servis, specializované akce exportního vzdělávání a individuální exportní poradenství. Klub vytváří rovněž jedinečný prostor pro výměnu zkušeností a kontaktů svých členů.

Zpravodajství pro export a klientská zóna CzechTrade

Oba subportály Zpravodajství pro export i klientská zóna jsou součástí portálu BusinessInfo.cz. Jejich cílem je zprostředkovat exportérům a klientům agentury CzechTrade všechny potřebné informace, služby a kontakty strukturovaně, na jednom místě a včas.

Na Zpravodajství pro export jsou agenturou CzechTrade zpracované „country profiles“. Na jedné straně formátu A4 jsou uvedena aktuální data o stavu vybraných ekonomik.

CzechTrade dále dlouhodobě zpracovává index Doing business, který pomáhá podnikatelům relevantně zhodnotit podmínky pro podnikání na zahraničních trzích.

Během celého roku připravují pracovníci CzechTrade aktuální zprávy ze zahraničí a informace ze zahraničního obchodu a ekonomiky.

Klientská zóna CzechTrade je nástrojem pro klienty, který má exportérům usnadnit přístup ke službám a jejich čerpání. Zároveň vzniká i varianta pro členy Exportního klubu CzechTrade. Výsledkem je zefektivnění služeb CzechTrade díky novým on-line funkcím.

PORTÁL BUSINESSINFO.CZ

Základní součástí informační sítě pro podnikatele a exportéry je portál BusinessInfo.cz, jehož realizací je pověřená agentura CzechTrade. Portál na jednom místě integruje informace z klíčových ministerstev a institucí veřejné správy a následně je poskytuje podnikatelům a exportérům.

Rubrika Zahraniční obchod soustřeďuje nejdůležitější informace pro české exportéry poskytované státní správou i jinými subjekty. Na BusinessInfo.cz jsou mimo jiné publikované Souhrnné teritoriální informace z více než 150 zemí světa, denně aktualizované exportní příležitosti či kalendář mezinárodních veletrhů a výstav s českou účastí.

Exportní poradenství a služby zahraniční sítě

Služby agentury CzechTrade vycházejí vstříc individuálním potřebám každého klienta a respektují specifika konkrétního cílového trhu i oboru. Klient se může spolehnout na profesionální služby zkušených zahraničních zástupců, ale i odborníků v centrále CzechTrade. Oborově specializovaní konzultanti jsou připraveni projednat exportní záměry a doporučit vhodný postup spolupráce s CzechTrade.

Zástupci CzechTrade v zahraničí poskytují celou řadu bezplatných služeb a návazně na ně placených specializovaných služeb pro konkrétní firmy na míru. Největší výhodou pro firmy je fyzická přítomnost zahraničních zástupců CzechTrade v teritoriu a s tím spojená znalost prostředí a know-how, napojení na důležité kontakty a schopnost získávat ověřené informace z první ruky.

Zahraniční kanceláře CzechTrade nabízejí komplexní podporu exportérů při vstupu na zahraniční trh, zakládání pobočky nebo rozšiřování výroby. Firmy si mohou vybrat ze širokého spektra služeb od zajištění informací, navazování obchodních kontaktů, poskytování marketingové podpory, organizace propagačních akcí až po dlouhodobou asistenci v teritoriu.

Mezi nejvíce poptávané služby patří:

- vyhledání obchodních partnerů,
- ověření zájmu zahraničního partnera o nabízené produkty/služby,
- prověření obchodního partnera (bonita),
- dlouhodobá asistence při jednáních, organizace jednání,
- B2B a prezentační akce, networking,
- individuální exportní konzultace v Praze a v regionech,
- aktuální informace a novinky ze zahraničních trhů.

Zahraniční kanceláře jsou také významným zdrojem konkrétních exportních příležitostí. Jedná se o poptávky zahraničních firem, tendry a investiční příležitosti. Velký důraz je kladen na asistenci při rozpracování těchto exportních příležitostí a organizování následných B2B akcí.

Marketingové akce v ČR

CzechTrade realizuje konzultace a pracovní setkání pro české firmy po celé ČR.

Konzultační den – teritoriálně zaměřené konzultace zástupců firem s vybranými pracovníky zahraničních kanceláří CzechTrade, které probíhají v regionech ČR.

Meeting Point CzechTrade – centrálně organizované individuální konzultace firem se všemi pracovníky zahraničních kanceláří CzechTrade.

Prezentace českých firem v zahraničí

Společné účasti na zahraničních výstavách a veletrzích

Agentura CzechTrade organizuje společnou účast českých firem na zahraničních výstavách a veletrzích. České firmy tak mohou kromě oficiálních účastí pořádaných MPO využít tyto další dvě formy prezentace.

Prezentace na zahraničních veletrzích pod hlavičkou CzechTrade

Jedná se o osobní nebo katalogovou prezentaci firem na společném stánku na zahraničním veletrhu, která je poskytována v rámci služeb agentury CzechTrade. Společná účast snižuje náklady na prezentaci firmy na veletrzích v zájmových teritoriích. Pracovníci zahraničních kanceláří poskytují vystavovatelům standardní i individuální služby před akcí, během konání veletrhu a také po něm.

Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2013–2014 (SVV2) a Design pro konkurenceschopnost 2013–2014 (Design)

Prostřednictvím agentury CzechTrade mohou firmy realizovat osobní účasti na zahraničních výstavách a veletrzích s využitím podpory z evropských strukturálních fondů (OPPI), konkrétně Marketing, více viz strana 21.

Exportní vzdělávání

CzechTrade nabízí českým firmám vzdělávací akce s tematikou mezinárodního obchodu:

- odborné semináře,
- teritoriální semináře,
- exportní konference,
- firemní školení na míru.

Prostřednictvím špičkových lektorů, odborníků a teritoriálních specialistů jsou exportérům předávány aktuální informace důležité pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy.

Vzdělávací akce CzechTrade učí české firmy exportovat na základě sdílených informací, praktických tréninků a úspěšných příkladů z praxe. Využívá bohaté know-how pracovníků zahraničních kanceláří CzechTrade.

PRAKTICKÉ A AKTUÁLNÍ INFORMACE DŮLEŽITÉ PRO ROZHODOVÁNÍ, PŘÍPRAVU A ÚSPĚŠNÝ VSTUP NA ZAHRANIČNÍ TRHY.

Projekty realizované agenturou CzechTrade a financované z evropských fondů

Agentura CzechTrade byla v roce 2014 realizátorem tří projektů financovaných z evropských fondů.

Projekt Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2013–2014 (SVV2)

Projekt SVV2 je realizovaný agenturou CzechTrade a financovaný z prostředků Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI) s 15% podílem prostředků státního rozpočtu. Cílem projektu je poskytnout prostřednictvím společné účasti na vybraných výstavách a veletrzích v zahraničí zvýhodněné služby zaměřené na zvyšování konkurenceschopnosti výrobků a služeb firem se sídlem v ČR. Cílovou skupinou jsou profesní (oborové) organizace a podniky, zejména malé a střední firmy.

Projekt Design pro konkurenceschopnost 2013–2014

V roce 2014 agentura CzechTrade pokračovala v realizaci podpory efektivního využívání průmyslového designu, jako jednoho z inovačních nástrojů ke zvyšování konkurenceschopnosti malých a středních firem na zahraničních trzích. Projekt Design pro konkurenceschopnost je koncipován jako interní projekt agentury CzechTrade v rámci OPPI.

Projekt Posílení mezinárodní konkurenceschopnosti českých podniků v oblasti kosmických technologií (Vesmír)

Dalším z interních projektů CzechTrade financovaných z OPPI byl v roce 2014 projekt Vesmír. Tento projekt napomáhal posílení mezinárodní konkurenceschopnosti podniků se sídlem v ČR na zahraničních trzích, zvýšení informovanosti firem o programech z oblasti vesmírných technologií a vyhledání výrobců nejmodernějších a pro Českou republiku klíčových technologií s vlastními inovacemi a vývojem. Zaměřoval se také na pomoc při přípravě žádostí o vstup do programů vesmírných technologií i na odborné konzultace v oblasti komercializace a internacionalizace produktů podniků, které měly v tomto směru co nabídnout.

The background features a large red triangle in the top-left corner. The rest of the page is composed of several overlapping geometric shapes in white and various shades of grey, creating a modern, abstract design.

PŘEHLED HLAVNÍCH VÝSLEDKŮ A ZHODNOCENÍ PROJEKTŮ

Informační servis pro exportéry

Zpravodajství pro export a Klientská zóna CzechTrade

Agentura CzechTrade se v roce 2014 zaměřila na analýzy aktuálních příležitostí pro české exportéry po celém světě. Na portále Zpravodajství pro export jich publikovala téměř 50 a svým zaměřením pokryly regiony SNS, ASEAN, Afriku, Skandinávii a Latinskou Ameriku.

Protože nedostatek informací o vzdálenějších trzích je častým důvodem, proč exportéři opomíjejí jinak velmi perspektivní trhy, zpracoval CzechTrade detailní analýzy zaměřené na rostoucí trhy Kazachstánu, Mexika, Ázerbájdžánu, Indie, Brazílie a Turecka, které jsou k dispozici na portálu Zpravodajství pro export v rubrice Informační servis.

Od roku 2014 na portále Zpravodajství pro export zveřejňujeme i informace o podnikatelském prostředí „Doing business“. V roce 2014 jich bylo publikováno 7.

CZECHTRADE ZPROSTŘEDKOVAL VÍCE NEŽ 3 200 EXPORTNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ.

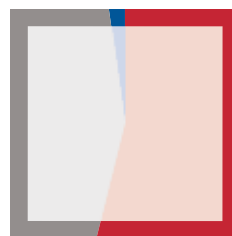
Exportní příležitosti

Díky vlastním nástrojům, jako jsou zahraniční kanceláře a databáze IS SINPRO, CzechTrade získává a dále zpracovává konkrétní exportní příležitosti. Jedná se o poptávky zahraničních firem, tendry a investiční příležitosti, kterých v loňském roce zpracoval celkem 3 243.



Zahraníční poptávky dle oboru

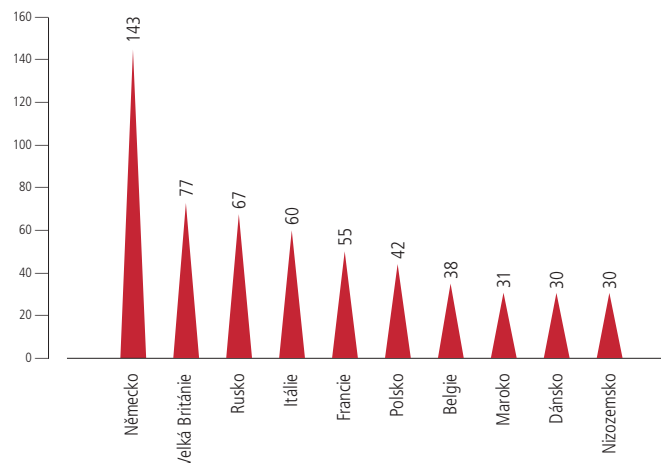
Strojírenství	17 %
Obráběné komponenty	15 %
Potravinářský průmysl	11 %
Textilní průmysl	8 %
Plasty	7 %
Sklo	7 %
ICT	7 %
Služby	7 %
Stavebnictví	6 %
Nábytek	5 %
Slévárnictví	5 %
Chemický průmysl	5 %



Exportní příležitosti dle typu

Tendry	54 %
Poptávky a nabídky	44 %
Investiční příležitosti	2 %

Zahraníční poptávky dle teritoria TOP 10



B2B akce

Velký důraz klade CzechTrade na asistenci při rozpracování získaných exportních příležitostí a organizování návazných B2B akcí.

Sourcing day

Na základě aktivního oslovení ze strany zahraničních kanceláří CzechTrade zorganizovala v roce 2014 agentura 2 akce typu Sourcing Day se zahraničními firmami.

Duben 2014 Sourcing day REWE (v ČR: BILLA, Penny Market)

Zástupci skupiny REWE z Německa a Rakouska přijeli na akci organizovanou agenturou CzechTrade do Česka. Jejich zájmem bylo najít nové dodavatele pro řetězce v oblasti potravin. Akce se zúčastnilo 25 českých výrobců z oboru mléko a mléčné výrobky, maso a masné výrobky, pečivo, cukrovinky a konzervovaná zelenina.

Červen 2014 Sourcing day Tschechien, Plzeň

Setkání s 8 německými podniky se účastnilo téměř 50 českých firem. Obory zájmu německých firem byly strojírenské kooperace, elektrotechnika a výrobky plastikářského průmyslu.

„Díky agentuře CzechTrade jsme během jediného dne jednali přímo s nákupčími hned několika německých firem. Za běžných okolností by podobným jednáním předcházelo mnoho hodin strávených hledáním kontaktů, zasíláním nabídek a cestováním.“

Luboš Souček, exportní manažer společnosti TVD – technická výroba

Incomingové podnikatelské mise

CzechTrade organizuje pro zahraniční firmy setkání s vybranými českými výrobci. V roce 2014 tyto akce vznikly z iniciativy jak zahraničních kanceláří CzechTrade, tak zastupitelských úřadů ČR.

Březen 2014 Osprey Tunnels, Velká Británie

Tato firma staví po celém světě velkoplošné skleníky a hledala dodavatele svařovaných trubek a kotvících patek. Prostřednictvím CzechTrade navštívili její zástupci firmu Steel profil a DIOSS Nýřany.

Listopad 2014 Nomin Holding, Mongolsko

Zástupci obchodního řetězce Nomin Holding měli zájem o potraviny, především o mléčné a masné výrobky, sladkosti a konzervovanou zeleninu. Jednání s potencionálními dodavateli, jako MADETA, Mlékárna Hlinsko, Kostelecké uzeniny, Efko, Opavia, EMCO, Mocca, POEX, se uskutečnilo v sídle agentury CzechTrade.

Prosinec 2014 SAMSUNG, Korea

Zástupci koncernu navštívili centrálu CzechTrade v Praze, kde jim byl předán seznam vytipovaných firem z různých oborů jejich zájmu. Jednalo se o české firmy z oborů investiční strojírenství, energetika a petrochemie.

Exportní klub CzechTrade

V roce 2014 si profil členů Exportního klubu v online Adresáři exportérů prohlédlo na 75 tisíc zahraničních uživatelů. CzechTrade zorganizoval pro členy klubu dvě unikátní vzdělávací videokonference se zaměřením na teritoria Bulharsko, Srbsko, Turecko, Chile a Kolumbie. Členům klubu byla během roku zaslána tři vydání elektronického zpravodaje informujícího o dění v klubu. Specialisté CzechTrade zpracovali 29 komplexních teritoriálních analýz, jejichž plně znění je k dispozici pouze členům Exportního klubu CzechTrade. Na konci roku měl klub CzechTrade 100 členů.

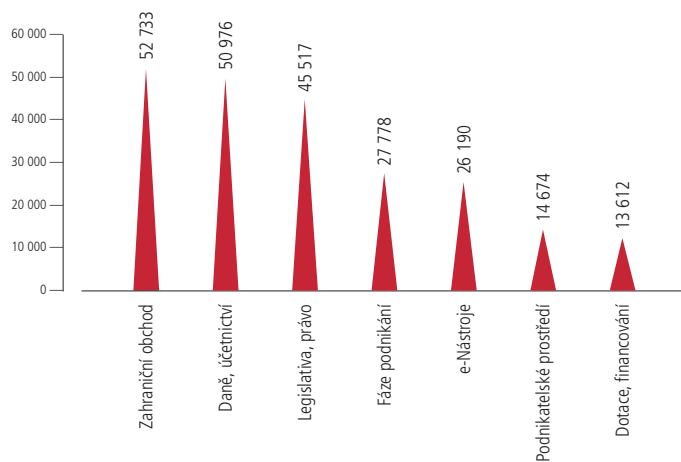
Portál BusinessInfo.cz

V roce 2014 věnoval CzechTrade velké úsilí rubrice Zahraniční obchod v rámci portálu BusinessInfo.cz. Následkem toho byla tato rubrika nejvíce navštěvovanou oblastí ze strany uživatelů. Nově je v rámci portálu věnována velká pozornost úspěšným příběhům českých exportérů, kteří slouží jako inspirace pro další české firmy s potenciálem dobývat cizí trhy.

RUBRIKA ZAHRANIČNÍ OBCHOD

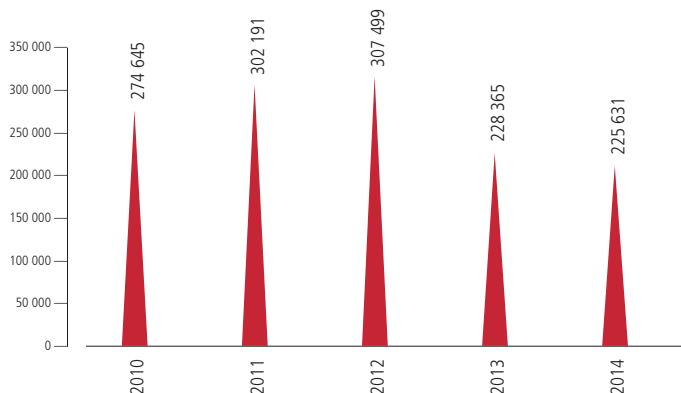
BYLA V ROCE 2014 VEDLE SEKCE
DANĚ A LEGISLATIVA
NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ RUBRIKOU
BUSINESSINFO.CZ – **MĚSÍČNÍ
PRŮMĚR 52 733 NÁVŠTĚV.**

Návštěvnost rubrik – měsíční průměr



Průměrná měsíční návštěvnost portálu byla 225 631 návštěvníků za měsíc.

Návštěvnost – měsíční průměr



Důležitým trendem v roce 2014 je zvýšení počtu tzv. shlédnutých stránek v rámci jedné návštěvy. Znamená to, že lidé tráví na portále více času a prohlíží si větší množství obsahu.

Shlédnutí – měsíční průměr

2012	651 733
2013	525 552
2014	611 705

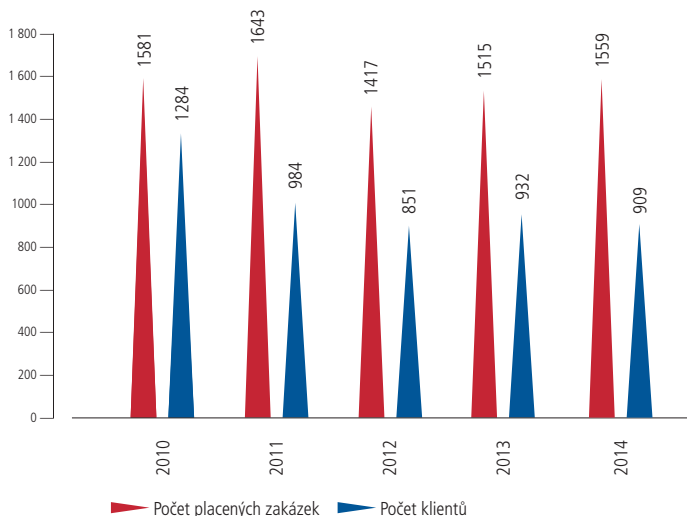
Exportní poradenství a služby zahraniční sítě

Zahraníční síť je klíčovým nástrojem podpory exportérů. K 1. 7. 2014 došlo k převodu zahraničních kanceláří od MPO zpět pod správu agentury CzechTrade. Jednalo se o důležitý krok, který vedl k efektivnějšímu řízení zahraniční sítě.

Zahraníční síť se v roce 2014 rozšířila do nových teritorií. Nové zahraniční kanceláře byly otevřeny v Latinské Americe (Kolumbie a Chile), v Ázerbájdžánu, jihovýchodní Asii (Indonésie a Thajsko) a v reakci na zvýšený zájem českých exportérů bylo posíleno zastoupení v Číně (Peking), Turecku (Ankara) a Polsku (Katovice).

V roce 2014 došlo k meziročnímu navýšení zájmu exportérů o služby agentury CzechTrade o 18 %. Zrealizováno bylo celkem 1 559 zakázek pro 909 českých firem.

Vývoj počtu zakázek a klientů CzechTrade



Na 1 290 zakázkách se podílely zahraniční kanceláře CzechTrade, které v průběhu roku 2014 pracovaly pro 764 českých firem v rozsahu téměř 42 000 hodin práce.

	Počet
Počet zakázek zahraničních kanceláří	1 290
Počet úspěšných případů	103
Hodnota podpořeného vývozu v Kč	6 851 219 523
Návratnost dotazníků spokojenosti	43 %
Hodnocení služeb zahraničních kanceláří	1,24

České firmy mají stále největší zájem o služby evropských zahraničních kanceláří, například v Düsseldorfu 187 realizovaných zakázek, v Moskvě 76, v Londýně 68, Petrohradě 67 a v Dubaji 61 zakázek. Stále více podnikatelů se však zajímá o možnosti vývozu do Turecka, SAE, Brazílie, Kazachstánu, Skandinávie, Číny či Austrálie. Největší tržby na zakázkách zaznamenaly zahraniční kanceláře v Düsseldorfu, Moskvě, Dubaji, Londýně, Rotterdamu, Stockholmu, Istanbulu, Sao Paulu, Almaty a Varšavě.

Nejvíce služeb zrealizovaly zahraniční kanceláře CzechTrade v souvislosti s účastí firem na zahraničních akcích. Velký zájem českých firem byl také o asistenční služby a konzultační dny. Využití jednotlivých typů služeb zahraničních kanceláří vyjadřuje výběr v následující tabulce:

Služby zahraničních kanceláří, které klienti nejčastěji využili

	Počet zakázek	Tržby
akce	520	21 224 720 Kč
asistenční služby	192	1 764 410 Kč
semináře	86	76 080 Kč
konzultační den	85	73 600 Kč
balíček služeb – BUSINESS	74	1 180 971 Kč
ověření zájmu o výrobek/službu	70	1 239 000 Kč
balíček služeb – PLUS	69	1 380 860 Kč
obchodní kontakty (bez ověření)	34	277 100 Kč
organizace obchodních jednání	20	323 900 Kč
dlouhodobá exportní asistence	12	261 000 Kč

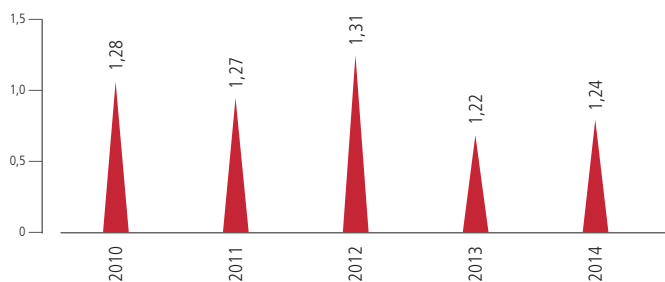
Spokojenost se službami

Spokojenost se službami zahraničních kanceláří CzechTrade nejlépe dokládají výsledky dotazníků spokojenosti, které vyplňovali zástupci českých firem po ukončení zakázek.

**CZECHTRADE DĚKUJE VŠEM,
KTEŘÍ VĚNUJÍ ČAS VYPLNĚNÍ
DOTAZNÍKŮ SPOKOJENOSTI
A PODÍLÍ SE TAK NA ZLEPŠENÍ
NAŠICH SLUŽEB.**

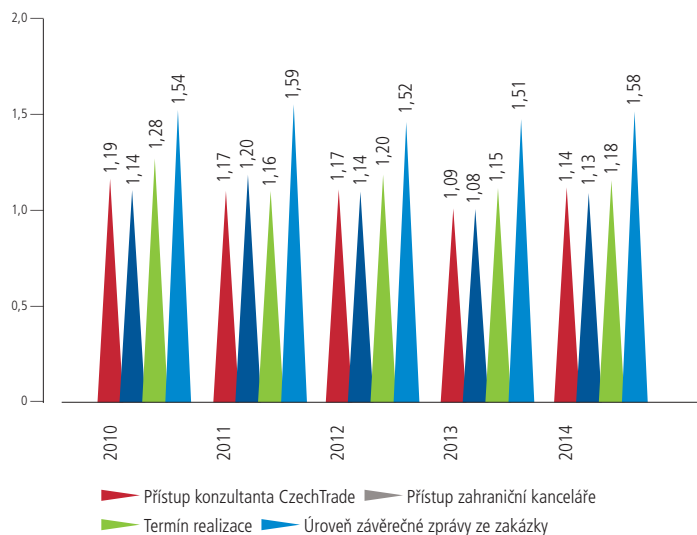
Téměř třem čtvrtinám klientů (71 %) přinesly služby agentury CzechTrade úsporu nákladů, 84 % klientů přinesly služby úsporu času a neuvěřitelných 97 % klientů by služby doporučilo svým obchodním partnerům.

Vývoj indexu spokojenosti



Firmy oznámkovaly služby poskytované zahraničními kancelářemi CzechTrade na čtyřbodové stupnici známku 1,24 bodu (1= nejlepší, 4= nejhorší).

Dílčí hodnocení spokojenosti se zakázkou CzechTrade



Klienti, kteří využili služeb agentury CzechTrade, oceňují vysokou kvalitu a profesionální úroveň výstupů definovaných podle individuálních požadavků a potřeb, dále vstříčný a flexibilní přístup pracovníků. Jako velmi přínosné hodnotí především získané ověřené kontakty, znalost místního prostředí a trhu, což jim umožňuje vyvarovat se základních chyb v daném teritoriu.

„Ze strany vedoucího petrohradské kanceláře nám byly v souvislosti s naší obchodní návštěvou poskytnuty profesionální služby a kvalitní zázemí. Oceňujeme vstříčný přístup ke všem našim požadavkům, perfektní organizaci a administraci obchodních setkání, vlastní spoluúčast při jednání s petrohradskými firmami a kompletním servisem doplňkových služeb. Zároveň oceňujeme služby, které předcházely naší návštěvě, spočívající ve vyhledání obchodních partnerů.“

Antonín Klap, jednatel, Trade Invest Slapy

Úspěšné případy klientů CzechTrade

V roce 2014 firmy potvrdily 103 úspěšných případů, které vznikly s využitím služeb agentury CzechTrade, v celkové hodnotě 6 851 219 523 Kč. Nejvíce úspěšných případů generovaly zahraniční kanceláře CzechTrade v Düsseldorfu, Petrohradě a ve Stockholmu. Největších hodnot podpořeného vývozu dosahovaly úspěšné případy díky pomoci zahraničních kanceláří v Moskvě, Düsseldorfu a Záhřebu.

TOP 3 – Zahraniční kanceláře podle objemu úspěšných případů

	Hodnota kontraktů	Počet úsp. případů
CzechTrade Moskva	6 269 020 000 Kč	5
CzechTrade Düsseldorf	89 621 594 Kč	20
CzechTrade Záhřeb	82 500 000 Kč	2

TOP 3 – Zahraniční kanceláře podle počtu úspěšných případů

	Hodnota kontraktů	Počet úsp. případů
CzechTrade Düsseldorf	89 621 594 Kč	20
CzechTrade Petrohrad	44 135 393 Kč	11
CzechTrade Stockholm	11 827 240 Kč	10

TOP 10 – Počet úspěšných případů podle oborů

Nejvíce úspěšných případů se generuje z oborů strojírenství, stavebnictví a elektroniky a elektrotechniky.

Strojírenství – výroba strojů a techniky	23
Stavebnictví a stavební materiály	13
Elektronika a elektrotechnika	8
Zdravotnická technika	7
Potravinářský průmysl	6
Energetika	6
Obráběné komponenty a konstrukce z kovů	5
Plasty a pryž	5
Dopravní prostředky ostatní, manipulační prostředky a zařízení	4
Nábytkářský průmysl	4
Užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží	4

TOP 10 – Hodnota úspěšných případů podle oborů

Nejvyšší objem podpořeného vývozu jsme zaznamenali v oboru zemědělství a lesnictví, stavebnictví a potravinářství.

Zemědělství a lesnictví	6 214 320 000
Stavebnictví a stavební materiály	107 482 253
Potravinářský průmysl	86 525 282
Letecký průmysl	86 187 500
Strojírenství – výroba strojů a techniky	74 877 592
Energetika	74 192 000
Ostatní	56 458 700
Luxusní zboží	46 150 000
Dřevařský a dřevozpracující	32 120 000
Dopravní prostředky ostatní, man. prostředky a zařízení	13 631 000

Nejvíce úspěšných případů nám potvrdily firmy ze Zlínského kraje.

Kraj	Počet	Hodnota
Zlínský	25	98 242 664
Moravskoslezský	16	36 804 309
Praha hl. m.	13	175 690 893

Největší hodnotu podpořeného vývozu nám deklarovaly firmy z Jihočeského kraje.

Kraj	Počet	Hodnota
Jihočeský	3	6 235 520 000
Praha hl. m.	13	175 690 893
Pardubický	6	123 029 152

Prezentace českých firem v zahraničí

Společné účasti na zahraničních výstavách a veletrzích

V roce 2014 zahraniční kanceláře vytypovaly a společně s centrálou CzechTrade zrealizovaly 88 účastí českých firem na veletrzích v 32 zemích světa.

Nejvíce společných prezentací firem pod hlavičkou CzechTrade se uskutečnilo v Rusku, Německu, Brazílii, Polsku, Číně, Turecku, Spojených arabských emirátech a Velké Británii.

TOP destinace – Počet akcí

Rusko	12
Německo	8
Brazílie, Polsko	6
Čína, Turecko, Spojené arabské emiráty, Velká Británie	4
Mexiko, Ukrajina, USA, Nizozemsko	3

Nejvíce veletrhů, na kterých se české firmy prezentovaly, se řadilo do oborů strojírenství, potravinářství, konstrukce z kovů, energetiky a stavebnictví.

Společné účasti na veletrzích podle oborů

Obor	Počet
Strojírenství	16
Potravinářský průmysl	12
Konstrukce z kovů	10
Energetika	9
Stavebnictví	9
Software ICT	6
Elektrotechnika	5
Letecký průmysl	5
Voda, životní prostředí	4
Nábytkářský průmysl	4
Zemědělství	4
Zdravotnická technika	3
Plasty	1

„Vámi zpracovaná závěrečná zpráva z katalogové prezentace na veletrhu Expodefensa 2014 v kolumbijské Bogotě nám přináší hodnotné informace, zvláště pak si ceníme nově nabytých kontaktů, které využijeme pro naše další obchodní aktivity v Jižní Americe.“

*Ing. Jaroslava Kociánová,
vedoucí útvaru zahraničního prodeje, RETIA*

Možnosti prezentovat se na zahraničních veletrzích pod vlajkou CzechTrade využilo v roce 2014 celkem 498 účastníků. Účastníci byli z 80 % z řad malých a středních firem.

Členění účastníků podle počtu zaměstnanců firmy v %

1–10 zaměstnanců	17
11–50 zaměstnanců	29
50–250 zaměstnanců	34
> 251 zaměstnanců	20

CZECHTRADE V ROCE 2014 PREZENTOVAL **2 000** FIREM NA **164** AKCÍCH V ZAHRANIČÍ

CzechTrade poskytuje firmám marketingovou podporu v zahraničí také prostřednictvím organizování společných účastí v rámci projektu Společné účasti na specializovaných výstavách a veletrzích (SVV2). V roce 2014 zorganizoval 76 akcí, kterých se účastnilo více než 1 500 malých a středních firem. Více v části o výsledcích projektu str. 21.

Marketingové akce v ČR

Konzultační den

V roce 2014 se zrealizovalo celkem 14 Konzultačních dnů pro více jak 80 firem. Konzultační dny se konaly převážně v moravských regionech, a to v Ostravě, Brně, Zlíně, Olomouci a Jihlavě, ale také v Plzni, Ústí nad Labem a Českých Budějovicích.

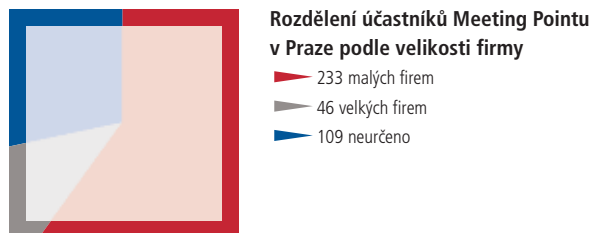
Meeting Point CzechTrade

Agentura CzechTrade zorganizovala v únoru 2014 ve spolupráci s MPO, které v té době řídilo síť zahraničních kanceláří, dvanáctý ročník akce Meeting Point CzechTrade.

Na akci, které se zúčastnilo rekordních 388 firem, proběhlo více než 1 000 půlhodinových jednání se zahraničními zástupci. Zástupci českých firem s nimi konzultovali své exportní záměry v daných teritoriích.

NA AKCI MEETING POINT PROBĚHLO BĚHEM DVOU DNŮ **1 024** PŮLHODINOVÝCH JEDNÁNÍ.

Podobnou akci, ale v menším rozsahu, uspořádala agentura CzechTrade i na podzim v rámci doprovodných aktivit na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně. Přítomno bylo 19 vedoucích zahraničních kanceláří CzechTrade.



Rozdělení účastníků podle velikosti firmy

Počet zaměstnanců	Počet firem
001 – 010	67
011 – 050	68
051 – 250	98
> 251	46
Neurčeno	109

S CzechTrade spolupracujeme již delší dobu. V roce 2014 jsme se zúčastnili veletrhu Light+Building ve Frankfurtu a následně jsme si objednali asistenční služby zaměřené na Izrael a Švédsko. Musím vyzdvihnout ochotu a aktivitu zaměstnanců CzechTrade jak v Izraeli, tak i ve Švédsku, kde jsme začali spolupracovat po akci Meeting Point v Praze. Jsem opravdu velmi mile potěšena proaktivním přístupem pracovníků CzechTrade a těším se na další spolupráci.“

Petra Macháčková, Sales Manager, LAMBERGA

Firmy, které se zúčastnily Meeting Pointu v Praze podle oborů

Průmyslový obor	Počet firem z oboru
Obráběné komponenty a konstrukce z kovů	109
Strojírenství – výroba strojů a techniky	103
Stavebnictví a stavební materiály	89
Elektronika a elektrotechnika	73
Software a ICT služby	60
Energetika	48
Voda, odpady a životní prostředí	35
Automobilový průmysl	30
Chemický a farmaceutický průmysl	29
Potravinářský průmysl	25
Slévárství a kovárství	25
Plasty a pryž	24
Zdravotnická technika	24
Dopravní prostředky ostatní, manipulační prostředky a zařízení	23
Dřevařský a dřevozpracující	20
Polygrafie	17
Letecký průmysl	15
Zemědělství a lesnictví	15
Nábytkářský průmysl	14
Textilní, oděvní a kožedělný průmysl	11
Užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží	10
Hutní výroba	5
Nerostné suroviny a polotovary	5
Zbraně a munice	5
Investiční celky	3
Biotechnologie	2
Nanotechnologie	2
Design	1
Papírenský průmysl	1
Služby	286
Ostatní	130

Pozn.: některé firmy jsou zařazeny do více oborů podle rozsahu výrobního portfolia

Exportní vzdělávání

V roce 2014 zrealizovala agentura CzechTrade 47 odborných, teritoriálních a firemních seminářů a 6 exportních konferencí v Praze i regionech České republiky.

SEMINÁŘŮ SE ZÚČASTNILO

1 052 ÚČASTNÍKŮ

Z ŘAD ČESKÝCH FIREM.

Semináře byly zaměřeny na témata, která jsou aktuální zejména pro segment malých a středních podniků: právní aspekty obchodu, finanční strategie a plánování, efektivní komunikace exportéra, marketing, business etiketa, ochrana průmyslového vlastnictví aj.

Teritoriální semináře a konference se týkaly např. Ruska, Itálie, USA, Německa, Velké Británie, Rakouska, Vietnamu, Mexika, Brazílie, Ázerbájdžánu, Kazachstánu atd.

Velmi dobrou spokojenost se vzdělávacími akcemi vyjadřuje průměrná známka 1,15 (na stupnici 1=nejlepší, 5=nejhorší) i vzrůstající počet účastníků seminářů a konferencí.

V rámci interního vzdělávání proběhl v roce 2014 další ročník Kurzu obchodní diplomacie, který se skládal z 36 seminářů a zúčastnilo se ho celkem 39 účastníků z řad CzechTrade a CzechInvest, MPO a MZV. Dále se interní vzdělávání proexportních institucí realizovalo prostřednictvím odborných seminářů, koučování, elearnigových kurzů, případových studií apod.

„Seminář byl pro mne i mé dva kolegy velmi cenný a získané poznatky určitě využijeme v praxi. Přístup lektora se nám velmi líbil a rádi se zúčastníme dalších seminářů, které nabízíte. S ohledem na kvalitu a vysokou úroveň budeme rádi za vaše nabídky dalších seminářů v rámci exportního vzdělávání.“

Ing. Miroslava Sekaninová, Moraviapropag

Projekty realizované agenturou CzechTrade a financované z evropských fondů

Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích (SVV2)

Celkově schválené finanční prostředky prodlouženého projektu SVV2 představují 313 795 708 Kč. V plánu bylo podpořit 120 veletrhů s celkovým minimálním počtem 1 680 účastníků. Realizace veletrhů v rámci projektu SVV2 začala v říjnu 2013. Na realizaci akcí uskutečněných v roce 2014 bylo vynaloženo 202,9 mil. Kč.

NA 76 ZAHRANIČNÍCH

VELETRZÍCH SE V ROCE 2014

PREZENTOVALO **1 326** FIREM.

V roce 2014 se v rámci projektu SVV2 uskutečnilo 76 veletrhů ve 28 zemích, na kterých bylo podpořeno celkem 1 326 subjektů včetně agentury CzechTrade. 689 z nich (tj. 51,8 %) se prezentovalo na společné expozici. Prezentaci na samostatných stáncích využilo 637 účastníků podle výrobního zaměření. V průměru se jednoho veletrhu zúčastnilo 17,4 firem. Rozhodující podíl podpořených subjektů tvořily MSP (77,4 %), velké podniky představovaly 13,8 % a profesní organizace 3,6 %. Nejúspěšnějším veletrhem z hlediska návštěvnosti se stalo Coneco Racioenergia v Bratislavě s počtem 89 vystavovatelů.

Hodnocení účasti dle samotných vystavovatelů

- 99 % účastníků se neseťkalo s problémy ze strany CzechTrade v průběhu výstavy
- 93 % účastníků hodnotí komunikační a realizační zajištění ze strany CzechTrade jako dobré
- 99 % účastníků získalo veškeré informace při žádosti o podporu
- 94 % účastníků se neseťkalo s vážným problémem při žádosti o podporu
- 97 % účastníků bude žádat o podporu i pro následující ročník veletrhu
- 92 % účastníků věří, že jejich účast na veletrhu přispěla ke zviditelnění firmy na trhu

„Rád bych alespoň touto cestou poděkoval za podporu, které se nám dostalo ze strany CzechTrade při společné účasti na veletrhu Light and Building 2014 ve Frankfurtu, především však za hladký průběh výstav.“

*Ivo Čepický, ATEH,
veletrh Light and Building 2014, Frankfurt*

Projekt Design pro konkurenceschopnost

V roce 2014 pokračovala agentura CzechTrade v realizaci podpory na využívání designu jako nástroje ke zvyšování konkurenceschopnosti průmyslových podniků na zahraničních trzích.

Celkový rozpočet na realizaci projektu činí 10 002 036 Kč. Projekt počítá se zapojením 205 podnikatelských subjektů do jeho klíčových aktivit.

INDIVIDUÁLNÍ SPOLUPRÁCI S DESIGNÉREM ZAHÁJILO 96 FIREM.

„Nestačí přijít na trh pouze s unikátní technologií. Teprve společně s kvalitním designem vzniká produkt, který opravdu zaujme. Zadání pro designéra zahrnovalo kromě přitažlivějšího vzhledu výrobku také vylepšení konstrukčních vlastností a mobility. Vyplatilo se nám hledat materiál, který by byl lehčí a vhodnější pro export, a to vše skloubit tak, aby náš produkt jednoduše smontoval i zákazník, vzdálený tisíce kilometrů.“

*Jaroslav Veselý, autor jedinečného edukačního systému pro malé děti MAGIC BOX a zároveň majitel společnosti
PROJEKTMEDIA*

V průběhu roku 2014 zrealizovala agentura CzechTrade dvě zahraniční akce, na kterých se prezentovaly firmy a designéři z oblasti interiérového designu. V září se český design představil pařížskému publiku na jednom z nejvýznamnějších veletrhů MAISON&OBJET. V říjnu pak český design hostil rakouský Blickfang. CzechTrade tak umožnil 11 českým firmám a designérům propagovat své výrobky na významných zahraničních akcích zaměřených na design.

V rámci projektu se uskutečnily čtyři odborné vzdělávací akce na téma „Průmyslový design jako součást komplexního brandingů“. Na seminářích byly využity případové studie, sdíleny byly osvědčené postupy a účastníci měli možnost aktivního zapojení prostřednictvím řízené diskuse. Součástí vzdělávacích akcí byly odborné konzultace, zaměřené na role designu v inovačních a obchodních strategiích firem. Semináře navštívilo celkem 89 zástupců malých a středních výrobních podniků a více než 80 % uvedlo, že získané informace a znalosti využijí v praxi.

V průběhu dvou etap vydala agentura CzechTrade čtyři vydání Design Newsletterů. Cílem bylo poskytnout informace z oblasti podpory průmyslového designu a motivace čtenářů ke spolupráci s průmyslovými designéry. Informace z oblasti podpory průmyslového designu a motivovala čtenáře ke spolupráci s designéry.

V roce 2014 probíhala akvizice nových designérů do Adresáře designérů CzechTrade. Adresář designérů aktuálně obsahuje 115 aktivních profilů průmyslových a produktových designérů z České republiky, Slovenska a Nizozemska.

„Na semináři jsme se dozvěděli o projektu Design pro konkurenceschopnost. Na základě této inspirace jsme si podali žádost do tohoto projektu a navázali spolupráci s designérkou z Adresáře designérů CzechTrade. Naskytla se nám tím možnost vylepšit stávající produkty. Vznikla tak nová kolekce, která se bude líbit nejen nám, ale hlavně našim zákazníkům.“

Mgr. Eva Torčíková, NanoTrade

Projekt Posílení mezinárodní konkurenceschopnosti českých podniků v oblasti kosmických technologií (Vesmír)

V rámci tohoto projektu byla ve směru k malým a středním podnikům v roce 2014 realizována celá řada aktivit. V průběhu roku 2014 bylo poskytováno poradenství při žádostech podniků o vstup do programů kosmických technologií.

V únoru 2014 se v Olympijském parku na Letné konal workshop „Spolupráce s partnery v oblasti nových technologií 2014“, kterého se zúčastnilo 22 zástupců firem a institucí.

„Moc si vážím toho, že tento projekt umožnil, aby firmy zastoupené ve sdružení Czech Space Alliance, byly uvedeny v sérii vydaných katalogů v rámci aktivit projektu. Tento projekt umožnil zmapovat a propagovat české firmy zapojené do vesmírných technologií. Mohou se tak propagovat české high-tech technologie a služby po celém světě – v Japonsku, Koreji, Thajsku, SAE, Brazílii, v celé Evropě až po USA.“

Petr Bareš, prezident Czech Space Alliance

PODPORUJEME ÚČAST ČESKÝCH FIREM V PROGRAMECH EVROPSKÉ KOSMICKÉ AGENTURY

V rámci červnové konference European Space Solutions byli účastníci seznámeni s potenciálem využití kosmických technologií a aplikací vycházejících z evropských navigačních systémů Galileo, EGNOS a evropského programu na pozorování země Copernicus.

Cílem semináře „Zapojení českých subjektů do kosmických aktivit“, který vznikl ve spolupráci s Technologickým centrem AV ČR a podporou Odboru kosmických technologií a družicových systémů Ministerstva dopravy ČR, bylo motivovat účastníky, aby se zapojili do kosmických programů Evropské unie.

V roce 2014 byla realizována kompletní série katalogu Czech Space Sector. Tři díly podpůrného propagačního materiálu navazují na Bílou knihu pro vesmír a mapují významné hráče v oblasti vesmírných technologií v České republice s potenciálem zúčastnit se programů ESA.

VÝSLEDKY HOSPODAŘENÍ
ZA ROK 2014

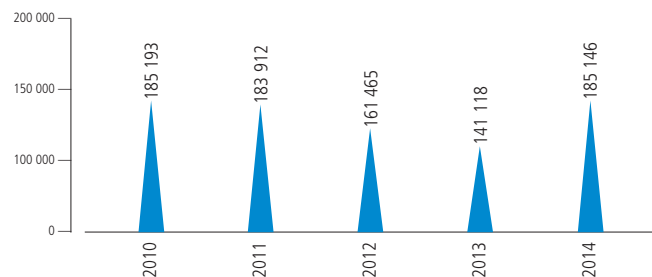
The background of the page is composed of several large, overlapping geometric shapes. A prominent blue triangle is in the top-left corner. The rest of the page is filled with various shades of grey and white, forming a complex, abstract pattern of triangles and polygons that meet at a central point.

CzechTrade stejně jako v předcházejících letech hospodařil v roce 2014 se svěřenými prostředky úsporně a zaznamenal zlepšený hospodářský výsledek ve výši 1,4 mil. Kč. Celkový objem tržeb činil rekordních 30,4 milionů korun, což přispělo ke krytí zvýšených nákladů agentury v roce 2014 společně se zapojením fondů vytvořených agenturou v předchozích letech.

Přestože objem tržeb vzrostl oproti roku 2013 o 16 %, jeho podíl na příspěvku na provoz mírně poklesl. Důvodem je výrazný meziroční nárůst příspěvku na provoz o 31,2 % vzniklý na základě převodu financování zahraničních kanceláří zpět do rozpočtu agentury a rovněž rozšíření zahraniční sítě o 8 nových kanceláří. Podstatnou nákladovou položku tvořily služby v částce 207 832 tis. Kč, v nichž jsou zahrnuty především zvýšené náklady na výstavní akce, nájemné v zahraničí a další náklady na zahraniční kanceláře.

I v roce 2014 agentura pokračovala v realizaci schválených projektů Strukturálních fondů (OPPI, OPLZZ, IOP / v roce 2014 ukončen), které rovněž přispěly k navýšení výnosů organizace.

Vývoj příspěvku na provoz 2010–2014 (v tis. Kč)



Výsledky hospodaření CzechTrade za období 2010–2014 (v tis. Kč)

Položky	2010	2011	2012	2013	2014
Výnosy celkem	455 768	461 598	445 369	318 086	469 408
Tržby za služby	26 289	26 046	24 451	26 199	30 428
Jiné ostatní tržby a výnosy	16 450	119 140	117 517	44 303	54 100
Příspěvek MPO celkem	413 029	316 412	303 401	247 584	384 880
v tom příspěvek na provoz	185 193	183 912	161 465	141 118	185 146
v tom financování strukturálních fondů	227 836	132 500	141 936	106 466	199 734
Náklady celkem	455 767	458 395	443 616	305 416	467 995
Spotřebované nákupy	9 908	10 003	7 687	7 481	8 504
Služby	142 452	137 758	135 716	123 466	207 832
Osobní náklady	50 025	49 447	48 263	40 475	48 313
Odpisy	11 142	10 835	11 337	9 411	12 211
Ostatní náklady vč. zúčtování fondů	242 240	250 352	240 613	124 583	191 135
Zúčtování fondů EU	227 836	241 142	233 994	119 591	184 289
Hospodářský výsledek	1	3 203	1 753	12 670	1 413



VÝROČNÍ ZPRÁVA
O ČINNOSTI V OBLASTI
POSKYTOVÁNÍ INFORMACÍ

Výroční zpráva České agentury na podporu obchodu/CzechTrade o činnosti v oblasti poskytování informací dle ustanovení § 18, zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, v platném znění, za rok 2014

V roce 2014 byly agentuře CzechTrade doručeny celkem dvě písemné žádosti o poskytnutí informací dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále jen „zákon“), z toho ani jednu žádost nebylo možno posoudit jako žádost o poskytnutí informace dle tohoto zákona. V případě obou doručených žádostí byl žadatel vyzván k jejich doplnění dle ust. § 14, odst. 5, písm. a) zákona. V obou případech žadatel výzvě povinného subjektu nevyhověl. Z tohoto důvodu agentura žádosti odložila a dále již předmětná podání neposuzovala jako žádosti podané ve smyslu zákona.

Zveřejňování informací prostřednictvím internetových stránek CzechTrade

Na internetových stránkách CzechTrade www.czechtrade.cz jsou způsobem umožňujícím dálkový přístup v sekci Zveřejňované informace publikovány všechny informace ve smyslu zákona č. 106/1999 Sb., jakož i odpovědi na žádosti o informace, včetně informace o případném vydání rozhodnutí o odmítnutí žádosti.

V rubrice povinné informace jsou pak zveřejněny ty informace, jejichž výčet stanoví vyhláška č. 442/2006 Sb., kterou se stanoví struktura informací zveřejňovaných o povinném subjektu způsobem umožňujícím dálkový přístup a dále Výroční zprávy CzechTrade.

Počet podaných žádostí o informací	2
Způsob vyřízení žádosti o informací	odložení žádosti ve smyslu ust. § 14, odst.5, písm.a)
Počet vydaných odpovědí	0
Počet vydaných sdělení o odložení žádosti	2
Počet podaných odvolání proti rozhodnutí o odmítnutí žádosti	0
Počet stížností podaných podle §16a	0
Výčet poskytnutých výhradních licencí	0
Počet zpoplatněných žádostí o informací	0
Počet rozhodnutí o odmítnutí žádosti přezkoumávaných soudem	0

ZÁVĚREČNÉ SLOVO

The background is composed of several overlapping geometric shapes. A large green triangle is in the top-left corner. A grey triangle is in the bottom-left corner. A white triangle is in the bottom-right corner. A dark grey triangle is in the top-right corner. A light grey triangle is in the center, overlapping the others.

Vážené dámy, Vážení pánové,
dovolte mi, abych zhodnotil další rok života agentury CzechTrade. Od roku 1997, kdy byla agentura založena, uběhlo už hodně času a proběhla celá řada změn, které jednoznačně posunovaly CzechTrade stále dopředu. V historii se střídaly roky klidnější s těmi, které s sebou nesly zásadní předěly. K těm druhým patřil i rok 2014. Zásadní změnou bylo převedení sítě zahraničních kanceláří zpět pod křídla CzechTrade. Došlo dokonce i k jejímu rozšíření do dalších teritorií.

Sít zahraničních kanceláří je bezesporu hlavním nástrojem agentury. Perfektní znalost trhů, dlouhodobě budované obchodní vztahy a informace z běžných zdrojů jen těžko dohledatelné poskytuje CzechTrade českým podnikatelům prostřednictvím svých zástupců v téměř 50 zemích světa.

Nejsou to však jen služby zahraničních kanceláří. Exportérům pomáhají odborní konzultanti v centrále, kteří jsou profilováni dle oborů a mohou tak kvalifikovaně poradit a zhodnotit exportní záměr firmy. Významnou měrou se exportéři účastní akcí organizovaných CzechTrade v zahraničí, využívají široké spektrum akcí v rámci exportního vzdělávání a postupně oceňují i nutnost mít ty správné a ověřené informace ze zahraničních trhů ještě před zahájením svých exportních aktivit.

Ačkoliv byl rok 2014 plný zásadních změn, dosažené výsledky agentury byly výborné, jak dokládají konkrétní čísla uvedená ve zprávě o činnosti agentury CzechTrade, kterou právě držíte v rukou. Pro mě osobně byl půlrok ve vedení agentury zcela novou zkušeností a bylo pro mě zajímavé konfrontovat prostředí státní organizace s prostředím mezinárodní firmy, ze které přicházím.

Agentura CzechTrade se nyní nachází ve fázi, kdy může posilovat svou značku a dále rozvíjet své služby pro exportéry. Má vytvořené podmínky pro to, aby byla exportéry vnímána jako první místo, kam se mohou obrátit, pokud plánují vstup či expanzi na zahraniční trhy.

Přál bych si, aby v roce 2015 agentura CzechTrade uměla správně reagovat na turbulentní mezinárodní prostředí a aby pomohla udržet pozice exportérů v zemích, kde to má smysl. Kde to smysl nemá, aby hledala vhodné nové alternativní trhy. Je také důležité dostat se blíže malým a středním firmám v regionech a přesvědčit je, že agentura CzechTrade je pro ně správným partnerem pro export. K tomu všemu je potřeba, aby agentura jasně komunikovala svou přidanou hodnotu a nabízela služby v takové podobě, která bude pro české exportéry atraktivní.

Závěrem bych chtěl poděkovat všem klientům CzechTrade, partnerům a v neposlední řadě i pracovníkům agentury a popřát všem další úspěchy nejen v roce 2015.



Ing. Radomil Doležal, MBA
Generální ředitel CzechTrade



CzechTrade

Dittrichova 21
128 01 Praha 2
info@czechtrade.cz
www.czechtrade.cz