



**Česká agentura na podporu obchodu**

2013

# CzechTrade

je příspěvkovou agenturou Ministerstva průmyslu a obchodu.

Již sedmnáctým rokem je partnerem českých firem

na cestě k jejich exportním úspěchům.

# Obsah

**Profil agentury | 3 |**

**Důležité události roku 2013 | 5 |**

**Služby exportérům | 7 |**

**Přehled hlavních výsledků činnosti CzechTrade  
v oblasti poskytování služeb exportérům | 13 |**

**Výsledky hospodaření za rok 2013 | 27 |**

**Výroční zpráva o činnosti v oblasti poskytování informací | 29 |**

**Závěrečné slovo | 31 |**



# Profil agentury

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.

Již od svého založení se agentura profiluje jako stabilní partner českých exportérů, který dnes může podnikatelům nabídnout 17 let zkušeností ze zahraničních trhů.

CzechTrade nabízí exportérům informační a asistenční služby, které zajišťují konzultanti v České republice i profesionálové v zahraničních kancelářích. Výsledkem je komplexní exportní podpora, která je maximálně rychlá a především snadno dostupná pro české firmy.

Portfolio služeb CzechTrade se skládá ze čtyř hlavních kategorií, kterými jsou informační, vzdělávací a poradenský servis a služby zahraničních kancelářích.

Od roku 2013 jsou tyto služby nabízené formou tzv. exportních balíčků: Basic, Business a Plus. Balíčky se skládají z různých druhů služeb tak, aby byly vhodné pro každého exportéra.

CzechTrade aktivně podporuje malé a střední podniky a podnikatele stejně jako diverzifikaci českého exportu, a to zvýhodněnou cenou exportních balíčků.

V roce 2013 byla vytvořena nová koncepce Exportního klubu CzechTrade, který nabízí podnikatelům nadstandardní služby.

Na konci roku 2013 nabízel CzechTrade služby, které díky rozrůstající se síti zahraničních kancelářích, pokrývaly 37 zemí po celém světě.



# Důležité události roku 2013

## Agentura začala nově nabízet své služby ve formě zvýhodněných exportních balíčků

Nabídka služeb se díky balíčkům stala přístupnější pro malé a střední podniky. Zároveň podporuje export do prioritních a zájmových zemí podle Exportní strategie ČR 2012–2020.

## Byla otevřena nová zahraniční zastoupení

V roce 2013 byla otevřena 4 nová zahraniční zastoupení. České firmy tak mohly začít využívat služeb agentury v Argentině (Buenos Aires), Maroku (Casablanca), Austrálii (Sydney) a v Izraeli (Tel Aviv). Současně došlo ke střídání zahraničních zástupců v Dubaji, Vídni, Rize, Bukurešti a Jekatěrinburgu.

V roce 2013 firmy využívaly služeb CzechTrade

ve **37** zemích

## Byl spuštěn projekt Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2013–2014 (SVV2)

Projekt se zaměřuje na zvýšení marketingové připravenosti zejména malých a středních firem na zahraničních trzích. Realizace veletrhů v rámci projektu SVV2 začala v říjnu 2013.

## Byl vyhlášen projekt Design pro konkurenceschopnost 2013–2014

Projekt se soustředí na posílení mezinárodní konkurenceschopnosti průmyslových podniků prostřednictvím využívání designu v inovačním procesu.

## Byl spuštěn web Adresáře designérů

Nový portál [www.designers-database.eu](http://www.designers-database.eu) umožňuje bezplatnou registraci designérů z členských zemí Evropské unie.

## CzechTrade zahájil projekt Zpravodajství pro export

V rámci BusinessInfo.cz byl v roce 2013 spuštěn nový subportál Zpravodajství pro export. Ten je prvním portálem zaměřeným pouze na exportéry a nabízí informační služby proexportních institucí, i ostatních organizací připravených pomáhat rozvíjet český export.

Zpravodajství pro export:  
informace, kontakty

a **služby** pro export

## Agentura se podílela na vydávání magazínu Český exportér

V roce 2013 agentura CzechTrade spolupracovala s vydavatelstvím Economia na vydání 10 čísel exportního magazínu Český exportér. Jednotlivá vydání byla věnována teritoriím: země jihovýchodní Asie, Kazachstán, Mexiko, Rusko, Čína a Japonsko, Srbsko a Chorvatsko, Brazílie, Turecko, Izrael, Spojené arabské emiráty.







# Služby exportérům

## Informační služby

Agentura CzechTrade se od roku 2013 zaměřuje i na poskytování kvalitního informačního servisu českým exportérům. Cílem je podpořit jejich konkurenceschopnost a diverzifikaci českého exportu zpravodajstvím o prioritních a zájmových trzích. Cílovou skupinou jsou především malé a střední podniky.

1. **Bezplatné zpravodajství**

2. **Individuální analytické služby**

3. **Nadstandardní informační servis**

### Centrum informačních služeb nabízí:

- bezplatné zpravodajství ze zahraničních trhů a klíčových oborů prostřednictvím nového portálu Zpravodajství pro export,
- individuální analytické služby v rámci exportního balíčku PLUS,
- nadstandardní informační servis pro klienty a členy Exportního klubu prostřednictvím Klientenské zóny CzechTrade.

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

### Zpravodajství pro export a Klientenská zóna CzechTrade

Subportál Zpravodajství pro export je dostupný na portálu BusinessInfo.cz. Cílem je kvalitně informovat v následujících oblastech:

- aktuální zprávy ze zahraničí,
- informace ze zahraničního obchodu a ekonomiky,
- oborové a teritoriální analýzy.

Dále subportál nabízí jedinečné průvodce exportem s návazností na konkrétní kontakty, organizace a portfolia jejich služeb.

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

### Exportní klub CzechTrade

V roce 2013 byla vytvořena nová koncepce Exportního klubu CzechTrade. Ten přináší svým členům výhody ve všech typech služeb, které CzechTrade nabízí: prezentace v zahraničí, nadstandardní informační servis, specializované akce exportního vzdělávání a návazné individuální poradenství.

### Exportní příležitosti

CzechTrade se zaměřuje na komplexní zpracovávání exportních příležitostí – ať se jedná o administraci zahraničních poptávek nebo o organizaci Sourcing days a incomingových podnikatelských misí. Tyto příležitosti totiž představují účinný způsob napojení českých exportérů na konkrétní zahraniční klienty, stejně jako reálný zakázkový potenciál.

**„Zahraniční kontakty naše firma aktivně nevyhledává. Z tohoto důvodu ale vítáme aktivity agentury CzechTrade, která nám zaslala zahraniční kontakt k navázání možné obchodní spolupráce. V roce 2013 začala komunikace s tímto partnerem a v letošním roce předpokládáme rozvinutí vzájemných obchodních aktivit.“**

**Zdeněk Odehnal, Triodon**



## BusinessInfo.cz

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

Na BusinessInfo.cz jsou publikované Souhrnné teritoriální informace z více než 150 zemí světa, denně aktualizované exportní příležitosti, interaktivní formuláře pro vstup do podnikání či databáze dotací.

Nově na portálu najdete

# videonávody a reportáže

## Exportní vzdělávání

Exportní vzdělávání agentury CzechTrade nabízí českým firmám vzdělávací akce s tematikou mezinárodního obchodu. Agentura organizuje jednodenní i vícedenní semináře, kurzy, konference a další formy vzdělávání.

- Odborné semináře
- Teritoriální semináře
- Exportní konference
- Firemní školení na míru

Unikátní odborné, sektorové a teritoriální znalosti lektorů přispívají k profesnímu růstu českých exportérů a ke zvýšení konkurenceschopnosti českých firem. Špičkoví lektoré, odborníci a teritoriální specialisté předávají aktuální informace důležité pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy. Učí české firmy exportovat na základě sdílených informací, praktických tréninků a úspěšných příkladů z praxe.

**„Seminář byl pro mne i mé dva kolegy velmi cenný a získané poznatky využijeme v praxi. Přístup lektora se nám velmi líbil a rádi využijeme i další semináře, které nabízíte.“**

Miroslava Sekaninová, Moravia Propag

## Služby zahraničních zastoupení

V roce 2013 pokračoval proces vytváření zahraniční sítě Ministerstva průmyslu a obchodu, která se skládala ze zahraničních kanceláří CzechTrade a CzechInvest.

Agentura CzechTrade tak nabízela služby celkem 46 zahraničních zástupců po celém světě.

Tyto služby jsou od roku 2013 nabízené formou exportních balíčků Basic a Business, které jsou určeny začínajícím i zkušeným exportérům, vždy však vycházejí vstříc individuálním potřebám každého klienta a respektují specifika konkrétního cílového trhu i oboru. Balíček Plus obsahuje asistenční služby v zahraniční převážně podle individuálního zadání klienta nebo služby dlouhodobějšího charakteru.

Klient se může spolehnout na profesionální služby zahraničních zástupců, kteří při realizaci služeb využívají znalostí místního trhu a prostředí i zkušeností z teritoria získaných dlouhodobým působením v místě.

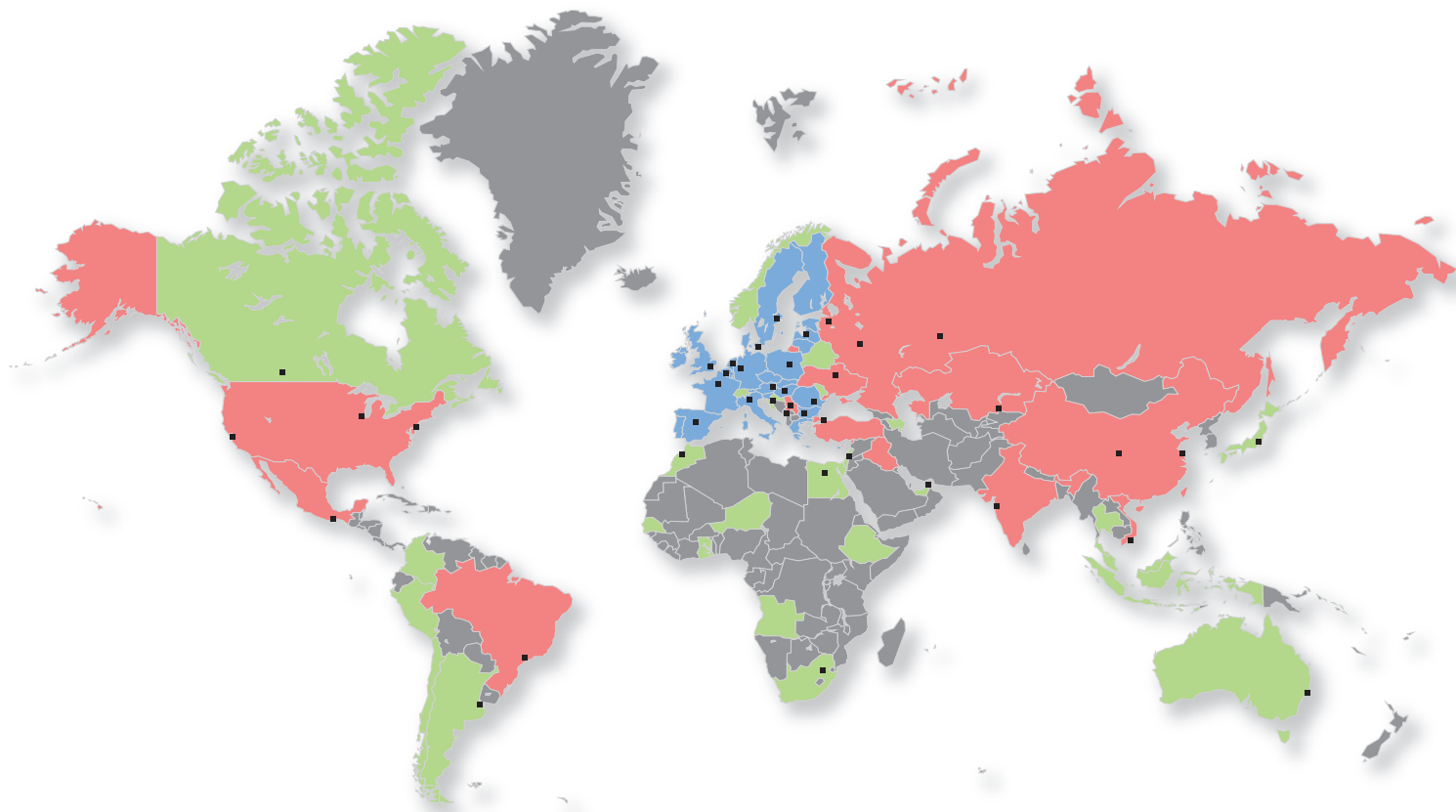
Zahraníční zástupci nabízejí komplexní podporu exportérů při vstupu na zahraniční trh, zakládání pobočky nebo rozšiřování výroby.

Firmy si mohou vybrat ze širokého spektra služeb od zajištění informací, navazování obchodních kontaktů, poskytování marketingové podpory, organizace propagačních akcí až po asistenci v teritoriu.

**„Je obdivuhodné, jak zahraniční zástupce dokázal zařídit, že nás přijalo tolik významných lidí. Klobouk dolů před organizací, všechno na sebe navazovalo, všechno bylo připravené na čas a na místě. Bylo mi potěšením pracovat s tak zdatným profesionálem.“**

Julo Aszalay, MPOWER

## Přehled zahraničních zastoupení



- prioritní země Exportní strategie ČR 2012–2020
- zájmové země Exportní strategie ČR 2012–2020
- země Evropské unie
- ostatní země

Stav k 31. 12. 2013

### EVROPA

Belgie (Brusel)  
Bulharsko (Sofie)  
Černá Hora (Podgorica)  
Dánsko (Kodaň)  
Francie (Paříž)  
Chorvatsko (Záhřeb)  
Itálie (Milán)  
Lotyšsko (Riga)  
Maďarsko (Budapešť)  
Německo (Düsseldorf)  
Nizozemsko (Rotterdam)  
Polsko (Varšava)  
Rakousko (Vídeň)  
Rumunsko (Bukurešť)  
Rusko (Jekatěrinburg, Moskva, Petrohrad)

Srbsko (Bělehrad)  
Španělsko (Madrid)  
Švédsko (Stockholm)  
Turecko (Istanbul)  
Ukrajina (Kyjev)  
Velká Británie (Londýn)

### AFRIKA

Egypt (Káhira)  
Jihoafrická republika (Johannesburg)  
Maroko (Casablanca)

### AMERIKA

Argentina (Buenos Aires)  
Brazílie (Sao Paulo)  
Kanada (Calgary)  
Mexiko (Mexico City)

USA (Chicago, New York, San Francisco)

### ASIE

Čína (Chengdu, Šanghaj)  
Indie (Mumbaj)  
Izrael (Tel Aviv)  
Japonsko (Tokio)  
Kazachstán (Almaty)  
Spojené arabské emiráty (Dubaj)  
Vietnam (Ho Či Minovo Město)

### AUSTRÁLIE

Austrálie (Sydney)



## Marketingové akce v ČR

CzechTrade realizuje konzultace a pracovní setkání pro české firmy v různých městech ČR. Využívá k tomu několika typů akcí:

- Konzultační den – teritoriálně zaměřené konzultace zástupců firem s pracovníkem zahraničního zastoupení probíhající v regionech ČR,
- Meeting point – centrálně organizované individuální konzultace firem s pracovníky zahraničních zastoupení,
- Matchmaking (B2B) – zprostředkování setkání zahraničních subjektů (obchodní zástupci, distributoři, nákupčí) s potenciálními tuzemskými dodavateli:
  - incomingové mise,
  - Sourcing days CzechTrade.

## Prezentace českých firem v zahraničí

Agentura CzechTrade organizuje společnou účast českých firem na zahraničních výstavách a veletrzích. České firmy tak mohou kromě oficiálních účastí pořádaných Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR využít 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 zastoupení 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). Osobní účast firem na zahraničních veletrzích s využitím finanční podpory z evropských strukturálních fondů (OPPI), konkrétně z programu Marketing, více viz strana 22.

*„Za firmu Avex Steel Products bych chtěla poděkovat zástupcům agentury CzechTrade za bezproblémový chod veletrhu v Petrohradě, za jejich ochotu a pomoc. S organizací veletrhu ze strany agentury jsme byli velmi spokojeni a určitě se zúčastníme další akce pod hlavičkou CzechTrade.“*

**Lucie Prášková, Avex Steel Products**

## Aliance

CzechTrade i nadále podporuje vývozní aliance jako prostředek ke zvýšení konkurenceschopnosti a tím i šancí českých exportérů uspět na zahraničních trzích.

Stovky českých exportérů se sdružily dle oborového zaměření a produktového portfolia. Především na náročnější a vzdálenější trhy se vyplatí vstupovat společně a zaujmout zahraniční partnery ucelenou nabídkou produktů a služeb. Za přímé nebo nepřímé podpory CzechTrade vznikla celá řada aliancí. V současné době s CzechTrade aktivně spolupracuje 17 vývozních aliancí.

Podpora jejich aktivit se v poslední době zaměřila především na možnost účasti na veletrzích, které má agentura CzechTrade ve své nabídce, ale také na SVV2, kde společnosti mohou získat dotace na účast. Zástupci aliancí jsou mezi navrhovateli těchto dotovaných veletrhů. Samozřejmostí je i možnost podpory formou individuálních asistenčních a dalších služeb CzechTrade.

CzechTrade organizuje setkání aliancí se zástupci Ministerstva průmyslu a obchodu. Hodnotí se při nich vzájemná spolupráce, způsoby nabízené asistenční podpory, prezentace v zahraničí, podpora PR i práce jednotlivých gestorů aliancí z řad pracovníků CzechTrade.





# Přehled hlavních výsledků činnosti CzechTrade v oblasti poskytování služeb exportérům

## Intenzivní spolupráce s firmami

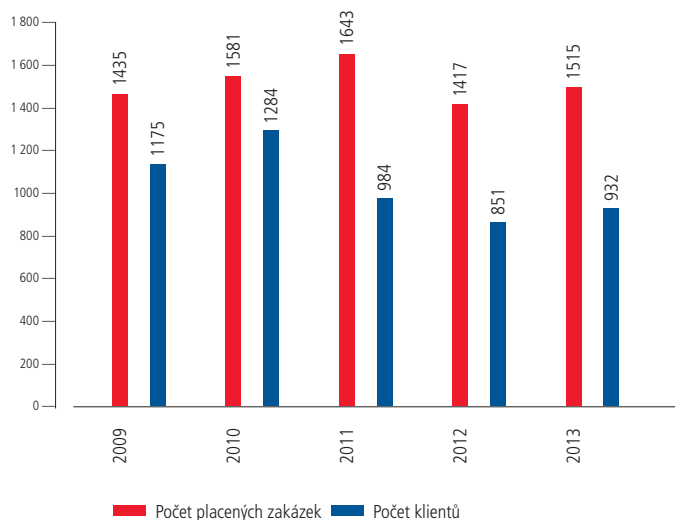
V průběhu roku 2013 CzechTrade intenzivně spolupracoval s klienty. Proběhlo celkem 3274 jednání, které agentura eviduje ve svém informačním systému.

Celkový objem tržeb agentury CzechTrade za placené služby dosáhl v roce 2013 částky 26 199 000 Kč, což je 7% nárůst oproti předchozímu roku.

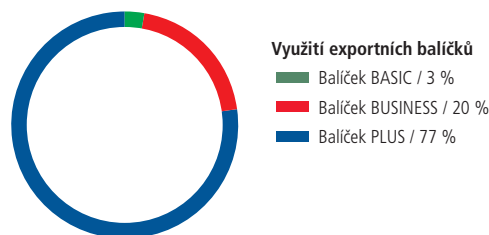
CzechTrade realizoval

**1515** placených zakázek  
pro 932 českých firem

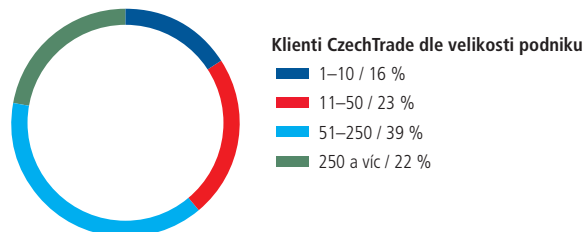
Vývoj počtu zakázek a klientů CzechTrade



Služby jsou nabízené formou exportních balíčků Basic, Business, Plus.



Klienti CzechTrade jsou téměř z 80 % z řad malých a středních podniků.



## Informační služby

### Exportní příležitosti

U klientů agentury je tradičně zaznamenán největší úspěch se službami zaměřenými na poskytování aktuálních informací a získávání ověřených kontaktů.

Dokládá to i rostoucí návštěvnost všech portálů provozovaných CzechTrade, stejně jako větší zájem o exportní příležitosti, spokojenost firem s incomingovými misemi a Sourcing days i rostoucí zájem o členství v Exportním klubu CzechTrade.

V roce 2013 bylo získáno nejvíce exportních příležitostí za hodnocené období 2010–2013. Došlo k 17% nárůstu oproti roku 2012. Jak u zahraničních poptávek, tak i u tendrů došlo k meziročnímu nárůstu získaných příležitostí (u tendrů dokonce o téměř 29 %).

Nejvíce příležitostí bylo zprostředkováno z Německa, Rakouska, Ruska, Velké Británie, Itálie a Nizozemska.

Exportní příležitosti se nejvíce týkaly oborů jako strojírenství (výroba strojů), obráběcí komponenty a konstrukce z kovů, potravinářský průmysl, užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží a služby.

V roce 2013 agentura CzechTrade zprostředkovala

# 4132

exportních příležitostí

	Poptávky	Tendry	Investiční příležitosti	Nabídky	CELKEM
2010	1 592	1 971	60	442	4 065
2011	1 310	1 929	28	479	3 746
2012	974	1 879	30	543	3 426
2013	1 043	2 645	36	408	4 132

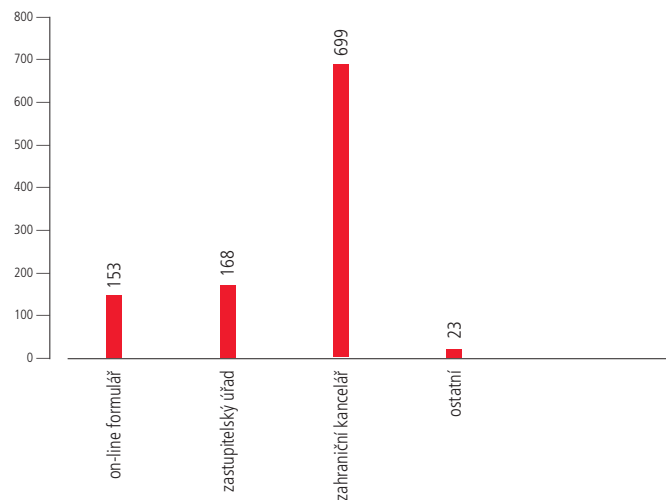
Vývoj počtu exportních příležitostí 2010–2013



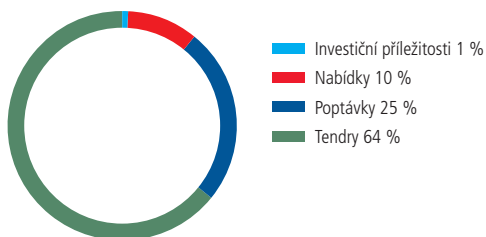
Zahraníční poptávky dle zdroje

	on-line formulář	Zastupitelský úřad	Zahraníční zastoupení	Ostatní
2010	346	335	808	103
2011	198	184	875	53
2012	165	222	554	33
2013	153	168	699	23

Zdroje exportních příležitostí v roce 2013



Struktura exportních příležitostí v roce 2013





## BusinessInfo.cz

Portál, který byl v roce 2012 komplexně obměněn po technologické stránce, procházel v roce 2013 rozsáhlým obsahovým vývojem. Byly zpracovány nové interaktivní formuláře, které lze vyplnit on-line a odeslat. V návaznosti na nový občanský zákoník byly kompletně aktualizované právní texty pro podnikatele. Byl vytvořen subportál Zpravodajství pro export či aktualizovány Souhrnné teritoriální informace. Portál začal více poskytovat multimediální obsah, např. videospoty.

### Návštěvnost portálu

Rok	Celková návštěvnost		Shlédnutí	Registrovaní uživatelé	
	Měsíční průměr	Denní průměr	Měsíční průměr	Celkem	Průměrný měsíční přírůstek
2014 (1Q)	306 510	10 217	796 609	19 934	60
2013	228 365	7 508	525 552	19 869	37

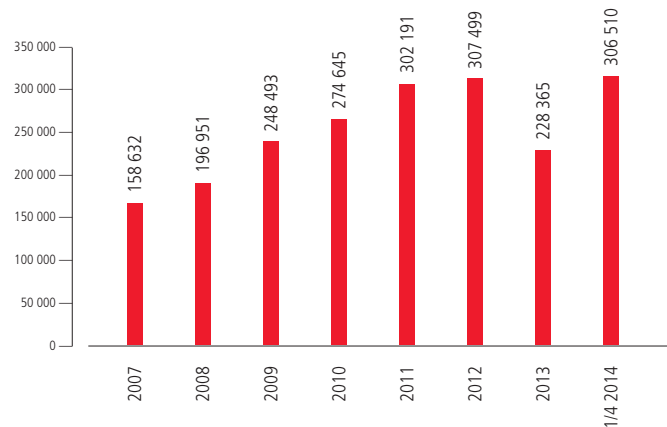
V roce 2013 byl spuštěn subportál pro exportéry

# Zpravodajství pro export

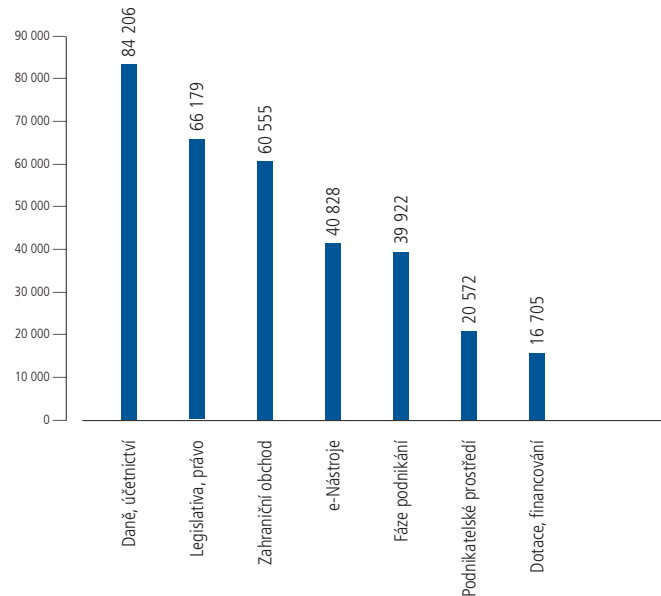
Ve spolupráci s partnerskými organizacemi ze státní i komerční sféry vznikl subportál Zpravodajství pro export. Jeho cílem je poskytnout exportérům rychlé informace o zahraničních trzích, aktuální kontakty a rozcestník služeb. Společně s navazující Klientskou zónou CzechTrade budou oba subportály tvořit ucelený informační one-stop-shop s návazností na podporu exportu on-line.

V rámci technologické změny a nové struktury obsahu se u portálu změnila metodika sběru dat o návštěvnosti. S tím souvisí nižší meziroční návštěvnost v roce 2013 v porovnání s rokem 2012, ovšem dlouhodobý trend je stoupající.

### Průměrná měsíční návštěvnost portálu BusinessInfo.cz



### Nejnávštěvovanější rubriky portálu BusinessInfo.cz



## Exportní vzdělávání

V roce 2013 agentura CzechTrade realizovala v rámci exportního vzdělávání celkem 48 odborných, teritoriálních a firemních seminářů v Praze a v regionech České republiky, 1 odborný kurz a 4 exportní konference. Seminářů a kurzů se zúčastnilo 760 zástupců českých firem. Semináře byly zaměřené na témata, jako jsou celní předpisy v mezinárodním obchodě, marketing, finance, specifika obchodního jednání, konkurenceschopnost, právní minimum exportéra aj. Teritoriální semináře se týkaly např. Ukrajiny, USA, Ruska, Velké Británie, Turecka a Číny. Exportní konference, kterých se zúčastnilo celkem 270 zástupců firem, pak zahrnovaly teritoria jako Rusko, Brazílie, Mexiko, Srbsko, Kazachstán atd. Spokojenost účastníků se vzdělávacími akcemi vyjadřuje průměrná známka 1,19 (na stupnici 1=nejlepší, 5=nejhorší).

### Agentura CzechTrade realizovala

# 53

vzdělávacích akcí  
pro 1030 účastníků

V roce 2013 proběhl další ročník kurzu obchodní diplomacie, který se skládal z 32 seminářů a zúčastnilo se ho celkem 42 zástupců agentur CzechTrade a CzechInvest, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Ministerstva zahraničních věcí ČR. Dále se interní vzdělávání zaměstnanců proexportních institucí realizovalo prostřednictvím prohlubujících kurzů, koučování a jiných rozvojových aktivit.

Semináře, kurzy	2012	2013
Počet vzdělávacích akcí	46	49
	(44 seminářů, 2 kurzy)	(48 seminářů, 1 kurz)
Počet účastníků	540	760

Exportní konference	2012	2013
Počet akcí	5	4
Počet účastníků	420	270

Akce celkem – srovnání	2012	2013	Zvýšení %
Počet vzdělávacích akcí	51	53	4 %
Počet účastníků	960	1030	7 %
Tržby	771 140 Kč	804 805 Kč	4,5 %

## Služby zahraniční sítě

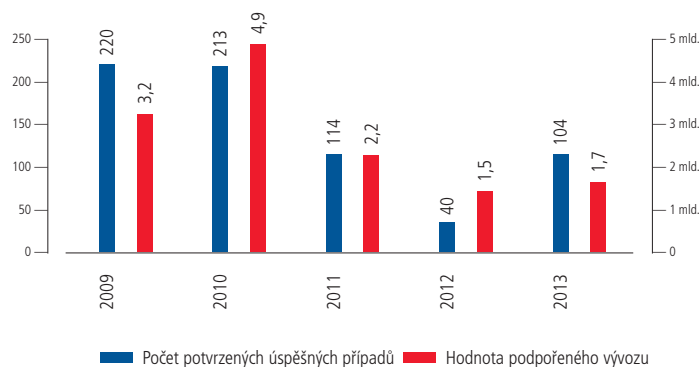
Celkové tržby zahraničních zastoupení v roce 2013 činily 24 627 499 Kč.

Na základě požadavků českých firem bylo zpracováno 1176 placených zakázek, z čehož bylo 589 zakázek z akcí agentury CzechTrade konaných v zahraničí a 587 zakázek z individuálních služeb, včetně konzultačních dnů a účasti na teritoriálních seminářích pořádaných ve spolupráci se zahraničními kancelářemi. České firmy měly co do počtu zakázek největší zájem o Německo, Rusko, Kazachstán a Turecko.

Zástupci zahraničních kancelářů zveřejnili na českých i zahraničních webových stránkách agentury CzechTrade celkem 2965 novinek z teritorií, týkajících se nejen možností exportu, ale i ekonomických údajů.

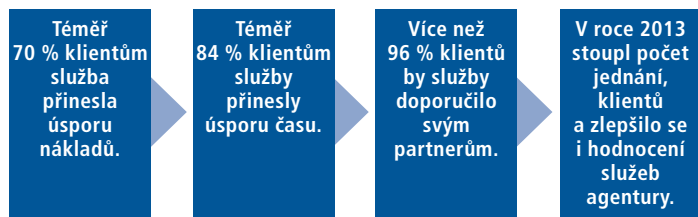
V roce 2013 české firmy potvrdily 104 úspěšných exportních případů v celkové hodnotě vývozu do zahraničí ve výši 1 755 964 108 Kč. Největší objem potvrzených podpořených vývozu českých firem směřoval do Kazachstánu, Číny, Jihoafrické republiky, Německa a Ruska. Vývoz do těchto zemí tvořil 82 % objemu exportu, kterého bylo dosaženo ve spolupráci s agenturou CzechTrade.

### Počet úspěšných případů a objem podpořeného vývozu v období 2009–2013



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

### Hodnocení přidané hodnoty služeb zahraničních kancelářů 2013



### Vývoj indexu spokojenosti 2009–2013

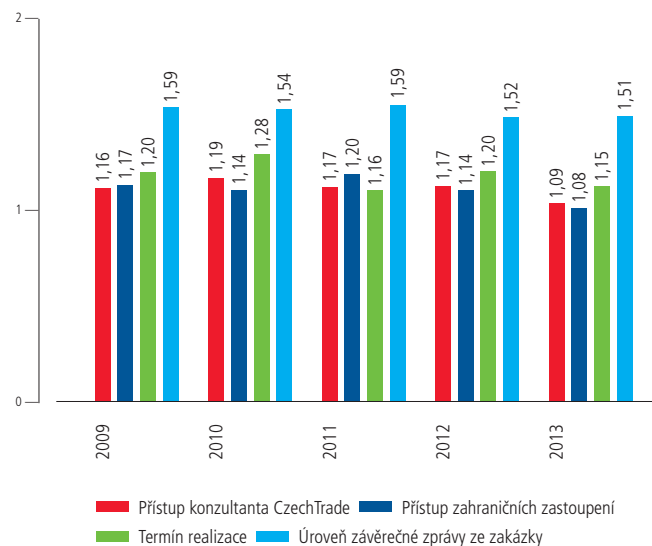


Firmy oznámkovaly služby poskytované ve spolupráci se zahraničními kancelářemi známkou

# 1,22

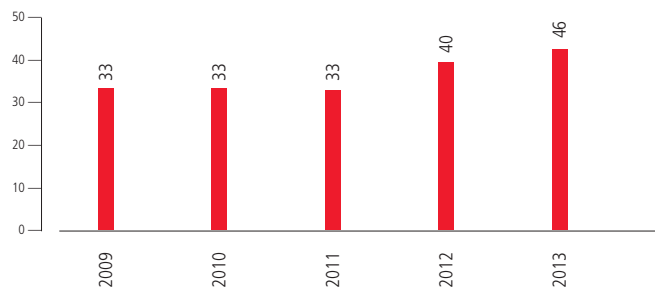
poznámka: 1 = nejlepší, 4 = nejhorší

### Díličí hodnocení spokojenosti se zakázkou CzechTrade

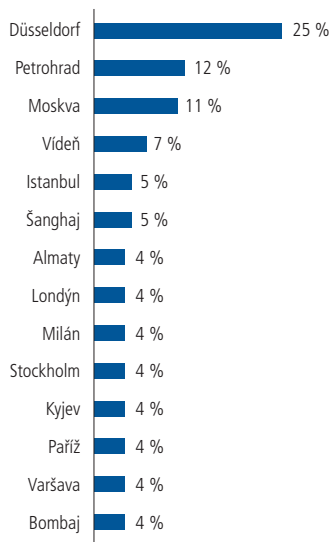


Klienti na službách nabízených agenturou CzechTrade oceňují kvalitu, profesionální úroveň výstupů a vstřícný přístup, a to vše ve sjednaném termínu. Jako velmi přínosné hodnotí především získané ověřené kontakty, znalost místního prostředí a trhu, což jim umožňuje vyvarovat se základních chyb v daném teritoriu.

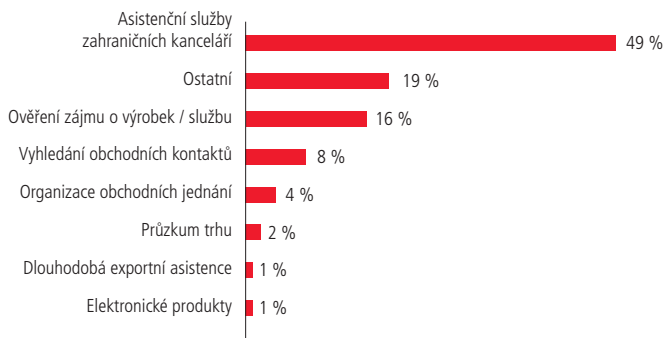
### Počet zahraničních zástupců



Ze struktury zakázek vyplývá, že největší zájem byl o služby následujících zahraničních zastoupení



#### Zakázky 2013 dle typu služby



**děkuje**  
 CzechTrade všem, kteří věnují svůj čas vyplnění dotazníků spokojenosti a podílí se tak na zlepšení našich služeb

#### Marketingové akce v ČR

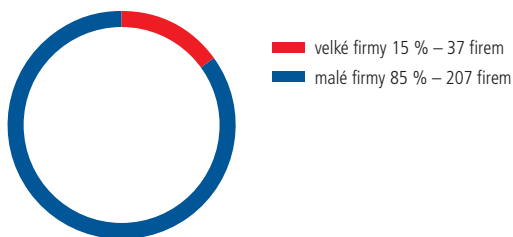
##### Meeting Point CzechTrade

Agentura CzechTrade zorganizovala ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu jedenáctý ročník Meeting Point CzechTrade.

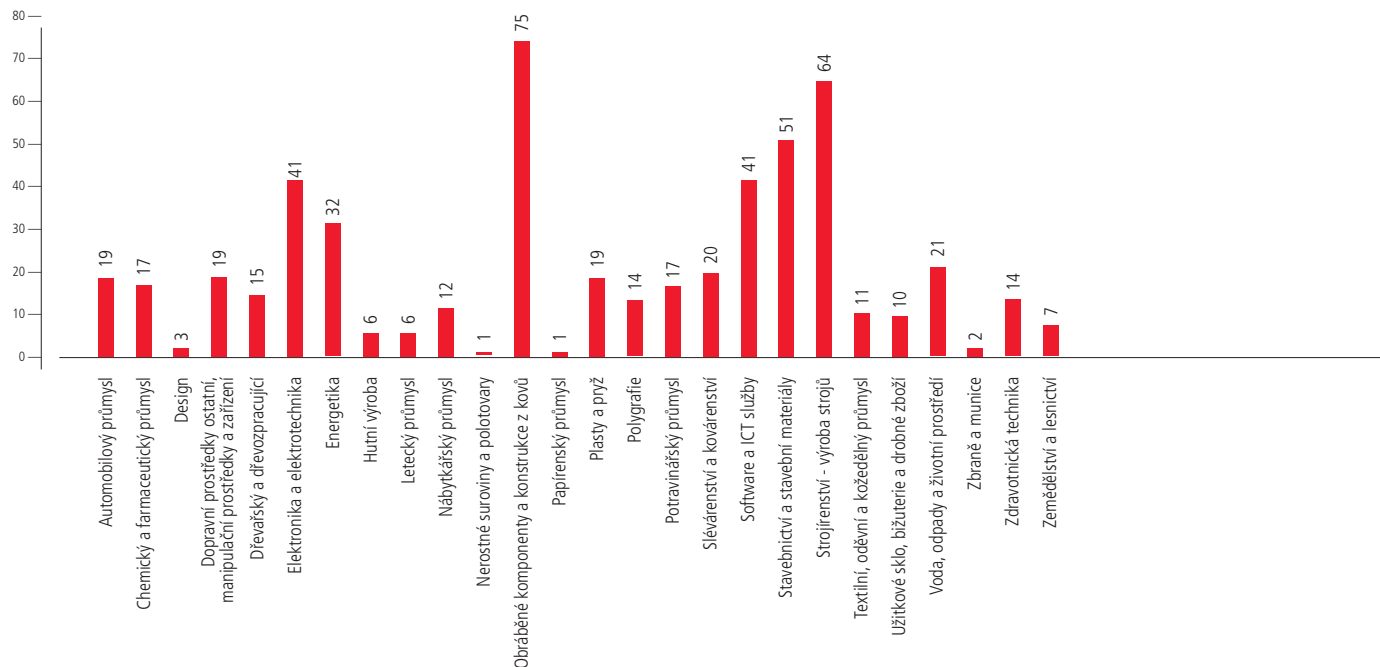
Na akci, které se zúčastnilo 244 firem, proběhlo 587 půlhodinových jednání se zahraničními zástupci. České firmy s nimi konzultovaly své exportní záměry v daných teritoriích.

Podobnou akci, ale v menším rozsahu, uspořádala agentura CzechTrade i na podzim v rámci doprovodných aktivit na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně.

##### Rozdělení účastníků Meeting Pointu v Praze podle velikosti firmy



## Firmy, které se zúčastnily Meeting Pointu v Praze podle oborů



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

## Incomingové mise 2013

### • Podnikatelská mise z Mexika, 27. 9. 2013

CzechTrade byl osloven mexickým velvyslanectvím v Praze, které organizovalo cestu mexické podnikatelské delegace po vybraných evropských zemích. Zástupci mexických firem měli zájem o oblast automobilového průmyslu a komponenty pro automobilový průmysl. Proto pro ně CzechTrade zorganizoval setkání v podniku Výfuky Týll, s.r.o.

### • Návštěva Moskolektor z Moskvy, 5. 12. 2013

CzechTrade byl osloven European-Russian Business Association (ERBA). Cílem bylo nalézt vhodného českého obchodního partnera z oblasti výstavby a údržby podzemních kolektorů v městech pro ruskou společnost Moskolektor. CzechTrade odpovídajícího partnera zajistil a zorganizoval jednání se společností Kolektory Praha. Ruská strana byla se službami CzechTrade velmi spokojena a děkovala za zorganizování jednání s takovým partnerem a obohacující zkušenosti z jednání a spolupráce.

## Sourcing days 2013

### • Sourcing day OBI, Plzeň 30. 5. 2013

Akce vznikla z iniciativy zahraniční kanceláře Düsseldorf, která nabídla pracovníkům OBI její uspořádání. V roce 2013 se jí zúčastnilo 22 českých firem. Akce se poprvé konala v roce 2012, ale pro jiné obory.

### • Sourcing day strojírenství, Plzeň, 6. 6. 2013

Akce vznikla také z iniciativy zahraniční kanceláře Düsseldorf. Ve spolupráci s Centrum für Supply Management se podařilo do Plzně pozvat 13 německých firem a z české strany se zúčastnilo 83 firem.

## Incomingových misí a Sourcing days se účastnilo celkem

# 188

 českých firem

## Prezentace českých firem na zahraničních veletrzích

V roce 2013 CzechTrade realizoval 60 společných účastí na zahraničních veletrzích. Jak ukazuje tabulka, nejvíce z nich se uskutečnilo v prioritních zemích Exportní strategie ČR.

Možnosti prezentovat se pod vlajkou CzechTrade využilo 424 účastníků, kteří byli z 80 % z řad malých a středních firem. Nejvíce veletrhů se řadilo do oborů strojírenství, potravinářství a životního prostředí.

## Pod hlavičkou CzechTrade se na 60 akcích prezentovalo

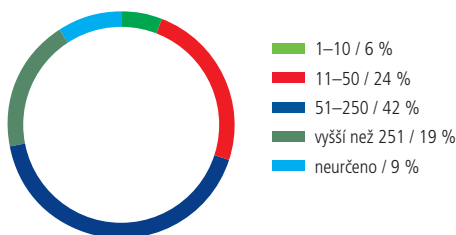
# 424

 firem

## Počet zrealizovaných účastí na veletrzích v jednotlivých zemích

Prioritní země		Zájmové země		Země EU	
Brazílie	4	Chorvatsko	2	Belgie	1
Čína	4	JAR	1	Francie	2
Indie	1	SAE	1	Itálie	2
Kazachstán	2			Lotyšsko	2
Mexiko	3			Německo	5
Rusko	11			Nizozemsko	2
Srbsko	2			Polsko	2
Turecko	2			Rakousko	2
Ukrajina	3			Švédsko	1
USA	1			V. Británie	2
Vietnam	2				
<b>Celkem</b>	<b>35</b>	<b>Celkem</b>	<b>4</b>	<b>Celkem</b>	<b>21</b>

## Účastníci společných účastí – členění podle počtu zaměstnanců



## Realizované účasti na veletrzích – členění podle oborů veletrhů



17 vývozních aliancí  
sdružuje celkem

**444** firem

Přehled aliancí v gesci CzechTrade

	Název aliance	Obor/komodita	Počet členů
1	Česká dobývací technika	zařízení pro těžbu a úpravu nerostných surovin	13
2	Aliance Svaz strojírenské technologie	technologie	46
3	Czech ICT Alliance	informační technologie	168
4	Czech Water Alliance	vodní hospodářství	17
5	Atomex Group	výroba zařízení pro strojírenství a elektrotechniku	20
6	Czech NBC Team	ochranné pracovní prostředky	10
7	Czech Space Alliance	technologie pro vesmírný průmysl	15
8	České povrchové úpravy	povrchové úpravy materiálů	6
9	Bohemia Line	dřevoobráběcí stroje	4
10	Czech Health & Safety Alliance	prostředky pro likvidaci havárií, živelných pohrom a následků použití CBRN	7
11	Czech Communication Group	telekomunikace	3
12	First Czech Health Alliance	kompletní nabídka zdravotnických potřeb	6
13	Asociace výrobců a dodavatelů zdravotnických prostředků	kompletní nabídka přístrojů, speciálních technologií, projektů	94
14	Sans Souci Czech glass alliance	sklářská a keramická výroba	8
15	Czech Power Team	energetické strojírenství	8
16	Czech Valves Alliance	průmyslové armatury pro energetiku	4
17	Czech Art of Glass	sklářství	15 + 15 přidružených

(stav k 31. 12. 2013)

## Projekty realizované agenturou CzechTrade a financované z evropských fondů

### Projekt Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2013–2014

Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2013–2014 (SVV2) je projektem realizovaným agenturou CzechTrade a financovaným z prostředků operačního programu Podnikání a inovace s 15% podílem prostředků ze státního rozpočtu.

Cílem projektu je poskytnout prostřednictvím společné účasti na vybraných specializovaných zahraničních veletrzích a výstavách cílovým skupinám, tedy profesním (oborovým) organizacím a individuálním firmám (zejména malým a středním), zvýhodněné služby, zaměřené na zvyšování konkurenceschopnosti výrobků a služeb firem se sídlem v ČR na zahraničních trzích.

Celkově schválené finanční prostředky projektu představují částku 235 485 362 Kč vč. DPH. V plánu je podpořit 90 veletrhů s celkovým minimálním počtem 1260 účastníků.

Do konce roku 2013, během druhé etapy realizace projektu, se uskutečnilo 14 veletrhů v 11 zemích, na kterých bylo podpořeno celkem 175 subjektů včetně agentury CzechTrade, z toho jich 124 (tj. 70,9 %) působilo na společné expozici. V samostatných expozicích se prezentovalo 51 účastníků podle výrobního zaměření. V průměru se jednoho veletrhu zúčastnilo 12,5 firmy. Rozhodující podíl podpořených subjektů tvořily malé a střední podniky (78,9 %), velké podniky představovaly 8,0 % a profesní organizace 5,1 %. Nejúspěšnějším veletrhem z hlediska počtu podpořených subjektů byl Heim und Handwerk v Mnichově s 33 vystavovateli.

### Spokojenost účastníků veletrhů pořádaných v roce 2013

99 % účastníků získalo veškeré informace při žádosti o podporu.  
98 % účastníků se nesetkalo s vážným problémem při žádosti o podporu.  
94 % účastníků bude žádat o podporu i pro následující ročník veletrhu.  
92 % účastníků věří, že jejich účast na veletrhu přispěla ke zviditelnění firmy na trhu.

*„V rámci SVV 2013–2014 již podruhé využíváme možnost dotované účasti na zahraničních veletrzích. V obou případech hodnotíme svou účast co do navázání obchodních kontaktů jako velmi úspěšnou.“*

DAPE

*„Jako českému výrobcí mosazných závitových tvarovek nám prezentace na mezinárodním veletrhu pomohla k předvedení nových výrobních řad mosazných fitinek ECO a TOP. V případě získání podpory z projektu SVV můžeme prostředky, které bychom jinak vynaložili k propagaci na tomto veletrhu, investovat do vývoje nových technologií, které povedou k vyšší efektivnosti výrobního procesu.“*

S.V.I.S. Trade

**Na 14 zahraničních veletrzích se prezentovalo**

**175** firem



## Projekt Design pro konkurenceschopnost

V roce 2013 agentura CzechTrade zahájila v rámci operačního programu Podnikání a inovace (OPPI) interní projekt Design pro konkurenceschopnost 2013–2014 (Design).

Záměrem projektu je pokračovat v podpoře efektivního využívání designu jako jednoho z inovačních nástrojů ke zvyšování konkurenční a exportní schopnosti malých a středních firem a jejich posun do segmentu s vyšší přidanou hodnotou.

*„Díky registraci v Adresáři designérů CzechTrade mám možnost pracovat pro firmy, které by služby designéra buď nehledali, nebo hledali u jiných realizátorů. Vzhledem k tomu, že CzechTrade podporuje český export, mám větší potenciál dostat svoji práci také za hranice České republiky.“*

Josef Vlček, designér

Celkový rozpočet projektu činí 10 002 036 Kč. V rámci první Výzvy k zasílání přihlášek do projektu Design, která byla zveřejněna 20. 9. 2013, je alokováno 6 735 470 Kč.

## Individuální spolupráci s designérem

zahájilo **13** firem

*„Vývoj jednoho výrobku vyjde zhruba na půl milionu korun a jeho uvedení do sériové výroby trvá někdy rok i déle. Pro malou firmu nejde zrovna o nízkou částku. Proto jsme uvítali možnost přihlásit se do projektu Design pro konkurenceschopnost 2013–2014.“*

Pavel Říha, Aton

13 podnikatelských subjektů, které zahájily spolupráci s designérem, požadují podporu v celkové výši 728 000 Kč, což činí 11 % z celkové výše alokovaných prostředků.

V průběhu 1. etapy byly zahájeny činnosti směřující k vydání a distribuci prvního čísla Design Newsletteru. Finalizace a distribuce Design Newsletteru proběhne v 2. etapě projektu v roce 2014.

Za rok 2013 bylo vyčerpáno 48 501 Kč. Podpora bude přihlášeným a zařazeným podnikatelským subjektům vyplacena na základě splnění podmínek projektu v roce 2014.

Adresář designérů CzechTrade [www.designers-database.eu](http://www.designers-database.eu), který slouží k mezinárodní bezplatné propagaci designérů z členských zemí EU a také jako seznam dodavatelů designérských služeb, na které lze získat podporu z projektu Design.

Adresář má aktuálně ve své databázi přes devadesát designérů zařazených v oborech od elektroniky a strojů po nábytek, sklo a zdravotní techniku. Akvizice nových designérů je bezplatná a stále probíhá. Podmínkou je minimálně jedna realizace, tj. zahájení průmyslové výroby produktu/ů podle návrhu designéra.

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

Agentura CzechTrade se již od roku 2011 aktivně zaměřuje na asistenci podnikům, které mají možnost účastnit se vesmírných programů. Jedním z interních projektů financovaných z operačního programu Podnikání a inovace 2007–2013 je v rámci agentury CzechTrade projekt Vesmír.

Tento projekt napomáhá posílení mezinárodní konkurenceschopnosti podniků se sídlem v ČR na zahraničních trzích, zvýšení informovanosti firem v ČR o programech z oblasti vesmírných technologií a vyhledání výrobců nejmodernějších a pro ČR klíčových technologií s vlastními inovacemi a vývojem. Zaměřuje 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 mají v tomto směru co nabídnout.

**Podporujeme účast českých firem  
v programech Evropské  
kosmické  
agentury**

V rámci tohoto projektu byly v roce 2013 směrem k malým a středním podnikům realizovány následující aktivity:

**Činnost odborného manažera CzechTrade** – poskytování standardních poradenských služeb CzechTrade podnikům při žádostech o vstup do programů vesmírných technologií a při komercializaci a internacionalizaci produktů vzniklých na základě zapojení do programů vesmírných technologií.

**Seminář BIC ESA** – Ve spolupráci s odborem kosmických technologií a družicových systémů Ministerstva dopravy ČR se dne 27. 3. 2013 uskutečnil seminář Business Incubation Centres, European Space Agency (BIC ESA), zaměřený na problematiku inkubačních center působících v sektoru kosmických aktivit Evropské kosmické agentury (ESA).

**Konzultační den na Ministerstvu dopravy ČR** – Zástupci ministerstva během této schůzky projednali obecný rámec vesmírných výběrových řízení ESA i ve spojení s Evropskou unií a následně samotný proces zapojení do výběrových řízení ESA, včetně přínosu pro Českou republiku.

**Manuály** – Pro firmy se zájmem o účast ve výběrových řízeních ESA byly zajištěny překlady materiálů. V první řadě se jednalo o dokument „Best Practices for the Selection of Subcontractors by Prime Contractors in the frame of ESA's Major Procurements“, který má zájemcům usnadnit přístup k těmto výběrovým řízením. Jako další podpůrný dokument firmy dostaly k dispozici přeložený materiál „The new on-line registration process within EMITS The New Tenderers“, který poskytuje detailní návod k registraci do výběrových řízení ESA přes registrační portál EMITS (EMITS = registrační portál ESA pro zájem o tendry).

**Cyklus brožur** – V druhé polovině roku 2013 začala ve spolupráci s Ministerstvem dopravy ČR příprava cyklu brožur (katalog CZECH SPACE SECTOR), do kterých budou zařazené firmy a instituce, jež se angažují v oblasti vesmírných technologií. Sběr dat a příprava prvního dílu katalogu, který je věnovaný aktivitám Czech Space Alliance, začala v průběhu prosince 2013. Další navazující cykly budou vydané v roce 2014.





# Výsledky hospodaření za rok 2013

Stejně jako v předcházejících letech agentura CzechTrade hospodařila se svěřenými prostředky úsporně a zaznamenala zlepšený hospodářský výsledek ve výši 12,7 mil. Kč. Celkový objem tržeb činil 26,2 milionu korun a agentura opět prokázala, že je schopna finančními prostředky získanými z prodeje vlastních služeb a využitím rezervního fondu výrazně přispět ke krytí nákladů na svou činnost.

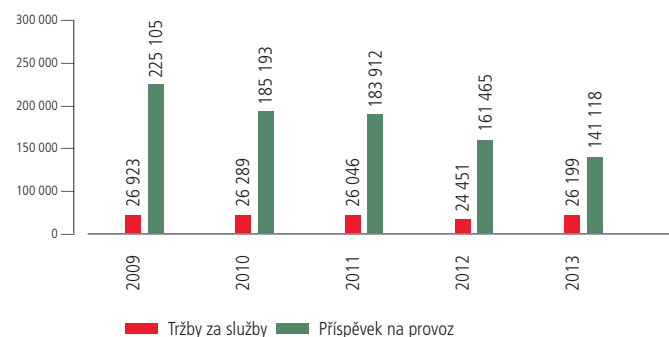
Největší podíl na dosažených tržbách mají zahraniční zastoupení, které se na nich podílejí více než 95 % (což je ve srovnání s předchozím rokem o 13 % více), a to především díky svým úspěšným akcím a individuálním zakázkám. Vzrostl také podíl tržeb na příspěvku na provoz, a to na 18,6 %. Podíl všech výnosů vytvořených agenturou CzechTrade k příspěvku Ministerstva průmyslu a obchodu dosáhl 30,3 %, což je nejvyšší hodnota v její historii.

Ve sledovaném roce agentura pokračovala v realizaci schválených projektů strukturálních fondů (OPPI – Operační program podnikání a inovace, OPLZZ – Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost, IOP – Integrovaný operační program), které rovněž přispěly k navýšení výnosů organizace.

## Výsledky hospodaření CzechTrade za období 2009–2013 (v tis. Kč)

	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Výnosy celkem</b>	<b>258 016</b>	<b>455 768</b>	<b>461 598</b>	<b>445 369</b>	<b>318 086</b>
Tržby za služby	26 923	26 289	26 046	24 451	26 199
Jiné ostatní tržby a výnosy vč. zúčtování fondů EU	5 988	16 450	119 140	117 517	44 303
Příspěvek na činnost celkem	225 105	413 029	316 412	303 401	247 584
v tom příspěvek na provoz	225 105	185 193	183 912	161 465	141 118
v tom financování strukturálních fondů		227 836	132 500	141 936	106 466
<b>Náklady celkem</b>	<b>256 594</b>	<b>455 767</b>	<b>458 395</b>	<b>443 616</b>	<b>305 416</b>
Spotřebované nákupy	9 420	9 908	10 003	7 687	7 481
Služby	177 222	142 452	137 758	135 716	123 466
Osobní náklady	54 651	50 025	49 447	48 263	40 475
Odpisy	11 691	11 142	10 835	11 337	9 411
Ostatní náklady vč. zúčtování fondů EU	3 610	242 240	250 352	240 613	124 583
<b>Hospodářský výsledek</b>	<b>1 422</b>	<b>1</b>	<b>3 203</b>	<b>1 753</b>	<b>12 670</b>

## Vývoj tržeb ve vztahu k příspěvku na provoz CzechTrade (v tis. Kč)





# 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 2013

V roce 2013 bylo agentuře CzechTrade doručeno celkem 8 písemných žádostí o poskytnutí informací dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále jen „zákon“), z toho bylo možno posoudit jako žádosti o poskytnutí informace dle tohoto zákona žádostí 5. V případě tří žádostí byl žadatel vyzván k jejich doplnění dle ust. § 14, odst. 5, písm. a) zákona. Ve všech případech žadatel žádosti povinného subjektu nevyhověl. Z tohoto důvodu agentura CzechTrade žádosti odložila a dále již předmětná podání neposuzovala jako žádosti podané ve smyslu zákona o svobodném přístupu k informacím.

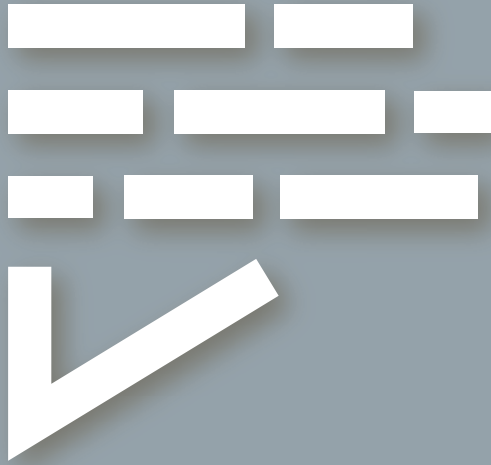
Agentuře CzechTrade byla doručena společně s jednou žádostí též stížnost dle ust. § 16 zákona. Tato byla vyřízena jako nedůvodná.

Počet podaných žádostí o informaci	8
Způsob vyřízení žádosti o informaci	informace k žádosti poskytnuty dle ust. § 14 zákona
Počet vydaných odpovědí	5
Počet vydaných sdělení o odložení žádosti	3
Počet podaných odvolání proti rozhodnutí o odmítnutí žádosti	0
Počet stížností podaných podle §16a	1
Výčet poskytnutých výhradních licencí	0
Počet zpoplatněných žádostí o informaci	0
Počet rozhodnutí o odmítnutí žádosti přezkoumávaných soudem	0

## Zveřejňování informací prostřednictvím internetových stránek CzechTrade

Na internetových stránkách CzechTrade [www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz) jsou v sekci Zveřejňované informace způsobem umožňujícím dálkový přístup zveřejňovány 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.





## Závěrečné slovo

Rok 2013 mohu z hlediska dosažených výsledků zhodnotit jako pozitivní. Těší nás zájem exportérů, kteří využívají služeb agentury CzechTrade především v oblasti získávání ověřených kontaktů na potenciální zahraniční partnery, ale také kvůli zprostředkování znalostí místního prostředí a trhu. Firmám tento servis umožňuje vyvarovat se začátečnických chyb v daném teritoriu a omezit zbytečné náklady. Úspěch zaznamenávají zejména exportní balíčky Basic, Business a Plus, které vznikly proto, aby je mohly bezproblémově využívat především malé a střední podniky.

Jaké jsou plány agentury CzechTrade pro rok 2014?

Zásadní zlom přináší rozhodnutí ministra průmyslu a obchodu, že nedojde ke sloučení agentur CzechTrade a CzechInvest. To výrazně podpořilo vnímání naší organizace jako stabilního partnera exportérů pro následující období. Jasně vymezení její úlohy v rámci podpory exportu umožní nejen rozvíjet stávající služby pro vývozce, ale také připravit nové projekty na jejich podporu.

Byl bych rád, kdyby exportéři agenturu CzechTrade vnímali jako spolehlivého partnera, který jim může nabídnout více než 17leté zkušenosti a rozsáhlé teritoriální a oborové znalosti. Službami bude CzechTrade vycházet vstříc především malým a středním podnikům, kterým bude i nadále nabízet cenově dostupné exportní balíčky a podporovat jejich exportní aktivity do prioritních a zájmových zemí v souladu s exportní strategií ČR. Čím dál více služeb však bude k dispozici zdarma. Jedná se především o exportní informační servis, jako jsou např. analýzy vybraných a nejžádanějších exportních trhů. Významná bude také podpora prezentace firem v zahraničí z projektů EU.

Máme v plánu organizovat diskuzní setkávání firem v rámci Exportního klubu CzechTrade, schůzky exportních aliancí, exportní konference a setkání s odborníky ze zahraničí. Chceme vytvořit dostatek příležitostí k získání názorů a konstruktivních námětů ohledně činnosti a dalšího směřování agentury CzechTrade.

Stejně tak jdeme a půjdeme i nadále naproti názorům našich partnerů, kteří rovněž poskytují služby a informace exportérům a mezi něž patří Svaz průmyslu a dopravy ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Hospodářská komora ČR, exportní aliance a další subjekty. O názory firem je potřeba se podělit. Z těchto podnětů by mohla a měla vzniknout nabídka služeb pro exportéry pro rok 2015.

Mým cílem a přáním je, aby agentura CzechTrade byla stabilním a spolehlivým partnerem exportérů. Aby ji firmy vnímaly jako proklientsky orientovanou a otevřenou pro komunikaci. Aby se rozvíjela v souladu s požadavky exportérů. Tedy aby nabízela služby, o které mají exportéři zájem, v teritoriích, kde je potřebují.



Ing. Milan Ráž  
pověřený řízením agentury CzechTrade

**Partner  
pro Váš  
export**





Dittrichova 21  
128 01 Praha 2  
[info@czechtrade.cz](mailto:info@czechtrade.cz)  
[www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz)  
[www.czechtrade.eu](http://www.czechtrade.eu)  
© CzechTrade, květen 2014