



ZPRÁVA O ČINNOSTI

2015

ČESKÁ  
AGENTURA  
NA PODPORU  
OBCHODU



## **CZECHTRADE**

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

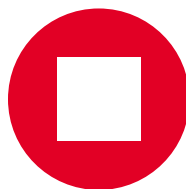




**2**  
PROFIL  
AGENTURY  
CZECHTRADE



**6**  
DŮLEŽITÉ  
UDÁLOSTI ROKU  
2015



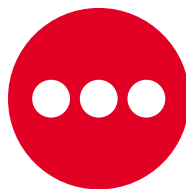
**10**  
SLUŽBY  
CZECHTRADE



**14**  
PŘEHLED  
HLAVNÍCH  
VÝSLEDKŮ



**28**  
VÝSLEDKY  
HOSPODAŘENÍ



**30**  
VÝROČNÍ ZPRÁVA  
O ČINNOSTI  
V OBLASTI  
POSKYTOVÁNÍ  
INFORMACÍ



**32**  
ZÁVĚREČNÉ  
SLOVO







## DÁMY A PÁNOVÉ, VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

máme za sebou společně úspěšný rok, kdy se českému průmyslu a exportu nebývale dařilo. Český export dosáhl vůbec největšího objemu v historii, a to téměř čtyři biliony korun s meziročním nárůstem o 6,4 procenta. Tato data zcela jistě potvrzují konkurenceschopnost našich firem na evropských i dalších trzích. Ptáme-li se, co všechno se za tímto úspěchem skrývá, musíme zmínit pevný kurz koruny, historicky nízkou cenu ropy a řadu dalších vlivů, ale především proaktivní politiku vlády v podpoře exportu.

Nesmírně důležitou roli sehrála rovněž agentura CzechTrade, jejíž Zprávu o činnosti za rok 2015 právě držíte v rukou. Agentura CzechTrade je pro české exportéry klíčovým a v některých regionech přímo nepostradatelným nástrojem pro podporu exportu zejména malých a středních firem. Za téměř dvacet let své existence poskytla služby již více než 40 tisícům firem a v uplynulých dvou letech byl objem těchto asistenčních služeb naprosto rekordní. To ostatně dokazuje 122 úspěšných případů za rok 2015, což je o 18 % více oproti roku 2014.

V roce 2015 agentura také úspěšně završila projekt Specializované veletrhy a výstavy, hrazený z prostředků OPPI, přičemž v rámci nového dotačního titulu OPPIK připravila ke spuštění hned tři nové projekty na podporu účasti českých firem na zahraničních veletrzích – NOVUMM, NOVUMM KET a DESIGN.

Jsem rád, že i letos má CzechTrade nakročeno ke skvělým výsledkům, a osobně se velmi těším na další plodnou spolupráci ku prospěchu českých exportérů.



**JAN MLÁDEK**

ministr průmyslu a obchodu



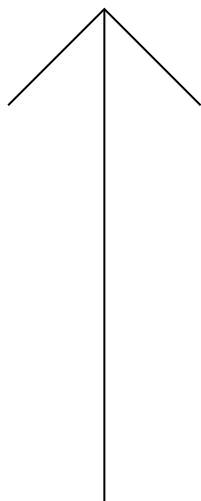
PROFIL AGENCY CZECHTRADE



AGENTURA **CZECHTRADE** BYLA ZALOŽENA 1. KVĚTNA 1997 Z ROZHODNUTÍ MINISTRA PRŮMYSLU A OBCHODU JAKO PŘÍSPĚVKOVÁ ORGANIZACE NA PODPORU OBCHODU. CZECHTRADE JE NÁRODNÍ PROEXPORTNÍ AGENTUROU, JEJÍMŽ ÚKOLEM JE ROZVÍJET MEZINÁRODNÍ OBCHOD A VZÁJEMNOU SPOLUPRÁCI MEZI ČESKÝMI A ZAHRANIČNÍMI SUBJEKTY.

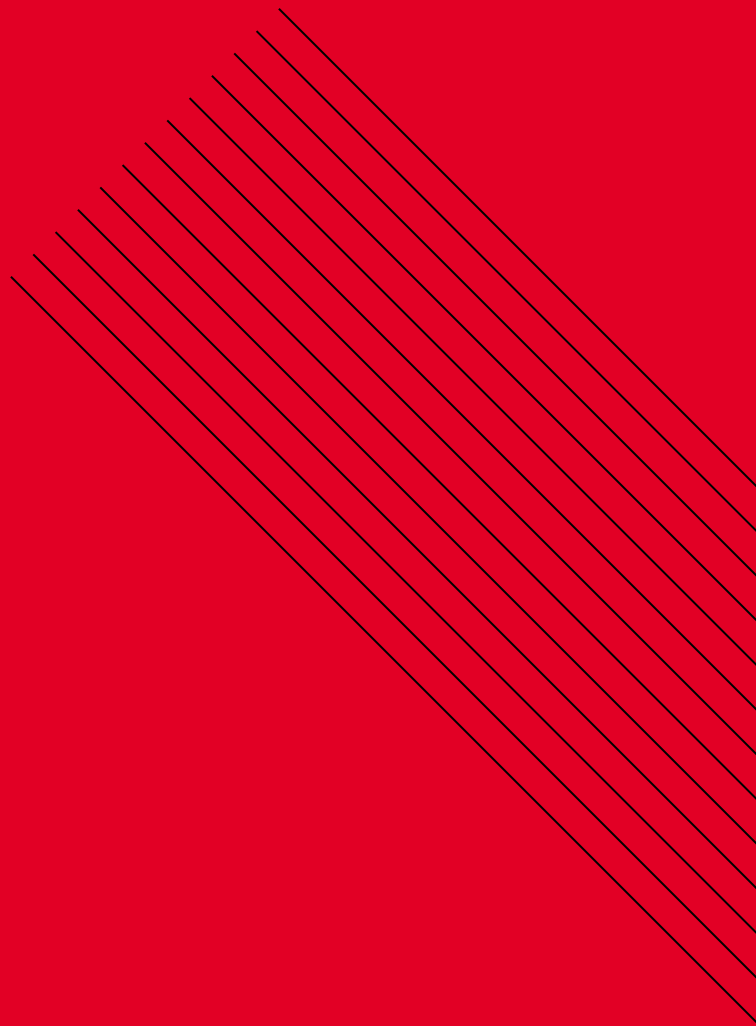
AGENTURA NABÍZÍ ČESKÝM FIRMÁM 19 LET ZKUŠENOSTÍ NA ZAHRANIČNÍCH TRZÍCH. KROMĚ PORADENSKÝCH A INFORMAČNÍCH SLUŽEB NABÍZÍ I SLUŽBY A PROJEKTY NA MÍRU POŽADAVKŮM A POTŘEBÁM ZÁKAZNÍKŮ. CZECHTRADE ZOHLEDŇUJE PŘIPRAVENOST EXPORTÉRŮ, OBCHODNÍ STRATEGII A KONKRÉTNÍ KOMODITU, ALE TAKÉ EXPORTNÍ POTENCIÁL. NEJVĚTŠÍ PŘIDANOU HODNOTOU SPOLUPRÁCE S AGENTUROU CZECHTRADE JSOU ODBORNÉ ZNALOSTI A DLOUHODOBÉ ZKUŠENOSTI JEJÍCH ZAHRANIČNÍCH ZÁSTUPCŮ. CZECHTRADE NAVÍC DISPONUJE UNIKÁTNÍM SYSTÉMEM EXPORTNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ NA ZAHRANIČNÍCH TRZÍCH.

AGENTURA CZECHTRADE PODPORUJE RŮST ČESKÝCH EXPORTÉRŮ DÍKY SPECIALIZOVANÉMU VZDĚLÁVACÍMU PROGRAMU, VE KTERÉM VYUŽÍVÁ ZNALOSTÍ ŠPIČKOVÝCH ODBORNÍKŮ, SPECIALISTŮ A LEKTORŮ. EXPORTÉŘI TAK ZÍSKAJÍ AKTUÁLNÍ INFORMACE DŮLEŽITÉ PRO ROZHODOVÁNÍ, PŘÍPRAVU A REALIZACI ÚSPĚŠNÉHO VSTUPU NA ZAHRANIČNÍ TRHY.





**DŮLEŽITÉ UDÁLOSTI ROKU 2015**





### **ZAHRAŇIČNÍ KANCELÁŘE**

V průběhu roku došlo v sedmi zahraničních kancelářích CzechTrade ke střídání vedoucích. Pro zkvalitnění jejich výběru jsme použili metodu, která určuje správné kandidáty pro vyslání do zahraničí na základě identifikace klíčových kompetencí (success factor index). Na počátku roku došlo ke střídání v ruských kancelářích v Moskvě a Petrohradu, v létě následoval Jekatěrinburg a kancelář v Šanghaji získala posilu. V září agentura vyslala nové vedení do lotyšské Rigy, kazašské Almaty a indického Mumbai.

Agentura CzechTrade koncem roku zahájila přípravy na rozšíření zahraniční sítě o pobočku v Singapuru.

### **MEETING POINT AGENTURY CZECHTRADE**

Ve dnech 17. a 18. února 2015 uspořádala agentura CzechTrade v hotelu Dorint Don Giovanni v Praze již třináctý ročník akce Meeting point. Exportéři mohli individuálně konzultovat své exportní záměry nejen s 48 jejími zahraničními zástupci, ale i s oborovými specialisty.

Pro mimořádně velký zájem byla akce s vybranými zahraničními kancelářemi prodloužena i na čtvrtek 19. února, kdy proběhla přímo v sídle agentury. Mezi žádané země patřily například Čína, Chile, Jihoafrická republika, Kazachstán, Maďarsko, Velká Británie nebo Spojené arabské emiráty.

Příležitost osobně si promluvit s vedoucími všech zahraničních kancelářů si nenechali ujít zástupci 315 českých firem. 47 z nich agenturu CzechTrade kontaktovalo poprvé.

### **EXPORTNÍ PRŮVODCI PO NOVÝCH TERITORIÍCH**

Abby mohli exportéři naplno využít potenciál, který jim zahraniční trhy nabízejí, potřebují mít k dispozici praktické a relevantní informace. Toto cenné know-how svých zahraničních kancelářů agentura předává exportérům v podobě exportních průvodců. Brožury seznamují s prostředím v Maroku, Thajsku a Indii.

### **SOURCING DAYS**

CzechTrade zorganizoval řadu dodavatelských fór, na kterých se mohou zástupci českých firem osobně setkat s nákupčími národních i nadnárodních řetězců nebo koncernů. Popularitu Sourcing days potvrzuje nárůst počtu akcí tohoto typu a jejich úspěšnost dokládají české firmy, kterým se podařilo uzavřít obchody se zahraničními protějšky.

### **CZECHTRADE MÍŘÍ DO REGIONŮ**

Cílem série 4 konferencí „Budoucnost českého exportu“, které agentura zorganizovala ve spolupráci s deníkem E15, bylo představit široké podnikatelské veřejnosti nejen její služby, ale i služby ostatních – Ministerstva průmyslu a obchodu (MPO),



Ministerstva zahraničních věcí (MZV), EGAP a ČEB. Neatraktivnější součástí programu bylo vždy společné vystoupení zahraničního zástupce agentury CzechTrade s firmou, která využila jejích služeb a uspěla na zahraničním trhu. Akce se konaly v Plzni, Ostravě, Brně a v Ústí nad Labem.

#### **EXPO 2015**

Prvního května se otevřely brány milánského Expa 2015 a město se na půl roku stalo středem světa. Ústředním tématem světové výstavy byly „potravin pro planetu, energie pro život“. Kromě národních pavilonů organizátoři připravili i expozice věnované klastrům a sdružené podle témat, proto byl v Miláně k vidění pavilon rýže, kaka, kávy, ovoce a zeleniny, koření nebo např. obilovin.

Během národních dnů se země podělily s ostatními účastníky a návštěvníky o vlastní tradice, znalosti, technologie a kulturu. Česká republika přichystala bohatý program, který odstartoval 1. května zahájením české účasti v národním pavilonu. Koncept českého národního dne jednak navazoval na hlavní téma světové výstavy, ale také držel směr svého pavilonu „laboratoř života a land of fantasy“.

Na bohatém programu českého pavilonu se také významně podílel kolektiv zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Miláně. Z kalendáře akcí můžeme zmínit např. konferenci Den vody, propagaci českého chmele, sladu a piva, dále workshopy Doing business in the Czech Republic a Den českých technologií ve vodním hospodářství, podnikatelskou misi kraje Vysočina nebo prezentaci sklářů KavalierGlass.

#### **CZECHTRADE JE ČLEMEM MEZINÁRODNÍ ORGANIZACE BEDA (BUREAU OF EUROPEAN DESIGN ASSOCIATIONS)**

V roce 2015 se agentura CzechTrade zúčastnila mezinárodní konference SEE Design, Innovation and Policy Conference v Bruselu. Její zástupci prezentovali více než 160člennému publiku projekt Design pro konkurenceschopnost 2013–2014 a zapojili se do diskusního fóra. Agentura CzechTrade se aktivně účastnila výzkumných aktivit v oblasti podpory designu, které provádí

významná světová organizace zaměřená na design a aplikovaný výzkum PDR – Cardiff Metropolitan University, UK, a spolupracovala na publikaci The SEE Design Policy Monitor 2015, která mapuje budoucí trendy v oblasti politiky designu a programů podpory.

#### **EXPORTNÍ VÝZKUM**

Květnový exportní výzkum Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) potvrdil, že CzechTrade cílí své služby správným směrem.

Téměř 50 % oslovených firem exportuje i mimo EU.

↳ CzechTrade posiluje své zastoupení v Číně, jihovýchodní Asii a výrazně roste zájem o Turecko a SAE.

Firmy nejčastěji zvažují jako nové potenciální teritorium USA.

↳ CzechTrade připravuje posílení zastoupení v USA.

Výzvou do budoucna je naopak výsledek, podle kterého agenturu CzechTrade zná 96 % dotázaných firem, ale jen 25 % využilo jejích služeb.

#### **MEMORANDUM O SPOLUPRÁCI**

##### **S FAKULTOU MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ VŠE**

Studenti VŠE mají možnost získat odborné i praktické zkušenosti na stážích v agentuře CzechTrade. Formálním vyvrcholením spolupráce bylo červnové podepsání memoranda mezi agenturou a Fakultou mezinárodních vztahů. V roce 2015 využilo stáží v centrále agentury 9 studentů. V podzimním semestru se 8 studentů zúčastnilo stáží v zahraničních kancelářích v Německu, Spojených arabských emirátech, USA, Egyptě, Itálii, Rusku a Austrálii. CzechTrade je pro fakultu ideálním partnerem, neboť jeho činnost výborně zapadá do odborného profilu absolventů.

#### **PREZENTACE AGENTURY CZECHTRADE**

##### **NA MEZINÁRODNÍM STROJÍRENSKÉM VELETRHU V BRNĚ**

Od 14. září očekávali ve společném stánku s krásným novým designem návštěvníky nejen zástupci agentury CzechTrade, ale

i MPO, MZV, CzechInvest a SST. V pondělí se 10 zahraničních zástupců agentury zúčastnilo B2B jednání na akci s názvem Kontakt Kontrakt, kterou pořádala Regionální hospodářská komora Brno. V úterý se konal Meeting point. Pětadvacet zástupců zahraničních kanceláří doplnili tři vedoucí ekonomických úseků ZÚ, specialista exportního financování z ČEB a nechyběli ani kolegové z Klientského centra pro export. Akce se zúčastnilo více než 90 českých firem. Škálu doprovodných akcí doplnily semináře a konference organizované oddělením exportního vzdělávání agentury CzechTrade. Ty byly zaměřené na podporu exportu a obchodních příležitostí v Thajsku, Indii, Íránu, JAR, Egyptě, Maroku, SAE a Izraeli. Celkem se doprovodných akcí zúčastnilo přes 200 firem.

#### MEDIÁLNÍ KAMPAŇ

1. října agentura CzechTrade spustila mediální kampaň, jejímž cílem bylo zvýšit povědomí o jejich službách a přesvědčit firmy o efektivitě jejich využití. Pro kampaň byl zvolen kreativní koncept „DOBYVATEL“. Pointu komunikace podtrhuje titulok „Pomáháme vám zvítězit na zahraničních trzích“. Nový slogan, který celou kampaň doprovází, zní „Expert na váš export“. A CzechTrade je v pravém slova smyslu expertem na export českých firem. Kampaň probíhá až do května 2016.

#### NETRADIČNÍ FORMY PROPAGACE ČESKÝCH FIREM

Zahraniční zástupci agentury CzechTrade hledají i netradiční způsoby podpory českých exportérů. Tibor Bial, vedoucí zahraniční kanceláře v Budapešti, spojil prezentaci českých firem s hokejovým zápasem „old boys“ Maďarsko–Česko. Začátkem listopadu se v rámci této akce podařilo vyprodat hokejovou halu a spot z ní 4x vysílala maďarská státní televize. Akce se zúčastnilo 120 VIP hostů. Výsledkem byl úspěšný networking mezi firmami.

#### 18. ROČNÍK EXPORTNÍ CENY DHL UNICREDIT

V listopadu proběhlo vyhlášení výsledků 18. ročníku Exportní ceny DHL UniCredit. Záštitu nad touto soutěží převzala již poosmnácté agentura CzechTrade. Čeští exportéři soutěžili ve 4 kategoriích (Středně velká společnost, Malá společnost, Exportér

teritoria – Latinská Amerika a Globální exportér). Další dvě kategorie vyhlásila agentura CzechTrade. V kategorii Nejúspěšnější klient vyhrála firma BIKE FUN International, s.r.o. Druhou, úplně novou kategorií Exportní příběh roku, vyhrálo výrobní družstvo Kovobel.

#### SETKÁNÍ S VÝZNAMNÝMI KLIENTY

Agentura CzechTrade uspořádala koncem listopadu setkání se svými nejvýznamnějšími klienty. Akce se uskutečnila v Sovových mlýnech. Zástupci téměř sedmi desítek firem měli možnost zúčastnit se komentované prohlídky expozice Františka Kupky a Toyen v Muzeu Kampa a pohovořit si s nejvyššími představiteli agentury. Ta jim chtěla touto cestou poděkovat za celoroční spolupráci a představit své plány na nadcházející rok 2016.



**SLUŽBY CZECHTRADE**



## SLUŽBY AGENTURY CZECHTRADE NABÍZEJÍ EXPORTÉRŮM KOMPLEXNÍ ASISTENCI PŘI EXPANZI NA ZAHRANIČNÍ TRHY

### PORADENSKÉ A INFORMAČNÍ SLUŽBY

#### Poradenské služby zaměřené na zahájení podnikání a rozvoj podnikání na zahraničních trzích

- ↳ Vstupní exportní konzultace
- ↳ Skype konzultační dny a videokonference
- ↳ Konzultace se zástupci zahraničních kanceláří v Praze a v regionech

#### Aktuální informace ze zahraničních trhů

- ↳ BusinessInfo.cz a jeho rubrika Zahraniční obchod – oficiální portál pro podnikání a export, realizátorem je agentura CzechTrade
- ↳ Novinky ze zahraničí a analýzy
- ↳ Newsletter CzechTrade denně – denní bezplatný e-mailový odběr aktuálního přehledu zahraničních obchodních příležitostí (denne.czechtrade.cz)
- ↳ Exportní průvodce – přehledné informace o konkrétních teritoriích, jejich specifikách a obchodování v daném teritoriu, užitečné a praktické rady a zkušenosti zástupců našich zahraničních kanceláří

### INDIVIDUÁLNÍ SLUŽBY: SLUŽBY A PROJEKTY NA MÍRU POŽADAVKŮM A POTŘEBÁM ZÁKAZNÍKŮ

#### Analýza teritoria

- ↳ Základní ekonomické a statistické údaje
- ↳ Zahraniční obchod a informace o postavení ČR na trhu
- ↳ Identifikace hrozeb a příležitostí, oborové trendové ukazatele, potenciální možnosti
- ↳ Zjištění informací o konkurenci
- ↳ Základní cenový průzkum (s ohledem na dostupnost informací u konkrétního výrobku či služby)
- ↳ Identifikace distribučních kanálů
- ↳ Doporučení vhodné formy vstupu na trh, možnost založení společnosti, právní formy
- ↳ Další informace dle individuálního zadání

#### Dlouhodobá exportní asistence

- ↳ Využití zázemí zahraničních kanceláří

- ↳ Příprava jednání se zainteresovanými subjekty, asistence na jednáních a další podpora při cestách do teritoria
- ↳ Asistence při výběru místního zástupce
- ↳ Podpora při jednání s úřady či při registraci/certifikaci výrobků
- ↳ Průběžné poskytování informací z oboru doplněných o závěry a doporučení
- ↳ Zaslání aktuálních oborových poptávek s komentářem
- ↳ Monitoring konkurence, přístup k informačním zdrojům zahraniční kanceláře CzechTrade v teritoriu
- ↳ Průzkum veletrhů a výstav, podpora při organizaci prezentací nebo účasti na veletrzích a výstavách
- ↳ Další aktivity na základě dohody a dle možností dané kanceláře

#### Oslovení potenciálních obchodních partnerů a ověření jejich zájmu o výrobek či službu

- ↳ Zjištění obchodních kontaktů dle zadaných kritérií (specifikace cílových skupin) a rozsahu z místních databází a dalších informačních zdrojů
- ↳ Aktualizace kontaktních údajů a zjištění kompetentních osob
- ↳ Oslovení vyhledaných firem a prezentace nabídky produktů klienta
- ↳ Distribuce propagačních materiálů klienta (e-mailem i poštou) potenciálním zájemcům
- ↳ Opětovné oslovení a následné zjištění zájmu o produkt
- ↳ Doporučení dalšího postupu
- ↳ Zpracování závěrečné zprávy

#### Organizace obchodních jednání

- ↳ Zprostředkování a organizace obchodních schůzek klienta se zainteresovanými zahraničními firmami
- ↳ Itinerář schůzek
- ↳ Zajištění logistiky a případné asistence a tlumočení při jednáních dle požadavků klienta

#### B2B akce v ČR a v zahraničí

- ↳ Sourcing days (zprostředkování a organizace B2B setkání se zahraničními nákupčími)
- ↳ Organizace networkingových akcí a obchodních a oborových podnikatelských misí v zahraničí

#### Výstavy a veletrhy v zahraničí

- ↳ Prezentace českých firem na zahraničních veletrzích v rámci jednotného stánku agentury CzechTrade



### Zjištění bonity zahraničních obchodních partnerů

- ↳ Zprostředkování relevantní informace od renomovaných specializovaných agentur
- ↳ Překlad a interpretace zjištěných informací dle sledovaných parametrů

### OBCHODNÍ PŘÍLEŽITOSTI: UNIKÁTNÍ A AKTUÁLNÍ SYSTÉM

#### OBCHODNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ NA ZAHRANIČNÍCH TRŽÍCH

- ↳ Sourcing days: organizace osobních jednání českých dodavatelů se zahraničními partnery v ČR
- ↳ Poptávky zahraničních firem po zboží a službách českých dodavatelů
- ↳ Nabídky zahraničních dodavatelů pro české zájemce
- ↳ Tendry ze Světové banky a z CERNU

### EXPORTNÍ VZDĚLÁVÁNÍ

#### Vzdělávací akce s tematikou zahraničního obchodu

- ↳ Jednodenní i vícedenní semináře
- ↳ Ucelené kurzy
- ↳ Exportní konference
- ↳ Diskuzní fóra
- ↳ Firemní školení na zakázku

#### Vzdělávání českých firem v oblasti exportu

- ↳ Praktické tréninky
- ↳ Úspěšné příklady z praxe
- ↳ Sdílení informací

## ORGANIZACE AGENTURY CZECHTRADE

### MANAGEMENT

Ing. Radomil Doležal, MBA, generální ředitel  
Ing. Milan Ráž, ředitel sekce služeb pro exportéry  
Ing. Lenka Sokolová, MBA, ředitelka sekce interních služeb  
Ing. Zuzana Synková, ředitelka odboru marketingu a analýz  
Mgr. Petr Kraselovský, ředitel odboru fondů EU a komerčních akcí  
(stav k 31. 12. 2015)

### OBOROVÍ SPECIALISTÉ AGENTURY CZECHTRADE

O klienty se k 31. 12. 2015 staralo 22 konzultantů, které má agentura CzechTrade rozděleny do 5 oborových týmů. Každá firma tak 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 průmysl, zemědělství a lesnictví, užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží, textilní, oděvní a kožedělný průmysl, služby.

Vedoucí týmu: 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 + obnovitelné zdroje, voda, odpady a životní prostředí, nerostné suroviny a polotovary.

Vedoucí týmu: Mgr. Alice Fibigrová, MBA

#### Živé vědy, chemie, plasty, zdravotnictví a potravinářství

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

Vedoucí týmu: PhDr. Adriana Dohnalová

**Strojírenství a kovovýroba** – Strojírenství – výroba strojů, obráběné komponenty a konstrukce z kovů, investiční celky, slévárenství a kovárenství, hutní výroba.

Vedoucí týmu: Ing. Václav Štika

**ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE AGENTURY CZECHTRADE**

Agentura CzechTrade nabízela firmám ke konci roku 2015 služby 46 zahraničních kanceláří ve 49 zemích světa.

**Evropa: 23 zahraničních kanceláří**

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, Katovice  
 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: 3 zahraniční kanceláře**

Egypt: Káhira  
 Maroko: Casablanca  
 JAR: Johannesburg

**Amerika: 7 zahraničních kanceláří**

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

**Asie: 12 zahraničních kanceláří**

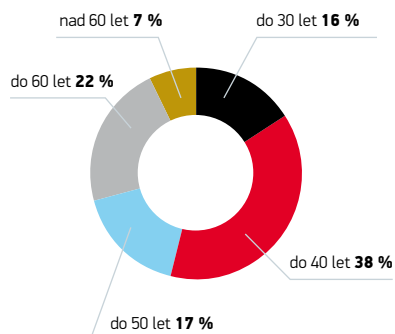
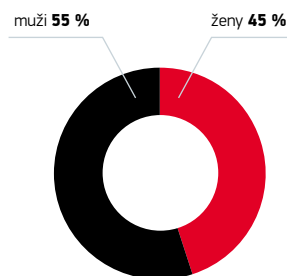
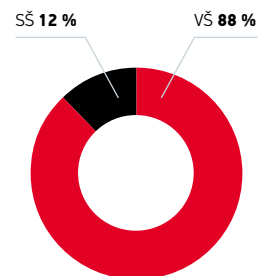
Ázerbájdžán: Baku  
 Čína: Peking, Čcheng-tu, Šanghaj  
 Indie: Mumbai  
 Indonésie: Jakarta  
 Izrael: Tel Aviv  
 Kazachstán: Almaty  
 Thajsko: Bangkok  
 Singapur: Singapur  
 Spojené arabské emiráty: Dubaj  
 Vietnam: Ho Či Minovo Město

**Austrálie: 1 zahraniční kancelář**

Austrálie, Nový Zéland: Sydney

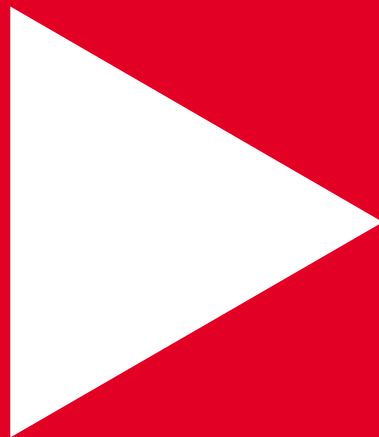
**ZAMĚSTNANCI CZECHTRADE**

K 31. 12. 2015 měla agentura CzechTrade 108 zaměstnanců.

**Zaměstnanci podle věku****Zaměstnanci podle pohlaví****Zaměstnanci podle vzdělání**



**PŘEHLED HLAVNÍCH VÝSLEDKŮ**



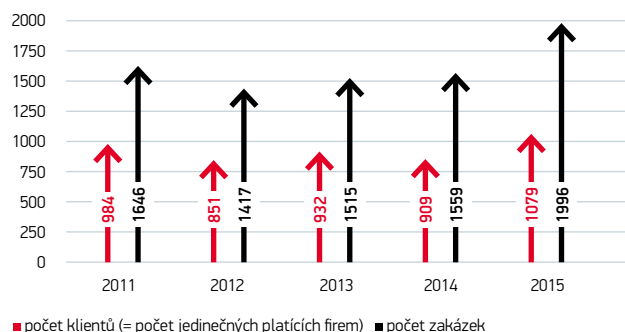


## HLAVNÍ VÝSLEDKY CZECHTRADE

↳ V roce 2015 využilo služeb agentury CzechTrade 2 140 firem.

↳ Agentura CzechTrade realizovala celkem 1 996 zakázek.

Vývoj počtu klientů a zakázek agentury CzechTrade



↳ Zahraniční kanceláře CzechTrade realizovaly dle potřeb a požadavků firem celkem 1 643 individuálních zakázek za téměř 50 milionů Kč. Zmíněné společnosti ohodnotily jejich služby známkou 1,23 (na 4bodové stupnici).

↳ Třem čtvrtinám klientů přinesly služby zahraničních kancelářů CzechTrade úsporu nákladů, 84 % klientů úsporu času a neuvěřitelných 99 % klientů by jejich služby doporučilo svým obchodním partnerům. Nejvíce si cení minimalizace rizik při vstupu na zahraniční trh.

↳ V roce 2015 firmy potvrdily agentuře CzechTrade 122 úspěšných případů, které vznikly s využitím jejich služeb, v celkové hodnotě 1,3 miliardy Kč.

↳ Agentura CzechTrade zorganizovala 47 odborných, teritoriálních a firemních seminářů v Praze a v regionech České republiky a 8 exportních konferencí. Velmi dobrou spokojenost se vzdělávacími

akcemi vyjadřuje průměrná známka 1,14 (5bodová stupnice) i vzrůstající zájem o vzdělávací akce. Více než 1 350 účastníků je toho důkazem.

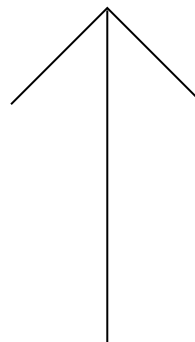
↳ Pracovníci agentury CzechTrade zpracovali přes 1 000 zahraničních poptávek a 437 nabídek, publikovali 1 717 zahraničních projektů a tendrů a 53 investičních příležitostí. Při 11 Sourcing days se v průběhu roku celkem 250 firem zúčastnilo B2B jednání se zahraničními nákupčími.

↳ CzechTrade zorganizoval 110 společných účastí českých firem na zahraničních veletrzích a 8 obchodních misí do celkem 39 zemí. Tyto možnosti využilo 782 účastníků.

↳ V rámci projektu Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích, podporovaného z evropských strukturálních fondů, se na 30 zahraničních veletrzích prezentovalo 645 firem.

↳ Uživatelé portálu BusinessInfo.cz si zobrazili celkem 8 350 793 stránek. Uživatelé webových stránek agentury CzechTrade během roku zhlédli 633 618 stránek.

↳ Agentura CzechTrade vydala 32 tiskových zpráv. Monitoring médií zachytil celkem 896 mediálních výstupů o agentuře, z nichž 9 % vzniklo na základě vydaných tiskových zpráv, 16 % bylo uveřejněno díky dobrým vztahům PR agentury s médii a 20 % vzniklo na základě smluvní spolupráce agentury CzechTrade s médii. 39 % výstupů mělo pozitivní vyznění a 60 % neutrální.





## DALŠÍ VÝSLEDKY CZECHTRADE

## EXPORTNÍ PŘÍLEŽITOSTI

Přidanou hodnotou služeb agentury CzechTrade je cílené vyhledávání: tým specialistů hledá české partnery pro zahraniční firmy na základě konkrétních poptávek, které jsou získávány přímo ze zahraničí od konkrétních firem. Zdrojem jsou zahraniční kanceláře CzechTrade a zastupitelské úřady ČR. Další výhodou je rychlost – okamžité a pečlivé zpracování každé poptávky je pro CzechTrade prioritou. Cílem je co nejrychlejší předání informací příslušným českým firmám. Poptávky jsou zveřejněny na portálu BusinessInfo.cz, ale nejrychleji se firmy k aktuálním poptávkám dostanou prostřednictvím služby CzechTrade denně. Výsledkem je efektivní propojení zahraničních poptávajících a českých firem. Výstupem služby je vzájemné propojení poptávajícího a jeho potenciálního obchodního partnera, tedy obousměrné předání kontaktů.

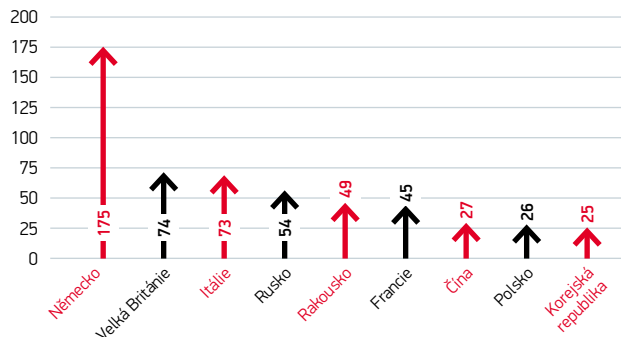


” Se službou zahraniční poptávky jsem velice spokojený. Seznam poptávek je velice přehledný, ohledně dotazů jsem se setkal s velmi ochotným přístupem, na veškeré

dotazy jsem obdržel ihned odpověď. Pokud bylo potřeba zjistit nějaké bližší informace, byl jsem zpětně informován telefonicky.“

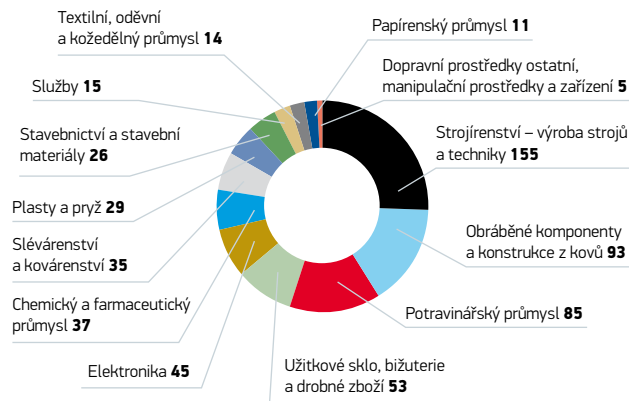
Martin Mach, Nutricius, s.r.o.

## Poptávky Top země 2015

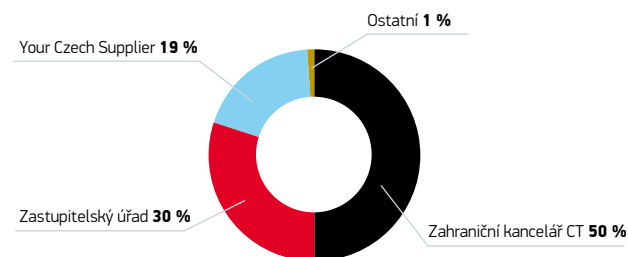


V roce 2015 pracovníci agentury CzechTrade zpracovali přes 1000 zahraničních poptávek.

## Poptávky Top obory 2015



## Poptávky podle zadavatele 2015



CzechTrade zpracovává i další obchodní příležitosti, které účinně napojují české exportéry na konkrétní zahraniční klienty a představují reálný zakázkový potenciál. Patří mezi ně investiční příležitosti, zahraniční nabídky a tendry, včetně tendrů mezinárodních organizací, jako jsou CERN, ESO a Světová banka.

V roce 2015 bylo administrováno 437 nabídek, 1 717 publikovaných zahraničních projektů a tendrů a 53 investičních příležitostí.

#### SOURCING DAYS A INCOMINGOVÉ MISE

Díky zahraničním kancelářím agentura CzechTrade získává kontakty na nákupčí, ke kterým by se české firmy dostávaly jen obtížně. Samozřejmostí je kompletní servis, který zahrnuje prověřené kontakty, pomoc s přípravou na jednání, asistenci během jednání a následnou komunikaci s nákupčími. Na Sourcing day často navazuje návštěva nákupčích ve vybraných výrobních provozech v České republice.

**V roce 2015 agentura CzechTrade uspořádala jedenáct Sourcing days s účastí více než 250 českých výrobců.**

#### CZECHTRADE DENNĚ

Tuto on-line službu využívá přes 3 800 klientů. Na základě definovaných kritérií dostávají klienti každý den e-mailem aktuální obchodní informace ze zahraničí, nejnovější obchodní příležitosti a dále také přehled akcí pořádaných agenturou CzechTrade v zahraničí i v tuzemsku a nabídku exportního vzdělávání.

#### PORTÁL BUSINESSINFO.CZ

Základní součástí informační sítě pro podnikatele a exportéry je portál BusinessInfo.cz, jehož realizací je pověřena 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 publikovány souhrnné teritoriální informace z více než 150 zemí světa, denně aktualizované exportní příležitosti či kalendář mezinárodních veletrhů a výstav s českou účastí. V roce 2015 bylo zpracováno celkem 813 odpovědí na podnikatelské dotazy ze strany uživatelů.



„Naše společnost se akce účastní již počtvrté. Díky účasti v minulých letech se nám podařilo uzavřít obchody již se třemi německými firmami. Tato setkání považuji

za jednu z nejsmysluplnějších pomoci ze strany státu.“

**Jan Tománek, obchodně výrobní ředitel, HTP s.r.o.**

V průběhu roku 2015 prošla homepage portálu grafickou úpravou a rubrika Zahraniční obchod prodělala kompletní změnu struktury tak, aby byla pro uživatele přehlednější, srozumitelnější a aby byl lépe zohledněn nový směr spolupráce MPO, MZV a agentury CzechTrade. V rámci této spolupráce byla také vytvořena zvláštní stránka Klientského centra pro export. Ve spolupráci s MZV vznikla nová databáze „Mapa oborových příležitostí“ s cílem přiblížit trendy a exportní příležitosti vznikající na světových trzích.

V rámci portálu je věnována velká pozornost příběhům úspěšných českých exportérů, které slouží jako inspirace pro další české firmy s potenciálem dobývat cizí trhy.

Rubrika Zahraniční obchod byla v roce 2015 vedle sekci Daně a Legislativa nejnavštěvovanější rubrikou portálu BusinessInfo.cz – s měsíčním průměrem 48 363 návštěv.

Průměrná měsíční návštěvnost portálu jako celku byla 219 061 a průměrný počet zhlédnutí stránek 695 899 návštěvníků za měsíc. Důležitým trendem v roce 2015 je zvýšení počtu zhlédnutých stránek v rámci jedné návštěvy. Znamená to, že lidé tráví na portálu více času a prohlídají si větší množství obsahu.

#### KLIENSKÉ CENTRUM PRO EXPORT (KCE)

KCE se nachází v sídle agentury CzechTrade, kde jsou exportérům k dispozici specialisté z MZV, MPO i agentury CzechTrade. Informace

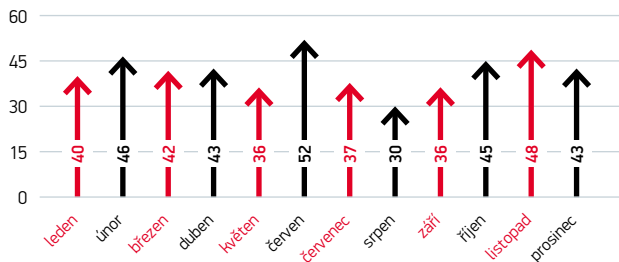


## PŘEHLED HLAVNÍCH VÝSLEDKŮ

o Klientském centru jsou k dispozici na podnikatelském portálu Businessinfo.cz, jeho specialisty je pak možné kontaktovat telefonicky i e-mailem či přímo při osobní návštěvě v sídle agentury CzechTrade. KCE nabízí exportérům služby státu prostřednictvím přehledného Katalogu služeb Jednotné zahraniční sítě. Katalog nabízí služby, které jsou dle své povahy v gesci buď MZV, MPO, anebo agentury CzechTrade. Výsledkem je komplexní nabídka služeb státu ve více než 90 zemích světa včetně členských států Evropské unie.

KCE přijalo v roce 2015 celkem 498 dotazů. Zájem o služby je po celou dobu jeho fungování stabilní. Totéž platí i pro strukturu požadovaných služeb – standardně nejvíce je poptávána „příprava na obchodní jednání“, o niž žádá 64 % firem, „detailní průzkum trhu“ (20 %) a „informace pro exportéry“ (9 %).

Počty dotazů KCE 2015



### EXPORTNÍ VZDĚLÁVÁNÍ

Agentura CzechTrade nabízí českým firmám vzdělávací akce typu odborných nebo teritoriálních seminářů, exportních konferencí a firemních školení na míru.

České firmy se učí exportovat na základě sdílených informací, praktických tréninků a úspěšných příkladů z praxe a využívají k tomu bohaté know-how pracovníků zahraničních kanceláří agentury CzechTrade.

V roce 2015 proběhlo celkem 47 odborných, teritoriálních a firemních seminářů v Praze a regionech České republiky a 8 exportních konferencí.

Akcí se zúčastnilo více než 1 350 zástupců z řad českých firem.

Odborné semináře byly zaměřeny na témata INCOTERMS, finanční nástroje exportu, sociální média, internetový marketing, specifika obchodního jednání, úspěšná prezentace, zboží dvojího použití, ochrana duševního vlastnictví, efektivní propagační materiály, byznys etiketa aj.

Teritoriální semináře a konference se týkaly zejména Číny, Německa, Íránu, kde byl i největší zájem ze strany podnikatelů, dále pak SAE, Egypta, Izraele, JAR, Maroka, Alžírsko, Thajsko, Indie, Ukrajiny, Itálie, Rumunsko, Maďarsko, Rusko, Ázerbájdžán, Austrálie, Velké Británie, Skandinávie a dalších zemí.

Na těchto akcích je zajímavý a přínosný nejen hlavní program a prezentace jednotlivých přednášejících, ale i živé diskuse probíhající o přestávkách a během individuálních konzultací.

Velmi dobrou spokojenost se vzdělávacími akcemi vyjadřuje průměrná známka 1,14 (na stupnici 1 = nejlepší, 5 = nejhorší) i vzrůstající počet jejich účastníků.

„Seminář, který se týkal využití sociálních médií v byznysu, byl pro mne zcela jistě nejzajímavějším a nejprínosnějším seminářem agentury CzechTrade, který jsem absolvoval. Skvělý výběr lektora – výborné prezentační dovednosti a vhodné propojení tématu semináře s aktuální situací na trhu a v širších souvislostech.“

Pavel Nosek, RUBENA, a. s.



V rámci interního vzdělávání proběhl v roce 2015 další ročník kurzu obchodní diplomacie, který se skládal z řady prezenčních seminářů, e-learningových kurzů a případových studií. Kurzu se zúčastnilo 42 účastníků z řad agentur CzechTrade a CzechInvest, MPO a MZV. Dále byla, v rámci interního vzdělávání, sdílána knihovna Exportní akademie, probíhala spolupráce při účastech pracovníků proexportních institucí na odborných a teritoriálních seminářích z nabídky agentury CzechTrade a Diplomatické akademie MZV a realizovaly se odborné workshopy.

#### EXPORTNÍ PORADENSTVÍ A SLUŽBY ZAHRANIČNÍ SÍŤ

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 agentury. Oborově specializovaní konzultanti jsou připraveni projednat exportní záměry a doporučit vhodný postup spolupráce s agenturou CzechTrade.

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

#### Srovnání základních ukazatelů činnosti zahraničních kanceláří agentury CzechTrade

Ukazatel	2013	2014	2015
Počet zakázek zahraničních kanceláří	1 176	1 290	1 643
Počet klientů	739	764	898
Počet úspěšných případů	104	103	122
Hodnota podpořeného vývozu	1,7 mld. Kč	6,851 mld. Kč	1,3 mld. Kč
Návratnost dotazníků spokojenosti	49 %	43 %	49 %
Hodnocení služeb	1,22	1,24	1,23

#### Využití jednotlivých služeb v roce 2015

Služba	Tržby celkem	Počet zakázek	Počet klientů
Analýza teritoria	80 000 Kč	2	2
Balíček služeb – BUSINESS	203 000 Kč	11	11
Balíček služeb – PLUS	271 500 Kč	5	5
Dlouhodobá exportní asistence	677 100 Kč	33	33
Obchodní kontakty (bez ověření)	653 900 Kč	54	41
Organizace obchodních jednání	238 100 Kč	21	19
Ostatní služby	1 014 800 Kč	61	40
Ověření zájmu o výrobek/službu	2 287 900 Kč	121	90
Průzkum veletrhu	85 000 Kč	4	2
Průzkum zahraničního trhu	455 500 Kč	11	7
Zahraniční akce	38 805 451 Kč	753	468
Asistenční služby	4 222 670 Kč	361	298
Konzultační den	13 300 Kč	19	19
Semináře	108 000 Kč	102	102
Zjištění bonity firmy	1 900 Kč	1	1
<b>Celkový součet</b>	<b>49 918 518 Kč</b>	<b>1 643</b>	<b>1 212</b>



” Zahraniční kancelář CzechTrade Petrohrad nám pomohla při řešení reklamace s naším zákazníkem z Petrohradu. Rychlá a fundovaná pomoc v podobě obstarání

všech potřebných informací vyplývajících z ruské legislativy, ve které bylo pro nás velice problematické se zorientovat, nám ušetřila 25 tisíc eur. Bez pomoci agentury CzechTrade bychom jen těžko našli ty správné argumenty. Ještě jednou díky za bezchybný servis pro nás exportéry.“

Ing. Soňa Hrušková, export manager, Dibaq, a.s.



” Start v nových regionech nám usnadnila spolupráce s vládní agenturou na podporu obchodu CzechTrade. Vynikající odezvu jsme obdrželi z bukureštské kanceláře CzechTrade vedené

Michalem Holubem, který nám několikrát, často i velmi účinně, přispěl svými znalostmi a dobře zpracovanými analýzami trhu.“

Michal Dvořáček, Strojírenský zkušební ústav, s.p.

Na konci roku 2015 bylo českým firmám k dispozici 46 zahraničních kancelář agentury CzechTrade, které nabízely služby v 49 zemích.

Během roku byla uzavřena kancelář v turecké Ankaře, koncem roku pak naopak zahájila činnost nová kancelář v Singapuru.

V roce 2015 využilo služeb zahraničních kancelář agentury CzechTrade 1 212 firem, pro které bylo realizováno celkem 1 643 zakázek.

České firmy projevily v roce 2015 největší zájem o účast na zahraničních veletrzích a obchodních misích, dále pak o asistenční služby a ověření zájmu o výrobek/službu.

#### SPOKOJENOST SE SLUŽBAMI ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ

Služby poskytované zahraničními kancelářemi (ZK) agentury CzechTrade firmy hodnotí na čtyřbodové stupnici známkou 1,23 (1 = nejlepší, 4 = nejhorší).

Téměř třem čtvrtinám klientů (72 %) přinesly služby agentury CzechTrade úsporu nákladů, 84 % klientů přinesly úsporu času a 99 % klientů by služby doporučilo svým obchodním partnerům.

Dílčí hodnocení spokojenosti se zakázkou agentury CzechTrade					
Rok	konzultant	ZK	termíny	výstup	celkem
2011	1,17	1,20	1,16	1,59	1,27
2012	1,17	1,14	1,20	1,52	1,31
2013	1,09	1,08	1,15	1,51	1,22
2014	1,14	1,13	1,18	1,58	1,24
2015	1,16	1,09	1,17	1,53	1,23

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

**ÚSPĚŠNÍ KLIENTI CZECHTRADE**

V roce 2015 firmy potvrdily 122 úspěšných případů, které vznikly s využitím služeb agentury CzechTrade, v celkové hodnotě 1,3 miliardy Kč.

Nejvíce potvrzených úspěšných případů mají zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Düsseldorfu (25), Almaty (14), Londýně (11) a Vídni (10).

Největší kumulovaný objem potvrzených případů evidují zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Budapešti (455,5 milionu Kč), Johannesburgu (162,6 milionu Kč), Stockholmu (137,5 milionu Kč), Almaty (121,3 milionu Kč), Šanghaji (117,6 milionu Kč) a v Düsseldorfu (103 milionů Kč).



„Před několika lety jsme začali spolupracovat s agenturou CzechTrade na vytipování vhodných partnerů a prodejců našich kol na zahraničních trzích. Díky tomu se nám podařilo

rozjet spolupráci s významnými firmami především v Norsku a Dánsku a v posledním období také ve Velké Británii.“

**Martin Guráš, obchodní ředitel, BIKE FUN International s.r.o.**

**Úspěšné případy podle oborů a počtu**

Nejvíce úspěšných případů nám firmy potvrdily v oborech strojírenství, potravinářství a stavebnictví.

Obor	Počet
Strojírenství – výroba strojů a techniky	24
Potravinářský průmysl	15
Stavebnictví a stavební materiály	14
Energetika	12
Plasty a pryž	8
Obráběné komponenty a konstrukce z kovů	6
Dopravní prostředky ostatní, manipulační prostředky a zařízení	4
Letecký průmysl	4
Slévárnictví a kovárnictví	4
Užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží	4
Textilní, oděvní a kožedělný průmysl	3
Automobilový průmysl	2
Elektronika a elektrotechnika	2
Nábytkářský průmysl	2
Nerostné suroviny a polotovary	2
Zbraně a munice	2
Zemědělství a lesnictví	2

**Úspěšné případy podle oborů a hodnoty**

Největší objemy úspěšných exportů nám firmy potvrdily v oborech dopravní prostředky ostatní, energetika a potravinářský průmysl.

Obor	Hodnota v Kč
Dopravní prostř. ostatní, manipulační prostř. a zařízení	593 631 190
Energetika	272 407 354
Potravinářský průmysl	75 674 150
Strojírenství – výroba strojů a techniky	69 830 905
Luxusní zboží	58 000 000
Design	54 920 000
Stavebnictví a stavební materiály	37 456 915
Letecký průmysl	34 109 008
Plasty a pryž	17 696 072
Dřevařský a dřevozpracující	14 300 000



### Úspěšné případy podle služeb

Nejvíce úspěšných případů našich klientů je po využití služeb zahraničních kanceláří a účasti na společném stánku na zahraničních veletrzích a obchodních misích.

Typ služby	Počet	Hodnota
Zakázka	71	693 124 795
Akce	57	260 471 407
Poptávka	7	7 417 879

### Úspěšné případy podle krajů

Nejvíce úspěšných případů potvrdily firmy z Prahy a největší objem zase z Plzeňského kraje.

Kraj	Počet	Hodnota
Praha, hl. m.	22	132 419 150
Moravskoslezský	17	331 259 955
Zlínský	17	49 850 415
Jihomoravský	14	24 024 613
Vysočina	9	23 226 722
Plzeňský	8	459 382 620
Královéhradecký	6	79 052 400
Pardubický	6	34 306 125
Ústecký	6	11 873 290
Olomoucký	5	36 231 490
Jihočeský	4	42 603 946
Středočeský	4	18 888 558
Karlovarský	2	4 428 287
Liberecký	2	57 659 500

## PREZENTACE ČESKÝCH FIREM V ZAHRANIČÍ

Agentura CzechTrade organizuje společnou účast českých firem na zahraničních výstavách a veletrzích.

### PREZENTACE NA ZAHRANIČNÍCH VELETRZÍCH

#### POD HLAVIČKOU AGENTURY CZECHTRADE

Firmy mohou v rámci služeb agentury CzechTrade využít osobní nebo katalogovou prezentaci na společném stánku na zahraničním veletrhu. Společná účast snižuje náklady na prezentaci firmy na veletrzích v zájmových teritoriích. Pracovníci zahraničních kanceláří agentury CzechTrade poskytují vystavovatelům asistenční služby před akcí, během konání veletrhu a také po něm.

V roce 2015 zahraniční kanceláře vytypovaly a společně s centrálou agentury CzechTrade realizovaly 110 společných účastí na veletrzích a 8 zahraničních misí českých firem na veletrzích v 39 zemích světa, což je o 34 % více než v roce 2014.

„Od veletrhu si slibujeme, že bychom zde mohli nalézt nové partnery, a to nejen v Litvě, ale v celém pobaltském regionu. Této akci jsme se účastnili poprvé, měla dobrou návštěvnost a jednání, která jsme zde vedli, by podle našeho odhadu mohla nastartovat naše obchodní zapojení v regionu.“

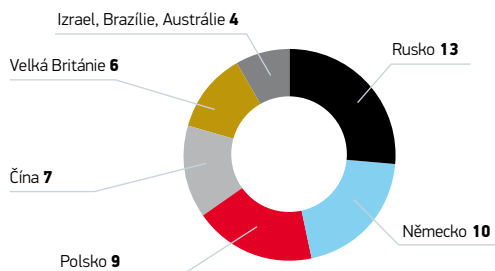
Pavel Prachař a Jakub Hurda, CZ PLAST s.r.o.  
RESTA 2015

„Veletrhu Budma jsme se zúčastnili už podruhé, po úspěšné prezentaci v loňském roce. V mezidobí se nám povedlo úspěšně zahájit prodeje v Polsku. Díky letošní účasti zavádíme na trhu další výrobky, které upevní naši pozici, a samozřejmě si odvezeme další zajímavé kontakty pro další rozvoj na polském trhu.“

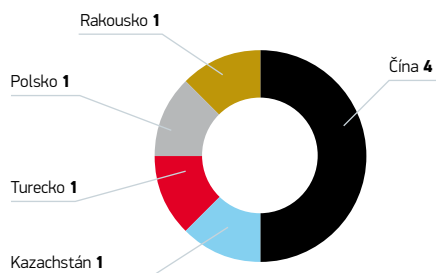
Pavel Kulesa, Statical, s.r.o.  
BUDMA 2015



## TOP destinace podle počtu veletrhů

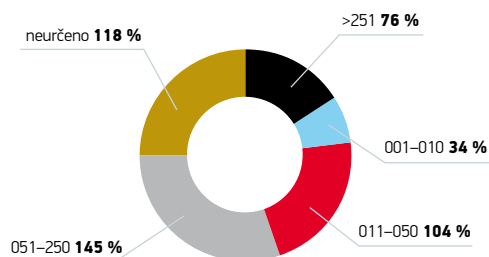


## Destinace obchodních misí organizovaných agenturou CzechTrade



- česká dobývací technika, všeobecná, energetika, technologie,
- výrobci elektrárenské techniky ● energetika ● energetika ● strojírenství

## Členění účastníků zahraničních veletrhů a obchodních misí podle počtu zaměstnanců firmy



## Přehled oborů veletrhů a obchodních misí, kterých se firmy v roce 2015 účastnily s podporou agentury CzechTrade

Obor	Počet
Agropřemyslový komplex	1
Automobilový průmysl	5
Biotechnologie	2
Design	4
Dopravní prostředky ostatní, manipulační prostředky a zařízení	9
Dřevařský a dřevozpracující průmysl	1
Elektronika a elektrotechnika	3
Energetika	19
Hutní výroba	1
Chemický a farmaceutický průmysl	2
Letecký průmysl	4
Luxusní zboží	2
Nábytkářský průmysl	2
Nerostné suroviny a polotovary	1
Obráběné komponenty a konstrukce z kovů	9
Ostatní	1
Papírenský průmysl	1
Plasty a pryž	4
Polygrafie	2
Potravinářský průmysl	15
Slévárství a kovárenství	1
Služby	2
Software a ICT služby	4
Stavebnictví a stavební materiály	15
Strojírenství – výroba strojů a techniky	22
Textilní, oděvní a kožedělný průmysl	4
Užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží	2
Voda, odpady a životní prostředí	9
Zbraně a munice	3
Zdravotnická technika	10
Zemědělství a lesnictví	7

Možnosti prezentovat se na zahraničních veletrzích pod vlajkou CzechTrade využilo v roce 2015 celkem 782 účastníků, tj. o 57 % více než v roce 2014.



Obor	Počet
Automobilový průmysl	43
Biotechnologie	5
Design	2
Dopravní prostředky ostatní, manipulační prostředky a zařízení	19
Dřevařský a dřevozpracující průmysl	24
Elektronika a elektrotechnika	88
Energetika	85
Hutní výroba	11
Chemický a farmaceutický průmysl	37
Investiční celky	5
Letecký průmysl	14
Nábytkářský průmysl	12
Nanotechnologie	1
Nerostné suroviny a polotovary	3
Obráběné komponenty a konstrukce z kovů	186
Ostatní	137
Papírenský průmysl	4
Plasty a pryž	51
Polygrafie	17
Potravinářský průmysl	43
Slévárství a kovárství	43
Služby	363
Software a ICT služby	69
Stavebnictví a stavební materiály	127
Strojírství – výroba strojů a techniky	168
Textilní, oděvní a kožedělný průmysl	18
Užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží	15
Voda, odpady a životní prostředí	49
Zbraně a munice	7
Zdravotnická technika	30
Zemědělství a lesnictví	18

### SPOLEČNÁ ÚČAST NA SPECIALIZOVANÝCH VÝSTAVÁCH A VELETRŽÍCH V ZAHRANIČÍ 2013–2014 (SVV2)

Prostřednictvím agentury CzechTrade mohly firmy v roce 2015 realizovat osobní účasti na zahraničních výstavách a veletržích s využitím podpory z evropských strukturálních fondů (OPPI), konkrétně z programu Marketing.

Projekt SVV2 byl realizován agenturou CzechTrade a financován z prostředků Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI) s 15% podílem prostředků státního rozpočtu. Cílem projektu bylo poskytnout prostřednictvím společné účasti na vybraných specializovaných veletržích a výstavách v zahraničí cílovým skupinám – profesním (oborovým) organizacím a individuálním podnikům, zejména malým a středním – zvýhodněné služby zaměřené na zvyšování konkurenceschopnosti výrobků a služeb firem se sídlem v ČR na zahraničních trzích. Celkem 2 146 subjektů (včetně agentury CzechTrade), z toho 1 682 malých a středních podniků, 260 velkých podniků a 84 profesních organizací, se zúčastnilo 120 veletrhů konaných ve 40 zemích světa a získalo podporu v celkové výši 232 953 443 Kč. Realizace veletrhů v rámci projektu SVV2 začala v říjnu 2013 a byla ukončena v červnu 2015.

Projekt Společná účast na specializovaných výstavách a veletržích v zahraničí 2013–2014 byl úspěšně ukončen k 30. 11. 2015. Následně byla zahájena příprava navazujících projektů pro nové programovací období v rámci OP PIK.

Celkově schválené finanční prostředky prodlouženého projektu SVV2 činí 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 2015 bylo vynaloženo 85,6 milionu Kč.

### Na 30 zahraničních veletržích se v roce 2015 prezentovalo 645 firem.

V roce 2015 se v rámci projektu SVV 2013–2014 uskutečnilo 30 veletrhů v 18 zemích, na kterých bylo podpořeno celkem 645 subjektů včetně agentury CzechTrade, z toho jich 246 (tj. 38,1 %) působilo ve společné expozici. V samostatných expozicích se prezentovalo 399 účastníků. V průměru se jednoho

veletrhu zúčastnilo rekordních 21,5 firem. Rozhodující podíl podpořených subjektů tvořily malé a střední podniky (80,3 %), velké podniky představovaly 10,9 % a profesní organizace 4,2 %. Nejúspěšnějším veletrhem z hlediska návštěvnosti se stalo Coneco/Racioenergia, Bratislava, s počtem 105 vystavovatelů.

#### Hodnocení účasti dle samotných vystavovatelů

- ↳ 99 % účastníků se v průběhu výstavy nesetkalo s problémy ze strany agentury CzechTrade
- ↳ 95 % účastníků hodnotí komunikační a realizační zajištění ze strany agentury CzechTrade jako dobré
- ↳ 98 % účastníků získalo veškeré informace při žádosti o podporu
- ↳ 98 % účastníků se nesetkalo s vážným problémem při žádosti o podporu
- ↳ 99 % účastníků bude žádat o podporu i pro následující ročník veletrhu
- ↳ 95 % účastníků věří, že jejich účast na veletrhu přispěla ke zviditelnění firmy na trhu

„Velmi si vážíme podpory CzechTrade, děkujeme za skvělou spolupráci na veletrhu AMBIENTE 2015 ve Frankfurtu nad Mohanem. Pokud by byla možnost se v budoucnu zúčastnit veletrhu s podobným zaměřením, budeme velmi rádi.“

Miroslav Horník jr., NB ART, s.r.o.  
AMBIENTE 2015

#### PODPORA PRŮMYSLVÉHO DESIGNU

V roce 2015 probíhala závěrečná etapa interního projektu Design pro konkurenceschopnost 2013–2014, jehož prostřednictvím agentura CzechTrade podporovala inovace designu výrobků malých a středních podniků. Tento projekt, který byl spolufinancován ze strukturálních fondů EU v rámci operačního programu Podnikání a inovace 2007–2013, byl v roce 2015 úspěšně ukončen a byla zahájena příprava navazujícího projektu Design pro konkurenceschopnost 2016–2018. Cílem projektu bylo umožnit

malým a středním podnikům zvýšit jejich šance na zahraničních trzích prostřednictvím kvalitního designu a jeho efektivní propagace.

Projekt umožnil 184 malým a středním podnikům získat relevantní informace z oblasti průmyslového designu, efektivně propagovat průmyslový design v zahraničí a zahájit individuální spolupráci s profesionálním designérem. Celkové způsobilé výdaje na realizaci projektu činily 7 624 450 Kč.

#### 90 % podpořených podniků již umístilo nové/inovované produkty na trh nebo se připravuje na jejich výrobu.

62 % podniků využilo služby profesionálního průmyslového designéra poprvé.

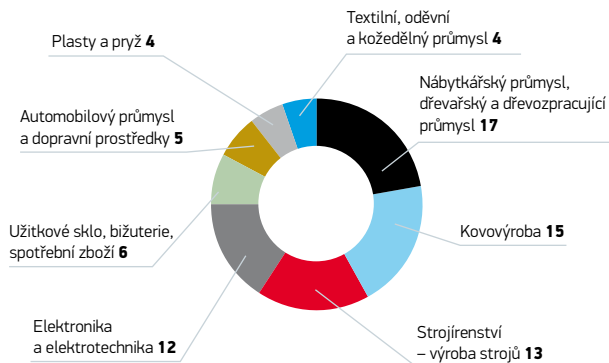
Výběr z realizovaných akcí projektu prezentuje publikace „Design pro konkurenceschopnost“, která zahrnuje úspěšné spolupráce firem s průmyslovými designéry a texty odborníků v oblasti design managementu. Její elektronická verze je umístěna na webu agentury CzechTrade.

Členění podle objemu podpory inovací designu produktů v %	
Kraj	Procentuální zastoupení
Jihomoravský	26
Středočeský	12
Zlínský	11
Moravskoslezský	9
Vysočina	7
Královéhradecký	7
Jihočeský	6
Olomoucký	6
Pardubický	5
Ústecký	4
Liberecký	4
Plzeňský	2
Karlovarský	1



## PŘEHLED HLAVNÍCH VÝSLEDKŮ

TOP obory – úspěšné realizace individuálních spoluprací firm s designéry (počet podpořených akcí)



„Děkuji za podporu celého týmu CzechTrade, která naší firmě přinesla nejen pozitivní výsledky ohledně designu našich strojů, ale zároveň jsme se jako firma posunuli ve výrobních

možnostech. Vytvořili jsme nové řady strojů, které svým funkčním designem významně posílily naši značku na mezinárodních trzích. Efekt této podpory cítíme a budeme cítit ještě mnoho let.“

Vítězslav Šulák, MBA, SULAK Glass Working Machinery, s.r.o.

### ADRESÁŘ DESIGNÉRŮ AGENTURY CZECHTRADE

Elektronický adresář je kvalitní pomocník nejen při vyhledávání průmyslových designérů, ale je také nástrojem propagace designu v zahraničí. Anglická verze adresáře je umístěna na portálu [www.czechtradeoffices.com](http://www.czechtradeoffices.com), který informuje o službách agentury CzechTrade v zahraničí.

42 designérů z Adresáře designérů CzechTrade bylo zapojeno do projektu Design pro konkurenceschopnost 2013–2014.





## SÍŤ ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ CZECHTRADE

46 kanceláří s působností ve 49 zemích světa



**VÝSLEDKY HOSPODAŘENÍ**

Agentura CzechTrade uzavřela rok 2015 se zlepšeným hospodářským výsledkem 13,9 milionu Kč, i když zhruba z jedné třetiny jde o prostředky převedené do rozpočtu organizace na účely, které budou realizovány až v roce 2016. Celkový objem tržeb překročil rekord předchozího roku téměř o 21 milionů a dosáhl na 51,2 milionu Kč, což umožnilo minimálně čerpat z fondů vytvořených agenturou v předchozích letech.

Celkové náklady agentury představovaly 437,8 milionů Kč včetně strukturálních fondů, z toho nejvíce bylo vynaloženo na služby (231,7), projekty EU (118,4) a osobní náklady (60,4). Čerpání nákladů podle jednotlivých čtvrtletí bylo vyrovnané a úsporné.

Ve sledovaném roce se uskutečnily investiční nákupy za cca 16 milionů Kč, za něž bylo nakoupeno 13 vozidel v hodnotě 6,8 milionu Kč, IT majetek za 9 milionů Kč a zbytek byl vynaložen na pořízení nového frankovacího stroje v centrále (necelých 135 tisíc Kč).

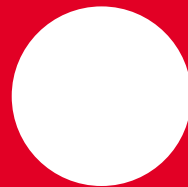
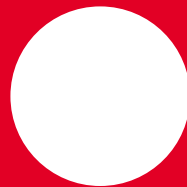
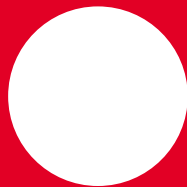
V roce 2015 agentura také ukončila a vyúčtovala schválené projekty strukturálních fondů OPPI a IOP, který byl ukončen již v roce 2014, ale vyúčtován v roce 2015. Tyto projekty rovněž přispěly k navýšení výnosů organizace.

#### Výsledky hospodaření agentury CzechTrade za období 2011–2015 (v tisících Kč)

Položky	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Výnosy celkem</b>	<b>461 598</b>	<b>445 369</b>	<b>318 086</b>	<b>469 408</b>	<b>451 711</b>
Tržby za služby	26 046	24 451	26 199	30 428	51 165
Jiné ostatní tržby a výnosy*	119 140	117 517	44 303	54 100	81 214
Příspěvek MPO celkem	316 412	303 401	247 584	384 880	319 332
v tom příspěvek na provoz	183 912	161 465	141 118	185 146	246 230
v tom financování strukturálních fondů	132 500	141 936	106 466	199 734	73 102
<b>Náklady celkem</b>	<b>458 395</b>	<b>443 616</b>	<b>305 416</b>	<b>467 995</b>	<b>437 812</b>
Spotřebované nákupy	10 003	7 687	7 481	8 504	8 030
Služby	137 758	135 716	123 466	207 832	231 665
Osobní náklady	49 447	48 263	40 475	48 313	60 384
Odpisy	10 835	11 337	9 411	12 211	11 581
Ostatní náklady vč. zúčtování fondů	250 352	240 613	124 583	191 135	126 152
v tom zúčtování fondů EU	241 142	233 994	119 591	184 289	118 384
<b>Hospodářský výsledek</b>	<b>3 203</b>	<b>1 753</b>	<b>12 670</b>	<b>1 413</b>	<b>13 899</b>

\* včetně strukturálních fondů

**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 2015.

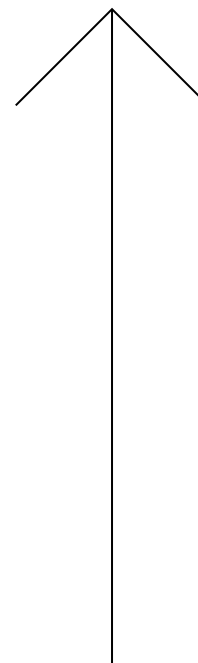
Počet podaných žádostí o informaci	2
Způsob vyřízení žádosti o informaci	odložení žádosti ve smyslu ust. § 14, odst. 5, písm. a)
Počet vydaných odpovědí	2
Počet vydaných sdělení o odložení žádosti	0
Počet podaných odvolání proti rozhodnutí o odmítnutí žádosti	0
Počet stížností podaných podle § 16a	0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

V roce 2015 byly agentuře doručeny celkem 2 písemné žádosti o poskytnutí informací dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále jen „zákon“). Z toho 2 bylo možno posoudit jako žádosti o poskytnutí informace dle tohoto zákona.

#### ZVEŘEJŇOVÁNÍ INFORMACÍ PROSTŘEDNÍM INTERNETOVÝCH STRÁNEK AGENTURY CZECHTRADE

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





**ZÁVĚREČNÉ SLOVO**

A series of thin, parallel black lines radiate from the bottom left towards the center of the image, creating a sense of movement or depth. The lines are evenly spaced and extend across the lower half of the frame.

## VÁŽENÉ DÁMY, VÁŽENÍ PÁNOVÉ,

v roce 2016 se chceme více soustředit na úspěšné vývozy našich klientů, které by měly být logickým důsledkem zvýšené aktivity zahraničních kanceláří. Nově nebudeme sledovat pouze jejich počet a objem, ale i další parametry, např. zkušenosti firmy s exportem, zda se jedná o tradiční výrobek české produkce, či o novinku, zda podnik vstupuje na tradiční trhy, nebo do složitějšího teritoria. Úspěchy českých firem na zahraničních trzích chceme více medializovat a tím motivovat a inspirovat další potenciální exportéry.

V březnu 2016 jsme spustili program nazvaný Exportní koučink, kterým chceme služby agentury CzechTrade přiblížit malým a středním podnikům v regionech. V různých oblastech České republiky pořádáme v rámci tohoto programu exportní fóra, na kterých vedoucí zahraničních kanceláří představují evropská i mimoevropská teritoria. Dále jsme vytvořili síť pěti regionálních exportních manažerů, kteří se zaměřují na potřeby lokálních firem. Zájemcům o export pak zajišťujeme komplexní servis od prvotní konzultace přímo v regionu přes detailní zpracování strategie v naší centrále až po úspěšný vstup na vybraný zahraniční trh. Věřím, že se tyto aktivity v regionech promítnou do zájmu firem o naše služby.

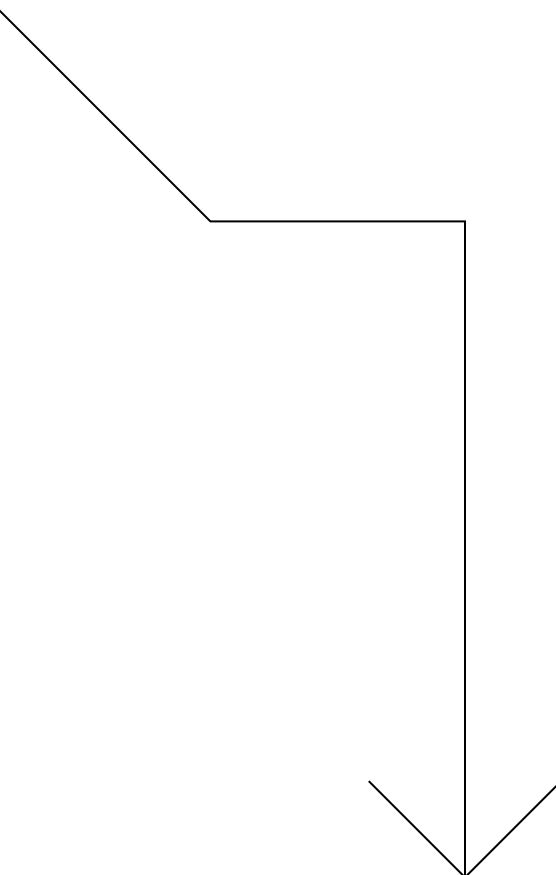
Třetí prioritou pro rok 2016 je rozšíření portfolia cílových trhů, které chceme zpřístupnit českým firmám. Již na konci roku 2015 jsme zahájili přípravu na rozšíření zahraniční sítě o další pobočky v Singapuru a Íránu, otevření druhé kanceláře v indickém Bangalore a čtvrté kanceláře v čínském Kantonu. Další zahraniční kanceláři, kterou plánujeme otevřít, je kancelář v tropické Africe, v nigerijském Lagosu a posílení zahraniční kanceláře v USA, vzhledem k velkému zájmu českých firem o toto teritorium.

Závěrem bych chtěl poděkovat zřizovateli CzechTrade, Ministerstvu průmyslu a obchodu, za podporu a vytváření podmínek pro fungování agentury. Poděkování patří i našim partnerským organizacím za spolupráci nejen v oblasti podpory exportu.

Klientům CzechTrade děkuji za jejich přízeň v roce 2015 a věřím, že jejich úspěchy se budou inspirovat další firmy, kterým je CzechTrade připraven pomoci vstoupit na zahraniční trhy.



**RADOMIL DOLEŽAL**  
Generální ředitel CzechTrade



**Zpráva o činnosti CzechTrade za rok 2015**  
**© CzechTrade, červen 2016**





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

