



**CzechTrade**

**ZPRÁVA O ČINNOSTI**

## ÚVODNÍ SLOVO

*Vážené dámy, vážení pánové,*

*držíte v rukou Zprávu o činnosti Agentury na podporu exportu CzechTrade za rok 2016. Tento partner a pomocník českých exportérů, v řadě regionů naprosto klíčový, dosáhl v loňském roce velmi dobrých výsledků.*

*Agentura CzechTrade s pěti desítkami zahraničních kanceláří letos oslaví dvacátý rok stabilní a kvalitní podpory českým podnikatelům. Nejen velkým, ale zejména malým a středním podnikům pomáhá prosadit se na náročných a často velmi složitých a specifických zahraničních trzích.*

*Cíleně se agentura CzechTrade v loňském roce zaměřila na kvalitu poskytovaných služeb s důrazem na růst objemu svých aktivit. Soustředila se na oborovou specializaci a sledování kvality z hlediska inovativnosti nabízených produktů. Významnou úlohu sehrála při zprostředkování pomoci na komplikovanějších trzích a na exportní koučink především pro malé a střední firmy a začínající inovativní vývozce.*

*Poradenství na pěti kontinentech se agentuře CzechTrade daří rozšiřovat. Vloni se síť zahraničních zastoupení rozrostla o Teherán, Singapur a Limu. Koncem roku agentura zahájila přípravy na otevření pobočky v Lagosu, druhého zastoupení v Indii (Bengalúr) a čtvrté kanceláře v Číně (Kanton).*

*Týmu zaměstnanců agentury CzechTrade děkuji za úspěšný rok 2016 a přeji mu do letošního jubilejního roku hodně sil a mnoho spokojených českých exportérů.*

**Jiří Havlíček**

*ministr průmyslu a obchodu*

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

## **OBSAH**

PROFIL AGENTURY CZECHTRADE	●	7
DŮLEŽITÉ UDÁLOSTI ROKU 2016	●	9
SLUŽBY CZECHTRADE	●	15
ORGANIZAČNÍ STRUKTURA AGENTURY CZECHTRADE	●	21
PŘEHLED HLAVNÍCH VÝSLEDKŮ	●	25
OBCHODNÍ VÝSLEDKY AGENTURY CZECHTRADE	●	27
VÝSLEDKY HOSPODAŘENÍ	●	43
VÝROČNÍ ZPRÁVA O ČINNOSTI V OBLASTI POSKYTOVÁNÍ INFORMACÍ	●	45

## VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

Agentura CzechTrade pomáhá při vstupu na zahraniční trhy nejen velkým českým exportérům, ale její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné také *malým a středním firmám*, aby i ony mohly v cizině uspět.

• **Poradenské a informační služby** • **Individuální služby** • **Obchodní příležitosti** • **Exportní vzdělávání** •

## ● PROFIL AGENTURY CZECHTRADE ●

Agentura CzechTrade je národní proexportní organizace založená Ministerstvem průmyslu a obchodu s cílem rozvíjet mezinárodní obchod a vzájemnou spolupráci mezi českými a zahraničními subjekty.

CzechTrade poskytuje českým firmám profesionální a komplexní exportní servis, jehož největší přidanou hodnotu tvoří odborné znalosti a dlouhodobé zkušenosti jeho zahraničních zástupců v 51 zemích světa.

Portfolio služeb agentury tvoří poradenské a informační služby, exportní vzdělávání a především služby a projekty šité na míru požadavkům a potřebám zákazníků. Cílem agentury je usnadnit firmám rozhodování o výběru vhodných teritorií, zkrátit dobu vstupu na daný trh a podpořit aktivity směřující k dalšímu rozvoji příslušné společnosti v zahraničí. Služby agentury jsou podnikatelům dostupné i v regionech České republiky.

Pro malé a střední podniky CzechTrade pořádá interní projekty zaměřené na podporu prezentace firem na zahraničních výstavách a veletrzích a na zvýšení konkurenceschopnosti díky modernímu designu. Projekty NOVUMM, NOVUMM KET a DESIGN jsou spolufinancovány Evropskou unií prostřednictvím Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014–2020.





Sklouznout se na našich klouzačkách už můžou i děti ve Švédsku.  
**Radek Mikoláš, MAWER CZ**

## ● DŮLEŽITÉ UDÁLOSTI ROKU 2016 ●

### **ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE**

V průběhu roku došlo v sedmi zahraničních kancelářích CzechTrade ke střídání vedoucích. Pro zkvalitnění jejich výběru byla použita metoda, která určuje správné kandidáty pro vyslání do zahraničí na základě identifikace klíčových kompetencí (success factor index). Na počátku roku došlo ke střídání v Madridu, na jaře v Casablance a Istanbulu, v létě následovaly Dubaj a Johannesburg. V září agentura vyslala nové vedení do Rotterdamu a Jakarty.

Síť zahraničních zastoupení se rozrostla o íránský Teherán, Singapur a peruánskou Limu. Koncem roku agentura zahájila přípravy na otevření pobočky v Lagosu v Nigérii, druhého zastoupení v Indii (Bengalúru) a čtvrté kanceláře v Číně (Kanton/Kuang-čou).

### **MEETING POINT AGENTURY CZECHTRADE**

Ve dnech 16. až 18. února 2016 agentura CzechTrade uspořádala v hotelu Ambassador Zlatá Husa v Praze již čtrnáctý ročník akce Meeting point. Exportéři mohli individuálně konzultovat své exportní záměry nejen s 49 jejími zahraničními zástupci, ale i s oborovými konzultanty a specialisty Klientského centra pro export.

Pro mimořádně velký zájem byla akce s vybranými zahraničními kanceláři prodloužena do 18. února. Mezi nejžádanější země patřily například Írán, Vietnam, Německo, Francie, Chile, Velká Británie, Maďarsko, Ázerbájdžán, Kolumbie nebo Rusko.

Příležitost k osobnímu rozhovoru s vedoucími všech zahraničních kanceláří si nenechali ujít zástupci 375 českých firem, 77 z nich agenturu CzechTrade kontaktovalo poprvé.

*„Byl jsem na všech dohodnutých schůzkách a jednání pro mne byla velkým přínosem. Ve zvolených zemích jsem získal záchytné body, které využiji pro navázání spolupráce s budoucími zákazníky,“  
 uvedl například Petr Zouhar ze společnosti KOVO Zouhar.*

## SOURCING DAYS

CzechTrade zorganizoval 16 dodavatelských fór, při kterých se zástupci českých firem mohli 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. V roce 2016 agentura uspořádala dodavatelská fóra např. pro britskou strojírenskou společnost Bowman Power Group nebo pro šest nákupčích významných německých firem.

## CZECHTRADE SE ZAMĚŘUJE NA REGIONY ČR

Nový program Exportní koučink nabízí českým firmám, které již na zahraničních trzích působí nebo o exportu uvažují, soubor komplexních a vzájemně provázaných výhod. Začátkem roku zahájili činnost regionální exportní konzultanti v pěti krajských městech. CzechTrade zorganizoval 9 exportních fór v regionech, která navštívilo asi 400 účastníků. Prostřednictvím těchto teritoriálně zaměřených akcí mohli podnikatelé využít setkání nejen se zahraničními delegáty agentury CzechTrade, ale také se zástupci dalších proexportních institucí a organizací.

## MEDIÁLNÍ KAMPAŇ

V období od podzimu 2015 do konce května 2016 CzechTrade uskutečnil mediální kampaň s názvem Dobyvatel. Kampaň byla zakončena průzkumem vnímání komunikace značky CzechTrade a samotné kampaně. Na základě pozitivních výstupů byla připravena druhá mediální kampaň, která koncepčně navázala na předchozí a byla rozšířena o zasazení vhodně zvoleného českého výrobku na vybrané zahraniční trhy. U většiny motivů se jedná o konkrétní úspěšný export, kterému CzechTrade napomohl. Kampaň doprovází titulek zdůrazňující, že CzechTrade nabízí služby primárně malým a středním firmám „Velký úspěch nemusí být výsadou jen těch největších“.

## EXPORTNÍ PRŮZKUM

Květnový exportní průzkum, realizovaný ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) a s Ministerstvem průmyslu a obchodu, potvrdil, že CzechTrade cílí své služby správným směrem.

Firmy velmi stojí o státní podporu exportu. Téměř třetina malých a středních exportérů využila služeb agentury CzechTrade, která je tak pro podniky první volbou, kam se obracejí, pokud mají zájem exportovat. Firmy přitom požadují hlavně osobní přítomnost zástupců agentury v konkrétních teritoriích. Nejčastější

formou pomoci, kterou využívají, je zcela jednoznačně pomoc s marketingovými aktivitami, volba správné komunikační strategie, vyhledání partnerů a ověření informací o konkrétním trhu.

Kromě EU firmy exportují nejčastěji do zemí SNS, Severní Ameriky, do oblasti Blízkého východu a do dalších asijských zemí. CzechTrade posiluje své zastoupení v Číně, jihovýchodní Asii a výrazně roste i zájem o Turecko a SAE. Jako nové potenciální teritorium firmy nejčastěji zvažují USA. CzechTrade připravuje posílení tamního zastoupení. Výzvou do budoucna je naopak výsledek průzkumu, podle kterého sice agenturu CzechTrade zná 96 % dotázaných firem, ale jen 25 % využilo jejich služeb.

## ŠANCE PRO ÚSPĚŠNÝ EXPORT

V rámci projektu Šance pro úspěšný export nabízí agentura od července službu zdarma exportérům, kteří na základě využitých služeb CzechTrade zrealizovali úspěšný vývoz.

Exportér, který splní podmínky a bude souhlasit s medializací svého úspěchu, získá od agentury CzechTrade poprvé v historii jejího fungování další individuální službu bezplatně. Kromě pomoci malým a středním podnikům v jejich snaze uspět v zahraničí totiž CzechTrade také usiluje o využití prezentace jejich úspěchů coby motivace a inspirace pro firmy, které zatím nevyvázejí.

## NOVÝ INFORMAČNÍ SYSTÉM

V letních měsících CzechTrade přešel na nový informační systém SINPRO 3.0. Jde o sdílený informační systém, který využívají nejen pracovníci agentury, ale i MPO a MZV, celkem tedy 800 uživatelů. SINPRO umožňuje sdílení veškerých potřebných informací, CRM, obsluhu a správu databázových systémů včetně jejich publikace na webové stránky, dále také evidenci a workflow vnitřních agend.

## NOVÝ JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL

CzechTrade v září zavedl nový jednotný vizuální styl, který sjednotil všechny používané komunikační a marketingové nástroje a přitom umožnil optimální využití i v zahraničí. Výsledkem konceptu je jednoduchá a přehledná grafika doplněná o kruhový symbol, tzv. CzechTrade Bod, vyjadřující spojení, které lze chápat jako spojení Česka se světem, spojení trhů, lidí, odvětví, ale i spojení firem a komplexní profesionální podpory. Linie propojující body pak reprezentuje přímočarost, nejsnazší cestu k cíli.



## PREZENTACE AGENTURY CZECHTRADE NA MEZINÁRODNÍM STROJÍRENSKÉM VELETRHU V BRNĚ

Celý první říjnový týden mohli čeští podnikatelé čerpat informace o zahraničních trzích v seriálu konferencí, seminářů a dalších akcí. Nabitý doprovodný program doplnily i tentokrát konzultace ve společné expozici MPO, agentur CzechTrade a CzechInvest, Agentury pro podnikání a inovace a Svazu strojírenské technologie, kde byli celý týden českým exportérům i zahraničním návštěvníkům k dispozici pracovníci zapojených organizací.

V rámci MSV se konal i tradiční Meeting point agentury CzechTrade, tedy setkání firem s 29 pracovníky zahraničních kanceláří, vedoucími ekonomických úseků ZÚ a se specialistou Klientského centra pro export. Akci navštívilo 108 firem, z toho 15 kontaktovalo CzechTrade poprvé. Nejčastěji se jednalo o strojírenské firmy a podniky z oborů elektro, stavebnictví nebo energetiky.

Dalšími body doprovodného programu MSV byla konference zaměřená na exportní příležitosti v Kolumbii, Mexiku, Peru a Chile, dále také seminář o průmyslovém designu a mezinárodní B2B jednání s nákupčími britské strojírenské firmy.

## 19. ROČNÍK EXPORTNÍ CENY DHL UNICREDIT POD ZÁŠTITOU AGENTURY CZECHTRADE

Nejlepší čeští exportéři byli oceněni za své úspěchy v rámci dalšího ročníku této prestižní soutěže. Přihlášku do ní tentokrát poslalo rekordních 160 firem. Soutěžilo se ve čtyřech základních kategoriích: Středně velká společnost, Malá společnost, Exportér teritoria – ASEAN a Globální exportér.

Ocenění „Nejúspěšnější klient CzechTrade“ získala společnost ZK-TERMOCHEM, s.r.o., odborník na tlakové nádoby na plyny. V druhé kategorii pod patronací CzechTrade, kterou byl „Exportní příběh roku“, nejvíce zaujala společnost Componenta Moravia, s.r.o., vyrábějící komponenty pro sklářský průmysl.

## IKONA K VÝROČÍ 20 LET AGENTURY CZECHTRADE

Jako pečeť kvality a nabytých zkušeností vznikla ikona k 20. výročí vzniku agentury. Byli osloveni studenti grafického ateliéru Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, a to hlavně kvůli novému a praxí neovlivněnému kreativnímu přístupu. Vítězný návrh je jednoduchý a svěží, jasně sděluje počet let na trhu a poutá zvolenými barvami, které vyjadřují klíčová slova spojená s agenturou CzechTrade: finance, cesty, obchod a peníze. Zároveň se do nich promítá globální fungování agentury působící na pěti kontinentech.



## PROJEKTY NOVUMM, NOVUMM KET A DESIGN

V červenci odstartovaly nové interní projekty agentury CzechTrade, projekty jsou spolufinancovány Evropskou unií prostřednictvím Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014–2020. Jedná se o tyto projekty: Nové marketingové modely veletržních účastí (NOVUMM), Nové marketingové modely veletržních účastí v oblasti klíčových technologií (NOVUMM KET) a Design pro konkurenceschopnost 2016–2018 (DESIGN). Cílem projektů je podpořit malé a střední podniky na zahraničních výstavách a veletrzích a zvýšit jejich konkurenceschopnost díky kvalitnímu designu od profesionálního designéra z Adresáře designérů CzechTrade. V rámci projektů byly v roce 2016 realizovány tři veletrhy, díky kterým CzechTrade poskytl podporu celkem 29 malým a středním podnikatelům ve výši 1 962 987,88 Kč.





Kousek Česka je nyní možné ochutnat i v Rumunsku.  
**Miroslav Zeman, Praga Pils**

## ● SLUŽBY CZECHTRADE ●

**Agentura CzechTrade poskytuje českým firmám profesionální a komplexní exportní servis. Základem jsou dlouhodobé zkušenosti zahraničních zástupců a oborové znalosti exportních konzultantů.**

### **PORADENSKÉ A INFORMAČNÍ SLUŽBY**

#### **PORADENSKÉ SLUŽBY ZAMĚŘENÉ NA ZAHÁJENÍ PODNIKÁNÍ A ROZVOJ PODNIKÁNÍ NA ZAHRAJNÍCH TRZÍCH**

- Vstupní exportní konzultace
- Konzultace se zástupci zahraničních kanceláří v Praze a v regionech ČR
- Konference a exportní fóra na konkrétní témata
- Skype konzultační dny a videokonference

#### **AKTUÁLNÍ INFORMACE ZE ZAHRAJNÍCH TRHŮ**

- Portál BusinessInfo.cz a jeho rubrika Zahraniční obchod
- Novinky ze zahraničí
- Newsletter CzechTrade denně s přehledem zahraničních obchodních příležitostí a dalších zajímavostí
- Oborové katalogy sloužící pro prezentaci vybraných průmyslových oborů v zahraničí včetně představení českých výrobců
- Exportní průvodce s přehlednými informacemi o konkrétních teritoriích (specifika obchodování, užitečné a praktické rady, zkušenosti zahraničních zástupců CzechTrade)



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

### ANALÝZA TERITORIA, TRENDŮ A OBCHODNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ

- 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
- Zasílání aktuálních oborových poptávek s komentářem
- Monitoring konkurence, přístup k informačním zdrojům zahraniční sítě CzechTrade v teritoriu
- Průzkum veletrhů a výstav, podpora při organizaci prezentací nebo účasti na veletrzích a výstavách
- Další aktivity na základě dohody a dle možnosti dané kanceláře

### OSLOVENÍ POTENCIÁLNÍCH OBCHODNÍCH PARTNERŮ A OVĚŘENÍ JEJICH ZÁJMU O VÝROBEK ČI SLUŽBU (OZV)

- 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 VŽDY 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

### ODBORNÉ SEMINÁŘE

- Akce se zaměřením na mezinárodní obchod i měkké dovednosti
- Přiblížení specifik podnikatelského prostředí

### TERITORIÁLNÍ SEMINÁŘE A EXPORTNÍ KONFERENCE

- Aktuální a důležité informace z vybraných teritorií
- Možnost zhodnotit příležitosti a potenciál pro rozvoj exportních aktivit
- Individuální konzultace s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade

### FIREMNÍ ŠKOLENÍ NA MÍRU

- Tréninky „šité na míru“ dle konkrétních požadavků zadávající firmy
- Určení obsahu a rozsahu školení, termínu, místa konání i počtu zaměstnanců

## SÍŤ ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ ZAHRNUJE 51 ZASTOUPENÍ NA 5 KONTINENTECH





Kola už dokážeme namazat i protinožcům.  
**Zdeněk Nacházel, NACHÁZEL**

## ● ORGANIZAČNÍ STRUKTURA AGENTURY CZECHTRADE ●

### MANAGEMENT

Ing. Radomil Doležal, MBA, generální ředitel

Ing. Milan Ráž, ředitel sekce služeb pro exportéry

Ing. Lenka Sokoltová, MBA, ředitelka sekce interních služeb

Ing. Zuzana Synková, ředitelka odboru marketingu a analýz

Mgr. Petr Kraselovský, ředitel odboru fondů EU

### OBOROVÍ SPECIALISTÉ AGENTURY CZECHTRADE

O klienty se k 31. 12. 2016 staralo 20 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: Mgr. Marek Jentschke

#### 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, slévárny a kovárenství, hutní výroba. Vedoucí týmu: Ing. Václav Štika

## ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE

Zahraniční síť CzechTrade se v roce 2016 rozrostla o 3 zahraniční kanceláře. Na konci roku mohly firmy využít služeb 50 zahraničních kanceláří, z nichž 23 se nachází v Evropě. CzechTrade poskytuje služby v 21 zemích Evropské unie a v 30 zemích mimo EU.

### EVROPA: 23 ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ – PŮSOBNOST V 27 ZEMÍCH

Belgie (CEBRE): Brusel	Polsko: Varšava, Katovice
Bulharsko: Sofie	Rakousko: Vídeň
Černá Hora: Podgorica	Rumunsko: Bukurešť
Francie: Paříž	Rusko: Moskva, Petrohrad, Jekatěrinburg
Chorvatsko: Záhřeb	Srbsko: Bělehrad
Itálie: Milán	Španělsko: Madrid
Lotyšsko, Litva, Estonsko: Riga	Švédsko, Dánsko, Norsko, Finsko: Stockholm
Maďarsko: Budapešť	Turecko: Istanbul
Německo: Düsseldorf	Ukrajina: Kyjev
Nizozemsko, Lucembursko: Rotterdam	Velká Británie, Irsko: Londýn

### AFRIKA: 3 ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE – PŮSOBNOST VE 3 ZEMÍCH

Egypt: Káhira	JAR: Johannesburg
Maroko: Casablanca	

### SEVERNÍ AMERIKA: 3 ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE – PŮSOBNOST VE 3 ZEMÍCH

Kanada: Calgary	USA: Chicago
Mexiko: Mexiko City	

### JIŽNÍ AMERIKA – 5 ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ – PŮSOBNOST V 5 ZEMÍCH

Argentina: Buenos Aires	Kolumbie: Bogota
Brazílie: Sao Paulo	Peru: Lima
Chile: Santiago de Chile	

### ASIE: 15 ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ – PŮSOBNOST V 11 ZEMÍCH

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

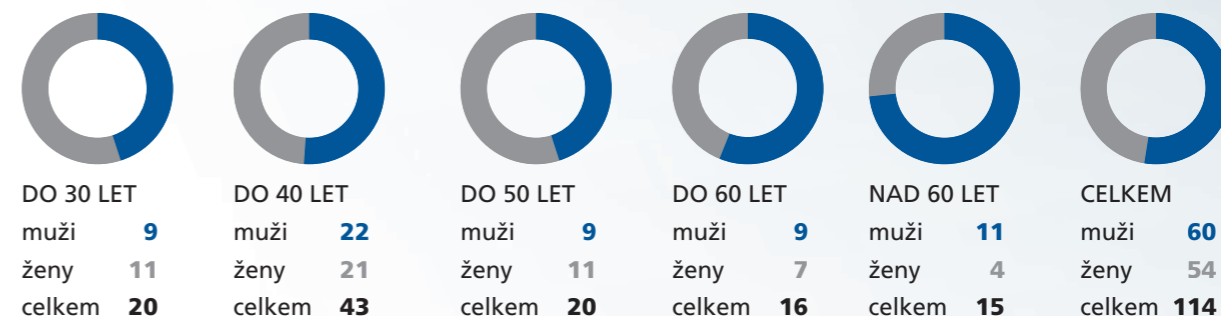
### AUSTRÁLIE: 1 ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘ – PŮSOBNOST VE 2 ZEMÍCH

Austrálie, Nový Zéland: Sydney

## ZAMĚSTNANCI CZECHTRADE

K 31. 12. 2016 měla agentura CzechTrade 114 zaměstnanců.

Zaměstnanci podle věku



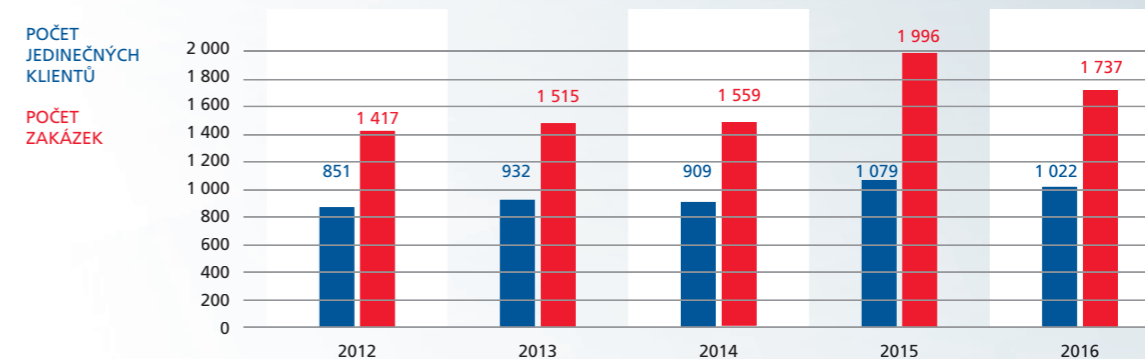


Už i v Chile dokazují naše výtahy, že vytáhnou cokoliv.  
**Radim Hanuš, Stros Sedlčany**

## ● PŘEHLED HLAVNÍCH VÝSLEDKŮ ●

### HLAVNÍ VÝSLEDKY AGENTURY CZECHTRADE

- V roce 2016 agentura CzechTrade realizovala 1 737 zakázek pro 1 022 klientů.



- Od roku 2016 se CzechTrade soustředí na poskytování komplexních a dlouhodobějších služeb. Na jedné straně to sice znamenalo pokles počtu zakázek oproti roku 2015, avšak jejich přidaná hodnota výrazně vzrostla.
- Oproti roku 2015 CzechTrade zaznamenal také 31% nárůst služeb poskytovaných zdarma. V roce 2016 poskytli firmám 3 861 bezplatných služeb.
- Zahraniční kanceláře odpracovaly na zakázkách pro české firmy přes 87 tisíc hodin, což představuje více než 60% vytíženost.
- Zahraniční kanceláře CzechTrade realizovaly pro 915 firem 1 569 zakázek za více než 61 mil. Kč.
- V roce 2016 firmy agentury CzechTrade potvrdily 125 úspěšných exportních případů, které vznikly s využitím jejich služeb.
- Spokojenost se službami zahraničních kanceláří klienti ohodnotili známkou 1,17.
- Pracovníci zahraničních kanceláří publikovali na české verzi webu agentury CzechTrade 1 294 a na jeho zahraničních verzích dokonce 1 614 novinek.
- Agentura CzechTrade zorganizovala 47 odborných a teritoriálních seminářů, vč. konferencí a 9 exportních fór v regionech ČR. Akcí se zúčastnilo více než 1 500 účastníků z řad českých firem.



- Pracovníci agentury CzechTrade zpracovali více než 2 700 exportních příležitostí, které byly prezentovány prostřednictvím portálu BusinessInfo.cz.
- Portál BusinessInfo.cz měsíčně navštívilo v průměru 205 671 lidí a průměrný měsíční počet stránek shlédnutých návštěvníky dosáhl 729 394.
- Agentura CzechTrade uspořádala v průběhu roku 2016 celkem 16 sourcing days.
- CzechTrade zorganizoval 116 společných účastí českých firem na zahraničních veletrzích a 4 obchodní mise. Zájem o akce dokládá počet účastníků – 666.
- Agentura CzechTrade vydala 30 tiskových zpráv. V reakci na ně bylo v roce 2016 publikováno 17 % z celkem 665 ohlasů, 15 % výstupů vzniklo na základě dobrých vztahů s médii a 19 % na základě aktivit CzechTrade. Téměř polovina (47 %) všech zachycených výstupů byla pozitivního rázu, 52 % mělo neutrální zabarvení.



## ● OBCHODNÍ VÝSLEDKY AGENTURY CZECHTRADE ●

### EXPORTNÍ PŘÍLEŽITOSTI

Specialisté agentury CzechTrade vyhledávají a kontaktují české firmy na základě konkrétních poptávek od zahraničních partnerů, které jsou získávány přímo ze zahraničních teritorií. Zdrojem těchto unikátních příležitostí jsou zahraniční kanceláře CzechTrade a zastupitelské úřady ČR. Hlavní výhodou tohoto unikátního systému získávání zahraničních příležitostí a jejich propojení s českými firmami je rychlost – každá poptávka je okamžitě, pečlivě a kvalifikovaně zpracována. Prioritou pro CzechTrade je co nejrychlejší předání informací příslušným českým firmám, které vyhovují požadovanému profilu. Informace o poptávkách a dalších exportních příležitostech jsou zveřejňovány na webovém portálu BusinessInfo.cz, případně prostřednictvím elektronické služby CzechTrade denně. Výsledkem systému zpracování exportních příležitostí je efektivní propojení zahraničních poptávajících a českých firem, tedy obousměrné předání kontaktů.

Kromě poptávek 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 2016 bylo zpracováno přes 2 700 exportních příležitostí: 780 poptávek, 1 620 publikovaných zahraničních projektů a tendrů, 97 investičních příležitostí a 288 nabídek.



## POPTÁVKY TOP OBORY 2016

Strojírenství – výroba strojů a techniky	132
Potravinářský průmysl	118
Užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží	80
Stavebnictví a stavební materiály	66
Obráběné komponenty a konstrukce z kovů	64
Elektronika	59
Chemický a farmaceutický průmysl	50
Slévárství a kovárství	45
Automobilový průmysl	39
Textilní, oděvní a kožedělný průmysl	39
Zemědělství	37

## POPTÁVKY TOP ZEMĚ 2016

Německo	54
Velká Británie, Irsko	38
Švédsko, Dánsko, Norsko, Finsko	33
Maroko	26
Itálie	22
Maďarsko	18
Turecko	13

## 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 komplexní 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 2016 agentura CzechTrade uspořádala šestnáct sourcing days, v jejichž rámci proběhlo 467 osobních jednání a návštěv v provozovnách českých výrobců.

*„On behalf of the Bravida team we would like to thank you for arranging our supplier days and taking very good care of us in Prague. We found the meetings very interesting and are now planning for the next steps.“*  
Gabrielle Schröder, Import Manager, Bravida Sverige



*„All your preparations, planning and your splendid hospitality made it to very nice working days for me and Elena. Thank you! Many thanks for preparing all samples to us, we will make sure they will find the right Category Manager. We will now start our internal process together with our Category Managers and present all suppliers we met. We are hopeful that this will lead to further discussions with CZ companies to evaluate future opportunities. Some of the companies have already sent us e-mails!“*

Gabriella Bragée, GRANNGÅRDEN

*„Chtěl bych moc poděkovat za organizaci schůzek s českými výrobci minulý týden. Vše bylo dotaženo do posledního detailu na nejvyšší úrovni a pro mě bylo velmi příjemné se takovýchto schůzek účastnit. Doufám, že se mi podaří navázat spolupráci s co největším počtem firem, se kterými jsem se setkal. Samozřejmě, pokud budete mít další firmy z oboru, které budou mít zájem o distribuci v Polsku, tak mi dejte vědět. Neustále hledáme nové produkty do naší nabídky.“*

Filip Czerniszewski, Import Manager, Eko-Wital

Česko-německého setkání se loni účastnila i firma STABILUS, která v Plzni našla tři nové dodavatele.

*„Z letošního ročníku sourcing day mám ještě lepší pocit než loni. Jednali jsme celkem s 18 firmami. Ačkoliv je nyní před námi spousta práce, jsem si jistý, že cesta do Plzně nebyla zbytečná.“*

Christoph Trembaczowski, vedoucí nákupčí firmy STABILUS



## PORTÁL BUSINESSINFO.CZ

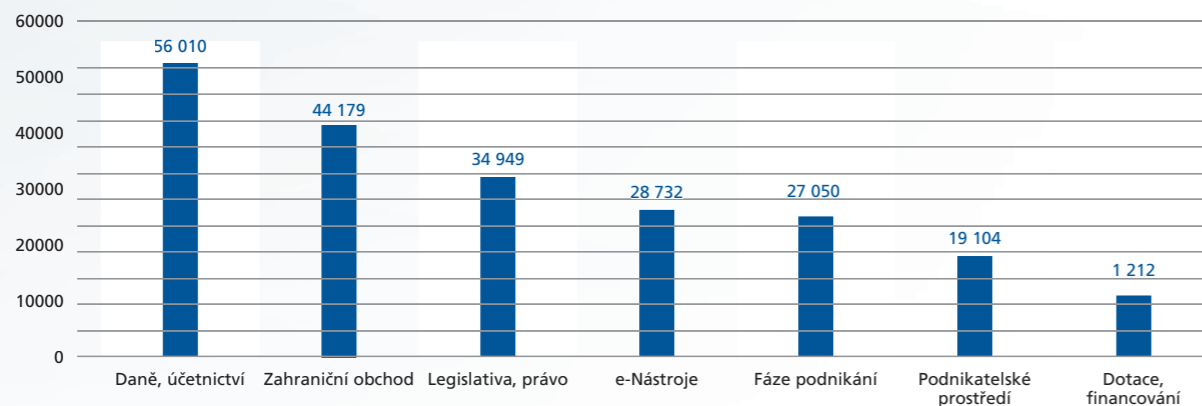
Základní součástí informační sítě pro podnikatele a exportéry je portál BusinessInfo.cz, jehož realizací je pověřena agentura CzechTrade. Portál na jednom místě integruje informace z klíčových ministerstev a institucí veřejné správy a následně je poskytuje podnikatelům a exportérům.

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 jeho rámci bylo zpracováno celkem 801 odpovědí na podnikatelské dotazy ze strany uživatelů a kromě toho portál každý týden oslovuje cca 14 178 uživatelů adresným newsletterem.

Velká pozornost je věnována příběhům úspěšných českých exportérů, kteří slouží jako inspirace pro další české firmy s potenciálem dobývat cizí trhy.

Rubrika Zahraniční obchod byla v roce 2016 vedle sekci Daně a Legislativa nejnavštěvovanější rubrikou portálu BusinessInfo.cz – s měsíčním průměrem 44 179 návštěv.

### NÁVŠTĚVNOST RUBRIK – 2016, MĚSÍČNÍ PRŮMĚR



Portál jako celek v roce 2016 zaznamenal každý měsíc průměrně 205 671 návštěvníků, kteří zhlédli 729 394 stránek, což znamená meziroční nárůst o 4,8 %. Důležitým trendem v roce 2016 je opět zvýšení počtu stránek zhlédnutých v rámci jedné návštěvy. Znamená to, že lidé tráví na portálu více času a prohlížejí si větší množství obsahu.

## KLIENTSKÉ CENTRUM PRO EXPORT (KCE)

KCE, jako společný projekt MPO, MZV a agentury CzechTrade, funguje od října 2014 v sídle agentury, přičemž je součástí rozsáhlejší sítě služeb poskytovaných státem pro podnikatele a exportéry. Informace o něm jsou publikovány na podnikatelském portálu BusinessInfo.cz, jeho specialisty je pak možné kontaktovat telefonicky, e-mailem nebo přímo při osobní návštěvě v agentuře CzechTrade. KCE nabízí exportérům služby státu prostřednictvím Katalogu služeb jednotné zahraniční sítě. Základní typy služeb jsou pro exportéry zdarma, na ně pak navazují další specializované asistence. Výsledkem je komplexní nabídka služeb státu ve více než 90 zemích světa včetně členských států Evropské unie.

Samotné KCE přijalo v roce 2016 celkem 534 dotazů, oproti minulému roku 2015 je to nárůst o 7,2 %. Více než polovina klientů měla zájem o bezplatnou službu č. 2 z Katalogu služeb (příprava na obchodní jednání), v rámci které firmy žádají informace pro vstup na trh a vyhledání obchodních partnerů. Další žádanou službou (22 % klientů) byla služba č. 3 (informace pro exportéry, identifikace obchodních příležitostí). 17 % klientů mělo zájem o službu č. 6 (detailní průzkum trhu), což je základní placená služba.

### POČTY DOTAZŮ, TREND (01/2015–12/2016)

	2015	2016
Leden	40	48
Únor	46	58
Březen	42	47
Duben	43	48
Květen	36	61
Červen	52	56
Červenec	37	27
Srpen	30	47
Září	36	37
Říjen	45	35
Listopad	48	50
Prosinec	43	20
<b>Celkem</b>	<b>498</b>	<b>534</b>

77 % dotazů kvalifikovaně vyřešila agentura CzechTrade, 83 % klientů patřilo mezi její stávající klienty. 55 % dotazů bylo přijato e-mailem, 28 % telefonicky, 13 % pak formou osobního jednání. Z hlediska teritorií se nejvíce dotazů týkalo Německa, Ruska, USA, Číny, Íránu, Rakouska a Polska.





## EXPORTNÍ VZDĚLÁVÁNÍ CZECHTRADE

Agentura CzechTrade pořádá pro české firmy vzdělávací a rozvojové akce s tematikou mezinárodního obchodu. Patří mezi ně odborné a teritoriální semináře, exportní konference a fóra, firemní školení apod. Semináře i konference jsou zaměřeny na oblast mezinárodního obchodu i na měkké dovednosti, přibližují specifika podnikatelského prostředí a aktuální informace z vybraných oborů a teritorií.

V roce 2016 proběhlo celkem 47 odborných a teritoriálních seminářů a konferencí a 9 exportních fór v regionech České republiky.

Akcí se zúčastnilo více než 1 500 zástupců českých firem.

Odborné semináře byly zaměřeny na tato témata: zboží dvojího použití, finanční nástroje exportu, sociální média, e-commerce, digitální marketing, specifika obchodního jednání, marketingové strategie na zahraničních trzích, business etiketa, clo a DPH v mezinárodním obchodě, průmyslový design aj. Teritoriální semináře, konference a fóra se týkaly zejména Německa, o které byl i největší zájem ze strany podnikatelů, dále pak USA, Kanady, SAE, Izraele, JAR, Skandinávie, Thajska, Singapuru, Indie, Ukrajiny, Itálie, Francie, Rumunska, Maďarska, Ruska, Kazachstánu, Ázerbájdžánu, Velké Británie, Španělska, Kolumbie, Mexika, Peru, Chile, Turecka a dalších zemí.

*„LIPOELASTIC, a.s., vyváží své produkty do více než 75 zemí, což nás řadí mezi největší výrobce kompresního pooperačního prádla na světě. V loňském roce jsme posílili exportní oddělení a začali se více zabývat odlišnostmi v jednotlivých zemích. Z toho důvodu jsme uvítali nabídku CzechTrade a zúčastnili se fóra Jak úspěšně exportovat do ITÁLIE a FRANCIE. Ačkoliv již máme v Itálii a Francii distributory, jsme si vědomi diverzifikace dle jednotlivých regionů. Získané informace z podobných fór nám pomohou k lepšímu pochopení specifik dané země, což můžeme také zúročit při jednání s novými potenciálními partnery. Tímto bych vám rád poděkoval za podporu při našich exportních aktivitách.“*  
*Petr Remeš, Head of European Sales Department, LIPOELASTIC*

V rámci interního vzdělávání proběhl v roce 2016 již devátý ročník kurzu obchodní diplomacie, který se skládal z řady prezenčních seminářů, e-learningových kurzů a případových studií. Kurzu se účastnili zástupci z řad agentur CzechTrade a CzechInvest, MPO a MZV. Dále byla v rámci interního vzdělávání sdílena knihovna Exportní akademie a probíhala spolupráce při účasti pracovníků proexportních institucí na odborných seminářích a konferencích z nabídky agentury CzechTrade.

## 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. Její zástupci v zahraničí poskytují celou řadu bezplatných a návazně na ně i placených služeb, které jsou uzpůsobeny individuálním potřebám firem.

*„S agenturou CzechTrade spolupracujeme už několik let. Nechali jsme si zpracovat studie před vstupem na německý a rakouský trh. Na ostravské akci jsem ocenil hlavně praktické informace o databázích a rady, jak si například ověřit bonitu potenciálního obchodního partnera,“*  
*říká Jaromír Dvořák ze společnosti BAEST Machines & Structures.*

Firmy na spolupráci nejvíce oceňují úsporu času i nákladů, fyzickou přítomnost zástupců agentury CzechTrade přímo v teritoriích, znalost prostředí, napojení na důležité kontakty, schopnost získat ověřené informace z první ruky, ale i poradenství v rámci obchodních a legislativních specifik daných regionů. Na konci roku bylo firmám k dispozici 50 zahraničních kanceláří, které nabízely služby v 51 zemích světa. Zahraniční kanceláře odpracovaly pro firmy přes 87 tisíc hodin, což představuje více než 60% vytiženost. V roce 2016 zahraniční kanceláře realizovaly celkem 1 569 placených zakázek pro 915 firem za více než 61 mil. Kč.



## ROZDĚLENÍ PODLE TYPU ZAKÁZEK

Název služby	Celkem zakázek
Akce v zahraničí	676
Individuální služby ZK	893
<b>Celkový součet</b>	<b>1 569</b>

Název služby	Celkem zakázek
Dlouhodobá exportní asistence	42
Obchodní kontakty (bez ověření)	57
Organizace obchodních jednání	39
Ostatní služby	140
Ověření zájmu o výrobek/službu	86
Průzkum veletrhu	1
Průzkum zahraničního trhu	10
Akce	661
Asistenční služby	533
<b>Celkový součet</b>	<b>1 569</b>

*„Dovoluji si poděkovat zahraniční kanceláři CzechTrade v Istanbulu za bezchybnou přípravu a profesionální zajištění obchodních schůzek v Turecku. Díky vašemu týmu se mi podařilo navštívit všechny sjednané obchodní partnery. Velice si cením faktu, že na domluvených schůzkách byli přítomni manažeři s rozhodovacími pravomocemi.“*

*Z vlastní zkušenosti vím, jak obtížně se taková jednání domlouvají.“*

*Ing. Pavel Bošan, Roltechnik a.s.*

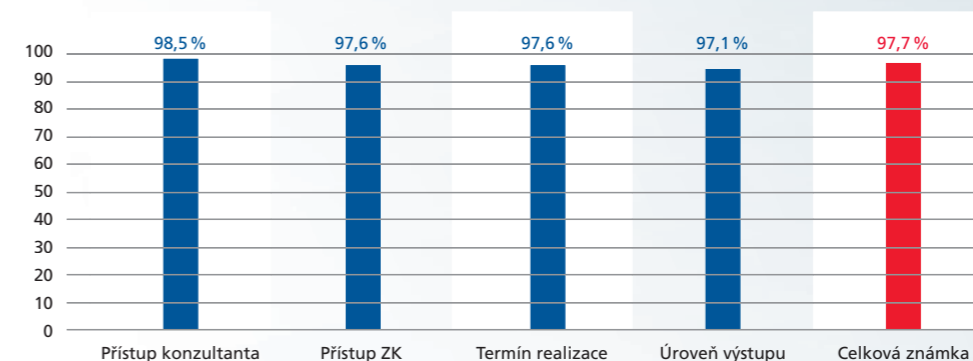
Pracovníci zahraničních kanceláří publikovali na české verzi webu CzechTrade 1 294 a na jeho zahraničních verzích 1 614 novinek. Agentura zjišťuje od klientů spokojenost se službami poskytnutými některým ze zahraničních zastoupení CzechTrade.



Klient má možnost vyjádřit se, zda byl či nebyl spokojen s přístupem konzultanta z centrály agentury CzechTrade či pracovníka zahraniční kanceláře, s dodržáním termínů a kvalitou poskytnuté služby, a dále se může vyslovit, zda mu služba ušetřila čas a náklady a zda by CzechTrade doporučil ostatním exportérům. Prostor má i pro připomínky a náměty na zlepšení služeb.

Spokojenost se službami zahraničních kanceláří ohodnotili klienti v roce 2016 známkou 1,17.

## SPOKOJENOST S POSKYTNUTOU SLUŽBOU



V roce 2016 firmy agentuře potvrdily 125 úspěšných exportních případů, které vznikly na základě využití jejích služeb, a to v celkové hodnotě přes 1,54 mld. Kč.

Nejvíce úspěšných exportních případů potvrdili klienti zahraničních kanceláří CzechTrade v Düsseldorfu (25), v Londýně (17) a v Sydney (7).

Nejvíce úspěšných případů evidujeme v oborech: strojírenství; užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží; potravinářský průmysl; elektronika a elektrotechnika a energetika.

Firmy agentuře CzechTrade potvrdily 47 % úspěšných případů po účasti ve společném stánku na zahraničním veletrhu, 42 % po využití služeb zahraničních kanceláří a 11 % po reakci na zprostředkovanou exportní příležitost.



## PREZENTACE NA ZAHRAŇIČNÍCH VELETRŽÍCH POD HLAVIČKOU AGENTURY CZECHTRADE

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

Firmy mohou v rámci služeb agentury CzechTrade využít osobní nebo katalogovou prezentaci ve společném stánku na zahraničním veletrhu. Společná účast snižuje náklady na prezentaci firmy na veletržích v zájmových teritoriích. Cílem je podpořit firmy v jejich pronikání na zahraniční trhy, proto agentura kromě příprav společné expozice nabízí i řadu doprovodných služeb pro zvýšení šancí na úspěšný vývoz klienta. Patří sem např. oslovení potenciálních zahraničních partnerů s cílem podchytit jejich zájem o setkání na veletrhu, osobní asistence během veletrhu, aktivní účast při jednáních s obchodními partnery nebo další asistence podle individuálního zadání klienta.

V roce 2016 zahraniční kanceláře vytipovaly a společně s centrálou agentury CzechTrade realizovaly 116 společných účastí a 4 zahraniční mise českých firem na veletržích ve 43 zemích světa, což je o 4 více než v roce 2015.

*„V minulosti jsme zde byli tradičním dodavatelem řetězů pro motocykly. Společně s agenturou CzechTrade jsme se zúčastnili veletrhu v Ho Či Minově Městě s cílem na tuto tradici navázat. Podařilo se nám získat spoustu cenných kontaktů. Letos jsme díky nim již realizovali jednu zakázku v Malajsii a nyní očekáváme objednávku na řetězy od vietnamského partnera v hodnotě až 2,5 mil. korun,“ říká Ludmila Michálková, obchodní a výrobní ředitelka ČZ řetězy.*

Nejvíce společných prezentací firem pod hlavičkou agentury CzechTrade se uskutečnilo v Rusku a v Číně.



## TOP OBORY VELETRHŮ A OBCHODNÍCH MISÍ, KTERÝCH SE FIRMY V ROCE 2016 ÚČASTNILE S PODPOROU AGENTURY CZECHTRADE

Strojírenství – výroba strojů
Potravinářský průmysl
Stavebnictví a stavební materiály
Energetika
Obranný průmysl, bezpečnost
Nábytkářský průmysl
Obráběné komponenty a konstrukce z kovů
Zdravotnická technika
Automobilový průmysl
HORECA
Elektronika a elektrotechnika

## TOP DESTINACE PODLE POČTU VELETRHŮ

Rusko	10
Čína	10
Německo	9
Polsko	6
Vietnam	6
Kazachstán	6
Velká Británie	5

## DESTINACE OBCHODNÍCH MISÍ ORGANIZOVANÝCH AGENTUROU CZECHTRADE

Název	Destinace	Obor	ZK
Mise B2B pro potravinářské firmy	Peking, Čína	Potravinářský průmysl	ZK Peking
Mise českých energetiků	Katovice, Polsko	Energetika	ZK Katovice
Mise dodavatelů zařízení do oceláren	Istanbul, Turecko	Slévárenství a kovárenství; Strojírenství – výroba strojů	ZK Istanbul
Mise těžařské a dobývací techniky	Almaty, Kazachstán	Dobývací technika	ZK Almaty

Možnosti prezentovat se na zahraničních veletržích pod vlajkou CzechTrade využilo v roce 2016 celkem 666 účastníků.



## INTERNÍ PROJEKTY ČESKÉ AGENTURY NA PODPORU OBCHODU / CZECHTRADE

Rozhodnutí o poskytnutí dotace pro interní projekty agentury CzechTrade bylo uděleno dne 28. 4. 2016 na základě žádosti o podporu ze dne 30. 10. 2015.

Jednalo se o tři projekty financované ze strukturálních fondů EU:

- Nové marketingové modely veletržních účastí v oblasti klíčových technologií (NOVUMM KET)
- Nové marketingové modely veletržních účastí (NOVUMM)
- DESIGN pro konkurenceschopnost 2016–2018 (DESIGN)

### NOVÉ MARKETINGOVÉ MODELY VELETRŽNÍCH ÚČASTÍ V OBLASTI KLÍČOVÝCH TECHNOLOGIÍ (NOVUMM KET)

Projekt „Nové marketingové modely veletržních účastí v oblasti klíčových technologií“ je zaměřen na usnadnění vstupu MSP (dle doporučení 2003/361/ES.) na zahraniční trhy prostřednictvím jejich účasti na vybraných specializovaných veletrzích a výstavách, které nejsou na seznamu oficiálních účastí organizovaných MPO, a na marketingovou podporu MSP především v oblasti nových technologií.

Součástí projektu je také realizace doprovodných propagačních akcí zaměřených na prezentaci příslušných oborů českého průmyslu a společné veletržní účasti na dané akci s cílem posílení konkurenceschopnosti českého průmyslu v mezinárodním prostředí.

#### Hlavní cíle projektu jsou:

- posílení marketingové připravenosti MSP,
- posílení schopnosti identifikace trhů perspektivních pro MSP a s tím související schopnosti mezinárodní expanze,
- zvýšení schopnosti MSP pronikat na nové trhy a udržet se na nich,
- podpora prezentace výrobních podniků a poskytovatelů služeb na zahraničních veletrzích a výstavách specializovaného charakteru (především klíčové nové technologie),
- zlepšení úrovně celkové prezentace českých MSP na úzce specializovaných mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí.

V rámci projektu bude podpořeno 50 zahraničních výstav a veletrhů. Maximální výše podpory ve formě zvýhodněné služby je 90 000,- Kč, intenzita podpory pro evropské země je 50 % a 70 % pro mimoevropské země.

### V RÁMCI PROJEKTU NOVUMM KET JE REALIZOVÁNA NÁSLEDUJÍCÍ KLÍČOVÁ AKTIVITA:

Realizace společné české účasti – prezentace českých podnikatelských subjektů (MSP) a České republiky na specializovaných zahraničních výstavách a veletrzích v rámci společné expozice, a to především v oblasti klíčových technologií, a související marketingová podpora MSP.

#### Doplňují ji tyto subaktivity:

- Realizace individuálních expozic MSP na vybraných zahraničních výstavách a veletrzích, kde je také v rámci projektu realizována společná česká účast.
- Pořádání doprovodných propagačních akcí zaměřených na prezentaci příslušných oborů českého průmyslu a společné veletržní účasti na dané akci s cílem posílení konkurenceschopnosti českého průmyslu v mezinárodním prostředí.
- Výroba a distribuce „Profilového katalogu účastníků KET“.

Výzva k podání přihlášek k účasti byla vyhlášena dne 1. 7. 2016, příjem přihlášek byl zahájen dne 18. 7. 2016.

V roce 2016 se v rámci projektu realizovaly 2 akce:

#### **MEDICA, Německo, Düsseldorf, 14.–17. 11. 2016**

Akce navržená Asociací výrobců a dodavatelů zdravotnických prostředků se zaměřením na zdravotnické prostředky, technologie a mnoho dalšího. Akce se zúčastnilo celkem 15 firem, z toho 12 ve společné expozici.

#### **Zdravookhraneniye Moskva 2016, Rusko, Moskva, 5.–9. 12. 2016**

Akce navržená Asociací výrobců a dodavatelů zdravotnických prostředků se zaměřením na zdravotnické prostředky a technologie. Akce se zúčastnilo celkem 7 firem ve společné expozici.



## NOVÉ MARKETINGOVÉ MODELY VELETRŽNÍCH ÚČASTÍ (NOVUMM)

Projekt „Nové marketingové modely veletržních účastí“ je zaměřen na usnadnění vstupu MSP (dle doporučení 2003/361/ES.) na zahraniční trhy prostřednictvím jejich účasti na vybraných specializovaných veletrzích a výstavách, které nejsou na seznamu oficiálních účastí organizovaných MPO.

### Hlavní cíle projektu jsou:

- posílení marketingové připravenosti MSP,
- posílení schopnosti identifikace trhů perspektivních pro MSP a s tím související schopnosti mezinárodní expanze,
- zvýšení schopnosti MSP pronikat na nové trhy a udržet se na nich,
- podpora prezentace výrobních podniků a poskytovatelů služeb na zahraničních veletrzích a výstavách specializovaného charakteru, a to především v průmyslových oborech prioritního významu pro Českou republiku,
- zlepšení úrovně celkové prezentace českých MSP na mezinárodních výstavách a veletrzích v zahraničí.

V rámci projektu bude podpořeno 100 zahraničních výstav a veletrhů. Maximální výše podpory ve formě zvýhodněné služby je 80 000,- Kč, intenzita podpory pro evropské země je 50 % a 70 % pro mimoevropské země.

V rámci projektu NOVUMM je realizována následující klíčová aktivita doplněná dvěma subaktivitami: Realizace společné české účasti – prezentace českých podnikatelských subjektů (MSP) a České republiky (prostřednictvím agentury CzechTrade) na specializovaných zahraničních výstavách a veletrzích v rámci společné expozice, a to především v oblasti prioritních oborů českého průmyslu.

- Realizace individuálních expozic MSP na vybraných zahraničních výstavách a veletrzích, kde je také v rámci projektu realizována společná česká účast.
- Výroba a distribuce „Profilového katalogu účastníků“.

Výzva k podání přihlášek k účasti byla vyhlášena dne 1. 7. 2016, příjem přihlášek byl zahájen dne 18. 7. 2016.

V roce 2016 byla realizována 1 akce:

### HEIM + Handwerk 2016, Německo, Mnichov, 23.–27. 11. 2016

Akce navržená Asociací malých a středních podniků a živnostníků je jedním z největších prodejních veletrhů se zaměřením na bydlení, nábytek, domácnost, doplňky a mnoho dalšího. Akce se zúčastnilo celkem 11 firem, z toho 6 ve společné expozici.

## DESIGN PRO KONKURENCESCHOPNOST 2016–2018 (DESIGN)

Cílem projektu je zvýšení mezinárodní konkurenceschopnosti MSP prostřednictvím designu nových produktů, včetně posouzení jejich tržního potenciálu a propagace průmyslového designu na zahraničních akcích. Projekt, v rámci něhož jsou poskytovány zvýhodněné služby, využívá výsledků předchozího projektu DESIGN 2013–2014.

Součástí projektu je realizace doprovodných podpůrných akcí v podobě interaktivních seminářů, kontaktních fór, konferencí a workshopů pořádaných v ČR. Cílem je poskytovat MSP informace, znalosti a dovednosti, které povedou k efektivnímu design managementu, tj. využívání průmyslového designu jako marketingového nástroje ke zvýšení tržního potenciálu a ekonomické prosperity především směrem na mimoevropské trhy.

Plánovaný počet realizovaných akcí v rámci klíčových aktivit projektu DESIGN je 206.

### Klíčové aktivity:

- Individuální spolupráce s designérem  
Konkrétní odborná spolupráce průmyslového designéra v podniku zabývajícím se průmyslovou výrobou. Maximální výše podpory ve formě zvýhodněné služby je 50 000,- Kč, intenzita podpory je 50 % způsobilých výdajů. Výzva k podání přihlášek k účasti byla vyhlášena dne 1. 7. 2016, příjem přihlášek byl zahájen dne 16. 7. 2016.

V roce 2016 byla poskytnuta podpora de minimis formou zvýhodněné služby – individuální spolupráce s designérem celkem 22 MSP, a to v celkové výši 1 100 000 Kč.

- Propagace designu v zahraničí  
Individuální prezentace na specializovaném veletrhu, výstavě nebo přehlídce designu. Každou zahraniční akci bude doprovázet brožura „Design pro konkurenceschopnost“ s prezentacemi jednotlivých účastníků. Maximální výše podpory ve formě zvýhodněné služby je 130 000,- Kč, intenzita podpory je 50 % způsobilých výdajů. Výzva k podání přihlášek k účasti byla vyhlášena dne 15. 11. 2016, příjem přihlášek byl zahájen dne 21. 11. 2016.

Realizace 9 zahraničních akcí jsou naplánovány v letech 2017–2018.





Naše kvalitní krbová kamna našla svůj domov i v Německu.  
**Josef Hanuš, HS Flamingo**

## ● VÝSLEDKY HOSPODAŘENÍ ●

Agentura CzechTrade uzavřela rok 2016 s hospodářským výsledkem ve výši 3,286 mil. Kč. Celkový objem tržeb překročil rekord předchozího roku téměř o 10,2 mil. Kč a dosáhl na 61,325 mil. Kč, což umožnilo minimálně čerpat z fondů vytvořených agenturou v předchozích letech.

Celkové náklady agentury dosáhly 328,4 mil. Kč (včetně strukturálních fondů), z toho nejvíce na služby (238,1 mil. Kč) a osobní náklady (58,2 mil. Kč). Čerpání nákladů podle jednotlivých čtvrtletí bylo vyrovnané a úsporné. Ve sledovaném období se uskutečnily investiční nákupy za cca 30,4 mil. Kč, za něž bylo obnoveno především IT zařízení za 7,6 mil. Kč, nakoupena 3 vozidla v hodnotě 1,4 mil. Kč a dále byl pořízen software a licence za 21,4 mil. Kč, včetně nového informačního systému SINPRO 3.0.

Ve čtvrtém čtvrtletí roku 2016 agentura CzechTrade spustila schválené projekty financované ze strukturálních fondů. Tyto projekty tak k navýšení výnosů organizace přispěly jen 6 mil. Kč.

### VÝSLEDKY HOSPODAŘENÍ CZECHTRADE ZA OBDOBÍ 2011–2016 (V TIS. KČ)

Položky	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Výnosy celkem</b>	<b>461 598</b>	<b>445 369</b>	<b>318 086</b>	<b>469 408</b>	<b>451 711</b>	<b>331 715</b>
Tržby za služby	26 046	24 451	26 199	30 428	51 165	61 356
Jiné ostatní tržby a výnosy*	119 140	117 517	44 303	54 100	81 214	10 153
Příspěvek MPO celkem	316 412	303 401	247 584	384 880	319 332	260 206
<i>v tom příspěvek na provoz</i>	<i>183 912</i>	<i>161 465</i>	<i>141 118</i>	<i>185 146</i>	<i>246 230</i>	<i>254 117</i>
<i>v tom financování strukturálních fondů</i>	<i>132 500</i>	<i>141 936</i>	<i>106 466</i>	<i>199 734</i>	<i>73 102</i>	<i>6 089</i>
<b>Náklady celkem</b>	<b>458 395</b>	<b>443 616</b>	<b>305 416</b>	<b>467 995</b>	<b>437 812</b>	<b>328 429</b>
Spotřebované nákupy	10 003	7 687	7 481	8 504	8 030	8 160
Služby	137 758	135 716	123 466	207 832	231 665	238 128
Osobní náklady	49 447	48 263	40 475	48 313	60 384	58 175
Odpisy	10 835	11 337	9 411	12 211	11 581	14 882
Ostatní náklady vč. zúčtování fondů	250 352	240 613	124 583	191 135	126 152	9 084
<i>v tom zúčtování fondů EU</i>	<i>241 142</i>	<i>233 994</i>	<i>119 591</i>	<i>184 289</i>	<i>118 384</i>	<i>0</i>
<b>Hospodářský výsledek</b>	<b>3 203</b>	<b>1 753</b>	<b>12 670</b>	<b>1 413</b>	<b>13 899</b>	<b>3 286</b>

\*včetně strukturálních fondů





Čínské harmoniky s naším českým srdcem.  
**Ladislav Titlbach, Harmonikas**

## ● 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 2016.

Počet doručených žádostí o informace	5
Počet vydaných odpovědí	3
Počet vydaných sdělení o odložení žádosti	2
Počet podaných odvolání proti rozhodnutí o odmítnutí žádosti	0
Počet stížností podaných podle § 16a	0
Výčet poskytnutých výhradních licencí	0
Počet zpoplatněných žádostí o informace	0
Počet rozhodnutí o odmítnutí žádosti přezkoumaných soudem	0

V roce 2016 bylo agentuře doručeno pět písemných žádostí o poskytnutí informací dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím. Z toho tři bylo možné posoudit jako žádosti o poskytnutí informace dle tohoto zákona.

### INFORMACE ZVEŘEJŇOVANÉ PROSTŘEDNICTVÍM INTERNETOVÝCH STRÁNEK AGENTURY CZECHTRADE

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

V rubrice Povinné informace jsou pak zveřejněny 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

*Vážené dámy, vážení pánové,*

*agentura CzechTrade oslaví 1. května 2017 významné výročí své existence. Už 20 let podporuje české exportéry a snaží se jim poskytovat komplexní nabídku služeb, která je dovede k úspěchu na zahraničních trzích. Od svého založení CzechTrade ušel velký kus cesty: v jeho čele stálo během vlády 11 ministrů celkem 7 šéfů, postupně vybudoval síť 51 kanceláří na všech kontinentech a má za sebou takové úspěšné projekty jako například portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz, Design pro export, vývozní aliance a celou řadu dalších.*

*Od roku 2002, kdy výsledky systematicky sledujeme, jsme realizovali přes 22 000 zakázek pro více než 10 700 klientů. Uspořádali jsme více než 1 300 odborných seminářů a konferencí, kterých se zúčastnilo přes 23 000 zástupců firem. Zpracovali jsme přes 36 000 tendrů a téměř 38 000 poptávek ze zahraničí. To vše vedlo k tisícům úspěšných případů v miliardových hodnotách.*

*Naším cílem je, aby klienti agentury CzechTrade úspěšně vyvezli své produkty, byli spokojeni s našimi službami a využívali je opakovaně. Zda je naše nabídka služeb správně sestavena, si ověřujeme v rámci pravidelně prováděných exportních průzkumů, ve kterých se zajímáme o to, co konkrétně od nás české firmy potřebují. Průzkumy ukazují, že exportéři vnímají CzechTrade jako spolehlivého a profesionálního partnera.*

*Chceme, aby agentura i v budoucnu zůstala první adresou, kam se vývozci obracejí, když potřebují pomoc státu při exportu. Abychom toto mínění ještě více podpořili, prezentujeme se od září 2016 v novém kabátě a přijali jsme slogan „Expert na váš export“.*

*Za 20 let agentura prošla dobrými i horšími obdobími. Není to tak dlouho, co dokonce bojovala o přežití. Proto jsem velmi rád, že můžeme oslavit 20. výročí její existence, a při této příležitosti bych chtěl poděkovat svým předchůdcům – všem generálním ředitelům a ředitelkám agentury CzechTrade, z nichž každý se zasadil o její rozvoj. Díky patří také zaměstnancům, mezi nimiž jsou i tací, kteří pro agenturu pracují již od jejího vzniku. A v neposlední řadě děkuji našim klientům za jejich dlouhodobou přízeň a sdílení námětů na zlepšování naší činnosti.*

**Radomil Doležal**

generální ředitel CzechTrade







Česká agentura na podporu obchodu / CzechTrade  
Dittrichova 21, 128 01 Praha  
E-mail: [info@czechtrade.cz](mailto:info@czechtrade.cz)  
[www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz)