

**Tisková zpráva Asociace českých nábytkářů (AČN)
ze dne 7.4.2025,
USA je pro české nábytkáře poměrně významný trh a recept na
Trumpovy cla je zvýšit konkurenceschopnost!**

Zvýšit konkurenceschopnost evropského průmyslu může být jedinou správnou odpovědí na zavedení cel na vývoz zboží do USA. Zvýšit konkurenceschopnost do té míry, aby bylo možné z větší části celní náklady saturovat. Evropa prostředky rozhodně má. Hledat může v odstranění přemíry byrokracie a rozbujelém státním greenwashingu, který nepřináší žádnou přidanou hodnotu.

Snížení cen energií v Evropě by měl být první krok Evropské komise ke zvýšení konkurenceschopnosti. Snížení cen energií ovšem nesmí být formou dotací. Dotace rozhodně nejsou cestou jak dlouhodobě budovat prosperitu a úspěšnost. Ačkoliv se tak v posledních letech bohužel děje. Smysluplným opatřením je odstranění různých pseudoekologických výkazů, reportů a zpráv, typicky EUDR a další. Ty firmy pouze zbytečně zatěžují. Jedná se nejenom o evropskou legislativu implementovanou do českého národního práva, ale i o opatření jdoucí nad rámec legislativy EU. Určitě by bylo vhodné se zamyslet nad smyslem emisních povolenek, které tolik zatěžují evropský průmysl. Jaký je vlastně jejich přínos pro spotřebitele? Zvláště pokud je současná EU odpovědná za cca 7% světového znečištění?

Čeští nábytkáři v uplynulých letech vyvezli do USA nábytek za několik miliard korun. Níže jsou uvedeny statistická data ukazující export nábytku do USA v Kč za několik posledních let:

2024: 1.787.104 Kč (7.místo DE,FR,SK,NL,AT,PL,US,GB...)

2023: 1.250.921 Kč (8.místo)

2022: 2.253.263 Kč (5.místo)

2021: 1.836.480 Kč (4.místo)

2020: 1.236.513 Kč (8.místo)

2019: 1.393.504 Kč (5.místo)

2018: 1.206.150 Kč (7.místo)

Je tedy patrné, že USA sice není pro český nábytek absolutně klíčový trh, nicméně i v zámoří si pravidelně svůj zákaznický segment nachází. A nejedná se o nějaký okrajový trh. Jde o trh, který se pravidelně umísťuje v první desítce exportních destinací nábytku z ČR. Pro české nábytkáře rozhodně není cesta uvažovat o stěhování své výroby do USA. I když i takové zprávy se z trhu začínají ojediněle objevovat.

Ekologická odpovědnost je dnes samozřejmě součástí podnikání. Nemůže se ovšem uplatňovat tak, že bude vytvářet enormní narůst byrokracie. Nekonečné vykazování ekologické šetrnosti bez skutečného přínosu pro klima a životní prostředí v Evropě je cestou do slepé uličky. S nepotřebným papírováním narůstají počty pracovních úvazků, firmy vynakládají zbytečné finance, které chybí v investicích, v rozvoji i ve mzdách. Do ekologické odpovědnosti firem je potřeba přinést vyšší míru dobrovolnosti. Stejně tak společenská odpovědnost firem musí být výlučně dobrovolnou položkou.

Českým výrobcům nábytku by prospělo i přijetí eura. V současné rozkolísané době a v obraze příštích dramatických změn na globálních trzích existuje reálné nebezpečí výrazného posílení české koruny. V případě velkých měnových turbulencí ČNB rozhodně nebude mít sílu jakkoliv

ovlivnit kurz koruny, a to směrem nahoru ani dolů. Současná doba ovšem nepřeje stavu přešlapování na místě. Je potřeba skutečných činů!

O Asociaci českých nábytkářů:

Řádnými členy Asociace českých nábytkářů jsou společnosti zaměřené na výrobu nábytku, které dbají na své renomé a drží se zásad poctivého podnikání. Členové AČN jsou vázáni morálním kodexem člena. Asociace českých nábytkářů od svého vzniku podporuje v České republice prodej kvalitního nábytku a poskytování kvalitních služeb vztahujících se k nábytku. Asociace českých nábytkářů je správcem značky Česká kvalita – Nábytek a vydavatelem e-letteru O NÁBYTKU, který naleznete na stránkách www.onabytku.cz. Asociace českých nábytkářů je významným partnerem pro zastupování požadavků podnikatelů z oboru výroby nábytku.

Ing. Tomáš Lukeš
tajemník Asociace českých nábytkářů