

Future of Export Summit 2024 nastíní budoucí směry pro český export

13.11.2024 - | Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

Veletrh CZECHBUS jako odborný veletrh tradičně představuje technologické novinky a trendy v sekcích autobusů, hromadné dopravy, telematiky nebo servisní techniky od nejvýznamnějších firem v oboru, jako jsou například Iveco Czech Republic, SOR Libchavy, Škoda Group, SCANIA, Busplan, Molpir, Rošero, Turancar, Man Truck & Bus, KHMC, AD technik a řada dalších.

IO témata budoucnosti českého exportu projevilo zájem na 460 zástupců českých firem. Ti se účastnili zajímavých přednášek a diskuzí s odborníky z předních českých exportně orientovaných společností, jako jsou například Tawesco, EMCO, IGLUU, Livesport nebo Direct. Hlavními tématy summitu byly české investice v zahraničí, potenciál evropského trhu či startupová témata. Konferenci zahájil generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal na téma Nové exportní trhy v reakci na geopolitické výzvy a v průběhu akce vystoupil také ministr průmyslu a obchodu Lukáš Vlček na téma významu českého exportu a důležitosti zajištění jeho podpory.

Program třetího ročníku Future of Export Summit 2024 naplnil kapacitu Cubex Centra Praha. Na podiu si slovo předávali představitelé nejrozličnějších institucí a společností, a to Ministerstva průmyslu a obchodu (MPO), zástupci vedoucích pozic z renomovaných českých firem i ředitelé zahraničních kanceláří a další zástupci agentury CzechTrade. Diskutovalo se například o investicích, nevyužitém potenciálu EU pro české exportéry, inovativních metodách financování, využívání AI nebo prezentaci na zahraničních veletrzích.

Akci zahájil **generální ředitel CzechTrade Radomil Doležal**. „Geopolitická situace prochází dynamickými změnami, které nás nutí k tomu, abychom přehodnotili naše tradiční obchodní vztahy, zvažovali rizika a hledali nové příležitosti. Věříme, že i tato období nejistoty mohou přinést nové možnosti a umožnit českým firmám prosadit se na trzích, kde jsou produkty s českým původem stále více oceňovány pro svou kvalitu, spolehlivost a inovativní řešení,“ řekl Radomil Doležal a dodal: „Rolí CzechTrade je být oporou českým exportérům, kteří se vydávají do neznáma, a pomoci jim nejen při vstupu na nové trhy, ale i v adaptaci na nové ekonomické podmínky. Zároveň však chápeme, že každá firma má své specifické potřeby a kapacity, a proto klademe důraz na individuální přístup. Je také pozitivní že je tu řada nových destinací, jako například země ASEANu, Latinské Ameriky, Střední Asie či Indie, které dynamicky rostou a díky rostoucí poptávce po kvalitním zboží a službách z Evropy otevírají nové příležitosti pro české exportéry.“

Akce se zúčastnil také **ministr průmyslu a obchodu Lukáš Vlček**. „Pro české firmy je agentura CzechTrade klíčovým partnerem při hledání nových příležitostí na zahraničních trzích. Děkuji proto za uspořádání dnešní úspěšné akce Future of Export Summit 2024, kde jsem mimo jiné představil svůj pohled na export jako jednu z cest, jak Česko dostaneme do top 10 zemí Evropské unie,“ řekl.

V hlavní části konference vystoupila viceguvernérka České národní banky Eva Zamrazilová, která

hovořila o reinvesticích pro silnější českou ekonomiku. Dále exportní konzultant agentury CzechTrade Miroslav Mandák na téma České investice v zahraničí, jejich trendy a potenciál. David Müller, vrchní ředitel sekce Evropské unie a zahraničního obchodu MPO se věnoval tomu, co jsme získali a co nás čeká po 20 letech v EU. Posledním řečníkem v hlavní části programu byla, s vystoupením na téma Born to be global, Communication & Scouting v Tensor Ventures Kateřina Syslová, která představila úspěchy českých startupů ve světě a co je odlišuje od těch zahraničních.

Součástí programu byla panelová diskuze, kde diskutovali jednatelka a CEO společnosti Tawesco Margita Rejchrtová, Strategy & Vision v IGLUU Martin Mucha a zakladatel firmy EMCO Zdeněk Jahoda. Panelovou diskuzi prolínaly výsledky unikátního exportního průzkumu. Na otázky odpovídalo téměř 180 respondentů. Z průzkumu například vyšlo, že přímou cestou na trhy Evropské unie exportuje 75 %, prostřednictvím spolupráce s distributory 47 % a celých 16 % firem pracuje se zahraničním distributorem pro více zemí. Průzkum dále ukázal, že do vlastních zastoupení nebo výroby v zahraničí investuje 24 % firem, a to zejména na Slovensku, v Polsku, Německu, Maďarsku, Rakousku, USA nebo v Indii.

Celkem 59 % firem také uvedlo, že je pro ně důležité budovat svou značku v zahraničí. Není překvapením, že pro udržení konkurenceschopnosti považují firmy za klíčové unikátnost výrobku, zákaznický servis, kvalitní exportní tým, marketing, budování značky a cenu. Zajímavým poznatkem je, že AI nástroje využívá 40 % firem, 38 % je zatím plánuje a 22 % o využití vůbec neuvažuje. Nejčastěji AI firmám slouží pro překlady a personalizaci marketingu. Celkem 75 % firem také uvedlo, že pro prezentaci v zahraničí využívá veletrhy.

Interaktivní částí summitu byly čtyři paralelní diskuzní bloky, kam se účastníci mohli zapojovat a přispívat svými dotazy. Bloky jsou vždy zaměřeny na konkrétní témata tak, aby si účastníci mohli vybrat místnost dle svých preferencí.

Prvním z nich bylo téma s názvem Digitální revoluce v zahraničí, kde se mluvilo o unikátních obchodních modelech, dále způsobech, jak AI překonává mezinárodní obchodní bariéry nebo tvorba digitálních touchpointů.

V druhém bloku se diskutující soustředili na téma Překonávání bariér na zahraničních trzích, konkrétně na dotace a protekcionismus jako jsou překážky vývozu, inovativní metody pro exportéry a využívání exportních inkubátorů.

Třetí blok byl zaměřen na oblast Jak zazářit v zahraničí. Zde probíhaly diskuze, kde se účastníci dozvěděli klíčové tipy pro úspěch na veletrhu nebo praktické rady a tipy na dobrý první dojem při obchodních jednáních.

Poslední blok byl o příležitostech v zemích ASEANu, kde byla vyhodnocena rizika v zemích tohoto regionu a perspektivní spolupráce na Jihovýchodních trzích.

<https://www.mpo.gov.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/future-of-export-summit-2024-nastini-l-budouci-smery-pro-cesky-export-284383>