



V Praze dne 29. 04. 2024

č.j.: 476109/2024-KGK

Odpověď na žádost o poskytnutí informací

Vážená paní magistro,

Na základě Vaší žádosti o poskytnutí informací podle zákona č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím, ve věci strategie merchandisingu ze dne 2. 4. 2024 a jejího zpřesnění ze dne 12. 4. 2024 Vám zasílám odpověď k této záležitosti:

Předmětná studie merchandisingu byla vytvořena exkluzivně pro interní potřeby Kanceláře generálního komisaře české účasti na světové výstavě Expo 2025 a obsahuje důvěrné informace, které jsou klíčové pro úspěšnou realizaci merchandisingových aktivit během akce. Autoři studie na základě svých rozsáhlých zkušeností z předchozích mezinárodních událostí, obchodní praxe i lokální japonské kultury představují strategický přístup k merchandisingu, který kombinuje osvědčené techniky s inovativními řešeními přizpůsobenými specifickým podmínkám světové výstavy.

Cílem dokumentu je poskytnout komplexní přehled o klíčových aspektech merchandisingu, od výběru a návrhu produktů, přes marketingové strategie až po logistické a provozní procesy. Představuje nejen zajímavé příležitosti pro kofinancování české účasti na Expo 2025, ale také upozorňuje na rizika spojená s brandingovým merchandisingem. Studie slouží jako interaktivní příručka, která umožňuje teamu generálního komisaře a dalším zúčastněným stranám zvládnout celý proces merchandisingu – od počátečních fází plánování v České republice, přes koordinaci aktivit na místě konání, až po finální prodej a evaluaci výsledků.



Studie rovněž zdůrazňuje význam efektivní propagace a personalizace produktů, které zvyšují zákaznickou spokojenost a posilují vztah mezi národní značkou a návštěvníky světové výstavy. V dokumentu jsou představeny a analyzovány různé marketingové taktiky, včetně využití digitálních médií, spolupráce s influencery a speciálních promo akcí, které jsou přizpůsobené dynamice a specifikům mezinárodního publikum na Expo 2025.

Studie dále poskytuje návrhy na řešení potenciálních výzev, jako jsou logistické omezení, regulace a compliance, udržitelnost a ekologická odpovědnost, které jsou stěžejní pro úspěch v náročném prostředí mezinárodních akcí. Navrhuje také opatření pro optimalizaci procesů od výroby po distribuci, s důrazem na nákladovou efektivitu a minimální dopad na životní prostředí.

Zahrnutím důkladného rozboru oficiálních požadavků pořadatelů Expo 2025, včetně provozních, bezpečnostních a obchodních aspektů, se studie snaží připravit účastníky na všechny klíčové scénáře, které mohou nastat během světové výstavy. Přístup založený na data-driven rozhodování a kontinuální feedback loop zajistí, že merchandisingové aktivity budou flexibilně přizpůsobeny aktuálním potřebám a trendům trhu.

Celkově studie nabízí strategický rámec, který umožňuje efektivně navigovat složitým světem mezinárodního merchandisingu, a zároveň poskytuje nástroje pro maximální využití komerčních příležitostí, které globální expozice jako Expo 2025 nabízí. Kritérii výběru partnerů pro merchandising se studie nezabývá, avšak dává návod, jak k této komplexní problematice přistupovat tak, aby (1) přilákala a zaujala návštěvníky světové výstavy, (2) posílí identitu národní značky Česka, (3) odpovídala moderním trendům a (4) maximalizuje finanční výkonnost prodeje.

Studie obsahuje návrh vzorové kolekce, jejíž součástí jsou také odhady možných jednotkových cen pro reklamní předměty, náklady na oblečení pro promo tým a další reklamní zboží. Celkový rozpočet na merchandising není předmětem studie.

Vzhledem k tomu, že povinný subjekt je vázán obchodním tajemstvím ve smyslu § 9 zákona o svobodném přístupu k informacím, nemůžeme při vyřízení této žádosti poskytnout detailnější informace.

Cílem projektu merchandisingu je i předpokládaný peněžitý příjem pro projekt EXPO i proto oceníme Vaši trpělivost před odhalením celého prodejního portfolia merchandisingu, které považujeme v této chvíli za naše obchodní tajemství a know-how celého pracovního týmu.

Aktuálně je v přípravě výběrové řízení na provozovatele gift shopu a restaurace. Nejpozději během letních měsíců bude zahájeno výběrové řízení včetně zveřejnění zadávací dokumentace.

Níže přikládáme obsah dokumentu:

Obsah

OBSAH	2
EXECUTIVE SUMMARY	3
1. ÚVOD	4
2. DEFINICE MERCHANDISINGU	5
3. STRATEGIE MERCHANDISINGU	7
4. BRANDOVÝ MERCHANDISING	9
4.1. VÝHODY BRANDOVÉHO MERCHANDISINGU	9
4.2. OBLÍBENÉ PRODUKTY BRANDOVÉHO MERCHANDISINGU	10
4.3. JAK VYTVOŘIT VHODNÉ PRODUKTY BRANDOVÉHO MERCHANDISINGU?	11
5. PLÁNOVÁNÍ MERCHANDISINGOVÉHO PROJEKTU	13
5.1. IDENTIFIKACE CÍLOVÝCH SKUPIN PRO ÚSPĚŠNOU STRATEGII MERCHANDISINGU	14
6. CENOVÁ STRATEGIE	16
6.1. DOSTUPNÉ CENOVÉ STRATEGIE	16
6.2. INTEGRACE PRICINGU DO MERCHANDISINGOVÉ STRATEGIE	20
6.3. OBCHODNÍ MARŽE	21
7. SKLADBA A MNOŽSTVÍ VYRÁBĚNÉHO ZBOŽÍ	22
7.1. SKLADOVÁ REZERVA	22
7.2. POMĚR VYROBĚNÉHO A NEPRODANÉHO ZBOŽÍ NA KONCI AKCE	23
8. PROVOZNÍ ASPEKTY MERCHANDISINGOVÉHO PROJEKTU	24
9. PROPAGACE MERCHANDISINGOVÉHO PROJEKTU	26
10. KLÍČOVÉ FAKTORY PRO ÚSPĚŠNÝ MERCHANDISING	28
11. VZOROVÁ MIKROSTUDIE MERCHANDISINGU	30
12. NÁVRH VZOROVÉ KOLEKCE MERCH. PRO ČESKOU ÚČAST NA EXPO 2025	36
13. ZÁVĚR	41

S pozdravem



Ing. Ondřej Soška
generální komisař