



**Koncepční návrh účasti ČR
na Všeobecné světové výstavě Expo 2025 v Ósace**

Autor:

Jméno:

Ing. Ondřej Soška

Obsah

Obsah	2
Executive Summary	3
1. Představení všeobecných světových výstav Expo	4
1.1. VŠEOBECNÉ SVĚTOVÉ VÝSTAVY EXPO	4
1.2. ČESKÉ ÚSPĚCHY NA SVĚTOVÝCH VÝSTAVÁCH EXPO	5
1.3. PROČ SE ÚČASTNIT SVĚTOVÝCH VÝSTAV?	5
1.4. VŠEOBECNÁ SVĚTOVÁ VÝSTAVA EXPO 2025 V ÓSACE	7
2. Koncepce účasti Česka na Expo 2025 v Ósace	8
2.1. ZÁJMY ČESKÉ REPUBLIKY V JAPONSKU	8
2.2. VÝCHODISKA ÚČASTI	12
2.3. KLÍČOVÁ SDĚLENÍ	13
2.4. HLAVNÍ CÍLE ÚČASTI	13
2.5. CÍLOVÉ SKUPINY	14
2.6. TÉMA ČESKÉ ÚČASTI NA EXPO 2025	15
3. Národní pavilon	18
3.1. UNIVERZÁLNÍ DESIGN	18
3.2. DŘEVĚNÝ HIGH-TECH	18
3.3. CHYTRÝ PAVILON ZAMĚŘENÝ NA ČLOVĚKA	19
3.4. KONCEPČNÍ ŘEŠENÍ NÁRODNÍHO PAVILONU	19
3.5. VYUŽITÍ NÁRODNÍHO PAVILONU PRO SKONČENÍ VÝSTAVY	21
4. Zapojení resortů a organizací	22
4.1. KLÍČOVÉ DOPROVODNÉ AKCE	22
5. Návrh na strukturu realizačního týmu	24
6. Časový harmonogram	25
7. Návrh rozpočtu	26
8. Závěr	28

Executive Summary

Všeobecné světové výstavy Expo (dále také jen jako „Expo“) jsou jedinečným místem, kde jednou za 5 let po dobu až 6 měsíců společně setkávají země celého světa a představují své nejnovější nápady, řešení i technologické inovace.

Příští Expo se uskuteční v roce 2025 v japonském průmyslovém městě Ósaka v prefektuře Kansai (dále také jen jako „Expo 2025“ a Česká republika již byla japonskou vládou k účasti oficiálně pozvána. Ústředním tématem výstavy bude „**Vytváření budoucí společnosti pro naše životy**“ (angl. Designing Future Society for Our Lives) s cílem motivovat návštěvníky k zamýšlení nad tím, jak chtějí žít a jak mohou maximalizovat svůj osobní potenciál. Podtémata výstavy se budou věnovat záchraně životů, jejich posílení a spojování.

Zvolené ústřední téma i dílčí podtémata dávají České republice jedinečnou příležitost posílit své dobré jméno v Japonsku i v širším regionu a tamním návštěvníkům představit talent i kreativitu svých obyvatel.

Účast na Všeobecné světové výstavě, která je obdobou Olympijských her pro oblast hospodářskou, průmyslovou, kulturní a vědecko-výzkumnou, s očekávanou návštěvností okolo 28 mil. lidí, je velice žádoucí. Umožní rozvoj obchodních i politických vztahů v jedné z nejsilnějších a nejstabilnějších ekonomik světa.

Vzhledem ke geografické poloze, cenové hladině, vysokým požadavkům na estetiku, kvalitu i detail, japonské mentalitě a zvyklostem je nutno počítat s celkovými náklady účasti ČR na Expo 2025 na úrovni cca 500 mil. Kč (za období 4Q 2022 – 1Q 2026). Propojením kulturních a obchodních aspektů výstavy však vznikne jedinečná platforma, která firmám umožní efektivně představit své schopnosti a inovace. Proto autor koncepce očekává, že se soukromý sektor a další partneři z řad krajů a dalších institucí bude na celkových nákladech podílet přibližně 40 %.

Pro státní rozpočet bude účast na Expo 2025 znamenat investici ve výši max. 290 mil. Kč, avšak její návratnost bude díky zvýšení exportu, zahraničních investic, počtu zaměstnanců i turistů z Japonska vysoká.

Japonsko je 3. největší ekonomikou světa¹ a současně 3. nejvýznamnějším mimoevropským obchodním partnerem ČR s celkovou hodnotu zahraničního obchodu přesahující 122 mld. Kč². Japonské společnosti vytvářejí v ČR značnou přidanou hodnotu a zaměstnávají více než 51 500 osob. Dynamika spolupráce navíc díky Dohodě o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem³ v následujících letech poroste. Vědecké studie z USA⁴ potvrzují, že návratnost vládních proexportních programů bývá vysoká a je tedy výhodné takové projekty realizovat. Ačkoliv účast na Expo není typickým proexportním programem, jedná se o jeden z nejdůležitějších projektů pro podporu národní značky i jejich firem v zahraničí, a proto lze očekávat vysokou návratnost takové investice.

¹ The World Bank, 2020. HDP (v běžných cenách, USD) dle států a ekonomik [online]. Dostupné online: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=true>

² Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2022. Statistika pohybu zboží 12/2021 [online]. Dostupné online: <<https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/statistiky-zahranicniho-obchodu/statistika-pohybu-zbozi-12-2021-metodika-pohybu-zbozi-pres-hranice--265891/>>

³ EU-Japan Economic Partnership Agreement, která vešla v platnost dne 1. 2. 2019 – dostupná online: <<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-japan-economic-partnership-agreement>>

⁴ The Florida Legislature, Office of Economic & Demographic Research, 2015. Return-on-Investment for International Trade and Business Development Programs [online]. Dostupné online: <<http://edr.state.fl.us/Content/returnoninvestment/ROI-IntTradeandBusinessDevProg.pdf>>

1. Představení všeobecných světových výstav Expo

1.1. Všeobecné světové výstavy Expo

Mezinárodní výstavy Expo jsou od svého vzniku v polovině devatenáctého století místem, kde se společně setkávají země celého světa a návštěvníkům představují své talenty, nejnovější nápady, řešení i technologické inovace. Projekty pořadatelských zemí i národních pavilonů často bývají atraktivními stavbami s originálním vzhledem a nezřídka se stávají lokálními architektonickými dominantami (např. Crystal Palace, Londýn; Eiffel Tower, Paříž; Atomium, Brusel). Na světových výstavách se představila celá řada technologií, které posléze změnily svět, vč. prvního Bellova telefonu (Philadelphia, 1876), prvního živého televizního vysílání (New York, 1939) nebo mobilních telefonů (Ósaka, 1970) ⁵.

Během téměř dvou staletí se tyto akce staly vyhledávaným místem pro miliony návštěvníků z celého světa. Nejsou však primárně zaměřeny na odborníky v určitém oboru, jak tomu bývá u odborných výstav či veletrhů. Expa jsou v první řadě určeny široké veřejnosti – mladým rodinám, školákům, studentům, seniorům, párům, přátelům i osamělým cestovatelům. Proto je potřeba pavilony koncipovat tak, aby tuto skutečnost reflektovaly. Cílem je poskytnout návštěvníkům nezapomenutelný, pestrý a zábavný den a současně vytvořit co nejlepší dojem z národní expozice.

Během téměř dvou staletí se všeobecné světové výstavy Expo staly vyhledávaným místem pro miliony návštěvníků z celého světa. Dnes patří mezi neočekávanější celosvětové události, jejichž cílem je sbližovat lidi, sdílet nápady, zkušenosti a zároveň bavit i vzdělávat širokou veřejnost. Díky svému zaměření podporují pokrok, inovace i mezinárodní spolupráci. Od roku 2000 se všeobecné světové výstavy Expo konají jednou za 5 let a trvají maximálně 6 měsíců. Pořadatelem je hostitelská země, která zve k účasti další země, mezinárodní organizace i nejvýznamnější firmy. Postupem času se z těchto výstav stal jedinečný prostor, kde jednotlivé účastnické země mají možnost představit svou zemi, kulturu, tradice i nejnovější technologické či jiné inovace. V jejich rámci se koná celá řada doprovodných akcí, diplomatická setkání, obchodní jednání, veřejné debaty i živá představení. Dalo by se konstatovat, že širším slova smyslu jsou všeobecné světové výstavy moderní marketingovou platformou, která umožňuje jednotlivým zemím představit své jedinečné národní aspekty i konkrétní myšlenky, nápady i produkty široké veřejnosti tak, aby si je spojila s danou zemí. Pro hostitelské země mají navíc i silnou symbolickou hodnotu. Pro zajištění takto významné globální akce investují značné množství finančního i politického kapitálu, aby zajistili jejich úspěch. Není tak překvapivé, že vlády pořádajících zemí účasti svých tradičních obchodně-politických partnerů sledují a přikládají jim velký význam.

Od roku 1928 nad organizací světových a všeobecných výstav Expo dohlíží Mezinárodní úřad pro výstavnictví (Bureau of International Expositions, dále také jen jako "BIE") se sídlem v Paříži. Československo bylo zakládajícím členem BIE a Česká republika je členem až dosud. Zajímavostí je, že hymnou BIE se stala čtvrtá část 9. Symfonie Antonína Dvořáka.

⁵ Více o Mezinárodních světových výstavách a jejich přínosech dostupné on-line <<https://www.britannica.com/topic/worlds-fair>>

1.2. České úspěchy na světových výstavách Expo

Čeští umělci o sobě dali světu vědět již na přelomu 19. a 20. století v dobách Rakouska-Uherska. Nejvýznamněji patrně proslulý Alfons Mucha, který pro světovou výstavu v roce 1900 v Paříži navrhnul dekoraci centrální haly pavilonu Bosny a Hercegoviny, za něž byl oceněn Řádem Františka Josefa I. za zásluhy⁶. Pro stejnou výstavu dokonce navrhnul gigantický Pavilon člověka, který se však nerealizoval.

Československo jako účastník pak zaznamenalo významný úspěch na světových výstavách v Bruselu (1958), Montrealu (1967) a Ósace (1970). Náš pavilon v Bruselu patřil mezi nejnavštěvovanější a v zahraničí sklídl nebývalý úspěch, zejména díky své jednoduchosti a nenásilné prezentaci. Získal dokonce nejvyšší ocenění za nejlepší pavilon a řadu dalších cen.

Československý pavilon v Ósace 1970

Úspěch z Bruselu Československo zopakovalo v kanadském Montrealu a zejména pak v japonské Ósace. Národní pavilon byl architektonicky velice povedený. Jeho ústředním tématem byl „Člověk a čas“ s tím, že pavilon byl následně rozdělen do tří částí – „Čas radosti“, „Čas úzkosti“ a „Čas naděje“. Expozici byla vedena přesná linie prohlídky. Většina exponátů a expozice jako celek v sobě nesly skrytou symboliku odkazující nejčastěji na srpen 1968. Vstupní prostor byl klidný a důstojný. Umístěny zde byly symboly české státnosti. Dominantní byla replika sochy sv. Jiří z Pražského hradu, která představovala boj dobra se zlem, a autoři ji považovali za jeden z hlavních mravních motivů celé expozice.

Na vstupní prostor navazoval Čas radosti. Osu tohoto prostoru tvořily dva exponáty: Řeka života Jaroslavy Brychtové a Stanislava Libenského a Skleněný mrak Reného Roubíčka. Řeka života se prolínala celým prostorem Času radosti a její konec tvořil přechod do Času úzkosti. Dle autorů se „voda živá mění ve vodu mrtvou“. Společně se Skleněným mrakem tak měly exponáty představovat aktuální situaci v Československu, kterou byl přechod z euforie jara 1968 do následného období okupace. Na konci místnosti bylo vystaveno Kyvadlo času. S vnitřní expozicí se v závěru místnosti prolínal soubor plastik V. Janouška s názvem Hrozba války, který byl zčásti v interiéru a zčásti vystupoval do exteriéru. Znázorňovat měl vpád vojsk Varšavské smlouvy do Československa.

Československá prezentace na Expo 1970 byla natolik aktuální a zajímavá. Přestože organizátoři jednotlivé pavilony oficiálně neoceňovali, získal Československý pavilon zvláštní cenu Japonského institutu architektů spolu s Kanadou a Švýcarskem. Navíc patřil mezi vůbec nejnavštěvovanější.

Jedním z cílů české účasti na Expo 2025 by mělo být na tento úspěch navázat.

1.3. Proč se účastnit světových výstav?

Lidská společnost ve 21. století dospěla do stádia, kdy by samotná účast na jakékoliv výstavě, veletrhu či jiné obdobné akci neměla hlubší smysl, pokud by byla realizována izolovaně od ostatních aktivit. Díky digitálně propojenému světu, cloud computingu, dostupnosti mobilních zařízení, rozsahu sociálních médií i dostupnosti informací musí mnoho firem přehodnotit základní aspekty svého podnikání, včetně toho, jaké produkty a služby prodávají, jak je dodávají a jak se musí vnitřně organizovat, aby zůstaly konkurenceschopné. Digitální revoluce, jejíž jsme svědky od počátku milénia, nebývale usnadnila zavádění nových produktů a služeb na trh a firmám poskytla celou škálu nových obchodních možností a příležitostí. Pokud bychom se bavili čistě o samotné účasti na Všeobecné světové výstavě bez nezbytného přesahu, byl by její smysl v dnešním globálním a digitalizovaném světě poněkud sporný.

Hlavní příležitosti spojené s účastí České republiky na Expu spočívají v její komplexitě, geografickém kontextu, do něhož je světová výstava zasazena, a souvisejících zahraničněpolitických a obchodních cílech. Přestože žijeme ve stále více digitálně propojeném světě, je klíčový význam osobní komunikace pro navazování a rozvoj obchodních i osobních vztahů stále nezpochybnitelný. Pevné přátelské vztahy jsou pak klíčem k dlouhodobému úspěchu nejen v regionu Asie – Pacifik, ale napříč celým světem. Ostatně schopnost využít výhod kombinace fyzické přítomnosti s propojovacím výkonem digitálních platforem je v dnešní době nezbytná. V této oblasti je

⁶ Zdroj: **Mucha Foundation** – dostupné online <<http://www.muchafoundation.org/cz/gallery/themes/theme/paris-1900/>>

možné inspirovat se velkými digitálními společnostmi (jako Apple, Google či Microsoft), které pro představení nových programů a produktů kombinují fyzickou prezentaci se silnou on-line podporou.

Všeobecné světové výstavy Expo rovněž představují jedinečnou příležitost k posílení mezinárodní image národa, jelikož vytvářejí jedinečné spojení mezi estetikou, zábavou, politikou, kulturou, diplomacií, funkčností a inovací.

Budování národní značky

Význam značky v dnešní době není něco, co se omezuje pouze na komerční sektor, ale lze využít pro budování národního image a tím zvyšování vlivu na mezinárodní scéně. Česká společnost od vzniku samostatné ČR v roce 1993 vede intenzivní diskusi o používání jednoslovného názvu. Ten byl formálně schválen a zapsán v databázi OSN jako oficiální krátký název země v roce 2016.

Branding české účasti bude vycházet z platných dokumentů upravujících národní značku ČR a zohledňovat zájmy hlavních stakeholderů vyplývající zejména z mezirezortní diskuze na platformě Komise pro jednotnou prezentaci. V Japonsku je pro Česko zažitý název チェコ tedy „Cheko“, jednoslovné označení Czechia se tedy nabízí jako zcela logická záležitost.

Posílení významu země v regionu

Na konci 20. století byly všeobecné světové výstavy Expo navrženy jako globální platformy pro řešení klíčových výzev, s nimiž se lidstvo a planeta musejí vypořádat. Na jednom místě se zde setkává většina národů světa, která po dobu celých šesti měsíců konání výstavy může diskutovat o těchto univerzálních výzvách a hledat efektivní cesty k jejich řešení. Jednotlivé národy, mezinárodní organizace, ale i renomované společnosti a přední odborníci mohou předvést svá technologická, kulturní i ekonomicky orientovaná řešení občanům z celého světa. Česko v této oblasti nebude výjimkou a díky tomu získá pozornost místních i mezinárodních návštěvníků z řad laické i odborné veřejnosti a posílí svou pozici atraktivního obchodně-politického partnera v regionu Asie-Pacifik.

Rozvoj veřejné diplomacie

Účast na Expo rovněž přispívá k mezinárodní interakci, navázání nových i rozvoji stávajících vztahů. Českou prezentaci navštíví statisíce návštěvníků z řad široké veřejnosti, profesionálů, členů obchodních i politických delegací. Těm přirozeným způsobem představíme naši globální vizi, kulturu i technologie, které by při krátké oficiální návštěvě země jinak neměli šanci poznat.

V rámci této největší marketingové akce světa zdůrazníme silné aspekty naší země, zejména svou světově proslulou kulturu, otevřenou ekonomiku, stabilní politický systém, efektivní oblast vědy, výzkumu a inovací i robustní průmysl s vysokou přidanou hodnotou či zdravotnický systém.

Jedinečná příležitost vyniknout

Z úspěšných účastí na výstavách Expo v letech 1958, 1967 a 1970 Československo benefitovalo několik dekád. Nebýt těchto akcí, český křišťál, architektura či umění by patrně nezískaly takový světový vzhlas. A právě na zmíněná tři Expa bychom měli chtít navázat. A kde jinde, než právě v Ósace.

Národní pavilon bude využit ve dvou rovinách:

1. Přilákáme široké publikum, od laické veřejnosti, přes potenciální obchodní a investiční partnery až po čelní představitele ostatních zemí a mezinárodních organizací, kterým komplexně představíme naši zemi.
2. Současně poskytneme široké spektrum kvalitního a zajímavého obsah prostřednictvím nejrůznějších formátů, jako jsou konference, semináře, workshopy či diskuse při využití všech dostupných moderních technologií.

Investice s vysokou návratností

Díky svému unikátnímu rozsahu a zaměření umožňují světové výstavy jednotlivým účastníkům představit to nejlepší, co mohou nabídnout, a současně jednotlivé aspekty vhodně a efektně nakombinovat, aby na návštěvníky co nejlépe zapůsobily. Národní prezentace tak osloví nejen širokou veřejnost, ale i odborníky a potenciální investory. Česká ekonomika patří mezi nejotevřenější ekonomiky EU. Mezinárodní obchod významně přispívá k prosperitě země, ale také posiluje porozumění a spolupráci mezi národy. Zejména s ohledem na současnou geopolitickou situaci je nyní důležitější než kdykoliv v historii vsadit na diverzifikaci ekonomických vztahů.

Ačkoliv je účast na Expo náročná jak na lidské, tak i finanční zdroje, návratnost takových investice může být vysoká a závisí na naší schopnosti zvýšit intenzitu mezinárodního obchodu, přilákat nové zahraniční investice, prohloubit vztahy mezi zeměmi, zvýšit počet mezinárodních studentů i počty turistů.

Pokud Vláda ČR schválí účast na Expo 2025, bude naprosto zásadní maximálně využít potenciál a možnosti, které tato globální událost nabízí. Hlavní prioritou pak musí být vypracování konzistentního příběhu Česka, tvorbě vhodných strategií i jejich realizaci před, během i po konání samotné světové výstavy.

1.4. Všeobecná světová výstava Expo 2025 v Ósace

Příští Expo se v roce 2025 (od 13. 4. do 13. 10. 2025) opět uskuteční v japonské Ósace. Jeho ústředním tématem bude „**Vytváření budoucí společnosti pro naše životy**“ (angl. Designing Future Society for Our Lives). Cílem pořadatelů je motivovat jednotlivce zamyslet se nad tím, jak chtějí žít a jak mohou maximalizovat svůj osobní potenciál. Pořadatelé si totiž uvědomují, že se nacházíme v náročné době, kdy se objevují nové sociální výzvy. Na jedné straně narůstají ekonomické rozdíly a vznikají nové ozbrojené a společenské konflikty, na druhé straně nám ale enormní rychlost inovací a vývoje přináší nové revoluční technologie, včetně umělé inteligence a biotechnologií, které do lidských životů přináší a nadále budou přinášet nebyvalé změny.

Hlavní téma se dále dělí na dílčí podtémata, na něž navazují zóny v rámci výstaviště. Národní prezentace jednotlivých účastníků by měly korespondovat s podtématem, v němž bude konkrétní pavilon umístěn.

Podtéma „**Záchrana životů**“ (angl. Saving Lives) se zaměřuje na ochranu životů a může být spojeno s konkrétnějšími klíčovými slovy, jako jsou opatření proti infekčním chorobám prostřednictvím zlepšení veřejného zdraví, zajištění bezpečnosti prostřednictvím připravenosti na katastrofy a iniciativ na snížení rizika katastrof a harmonické soužití s přírodou.

Podtéma „**Posílení životů**“ (angl. Empowering Lives) se zaměřuje na obohacení životů jednotlivců a rozšíření jejich potenciálu. Výstavy na toto téma mohou zahrnovat například vysoce kvalitní dálkové vzdělávání s využitím ICT, prodloužení délky zdravého a aktivního života prostřednictvím vhodného cvičení a stravy a maximalizace lidského potenciálu pomocí umělé inteligence či robotiky.

Podtéma „**Spojování životů**“ (angl. Connecting Lives) se zaměřuje na zapojení všech lidí, budování komunit a obohacování společnosti. Toto podtéma může být spojeno se specifickými klíčovými slovy, například síla partnerství a spoluvytváření, pokročilá komunikace umožněná ICT a design společnosti založené na datech.

Pořadatelé výstavu koncipují jako pomyslnou **laboratoř života lidí** (angl. People's Living Lab), kdy chtějí uvést maximum témat do praxe. Cílem je, aby se celé Expo 2025 vyvinulo v co nejpraktičtější místo a podalo realistický obraz budoucí společnosti nejen prostřednictvím myšlenek, ale i samotných realizací.

Volba ústředního tématu i dílčích podtémat vychází z japonské snahy o přechod k superinteligentní společnosti. Koncept, označovaný též jako **Společnost 5.0**⁷ (angl. Society 5.0), představila japonská vláda již v roce 2016⁸ a zaměřuje se na integraci umělé inteligence, Big Data a Internetu věcí (IoT) do řešení významných sociálních výzev, které bude muset Japonsko v 1. polovině 21. století překonat. V souvislosti s klesající porodností a rostoucí populací seniorů čelí Japonsko úbytku pracovní síly a zvýšeným nákladům na sociální zabezpečení. Očekává se, že současná pracovní síla, která je větší než 77 milionů lidí, se do roku 2050 sníží téměř o třetinu, tedy přibližně 24 mil. osob⁹ a s tím se dramaticky zvýší výdaje na sociální zabezpečení.

Po Olympijských hrách v Tokiu v roce 2021, které negativně ovlivnila pandemie onemocnění Covid-19, bude chtít Japonsko světu ukázat, že je stále globální velmocí a je schopno akce takového významu bez větších problémů zorganizovat. Pořadatelé očekávají účast 150 zemí a 25 mezinárodních organizací. K 25. 5. 2022 svou účast přislíbilo 106 zemí a 7 mezinárodních organizací. Vedle Evropské unie jako mezinárodní instituce, potvrdilo svou účast 13 členských států: Belgie, Estonsko, Francie, Irsko, Itálie, Litva, Lucembursko, Německo, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Slovinsko a Španělsko.

Expo 2025 v Ósace bude bezpochyby unikátní, o čemž svědčí i zvolené místo. Celá výstava se bude odehrávat na umělém ostrově Yumeshima v ósackém zálivu, který návštěvníkům nabídne pohled na krásnou scenérii tzv. vnitrozemského moře Seto (Seto Inland Sea, 瀬戸内海). Areál o rozloze 1,55 km² bude mít ve svém středu soustředit jednotlivé pavilony, které budou obklopeny vodou v jižní části a zelení v části západní.

Pro japonskou vládu účast jejich tradičních partnerů velice důležitá. Případná neúčast ČR by mohla negativně ovlivnit bilaterální obchodní i politické vztahy, které úspěšně budujeme více než 100 let.

2. Koncepce účasti Česka na Expo 2025 v Ósace

2.1. Zájmy České republiky v Japonsku

Japonsko je rozvinutou, vysoce příjmovou a tržně orientovanou ekonomikou, která se svými 126 miliony obyvatel zůstává třetí největší na světě, za Spojenými státy a Čínou, pokud jde o hrubý domácí produkt (HDP)¹⁰. Podle tzv. Indexu ekonomické složitosti z platformy Observatory of Economic Complexity MIT zůstává japonská ekonomika dlouhodobě tou nejrozsáhlejší na světě¹¹, a to díky sofistikovanosti svého exportu, přičemž sektor služeb tvoří páteř ekonomiky.

Současně Japonsko trápí stárnoucí populace a nejvyšší podíl veřejného dluhu vůči HDP mezi vyspělými zeměmi. Malé a střední podniky (dále také jen jako „**SME**“) i nadále hrají významnou roli v ekonomice. V roce 2016 tvořily SME 99,7 % všech japonských podniků, podílely na zaměstnanosti z 68,9 % a na přidané hodnotě z 52,9 %¹². Podle Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) se však navzdory veřejné podpoře potýkají s

⁷ Government of Japan, Cabinet Office. *Society 5.0* [online]. Dostupné online: <https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html>

⁸ The 5th Science and Technology Basic Plan, schválený Vládou Japonska dne 22.1.2016 – dostupný online: <https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/5basicplan_en.pdf>

⁹ Fukuyama, M., 2018. *Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society*. Japan SPOTLIGHT, [online] 2018 (July/August), pp.47-50. Dostupný online: <https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf>

¹⁰ International monetary fund, 2022. *Japan: 2022, Country Report No. 2022/099* [online]. Dostupné online: <<https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/CR/2022/English/1JPNEA2022001.ashx>>

¹¹ Observatory of Economic Complexity, Massachusetts Institute of Technology, 2022. *Economic Complexity Index Country Rankings* [online]. Dostupné online: <<https://oec.world/en/rankings/eci/hs6/hs96?tab=table>>

¹² Ministry of Internal Affairs and Communications & Ministry of Economy, Trade and Industry, 2018. *2016 Economic Census for Business Activity* [online]. Dostupné online: <https://www.stat.go.jp/english/data/e-census/2016/pdf/k_gaiyoe.pdf>

nedostatkem produktivity ve srovnání s velkými společnostmi a snaží se využít příležitostí mezinárodního obchodu.

Japonsko patří mezi naše nejvýznamnější partnery v oblasti přímých zahraničních investic. V únoru 2021 bylo v ČR registrováno celkem 276 japonských firem, z toho 108 výrobních¹³. Ty zde investovaly 3,78 mld. USD, čímž se ČR řadí na druhé místo v hodnotě japonských investic v EU po Německu. Mimoto aktuálně vytvářejí více než 51 500 pracovních příležitostí¹⁴. Tato čísla jsou výsledkem dlouhodobých a kontinuálních investičních aktivit, které ukazují, že japonské společnosti vnímají Česko jako jednoho z nejvýznamnějších obchodních partnerů.

První japonskou společností v Československu byla obchodní společnost Mitsui & Co LTD., která zde svou základnu otevřela již v roce 1965. Následovaly další společnosti, které vybudovaly stabilní základ obchodních vztahů mezi oběma zeměmi. První velkou investici po vzniku samostatné ČR oznámila společnost Matsushita Electric Industrial-Panasonic na začátku roku 1996. Tento projekt otevřel dveře mnoha dalším investorům. Klíčovými faktory pro firmy, které si zvolily Česko, byla nejen geografická dostupnost do západní Evropy a vysoce kvalifikovaní pracovníci, ale také silná podpora české administrativy.

V současné době největší japonskou investicí představuje Toyota Motor Manufacturing Czech Republic (do r. 2021 Toyota Peugeot Citroen Automobile (TPCA), nyní v plném vlastnictví koncernu Toyota) s roční výrobní kapacitou 230 000 vozů převážně pro evropský trh. Tato investice vytvořila přibližně 3 500 pracovních míst a výrazně přispěla k přilákání mnoha dalších japonských společností z různých průmyslových odvětví, aby zde založily podnikání.

V posledních letech japonské společnosti řešily obchodní inovace dalším zlepšováním efektivity výroby zavedením robotiky a umělé inteligence. Několik společností začalo vyrábět nejprogresivnější produkty pro elektrická vozidla atd. a zřídilo funkci výzkumu a vývoje v České republice. Uprostřed dynamicky se měnící světové ekonomiky začínají japonské společnosti považovat Českou republiku za strategicky důležitou základnu nejen v rámci Evropy, ale i v rámci globálních sítí dodavatelského řetězce.

Česká republika má v Japonsku výborné jméno, a to již více než 100 let. Velké popularity se zde těší čeští umělci (Antonín Dvořák, Leoš Janáček, Alfons Mucha), architekti (Jan Letzel, Bedřich Feuerstein, Antonín Raymond) nebo sportovci (Věra Čáslavská, Pavel Nedvěd, Dominik Hašek).

Země navíc patří mezi naše **klíčové zahraničně-obchodní partnery**, i přesto že s ní máme silně negativní bilanci. Po poklesu výše zahraničního obchodu v roce 2020 způsobeném pandemií onemocnění Covid-19, vzrostl objem exportu z ČR v roce 2021 o více než 48 % a překročil hranici 30 mld. Kč. Objem importu v roce 2021 vzrostl o více než 37,5 % a dosáhl hodnoty 91,8 mld. Kč¹⁵, což z Japonska dělá jednoho z nejvýznamnějších obchodních partnerů¹⁶ mimo Evropu a jeho význam se díky Dohodě o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem¹⁷ bude dále zvyšovat.

Název země	Export 2021 (tis. CZK)	Export 2020 (tis. CZK)	Export 2019 (tis. CZK)	Export 2018 (tis. CZK)	Export 2017 (tis. CZK)
Čína	65 026 881	60 305 112	56 682 160	56 157 722	56 238 376
Japonsko	30 854 501	20 824 967	22 620 519	19 815 980	18 172 294
Korejská republika	12 130 218	12 351 970	10 514 394	10 721 955	10 645 979
Tchaj-wan	6 309 310	6 077 250	5 623 741	4 601 495	5 468 805

¹³ Více viz. **Příloha č. 1** – Vývoj počtu japonských firem v ČR

¹⁴ Více viz. **Příloha č. 2** – Přehled japonských firem v Česku

¹⁵ Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2022. *Statistika pohybu zboží 12/2021* [online]. Dostupné online: <<https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/statistiky-zahranicniho-obchodu/statistika-pohybu-zbozi-12-2021-metodika-pohybu-zbozi-pres-hranice--265891/>>

¹⁶ Více viz. **Příloha č. 3** – Vybrané makroekonomické údaje Japonska

¹⁷ EU-Japan Economic Partnership Agreement, která vešla v platnost dne 1. 2. 2019 – dostupná online: <<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-japan-economic-partnership-agreement>>

Export Asie - Pacifik	114 320 910	99 559 299	95 440 814	91 297 152	90 525 454
Podíl regionu na celkovém exportu	2,32%	2,24%	2,08%	2,07%	2,13%
Export EU27	3 947 352 187	3 526 347 217	3 624 554 588	3 501 791 986	3 351 067 000
Export celkem	4 926 593 502	4 441 797 248	4 579 949 565	4 403 847 126	4 244 587 520

Tab. 2.1.: Výše českého vývozu do vybraných zemí.

Zdroj: ČSÚ

Název země	Index 2021/2017	Index 2021/2020	Index 2020/2019	Index 2019/2018	Index 2018/2017
Čína	115,63	107,8	106,4	100,9	99,9
Japonsko	169,79	148,2	92,1	114,2	109,0
Korejská republika	113,94	98,2	117,5	98,1	100,7
Tchaj-wan	115,37	103,8	108,1	122,2	84,1
Export Asie - Pacifik	126,29	114,8	104,3	104,5	100,9
Export EU27	117,79	111,9	97,3	103,5	104,5
Export celkem	116,07	110,9	97,0	104,0	103,8

Tab. 2.2.: Dynamika českého exportu do vybraných zemí

Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočty

S ohledem na aktuální geopolitickou situaci ve východní Evropě bude pro řadu firem nezbytné výrazné posílení dodavatelsko-odběratelských vztahů v širším regionu. Mezi nejatraktivnější obory pro české firmy patří zejména:

Cestovní ruch

Japonsko patří mezi nejdůležitější zdrojové trhy pro globální cestovní ruch. V roce 2019 vyjelo z Japonska 20,08 mil. lidí, což jej řadí na 4. místo v regionu Asie a 14. místo na světě. Japonci utratili v roce 2019 za cestování 21,3 bilionů USD. Do Česka v roce 2019 přicestovalo 147 760 Japonců (v roce 2021 to bylo 5 221). Nejvíce přijíždějí do Prahy, Jihočeského a Jihomoravského kraje, ale průměrně nejdéle pobudou ve Středočeském (4,68 dne), Libereckém (3,92 dne) a Pardubickém kraji (3,85). Hlavním zájmem České republiky v oblasti cestovního ruchu je spuštění přímého leteckého spojení mezi Prahou a Tokiem, které by výrazně pomohlo jak oživení cestovního ruchu, tak obchodní a vědecké výměně mezi Českem a Japonskem.“

V souladu s japonskou snahou o přechod k superinteligentní společnosti a zavedení konceptu Společnosti 5.0, je logické, že sektor informačních a komunikačních technologií nabízí zajímavé obchodní příležitosti. Díky úsilí o zvýšení průmyslové efektivity a přidané hodnoty prostřednictvím digitální transformace je Japonsko na třetím místě na trhu ICT na světě s podílem 6,4 %. V Česku působí nejen celá řada společností, které se staly respektovanými globálními hráči (např. Avast, Průša Research, Productboard a další) či mají vysoký potenciál tohoto statutu v dohledné době dosáhnout, ale stále vznikají desítky zajímavých startupů, o nichž během pár let hodně uslyšíme. Pro všechny tyto firmy, tvořící vysokou přidanou hodnotu, je Japonský trh velice zajímavý a perspektivní.

Biotechnologie¹⁹

Lze očekávat, že biotechnologický trh se v souvislosti se stárnutím populace a digitalizací oboru masivně rozšíří. V roce 2019 činily výdaje Japonska na léky na předpis neuvěřitelných 87 mld. USD (cca 1 830 mld. CZK), což z něj činí třetí největší na světě po Číně a Spojených státech. Růst biofarmaceutik, jako jsou léky proti rakovině, pomohl rozšířit trh s léky na předpis. Očekává se, že v Japonsku se počet pacientů s rakovinou a dalšími nemocemi bude zvyšovat s tím, jak se zvyšuje počet starších lidí, a velikost trhu biologických věd roste. V Česku vzniká řada významných projektů ve výzkumu a objevování léků k léčbě rakoviny, nanotechnologií i digitalizace sektoru zdravotnictví. Jejich představení na Expo 2025 bude zajímavé pro návštěvníky i samotné firmy.

Moderní energetika²⁰

Japonsko si stanovilo dlouhodobý cíl stát se tzv. uhlíkově neutrální společností, tzn. snížit emise skleníkových plynů na nulu do roku 2050. V této souvislosti formulovalo **Strategii zeleného růstu směrem k uhlíkové neutralitě** do roku 2050. Podle zprávy vydané Mezinárodní energetickou agenturou (IEA) v roce 2019 je Japonsko po EU a USA na třetím místě na světě, pokud jde o technický potenciál výroby větrné energie na moři, a očekává se, že bude v budoucnu významně zavedeno. V rámci tohoto sektoru se mohou představit české nově vznikající vědecko-výzkumné projekty řešící téma energetické soběstačnosti i uhlíkové neutrality, jako jsou projekty na výrobu a využití vodíku, modulární mini-reaktory a další.

Herní průmysl

Herní průmysl je jedním z nejrychleji rostoucích sektorů světové ekonomiky a ani Japonsko není výjimkou. V Japonsku jsou počítačové hry velmi populární a v období nouzového stavu zaznamenaly další nárůst využití. Japonský trh herního průmyslu o velikosti téměř 15 mld. USD je po USA a Číně třetí největší trh na světě. Z tohoto segmentu pak nejrychleji roste oblast mobilních her, která v roce 2020 činí již 6,5 mld. USD a s ohledem na postupné zdokonalování výkonných mobilních telefonů se očekává její další strmý růst. Japonsko navíc dlouhodobě patří k zemím, které udávají trend ve vývoji a budoucím zaměření tohoto odvětví – místní firmy jako Nintendo, SEGA nebo Sony/Playstation patří k ikonám herního průmyslu. Česká republika má v tomto sektoru dlouhodobě velmi silnou pozici, herní studia jako například Warhorse Studios, Bohemia Interactive, Amanita Design, Beat Games nebo DIVR Labs zaznamenala světový úspěch s mnoha herními tituly a většina z nich již úspěšně vstoupila i na japonský trh. K příležitostem pro úspěch na japonském trhu pak kromě videoher také patří velmi rozšířený segment edukativních her, simulátorů pro praktický výcvik i pro zábavu nebo her zaměřených na amatérskou uměleckou tvorbu (videa, hudba, design, kresby apod.), které jsou v Japonsku také populární a rozšířené. S tím také souvisí rostoucí zájem o VR/AR/MR technologie.

Zemědělský a potravinářský průmysl

¹⁸ Japan External Trade Organization, 2021. *ICT Report* [online]. Dostupné online: https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/invest/img/attractive_sectors/ict/ict_EN_202103.pdf

¹⁹ Japan External Trade Organization, 2022. *Life Science Report* [online]. Dostupné online: https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/invest/img/attractive_sectors/life_science/life_en_202202.pdf

²⁰ Japan External Trade Organization, 2021. *Environment & Energy Report* [online]. Dostupné online - https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/invest/img/attractive_sectors/env_and_energy/energy_EN_202103.pdf

Japonsko je čtvrtým největším dovozcem potravin na světě a největším importérem masa. Jedním z hlavních důvodů nízké soběstačnosti je relativně malá rozloha území využitelná pro zemědělské účely, nyní je využíváno okolo 12 % celkové rozlohy. Potravinová soběstačnost je proto jedním z důležitých témat japonské agrární politiky. Nyní má Japonsko potravinovou soběstačnost na rekordně nízkých 37 %. V době nouzového stavu vyvolaného epidemií Covid -19 vzrostla z důvodu zkrácené otevírací doby restaurací poptávka po polotovarech, hotových jídlech určených k přímé spotřebě i základních potravinách např. masa z důvodu většího zájmu o vaření doma. V postkoronavirové době se očekává návrat zákazníků do restaurací a s tím spojená zvýšená spotřeba alkoholických nápojů a ingrediencí používaných v restauračních zařízeních pro přípravu jídel.

Účast na Expo 2025 bude pojata jako komplexní ekonomický program s cílem podpořit expanzi českých společností nejen do Japonska, ale také celého regionu Asie – Pacifik (Jižní Korea, Čína, Hong Kong, Taiwan).

2.2. Východiska účasti

Ústředními východisky účasti ČR na Expo 2025 jsou:

- Agenda OSN pro udržitelný rozvoj 2030²¹,
- Koncepce zahraniční politiky ČR²²,
- Exportní strategie ČR²³
- Inovační strategie ČR 2019 – 2030²⁴,
- Strategický rámec cirkulární ekonomiky České republiky 2040²⁵,
- Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+²⁶,
- Strategie České centrály cestovního ruchu – Czech Tourism²⁷, Agentury pro podporu podnikání a investic – CzechInvest²⁸ a Agentury Czech Trade, a
- Koncepce jednotné zahraniční prezentace ČR²⁹.

Česká republika je velice otevřenou ekonomikou, kde se podíl exportu na HDP dlouhodobě udržuje na úrovni okolo 80 %³⁰. Přestože zásadní část vývozu směřuje do členských zemí EU, patří region Asie – Pacifik k tradičním cílovým teritoriím pro české výrobky a služby. Mimoevropská teritoria mají pro české exportéry velký obchodní potenciál, proto jim ekonomická diplomacie věnuje mimořádnou pozornost. Mezi hlavní aktivity patří pomáhání při navazování kontaktů v zahraničí a vytváření příznivých podmínek pro české subjekty pro vstup na zahraniční trhy, rozšiřování spolupráce v oblasti obchodu a rozvoj investic se třetími zeměmi. Všechny tyto aktivity musí česká účast na Expo zahrnout a aktivně podpořit.

²¹ Agenda pro udržitelný rozvoj 2030, schválená na summitu OSN 25.9.2015 – dostupná online: <<https://sdgs.un.org/2030agenda>>

²² Koncepce zahraniční politiky ČR, schválená Usnesením vlády ČR č. 563 ze dne 13. 7. 2015 – dostupná online: <https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce_zahranicni_politiky_CR.pdf>

²³ Exportní strategie ČR pro období let 2012 až 2020, schválená Usnesením vlády ČR č. 154 z dne 14. 3. 2012 – dostupná online: <<https://www.mpo.cz/assets/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/koncepce-a-strategie/2016/10/priloha001.pdf>>

²⁴ Inovační strategie ČR 2019 – 2030, schválená Usnesením vlády ČR č. 104 ze dne 4. 2. 2019 – dostupná online: <<https://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=866015&ad=1&attid=868695>>

²⁵ Strategický rámec cirkulární ekonomiky ČR 2040, schválený Usnesením vlády ČR č. 1151 ze dne 13. 12. 2021 – více viz. <[https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/odpady_podrubrika/\\$FILE/OODP-Cirkularni_Cesko_2040_web-20220201.pdf](https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/odpady_podrubrika/$FILE/OODP-Cirkularni_Cesko_2040_web-20220201.pdf)>

²⁶ Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+, schválená Usnesením vlády ČR č. 775 ze dne 4. 11. 2019 – více viz. <<https://mmr.cz/getmedia/58c57a22-202d-4374-af5d-cbd8f9454adb/SRR21.pdf.aspx?ext=.pdf>>

²⁷ Strategie České centrály cestovního ruchu – CzechTourism – dostupná online: <https://www.czechtourism.cz/cms/getmedia/31e748ec-a27f-4ad4-9aa2-d45b1b4a3122/Strategie-CzT-2021_2025.pptx>

²⁸ Strategie Agentury pro podporu podnikání a investic – CzechInvest – dostupná online: <<https://www.czechinvest.org/getattachment/38ccb7bd-b3f1-4995-a873-ba21bd5f6f58/Strategie-CzechInvestu-2019>>

²⁹ Koncepce jednotné prezentace České republiky v zahraničí, schválená Usnesením vlády ČR č. 1 361 ze dne 31. 12. 2020 – dostupná online: <https://www.dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/kjp_2019.pdf>

³⁰ Zdroj: Český statistický úřad, Ministerstvo průmyslu a obchodu, vlastní výpočty.

Všeobecné světové výstavy Expo, které jsou obdobou Olympijských her pro oblast kulturní, hospodářskou, průmyslovou a vědecko-výzkumnou. Představují největší globální akce svého druhu, jejichž návštěvnost dosahuje desítek milionů osob³¹. Lze konstatovat, že není důležitější projekt, prostřednictvím něhož se Česká republika prezentuje v zahraničí, a proto národní účast musí vycházet ze schválené Koncepce jednotné zahraniční prezentace České republiky a podporovat schválené komunikační pilíře, včetně priorit a cílů jednotné zahraniční prezentace ČR na dané období³².

2.3. Klíčová sdělení

Jsme vyspělá demokratická země

Jsme demokratickým státem se stabilním politickým, sociálním i legislativním prostředím. Jako členský stát EU a NATO prosazujeme demokratické hodnoty. Prosazujeme a chráníme základní lidská práva a svobody doma i ve světě. Podporujeme soužití lidí založené na vzájemném respektu, spolupráci s ostatními národy, a kategoricky odmítáme jakékoliv projevy xenofobie a rasové, národnostní, genderové či náboženské nesnášenlivosti.

Jsme moderní rozvinutá země zaměřená na vzdělání, vědu a výzkum

Jsme vyspělou, dynamicky se rozvíjející, konkurenceschopnou a bezpečnou zemí ve střední Evropě s rozvinutou infrastrukturou, s funkční a modernizující se veřejnou správou a kvalitními veřejnými službami, odpovídajícími světovým standardům. Patříme mezi globální inovační lídry s výrazným vědeckým potenciálem, vyspělým průmyslem a výzkumem v četných oborech, se vzdělanými a vynalézavými lidmi s velkou invencí.

Jsme silný partner hodný pozornosti

Jsme zemí stabilní a bezpečnou, s vysokým standardem zdravotní péče, zaměřenou na ochranu životního prostředí a vysokými standardy pro kulturní a sportovní vyžití, s mimořádně rozvinutým systémem školního vzdělávání.

Jsme zemí s bohatou kulturou a přírodním bohatstvím

Historicky patříme mezi kulturně nejrozvinutější země Evropy. Historie, kultura i přírodní krásy naší země představují významnou součást evropského a světového kulturního dědictví. Díky nim a pevnému hodnotovému ukotvení jsme atraktivní a vyhledávanou destinací pro zahraniční partnery ať už v oblasti obchodní, vědecké, kulturní nebo turistické.

2.4. Hlavní cíle účasti

Česká účast na Expo 2025 nemůže mít menší ambice, než navázat na úspěšnou prezentaci Československa na Expo 1970. Proto bude při přípravě naší expozice vycházet z hodnot a témat, které na nás Japonci dlouhodobě obdivují – tedy zejména architektury, kultury a umění – a následně jim představit oblasti, které chceme, aby u nich rezonovaly v budoucnu. Česká účast na světových výstavách nemůže být koncipována jako izolovaná akce a její význam je potřeba průběžně vyhodnocovat nejméně po dobu 5 let po jejím skončení.

Stěžejním cílem bude představit ČR jako sebevědomou a konkurenceschopnou zemi s důrazem na témata udržitelnosti, bezpečnosti, vzdělání a inovačního potenciálu.

Mezi hlavní cíle účasti ČR na Expo 2025 patří:

- Představit ČR jako moderní místo pro studium, investování a rozvíjení podnikání.
- Prezentovat ČR jako sebevědomou a konkurenceschopnou zemi s důrazem na témata udržitelnosti, bezpečnosti a inovačního potenciálu.
- Zapojit české firmy a vytvořit jim tak nové příležitosti na rozšíření dodavatelsko-odběratelských vztahů do regionu Asie – Pacifik.

³¹ Více viz. **Příloha č. 4** – Návštěvnost všeobecných světových výstav Expo

³² *Aktuálně v platnosti priority schválené usnesením vlády č. 1361 ze dne 21. 12. 2020 (dostupné zde: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/RCIABWKEWGT>)*

- Představit atraktivní lokality pro zahraniční investice.
- Rozšířit spolupráci mezi českými a japonskými vysokými školami a vědecko-výzkumnými centry.
- Seznámit širokou veřejnost s českými regiony, představit nejzajímavější turistické cíle, a tím zvýšit zájem o Českou republiku jakožto atraktivní turistickou destinaci.

2.5. Cílové skupiny

Návštěvníci

Organizátoři Expo 2025 předpokládají, že během 6 měsíců výstavu navštíví přibližně 28,2 mil. návštěvníků, z toho cca 15,6 mil. bude z regionu Kansai, 9,1 mil. z Japonska a 3,5 mil. návštěvníků ze zahraničí. V tomto ohledu se bude jednat o zcela odlišnou strukturu návštěvníků, než-li bylo na Expo 2020 v Dubaji, kde až 70 % návštěvníků bylo ze zahraničí.

Dosud nebyly zveřejněny detailní informace o profilech návštěvnických skupin. Lze však předpokládat, že přibližně 30 % návštěvníků budou představitelé mladé generace do 25 let, studenti středních a vysokých škol. Tato cílová skupina bude vyhledávat zajímavé pavilony s interaktivním pojetím a možností zábavy. Druhou významnou cílovou skupinou budou aktivní senioři, kteří jsou současně velice aktivními cestovateli a rádi objevují svět. Těmto návštěvníkům bude potřeba představit zajímavá místa k případné návštěvě.

Aby bylo dosaženo co nejlepšího výsledku a hodnocení návštěvníků, je potřeba zohlednit celý koncept národního pavilonu i související kreativity, aby tyto cílové skupiny vhodně oslovil.

Japonská a světová média

Organizátoři očekávají značný zájem místních i mezinárodních médií o Expo 2025, jelikož se bude jednat o největší akci, pořádanou Japonskem po komplikované Olympiádě v Tokiu, která byla značně ovlivněna pandemií Covid-19 a byla podrobena důrazné kritice. Avšak národní pavilony budou soupeřit jejich pozornost a konkrétní výstupy intenzivně soutěžit. Autor koncepce proto předpokládá s angažováním lokálního manažera pro budování vztahů s médii.

Česká média

Účast ČR na Expo 2025 bude mít veskrze pozitivní tonalitu a lze očekávat dostatečný zájem ze strany českých novinářů. Bude však nezbytné aktivně udržovat dobré vztahy se zástupci médií v ČR. Kromě účastí médií v rámci obchodních misí koncepce počítá s alespoň 3 press tripy, jejichž účelem bude seznámení novinářů s konceptem Expo 2025 i české účasti na něm.

Influenceri

Vliv sociálních sítí, jako jsou Facebook, Instagram, Twitter či TikTok, na veřejné mínění i rozhodování spotřebitelů v posledních letech enormně vzrostlo a influencer marketing se stal fenoménem současnosti a jejich význam v budoucnu bezpochyby ještě vzroste. V podstatě se jedná o formu propagace a ovlivňování rozhodování prostřednictvím vlivných osob na sociálních sítích, tzv. influencerů. V rámci komunikační strategie bude vypracována dílčí strategie, jak pracovat s lokálními i zahraničními influencer a využít jejich potenciál v komunikačním mixu pro zlepšení dobrého jména ČR a účasti na Expo 2025.

Partneři a sponzoři

Bez sponzorů a partnerů by česká účast nemohla mít předpokládané parametry. Primární zájem této cílové skupiny bude prezentace svých dovedností a získání uznání za své podnikatelské aktivity. Kancelář generálního komisaře (dále také jen jako „KGK“) nabídne případným partnerům možnost prezentovat své firmy, myšlenky či technologie japonským zákazníkům, obchodním partnerům i potenciálním investorům. Před samotným zahájením Expo 2025 proběhne ve spolupráci s agenturou Czech Trade i série seminářů a workshopů napříč celou ČR, představující místním firmám možnosti japonského trhu i konkrétní obchodní příležitosti.

Potenciální obchodní partneři

Národní prezentace významným způsobem podpoří image Česka i lokálních firem před japonskými společnostmi, čímžlepší image našich firem i jejich produktů a tím podpoří jejich prodejní potenciál.

2.6. Komunikační strategie

Jedním ze zásadních aspektů účasti Česka na EXPO 2025 bude efektivní mediální a marketingová komunikace, a to jak směrem k českému, tak i zahraničnímu publiku. Příprava komunikační strategie, která musí vycházet z komunikačních priorit Vlády, Ministerstva zahraničních věcí i ostatních relevantních stakeholderů, bude jedním z klíčových projektů v přípravné fázi. Zejména při komunikaci se zahraničním publikem bude probíhat úzká spolupráce s agenturou CzechTourism, jeho zahraničním zastoupením v Japonsku, aby byla nastavena maximální efektivita realizovaných aktivit. Jejím hlavním pilířem bude kvalitní obsah, vhodným způsobem přizpůsobený definovaným cílovým skupinám, prostřednictvím něhož bude systematicky budováno pozitivní vnímání české účasti na Expo 2025 mezi širokou veřejností. Realizace samotné strategie začne již v roce 2022 tak, aby postupně seznámila veřejnost s konceptem Všeobecných světových výstav, příležitostmi pro celou zemi i participující partnery a celé téma začalo být veřejností vnímáno žádoucím způsobem.

Komunikační strategie bude realizována prostřednictvím všech relevantních kanálů. Díky pozitivní tonalitě a nekomerčnímu zaměření Expo lze očekávat možnost využití neplaceného šíření požadovaných sdělení napříč kanály, zejména ve spolupráci s veřejnoprávními médii v ČR. Důležitou platformou pro komunikaci s jednotlivými cílovými skupinami budou sociální sítě i spolupráce s influencery, jak je naznačeno v přechozí kapitole.

Komunikační strategie bude definovat i měřitelná kritéria, která budou průběžně vyhodnocována a na základě průběžných výsledků bude strategie průběžně aktualizována.

2.7. Téma české účasti na Expo 2025

V souladu s ústředním tématem Expo 2025 a podtématem „*Empowering Lives*“ bude národní pavilon koncipován jako oslava českého talentu, kreativity a empatie. Jsou to totiž právě talent a kreativita, které po staletí pomáhají lidem překonávat dílčí překážky života a jsou motorem rozvoje. Empatie, jako schopnost chápat a porozumět ostatním, pak pomáhá rozvíjet nejen individuální osobnosti, ale celé lidstvo. Tyto vlastnosti patrně vždy zůstanou výsostnými charakteristikami lidí a nebudou nahrazeny počítači a stroji.

Stěžejním tématem pavilonu bude „Talent and creativity for the future“, jehož hlavním cílem je představit ČR jako moderní místo pro studium, podnikání, investice a rozvoj.

Česká účast bude primárně vycházet z hodnot a témat, které na nás Japonci dlouhodobě obdivují a současně představí oblasti, které chceme v Japonsku i širším regionu sami ukázat.

V souladu s celkovou filozofií této koncepce bude při výběru jednotlivých partnerů expozice kladen důraz nejen na významnost a kvalitu jejich produktů, ale i zapojení mladých talentů do přípravy národního pavilonu i doprovodného programu. Tato skutečnost pak bude náležitě představena návštěvníkům národního pavilonu a médiím.

Talent a kreativita

Stěžejní prezentací v rámci podtématu Talent bude tvořit retrospektivní výstava českého malíře Alfonse Muchy, která představí průřez jeho dílem i vliv na japonský fenomén animovaných komiksů manga a filmů anime. Mucha byl již za svého života mnohými považován za nejlepšího dekorativního umělce na světě a v Japonsku se jeho dílo dosud těší nesmírné popularitě³³. Výstava bude připravena ve spolupráci s Nadací Mucha a její kurátorkou paní Tomoko Sato.

Díky spojení s Nadací Mucha získá národní pavilon ČR dostatečnou mediální pozornost v Japonsku ještě před zahájením Expo 2025.

³³ Česká televize, 2017. *Slovanská epopej nadchla Tokio. Císařský pár zaujaly symboly na obrazech*. [online] ČT24. Dostupné online: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2141766-slovanska-epopej-nadchla-tokio-cisarsky-par-zaujaly-symboly-na-obrazech>.

Výstavu Alfonse Muchy pak vhodným způsobem doplní i výstava dalších obrazů a uměleckých předmětů od českých autorů, vč. těch současných.

Kreativita českých tvůrců pak bude zřetelná v celém pavilonu, který bude vkusně vybaven těmi nejlepšími produkty, které naše firmy nabízejí – od dekorativních svítidel, přes nábytek a nádobí v restauraci až po elegantní uniformy zaměstnanců pavilonu decentně zdobenými křišťálovými komponenty. Návštěvníci se budou moci blíže seznámit i s českými herními studií, která patří ke světové špičce a tento region představuje po USA největší trh.

Vzdělání, věda, výzkum a inovace

Prostřednictvím celé řady objevů a vynálezů se Češi významně podíleli i na vývoji světové společnosti. Světová výstava Expo je vhodným místem na jejich připomenutí a zpopularizování v regionu Asie – Pacifik.

Na minulost a současnost pak naváže představení konceptů pro budoucnost, na kterých aktuálně české mozky pracují. Pro tento účel bude důležitá úzká spolupráce s českými vysokými školami, Akademii věd i dalšími vědecko-výzkumnými organizacemi. Cílem je představit úspěšný koncept spolupráce s podnikatelským sektorem, která přináší reálné výsledky ve formě mezinárodních ocenění, nových patentů i konkrétních komerčních výstupů.

Jednou z globálních klíčových výzev v oblasti vzdělávání je způsob přípravy studentů na dosud neexistující pracovní místa, na řešení dosud nepředstavitelných společenských výzev, či na využívání technologií, které ještě nebyly vynalezeny. I české školství intenzivně řeší otázku, jak může své studenty připravit, aby uspěli ve vzájemně propojeném světě, v němž potřebují chápat souvislosti, různé perspektivy i pohledy na svět. Budoucnost je ze své podstaty nepředvídatelná, a proto je potřeba naučit se nejen efektivně přizpůsobit všemu, co budoucnost přinese, ale být ji schopni i sami utvářet.

Kreativní myšlení je jednou z dovedností, kterou OECD ve své koncepci *The future of education and skills*³⁴ považuje za zásadní. S touto premisou pracuje i Strategie vzdělávací politiky České republiky do roku 2030+³⁵. Její implementaci již nyní realizuje celá řada českých škol. V rámci expozice představíme v tradicemi sešňorovaném Japonsku konkrétní postupy, výsledky a výhody této transformace.

Dlouhodobá udržitelnost a cirkulární ekonomika

Téma udržitelnosti a cirkulární ekonomiky v Japonsku rezonuje již více než čtvrt století. Jako ostrovní země si uvědomuje, že bez efektivního nakládání s přírodními zdroji a ochrany životního prostředí proti globálnímu oteplování lidstvo nečeká žádná pozitivní budoucnost. Na základě analýzy různých termínů a definic definovala mezinárodní organizace Circle Economy následující klíčové principy cirkulární ekonomiky³⁶.

Základní zásady cirkulární ekonomiky se týkají efektivního nakládání s materiály a energiemi:

1. Preferovat obnovitelné zdroje a zajistit jejich efektivní opakované využití.
2. Prodloužit životnost produktů.
3. Využívat odpad jako zdroj

Realizační prvky pak podporují zavádění a přijímání zásad postupným odstraňováním některých překážek:

4. Přehodnotit stávající obchodní modely, hledat nové možnosti vytvoření vyšší přidané hodnoty a rozvíjet ty obchodní modely, které propojují produkty se službami, např. koncept *product-as-a-service*.
5. Vytvářet společnost hodnotu, rozvíjet spolupráci v celém dodavatelském řetězci, interně v rámci organizace i mezi soukromým a veřejným sektorem.
6. Navrhovat vše s ohledem na budoucnost, vzít v úvahu více perspektiv, používat vhodné materiály, prodlužovat životnost a použitelnost.

³⁴ OECD, 2018. *The future of education and skills: Education 2030* [online]. Dostupné online: [https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20\(05.04.2018\).pdf](https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20(05.04.2018).pdf) >

³⁵ Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2030+, schválená Usnesením vlády ČR č. 1 062 z dne 19. 10. 2020 – dostupná online: https://www.msmt.cz/uploads/Brozura_S2030_online_CZ.pdf

³⁶ Circular Economy, 2021. *The key elements of the circular economy framework*. [online]. Dostupné online: <https://www.circle-economy.com/resources/the-key-elements-of-the-circular-economy-framework> >

7. Zapojit digitální technologie, monitorovat a optimalizovat využívání všech zdrojů, posilovat propojení jednotlivých článků dodavatelského řetězce prostřednictvím on-line platform a moderních technologií, které rozšiřují přehled.
8. Posilovat a rozvíjet znalosti, rozvíjet výzkum, inovační síť a poctivě sdílet získané poznatky.

Celá česká účast se bude uvedenými zásadami co nejvíce řídit a maximálně vycházet z metodiky cirkulárního zadávání veřejných zakázek³⁷ dle Institutu cirkulární ekonomiky INCIENT.

Účast na Expo 2025 bude rovněž skvělou příležitostí pro české podniky a instituce se v této oblasti nejen inspirovat a současně představit vlastní ambiciózní projekty, které se snaží o zajištění dlouhodobé udržitelnosti.

Představení Česka jako atraktivní turistické destinace

Česko patří mezi velmi oblíbené destinace japonských turistů. V roce 2019 jich navštívilo naši zemi téměř 148 tis., přičemž v hromadných ubytovacích zařízeních strávili průměrně 2,91 noci a utratili zde 1 789 mil. CZK³⁸. Současně je zřejmé, že více než 75 % turistů navštívilo pouze Prahu, Jihočeský kraj cca 13 % a do ostatních krajů zavítalo jen nepatrné množství z nich. Po vypuknutí pandemie Covid 19 a souvisejícím restrikcím v oblasti mezinárodního cestování došlo ke snížení turistiky na minimum.

Jedním z cílů české účasti na Expo 2025 proto bude představení země jako skvělé turistické destinace s důrazem na představení jednotlivých regionů. Lze očekávat, že s pozvolným ukončením opatření proti šíření onemocnění Covid-19 se opět začnou zvyšovat počty turistů z regionu Asie – Pacifik. Ve spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu – Czech Tourism bude kladen důraz na to, aby se co nejdříve vrátil počet japonských turistů na úroveň roku 2019, tedy cca 150 tis. a meziročně se dále zvyšoval. Dlouhodobou ambicí v této oblasti je otevření přímého leteckého spojení mezi ČR a Japonskem, k čemuž by účast na Expo mohla značnou mírou přispět.

V ČR rovněž dlouhodobě pracuje mnoho Japonců, lze tedy ČR představit návštěvníkům i optikou jejich krajanů. V rámci expozice je nezbytné představit jednotlivé regiony, tradiční turistické cíle, ale i nová témata a atraktivitu kreativním způsobem. Využít herní prvky i spolupracovat s herním průmyslem a připravit návštěvníkům EXPO neodolatelnou pozvánku k dovolené v ČR. Je žádoucí, aby návštěvníci EXPO měli k dispozici informace o destinaci ČR, včetně vizualizací po celou dobu konání výstavy.

Moderní gastronomie

Téma talentu a kreativity se projeví nejen v expozici, ale i restauraci, která bude nedílnou součástí pavilonu. Tam bude představen unikátní koncept fúze české a japonské gastronomie, včetně párování pokrmů s českými víny a pivem. Projekt bude realizován pod vedením mezinárodně oceňovaného šéfkuchaře p. Yoshi Toku, rodáka z Ósaky, který dosáhl nejvyššího stupně vzdělání sushi master a současně má 5letou zkušenost s českou gastronomií. Jeho jméno je zárukou té nejvyšší kvality i dostatečné pozornosti v japonských médiích. Na představení českého talentu v gastronomii budou spolupracovat také přední čeští šéfkuchaři, vč. Zdeňka Pohlreicha, milovníka a znalce Japonska, který již se spoluprací na projektu vyjádřil souhlas.

³⁷ Institut cirkulární ekonomiky, 2020. Metodika veřejného i soukromého cirkulárního nakupování [online]. Dostupné online: <https://incien.org/wp-content/uploads/2022/04/Metodika_Cirkularni-zadavani-a-nakupy_WEB.pdf>

³⁸ Czech Tourism, 2020. Country Report: Japonsko [online]. Dostupné online: <https://tourdata.cz/wp-content/uploads/2021/01/2019_Japonsko.pdf>

3. Národní pavilon

Národní pavilon představuje středobod prezentace každé účastnické země a svým vnějším vzhledem soutěží o pozornost návštěvníků. ČR se na světových výstavách vždy prezentovala ve vlastním národním pavilonu. Ani účast na Expo 2025 by neměla být výjimkou. Národní pavilon bude plně integrovanou živou laboratoří představující nové technologie udržitelnosti, materiály, stavební techniky, provozní postupy v kombinaci se špičkovým designem a zejména zaměřením na člověka. Českou republiku představí jako malou, ale inovativní zemi s moderními technologiemi s udržitelným aspektem.

3.1. Univerzální design

Japonský smysl pro design a kvalitu je světově proslulý. Z dostupných materiálů lze predikovat, že výstaviště bude projektováno s důrazem na prvotřídní funkčnost s cílem poskytnout vysokou kvalitu zážitků všem návštěvníkům.

Pořadatelé doporučují³⁹ vycházet při návrhu národních pavilonů z tzv. univerzálního designu, což je koncept, který byl poprvé navržen Ronaldem Macem ze Státní univerzity v Severní Karolině v roce 1985, a je založen na principu, že každé prostředí (tedy jakákoliv budova, produkt nebo služba) má být navrženo tak, aby bylo přístupné, pochopitelné a využitelné co nejširšímu spektru lidí, bez ohledu na jejich věk, velikost, schopnosti nebo postižení. Prostředí – v našem případě pavilon – by mělo být navrženo tak, aby vyhovovalo potřebám všech lidí, kteří je chtějí používat. Nejedná se o zvláštní požadavek ve prospěch pouze menšiny populace. Je to základní podmínka dobrého designu. Je-li prostředí přístupné, použitelné, pohodlné a dělá radost při jeho používání, má z toho prospěch každý. Při zohlednění různorodých potřeb a schopností všech v průběhu procesu navrhování vytváří univerzální design produkty, služby a prostředí, které splňují potřeby lidí. Jednoduše řečeno, univerzální design je dobrý design.

Zásady univerzálního designu se dají shrnout do následujících 7 bodů:

1. Design musí poskytovat použitelnost stejně všem lidem.
2. Při používání musí být flexibilní.
3. Použití musí být jednoduché a pochopitelné.
4. Všechny potřebné informace musí být snadno dostupné.
5. Musí předvídat chyby při používání.
6. Použití nesmí vyžadovat přílišnou fyzickou námahu.
7. Pro použití musí být zajištěna dostatečná velikost a prostor.

Tyto principy budou tvořit základní parametry v zadání architektonické soutěže.

3.2. Dřevěný high-tech

Pojetí vlastního národního pavilonu souvisí s cílem prezentovat ČR jako sebevědomou a konkurenceschopnou zemi. Aby byl tento cíl naplněn, musí být jeho koncept, architektonické i dílenské zpracování na vysoké kvalitativní úrovni, které dostojí japonskému smyslu pro detail. Současně musí splňovat nejmodernější standardy stran ekologie a udržitelnosti za použití maximálního množství přírodních, recyklovaných či recyklovatelných materiálů.

Všechny tyto podmínky splňuje dokonale dřevo. Jako stavební materiál je trvale obnovitelný. Lesnictví a zpracování dřeva má navíc v ČR velkou tradici, jsme jednou z nejzalesněnějších zemí v Evropě a kromě toho, že kvalitní dřevo dokážeme efektivně pěstovat, umíme je též zpracovávat s vysokou přidanou hodnotou.

Technologie Cross-Laminated Timber (křížově vrstvené dřevo, dále také jen jako „CLT“) umožňuje zcela přesné opracování prostřednictvím CNC, čímž je zaručeno dosažení špičkového výsledku a kvality. Moduly je možné

³⁹ Japan Association for the 2025 World Exposition, 2021. *Universal Design Guidelines for Facility Implementation* [online]. Dostupné online: https://www.expo2025.or.jp/wp/wp-content/uploads/EN_Design-Guidelines-for-Type-A-Self-Built-Pavilions_GL4-1-1.pdf

prefabrikovat v ČR a tím minimalizovat náklady na stavbu pavilonu. Současně umožňuje rozebrat stavbu a znovu postavit na novém místě. Také případná likvidace stavby po skončení jejího životního cyklu je jednodušší.

Jelikož je stavebnictví jako obor zodpovědné za cca 30 % produkce CO₂, je použití dřeva jako stavebního materiálu, který CO₂ navíc konzervuje⁴⁰, logické a dlouhodobě strategické. V ČR působí řada kvalitních odborníků, architektů i zpracovatelských firem, které patří ke světové špičce a realizují projekty v celém světě. Již nyní tvoří dřevostavby významný podíl na exportu v sektoru stavebnictví a jejich význam dále poroste. Dřevěná architektura a stavebnictví se může stát do budoucna důležitým vývozním artiklem.

Dřevo navíc zajistí příjemné vnitřní prostředí vč. výborných akustických vlastností. Japonští návštěvníci takový pavilon s jasným příběhem a špičkovými ekologickými parametry zcela jistě vysoce ocení.

Podle dostupných informací z japonského trhu, zatím technologie CLT není v Japonsku příliš rozšířenou, takže její použití pro stavbu národního pavilonu by mělo vzbudit výrazný zájem laické i odborné veřejnosti.

3.3. Chytrý pavilon zaměřený na člověka

Chytré budovy **šetří energii, chrání naše zdraví i bezpečnost**. Využívají kombinaci všech dostupných prvků, které lze kontrolovat a řídit. Národní pavilon bude vybaven nejmodernějšími technologiemi českých firem, které patří mezi leadery v oblasti smart buildings a smart cities. Energeticky bude zásobován ze solárních panelů, užitková voda bude v maximální míře recyklována a díky tomu bude český pavilon generovat minimální uhlíkovou stopu. Ve večerních hodinách bude exteriér pavilonu efektivně nasvícen za použití videomappingových technologií.

3.4. Koncepční řešení národního pavilonu

Detailní podoba národního pavilonu bude vycházet ze získaného místa na výstavišti Expo 2025, které bude oficiálně potvrzeno po rozhodnutí Vlády ČR o účasti a výsledku architektonické soutěže, protože pouze ta zajistí maximální kvalitu designu. Musí nabídnout dostatek prostoru pro kvalitní expozici i konání doprovodných akcí. Zároveň musí splňovat základní požadavek odkazu k České republice – ať už jasným označením, inherentně v rámci zvoleného designu, či v ideálním případě citlivou kombinací obojího.

Budova národního pavilonu by se měla skládat z 5 až 6 částí, které však na sebe budou navazovat a tvořit promyšlený koncept a provedou návštěvníka celou expozicí:

Vstup do pavilonu

Vstup do pavilonu bude tvořit speciální křišťálová instalace „*The New River of Life*“, která bude vycházet z oceňovaného designového konceptu **Crystallation** od Jaroslava Bejvl, ml. a úspěšné křišťálové instalace Stanislava Libenského a Jaroslavy Brychtové z československého pavilonu Expo v Ósace 1970, čímž na úspěšnou účast Československa odkážeme. Bude se jednat o nosný prvek prezentace, který současně umožní interakci návštěvníka ještě před tím, než do pavilonu vstoupí. Díky atraktivitě konceptu bude vstupní část pavilonu bezpochyby jedním z nejfotogeničtějších místem celého Expa, vzbudí dostatečnou pozornost na sociálních sítích i v místních médiích a pomůže oslovit kolemjdoucí návštěvníky.

Díky použití křišťálových komponentů bude objekt za denního světla doslova zářit a pozornost upoutá i v noci, kdy bude efektně nasvětlen. Český pavilon tak bude naprosto nepřehlédnutelný.

Stálá expozice

⁴⁰ Institute for Carbon Removal Law and Policy, 2020. *Fact Sheet: Mass Timber Construction*. [online] Dostupné online: <<https://www.american.edu/sis/centers/carbon-removal/fact-sheet-mass-timber.cfm>>.

Hlavní částí pavilonu bude stálá expozice, kde se návštěvník seznámí s českým uměním i významnými objevy a vynálezy, kterými Češi obohatili lidstvo. Cílem je vytvořit takovou expozici, která pokryje co nejvíce prioritních témat a umožní zapojení perspektivních partnerů, ale současně bude působit celistvým dojmem a bude pro návštěvníky srozumitelná. Výsledkem návštěvy by mělo být vzbuzení pozitivní emoce, která v návštěvnících zůstane po dlouhou dobu.

Očekávaná návštěvnost národního pavilonu je přibližně 2 miliony osob. To dělá z Expa nejdůležitější zahraniční marketingovou akci. Na přípravě komplexního libreta, vč. designu návštěvnických cest, scénografie a dramaturgie proto budou participovat ti nejlepší čeští profesionálové a umělci, kteří pro tento účel budou vybráni ve výběrovém řízení. Prezentace bude efektivně kombinovat moderní interaktivní prvky (např. rozšířenou i virtuální realitu) se zajímavými fyzickými exponáty se zapojením moderních trendů světového výstavnictví.

V rámci přípravy libreta budou definována příběhová linie, dílčí tematické sekce i obecné parametry stálé expozice. Na těchto základech pak budou zkušeným kurátorem vybírány jednotlivé součásti expozice. Vzhledem k tomu, že různé cílové skupiny budou mít různá očekávání, je potřeba jednotlivé návštěvnické cesty koncipovat tak, aby tam každý z návštěvníků našel to, co je pro něj atraktivní, při zachování celistvosti celého projektu.

Auditorium

Klíčovou součástí pavilonu bude auditorium s kapacitou cca 150 – 200 osob s kvalitní A/V technikou, špičkovými akustickými vlastnostmi a streamovacím zázemím, která zvýší sílu sdělení a podpoří interakci publika. Prostor auditoria bude multifunkční a umožní vystavit i fyzické exponáty. Bude sloužit pro rotační expozice a představení talentů spolupracujících krajů, institucí a organizací. V auditoriu se budou konat doprovodné akce, workshopy, semináře i přednášky, stejně jako pravidelná večerní hudební vystoupení či jiná představení.

Business lounge

Jako zázemí pro partnery, jejich hosty a významné návštěvníky bude k dispozici multifunkční prostor ve formě business salonku s kapacitou cca 60 osob. Salonek bude navazovat na auditorium a v případě konání větší akce bude tyto prostory možné propojit. Součástí business salonku bude i zasedací místnost pro formálnější jednání (kapacita cca 12 osob).

Esport arena

Esport je v Japonsku nejpoblárnější popkulturní odvětví. Návštěvníkům proto přineseme zábavné propojení mezi evropskou a asijskou esportovou scénou. Do esportové části národního pavilonu začleníme segment nejmodernější multifunkční arény ve střední Evropě, která bude otevřena v Pardubicích právě v roce 2025. Zde přiblížíme fungování esportu v Česku a interaktivní formou zapojíme návštěvníky do tohoto prostředí formou individuálních výzev, turnajů i možnosti změřit síly s profesionálními hráči. Součástí arény bude prostor pro virtuální realitu, tzv. VR HUB s představením nejmodernějších projektů z ČR a s možností virtuální návštěvy Česka. Návštěvníci si tak budou moci prohlédnout potenciální budoucí zážitky, které je u nás čekají.

Court yard + restaurace + dětský koutek

V přízemí národního pavilonu bude umístěna hlavní restaurace, která moderním způsobem představí fúzi japonské a české kuchyně (viz kapitola Talent v gastronomii výše). Na restauraci bude navazovat venkovní posezení a plocha, kterou bude možné využít pro konání větších akcí. Vedle restaurace bude i prostor pro interaktivní dětský koutek, kde si děti budou moci vyzkoušet praktické technologie, využít svůj talent a rozvíjet svou kreativitu (à la IQ Landia / Svět techniky).

Rooftop bar + fine dining

Pokud to architektonické a provozní podmínky dovolí, bude na střeše pavilonu umístěná fine diningová restaurace a bar, který ve večerních hodinách nabídne příjemné posezení s výhledem na moře. Koncept restaurace bude doplněn efektivním videomappingem, který požitek z jídla rozšíří o další rozměr. Restaurace přitáhne pozornost japonských vyznavačů špičkového jídla (tzv. foodies) a stane se jejich oblíbenou destinací.

3.5. Využití národního pavilonu po skončení výstavy

Co s národním pavilonem po skončení výstavy? To je vždy náročná otázka. Pravidla BIE totiž předpokládají jeho odstranění po skončení akce. I přesto, že se v některých případech podaří dohodnout s organizátorem akce zachování pavilonu a jeho využití pro další účely, není s tímto scénářem možno dopředu počítat. Odstranit stavbu v hodnotě desítek milionů korun však není ani hospodárné, ani v souladu s principy ekologie a dlouhodobé udržitelnosti. Autor konceptu proto doporučuje, aby se národní pavilon (nebo jeho podstatná část) po skončení Expo 2025 přesunul zpět do ČR, kde najde nové uplatnění.

Národní pavilon bude koncipován tak, aby po skončení EXPO 2025 našel využití v některém z krajů ČR. Jednou ze zvažovaných variant je jeho využití formou návštěvnického centra Křišťálového údolí v Libereckém kraji.

4. Zapojení resortů a organizací

Autor koncepce je přesvědčen, že vzhledem k předpokládané výši lidských zdrojů i finančních investic je nezbytné využít potenciálu akce na maximum a vytvořit pro všechny účastníky co nejvyšší hodnotu. ***Účast na Expo nemůže být chápána jako izolovaná akce a aktivní zapojení ostatních resortů, institucí a organizací bude mít pro její úspěch zcela zásadní vliv.*** Zapojení širokého spektra partnerů umožní multifunkční prostor auditoria, kde budou probíhat doprovodné akce, které umožní aktivní zapojení jednotlivých subjektů z řad státních, veřejných i soukromých organizací. Prostřednictvím přednášek, workshopů a individuálních jednání získají nové obchodní příležitosti, posílí stávající a vybudují nové vztahy s lokálními partnery, které jsou základním předpokladem jakékoliv spolupráce. Prioritními kritérii pro účast konkrétních partnerů jsou jednak soulad s hlavním tématem Expo 2025 a koncepcí české účasti a jednak inovativnost a unikátnost prezentovaného řešení či tématu.

Expo potrvá dlouhých 26 týdnů a tyto budou maximálně využity⁴¹ pro doručení zajímavého a relevantního obsahu jednotlivým návštěvníkům a stakeholderům. Tvorbu obsahu bude primárně zajišťovat KGK a to jak produkčně, tak finančně. Spolupracující rezorty poskytnou primárně náměty, odborné vstupy, supervizi a dle vlastních možností podpůrné produkční kapacity. Případná participace rezortů bude na bázi konkrétních projektů.

4.1. Klíčové doprovodné akce

Zde se řadí ty nejdůležitější akce, jejichž úspěch rozhodne o úspěchu celé účasti ČR na Expo. Mezi ně patří Zahajovací ceremoniál, Národní týden ČR, Česko-japonské obchodní fórum, Česko-japonské investiční fórum, Česko-asijské inovační fórum, Týden vzdělanosti a Týden světové bezpečnosti. Bylo by vhodné, pokud by se těchto klíčových akcí účastnili i nejvyšší státní představitelé nebo členové vlády, které zpravidla doprovází delegace českých podnikatelů, novinářů a dalších účastníků.

Zahajovací ceremoniál u příležitosti otevření Všeobecné světové výstavy Expo 2025

12. duben 2025: V předvečer zahájení Všeobecné výstavy Expo 2025 proběhne zahajovací ceremoniál, kterého se zpravidla účastní nejvyšší představitelé hostitelské země i jednotlivých účastníků. Symbolika zahajovacího ceremoniálu je zásadní. Autor koncepce by uvítal, pokud by se zahajovacího ceremoniálu mohla účastnit delegace vedená prezidentem republiky a zástupců klíčových partnerů a dodavatelů národního pavilonu.

Národní týden ČR

24. červenec 2025: U příležitosti 165. výročí narození věhlasného českého malíře Alfonse Muchy proběhne na Expo 2025 Národní den ČR. Vzhledem k popularitě tohoto umělce v Japonsku bude ve spolupráci s Nadací Mucha snahou domluvit účast členů japonské císařské rodiny, kteří patří mezi velké obdivovatele jeho díla. Bude se jednat o nejvýznamnější den české účasti na Expo, který by bylo vhodné podpořit účastí předsedy vlády ČR a delegací zástupců nejvýznamnějších českých podniků.

Česko-japonské obchodní fórum

12. květen 2025: První velkou obchodně zaměřenou akcí v rámci účasti ČR na Expo 2025 bude Česko-japonské obchodní fórum. Měsíc po zahájení Všeobecné výstavy a týden po sérii státních svátků v Japonsku (tzv. Golden Week) proběhne obchodní fórum, které umožní představit perspektivní společnosti a produkty tamním potenciálním obchodním partnerům. Akce by se měla uskutečnit za účasti ministra průmyslu a obchodu ve spolupráci zastupitelského úřadu ČR v Tokiu a Ministerstva zahraničních věcí s agenturou Czech Trade, Hospodářskou komorou ČR nebo Svazem průmyslu a dopravy.

Fórum Empowering Women

V souladu s podtématem Expa „Empowering lives“ věnujeme jeden týden tématu „Empowering women“ ve spolupráci s obecně prospěšnou společností Women for Women, jejíž zakladatelkou a ředitelkou je investorka a

⁴¹ Více viz. **Příloha č. 5** – Návrh struktury doprovodných akcí

podnikatelka Ivana Tykač, která je dlouhodobě řazena mezi nejvlivnější ženy Česka. Jeho cílem bude inspirovat, podporovat a propojovat ženy, pomoci jim realizovat jejich potenciál, a tím dosáhnout svých cílů.

Konceptem týdenního programu by byl veřejný vzdělávací summit, který ženám přinese inspirativní témata, panelové diskuze, silné životní příběhy a inspiraci ze světa byznysu, filantropie, umění a CSR.

Týden vzdělanosti

23. červen 2025: Koncem měsíce června proběhne v prostorách národního pavilonu setkání zástupců českých a japonských univerzit. Cílem bude rozšíření spolupráce a navázání nových bilaterálních dohod mezi vysokými školami a vědecko-výzkumnými organizacemi. Součástí bude prezentace vítězů soutěže KGK zaměřené na studenty základních, středních a vysokých škol. Byla by vhodná účast ministra školství.

Týden světové bezpečnosti

6. srpen 2025: Celý svět si tento den připomene smutné výročí svržení atomových bomb na japonská města Hiroshima a Nagasaki. Záběry z Památníku míru, jehož dominantou je kopule budovy tamního Průmyslového paláce (tzv. Atomic dome), který byl projektován a postaven českým architektem Janem Letzelem, bezpochyby uvidí miliony lidí na celém světě. Ceremoniálu u příležitosti tohoto smutného výročí se v Hiroshimě každoročně účastní představitelé japonské vlády i OSN. Bylo by vhodné zvážit účast ministra zahraničních věcí ČR, který by následně navštívil Expo 2025.

Česko-asijské inovační fórum

1. říjen 2025: Na samotný závěr Všeobecné výstavy proběhne ve spolupráci s českými obchodními komorami v Koreji, Taiwanu a samozřejmě Japonsku Česko-asijské inovační fórum, jehož účelem bude představit české inovace partnerům z širšího regionu a současně poznat regionální inovace. Cílem je uspořádat akci pro cca 200 účastníků s podporou významného mediálního domu (např. Forbes). Účast ministryně pro vědu, výzkum a inovace a zapojení agentury CzechInvest, stejně jako vybraných výzkumných ústavů s vysokým inovačním potenciálem do přípravy a realizace fóra by tuto akci významně podpořila.

Týdny lokálních talentů

Autor koncepce předpokládá zapojení nejméně 9 krajů, které budou mít příležitost představit v reprezentativních prostorách národního pavilonu svůj kraj, lokální talenty i firmy. Realizační tým KGK nabídne krajům asistenci při tvorbě scénářů, výběru firem, pozvání relevantních lokálních partnerů i zajištění návštěvy. Pro kraje i jejich firmy se bude jednat o jedinečnou příležitost představit se světu a získat nové kontakty. Na organizaci týdnů lokálních talentů bude spolupracovat Česká centrála cestovního ruchu Czech Tourism, jehož cílem je směřování zahraničních turistů do jednotlivých krajů. Czech Tourism zároveň využije možnosti uspořádat dílčí B2B akce pro japonské nákupčí.“

5. Návrh struktury realizačního týmu

V rámci přípravy, průběhu samotné akce a určitém období po jejím skončení bude potřeba zajistit funkční a robustní rámec pro řízení tak náročného projektu. Manažerský tým bude muset pokrýt celou řadu funkcí nejen v Česku, ale i Japonsku. Mezi ty patří zejména zajištění nákupního procesu v souladu s českou legislativou, smluvní zajištění všech relevantních vztahů, řízení a minimalizace rizik, fundraising, řízení a kontrola financí, lidských zdrojů, kontrola kvality externích dodávek, logistické operace a v neposlední řadě marketing a komunikaci s médii.

Pro tento účel bude muset být vytvořen silný manažerský tým, složený z předních odborníků se zkušenostmi z mezinárodního prostředí i realizací výstav, konferencí a podobných eventů.

Struktura týmu se bude v průběhu času vyvíjet, a to jak co se týče samotných pracovních pozic, tak místem výkonu práce jednotlivých osob, podle aktuálního postupu projektu v jeho klíčových fázích. Garanty projektu, kteří zajistí dlouhodobou kontinuitu a budou minimalizovat případná rizika ztráty znalostí v rámci projektu, budou ředitel KGK a jeho zástupce, kteří budou kmenovými zaměstnanci organizace.

Pozice	Zodpovědnost	Místo výkonu práce
Generální komisař (ředitel projektu)	• Vrcholově odpovídá za realizaci projektu • Zastupuje ČR před organizátory i ostatními účastníky Expo 2025 • Zodpovídá za naplnění koncepce účasti	• do 08/2024 ČR • od 09/2024 Japonsko
Provozní ředitel (zástupce GK)	• Zajišťuje organizační chod KGK • Odpovídá za administraci veřejných zakázek • Odpovídá za komerční stránku věci • Garantuje logistické procesy • Vystupuje v roli příkazce operace	• ČR s občasnými výjezdy do Japonska v letech 2024 - 26
Finanční ředitel	• Zodpovídá za naplnění rozpočtu KGK • Podílí se na fundraisingu • Vystupuje v roli správce rozpočtu	• ČR
Ředitel komunikace a marketingu	• Podílí se na zajištění pozitivního PR • Zodpovídá za zajištění doprovodných akcí • Zajišťuje správu obsahu na sociálních sítích • Koordinuje práci grafiků, copywriterů a content managerů	• do 12/2024 ČR • od 01/2025 do 11/2025 Japonsko
Ředitel národního pavilonu	• Zodpovídá za koordinaci stavby na místě • Zodpovídá za bezchybný průběh akce • Řídí realizační tým národního pavilonu	• od 03/2023 Japonsko

6. Časový harmonogram

2Q 2022	Předložení podrobného koncepčního návrhu a detailního rozpočtu na zajištění účasti na Všeobecné světové výstavě Expo 2025 v Ósace k projednání Vlády ČR Souhlas Vlády ČR s účastí na Všeobecné výstavě Expo 2025 v Ósace
3Q 2022	Jmenování generálního komisaře, zahájení činnosti KGK pro Expo 2025 Zahájení komunikace s organizátory Expo 2025 Podpis smlouvy o účasti ČR na Expo 2025 Vytvoření poradního sboru GK Tvorba kreativy a corporate identity účasti ČR na Expo 2025 Příprava tzv. partnership decku pro jednání s potenciálními partnery Jednání s potenciálními sponzory a partnery Příprava zadávací dokumentace k vyhlášení architektonické soutěže na zpracování návrhu národního pavilonu Dokončení výběru klíčových exponátů Zakomponování požadavků partnerů expozice do zadávací dokumentace Vyhlášení architektonické soutěže
4Q 2022	Oznámení výsledku architektonické soutěže Podpis smlouvy s vítězem architektonické soutěže
1Q 2023	Příprava zadávací dokumentace k vyhlášení výběrového řízení na realizátora stavby národního pavilonu
2Q 2023	Převzetí pozemku pro stavbu národního pavilonu ČR (13. 04. 2023)* Vyhlášení výběrového řízení na realizátora stavby národního pavilonu
3Q 2023	Oznámení výsledku výběrového řízení na realizátora stavby Podpis smlouvy s vítězem výběrového řízení Zahájení stavby národního pavilonu
3Q 2024	Termín pro ukončení stavebních prací (13. 7. 2024)*
4Q 2024	Nábor pracovníků provozního týmu národního pavilonu
1Q 2025	Termín pro ukončení prací na interiérech pavilonů (13. 1. 2025)* Školení provozního týmu národního pavilonu Termín pro dokončení instalací exponátů (13. 3. 2025)* Zahájení zkušebního provozu národního pavilonu
2Q 2025	Zahajovací ceremoniál Všeobecné výstavy Expo 2025 (12. 4. 2025)* Zahájení Všeobecné výstavy Expo 2025 (13. 4. 2025)*
3Q 2025	Národní den ČR u příležitosti 165. výročí narození Alfonse Muchy
4Q 2025	Ukončení Všeobecné výstavy Expo 2025 (13. 10. 2025)* Zahájení likvidace expozice, demontáž pavilonu
2Q 2026	Termín pro předání pozemků v původním stavu organizátorovi*

*) Závazné termíny stanovené organizátorem Všeobecné světové výstavy Expo 2025

7. Návrh rozpočtu

Všeobecné výstavy bývají přehlídkou toho nejlepšího, co mohou jednotlivé účastnické státy nabídnout.

Vzhledem k významu Japonska, jakožto klíčového politického, kulturního i ekonomického partnera ČR, je zásadní prezentovat se jako moderní a sebevědomá země a představit české společnosti v co nejlepším světle.

S ohledem na místní vnímání kvality a detailů je potřeba počítat s adekvátním rozpočtem takové akce. Při jeho tvorbě provedl autor analýzu potřeb, trhu i cenové hladiny v Japonsku a jednotlivé nákladové položky konzultoval s relevantními českými i japonskými společnostmi a odborníky. Současně vzal v úvahu očekávanou výši inflace v ČR i Japonsku.

Navrhovaný rozpočet účasti ČR na Všeobecné výstavě Expo 2025 v Ósace na úrovni cca 495 mil. Kč zahrnuje i dostatečnou rezervu na případné kurzové rozdíly a neočekávané výdaje. Kromě stavby, provozu a likvidace národního pavilonu, které jsou nejvýznamnější položkou, počítá s významnou investicí do doprovodného programu, který posílí celou národní prezentaci.

VÝDAJE	2022	2023	2024	2025	2026	CELKEM
Provozní výdaje KGK ⁴²	2 600 000	15 900 000	17 300 000	24 600 000	2 900 000	63 300 000
Marketing	1 800 000	3 800 000	5 600 000	10 400 000	400 000	22 000 000
Národní pavilon	0	45 200 000	141 000 000	102 500 000	27 200 000	315 900 000
Doprovodný program	0	1 000 000	3 800 000	44 000 000	0	48 800 000
MEZISOUČET	4 400 000	65 900 000	167 700 000	181 500 000	30 500 000	450 000 000
Rezerva 10 %	0	6 600 000	16 800 000	18 200 000	3 000 000	44 600 000
CELKEM	4 400 000	72 500 000	184 500 000	199 700 000	33 500 000	494 600 000

S ohledem na aktuální stav veřejných financí je žádoucí minimalizovat požadavky na státní rozpočet a do financování zapojit i další partnery z řad krajů, spolupracujících institucí i firem, které budou mít jedinečnou příležitost představit se partnerům z Japonska i dalších zemí regionu. Jelikož pravidla BIE omezují přímou prezentaci a formální reklamu soukromých společností v národních expozicích, budou se část firem podílet na tvorbě a vybavení pavilonu i expozic. Cílem je, aby maximum exponátů i samotného vybavení pavilonu dodali na své náklady partneři účasti. Ostatní společnosti, které budou mít zájem participovat na české účasti, avšak se nebudou podílet na vybavení pavilonu, se budou moci stát sponzory české účasti. Podle výše investované částky pak KGK zajistí partnerům adekvátní prostor pro jejich prezentace a B2B jednání v prostorách auditoria resp. business lounge, mediální prezentaci v českých i japonských médiích, podpoří jejich značky na sociálních sítích a poskytne kvalitní obsah pro další marketingové použití samotnými partnery. Předpokládaná hodnota protiplnění ze strany KGK vůči jednotlivým partnerům je minimálně dvojnásobek jejich investice.

Řada doprovodných akcí navíc umožní participaci firem a sponzoring jednotlivých akcí i dílčích eventů. Autor koncepce proto počítá se zapojením desítek českých společností, které budou mít zájem představit se japonskému publiku. V této souvislosti autor koncepce oslovil řadu firem a na základě získané zpětné vazby předpokládá spoluúčast soukromého sektoru na úrovni cca 170 – 220 mil. Kč. Podmínky účasti partnerů však budou nastaveny tak, aby umožnily zapojení i malým a středním podnikům či start-upům.

⁴² Provozní výdaje KGK zahrnují mj. mzdové náklady (podrobně viz příloha č. 6) a také náklady na smlouvy s externími spolupracovníky, jejichž počet a délka budou blíže specifikovány v dalších fázích projektu v závislosti na aktuálním vývoji a potřebách.

PŘÍJMY	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL
Participace spolupracujících institucí, krajů a firem	0	5 000 000	85 000 000	110 000 000	0	200 000 000
Rozpočtová rezerva KGK	4 400 000	0	0	0	0	4 400 000
Státní rozpočet	0	67 500 000	99 500 000	89 700 000	33 500 000	290 200 000
CELKEM	4 400 000	72 500 000	184 500 000	199 700 000	33 500 000	494 600 000

8. Závěr

Podobně jako právě skončené Expo 2020 v Dubaji, představuje Expo 2025 v Ósace skvělou příležitostí pro Českou republiku představit se široké veřejnosti i odbornému publiku v tom nejlepším světle. Není pochyb o tom, že ČR disponuje celou řadou špičkových talentů, kreativních umělců i světově oceňovaných technologií. Vzhledem ke skutečnosti, že Expo 2025 bude probíhat v geograficky i kulturně vzdáleném Japonsku, bylo by vhodné, aby českou účast garantoval profesionál se zkušenostmi s teritoriem.

Autor konceptu je přesvědčen, že účast na Expo 2025 v Ósace výrazně pomůže k dalšímu posílení dobrého jména ČR v Japonsku i rozvoji obchodních a bilaterálních vztahů. S ohledem na náročnost projektu a jeho plánovaný harmonogram, který je omezen termíny ze strany organizátora, by bylo vhodné rozhodnout o účasti ČR v co nejkratším termínu.