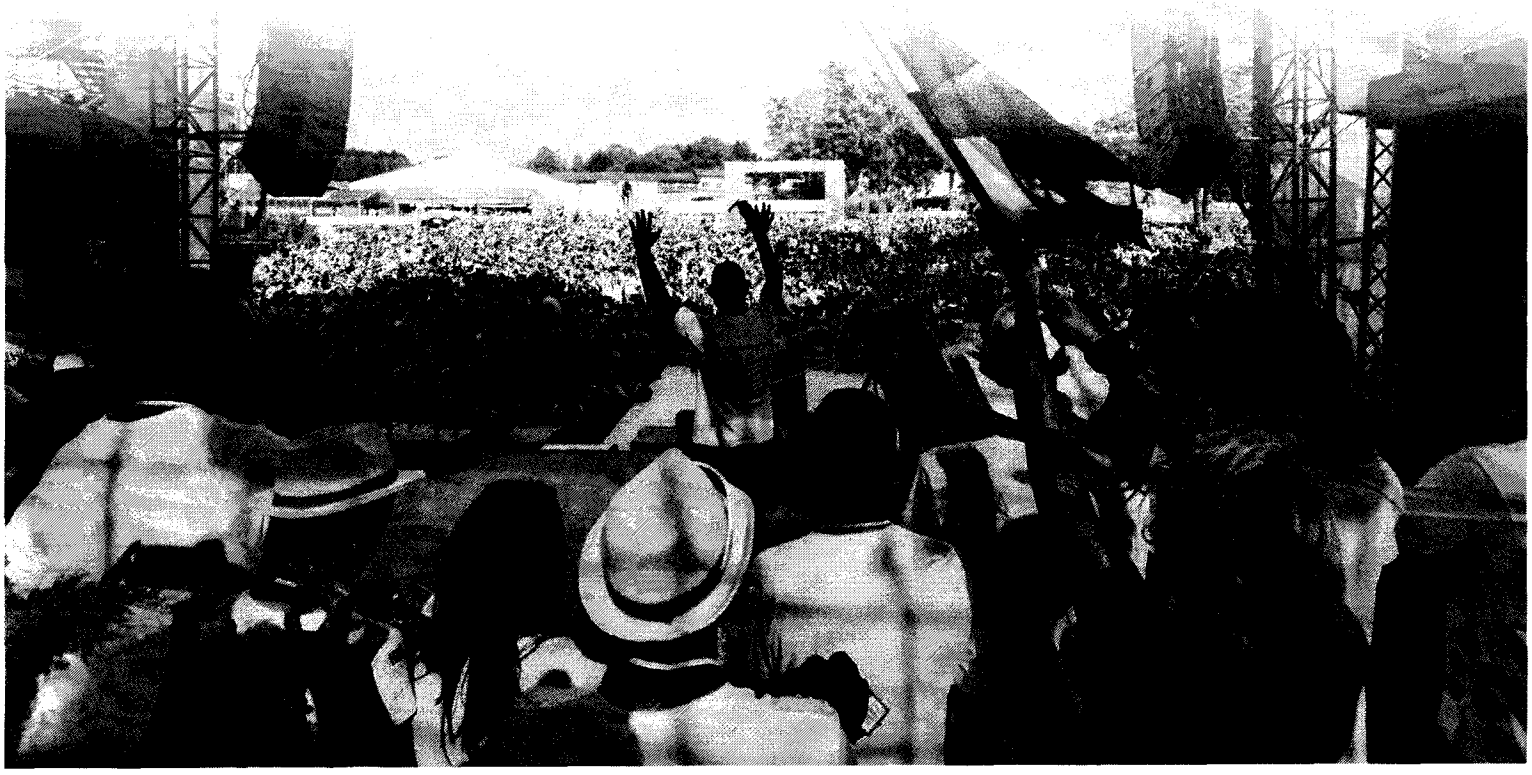
PŘÍLOHA Č. 2

MANUÁL PRO USPOŘÁDÁNÍ OLYMPIJSKÉHO PARKU

*100 1918 2018 czech team

Vydal ČOV dne 7. 4. 2017
www.olympic.cz



OBSAH

PŘEHLED POJMŮ A ZKRATEK – – – 4

1. ÚVOD – – – 5

2. OLYMPISMUS A OLYMPIJSKÉ HNUTÍ – – – 5
   2.1. Symbol pěti kruhů – – – 6
   2.2. Olympiáda jako sportovní fenomén – – – 6
   2.3 Olympijské hodnoty – – – 7
   2.4 Organizace olympijského hnutí a role Českého olympijského výboru – – – 7

3. PROJEKT OLYMPIJSKÝCH PARKŮ – – – 8
   3.1 Historie Olympijských parků – – – 8
   3.2 Olympijské parky v regionech ČR – – – 13
   3.3 Cíle projektu – – – 13

4. ORGANIZACE – – – 14
   4.1 Organizační výbor – – – 14
   4.2 Realizační týmy – – – 14
   4.3 Manažeři jednotlivých sekcí – – – 14
   4.4 Role obce/kraje – – – 16
   4.5 Spolupráce se složkami integrovaného záchranného systému – – – 16

5. PRODUKCE – STAVBA A PROVOZ PARKU – – – 17
   5.1 Architektonický návrh – – – 17
   5.2 Přípravné práce – – – 17
   5.3 Instalace a deinstalace – – – 18
   5.4 Doprava – – – 18
   5.5 Bezpečnost – – – 18
   5.6 Gastro služby – – – 18
   5.7 VIP servis – – – 19
   5.8 Audio - vizuální technika – – – 19
   5.9 IT služby – – – 21

6. SPORTOVNÍ A KULTURNÍ PROGRAM – – – 21
6.1 Televizní přenosy – – – 22
6.2 Spolupráce se svazy / sportoviště – – – 23
6.3 Rezervační systém sportovišť – – – 23
6.4 Doprovodny program – – – 23

7. EKONOMIKA A FINANCOVÁNÍ – – – 24

8. DOBROVOLNÍCI – – – 24

9. MARKETING – – – 25
9.1 Základní pravidla – – – 25
9.2 Hierarchie partnerů – – – 26
9.3 Merchandising – – – 26

10. KOMUNIKACE A PROPAGACE – – – 27
10.1 Tiskový tým a PR oddělení – – – 27
10.2 Tiskové středisko – – – 27
10.3 Fotografický servis – – – 27
10.4 Studio České televize a přenosový vůz ČRo Radiožurnál – – – 28
10.5 Video streaming a propagační videa – – – 28

11. TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ – – – 29

PŘEHLED POJMŮ A ZKRATEK

MOV	Mezinárodní olympijský výbor
ČOV	Český olympijský výbor
ČO a.s.	Česká olympijská a.s. – oficiální marketingová agentura ČOV
ČOT	Český olympijský tým
OP / park	Olympijský park
ZOH 2014	XXII. zimní olympijské hry v Soči
LOH 2016	XXXI. letní olympijské hry v Rio de Janeiru
ZOH 2018	XXIII. zimní olympijské hry, které se uskuteční od 9. do 25. února 2018 v jihokorejském Pchjongčchangu
Logo	Symbol organizace či projektu
Logo ČOV	Oficiální logo ČOV
Logo projektu	Oficiální logo projektu Olympijských parků
Označení	Oficiálního logo s oficiálním názvem konkrétního Olympijského parku
Logo obce/kraje	Oficiální logo města/kraje
Manuál	Manuál pro uspořádání Olympijského parku
Grafický manuál	Grafický manuál pro venkovní branding, branding sportů a tiskové materiály pro každý konkrétní Olympijský park
OH	Olympijské hry pořádané MOV
ČT	Česká televize – veřejnoprávní televize
ČRo Radiožurnál	Český rozhlas – veřejnoprávní rozhlas

1. ÚVOD

Tento manuál shrnuje základní informace, závazná pravidla i doporučení k organizaci Olympijských parků a je určen všem subjektům i osobám zapojeným v projektu.

Manuál obsahuje principy organizace, produkce, programu, marketingu a komunikace projektu Olympijských parků a dává tyto jednotlivé oblasti do souvislostí.

Manuál poskytuje i velmi obecný rámec, jak celý projekt navazuje na olympijské hodnoty a jak zapadá do olympijského hnutí.

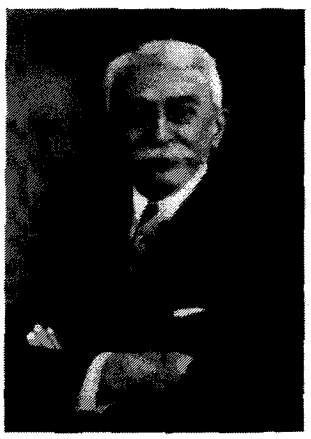
Kontakt:
Český olympijský výbor
Benešovská 6, Praha 10
Tel.: +420 271 730 622
E-mail: info@olympic.cz

2. OLYMPISMUS A OLYMPIJSKÉ HNUTÍ

Zakladatelem moderního olympismu byl Pierre de Coubertin, z jehož iniciativy se sešel v červnu 1894 v Paříži Mezinárodní sportovní kongres. 23. června 1894 byl ustaven Mezinárodní olympijský výbor (MOV), který dnes platí za nejvýznamnější a největší sportovní organizaci.

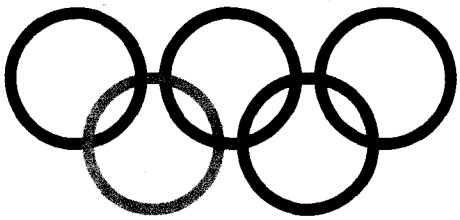
Olympismus je životní filozofií, vyváženě spojující tělesnou zdatnost, vůli a ducha v jeden celek. Olympismus usiluje o vytvoření způsobu života, založeného na radosti z vynaloženého úsilí, na výchovné hodnotě dobrého příkladu a na respektování základních etických principů včetně hry fair play a vzájemného porozumění. Smyslem olympismu je zapojit sport do procesu harmonického rozvoje člověka.

Činnost olympijského hnutí, symbolizovaná pěti propojenými kruhy, je rozšířena na všech pěti kontinentech. Jejím vyvrcholením je účast sportovců celého světa na olympijských hrách. Provozování sportu je lidským právem. Každý jednotlivec musí mít možnost provozovat sport.



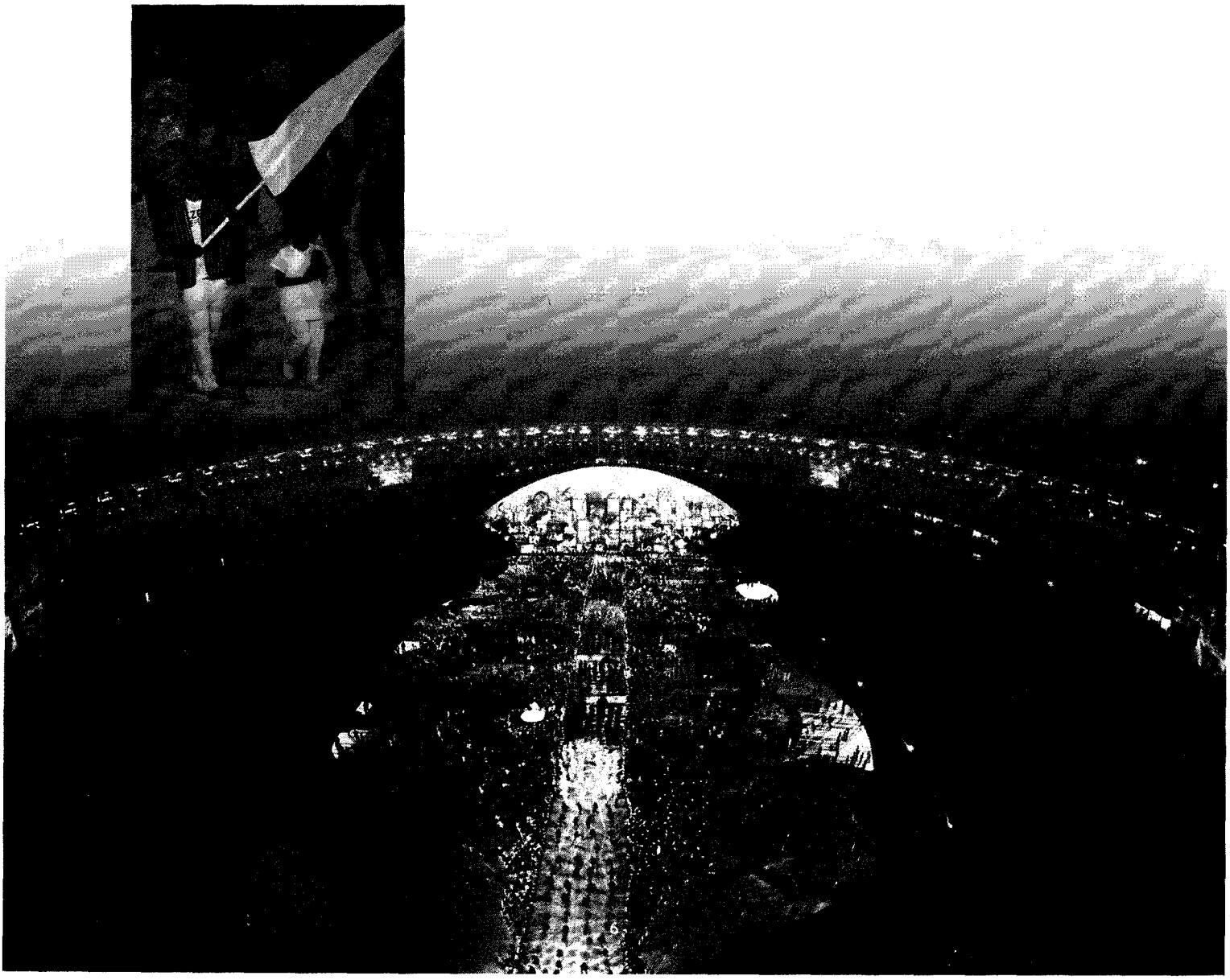
2.1 Symbol pěti kruhů

Olympijské kruhy, navržené v roce 1931, představují spojení pěti světových kontinentů a setkání sportovců celého světa na olympijských hrách. Olympijské kruhy a jejích spojení s olympijským hnutím **zná 93 %** světového obyvatelstva (Kantar research for IOC – Sochi 2014). Symbol pěti kruhů je nejlépe identifikovaným znakem na světě. Mezinárodní olympijský výbor dohlíží na ochranu olympijských symbolik a dodržování práv partnerů Mezinárodního olympijského výboru.



2.2 Olympiáda jako sportovní fenomén

Olympijské hry jsou celosvětově vnímány jako nejprestižnější akce nejen sportovního, ale i společenského charakteru. **81 %** obyvatel planety Země sleduje olympijské hry (Kantar research 2012). Lidé vnímají konání olympijských her a aktivně je sledují.



2.3 Olympijské hodnoty

Základní olympijské hodnoty jsou Přátelství – Respekt – Sebezdokonalování.

Přátelství (friendship) – přátelství je srdcem Olympijského hnutí. Díky přátelství vidíme sport jako nástroj pro hledání porozumění mezi jednotlivci i mezi lidmi celého světa.

Respekt (respect) – tato hodnota zahrnuje úctu k sobě samému, svým výkonům a svému tělu, ale i respekt k ostatním lidem a sportovcům, pravidlům, ale i respekt k životnímu prostředí.

Sebezdokonalování (excellence) - je cestou k podávání nejlepších výkonů nejenom ve sportu, ale i v každodenním životě. Důležité není vítězit, ale účastnit se, zlepšovat se a užívat si vyvážený život po tělesné a duševní stránce.

2.4 Organizace olympijského hnutí a role Českého olympijského výboru

Nejvyšším orgánem olympijského hnutí je Mezinárodní olympijský výbor (MOV) se sídlem ve švýcarském Lausanne (http://www.olympic.org/).

V České republice zastupuje olympijské hnutí ČOV založený v roce 1899. Každá osoba či orgán působící v jakékoliv funkci v olympijském hnutí je vázán ustanoveními Olympijské charty a musí dodržovat rozhodnutí MOV a ČOV.

Úlohou ČOV je šířit olympismus v souladu s Olympijskou chartou. ČOV se ale snaží postihnout fenomén sportu v celé jeho šíři. ČOV nezastřešuje pouze olympijský a vrcholový sport, ale propaguje sport jako životní styl a snaží se ho zpřístupnit široké veřejnosti.

Projekt ČOV „Česko sportuje" má ambici rozpohybovat českou veřejnost, zvrátit negativní statistiky týkající se poklesu fyzické zdatnosti a zvýšení obezity v ČR - podporuje sportovní aktivity mládeže a rozšiřuje povědomí široké veřejnosti o nezbytnosti zdravého životního stylu, k němuž sport a pohyb patří.

Jedinečnou příležitostí pro naplnění této své úlohy je období konání Olympijských her. Během Olympijských her rezonují olympijské hodnoty a olympijská myšlenka ve společnosti nejsilněji, ČOV proto přišel s projektem Olympijských parků, jejichž hlavní myšlenkou je přenést atmosféru olympijských soutěží do jednotlivých zemí v rámci lokálních Olympijských parků.

3. PROJEKT OLYMPIJSKÝCH PARKŮ

Olympijské parky mají sílu motivovat veřejnost k aktivnímu životnímu stylu a jsou proto zařazeny do projektu „Česko sportuje" jako jeden z hlavních eventů tohoto projektu. V Olympijských parcích je kladen důraz nejenom na sledování přenosů z olympijských her, ale také na aktivní vyzkoušení nejrůznějších olympijských i neolympijských sportů. Návštěvníci v rámci lokálních olympijských parků obdrží informace k možnostem dalšího aktivního sportování pro děti i dospělé v daných regionech.

Koncept Olympijských parků prošel vývojem – od prvního parku na Letné během ZOH 2014 až k současnému pojetí. Od roku 2017 jsou Olympijské parky budovány jako **síť parků, které jsou centrálně řízeny a organizovány ČOV/ČO** ve spolupráci s městy a kraji, kde se park koná, a za jasně daných podmínek. Tyto podmínky jsou definovány Smlouvou o spolupráci při uspořádání Olympijského parku, tímto Manuálem a Grafickým manuálem.

Olympijská symbolika stejně jako slovo „olympijský" je v ČR chráněno zákonem č. 60/2000 Sb., o ochraně olympijských symbolik, a ČO a.s., jakožto výhradní marketingová a servisní organizace ČOV, je na základě výslovného zmocnění ČOV mj. oprávněna **realizovat** jeho jménem **projekty ČOV včetně rozhodování o užívání olympijských symbolik.**

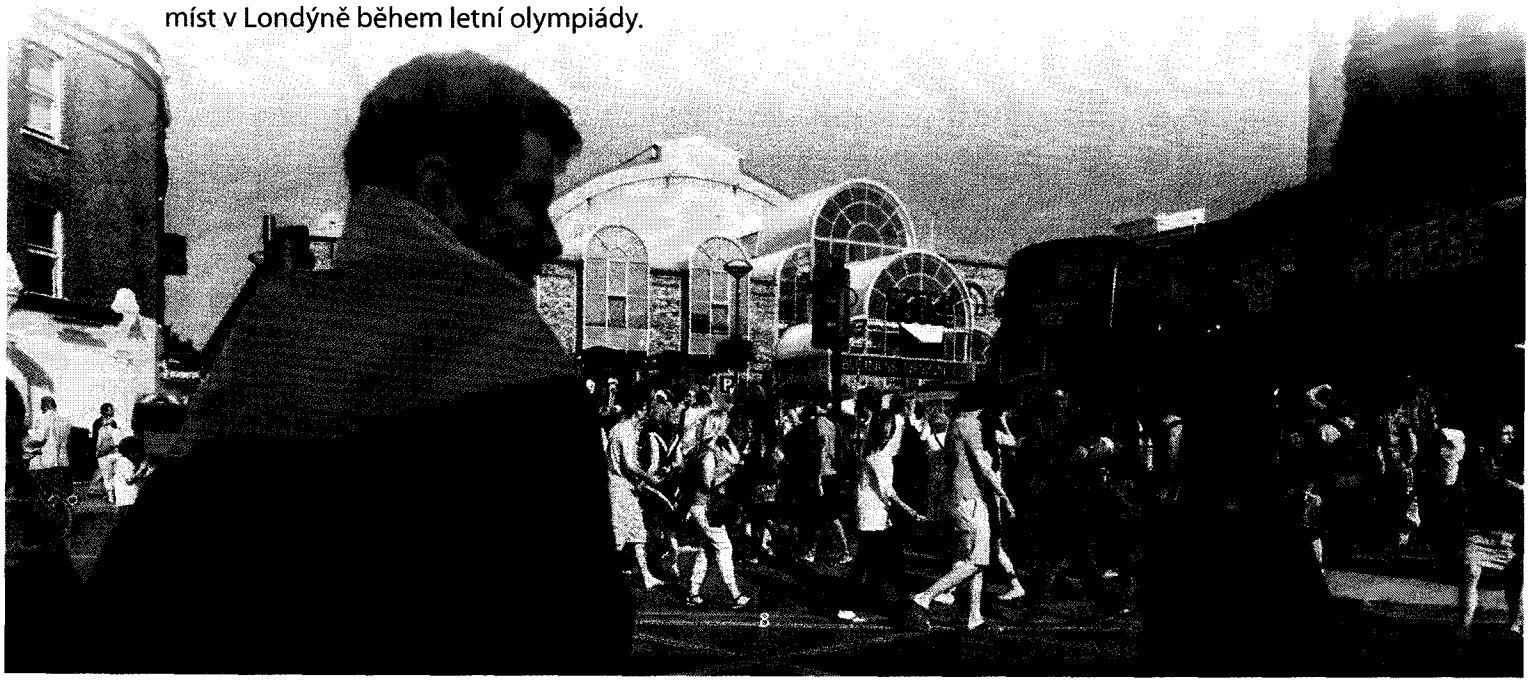
ČOV a ČO a.s. jsou organizátorem Olympijských parků. Obce a kraje se podílí poskytnutím finančních prostředků a svou součinností při uspořádání parku.

3.1 Historie Olympijských parků

ČOV chce přiblížit Olympijské hry fanouškům sportu a veřejnosti - pro geograficky blízké dějiště OH se nabízí forma Českého domu otevřeného veřejnosti, jakým byl např. Czech House London 2012. Pro méně dostupné OH se osvědčil koncept Olympijského parku, který byl poprvé představen veřejnosti k příležitosti zimních OH v Soči 2014 na pražské Letné.

LOH Londýn 2012

Během OH v Londýně 2012 byl Český dům otevřen nejen organizátorům a sportovcům, ale i fanouškům. A právě oni vytvořili z Českého domu jedno z nejnavštěvovanějších a nejoblíbenějších míst v Londýně během letní olympiády.



Celkem 78 700 příznivců zde denně sledovalo sportovní přenosy ze všech olympijských disciplín, z nichž devět zacinkalo i českými medailemi. A právě díky početné fanouškovské základně, která pro všechny české sportovce – a nejen medailisty – vytvořila vždy bouřlivé přivítání, se z Českého domu stalo místo s nezapomenutelnou atmosférou. Místo, kde se na pódiu střídaly sportovní hvězdy s těmi hudebními.

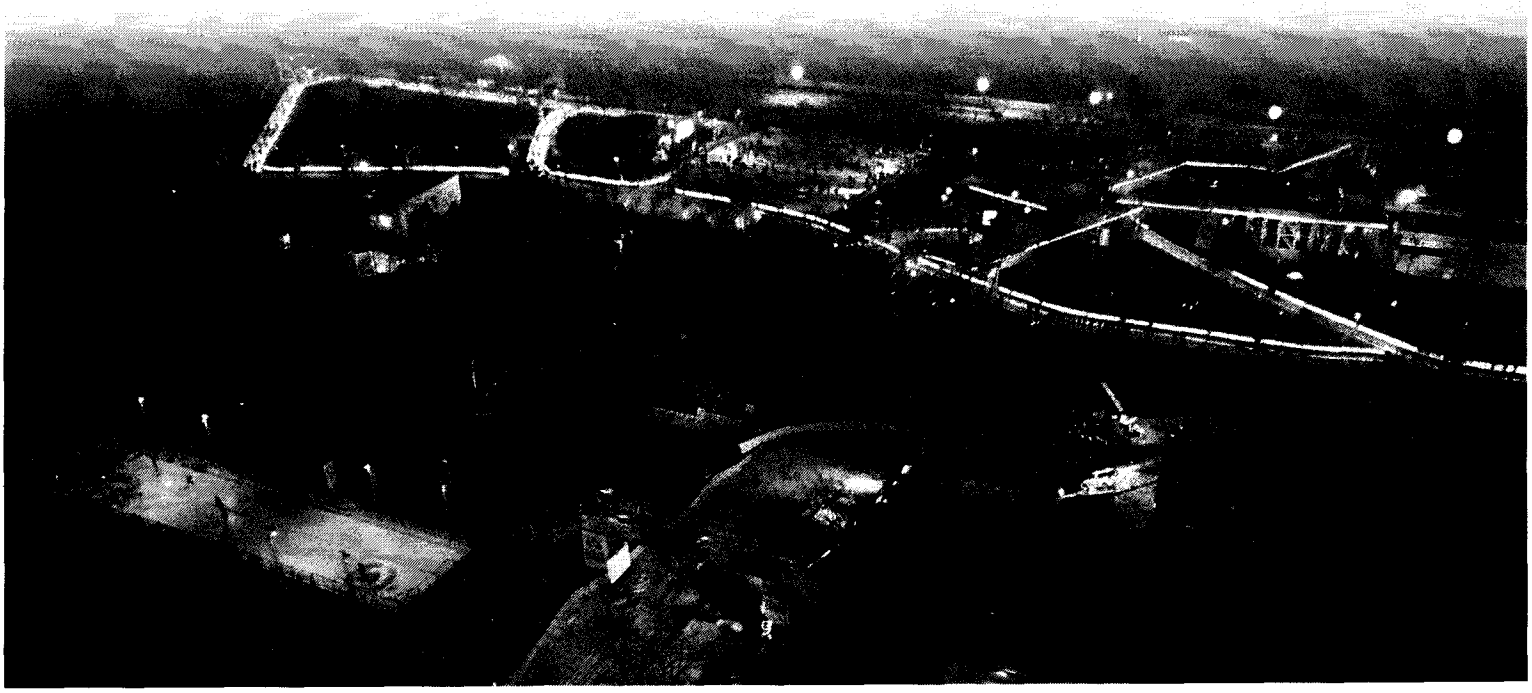
Český dům v číslech*
- Počet návštěvníků: 78 700
- Rekordní návštěva: 6 700 – 4. srpna (závod Miroslavy Knapkové)
- Provoz zajišťovalo také na 100 dobrovolníků
- V rámci programu vystoupilo 82 účinkujících
- Počet hostů na hlavním pódiu: 150
- Návštěva nejvýznamnějších osobností: Sebastian Coe, Sergej Bubka, Lasse Virén, Wilson Kipketer, Colin Jackson, Hicham El Guerrouj, Matt Emmons, Jorge Garbajosa, Jaromír Jágr, Petr Čech, Tomáš Rosický

Vedle Českého domu byly letní olympijské hry v Londýně rekordní i z pohledu sledovanosti. Celková sledovanost (pokrytí) během 19 vysílacích dnů dosáhla na kanálech České televize počtu 6 252 000 diváků. Průměrná denní sledovanost dosáhla 29 % – 2 561 000 diváků. Nejvyšší počet diváků zhlédl ve čtvrtek 9. 8. 2012 finálové okamžiky obhajoby zlaté olympijské medaile Barbory Špotákové a to 1 649 000 (rating 19 %, share 58 %).

**Zdroj: globální marketingový výzkum od Sports Marketing Surveys (SMS) a Česká televize*

ZOH Soči 2014

Olympijský park na pražské Letné se stal unikátním sportovním centrem, ve kterém se po dobu vrcholných soutěží v Soči spojily olympijské hry a aktivní vyžití českých fanoušků, kteří do vzdáleného dějiště her necestovali. V konečném součtu areál během osmnácti dnů navštívilo 409 184 lidí, přičemž třetinu z nich tvořily děti a polovina návštěvníků byla mimopražských! Olympijský park na Letné upoutal i zájem MOV.



Olympijský park Letná v číslech:

- Celkem 18 dní sportu, fandění a zábavy
- Více než 120 hostů na hlavním pódiu
- Vystoupilo 486 účinkujících
- 24 telemostů mezi ruským Soči a pražskou Letnou
- Z regionů dorazilo 6 200 sportujících dětí z organizovaných skupin
- Provoz zajistilo 450 dobrovolníků

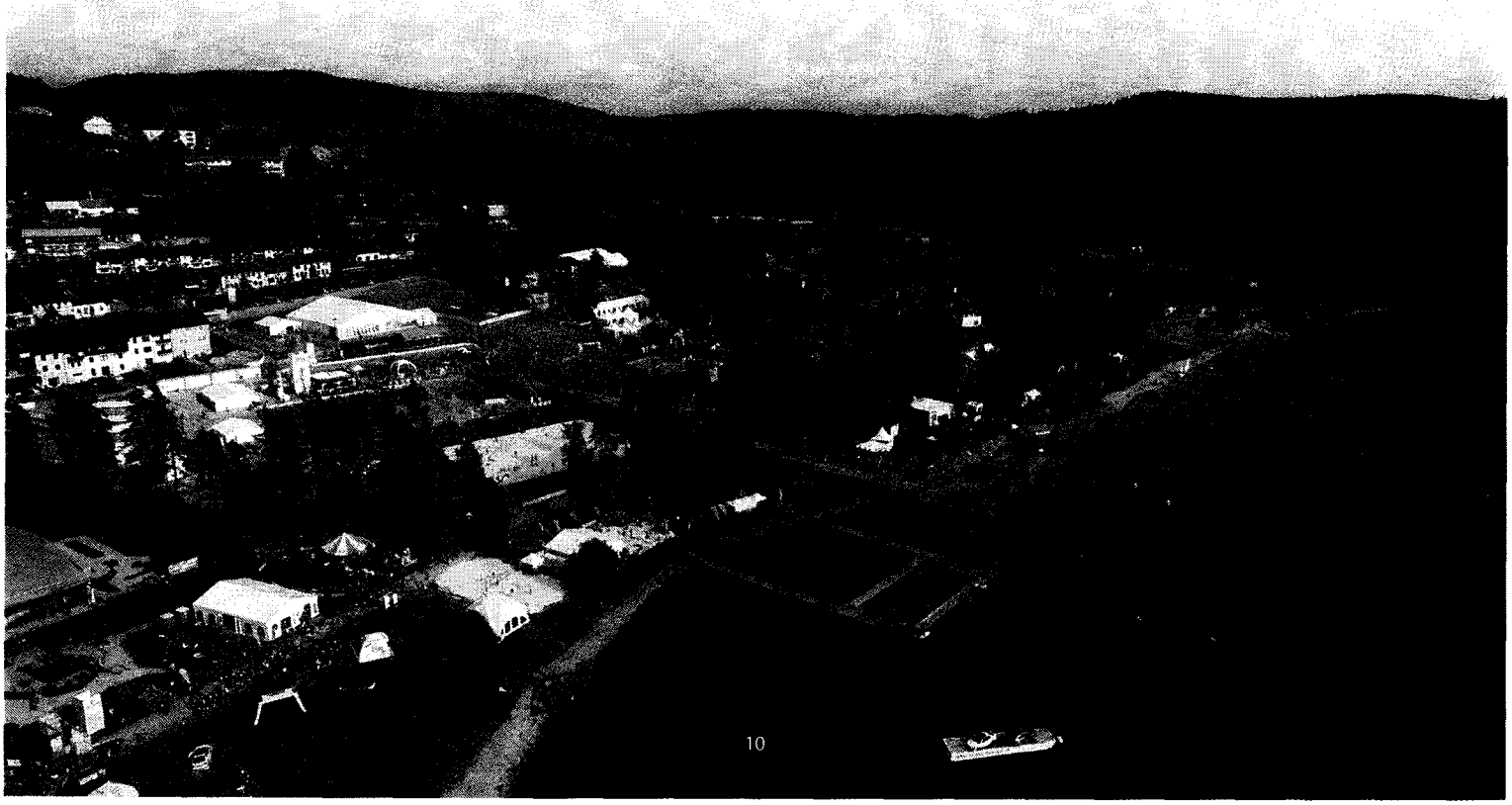
Díky Olympijskému parku se ZOH v Soči staly nejsledovanějšími olympijskými hrami v historii ČR. Prostřednictvím paralelního vysílání ze dvou studií na Letné a v Soči bylo dosaženo kumulovaného zásahu 7,2 milionu diváků. ČT odvysílala 710 hodin přenosů v rámci programů ČT2 a ČT sport a dalších zpravodajských relací na ČT1 a ČT24. **Program „Branky, body, vteřiny" byl poprvé v historii vysílán mimo objekt Kavčích hor.**

Další zajímavá čísla:

- 96 zástupců českých médií, studia ČT a ČRo bylo přímo v Olympijském parku.
- Mobilní aplikace ZOH 2014 (pro OH) a Letná 2014 (pro Olympijský park) byly k dispozici pro všechny operační systémy a dosáhly přes 300 tisíc stažení. Staly se z nich nejúspěšnější eventové aplikace v historii dle hodnocení uživatelů v ČR.
- **Facebooková stránka Českého olympijského týmu zaznamenala největší nárůst fanoušků v Evropě (ze 41 tisíc na 217 tisíc).**
- Kumulovaný zásah na Facebooku byl přes 1,5 milionu lidí, nejaktivnější skupinou byli mladí dospělí ve věku 18–24 let. (Tato čísla potvrzují velmi efektivní komunikaci s mladou generací.)

LOH Rio de Janeiro 2016

Olympijský park Rio-Lipno, který se konal v lipenské oblasti v Jihočeském kraji, nabídl návštěvníkům sedmnáct dní unikátního sportovního vyžití během olympijských her v Riu de Janeiro. Park celkově navštívilo 341 000 návštěvníků, kteří si mohli vyzkoušet 47 olympijských i neolympijských sportů. Celých 45 % z celkového počtu návštěvníků tvořily děti. Park byl populární nejen u místních Jihočechů. Dvě třetiny návštěvníků přijelo z jiného než Jihočeského kraje.



Olympijský park Rio-Lipno v číslech:

- Celkem 17 dní sportu, fandění a zábavy.
- 25 hodin odvysílala z Lipna Česká televize.
- 55 hodin přenosů uskutečnil z Lipna ČRo Radiožurnál.
- 57 % návštěvníků bylo v parku s celou rodinou (Výzkum Millward Brown 2016).
- 85 % návštěvníků by park ocenilo i při dalších olympiádách (Výzkum Millward Brown 2016).
- O bezproblémový provoz parku se staralo takřka 500 dobrovolníků.

Díky Olympijskému parku Rio-Lipno si atmosféru olympijských her mohli vychutnat i čeští fanoušci, kteří se do brazilského Ria de Janeiro osobně dostavit nemohli. Naprostá většina návštěvníků si z parku odnesla skvělé zážitky. Nejpopulárnějšími sporty, které si mohli návštěvníci OP vyzkoušet, byly atletika, jachting a paddleboarding. **Olympijský park výrazně pomohl ke zvýšení prestiže a atraktivity regionu Lipensko.** Díky OP byla vybudována a modernizována sportovní a turistická infrastruktura, ze které region v rámci cestovního ruchu těží dodnes.

Další zajímavá čísla:

- Celkové veřejné přínosy OP dosáhly 75 milionů Kč.
- Přes 22 000 lidí si díky aktivaci partnera Samsung a jeho produktu Samsung Gear VR vyzkoušelo virtuální kajak a fitness trenažér.
- Videa z Lipna nasbírala na YouTube kanálu Českého olympijského týmu přes 650 000 zhlédnutí.

Během LOH 2016 se ČOV rozhodl rozšířit koncept Olympijských parků i do několika regionů ČR.

Vedle hlavního Olympijského parku Rio-Lipno proběhl Olympijský park i v Pardubicích a Plzni, kde pořadateli byla jednotlivá města, **a Ostravě.** V Pardubicích a Plzni organizace parků proběhla v režii měst a ČOV participoval pouze finanční podporou. V Ostravě byl park organizován ČOV/ČO za finančního příspěvku města Ostrava a Moravskoslezského kraje. V režimu ostravského parku chce Český olympijský výbor pokračovat při organizaci parků v následujících letech – tj. **silná finanční podpora města a kraje, ale centrální organizace ČOV/ČO.**

Olympijský park Ostrava

Olympijský park Ostrava se stal největší sportovně-kulturní akcí roku 2016 v celém Moravskoslezském kraji. Park celkově navštívilo 150 000 lidí, kteří si mohli nejen vyzkoušet jednu ze 38 sportovních disciplín, ale taktéž si mohli poslechnout některé z oblíbených hudebníků.

Olympijský park Ostrava v číslech:
- Zúčastnilo se 42 olympioniků (současných i bývalých).
- Bylo vydáno 20 000 diplomů pro děti a též i 20 000 dětských medailí.
- Akce proběhla za pomoci 80 dobrovolníků.

Olympijský park Pardubice

Olympijský park se nacházel i v metropoli Pardubického kraje. Navštívilo ho 374 000 návštěvníků, z nichž dvě třetiny pocházely z jiného města než z Pardubic. Nejnavštěvovanějšími sportovními disciplínami byly atletika a basketbal, kde se vystřídalo přes 20 000 lidí.

Olympijský park Pardubice v číslech:
- Rozloha parku byla takřka 250 000 m^2.
- Rozdáno bylo 14 000 diplomů a medailí.
- Jeden příspěvek na facebookové stránce parku v průměru vidělo 35 000 lidí.

Olympijský park Plzeň

Plzeňský Olympijský park navštívilo za 17 dní konání olympijských her celkem 110 000 lidí, kteří si mohli ve sportovní části vyzkoušet 54 sportovních disciplín a ve fanzóně si mohli poslechnout 50 kulturních vystoupení lokálních umělců. Na hladkém průběhu celé akce se denně podílelo 160 lidí.

Olympijský park Plzeň v číslech:
- 1500 lidí se zúčastnilo každodenního ranního cvičení pro veřejnost.
- 94,6 % dotázaných návštěvníků by park ohodnotilo známkou 1.
- V průběhu konání parku bylo zaznamenáno 195 mediálních výstupů.

3.2 Olympijské parky v regionech ČR

Pro nadcházející olympijské hry chce ČOV pokračovat v zapojení regionů při organizaci OP – klíčová je finanční participace města i kraje, **organizátorem je ČOV resp. ČO a.s.**

Pro regiony má participace přínos v následujících oblastech:
- Rozvoj regionálního cestovního ruchu
- Podpora regionálního sportu a regionálních sportovních klubů
- Investice do sportovní infrastruktury
- Prezentace města a kraje

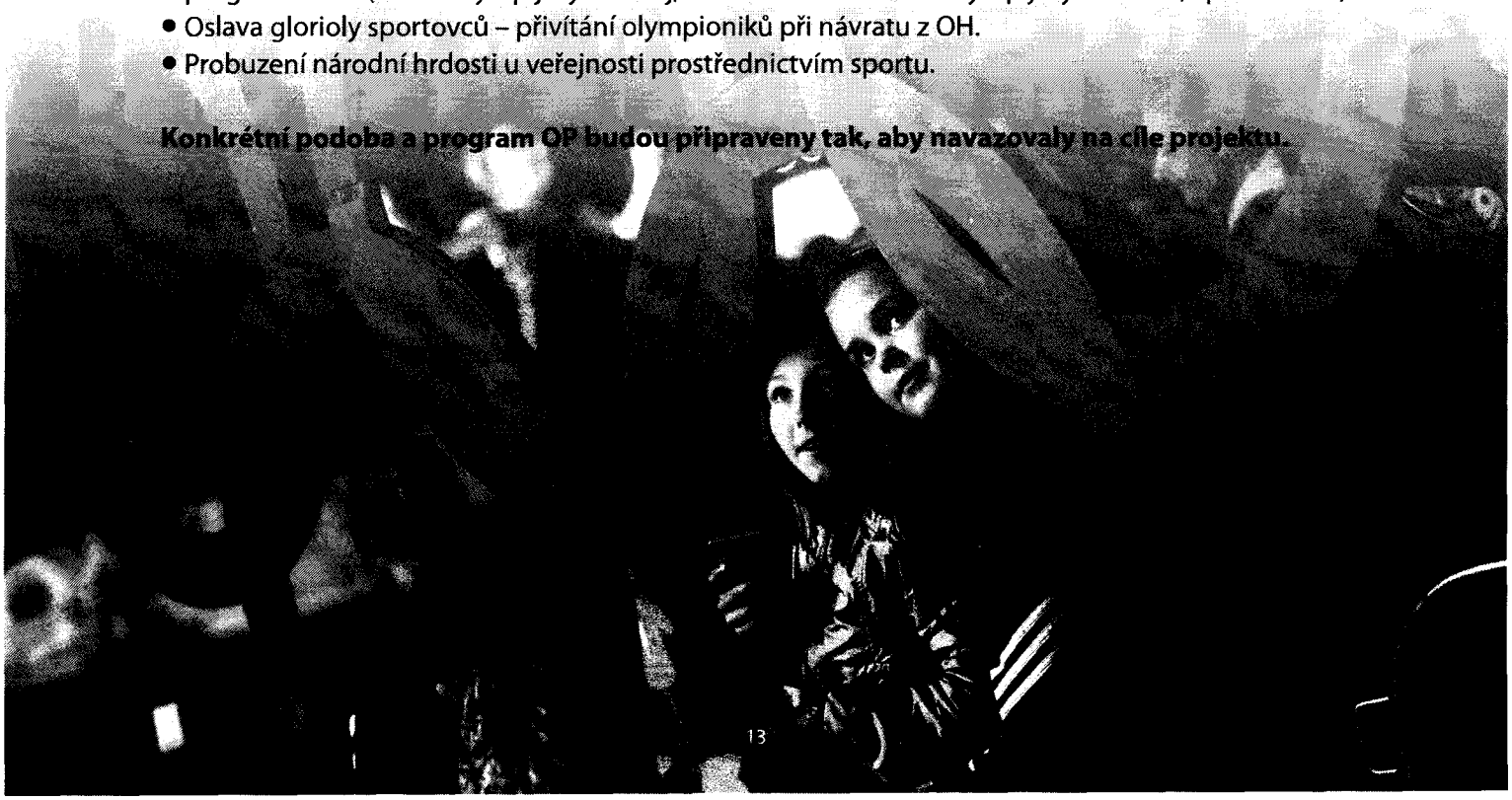
Počet Olympijských parků a výběr lokality je rozhodnutím ČOV, které závisí na možnostech obce a kraje splnit kritéria pro uspořádání OP.

Základní vize Olympijských parků v regionech:
- Olympijské parky se budou konat každé 2 roky (střídavě letní a zimní) vždy v termínu konání olympijských her.
- Všechny parky budou mít jednotný ráz při současném akceptování specifik dané lokality.
- Všechny parky budou organizovány ČOV/ČO a.s. za podmínek jasně daných smlouvou s obcí/krajem, tímto Manuálem a Grafickým manuálem.
- Parky budou propojeny v oblasti dramaturgie programu, komunikace a PR.

3.3 Cíle projektu

- Olympijský odkaz a podpora sportu jako takového – zázemí pro sportovní aktivity, šíření olympijské myšlenky.
- Prezentace a medializace **všech participujících subjektů** – spolupráce s Českou televizí a dalšími mediálními partnery ČOT, silná komunikační kampaň ČOT.
- Pohyb – představení olympijských a neolympijských sportů ve spolupráci se sportovními svazy a ukázkami od sportovních legend.
- Navázat na programy pro žáky základních škol – oslava sportu a vyvrcholení dlouhodobých programů ČOV (Sazka Olympijský víceboj, Odznak všestrannosti olympijských vítězů, Sport v okolí).
- Oslava glorioly sportovců – přivítání olympioniků při návratu z OH.
- Probuzení národní hrdosti u veřejnosti prostřednictvím sportu.

Konkrétní podoba a program OP budou připraveny tak, aby navazovaly na cíle projektu.



4. ORGANIZACE

4.1 Organizační výbor ČO

- Organizační výbor ČO (OV ČO), jehož náplní je řízení přípravy realizace projektu všech olympijských parků v ČR, je složen ze zástupců ČOV a případně z externistů zajišťujících určité činnosti v projektu.
- OV ČO zajišťuje centrální řízení projektu a dělá klíčová rozhodnutí o koncepci projektu a podmínkách realizace.
- OV ČO zasedá průměrně 1x za měsíc.
- Doplňkem schůzí organizačního výboru ČO jsou pracovní schůzky k vybraným tématům.

Složení organizačního výboru ČO:
- předseda organizačního výboru ČO
- zástupce vedení ČOV/ČO
- koordinátor projektu/projektový manažer
- manažer produkce
- manažer sportovního programu
- manažer doprovodného programu
- manažer financí
- manažer dobrovolníků
- manažer marketingu projektu
- manažer PR a komunikace
- manažer gastroprovozu
- externí poradenské firmy nebo konzultanti s nepostradatelným know-how o projektu

Manažeři jednotlivých oblastí řídí realizační týmy. V každé lokalitě, kde bude Olympijský park organizován, bude pracovat **organizační výbor Olympijského parku (OV OP), který bude řízen organizačním výborem ČO**. Manažeři jednotlivých sekcí budou mít protějšky v příslušných OV OP a ty budou řídit.

Vystupovat, jednat a uzavírat smlouvy jménem ČOV/ČO, a.s., mohou pouze statutární zástupci obou organizací a/nebo jimi písemně zmocněné osoby (ty pouze v rozsahu svého zmocnění).

4.2 Organizační výbor Olympijského parku

Organizační výbor Olympijského parku (OV OP) zajišťuje přípravu a výkonnou realizaci konkrétního Olympijského parku. Je přímo řízen OV ČO. V čele OP OV stojí jeho předseda, který je určen ČOV/ČO a nese odpovědnost za práci OV OP i za celou přípravu a realizaci konkrétního Olympijského parku. Složení OV OP je obdobné jako složení OV ČO. Funkce zde mohou být kumulovány. **K tomu mají navíc obec i kraj povinnost jmenovat do organizačního výboru Olympijského parku jednoho svého zástupce.**

4.3 Manažeři jednotlivých sekcí

- **Vedení ČOV/ČO/předseda OV ČO**

Vedení nese zodpovědnost za zásadní rozhodnutí o projektu. Vede jednání s obcemi a kraji. Podepisuje veškeré smluvní vztahy, finanční plnění a objednávky. Dbá na to, aby organizace postupovala v souladu s platnými předpisy.

- **Koordinátor projektu/projektový manažer**

Koordinuje činnosti v jednotlivých oblastech, má přehled o probíhajících aktivitách v jednotlivých sekcích a kontroluje plnění termínů a harmonogram příprav. Má přehled o všech smluvních vztazích. Svolává schůzky organizačního výboru, případně pracovních skupin. Má přehled o všech objednávkách a fakturách, hlídá čerpání rozpočtu. Schvaluje a podepisuje faktury. Má na starosti činnosti, které nespadají do kompetence jednotlivých manažerů sekcí. Komunikuje s obcemi a kraji.

- **Manažer produkce**

Jedná se o oblast klíčovou pro celý projekt, jejíž hlavní úlohou je, aby park vznikl v podobě, která byla schválena. Produkce parku nezahrnuje pouze **stavby sportovišť, zázemí, pódií a ploch**, ale i koordinaci dalších oblastí, které tvoří funkční celek parku. Jedná se zejména o: **bezpečnost v areálu, akreditace, ticketing, zabezpečení audio-vizuální techniky a IT služeb, dopravu** apod.

- **Manažer sportovního programu**

Sportovní program navazuje na hlavní cíl projektu – podpora sportu jako takového, představení olympijských i neolympijských sportů ve spolupráci se sportovními svazy. Hlavním úkolem sportovního manažera je **ve spolupráci se svazy připravit atraktivní sportovní program** v parku rozložený rovnoměrně mezi všechna sportoviště a všechny dny, ideálně pro všechny věkové kategorie. Sportovní program parku má návaznost na program olympijských her a měl by být dramaturgem koordinován s kulturním programem v parku. Sportovní program by měl být vyvážený a měl by působit synergicky pro celé české sportovní prostředí.
Pod manažera sportovního programu spadá i rezervační systém sportovišť (bude-li realizován).

- **Manažer doprovodného programu**

Manažer doprovodného programu sestavuje ve spolupráci s kulturními subjekty program. Ten by měl dobře doplňovat program sportovní.

- **Manažer financí**

Manažer financí má přehled o **všech finančních tocích** i barterových dohodách souvisejících s projektem. Kontroluje dodržování plánovaného rozpočtu projektu a jeho postupné čerpání. Manažer financí má informace o všech objednávkách a fakturách v projektu. Současně má informace o všech smluvních vztazích, ze kterých vyplývá finanční plnění pro některou ze smluvních stran. Manažer financí zodpovídá za to, aby veškeré faktury byly správně zaúčtovány.

- **Manažer dobrovolníků**

Manažer dobrovolníků zajišťuje **dostatečný počet dobrovolníků** pro všechny parky dle požadavků manažerů produkce a sportovního/doprovodného programu. Má na starosti jejich **koordinaci a zaškolení**.

- **Manažer marketingu projektu**

Manažer marketingu má na starosti zejména **partnery ČOT a jejich aktivaci** v rámci parků. Vedle toho jedná i s potenciálními **partnery celého projektu či jednotlivých parků** a vytváří obchodní nabídky. Je zodpovědný za generování příjmu do rozpočtu projektu ze soukromého sektoru. Dále je odpovědný za **prodej merchandisingu** v parcích.

- **Manažer PR**

Manažer vnějších vztahů, zodpovědný za **komunikaci s médii a veřejností**. Má na starosti komunikační kampaň k projektu, webové stránky a digitální média. Zajišťuje propojení všech parků v této oblasti. Během vlastního konání parku klade důraz na komunikaci programu v parcích směrem k jejich návštěvníkům.

- **Manažer gastro provozu**

Manažer gastro provozu má na starosti gastro služby pro návštěvníky parku a zajištění stravování pro všechny osoby zapojené v organizaci parků – tj. realizační tým, sportovní svazy, dobrovolníky a VIP návštěvníky.

Úspěšná organizace projektu vyžaduje velmi dobrou spolupráci všech členů **organizačního výboru. Je nezbytná** důsledná výměna informací mezi jednotlivými manažery. Každý by měl vědět, kde ve struktuře stojí a jak jeho práce navazuje na ostatní.

4.4 Role obce/kraje

Obec a kraj se finančně podílí na pořádání Olympijského parku a poskytuje maximální možnou součinnost za účelem zdárného uspořádání Olympijského parku a to zejména:

- účastí prostřednictvím svých zástupců na společenských akcích souvisejících s přípravou, propagací a konáním Olympijského parku, zejména zahajovacího a závěrečného ceremoniálu. Zástupci obce/kraje se po dohodě s ČOV a ČO zúčastní i dalších akcí v rámci přípravy, propagace a konání Olympijského parku;
- propagací Olympijského parku prostřednictvím vlastních periodických i neperiodických tiskovin a prostředků elektronické komunikace;
- zohledněním termínu konání Olympijského parku při plánování a realizaci oprav komunikací v jeho blízkosti a na hlavních příjezdových komunikacích;
- zajištěním spolupráce a součinnosti složek integrovaného záchranného systému v souvislosti s přípravou a konáním Olympijského parku;
- zajištěním všech potřebných povolení, záborů a dalších dokumentů nezbytných pro úspěšný provoz Olympijského parku.

4.5 Spolupráce se složkami integrovaného záchranného systému

Při realizaci Olympijských parků organizační výbory spolupracují se základními složkami IZS a s dalšími institucemi:

- Hasičským záchranným sborem České republiky;
- poskytovateli zdravotnické záchranné služby;
- Policií České republiky;
- vyčleněnými silami a prostředky ozbrojených sil;
- obecními policiemi;
- orgány ochrany veřejného zdraví atd.

5. PRODUKCE – STAVBA A PROVOZ PARKU

Výběr lokality vychází z možností dané oblasti. Obecně se nabízí volné plochy, lesoparky, parky, sportovní komplexy apod.

Při výběru lokality se bere v potaz zejména:
- dostatečná rozloha pro sportovní a kulturní aktivity OP;
- dostupné zajištění inženýrských sítí (elektrických, vodovodních a odpadních přípojek);
- dostupnost IZS;
- vyhlášky a jiná omezení pro danou lokalitu (hluk, hygiena, životní prostředí);
- zázemí pro návštěvníky – cateringové zóny;
- možnost parkování a dopravní dostupnost;
- volnočasové aktivity realizované v dané lokalitě;
- existující aktivní prvky v dané lokalitě (hřiště, objekty usnadňující realizaci OP).

5.1 Architektonický návrh

Výstavbě parku předchází architektonický návrh. Architektonický návrh obsahuje veškerá sportoviště, pódia, fanzóny, zázemí projektového týmu, veřejná prostranství, plochy pro aktivity partnerů ČOT (stany a další aktivace) a případně další prvky, které jsou součástí parku. Architekt návrh připravuje zejména na základě vstupních informací od manažera marketingu (po domluvě s partnery ČOT) a manažera sportovního programu, který zajišťuje konkrétní sportoviště.

5.2 Přípravné práce

Přípravné práce na realizaci OP je nutné započít s dostatečným časovým předstihem.
Práce vycházejí z architektonického návrhu, který obsahuje rozmístění staveb (obrazovky, pódium, gastro, partnerské prezentace atp.) a sportovišť v rámci OP.

V případě potřeby předchází realizaci plán zemních prací a napojení na inženýrské sítě.
Zároveň je nutné zajistit s časovým předstihem veškerá potřebná povolení, požadavky na revize, hygienické zázemí a další administrativní dokumentaci.
Manažer produkce je spolu s manažerem financí zodpovědný za včasnou přípravu rozpočtu produkčních nákladů a za poptávková řízení na výběr dodavatelů.

Partnerské aktivace, stavby v areálu, gastro stánky, jednotlivá sportoviště a další stavby musejí manažerovi produkce s dostatečným časovým předstihem přesně specifikovat potřeby pro napojení na inženýrské sítě, internet a další dodávané služby.

Ve spolupráci s manažerem marketingu OP zajišťuje manažer produkce přesné rozmístění partnerských prezentací.

V rámci sportovišť je nutná úzká spolupráce mezi manažerem sportovního programu a jednotlivými sportovními svazy. Tato spolupráce zajistí, aby byl provoz sportovišť realizován s ohledem na specifické potřeby jednotlivých sportů.

5.3 Instalace a deinstalace

Na základě uzavřených dodavatelských smluv a podkladů manažerů jednotlivých sekcí je připraven podrobný harmonogram pro instalaci a deinstalaci staveb a zařízení OP.
Pro vlastní instalaci a deinstalaci je nutné zajistit příslušnou mechanizaci v návaznosti na harmonogram.
Před oficiálním otevřením OP je možné realizovat tzv. zkušební den, kdy budou veškerá sportoviště a zařízení parku uvedena do provozu.
V souladu s hodnotami trvalé udržitelnosti projektů spolupracují po ukončení provozu OP zapojené subjekty na rekultivaci prostoru.

5.4 Doprava

Součástí přípravy a provozu OP je také řešení dopravní obslužnosti, jak pro provozní část OP, tak pro jeho návštěvníky.
V dané lokalitě je potřeba zajistit v součinnosti s PČR a s magistrátem/městským úřadem dostatečná dopravní omezení, aby **chod OP neohrožoval běžný dopravní provoz a aby byla zajištěna dostatečná obslužnost a průjezd vozidel IZS**. V případě potřeby zajistí magistrát/městský úřad **příslušná povolení, dopravní projekt a dopravní značení**.

V blízkosti OP je nutné zajistit dostatečné parkovací plochy pro provoz OP. Je nutné vzít v úvahu celkový počet provozních vozidel s ohledem na veškerou obslužnost.

- Provoz
- Sport
- VIP
- Partnerské aktivace
- Gastro
- IZS
- Dopravní servis

Součástí provozu OP je také **dostatečná dopravní dostupnost pro návštěvníky OP**. Provoz je řešen v součinnosti s městem/krajem za využití stávajících linek hromadné dopravy, které budou posíleny v exponovaných časech provozu OP.

5.5 Bezpečnost

Pořádková služba v rámci areálu OP je obvykle řešena bezpečnostní agenturou, která nese odpovědnost za **kontrolu u vstupů do areálu, dodržování veřejného pořádku, ostrahu prostor a dodržování návštěvního řádu**. Zároveň ve spolupráci s IZS stanoví **maximální kapacitu OP** a je odpovědná za monitoring počtu osob v areálu. Dále úzce spolupracuje se zástupci IZS a **nastavuje denní režim ostrahy a provozu z hlediska IZS**.

5.6 Gastro služby

Pro návštěvníky OP musí být zajištěn dostatečný počet gastro stánků. Nabízený sortiment musí být **předem odsouhlasen** ČO/ČOV s ohledem na dlouhodobé smlouvy ČOV v oblasti gastronomie a nápojů. ČO/ČOV zajišťuje dodavatele gastro provozu a podílí se na cenotvorbě.

Pro realizační tým OP, dobrovolníky, zástupce sportovních svazů a další zaměstnance OP bude zajištěn prostor pro stravování – obvykle jídelna s cenově dostupným občerstvením.

V rámci organizačního zázemí je nutné počítat se skladovacími prostory pro dodavatele gastro služeb, včetně chladících kontejnerů. Zásobování jednotlivých stánků musí být řešeno před zpřístupněním prostor veřejnosti.

Dodavatel gastro služeb zodpovídá za zajištění veškerých potřebných povolení a za dodržování všech zákonných norem a předpisů (hygiena, EET, označení provozů atd.)

5.7 VIP servis

V rámci OP je nutné zajistit prostor pro významné hosty, sportovce a zástupce partnerů OP. Místo bude vyhrazeno pouze pro zvané hosty. Prostor bude navržen dle potřeb organizátora, zároveň bude zabezpečen dostatečný servis pro hosty (TV signál, občerstvení a nápoje atp.).

5.8 Audiovizuální technika

Audiovizuální technika (dále jen AVT) je nedílnou součástí architektonického návrhu parku. Technické řešení musí splňovat všechny zákonem dané bezpečnostní normy a zároveň být navrženo tak, aby vyhovovalo maximálně funkčním potřebám organizátora. V projektu je nutné zohlednit veškeré podmínky dané lokality, předpokládanou kapacitu prostoru, programové využití a v neposlední řadě veškeré limity (hlukové, světelné apod.). OV OP určí osobu odpovědnou za koordinaci veškeré AVT instalované v Olympijském parku, včetně zařízení dodávaného jednotlivými partnery parku.

5.8.1 Video zařízení

Doporučené technické vybavení Olympijského parku:
- LED stěny určené primárně pro přenos TV signálu s vysíláním OH – umístěné v prostoru hlavní fanzóny parku, případně i v exponovaných místech u jednotlivých sportovišť
- Doplňkové LED stěny pro zobrazení reklamního plnění a obsahu ze sociálních sítí
- Ostatní zobrazovače – velkoformátové LCD a plazmové displeje umístěné ve veřejných i neveřejných vnitřních prostorách parku
- Olympijský oheň – LED kvádr na vyvýšeném a dobře viditelném místě
- Režijní pracoviště = centrální místo pro příjem a distribuci video signálů

Typy signálů:
- Obousměrné propojení s přenosovým vozem ČT nebo jiného televizního operátora, pokud je k dispozici v Olympijském parku – příjem maximálního počtu přenášených TV signálů pro sdílení na obrazovkách. Zpětná linka s lokálním kamerovým přenosem pro uskutečnění živých „telemostů" z místa konání OH.
- Příjem pozemního (satelitního, případně internetového) vysílání ČT (případně jiného televizního operátora) s programem OH.
- Zajištění veškerých TV signálů tak, aby byly pokryty všechny sporty v živém přenosu a zároveň distribuce do všech zobrazovačů v parku např. jako interní TV okruh.
- Lokální kamerový přenos – bezdrátový kamerový HD systém, pro snímání dění v prostoru hlavního pódia a na jednotlivých sportovištích.

- Audiovizuální propojení s ostatními regionálními parky:
  a) Stream – každý park vysílá v otevírací době živý přenos z klíčových sportovišť na webu Olympijských parků.
  b) Telemost mezi jednotlivými parky – obousměrná komunikace obrazu a zvuku v době programových špiček.
  c) Sociální sítě – soutěžení a sdílení „zážitků" mezi účastníky jednotlivých Olympijských parků.
- Záznamy, příspěvky a reklamní spoty partnerů.

Pro potřeby celého parku je nutné zvolit jednotný druh TV signálu tak aby nedocházelo ke zpoždění na jednotlivých zobrazovačích.

5.8.2 Osvětlovací zařízení

Veškerá zařízení musejí splňovat podmínky pro provoz ve venkovních prostorech a zároveň být energeticky nenáročná.

Doporučený rozsah osvětlení olympijského parku:

Pódium
- základní bílé nasvícení pódia
- efektové nasvícení pódia a prostoru před ním dle dispozic pódia
- efektová, dekorativní LED stěna/síť jako pozadí pódia
- veškeré osvětlení pódia se odvíjí od velikosti pódia a programových požadavků

Osvětlení sportovišť
Pokud je provozní doba parku po setmění, je možné zajistit osvětlení jednotlivých sportovišť, která jsou v tuto dobu v provozu.
Je vhodné navrhnout takový systém osvětlení, aby bylo sportoviště homogenně osvětleno po celé ploše s minimální intenzitou dle normy jednotlivých sportů. Již při návrhu sportovišť a jejich zázemí je nutné počítat i s konstrukcemi pro osvětlení.

Veřejné osvětlení
V případě, že je Olympijský park umístěn v lokalitě, kde není fixní systém veřejného osvětlení, je vhodné zajistit minimální hladinu osvětlení dle normy pro veřejné osvětlení na všech veřejně přístupných komunikacích. V případě, že je park umístěn mimo dosah veřejného osvětlení, je vhodné zajistit v rámci technických možností osvětlení přístupových cest do parku.

Efektové dekorativní a scénické osvětlení
Vychází z architektonického návrhu a je zaměřeno především na zvýraznění hlavních stavebních prvků.

5.8.3 Ozvučovací zařízení

Jakékoliv zvukové zařízení instalované na území Olympijského parku by mělo být zapracováno do zvukové studie tak, aby nedocházelo k ovlivňování v rámci jednotlivých zón. Mimořádný důraz by měl být kladen na dodržování hlukových hygienických limitů.

Doporučený rozsah ozvučovacích zařízení:

Hlavní pódium (hlavní PA systém)
PA systém by měl být navržen dle konkrétního prostoru tak, aby rovnoměrně pokrýval prostor hlavní fanzóny, a zároveň by měl odpovídat technickým požadavkům kulturního programu. Zvukový systém by měl obsahovat potřebný počet mikrofonů, přípojných míst a odpovídajících mixážních pultů.

Ozvučení sportovišť
Samostatné zvukové systémy pro potřebu sportovních událostí v dané lokalitě. Možnost stálé instalace po celou dobu konání Olympijského parku, případně i formou mobilních ozvučovacích setů.

Emergency zvukový systém
Na území celého parku je vhodné zajistit dostatečný zvukový signál pro krizová hlášení. K tomuto účelu mohou být využita zařízení instalovaná u sportovišť případně doplněná o další zvuková zařízení.

5.8.4 Konstrukce a stavby pro AV zařízení

Veškeré dočasné stavby musejí být navrženy a odsouhlaseny odpovědnou certifikovanou osobou. Ke stavbám smí být použit pouze odpovídající homologovaný materiál. Po celou dobu konání parku musí být přítomen odpovědný certifikovaný pracovník, který je schopen reagovat na povětrnostní podmínky a zároveň je průběžně monitoruje.

5.9 IT služby

Je potřeba zajistit dostatečnou konektivitu internetu pro organizační zajištění OP, zejména pro organizační štáb, média, partnerské prezentace atp.

6. SPORTOVNÍ A KULTURNÍ PROGRAM

Program v parku by měl přímo navazovat na hlavní cíle celého projektu a měl by odrážet poselství a hodnoty Olympijských parků.

Program OP bude připraven tak, aby s ohledem na časový posun co nejvíce odrážel program v dějišti olympijských her. Je vhodné se maximálně zaměřit na časy, kdy soutěží naši sportovci – pozvat na tento den legendy daného sportu, představit příslušný sport na pódiu nebo zorganizovat turnaj/zápas. Tyto události udávají hlavní směr jednotlivých dnů v OP. Je důležité nezapomenout na společné fandění našim reprezentantům, které navodí olympijskou náladu a pocit národní soudržnosti v OP.

Cíle pro sestavování sportovního programu:
- seznámit návštěvníky OP s historií, pravidly a s potřebným sportovním vybavením pro každý sport, který je v OP zastoupen;
- představit každý sport na nejvyšší možné úrovni – rozhovory/ukázky bývalých reprezentantů, uspořádání turnajů/zápasů současné špičky ČR (ale i junioři, děti...);
- uspořádat závody/turnaje pro širokou veřejnost;

- umožnit návštěvníkům, aby si každý sport vyzkoušeli a případně se ho i naučili (turnaje, kde je laická veřejnost doplněna aktivními hráči; možnost zapůjčení potřebného vybavení a vyzkoušení daného sportu pod vedením aktivních sportovců, pravidelné lekce vedené sportovními lektory...).

Větší soutěže/závody mohou být slavnostně vyhlášeny moderátory OP při slavnostním ceremoniálu na hlavním pódiu parku a vítězové jsou odměněni medailemi a diplomy OP, což u návštěvníků opět navozuje olympijskou atmosféru a motivuje děti k dalšímu sportování.

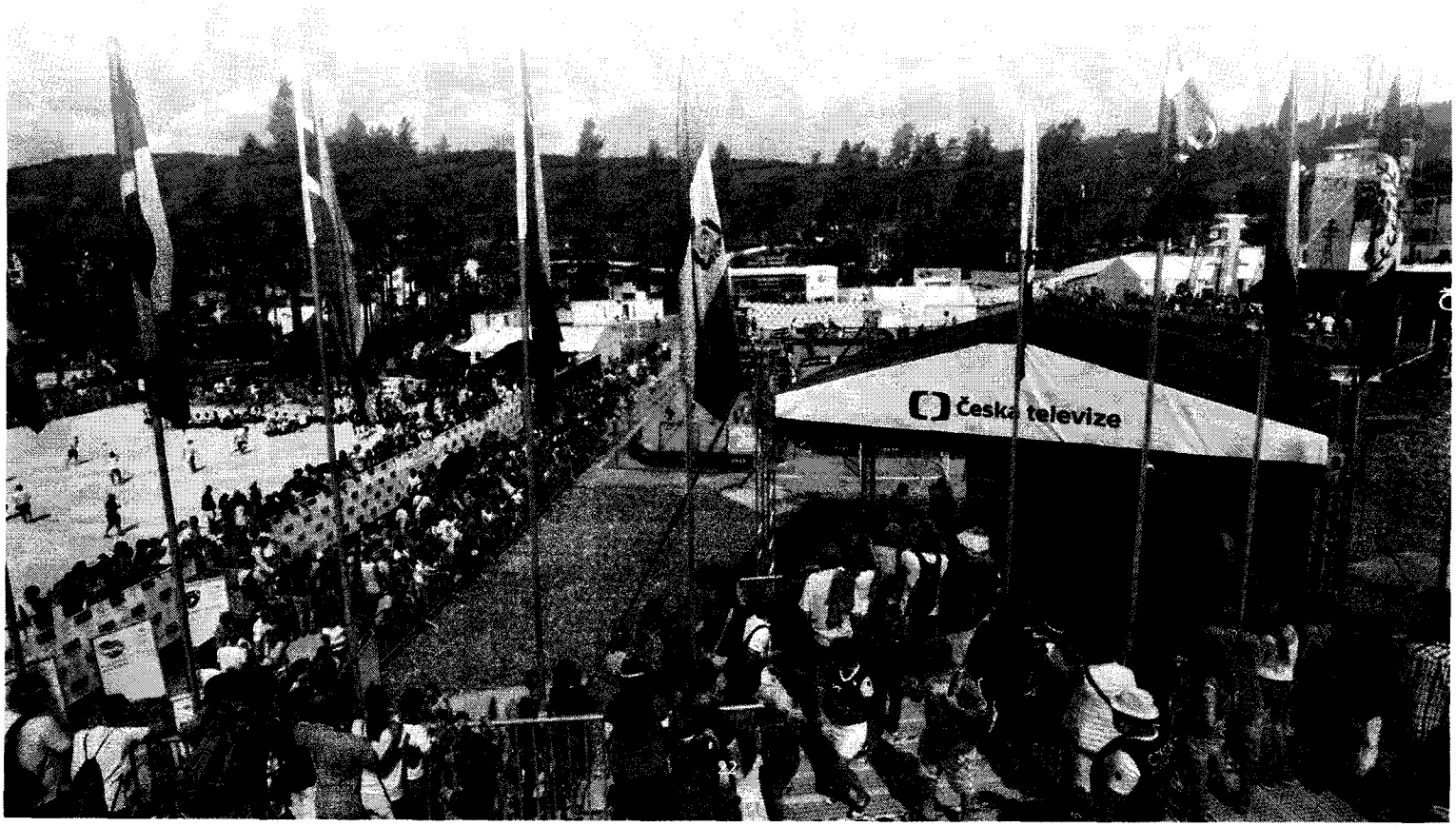
Je doporučeno mít každý den v programu zastoupeny:
- exhibice;
- možnost pro návštěvníky vyzkoušet si nějaký sport/disciplínu na vlastní kůži;
- možnost rezervace sportoviště pro individuální sportování;
- vystoupení sportovní legendy.

Je třeba zvážit rozdílnost programu zima/léto, který je dán množstvím sportů, které jsou na OH zastoupeny. Je vhodné využít sportoviště pro vícero sportovních disciplín – návštěvník se seznámí s větším množství sportů na jednom sportovišti (po dvou hodinách se střídají např. florbal, hokejbal a pozemní hokej). Je potřeba dbát na změny v činnostech u jednotlivých sportů tak, aby byla zajištěna různorodost a návštěvníci parku se nenudili (výuka, závod, volný program).

6.1 Televizní přenosy

Televizní přenosy na velkoplošných obrazovkách tvoří nedílnou součást parků. Televizní přenosy zabezpečuje Česká televize, která je generálním mediálním partnerem ČOT a která v současné době drží vysílací práva k OH.
Televizní přenosy budou dle možností jednotlivého OP probíhat na velkoplošných obrazovkách v oblasti fanzón a mohou být oživeny živým komentářem moderátorů parku.

Dále viz také bod 5.7 Audiovizuální technika.



6.2 Spolupráce se svazy / sportoviště

Program parku by měl být atraktivní a vyvážený pro všechny věkové kategorie a měl by odrážet základní olympijské hodnoty. Je vhodné návštěvníkům nabídnout ukázky olympijských a neolympijských sportů, ale i radost z pohybu jako takového.

Do vytvoření sportovního programu jsou prioritně zapojeny sportovní svazy, které jsou také odborným garantem daného sportovního odvětví.

Prioritou je zapojení všech **olympijských svazů**, jejichž disciplíny jsou na programu OH a jejichž národní federace působí v ČR. Pokud některý sportovní svaz nemá o prezentaci svého sportu zájem, doporučujeme oslovit sportovní oddíl v dané lokalitě. Kromě olympijských svazů je přínosné zapojit i **neolympijské svazy**, jež mohou celkovou nabídku sportů v parku zatraktivnit a představit veřejnosti méně známá sportovní odvětví.

Sportovní svazy by měly být motivovány možností případného náboru nových členů do svých klubů přímo v parku nebo jen možností představit svou sportovní disciplínu veřejnosti – na sportovišti, na pódiu i prostřednictvím přítomných médií.

6.3 Rezervační systém sportovišť

V případě, že některá sportoviště budou po určitou dobu vyhrazena jen pro určitý počet návštěvníků (závody, pronájem sportovišť, zápasy, turnaje, půjčovna sportovního vybavení, výukové lekce), je vhodné využít rezervační systém. Rezervační systém také poskytuje svazům představu o předpokládané vytíženosti vypsaných aktivit a umožňuje tak případně operativně reorganizovat program dle preferencí návštěvníků OP.

Rezervační systém by měl zajistit, že si návštěvníci OP mohou svůj den v parku lépe naplánovat a předem si zajistit místa na zajímavé sportovní aktivity s omezenou kapacitou.

Rezervační systém by se měl nacházet na hlavních webových stránkách jednotlivých Olympijských parků a měl by být jednoduše administrovatelný – informace o rezervacích by měly být snadno **přenosné na samotná sportoviště kdykoliv** během dne. Vzhledem k výše uvedené potřebě mít rezervace stále aktuální je vhodné mít v případě placených rezervací v systému **rozhraní pro platbu platební kartou**.

6.4 Doprovodny program

Propojení kultury a sportu odkazuje k samotným základům olympismu – k myšlence kalokagathie, tedy k ideálu harmonického souladu a vyváženosti tělesné i duševní stránky člověka.
Kultura by pak měla vhodně doplňovat sportovní program parku. Kulturní program je vhodné připravit ve spolupráci s místními kulturními subjekty.

Příklady doplňkového programu v parku:
- aktivity pro děti – zábava, vzdělávací soutěže, dětská představení, hry, workshopy
- autogramiády známých sportovců
- výstavy – se sportovní i jinou tematikou
- vzdělávací akce – se sportovní i jinou tematikou (např. věda zábavnou formou)

Program parku je nutné dobře komunikovat směrem k návštěvníkům – návštěvník parku by měl vědět, kdy a kde se koná něco zajímavého. To je nutné zabezpečit přímo v parku prostřednictvím moderátora, mobilní aplikace, letáků i webových stránek.

Manažer programu parku by měl být zkušený dramaturg a měl by zajistit synergii programu v parku.

7. EKONOMIKA A FINANCOVÁNÍ

Za ekonomiku jednotlivých Olympijských parků odpovídá ekonomické oddělení ČOV resp. ČO a.s. Vedení ČOV sestavuje rozpočet jednotlivých Olympijských parků – jeho příjmovou i výdajovou část. Manažer financí ve spolupráci s koordinátorem projektu dohlíží na čerpání rozpočtu, eviduje veškeré finanční i nefinanční položky rozpočtu projektu a připravuje podklady pro řádné vyúčtování.

Příjmová část rozpočtu zahrnuje:
- veřejné prostředky z rozpočtu obce;
- veřejné prostředky z rozpočtu kraje;
- výnosy ze soukromého sektoru – podpora partnerů;
- další možné výnosy – vstupné, gastro služby apod.

Výdajová část rozpočtu podléhá schvalování vedení ČOV resp. ČO, a.s. Faktura může být vystavena pouze na základě podepsané objednávky nebo smlouvy.

Vystupovat, jednat a uzavírat smlouvy jménem ČOV/ČO, a.s., mohou pouze statutární zástupci obou organizací a/nebo jimi písemně zmocněné osoby (ty pouze v rozsahu svého zmocnění).

8. DOBROVOLNÍCI

Dobrovolníci jsou důležitou součástí organizace OP. Pracují obvykle bez nároku na odměnu. Dobrovolníci do určité míry rozhodují o tom, jak bude projekt vnímat veřejnost, jsou srdcem projektu a reprezentují jednu ze základních hodnot olympismu – přátelství. Proto je třeba k dobrovolníkům přistupovat s náležitou péčí.

ČOV/ČO zajistí oblečení, stravu, proškolení a pojištění dobrovolníků.

ČOV/ČO uzavře z důvodu pojištění a poskytnutí jednotného oblečení s každým dobrovolníkem Dohodu o provedení práce.

ČOV/ČO spolupracuje při náboru dobrovolníků s prověřenými pořadateli různých sportovních soutěží/akcí a se sportovními kluby a dalšími organizacemi v místě pořádání jednotlivých OP.

ČOV/ČO podpoří nábor dobrovolníků na celostátní úrovni.

Dále doporučujeme:
- Vyvinout snahu o přidělení pozic dobrovolníkům dle jejich zájmů, schopností a časových možností;
- Uspořádat školení pro dobrovolníky, při kterém budou dobrovolníci seznámeni s programem parku a se svými úkoly, se základními bezpečnostními pravidly, se základy první pomoci a se systémem práce během konání parku (každodenní forma kontroly prezence, kontakt na koordinátora dobrovolníků atd.);
- Zajistit dobrovolníkům stravovací a pitný režim.
- Určit koordinátora/y dobrovolníků.
- Zřídit mailing list nebo facebookovou skupinu pro komunikaci s dobrovolníky. Dále zajistit vhodný způsob akreditace dobrovolníků a zajištění jejich vstupu na místa výkonu práce;
- Uspořádat po skončení akce poděkování dobrovolníkům (např. přijetí na radnici s poděkováním a malým občerstvením nebo párty pro dobrovolníky). Každý dobrovolník obdrží po skončení OP poděkování za pomoc při realizaci OP;
- Připravit a zajistit vhodné zázemí pro dobrovolníky včetně úschovny oblečení a věcí. Toto zázemí slouží i jako místo shromažďování, odpočinku či jako zázemí pro koordinátory dobrovolníků. Taktéž se zde budou střídat směny.

Vzhledem k tomu, že Olympijský park probíhá 17–18 dnů, je vhodné v polovině akce dobrovolníky vystřídat novou skupinou. Zaškolení a poděkování je tedy nutné uspořádat dvakrát. Poděkování dobrovolníkům v OP Rio-Lipno

9. MARKETING

Z hlediska marketingu je projekt Olympijských parků pro partnery ČOT unikátní příležitostí jak zužitkovat dlouhodobou podporu Českého olympijského týmu. Park umožňuje partnerům komunikovat své spojení se symbolem pěti kruhů skrz platformu pozitivních sportovních zážitků pro širokou veřejnost na lokálním trhu. ČOV usiluje o spojení se silnými značkami pro dlouhodobé partnerství i partnerství pro jednotlivé projekty.

ČOV/ČO vyvine maximální úsilí, aby získala pro projekt Olympijských parků dostatek partnerů, kteří připraví zajímavé aktivace v parku a tím ho zatraktivní pro návštěvníky.

9.1 Základní pravidla

Práva a povinnosti v souvislosti s užíváním olympijských symbolik a na ochranu před jejich zneužitím upravuje **Zákon o ochraně olympijských symbolik** č. 60/2000 Sb., který vešel v platnost 1. května 2000. Všechna opatření uvedená v tomto manuálu jsou v souladu s uvedeným zákonem. Veškeré

nejasnosti týkající se kapitoly marketingu a uvedeného zákona je nutné konzultovat s Českou olympijskou, a. s.

Použití **loga ČOV, loga projektu nebo označení** musí být vždy v souladu s Grafickým manuálem a musí být schváleno ČOV/ČO, a.s.

ČOV/ČO, a.s., je odpovědná za **marketingové plnění** a správnou **prezentaci partnerů** jednotlivých partnerských skupin.

ČOV/ČO, a.s., průběžně zpracovává **monitoring partnerských plnění.**

9.2 Hierarchie partnerů

1. Partneři Olympijského parku/Olympijských parků
2. Partneři ČOT
3. Partneři obce/kraje

V případě dlouhodobého a rozsáhlého zájmu některého z partnerů může ČOV/ČO, zařadit kategorii generálního partnera projektu.

Partneři Olympijského parku/Olympijských parků jsou partnery buď jednoho z parků, nebo všech Olympijských parků konajících se v ČR během jednoho roku. Partneři jsou osloveni ČO. Partnerství na úrovni partnera OP je nejdříve nabídnuto skrze ČO, partnerům ČOT, partnerům MOV a případně pak dalším partnerům. Partneři OP získávají marketingový prostor definovaný ve smlouvě a v Grafickém manuálu.

Partneři ČOT jsou dlouhodobými partnery ČOT, kteří na základě smluvního partnerství s ČOT získávají marketingový prostor definovaný ve smlouvě a v Grafickém manuálu. ČO a.s. si vyhrazuje právo na změnu/rozšíření marketingového prostoru pro partnery ČOT.

Partneři obce/kraje mohou být společnosti doporučené městem nebo krajem, kde se olympijský park koná. Podmínkou je, že jejich předmět činnosti není v konkurenčním vztahu s hlavním předmětem činnosti partnerů ČOT (www.olympic.cz), partnerů MOV (www.olympic.org) a partnerů OP. Předmětem této společnosti dále nesmí být tabákové, alkoholické a jiné výrobky nevhodné pro děti a mládež. Partneři obce/kraje musejí být vždy předem předloženi k písemnému schválení ČO, která s partnery případně uzavře smlouvu. Bez souhlasu ČO, není obec/kraj oprávněn/a spojovat žádné své partnery s Olympijskými parky.

Pravidla pro konkrétní typy prezentací partnerů upravuje Grafický manuál.

9.3 Merchandising

Prodej předmětů oficiální olympijské kolekce ČOT a případně dalších předmětů nesoucích na sobě Označení nebo logo projektu, zajišťuje v rámci Olympijských parků ČOV/ČO a.s..

Oficiálním dodavatelem olympijské kolekce ČOT je společnost Alpine Pro a.s., která má exkluzivitu v rámci všech svých produktových kategorií.

Merchandising je pro návštěvníky důležitou součástí zážitku. Návštěvníci se prostřednictvím

zakoupeného zboží identifikují s Českým olympijským týmem i s parkem jako takovým. Zejména pro dětské návštěvníky je velmi důležité, aby si z parku odnesly něco na památku.

ČOV/ČO a.s. se snaží zajistit vhodnou skladbu zboží a v dostatečném množství.

Ideální forma dodávky je metodou „just in time", tedy zajistit vybrané zboží v dostatečném množství na skladě dodavatelské společnosti, která by dle aktuální poptávky v jednotlivých lokalitách měla být schopna dodat potištěné/brandované zboží do 24 h / 48 h.

Merchandising je vhodné mít k dispozici už před akcí pro účely prezentace projektu v rámci tiskových konferencí, propagace na úrovni měst a krajů apod.

10. KOMUNIKACE A PROPAGACE

Oblast komunikace zahrnuje práci na komunikaci a propagaci akce před otevřením olympijských parků i v době jejich konání. Za komunikaci projektu je odpovědné tiskové oddělení ČOV.

Komunikace a propagace projektu před akcí se skládá zejména z:
- tiskové konference;
- prezentace v rámci Media House ČOV (jehož součástí jsou webové stránky www.olympic.cz, facebook ČOT, Facebook olympijské parky, web www.olympijskypark.cz a YouTube kanál ČOT);
- prezentace v rámci mediálních partnerů ČOT – Česká televize, ČRo;
- propagace akce v regionu (formou propagačních ploch, jako jsou billboardy, citylighty, plakátovací plochy apod.);
- tiskových zpráv případně newsletterů jako pravidelné formy komunikace s médii a s návštěvníky;
- využití mediální spolupráce obcí a krajů a jejich mediálních kanálů.

10.1 Tiskový tým a PR oddělení

Předpokládané složení týmu během konání olympijských parků: manažer PR / tiskový mluvčí, vedoucí komunikace v každém olympijském parku, editor on-line komunikačních kanálů (web, sociální sítě), oficiální fotograf v každém olympijském parku, dva redaktoři pracující pro web www.olympijskypark.cz, video tým (YouTube kanál). Během akce se PR tým podílí na komunikaci s ČOV, obcí/krajem, médii (regionálními i celostátními) i se samotnými návštěvníky.

10.2 Tiskové středisko

Během konání akce se předpokládá zřízení tiskového střediska v každém Olympijském parku. To by mělo být vybaveno internetovým připojením, vhodným občerstvením, tiskárnou a počítačem s připojením k internetu. V tiskovém středisku během akce zpravidla pracují PR pracovníci ČOV, obcí/krajů i akreditovaní novináři.

10.3 Fotografický servis

Kvalitní fotografický servis zajišťuje projektu potřebnou publicitu. Zajímavé a kvalitní fotografie

odevzdávané průběžně během akce jsou vděčným materiálem pro celostátní i regionální média a komunikační kanály Olympijských parků.

10.4 Studio České televize a přenosový vůz ČRo Radiožurnál

Při předchozích ročnících Olympijských parků na Letné a u Lipna se velmi osvědčilo živé vysílání České televize a Českého rozhlasu Radiožurnálu ze studií umístěných přímo v parku.
Česká televize odvysílala přímo z OP Lipno 25 hodin záznamu, což parku i zapojeným subjektům zajistilo velkou publicitu.
Radiožurnál uskutečnil 55 hodin přenosů z Lipna. Designový rozhlasový vůz R-Stream byl zároveň i zajímavou atrakcí pro návštěvníky.
Předpokládá se zapojení České televize i ČRo Radiožurnálu do medializace všech Olympijských parků.

Živé vysílání České televize a ČRo Radiožurnálu z Lipna – přílet olympioniků 16.8. 2017

10.5 Video streaming a propagační videa

Z nejzajímavějších míst parků je možné dělat video streaming. Vhodná je také příprava propagačních videí pro Facebook a kanál YouTube. Tyto prostředky by měly být v dnešní době převažujících digitálních médií samozřejmostí.

11. TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ

Z hlediska trvale udržitelného rozvoje je projekt Olympijských parků postaven na čtyřech základních prioritách:

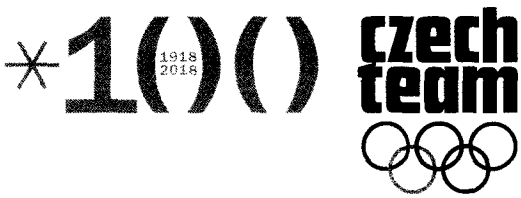
1. Olympijské parky podpoří olympijské hodnoty, zdravý životní styl široké veřejnosti a jejich aktivní přístup ke sportu.

2. Olympijské parky zanechají trvalý pozitivní odkaz v místě, kde se uskutečnily, protože si ceníme místa, kde můžeme sport provozovat.

3. Olympijské parky dbají na ochranu přírodního a kulturního dědictví a snaží se o snížení svých negativních dopadů na životní prostředí.

4. Olympijské parky budou nezapomenutelnou sportovní událostí a zážitkem pro všechny návštěvníky a bude zajištěna jejich bezpečnost a dostupnost pro všechny, kdo je chtějí navštívit.

Olympijské parky mají obrovskou sílu motivovat lidi k pozitivní změně a ovlivňovat způsob, jakým lidé myslí a chovají se v kontextu sportu.
Chceme, aby se Olympijské parky v budoucnu staly plně udržitelnou sportovní událostí, která úspěšně šíří olympijské hodnoty a zájem široké veřejnosti o sport, pohybové aktivity a zdravý životní styl a zároveň naplňuje všechny aspekty etické, společenské, ekologické a ekonomické.

Vydal: Český olympijský výbor
II. vydání (platnost od 7. 4. 2017)

Tímto se ruší platnost I. vydání „Lokální olympijské parky – Manuál pro uspořádání" ze dne 1.11. 2015.