

Datum konání: 4. 8. – 23. 8. 2016

Co Olympijský park nabídne návštěvníkům?

Možnost vyzkoušet si sportovní disciplíny pro dospělé a děti (možnost volby budoucího sportu)

Společné sledování průběhu OH (fan zony, velkoplošné obrazovky)

Setkání s olympioniky, se známými sportovci a umělci, sportovní a kulturní vyžití

Co Olympijský park přinese Jihočeskému kraji?

Nové návštěvníky a navazující investice

Přínosy do veřejných rozpočtů

Široké mediální pokrytí Jihočeského kraje a jednotlivých obcí

Spojení kraje s LOH Rio de Janeiro 2016

Olympijský park Rio–Lipno bude doplněn o regionální olympijské parky v dalších lokalitách České republiky.

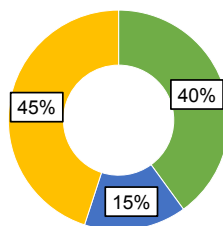
Financování projektu Olympijského parku Rio–Lipno 2016

65 mil. Kč

Celkové předpokládané náklady Olympijského parku Rio–Lipno 2016



Předpoklad podílů financování



- Partnerské zdroje (soukromý sektor)
- Mezinárodní olympijský výbor
- Veřejné zdroje

Přínosy pro Jihočeský kraj

Ekonomické přínosy Olympijského parku Rio–Lipno 2016

Celková spotřeba v regionu 650–800 mil. Kč ▶

▶ **očekávané přínosy pro veřejné rozpočty ve výši 260–320 mil. Kč**



- Zvýšení návštěvnosti v období provozu parku cca 1,5 násobně (celkově tedy 250–300 tisíc turistů a jednodenních návštěvníků).
- Podpora malých a středních firem především v místě konání.
- Příliv investic a obchodních příležitostí do regionu.
- Příležitost k aktivaci trhu a budování obchodního aspektu značky kraje.



Regionální rozvoj

- Impuls k ekonomickému rozvoji regionu, soc. politiky a ochrany území.
- Rozvoj volnočasových aktivit a cestovního ruchu v regionu včetně rozvoje turistické infrastruktury a revitalizace prostředí poškozeného průmyslovou činností.

Propagace regionu

- Rozsáhlá a tematicky zaměřená kampaň s důrazem na místa konání v Jihočeském kraji.
- Propojení Jihočeského kraje s olympijskými hrami.
- Zvýšení povědomí o Jihočeském kraji a o Lipensku, Českokrumlovsku.

Odkaz

- Revitalizace stávající infrastruktury a výstavba nových sportovišť.
- Umožnění návštěvníkům být „blízko“ olympijských her.
- Setkání dětí se známými sportovci (inspirativní lidé a vzorové příklady).
- Popularizace sportu mezi dětmi a volba zájmového sportovního kroužku.

Zdravý životní styl

- Propagace zdravého životního stylu.
- Motivování dětí ke sportovním aktivitám.
- Každá investovaná koruna do sportu (především dětí a mládeže) má schopnost uspořit 2,50 Kč ve zdravotnictví.

Partneři

Veřejný & neziskový sektor



Jihočeský kraj – zvýšení návštěvnosti a propagace regionu

Obce Lipenska – propagace lokálních atraktivit

Sportovní svazy – propagace zdravého životního stylu



Soukromý sektor

Partneři ČOV – spoluúčast významných společností ČR, dlouhodobých partnerů ČOV

Společnosti z Jihočeského kraje – provázání lokálních partnerů a jejich propagace v rámci olympijského parku, aktivace lokálního trhu a budování značky



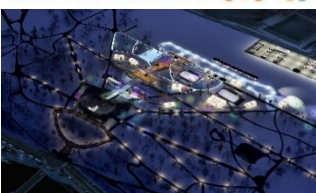
Lidé

Návštěvníci – sportovní a kulturní vyžití, setkání se známými osobnostmi a olympioniky

Olympijský park Soči–Letná 2014 – pilotní projekt

V období olympijských her v Soči v roce 2014 proběhl pilotní projekt Olympijského parku v Praze, který předčil očekávání a setkal se s velmi pozitivní odezvou.

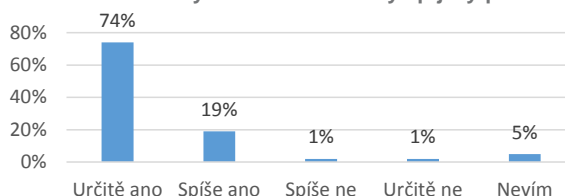
OLYMPIJSKÝ PARK Soči - Letná 2014



- 18 dní provozu (únor 2014)
- 135 000 m² (21 fotbalových hřišť)
- 409 146 návštěvníků
- 120 vystupujících hostů
- 450 dobrovolníků
- 64 mil. Kč v celkových nákladech



Uvítali byste v budoucnu olympijský park?



Výzkum návštěvnické spokojenosti v Olympijském parku Letná (MillwardBrown, 2014)