

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

Fakulta tělesné výchovy a sportu



**Vypracování koncepce komplexního zajištění závodu světového  
poháru v triatlonu.**

Diplomová práce

**Vedoucí práce:**

**PaedDr. Josef Horčic, Ph.D.**

**Zpracoval:**

**David Dvořák**

**Praha, leden 2010**

## **ABSTRAKT**

### **Název:**

Vypracování koncepce komplexního zajištění závodu světového poháru v triatlonu.

### **Cíle práce:**

Vytvořit návod k uspořádání světového poháru v triatlonu ve velkém městě, využít zkušenosti s pořádáním již proběhlých závodů.

### **Metody:**

Pro dosažení cílů jsem použil metodu SWOT analýzu pro rozbor silných a slabých stránek, odhad příležitostí a hrozeb akce a interview.

### **Výsledky:**

Práce poukazuje na možnosti, jak zefektivnit organizaci sportovní události mezinárodního charakteru, a přináší stručný návod, jak podobnou akci uspořádat.

### **Klíčová slova:**

Triatlon, management sportovní akce, sportovní management, interview, SWOT analýza, sponsoring.

## **ABSTRACT (English version)**

### **Title:**

Elaboration of complex conception of a Triathlon ITU World Champ/Cup race.

### **Objectives:**

Create an instruction manual how to organize a Triathlon ITU World Champ/Cup race.

### **Methods:**

For reaching the objectives I chose a SWOT analysis and also interview as the proper methods.

### **Results:**

The dissertation shows the possibilities how to organize an international sport event more effectively and brings a short instruction manual how to organize a similar sport event.

### **Keywords:**

Triathlon, sports management, sport event management, SWOT analysis, sponsoring, interview.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně a uvedl všechnu použitou literaturu a podkladové materiály v příloženém seznamu použitých zdrojů.

V Praze dne 10. 1. 2010

David Dvořák

Tímto bych rád poděkoval všem, kteří přispěli k uskutečnění této diplomové práce. Zejména mé rodině za podporu během studií a za poskytnuté rady a informace PaedDr. Josefu Horčicovi, Ph.D. a Mgr. Janu Šímovi.

## **OBSAH:**

<b><u>1. ÚVOD</u></b>	<b>str. 10</b>
<b><u>2. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE</u></b>	<b>str. 11</b>
<b><u>2.1 Cíle</u></b>	<b>str. 11</b>
<b><u>2.2 Úkoly</u></b>	<b>str. 11</b>
<b><u>3. METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA</u></b>	<b>str. 12</b>
<b><u>analýza</u></b>	<b><u>3.1 Swot</u></b> <b>str. 12</b>
<b>interview</b>	<b><u>3.2 Interview</u></b> <b>str. 13</b>
	<b>3.2.1 Řízené</b> <b>str. 13</b>
<b><u>4. TEORETICKÁ VÝCHODISKA</u></b>	<b>str. 15</b>
<b><u>Management ve sportu</u></b>	<b><u>4.1</u></b> <b>str. 15</b>
<b>Vymezení pojmu management</b>	<b>4.1.1</b> <b>str. 15</b>
<b>Sportovní management</b>	<b>4.1.2</b> <b>str. 16</b>
<b>Sportovní manažer</b>	<b>4.1.3</b> <b>str. 16</b>
<b><u>a strategické plánování</u></b>	<b><u>4.2 Plánování</u></b> <b>str. 19</b>

	4.2.1
Strategický postup pro realizaci sportovní akce	str. 20
	<u>4.3</u>
<u>Organizování</u>	str. 22
	<u>4.4 Sportovní</u>
<u>marketing</u>	str. 23
	4.4.1
Vymezení pojmu marketing	str. 23
	4.4.2
Sportovní marketing	str. 23
	<u>4.5 Sportovní</u>
<u>reklama</u>	str. 24
	4.5.1 Druhy
sportovní reklamy	str. 24
	<u>4.6</u>
<u>Sponzoring</u>	str. 25
	4.6.1 Výběr
sponzorů akce	str. 25
	4.6.2
Nabídka pro sponzora	str. 26
	4.6.3 Formy
sponzorování ve sportu	str. 26
	4.6.4 Důvody
sponzorování ve sportu	str. 29
<u>4.7 Management sportovní akce</u>	str. 30
4.7.1 Určení základních charakteristik akce	str. 30
4.7.2 Rozpočet	str. 31

4.7.2.1 Výdaje	str. 32
4.7.2.2 Příjmy	str. 34
4.7.2.3 Cash flow	str. 35
<b>4.7.3 Výběr vhodné lokality</b>	<b>str. 35</b>
4.7.3.1 Znalost lokality	str. 36
4.7.3.2 Doprava a parkování	str. 36
<b>4.7.4 Výběr sponzorů</b>	<b>str. 37</b>
4.7.4.1 Nabídka	str. 37
4.7.4.2 Úrovně sponzorů	str. 38
<b>4.7.5 Péče o zákazníky</b>	<b>str. 40</b>
4.7.5.1 Prodej lístků	str. 40
4.7.5.2 Volný vstup	str. 41
4.7.5.3 Oceňování lístků	str. 42
<b>4.7.6 Péče o závodníky</b>	<b>str. 42</b>
<b>4.7.7 Zajištění televizního přenosu</b>	<b>str. 43</b>
4.7.7.1 Návrh	str. 43
<b>4.7.8 Realizace akce</b>	<b>str. 44</b>
4.7.8.1 Personální zajištění	str. 44
4.7.8.2 Časový harmonogram	str. 46
4.7.8.3 Příprava místa konání	str. 50
4.7.8.4 Management v den konání akce	str. 52
4.7.8.5 Management po skončení akce	str. 53



## **5. TRIATLON**

str. 55

### **Ironman**

#### **5.1 Historie**

str. 55

### **Mezinárodní triatlonová unie – ITU**

#### **5.2 Havajský**

str. 55

### **České republiky před rokem 2000**

#### **5.3**

str. 56

### **triatlonu**

#### **5.4 Triatlon v**

str. 56

### **triat v kilometrech**

#### **5.5 Pravidla**

str. 57

### **závodů**

##### **5.5.1 Definice**

str. 57

### **kategorie**

##### **5.5.2 Délky**

str. 57

### **Oficiální činitelé závodu**

##### **5.5.3 Typy**

str. 58

### **pravidla pro závodníka**

##### **5.5.4 Věkové**

str. 58

### **oblečení, výstroj**

##### **5.5.5**

str. 59

### **závodníka na trati**

##### **5.5.6 Obecná**

str. 59

##### **5.5.7 Závodní**

str. 60

##### **5.5.8 Chování**

str. 61

	5.5.9
<b>Plavecká část</b>	str. 62
	5.5.10
<b>Cyklistická část</b>	str. 63
	5.5.11
<b>Běžecská část</b>	str. 63
	5.5.12
<b>Přechodové oblasti (depa)</b>	str. 63
	5.5.13
<b>Občerstvení</b>	str. 64
	5.5.14 Tresty
<b>za porušení pravidel</b>	str. 64
	5.5.14.1
<b>Napomenutí</b>	str. 64
	5.5.14.2
<b>Diskvalifikace</b>	str. 65
<b><u>6. ANALYTICKÁ ČÁST</u></b>	str. 66
	<b><u>6.1 Historie</u></b>
<b><u>ITU</u></b>	str. 66
	<b><u>6.2 Historie</u></b>
<b><u>závodů ITU v ČR</u></b>	str. 67
	<b><u>6.3 Triathlon</u></b>
<b><u>ITU World Championship Series</u></b>	str. 68
	<b>6.3.1 Kritéria</b>
<b>výsledků</b>	str. 68
	<b>6.3.2 Body a</b>
<b>hodnocení</b>	str. 69

ni závodů	6.3.2.1 Bodová str. 69
Hranice	6.3.2.2 str. 69
ky závodů	6.3.2.3 Výsled str. 69
Money	6.3.2.4 Prize str. 71
Kalendář závodů World Champ Series	6.3.2.5 str. 72
Kalendář závodů World Cup Series	6.3.2.6 str. 73
<b><u>údaje o akci Velká cena PRE 2003</u></b>	<b><u>6.4 Základní</u></b> str. 74
<b><u>analýza závodu světového poháru v triatlonu</u></b>	<b><u>6.5 Swot</u></b>
<b><u>PRE 2003 Praha</u></b>	<b><u>Velká cena</u></b> str. 75
stránky	6.5.1 Silné str. 75
stránky	6.5.2 Slabé str. 77
Příležitosti	6.5.3 str. 78
	6.5.4 Hrozby str. 79

<u>s Martinem Dvořákem ředitelem pražských</u>	<u>6.6 Interview</u>
<u>v triatlonu</u>	<u>závodů</u>
	str. 81
<u>7 KONCEPCE KOMPLEXNÍHO ZAJIŠTĚNÍ ZÁVODU</u>	
<u>SVĚTOVÉHO POHÁRU V TRIATLONU</u>	str. 83
	<u>7.1 Povolení</u>
	str. 83
	<u>7.2 Technické</u>
<u>zajištění závodu</u>	str. 83
+ Start	<u>7.2.1 Plavání</u>
	str. 84
	<u>7.2.2</u>
Cyklistika	str. 86
	<u>7.2.3 Běh</u>
	str. 88
	<u>7.2.4 Depo</u>
	str. 89
	<u>7.2.5 Cíl91</u>
	<u>7.3 Časový</u>
<u>harmonogram</u>	str. 92
	<u>7.4 Vyhlášení</u>
<u>vítězů + předávání cen</u>	str. 92
	<u>7.5</u>
<u>Informace pro závodníky</u>	str. 93

<u>Registrace závodníků</u>	<u>7.6</u> str. 93
<u>Servis</u>	<u>7.7 V.I.P.</u> str. 95
<u>Doplňkové aktivity</u>	<u>7.8</u> str. 95
<u>úkolů</u>	<u>7.9 Seznam</u> str. 96
<b><u>8 ZÁVĚR</u></b>	str. 97
<b><u>9 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</u></b>	str. 98
<b><u>10 SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK</u></b>	str. 100
<b><u>11 SEZNAM PŘÍLOH</u></b>	str. 101



## **1. ÚVOD**

Téma vypracování koncepce komplexního zajištění závodu světového poháru v triatlonu jsem si vybral proto, že je mi velmi blízké. Celý život se věnuji sportu a velkou částí právě triatlonu. Navíc jsem měl tu možnost podílet se na organizování devíti ročníků závodů v triatlonu, v naší metropoli, Praze. Dva z těchto ročníků byly součástí světového poháru v triatlonu. Proto bylo logické zvolit si toto téma. Touto formou bych se rád zdokonalil v organizování závodů, ale také pomohl budoucím organizátorům a touto prací vytvořil jakýsi manuál k uspořádání závodu světové úrovně. Budeme vycházet ze svých zkušeností, z materiálů zkušených pořadatelů a v neposlední řadě z oficiálních manuálů Mezinárodní triatlonové federace ITU. V této práci se budeme také často zmiňovat o triatlonu. Tento mladý sport je velmi dynamicky se rozvíjející a těšící se stále větší oblibě. Tím, že přitahuje stále více lidí, zajímá stále více sponzory a tím pádem i finance, proto se poslední dobou pořádají velké závody hlavně ve velkých městech, kde jsou závodníci čím dál tím více na očích diváků a médií. Co si o tom myslí lidé zabývající se triatlonem se dočtete na následujících stránkách. Já jen plně doufám, že se nám povede vytvořit kvalitní materiál, který bude užitečný dalším potenciálním pořadatelům podobných závodů světové úrovně.

## **2. CÍLE A ÚKOLY DIPLOMOVÉ PRÁCE**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem práce je vytvořit koncepci komplexního zajištění závodu světového poháru v triatlonu. Jako pomocný prvek použijeme analýzu závodu světového poháru v Praze. Doufám, že tímto manuálem pomůžeme dalším lidem k vytvoření kvalitního závodu v triatlonu na světové úrovni.

### **2.2 Úkoly práce**

Pokud chceme dosáhnout svých cílů, musím se zaměřit zejména na:

- Vysvětlení pojmů reklama, sportovní management, sportovní marketing, příprava sportovní akce
- Stanovení jednotlivých činností souvisejících s konáním sportovních akcí.
- Nastínění aktuální situace ve světovém triatlonu.
- Popsat a vysvětlit metodologická východiska SWOT analýzy a interview
- Jako pomocný prvek analyzovat závod Světového poháru v triatlonu Velká cena Prahy 2003.
- Vytvořit manuál ke komplexnímu zajištění sportovní akce světového formátu.



### **3. METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA**

#### **3.1 Swot analýza**

SWOT analýza (SWOT je zkratka počátečních písmen čtyř výrazů. S-Strengths, neboli silné stránky, W-Weaknesses, jsou slabé stránky, O-Opportunities představuje příležitosti a T-Threats, neboli hrozby) je klíčovou metodou, která se využívá při situační analýze. Má za úkol charakterizovat síly a slabiny ve vztahu k příležitostem subjektu a dále také ohrožení trhu. Přednosti a slabiny se vztahují k samotnému subjektu, zatímco hrozby a příležitosti jsou považovány za vnější faktory, které nemá subjekt v moci je ovlivnit. SWOT analýza také klade otázky, která umožní subjektu rozhodnout, zda on, či jeho produkty budou skutečně schopny splnit daný plán a jakým překážkám bude nutno čelit. VEJDĚLEK (1999) takto stručně definuje SWOT analýzu (5, s. 32,33)

KOTLER (1998) se dívá na problematiku následovně. SWOT analýze je komplexní hodnocení silných a slabých stránek, hodnocení příležitostí a služeb firmy či jiného subjektu. Analýza se rozděluje do dvou etap.

První je analýza vnějšího prostředí, tedy příležitostí a hrozeb. Zde se sledují síly makroprostředí (demografické, ekonomické atd.) jež ovlivňují zisky a dále pak sledování a vyhodnocování důležitých vývojových trendů. Marketingová příležitost je oblastí potřeb zákazníka, při jejichž uspokojování může firma profitovat. Příležitosti mohou být klasifikovány z hlediska jejich přitažlivosti a pravděpodobně úspěchu. Přičemž pravděpodobnost dosažení úspěchu bude záviset nejen na tom, zda její obchodní síla bude odpovídat klíčovým požadavkům trhu, ale také na tom, zda bude větší než síla konkurence.

Druhá je analýza vnitřního prostředí, neboli silných a slabých stránek. Stejně důležité, jako rozpoznání atraktivních příležitostí, je také jejich následné pozitivní využití. Z toho vyplývá, že je nezbytné pravidelně vyhodnocovat silné a slabé stránky dané jednotky. Ale není možné, aby všechny podnikatelské aktivity měly pouze silné a slabé stránky. Zde se tedy nabízí zásadní otázka, zda by se firma měla věnovat výhradně těm příležitostem, u kterých by docházelo k uplatnění silných stránek, nebo daleko

lepším příležitostí, které by ovšem vyžadovaly velké úsilí a snahu pro získání potřebných silných stránek.

Nezbytná je samozřejmě také dokonalá spolupráce jednotlivých útvarů ve firmě. (12, s. 20 a dále)

### **3.2 Interview**

Interview neboli rozhovor je způsob komunikace mezi dvěma a více lidmi, kteří tímto způsobem chtějí získat určité informace, fakta, politické nebo organizační záměry<sup>1</sup>. Snaží se porozumět druhému, jeho postojům nebo určitému tématu. Rozhovor může probíhat buď formálně v podobě řízeného rozhovoru, nebo neformálně, například při náhodném setkání.

Dále KOTLER (1998) uvádí, že výhodou interview jako způsobu sběru informací je okamžitá zpětná vazba, konfrontace názorů a postojů, možnost upřesnění otázek v případě nepochopení jednou stranou, získávání informací z neverbální komunikace tázaného. (12, s. 136)

#### **3.2.1 Řízené interview**

Pokud chceme vést řízený rozhovor, musíme si zjistit informace o dotazované osobě a tématu v předstihu, dostatečně se na něj připravit.

Průběh :

---

<sup>1</sup> Čerpáno z diplomové práce Karolíny Losové, Management a marketing sportovní akce – závod Světového poháru v běhu na lyžích Pražská lyže 2007, 2008

1. Výběr osoby – závisí na záměru rozhovoru
2. Shromáždění určitých informací – o dotazované osobě, tématu; umožňuje ptát se odborněji, konkrétněji
3. Příprava otázek – určuje strukturu rozhovoru, podle Tubbsa a Mossové (1991) můžeme otázky rozdělit do následujících kategorií:
  - *primární* – uvozují nové téma rozhovoru
  - *rozvíjející* – používáme pro upřesnění odpovědí, vycházejí z předešlé odpovědi
  - *otevřené* – dotazovaný má možnost rozvíjet odpovědi, délka odpovědi není ničím omezená, vhodné na začátku rozhovoru, aby se dotazovaný uvolnil; nevýhodou může být delší trvání rozhovoru, menší množství témat, které mohou být rozebrány
  - *uzavřené* – vyžadují jednoznačnou odpověď: ANO/NE, umožňují získávat jednoznačné odpovědi, v krátkém čase, ve více oblastech, ale zároveň poskytují málo nebo žádné doplňující informace o daném problému
  - *zavádějící* – tazatel se snaží navést dotazovaného k určité odpovědi, dotazovaný je „zahnán“ do kouta, často se využívají v médiích při konfrontaci např. s politiky (7, s. 232-235)

## **4. TEORETICKÁ VÝCHODISKA<sup>2</sup>**

### **4.1 Management ve sportu**

#### **4.1.1 Vymezení pojmu management**

Podle ČÁSLAVOVÉ (2000) Anglickému pojmu „management“ odpovídá český pojem „řízení“ a to především řízení podnikové ve smyslu uceleného řízení všech podnikových činností (např. prodej, vědeckovýzkumná, výrobní, vývojová, finanční a další činnosti). Tím se např. tento pojem výrazně odlišuje od užšího pojmu „řízení dílčích procesů“, zejména výrobních, technologických aj. Anglická literatura zpravidla používá v tomto smyslu termín „control“. (1, s. 9)

S.P. ROBBINS (2004) říká: „Management je oblast studia, která se věnuje stanovení postupů, jak co nejlépe dosáhnout cíle organizace“. (9, s. 10)

Podle H. KOONTZE a H. WEIHRICHA (1993): „Management je proces vytváření a udržování určitého prostředí, ve kterém jednotlivci, pracující společně ve skupinách, efektivně uskutečňují zvolené cíle“. (3, s. 16)

K. H. CHUNG (1987) říká: „Management je proces plánování, organizování, vedení a kontroly organizačních činností, zaměřených na dosažení organizačních cílů. (8, s. 28)

---

<sup>2</sup> Použity diplomové práce: Ondřeje Broučka, Pořádání závodu horských kol, 2008 a Kateřiny Brávkové, Komparace extrémních štafetových závodů, 2009

### **4.1.2 Sportovní management**

Sportovní management je dnes pojem velmi frekventovaně používaný. ČÁSLAVOVÁ (2000) uvádí pojem sportovní management eventuelně management sportu jako „způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, tělovýchovných jednot, družstev, které alespoň zčásti akcentují podnikatelsky orientované chování. Dále jde zcela bezvýhradně o způsob řízení v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných a sportovních služeb.“ (1, s. 11, 12)

Ve světě sportu se používá anglický pojem „sport event management“, který je charakterizován americkým autorem STEDMANEM (2001) jako: „Termín sport event management a marketing zahrnuje organizování, marketing, realizaci a vyhodnocení jakékoliv akce spojené se sportem. Příklady jsou z oblastních škol, společenských sportovních akcí, neziskových a firemních akcí, meziuniverzitních sportovních programů až po aktivity amatérské a profesionální jako jsou např. olympijské hry či Super Bowl.“ (4, s. XIV předmluva)

### **4.1.3 Sportovní manažer**

ČÁSLAVOVÁ (2000) uvádí, že manažer je člověk, vykonávající řídicí funkce a jeho role se stále více vyvíjí díky rozvoji podnikatelsky orientovanému chování celé organizace. Aby organizace fungovala efektivně a dosahovala předem stanovených cílů, musí manažer, jakožto řídicí pracovník této organizace zvládat kvalitně plnit množství náročných rolí a úkolů. (1, s. 11.)

ČÁSLAVOVÁ, rozděluje působnost sportovního manažera do tří úrovní a přehled jeho činností najdete v tabulce 1. (1, s. 15):

- Manažer na úrovni vedení sportovní činnosti (vedoucí sportovních družstev i jednotlivců ve vyšších soutěžích, specialisté vyškolení pro sportovní akce ad hoc – příprava mistrovství světa, Evropy, příprava Olympijských her, příprava Gymnaestrády apod., specialisté pro uplatnění sportu ve volném čase lidí, v pracovním procesu, mezi zdravotně handicapovanými lidmi atd.
- Manažer na úrovni řízení určitého sportovního spolku, resp. organizace, členové výkonných výborů sportovních a tělovýchovných svazů, sekretáři svazů, vedoucí sportovních středisek řízených armádou a policií apod.
- Manažeři v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných služeb, vedoucí fitness, vedoucí výroby sportovního nářadí a náčiní, pracovníci reklamních a marketingových agentur pro TVS apod.

**Tabulka 1**

Činnosti charakteristické pro sportovního manažera.

Základní činnosti manažera	Příklady aplikace základních činností manažera na činnosti sportovního manažera	Specifické činnosti
1. Plánování	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategický plán rozvoje přísl. organizace (např. SK)</li> <li>• Dlouhodobý, střednědobý a akt. program</li> <li>• Strategický postup manažera při plánování akcí a podniků TVS</li> </ul>	1. Sponzorská činnost v TVS
2. Organizování - postupy - metody  - techniky	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postupy vyhodnocování výsledků</li> <li>• Uplatnění metody CPM při organizování a zabezpečení tréninkových cyklů (např. OH, MS, ME atd.)</li> <li>• Využití výpočetní techniky při (vrchol.) sport. soutěžích</li> <li>• Portfolio metoda při vyhodnocování činnosti sport. klubů</li> </ul>	2. Sportovní reklama
3. Vytváření organizačních struktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zdokonalování org. struktury TVS ČR (např. sport. svazů)</li> <li>• Zdokonalování org. struktury sport. klubů (profes., amat.)</li> </ul>	3. Transfer hráčů a trenérů

4. Výběr, rozmisťování a vedení lidí	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zkvalitňování org. struktury placených TVS služeb</li> <li>• Výběr a rozmisťování lidí při práci ve spolcích TVS (prof., dobrovol.) a jejich motivace</li> <li>• Výběr a rozmisťování lidí v placených TVS službách (např. zařízení typu health and fitness)</li> </ul>	4. Znalost uspořádání fungování norem vrcholných mezinárodních organizací TVS (MOV, Mezinárodní sport. Federace)
5. Kontrola	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukazatele finanční kontroly TVS organizací</li> </ul>	5. Zabezpečení norem a náležitostí při uzavírání smluv (ad 3) v tuzemsku i v zahraničí
6. Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing v oblasti placených TVS služeb</li> <li>• Marketing v podnicích vyrábějících TVS zboží</li> <li>• Marketingová koncepce sport. Klubů</li> </ul>	6. Problematika ochrany zdraví, pojištění a soc. zabezpečení (z hlediska přísl. fyzických a právnických osob)
7. Finance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přehled o akt. ekonom. trendech a opatřeních ve státní a podnikatelské sféře</li> <li>• Reflexe v hospodaření spolků a org. TVS, zvl. jejich základních článků</li> </ul>	7. Kontakty a spolupráce se zájmovými a odbornými organizacemi sportovců, trenérů, učitelů TVS apod.
8. Právo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflexe daňových, živnostenských a dalších zákonů do podmínek organizací TVS</li> <li>• Zákony o TVS, stanovy a další normy stát. a spol. organizací TVS</li> </ul>	
9. Komunikace	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ve vedení lidí v org. TVS (komunikace nadřízený – podřízený)</li> <li>• Vyjednávání sponzorských kontaktů</li> </ul>	

Pramen: Čáslavová 2002

## **4.2 Plánování a strategické plánování**

Plánování je jednou z nejdůležitějších manažerských funkcí. Jeho hlavním úkolem je správné a přesné vymezení cílů a také určení postupů a prostředků, kterými chceme těchto cílů dosáhnout. Plánování je neodmyslitelnou součástí každého řízení podniku.

KOONTZ a WEIHRICH (1993) uvádějí, že plánování je „výchozí bodem pro všechny manažerské funkce. Plánování zahrnuje výběr poslání a cílů a volbu činností pro jejich dosažení. Plánování staví mosty mezi tím, kde jsme, a tím, kam chceme jít. Vytváří podmínky pro to, aby se realizovaly určité záležitosti, které by se třeba za jiných okolností neuskutečnily.“ (3, s. 118)

Hlavními charakteristikami plánování jsou:

- Přispívá k dosažení záměrů a cílů
- Je prioritní mezi manažerskými úlohami
- Vztahuje se na veškeré aktivity (schopnost prolínání plánů)
- Umožňuje efektivní provádění činností

ČÁSLAVOVÁ ve své publikaci z roku (2000) píše, že strategické plánování má v podmínkách managementu tělesné výchovy a sportu nezanedbatelnou funkci. A to proto, že sportovní manažer velice často řeší realizaci složitých kroků v dlouhodobém časovém horizontu z hlediska různých variant přístupů a řešení.

Strategické plánování ve své fázi přípravy vychází z rozboru současného stavu, jehož analýza je nutná pro volbu prostředků k dosažení cíle. Strategické plánování je vedeno myšlenkou dosáhnout v budoucím prostředí cílů, které umožňují dané organizaci pokud možno bezproblémový a efektivní vývoj. V dalším kroku analyzuje budoucí prostředí z hlediska předvídatelných rizik v návaznosti na uvedené sféry. Dále pak hodnotí své možnosti, přednosti a nedostatky. To napomůže stanovit cíle, kterých je potřeba dosáhnout.



#### 4.2.1 Strategický postup pro realizaci sportovní akce

ČÁSLAVOVÁ (2000) ve své publikaci nastiňuje standardizovaný soubor deseti navazujících etap, podle kterých lze postupovat při organizaci sportovní akce. (1, s. 39-40).

##### *1. etapa – Současná situace*

Zhodnocení současné situace, rozhodnutí o cíli akce, volbě prostředků a nástrojů k uskutečnění cíle.

Kontrolní otázka: Jak jsme na tom?

##### *2. etapa – Budoucí prostředí*

Odhadnutí možných rizik při realizaci akce, možnosti jejich eliminace a vytvoření časových a hmotných rezerv.

Kontrolní otázka: Co lze předpokládat?

##### *3. etapa – Naše současné možnosti*

Reálné zhodnocení svých možností a nedostatků.

Kontrolní otázka: Kam až jsme schopni postoupit?

##### *4. etapa – Možné směry*

Určení několika cílů, kterých chceme realizací akce dosáhnout. Rozhodnutí o tom, které cíle budeme realizovat, zda všechny, nebo jsou v našich možnostech pouze některé.

Kontrolní otázka: Kam bychom mohli jít?

##### *5. etapa – Naše cíle*

Stanovení cílů na základě předchozí čtvrté etapy, jejich strukturalizace, hierarchie, optimalizace.

Kontrolní otázka: Kam chceme dospět?

*6. etapa – Možné přístupové cesty*

Zvážení všech možných variant, jak dosáhnout vytyčených cílů.

Kontrolní otázka: Jak tam můžeme dojít?

*7. etapa – Zvolená cesta strategie*

Zhodnocení jednotlivých možných strategií, zvážení jejich účinků a důsledků, vyhodnocení optimální strategie.

Kontrolní otázka: Co budeme dělat?

*8. etapa – Program akce*

Sestavení detailního plánu připravované akce. Rozdělení jednotlivých funkcí a úkolů, časový harmonogram, způsob kontroly.

Kontrolní otázka: Jak to provedeme?

*9. etapa – Rozpočet*

Podle programu akce je nutné sestavit její rozpočet – jaké budou naše výdaje a z čeho je budeme krýt.

Kontrolní otázka: Co budeme potřebovat?

*10. etapa – Přehled a kontrola*

V průběhu přípravy je nutné provádět průběžnou kontrolu, aby se odstranily případné nedostatky, zpoždění či zásadní problémy a mohly se včas eliminovat.

Kontrolní otázka: Co z toho vyplývá pro realizaci?

### 4.3 Organizování

K základním činnostem moderního managementu rozhodně patří problematika organizování a vytváření organizačních struktur.

Autoři KOONTZ a WEIHRICH (1993) vyjadřují organizování jako:

- Identifikaci a klasifikaci požadovaných činností
- Seskupování činností potřebných pro dosažení cílů
- Přiřazení manažera ke skupině činností s pravomocí (zmocněním) potřebnou k doзору nad nimi
- Zabezpečení horizontální a vertikální koordinace (např. ředitelství společnosti, divize, oddělení) v organizační struktuře. (3, s. 235)

Proces organizování chápou v návaznosti na ostatní manažerské činnosti, na začlenění do kontextu managementu organizace. V celku to znamená, že organizování musí na jedné straně brát v úvahu cíle podniku, eventuelně dílčí cíle a plány. Na straně druhé musí organizování a organizační struktury vytvořit prostředí pro účelné obsazování pracovních úseků pracovními silami a pracovní činností, prostor pro vedení pracovníků a následné jejich kontrolování. Pro samotný vývoj organizační struktury je nezbytné vzít v úvahu ekonomické, technologické, sociální i etické předpoklady. Logika organizování v podnikovém prostředí má podle uvedených autorů šest kroků:

- 1) Stanovení podnikových cílů
- 2) Formulace podpůrných cílů, plánů a taktik
- 3) Identifikace a klasifikace činností, kterých je zapotřebí pro jejich dosažení
- 4) Seskupování těchto činností, aby bylo možné, za daných okolností, jejich co nejlepší vykonávání
- 5) Delegování potřebných pravomocí pro řídicí pracovníky skupin
- 6) Horizontální a vertikální provázání těchto skupin pomocí vztahů podřízenosti a nadřízenosti

## **4.4 Sportovní marketing**

### **4.4.1 Vymezení pojmu marketing**

Stejně jako u managementu i zde existuje několik definicí:

KOTLER (2001): „Marketing je společenský řídicí proces, při kterém jednotlivci a skupiny získávají, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními“. (12, s. 23)

HORÁKOVÁ (1992) definuje marketing takto: „Marketing je procesem plánování a naplňování koncepce, oceňování, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb, který směřuje k uskutečnění vzájemné výměny uspokojující potřeby jedinců a organizací.“ (6, s. 11)

Podle BUREŠE (1990) „ Je marketing metoda, která v sobě v logické sekvenci soustřeďuje nezbytné kroky, které je potřeba uskutečnit, aby produkt vyšel na trh co nejpříznivěji, a aby všechny ostatní vlivy byly v co největší míře kompenzovány. Metoda se vyvinula z reálné podnikatelské činnosti a je průběžně obohacována novými poznatky.“ (11, s. 6)

### **4.4.2 Sportovní marketing**

MULLIN, HARDY, SUTTON (2000) píšou: „Sportovní marketing se skládá ze všech aktivit, které byly navrženy pro střenutí potřeb a přání sportovních spotřebitelů prostřednictvím procesové výměny. Sportovní marketing vyvinul dvě hlavní části – marketing sportovních produktů a služeb přímo pro spotřebitele a marketing ostatních spotřebních a průmyslových produktů nebo služeb prostřednictvím využívání sportovní propagace.“ (13, s. 9)

PITTS a STOTLAR (1996) uvádějí: „Sportovní marketing je proces navrhování a zdokonalování činností pro výrobu, oceňování, propagaci a distribuci sportovního produktu tak, aby se uspokojovaly potřeby a přání zákazníků a bylo dosaženo cílů firmy“ (10, s. 80)

## **4.5 Sportovní reklama**

Sportovní reklama patří mezi dynamicky se rozvíjející odvětví a různými společnostmi je stále více vyhledávána k propagaci jejich firmy, což je určitě nejlepší způsob, jak firmu dostat do povědomí lidí.

ČÁSLAVOVÁ (2000) definuje reklamu takto: „Reklama je placená forma neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek určitého subjektu (firmy, instituce nebo jiné organizace) prostřednictvím komunikačních médií. Mezi obecná média, kterých reklama využívá, patří zejména televize, rozhlas, denní tisk, časopisy, plakáty a film. Dále jde o využívání specifických médií komunikace pro reklamu v oblasti tělesné výchovy a sportu.

Pojem sportovní reklama je vztahován jednak k reklamě se sportovními motivy, která je prezentuje s využitím obecných komunikačních médií (např. reklama na plakátech sportovního utkání, pravidelné rozhlasové zpravodajství při zápasech sportovních družstev atd.)

Dále se jedná o reklamu, která využívá specifických médií komunikace z oblasti sportu. Patří sem např. dresy a výstroj sportovců, sportovní nářadí a náčiní, startovní čísla, mantinely (reklamní pásy), výsledkové tabule a ukazatele (ve formě transparentů nebo videotabulí) atd. (1, s. 107)

### **4.5.1 Druhy sportovní reklamy**

Podle ČÁSLAVOVÉ existují následné druhy reklamy: (1, s. 107):

- Reklama na dresech a sportovních oděvech
- Reklama na startovních číslech

- Reklama na mantinelu (na pásu)
- Reklama na sportovním nářadí a náčiní
- Reklama na výsledkových tabulích

## **4.6 Sponzoring**

ČÁSLAVOVÁ (2000) definuje sponzorování (sponzoring) jako „významný specifický prostředek k zabezpečení dodatečných finančních zdrojů, sloužících k realizaci zejména kulturních, vědeckých, charitativních a dalších aktivit v různých sférách života společnosti.“ (1, s. 122)

V poslední době se však slovo sponzoring spojuje především se sportovními kluby, týmy a sportovními akcemi. Dále samozřejmě také s jedinci, kteří tak získávají finanční prostředky pro zajištění kvalitní přípravy a výkonu. Zkráceně lze říci, že bez sponzoringu by většina týmů, sportovních akcí a jednotlivců nemohla vůbec fungovat.

### **4.6.1 Výběr sponzorů akce**

Při výběru sponzorů navrhuje SOLOMON (2002) vytipovat si nejdříve potenciální společnosti, které by mohly být naším sponzorem. Dále určit, co jim může přinést spojení s projektem a přesvědčit je, že pomocí spojení s naší akcí můžou dosáhnout svých cílů. Poté zbývá už jen uzavření smlouvy o sponzorství.

Nejprve je však nutné připravit potencionálnímu sponzorovi nabídku, která bude obsahovat všechny výhody, které mu přinese spojení s projektem.

#### **4.6.2 Nabídka pro sponzora**

Podle SOLOMONA (2002) je vhodné připravit si pro předběžná jednání stručný souhrn nabídky. Z toho důvodu, že několikastránkový soubor by mohl většinou velmi zaměstnané manažery odradit od čtení. Tento stručný souhrn, obsahující všechny relevantní body nabídky, bude prvním psaným materiálem o připravované akci, který by měl potencionálního sponzora oslovit.

V samotné nabídce by měly být jednotlivé body souhrnu podrobně rozpracovány. Těmito body jsou:

- exkluzivita – jediný sponzor z oboru
- televize – jaká televize bude přenos vysílat, možnosti reklamy
- reklamní označení – umístění log sponzora v prostorách závodu apod.
- tištěná prezentace – logo v tištěných materiálech, reklama v programu apod.
- prodej reklamních předmětů – umístění reklamního stánku sponzora na akci, použití loga akce na reklamních předmětech sponzora
- PR – možnost distribuce tiskovin sponzora
- zábava – pozvánky na všechny doprovodné akce
- cena

Důležitý je také vzhled prezentace, který by měl zaujmout a říkává spousty informací o žadateli. V současné době se upřednostňují počítačové prezentace, video prezentace, animace.

#### **4.6.3 Formy sponzorování ve sportu**

Již při vymýšlení akce by se mělo myslet na počet sponzorů, které chceme pro akci získat. To se také odvíjí od množství peněz, které k realizaci projektu potřebujeme. Nejjednodušší by bylo získat jediného partnera, který by pokryl celkové finanční náklady. V praxi toho lze však jen těžko dosáhnout. Proto je

třeba odhadnout, kolik sponzorů budeme potřebovat a do kolika úrovní podle poskytnuté částky je rozdělíme.

Existuje několik forem sponzoringu, které se rozlišují na základě různých hledisek. ČÁSLAVOVÁ (2000) rozděluje sponzorování do čtyř skupin z hlediska sponzorovaného (1, s. 123):

- **Sponzorování jednotlivých sportovců** – nejrozšířenější formou sponzoringu u vrcholových sportovců, protihodnotou bývá využití podobizen sportovce na produktech sponzora, přítomnost na propagačních akcích sponzora, autogramiádách apod.
- **Sponzorování sportovních týmů** – sponzor poskytuje týmu finance, sportovní vybavení nebo jiné naturální plnění, protihodnotou bývá reklama na dresu, na stadionu, autogramiády apod.
- **Sponzorování sportovních akcí** – široké možnosti propagace sponzora (program, vstupenky, reklamy o přestávkách apod.)
- **Sponzorování sportovních klubů** – nejširší nabídka protivýkonů sponzorovi, klub může disponovat sportovci, týmy, pořádá sportovní akce; klub může nabídnout tělovýchovné služby, sportovní akce a jiné

Jiným kritériem pro vymezení sponzoringu může být typ sponzora a jeho vztah ke sponzorovanému sportu. Tímto rozdělením se zabývá především NOVOTNÝ (2000), který rozlišuje dva základní typy sponzora: (14, s. 123)

- **Sponzor je se sportem těsně spojen prostřednictvím kategorie nabízených produktů a služeb** – sponzor podniká v oblasti sportu, výrobky, či služby sponzora často propagují samotní sportovci
- **Sponzor nemá bezprostřední vztah ke sportu a využívá ho čistě jako komunikační instrument** – tento typ sponzora využívá sponzoring ke komunikaci se zákazníky; sponzorováním určitého sportovce nebo akce si buduje firma pozitivní image a věří, že příznivci například daného sportovce budou proto kupovat její výrobky



SOLOMON (2002) uvádí, že dalším velice častým dělením je rozdělení sponzorů podle objemu poskytnutých prostředků. Podle tohoto kritéria lze sponzory rozdělit následovně (2, s. 67):

- **generální sponzor (také titulární)** – hlavní sponzor, jeho jméno je většinou součástí názvu akce a veškeré komunikace, poskytuje nejvíce peněžních prostředků, získává nejvíce výhod
- **prezentující sponzor** – většinou druhý největší sponzor, jeho jméno se objevuje za názvem akce, menší poskytnutý finanční obnos, méně výhod než generální sponzor
- **oficiální produkt** – kategorie s nejvíce sponzory, většinou jim připadá třetina výhod co hlavnímu sponzorovi, jméno se neobjevuje v názvu akce
- **ostatní** – další úrovně sponzorů závisí na velikosti akce, velikosti finančního obnosu, či produktu, který poskytují (např. oficiální vůz akce, hospitality partner apod.)

SOLOMON (2002) zjednodušuje proces získávání sponzorů do následujících bodů:

- uvědomění si zásadní role sponzorů při uskutečnění akce
- vytvoření snadno čitelné a nápadité sponzorské nabídky
- ujištění, že neexistují žádné konflikty mezi sponzorskou nabídkou a jinými dohodami
- schopnost obchodního myšlení
- znalost konkurence a vhodné rozlišení úrovně sponzorů
- určení počtu sponzorů, se kterými může projekt pracovat
- naplánování takové propagace, která zhodnotí účast sponzora na akci
- určení cílů, kterých je třeba dosáhnout reklamní a propagační kampaní
- vyhledání potenciálních sponzorů a ukázání porozumění jejich potřebám

- zaměření na budování přátelských vztahů
- uzavření smlouvy
- ujištění se, že smlouva poskytuje organizátorovi ochranu.

#### 4.6.4 Důvody sponzorování ve sportu

Z výše uvedených bodů o sponzoringu vyplývá, že firmy získávají různé druhy protihodnot. Položme si ale otázky typu: Jaké jsou obecně důvody firem pro sponzorování ve sportu? Které cíle se prostřednictvím sponzoringu firmy snaží naplnit?

Hlavním důvodem firem pro sponzorování ve sportu může být podle ČÁSLAVOVÉ

(1, s. 125):

- zvyšování stupně známosti a popularity firmy
- propagace určitého image podniku
- získávání nových zákazníků
- neutralizace konkurenční reklamy
- kontakty s VIP, event. s dalšími partnery

NOVOTNÝ (2000) uvádí jako další důvody (14, s. 122)

- zvýšení povědomí veřejnosti o výrobku, názvu podniku nebo službě
- za pomoci sportu podporovat identifikaci sponzora
- zlepšit místní znalost o sponzorovi
- vytvářet dobré jméno ve společnosti, mezi zaměstnanci
- osobní preference vedení podniků

Souhrnně lze říci, že hlavním důvodem firem pro sponzorování sportu je snaha o zviditelnění firmy, její značky, vytvoření pozitivní image, oslovování vybraných skupin zákazníků a to vše s jediným cílem, kterým je zvýšení prodeje produktů, které firmy na trhu nabízejí.

#### **4.7 Management sportovní akce**

Podrobně se tématu management sportovní akce věnuje ve své knize *An Insider's Guide to Managing Sporting Events*, Jerry Solomon. Autor vychází ze svých bohatých životních zkušeností. Působí již léta ve sportovním managementu a marketingu v USA.

Podle SOLOMONA (2002) lze celou přípravu sportovní akce rozdělit do následujících 8 hlavních kapitol. Z každé kapitoly jsem vybral to, co lze aplikovat na podmínky sportovního managementu v ČR.

##### **4.7.1 Určení základních charakteristik akce**

Při plánování jakékoli akce je důležité zamyslet se předem nad základními faktory, které ovlivňují výslednou podobu akce. Těmito faktory jsou:

- účastníci – chci uspořádat profesionální či amatérský závod, jak velká bude akce svým významem či rozsahem
- geografický dopad – jedná se o akci místní, národní, nebo mezinárodní
- zastřešení sportovní organizací – potřebuji schválení od příslušné sportovní organizace, musím se při organizování řídit danými pravidly
- záměr akce – hlavním cílem může být peněžní zisk, propagace určitého sportovce, sportovní disciplíny, firmy apod.

Každý, kdo chce být úspěšný v organizování sportovní akce, by měl podle SOLOMONA (2002) projít následujícími body:

- porozumět, proč chce danou akci vůbec uspořádat
- definovat hlavní záměr akce v krátkém prohlášení
- nastudovat pravidla a regulace vztahující se k typu účastníků, kteří se akce zúčastní
- znát rozsah autority příslušné sportovní organizace
- určit, zda potřebuje pro svoji akci schválení
- rozhodnout se, zda chce koupit již existující akci, nebo vytvořit zcela novou
- uspořádat organizaci akce (zaměstnanci, finance apod.) tak, aby splňovala podmínky schválení
- zamyslet se, jak přiblížit akci účastníkům
- přemýšlet o charakteru akce
- stanovit rozpočet, který umožní analyzovat pravděpodobnost finančního úspěchu

#### **4.7.2 Rozpočet**

Dalším krokem při organizaci akce je sestavení rozpočtu. SOLOMON (2002) uvádí, že je vhodné zaměřit se především na příjmové položky a snažit se být kreativní, ale zároveň neopomenout důležité výdaje.

Při sestavování předběžného rozpočtu bychom se měli snažit zahrnout co nejvíce položek na příjmové i výdajové straně. S tím, jak se akce postupně formuje, některé položky odpadávají, jiné přibývají. Výsledný rozpočet se tak od předběžného může lišit, ale neměl by se příliš vychýlit od původního stavu.

#### 4.7.2.1 Výdaje

SOLOMON (2002) při sestavování rozpočtu navrhuje začít s výdajovými položkami, protože ty jsou snadněji předvídatelné. Každý organizátor má představu, co bude třeba pro uskutečnění akce pořídit.

Celkové výdaje lze rozdělit do několika skupin :

##### **Obecné a administrativní výdaje**

- zaměstnanci
- nájemné za kanceláře
- vybavení kanceláře
- pojištění
- cestovné, ubytování
- zábava (např. večere se sponzory apod.)

##### **Sport**

- prize money
- cestovné
- ubytování
- stravování
- dárky, ceny
- doprava v místě konání
- rozhodčí, funkcionáři

- trenéři, maséři

### **Produkce**

- zvuk a světla
- příprava sportoviště
- štáb
- cestovné
- ubytování
- stravování
- poplatky za hudební produkci
- tréninkové zařízení
- doprava
- vybavení a dekorace
- oblečení (uniformy, kostýmy)

### **Sportovní zařízení**

- nájem
- zaměstnanci
- ochranka
- stadion
- pokladny
- příslušenství – záchody, stánky s občerstvením, suvenýry
- energie, telefony, internet

## **Marketing a prodej**

- reklama
- media, PR
- grafické návrhy
- tiskové materiály (brožury, plakáty)
- zábava
- výdaje na sponzory (dárkové předměty)
- zábava (společenské akce pro sponzory)
- program po skončení akce (děkovaná večeře pro štáb, večírek pro sponzory)
- fotograf
- reklamní předměty
- program
- prodejní stany
- doprovodný program

## **Rezerva**

- při sestavování rozpočtu můžeme na nějaké výdaje zapomenout, proto je dobré mít připravenou finanční rezervu na tyto neočekávané výdaje

### 4.7.2.2 Příjmy

Po vytvoření seznamu očekávaných výdajů si logicky vytvoříme obecnou představu o množství finančních prostředků, které budeme potřebovat na jejich pokrytí.

SOLOMON (2002) zahrnuje do příjmové části rozpočtu následující položky:

- Příjmy od generálního sponzora
- Příjmy od hlavního sponzora
- Příjmy od ostatních sponzorů
- Příjmy z prodeje vstupenek
- Příjmy z prodeje reklamních předmětů
- Příjmy z prodeje programu
- Příjmy z prodeje televizních práv
- Příjmy z prodeje reklamního času

K tomuto výčtu příjmů od Solomona bych rád přidal často velmi zajímavý příjem od státních zdrojů, ve formě dotací a grantů. Na krajských i městských úřadech bývají často vypisovány granty na podporu rozvoje kultury a sportu v oblasti. Dotace se dají žádat i u státních orgánů (ministrestvo školství, ČSTV, atd.). Nepodceňujte tuto formu financování, často je velmi finančně zajímavá.

#### 4.7.2.3 Cash flow

Stejně důležité jako samotný rozpočet je naplánování placení účtů a vybírání pohledávek, tedy tok peněz (anglicky „cash flow“). SALOMON (2002) navrhuje sestavit cash flow tak, aby účty byly splatné až po obdržení finančních obnosů například od sponzorů.

#### **4.7.3 Výběr vhodné lokality**



Výběr vhodného místa pro konání akce je také klíčovým bodem pro její budoucí úspěch. Při plánování, kde se daná akce uskuteční, je nutné zvážit všechna pro a proti vybraného místa a podrobně se s lokalitou seznámit.

SOLOMON (2002) uvádí jako stěžejní body analýzy vhodného místa konání sportovní akce následující témata:

#### 4.7.3.1 Znalost lokality

Pokud si zvolíme určité místo, musíme se s ním podrobně seznámit. Především je důležité zjistit, jaké jiné akce v době konání našeho projektu v dané lokalitě probíhají, a jsou tedy pro nás konkurencí. To zahrnuje všechny události od profesionálních sportovních akcí po divadelní premiéry a muzejní výstavy.

Může se stát, že úspěch akce závisí na lidech tzv. „za scénou“. Jde především o místní představitele, zastupitele města, politiky. Pokud mají organizátoři s těmito lidmi dobré vztahy, může to být klíčový bod pro uspořádání akce.

Neméně důležitým faktorem pro určení vhodné místa konání akce je popularita daného sportu ve vybrané lokalitě.

Při výběru místa bychom také měli zvážit, v jaké části města se nachází. Problémem by mohlo být umístění akce do míst, kam lidé neradi jezdí, bojí se tam pohybovat v noci, nebo tam je velký dopravní provoz.

#### 4.7.3.2 Doprava a parkování

Pokud chceme, aby byli návštěvníci akce spokojeni, je důležité mít k dispozici dostatek parkovacích míst co nejbližší místa konání akce. V případě, že to není možné, měla by být k dispozici náhradní doprava, tzv. Shuttle bus. Vhodně stanovený jízdní řád a přiměřeně dlouhá trasa náhradní dopravy poskytují návštěvníkům určitý komfort a organizátorům přináší kladné hodnocení.

SOLOMON (2002) shrnuje proces výběru vhodné lokality do následujících bodů:

- prozkoumejte cílový trh vaší akce, abyste se ujistili, že bude váš projekt podporovat
- pokud neznáte vybranou lokalitu, najměte si někoho, kdo může poskytnout potřebné informace o historii dané lokality
- zhodnoťte vybrané místo, zda vyhovuje akci po stránce dopravní dostupnosti, počtu míst na sezení pro návštěvníky apod.
- vyberte místo, které je velikostí vhodné pro vaši akci, mějte na paměti, že menší je vždy lepší než větší
- pokud začnete jednat o dané lokalitě, snažte se navázat s majiteli, nebo managementem, přátelství, aby se aktivně zapojili do propagace vaší akce

#### 4.7.4 Výběr sponzorů

Bez podpory sponzorů se dnes neobejde žádná větší či menší sportovní akce. Dokonce i akce regionálního rozsahu má své sponzory. Ve skutečnosti by bylo velmi obtížné bez sponzorů uspořádat akci bez finanční ztráty.

Při výběru sponzorů navrhuje SOLOMON (2002) vytipovat si nejdříve potenciální společnosti, které by mohly být naším sponzorem. Dále určit, co jim

může přinést spojení s projektem a přesvědčit je, že pomocí spojení s naší akcí můžou dosáhnout svých cílů. Poté zbývá už jen uzavření smlouvy o sponzorství.

Nejprve je však nutné připravit potencionálnímu sponzorovi nabídku, která bude obsahovat všechny výhody, které mu přinese spojení s projektem.

#### 4.7.4.1 Nabídka

Podle SOLOMONA (2002) je vhodné připravit si pro předběžná jednání stručný souhrn nabídky. Z toho důvodu, že několikastránkový soubor by mohl většinou velmi zaměstnané manažery odradit od čtení. Tento stručný souhrn, obsahující všechny relevantní body nabídky, bude prvním psaným materiálem o připravované akci, který by měl potencionálního sponzora oslovit.

V samotné nabídce by měly být jednotlivé body souhrnu podrobně rozpracovány. Těmito body jsou:

- exkluzivita – jediný sponzor z oboru
- televize – jaká televize bude přenos vysílat, možnosti reklamy
- reklamní označení – umístění log sponzora v prostorách závodu apod.
- tištěná prezentace – logo v tištěných materiálech, reklama v programu apod.
- prodej reklamních předmětů – umístění reklamního stánku sponzora na akci, použití loga akce na reklamních předmětech sponzora
- PR – možnost distribuce tiskovin sponzora
- zábava – pozvánky na všechny doprovodné akce
- cena

Důležitý je také vzhled prezentace. V současné době se upřednostňují počítačové prezentace, video prezentace apod.

#### 4.7.4.2 Úrovně sponzorů

Již při vymýšlení akce by se mělo myslet na počet sponzorů, které chceme pro akci získat. To se také odvíjí od množství peněz, které k realizaci projektu potřebujeme. Nejjednodušší by bylo získat jediného partnera, který by pokryl celkové finanční náklady. V praxi toho lze však jen těžko dosáhnout. Proto je třeba odhadnout, kolik sponzorů budeme potřebovat a do kolika úrovní podle poskytnuté částky je rozdělíme.

Nejčastějšími označeními jsou:

- *generální sponzor (také titulární)* – hlavní sponzor, jeho jméno je většinou součástí názvu akce a veškeré komunikace, získává nejvíce výhod
- *prezentující sponzor* – většinou druhý největší sponzor, jeho jméno se objevuje za názvem akce, méně výhod než generální sponzor
- *oficiální produkt* – kategorie s nejvíce sponzory, většinou jim připadá třetina výhod co hlavnímu sponzorovi, jméno se neobjevuje v názvu akce
- *ostatní* – další úrovně sponzorů závisí na velikosti akce, velikosti finančního obnosu, či produktu, který poskytují (např. oficiální vůz akce, hospitality partner apod.)

SOLOMON (2002) zjednodušuje proces získávání sponzorů do následujících bodů:

- uvědomění si zásadní role sponzorů při uskutečnění akce
- vytvoření snadno čitelné a nápadité sponzorské nabídky

- ujištění, že neexistují žádné konflikty mezi sponzorskou nabídkou a jinými dohodami
- schopnost obchodního myšlení
- znalost konkurence a vhodné rozlišení úrovně sponzorů
- určení počtu sponzorů, se kterými může projekt pracovat
- naplánování takové propagace, která zhodnotí účast sponzora na akci
- určení cílů, kterých je třeba dosáhnout reklamní a propagační kampaní
- vyhledání potencionálních sponzorů a ukázání porozumění jejich potřebám
- zaměření na budování přátelských vztahů
- uzavření smlouvy
- ujištění se, že smlouva poskytuje organizátorovi ochranu

V současné době můžeme v praxi vidět častěji místo označení „sponzor“ označení „partner“. Smyslem toho je navázat se sponzorem přátelský vztah a dlouhodobou spoluprací.

#### **4.7.5 Péče o zákazníky**

Ačkoli by si někdo mohl pod tímto pojmem představit sponzory, televizní producenty nebo a sportovce, SOLOMON (2002) označuje za zákazníky především návštěvníky akce. Tedy ty, kteří si koupí vstupenku, reklamní předměty, občerstvení apod. Jim bychom měli věnovat největší pozornost, protože oni hodnotí akci, zda je úspěšná, či ne. Pokud máte skvělé sponzory, místo a vše perfektně naplánované, ale nikdo na akci nepřijde, nebude mít takový projekt dlouhé trvání.

Základem péče o zákazníky je především smysluplná komunikace. Měli bychom je seznámit s tím, že se daná akce bude konat, co od ní můžou návštěvníci očekávat, jak si můžou zakoupit lístky, kde se bude akce konat a kde si můžou koupit reklamní předměty. Měli by mít pocit, že je o jejich účast zájem.

#### 4.7.5.1 Prodej lístků

Součástí komunikace se zákazníky je i rozhodnutí o prodeji lístků. Ne vždy je nezbytně nutné vybírat vstupné.

V případě organizování profesionální sportovní akce, jako jsou například tenisové turnaje, jsou návštěvníci obvykle zvyklí kupovat lístky, aby si zajistili dobré sezení. Obecně jsou takové podniky veřejností chápány jako něco exkluzivního a ceny lístků byly vždy vysoké.

Pokud organizujeme sportovní akci regionálního charakteru, juniorské turnaje, nebo akci, která zatím nemá tradici v prodávání lístků, je zavedení prodeje na zvážení.

Před rozhodnutím, zda lístky prodávat nebo ne, navrhuje SOLOMON (2002) položit si tyto otázky:

- **Je zde historie prodávání lístků na podobné akce?** Pokud například budu první, kdo prodává lístky na závody v extrémních sportech, může zde být negativní odezva.
- **Závisí finanční úspěch akce na prodeji lístků?** Pokud finanční analýza jasně ukazuje, že bez příjmů z prodeje lístků nedosáhne akce zisku, je rozhodnutí jasné.
- **Jak ovlivní cena lístků návštěvnost?** Je naše akce z těch, za kterou jsou návštěvníci ochotni zaplatit jakoukoli cenu lístků, nebo si při určité výši raději zvolí jinou zábavu?
- **Ztratí akce prestiž, pokud bude volné vstupné a jak moc na tom záleží?** Někteří organizátoři mají pocit, že akce nemůže být chápána veřejností a médii jako seriózní, dokud návštěvníci neplatí vstupné.

- **Jak se budou lístky prodávat a jsou v rozpočtu peníze na informování o prodeji?** Pokud nejsou peníze na informování veřejnosti o tom, jak, kde a kdy se budou lístky prodávat, je jejich prodej na zvážení.

#### 4.7.5.2 Volný vstup

Volný vstup na sportovní akce může přilákat velké množství návštěvníků, kteří vytvoří závodníkům dobrou atmosféru. Jedná se většinou o různé typy návštěvníků, jako jsou fandové daného sportu, ale také náhodní návštěvníci, kteří jen procházejí kolem. Na druhou stranu, pokud návštěvníci vědí, že na akci je vstup zdarma, mohou přijít zcela bez peněz. To znamená, že si nemůžou koupit suvenýry, nebo reklamní předměty sponzorů, což se může odrazit na straně příjmů. Také sponzoři se raději prezentují před lidmi, kteří mají peníze, jsou na akci z vlastního zájmu, než před těmi, kteří se tam ocitnou náhodou.

#### 4.7.5.3 Oceňování lístků

Pokud se organizátor rozhodne vstup na akci zpoplatnit, měl by pečlivě uvážit výši vstupného. Nejprve by se měl zamyslet nad cílovou skupinou, pro kterou sportovní akci organizuje. Rozdílné demografické skupiny si mohou dovolit zaplatit rozdílnou výši vstupného. Pokud zvolíme příliš vysokou cenu lístků, může to návštěvníky odradit. V případě, že příjmy ze vstupného jsou podstatnou příjmovou částí, může špatné ocenění způsobit finanční katastrofu.

Určení cílové skupiny návštěvníků a především jejich udržení je složitou záležitostí i za těch nejlepších podmínek, kterých můžeme dosáhnout. Co je jeden rok in, může být příští rok akci, která nepřiláká žádné návštěvníky. Základem je proto konstantní komunikace se zákazníky a porozumění tržní poptávce.

#### **4.7.6 Péče o závodníky**

Pokud chceme, aby naše akce měla úspěch a přilákala návštěvníky, měli bychom se soustředit na získání špičkových sportovců. Proto, aby se naši akce zúčastnili, nestačí jen nabídnout vysokou odměnu za vítězství (prize money). Závodníkům musíme nabídnout kvalitní servis a jejich spokojenost s úrovní služeb a akcí celkově je pro organizátora tou nejlepší reklamou.

SOLOMON (2002) pro získání nejlepších sportovců doporučuje následující:

- při vytváření akce mějte na mysli, které závodníky chcete oslovit
- seznamte se s pravidly a přihlašovacími postupy pro váš sport
- pokud organizujete soutěž pro profesionální sportovce, zjistěte, zda jsou zastupováni agenty
- propagujte dostatečně svoji akci, aby o ní případní účastníci věděli
- zašlete sportovcům zvací dopis, ve kterém uveďte, o co je žádáte
- získejte pro svoji akci zájem co nejvíce médií
- sepište smlouvu mezi vámi a sportovcem, ve které budou uvedeny obchodní a právní aspekty vaší spolupráce
- nechte svého právníka, aby tyto smlouvy zkontroloval
- vytvořte zábavnou a uvolněnou atmosféru
- zůstaňte se sportovci v kontaktu i po skončení akce

#### **4.7.7 Zajištění televizního přenosu**

Přítomnost televizních kamer dodává každé akci větší význam. Taková akce má co nabídnout, je atraktivní nejen pro návštěvníky, místní obyvatele, ale také pro diváky u televizních obrazovek. Navíc pro organizátora nabízí ve vztahu



k potenciálním sponzorům silný nástroj pro jeho získání a pro sponzory zase široké možnosti zviditelnění jejich značky.

Přesvědčit televizní stanici, aby uvolnila vysílací čas právě na naši akci, zvláště pokud se koná poprvé, není snadný úkol.

#### 4.7.7.1 Návrh

Než oslovíme televizní stanice, měli bychom připravit návrh (podobný jako při oslovování sponzorů), který bude obsahovat všechny podstatné informace o připravované akci. V této prezentaci by neměly chybět informace o sportovních hvězdách, které se akce zúčastní, hlavní téma akce, možnosti propagace sponzorů akce, místo konání apod.

V současné době, kdy stojí sport v popředí zájmu diváků, vznikají samostatné sportovní kanály. Díky tomu je zde prostor pro zviditelnění i jiných sportů než jen fotbalu nebo hokeje. Pokud tedy organizátor nabídne kvalitní projekt, má velkou šanci, že se jeho akce objeví v televizním vysílání.

#### **4.7.8 Realizace akce**

Po měsících příprav přichází poslední etapa v organizování sportovní akce a tou je samotná realizace.

##### 4.7.8.1 Personální zajištění

Při zajišťování týmu lidí, kteří se podílejí na přípravě projektu, rozlišujeme dva typy pracovních poměrů. Jedním jsou zaměstnání na plný úvazek (tzv. full-time jobs), druhým typem jsou najatí odborníci, kteří jsou potřeba jen při samotné realizaci akce (tzv. event-week jobs).

SOLOMON (2002) doporučuje na plný úvazek najmout následující profese:

**Manažer turnaje (závodu)** - na přípravě akce se podílí od samého počátku, má přehled o všem, co se týká připravované akce, dohlíží na plnění úkolů ostatních zaměstnanců, získávání sponzorů, jedná o televizním přenosu a jiné

**Manažer prodeje** – je zodpovědný za získávání sponzorů

**Manažer prodeje lístků** – dohlíží na prodej lístků, příjem peněz, prodej na karty, šeky apod.

**Účetní** – dohlíží na všechny účetní operace, cash flow

**Manažer marketingu a reklamy** – vytváří image projektu, propagační kampaň, PR

Pro samotnou realizaci akce navrhuje SOLOMON (2002) najmout tyto specialisty:

**Manažer stadionu** – je zodpovědný především za plynulý chod akce, příchod a odchod sportovců, štábu, médií a jiných účastníků na závodistiště podle časového harmonogramu

**Asistent sportovců** – je k dispozici závodníkům, řeší jejich potřeby, stížnosti a požadavky

**Cash manažer** – dohlíží na tok hotových peněz, prodej lístků, propagačních předmětů a nutných plateb

**Manažer médií** – má přehled o novinářích, kteří mají na akci přístup, organizuje tiskové konference

**Asistent televizní produkce** – po celou dobu akce je k dispozici přenosovému štábu

**Manažer dopravy** – organizuje tzv. shuttle busy pro závodníky, jejich doprovod, návštěvníky, dopravu pro VIP a jiné

K tomuto návrhu od Solomona bych rád dodal, že pro uskutečnění závodu v triatlonu je určitě zapotřebí zažádat o pomoc policii, záchrannou službu, vodní záchrannou službu. Určitě si musíte najmou firmu, která bude zajišťovat časomíru a výsledkový servis. Najmout nejméně 2 moderátory. Dále je nutné mít najmuté rozhodčí a sestavený team zkušených lidí, kteří budou koordinovat jednotlivé segmenty závodu. V neposlední řadě mít sjednané dobrovolníky, či brigádníky, kteří vám pomohou se stavbou koridorů, stanů, budou pomáhat zajistit chod občerstvovacích stanic, budou rozmístěni kolem trati k případné pomoci, budou k dispozici, pokud se vyskytne nějaký problém.

#### 4.7.8.2 Časový harmonogram

Na začátku každého projektu by měl jeho manažer sestavit časový harmonogram příprav. Zvláště, pokud jde o první projekt, nebo se na něm podílejí nezkušení organizátoři, měl by být tento harmonogram velmi detailní.

Časový harmonogram sportovní akce by mohl podle SOLOMONA (2002) vypadat následovně:

### **18 až 24 měsíců předem**

Vhodná doba pro začátek plánování projektu, která zaručuje dostatek času na promyšlení všech bodů uvedených v předchozích kapitolách především pro manažery, kteří organizují podobnou akci poprvé. Čas pro stanovení rozpočtu, oslovení potenciálních sponzorů, oslovení televizních stanic.

### **15 měsíců předem**

Potvrzení data akce, pokračování získávání sponzorů, kontrola rozpočtu, otevření bankovních účtů.

### **12 měsíců předem**

Potvrzení místa konání akce, domluva s televizí, jednání se sportovními federacemi a hráčskými asociacemi.

### **10 měsíců předem**

Najímání zaměstnanců, oslovování sponzorů, vytváření loga akce a tiskových materiálů, stanovení výše vstupného.

### **9 měsíců předem**

Zasílání emailů potenciálním návštěvníkům, kontaktování prodejců, vytvoření komunikační strategie, oslovení zahraničních televizí.

### **8 měsíců předem**

Začátek mediální aktivity, uzavření smluv o pronájmu místa konání, s televizí.

### **7 měsíců předem**

Získávání účastníků, průzkum místa konání akce.

### **6 měsíců předem**

Určení formátu televizního vysílání, oslovení rozhodčích, úředníků, dobrovolníků, smlouvy s hotely, určení propagační kampaně.

### **5 měsíců předem**

Kontrola rozpočtu, pokračování v mediální aktivitě, uzavírání smluv se sponzory.

### **4 měsíce předem**

Tisk formulářů pro objednání lístků, pokračování v prodeji, sepsání časového harmonogramu dne/týdne, kdy se akce koná.

### **3 měsíce předem**

Dát lístky do prodeje, uspořádat tiskové konference, začít propagační kampaň, získat všechny zaměstnance a pravidelně pořádat organizační schůzky.

## **2 měsíce předem**

Vytvoření objednávky na TV show, kontrola rozpočtu, podpis smluv s prodejci, objednání cen.

## **6 týdnů předem**

Doladění všech podstatných záležitostí, rozeslání dopisů sponzorům a účastníkům s upřesněními, distribuce tiskových materiálů, dohled nad prodejem lístků.

## **30 dní předem**

Pořádání organizačních schůzí a schůzí s prodejci, kolekce dárkových předmětů, vytvoření seznamu médií a VIP seznamu.

## **10 dní předem**

Potvrzení seznamu ubytovaných s hotely, kontrola propagační a PR kampaně, kontrola rozpočtu, potvrzení práv za hudební produkci, získání cen, kontrola logistiky akce.

## **5 dní předem**

Přestěhování do kanceláře turnaje (závodu), začátek výstavby v místě konání, koordinace příjezdu zaměstnanců, organizační schůze, kontrola TV produkce.

## **2 dny předem**

Koordinace příjezdu sportovců, uzavření konečné smlouvy s hotely, pořádání tiskových konferencí se sportovními hvězdami, organizační schůze.

## **Den konání**

Držet se detailního denního plánu akce.

## **Po projektu**

Uspořádání závěrečného večírku, zasílání děkovných dopisů, kontrola financí, vytvoření dokumentace.

Spolu s časovým harmonogramem je dobré vytvořit si seznam úkolů, které jsou každý den potřeba splnit, a tento seznam mít neustále u sebe a pravidelně kontrolovat plnění.

### 4.7.8.3 Příprava místa konání

K této kapitole se ještě podrobněji rozepíšu později v části nazvané “Technické zajištění závodu”.

## **Tribuny**

Pokud pořádáme akci pod širým nebem, musíme myslet na včasné navezení materiálu a stavbu tribun pro diváky. Potřebná doba se odvíjí od typu akce. Pokud stavíme tzv. na zelené louce, musíme si na stavbu vyhradit několik dní. Naopak

například pro golfové turnaje nepotřebujeme tribuny žádné a na místo se můžeme přesunout jen den předem.

## **Stany**

Pro stavbu stanů platí to samé jako pro tribuny. Čas potřebný k jejich stavbě záleží na jejich počtu a velikosti. Parametry stanů při závodech triatlonu se budu zabývat níže v mé práci.

## **Pojištění**

Na pojištění bychom neměli zapomenout, abychom se vyhnuli nepříjemnostem, které by mohly náš projekt ohrozit. Existují různé typy pojištění – pojištění proti nehodám, nepřízni počasí apod. Nejlepší je najmout si pojišťovacího odborníka, který poradí s rozsahem pojištění.

## **Catering**

Zajištění jídla pro zaměstnance i závodníky je nezbytnou součástí realizace akce. Ten, kdo zajišťuje jídlo, by měl být schopen uspokojit potřeby rozličných skupin strávníků (závodníci, sponzoři, členové organizačního štábu. I zde platí jednoduché pravidlo – Pokud bude jídlo dobré, možná si to někdo bude pamatovat. Pokud ale jídlo nebude dobré, buďte si jisti, že to si budou pamatovat všichni. Při velkých závodech v triatlonu je zvyklost pořádání tzv. Závěrečné “Pasta party”.

## **Kanceláře**



Během akce je potřeba zajistit místo, kde budete pracovat. Nemělo by se zapomenout na prostory pro soukromá jednání či telefony. Samozřejmostí je zajištění elektřiny, počítačů, internetového připojení, kopírovacích strojů apod.

### **Sociální zařízení**

Nesmíme zapomenout na sociální zařízení. Pokud není k dispozici v místě konání, potom je dalším krokem nájemné. Počítejte s 1 toaletním zařízením na 200 osob. V případě, že je start i cíl na stejném místě, bude zapotřebí více toalet (asi 50 – 100 na osobu). Nikdy nespolehejte na toalety v restauracích, hotelech apod. Bývají většinou zdrojem konfliktu s majitelem.

### **Šatny**

Pro sportovce je potřeba zajistit dostatečně prostorné šatny pro převlékání, přípravu před závodem apod. Toto se řeší v předstartovní zóně, která je v kontaktu s “warm up” zónou.

### **Přístup**

Každý, kdo přijde na akci, bude chtít získat přístup do všech prostor. To však není možné a je třeba nějakým způsobem přístup kontrolovat. Nejjednodušší je vytvořit akreditační karty, kde je jasně vyznačeno, kdo má kam přístup. Oprávnění pro vstup do jednotlivých prostor pak kontroluje ochranka.

#### 4.7.8.4 Management v den konání akce

Vše, na čem jste dosud pracovali, se stává skutečností, ať už jste připraveni, nebo ne. Základem pro úspěšné zvládnutí akce je podle SOLOMONA (2002) dobře se na „den D“ vyspat a ráno být připraven na výzvy, které nás čekají.

### **Povinnosti manažera v den konání akce**

- **organizační mítinky** – projednání nejdůležitějších bodů, předávání potřebných informací
- **předávání informací** – jedním z nejdůležitějších úkolů; ujistění se, že každý má ty správné informace, na základě kterých může jednat
- **obchůzky** – pohybujte se po celém areálu, buďte v kontaktu s pracovníky, mějte přehled o všem, co se děje
- **poskytování odpočinků** – unavení lidé dělají chyby, proto jim čas od času dopřejte odpočinek
- **setkání a pozdravy** – setkejte se a pozdravte se se sponzory, závodníky, prodejci, televizním štábem, buďte vidět
- **kontakt s médii** – média můžou vaši akci podpořit, ale také zcela zatratit; ujistěte se, že je pro novináře zajištěn dostatečně velký prostor s vybavením (stoly, telefony, připojení k internetu apod.), dobré jídlo a pití, případně drobný dárek; buďte sdílní, informujte novináře o všem, co se děje
- **kontakt se sponzory** – ujistěte se, že jste splnili všechno, co bylo ujednáno ve smlouvě, připravte speciální VIP prostory a program, určete osobu, která se bude o vaše VIP starat
- **kontakt se sportovci** – bez sportovců by nebyla žádná akce, zajistěte jim tedy co nejlepší podmínky, ujistěte se, že mají, co potřebují, poděkujte jim, že přijeli, pozvěte je na příští rok
- **řešení problémů** – během realizace akce se budete potýkat s mnoha problémy, snažte se vždy najít řešení, nepřehlížejte je

#### 4.7.8.5 Management po skončení akce

Ačkoli už je akce za vámi, neznamená to, že také skončily všechny povinnosti s akcí spojené. Některé důležité úkoly je ještě třeba udělat.

- **večírek po skončení akce** – pokud nebyla vaše akce úplná katastrofa, uspořádejte pro vaše pracovníky, sponzory a VIP večírek jako poděkování za dobře odvedenou práci a podporu
- **úklid** – při balení a vystěhování všech věcí, které byly na místo navezeny, je rozhodující čas, který vyplývá z dohody o pronájmu místa
- **reporty a poděkování** – pokud budete stejnou akci pořádat i příští rok, budou se vám hodit poznámky o celé přípravě (seznam dodavatelů, mediálních partnerů, chyb, které nastaly apod.), abyste nemuseli začínat zase od nuly; zašlete poděkování (můžete přidat i upomínkový předmět) těm, o kterých si myslíte, že si zaslouží zvláštní uznání
- **propagace příštího ročníku** – udělejte si seznam důležitých lidí, se kterými byste rádi mluvili a zastavte se u nich během akce, vezměte je na prohlídku areálu; není lepší čas na získání partnerů pro další rok, než při právě probíhajícím ročníku
- **kontrola financí** – ujistěte se, že všechny závazky jste již zaplatili a všechny pohledávky vybrali, zkontrolujte správnost faktur, pokud se někdo s platbou opozdí, připomeňte se (telefonem, faxem, emailem)
- **vrácení peněz** – může se stát, že někdo nebude spokojen s tím, jak bylo s jeho penězi vynaloženo; při špatném počasí můžou chtít diváci vracet vstupné, pravidla pro vrácení peněz by měla být vždy stanovena předem

Jak uvádí SOLOMON (2002), za dobře odvedenou práci je organizátorovi odměnou vyprodané hlediště, úsměvy na tvářích návštěvníků, poděkování od

sportovců a kladné hodnocení v médiích a samozřejmě určitý zisk. Organizace sportovních akcí je jízdou na horské dráze, ale jízdou zábavnou a lukrativní.

## **5 TRIATLON**

### **5.1 Historie**

Jakmile se na světě objevil velociped, nebyly již žádné technické překážky pro spojení plavání, jízdy na kole a běhu v jeden sport - triatlon. Zmínky o kombinaci třech disciplín se objevily v roce 1921 v Marseille přesto, že studenti běžeckého Pettit Pavillon název triatlon v té době nepoužívali<sup>3</sup>. Evropa se poté v šedesátých letech soustředila spíše na kombinaci vícera vytrvaleckých disciplín zahrnujících vedle tradičních plaveckých, cyklistických a běžeckých závodů i

---

<sup>3</sup> Historie triatlonu [online]. 2000 [cit. 2010-03-10]. Dostupný z WWW:< <http://triathlon.misto.cz/historie.html>>

lyžování (Svensk Klassikar, Nord Klassikar), zatímco na západním pobřeží USA začali na počátku sedmdesátých let experimentovat s plaváním a během. Vzdálenosti závodu klesaly úměrně s rostoucí teplotou. Na severu Evropy závodníci soutěžili na vzdálenostech desítek kilometrů, v Kalifornii to byly míle a jejich zlomky. V roce 1974 v San Diegu k dvojboji přibyla i cyklistika, a tak vznikl triatlon v dnešní podobě. I když v té době kombinace 2.8-5-0.25-2-0.25 v mílích, jinými slovy B-C-P-B-P, současnou formu triatlonu připomínala pouze vzdáleně.

## **5.2 Havajský Ironman**

Myšlenka vznikla na Havaji, kde John Collins přišel na to, že by závodníci mohli absolvovat tři tradiční Honolulu závody: Waikiki Rough Water Swim, Around the Island Bike Ride a Honolulu Marathon bez přestávek<sup>4</sup>. Stvořil tak na základě svých znalostí triatlonu ze San Diega závod, který se na Havajských ostrovech koná od roku 1978 nepřetržitě a stal se legendou. IRONMAN (3.8 km plavání, 180 km na kole, 42.195 km běhu) se stal v krátké době velmi populární. V současné době se o triatlon stará řada privátních i mezinárodních organizací, z nichž je jedna nejdůležitější. Jde o World Triathlon Corporation (WTC), založenou v roce 1990, která pořádá WTC IRONMAN SERIES. IRONMAN je bezesporu společenským a sportovním fenoménem triatlonového sportu a je snem každého profesionála. Každým rokem má tento závod až 30.000 zájemců, kteří se přefiltrují zejména mezinárodní kvalifikací pořádané na Novém Zélandu, Austrálii, Brazílii, Kanárských ostrovech, Japonsku, Německu, Švýcarsku a Kanadě. Severoameričané mají svůj národní okruh kvalifikačních triatlonů. Celkový počet účastníků navíc doplňuje patnáctka nejlepších z minulého ročníku, loterie a divoké karty.

## **5.3 Mezinárodní triatlonová unie - ITU**

---

<sup>4</sup> Tamtéž

V roce 1989 byla za vydatného přispění Ing. Václava Vítovce založena International Triathlon Union, která pod vedením Kanadana Les McDonalda prosadila triatlon na olympijské hry<sup>5</sup>. Poprvé byl tento sport zařazen do olympijských disciplín při Olympijských hrách v Sydney v roce 2000.

#### **5.4 Triatlon v České republice před rokem 2000**

Skupina bývalých vodáků, pod vedením Tomáše Karlíka, Ing. Jaroslava Bednáře a Ing. Emila Šebeleho 21. června 1980 v Přední Hluboké uspořádali první triatlon v Evropě<sup>6</sup>. Zejména díky úsilí Ing. Václava Vítovce se triatlon prosadil v bývalém Československu i na veřejnosti. S konkurencí ostatních sportů se mohl srovnávat nejprve Československý koordinační výbor triatlonu v roce 1984 a o dva roky později triatlon pod hlavičkou ČSTV. Členem Evropské triatlonové unie a Mezinárodní triatlonové unie je i Český svaz triatlonu. ČSTT pořádá mistrovství republiky, pohárové soutěže a spolupracuje při vyhlašování triatleta roku. ČSTT je také garantem účasti triatlonu na olympijských hrách.

#### **5.5 Pravidla triatlonu**

Pravidla Českého svazu triatlonu vycházejí z pravidel ETU a ITU (FORMÁNEK 2003, s. 187). Můžeme říci, že tato pravidla se navzájem neustále sblížují a dnes se česká pravidla od pravidel ETU či ITU v zásadě odlišují jen v některých specifických podrobnostech, které jsou z hlediska závodění v zahraničí zanedbatelné. Větší odlišnosti jsou dány specifikami našich domácích podmínek a specifikacemi určení pravidel ETU a ITU. Týká se to například kategorií mládeže a délky jejich tratí nebo obtížnosti převodů na kole pro mládež. Také ostatní federace mají v různých oblastech pravidel drobné odlišnosti, vyplývající hlavně z náhledu na potřeby rozvoje triatlonu v jejich zemi.

---

<sup>5</sup> Historie triatlonu [online]. 2000 [cit. 2010-03-10]. Dostupný z WWW:< <http://triatlon.misto.cz/historie.html>>

<sup>6</sup> Tamtéž

Podívejme se na výňatek z českých pravidel triatlonu z pohledu potřebných základních znalostí účastníka triatlonových závodů.

### 5.5.1 Definice

Triatlon je podle FORMÁNKY (2003) sport, ve kterém závodník absolvuje plaveckou, cyklistickou a běžeckou část v uvedeném pořadí, s průběžným měřením času od startu plavání do cíle běhu. Jiná modifikace nesmí být nazvána triatlonem a musí již názvem vystihovat jinou podstatu.

### 5.5.2 Délky tratí v kilometrech

**Sprint Triatlon** – 750m plavání, 20km kolo, 5km běh

**Krátký Triatlon** – 1,5km plavání, 40km kolo, 10km běh

**Dlouhý Triatlon** – 1,9 – 3,8km plavání, 90 – 180km kolo, 21 – 42,2km běh

Při jiných tratích je nutné dodržet poměr mezi délkami jednotlivých částí s odchylkou max 10%.

### 5.5.3 Typy závodů

- |   |   |
|---|---|
| a)  | S |
| outěž jednotlivců   |   |
| b)  | S |
| outěž družstev (součet časů členů družstva v jednom závodě) |   |
| c)  | S |
| outěž týmů (společně absolvovaný TT družstvem)              |   |

### 5.5.4 Věkové kategorie

Rozdělení závodníků do věkových kategorií a maximální délky závodů (v km), na kterých mohou závodníci jednotlivých kategorií startovat, udává tabulka 2.

**Tabulka 2**

Rozdělení závodníků do věkových kategorií a maximální délky závodu v km.

<b>Kategorie</b>		<b>Věk</b>	<b>Triatlon</b>
<b><i>mládež</i></b>	Benjamínci	Do 11	0,1-4-1
	Žactvo mladší	12 - 13	0,2-8-2
	Žactvo starší	14 - 15	0,45-12-3
<b><i>K19</i></b>	Dorost	16 - 17	STT
	Junioři, Juniorky	18 - 19	1,2-30-7
<b><i>Dospělí</i></b>	K23	20 - 23	1,2-30-7
	Senioři (muži, ženy)	24 - 29	DTT
<b><i>Veteráni</i></b>	A	30 - 34	DTT
	B	35 - 39	DTT
	C	40 - 44	DTT
	D	45 - 49	DTT
	E	50 - 54	DTT
	F	55 - 59	DTT
	G	60 -	DTT

Pro zařazení do kategorie je rozhodující věk dosažený v daném kalendářním roce.

### **5.5.5 Oficiální činitelé závodu**

Hlavní rozhodčí – odpovídá za regulérní průběh závodu dle pravidel

Technický delegát – je zodpovědný za přípravu a organizaci závodu.

Ředitel závodu – odpovídá za organizační stránku závodu a řídí činnost pořadatelů.



Soutěžní výbor – tvoří jej technický delegát, hlavní rozhodčí a ředitel závodu. Má nejvyšší kompetence k zásadním rozhodnutím směrem k bezpečnosti, protestům, povolení změn.

Rozhodčí – dohlíží na dodržování pravidel závodníky.

Časoměřiči – zaznamenávají průběžné a cílové časy jednotlivých závodníků.

Pořadatelská služba – určuje pořadatel k zabezpečení hladkého chodu závodu.

### 5.5.6 Obecná pravidla pro závodníka

- Z  
závodník je zodpovědný za svojí účast v závodu a za svůj zdravotní stav. Na závodech mládeže nese za závodníka zodpovědnost jeho doprovod.
- Z  
závodník je zodpovědný za absolvování celé trati závodu včetně počítání okruhů. Při nedodržení je závodník diskvalifikován.
- Z  
závodník musí dodržovat pravidla ČSTT, respektovat pravidla silničního provozu a instrukce pořadatele závodu.
- Z  
závodník je povinen se nechat označit (popsat) podle pokynů pořadatele.
- Z  
závodník je povinen vyzvednout si svojí výstroj a cyklistické kolo z depa v době, která bude oznámena při rozpravě, nejpozději však do 1 hodiny po ukončení závodu.
- S  
tartovní číslo poskytnuté pořadatelem nesmí být žádným způsobem upravováno a musí být použito tak, aby byla viditelná celá jeho plocha.

- B  
 ěhem cyklistické části musí být startovní číslo umístěno tak, aby bylo plně viditelné na zadní straně cyklistické výstroje.
- P  
 ři běhu musí být číslo jasně viditelné zepředu.
- Z  
 ávodník je povinen umožnit rozhodčímu kontrolu technického stavu kola včetně převodů a umístění čísla na rám kola při jeho přejímce do depa.
- Z  
 ávodník je povinen přijmout dodaný identifikátor, obvykle signalizující počet uběhnutých kol v běžecké části.
- V  
 eškeré opravy musí závodník provádět sám s použitým nářadím a náhradních dílů, které má v depu nebo které veze s sebou. Na závodech benjamínků smějí závodníkovi pomáhat pověření pořadatelé.

### 5.5.7 Závodní oblečení, výstroj

- M  
 inimální oblečení pro plavání tvoří pro muže neprůsvitné plavky, pro ženy neprůsvitné jedno nebo dvojdílné plavky.
- M  
 aximální tloušťka plaveckého neoprenu nesmí v žádné části přesahovat 5mm. Neopren se nesmí skládat z více než tří samostatných částí, a to z kapuce či kukly, horní a spodní části. Není dovoleno použít neopren pouze na nohy. Materiál na rukávech a nohavicích může být tenčí než materiál části pokrývající trup.
- P  
 ři plavání je zakázáno používat dodatečné nadlehčovací prostředky.

- P  
ři plavání je zakázáno používat rukavice, ploutve nebo šnorchly. Ruce a chodidla musí zůstat nezakryty.
- P  
oužití neoprenu je u žactva povoleno pouze u kategorie staršího žactva.
- P  
ři cyklistické a běžecké části nesmí mít závodník obnaženou horní polovinu těla.
- C  
cyklistická přilba musí být pevná (kompaktní) a homologovaná.
- N  
nádobí na potravu a nápoje, které jsou závodníkem používány během závodu, musejí být z nerozbitných materiálů
- K  
kolo musí odpovídat následujícím požadavkům:
  - D  
šířka max. 2m a šířka řídítek max. 75 cm,
  - P  
řední kolo může mít jiné parametry než zadní kolo, ale musí být paprscíté konstrukce, plný disk může být použit jen na zadní kolo,
  - Ž  
zádné kolo nesmí mít mechanismus, který by ho urychloval
  - O  
otevřené konce triatlonových řídítek musejí být ukončeny krytkou
  - G  
obrázky musejí být dobře nalepeny, ráfky pevné a kola zajištěna
  - P  
řední i zadní kolo musejí být opatřeny funkční brzdou

- T  
riatlonová řídítka musejí být bezpečně upevněna
- O  
mezení převodů pro jednotlivé kategorie (dráha v metrech na jedno otočení kliky o 360°): žactvo max. 6,55m, dorost max. 7,93m.
- J  
e – li při závodě povolena jízda v háku, musí kolo navíc vyhovovat ještě následujícím požadavkům:
  - J  
ako základ smějí být použita pouze klasická cyklistická řídítka
  - K  
once přídavných triatlonových řidítek nesmějí nést žádné dopředu směřující brzdové nebo řadicí páčky, výjimku tvoří řazení založená na principu „grip shift“
  - L  
oketní podpěrky jsou povoleny
- N  
ení-li při závodě povolena jízda v háku, musí kolo vyhovovat následujícímu požadavku:
  - T  
riatlonová řídítka musejí být bezpečně upevněna; brzdové páky musejí být otočeny směrem dozadu.

### 5.5.8 Chování závodníka na trati

- Z  
závodník nesmí blokovat jiného závodníka, nebo činit náhlé změny směru tak, že by křížil dráhu jiného závodníka.
- Z  
závodník musí absolvovat celou trať, jak ji vyznačil pořadatel. Jestliže opustí trať, musí se na ni vrátit v tom místě, ve kterém ji opustil.
- V  
depech musí závodník ukládat kolo, výstroj a další věci pouze v jemu vyhrazeném sektoru.
- Z  
závodník nesmí být na trati doprovázen nebo veden doprovodným vozem, motorkou, cyklistou, ani běžcem. Informace smějí být závodníkovi poskytovány pouze z okraje tratě.
- V  
případě nehody smí závodník po poskytnutí první pomoci lékařem pokračovat v závodě za předpokladu souhlasu lékaře nebo zdravotnického personálu.
- Z  
závodníci se nesmějí vzájemně tlačit nebo odstrkovat, a to ani od doprovodných vozidel.

### 5.5.9 Plavecká část

- Z  
závodník může použít při plavání libovolný plavecký způsob, šlapat vodu, nebo splývat. Je dovoleno jít (běžet) po dně při startu a před cílem, je také dovoleno stát na dně, ale závodník nesmí využít dna ani plovoucích či ukotvených předmětů k tomu, aby získal výhodu. Toto je dovoleno, jde-li o bezpečnost závodníka.

- P  
ro zajištění bezpečnosti závodníků musí být plavecká trať případně zkrácena v závislosti na teplotě vody, tak jak udává tabulka 3.

**Tabulka 3**

Závislost teploty na délce plavecké části.

<b>Pro zajištění bezpečnosti</b>	<b>Max délka plavání (km)</b>	<b>Max. čas pobytu ve vodě (hod)</b>
Pod 20°C	4 km	2:15
Pod 19°C	3 km	1:40
Pod 18°C	2 km	1:10
Pod 17°C	1 km	0:35

- R  
ozhodčí může nařídit povinné použití neoprenů při teplotě nižší než 16°C
- U  
žití neoprenu je pro jednotlivé kategorie a pro jednotlivé délky tratí zakázáno, je-li dosaženo teplot vody dle tabulky 4.

**Tabulka 4**

Užití neoprenu v závislosti na teplotě vody.

<b>Délka Plavání</b>	<b>Dospělí</b>	<b>Ostatní kategorie</b>
Do 1500m	20°C a více	22°C a více
1501m – 3000m	23°C a více	23°C a více
Nad 3000m	24°C a více	24°C a více

- P  
ři teplotě vody nižší než 13°C se plavání vždy ruší. U závodů žákovských kategorií se plavání ruší při teplotě nižší než 18°C.
- J  
sou povoleny tyto způsoby hromadného startu:
  - Z  
vody od pásky následně zvednuté, od níž je povoleno pouze plavat
  - Z  
břehu vběhnutím do vody
  - S  
kokem do vody

#### 5.5.10 Cyklistická část

- P  
ři jízdě se zakázanou jízdou v háku má každý závodník kolem sebe 1,5m vlevo, 1,5m vpravo a 10m vzad (měřeno od zadního kola) prostor. Jízda jiným závodníkem, který přijel zezadu, je v tomto prostoru považována za jízdu v háku, pokud jej do 30 vteřin neopustí směrem vpřed.
- Z  
a jízdu v háku je dále považována jízda za jakýmkoliv motorovým vozidlem ve vzdálenosti menší než 35m.
- P  
ředjížděný závodník musí po předjetí jiným závodníkem opustit prostor závodníka, který ho předjel.
- N  
a závodech v dlouhém triatlonu (duatlonu) je jízda v háku zakázána.

- Z  
ávodník smí na trati jít pěšky a kolo vést nebo nést.
- Z  
ávodníkům není povoleno přijmout cizí pomoc.
- C  
cyklistická přilba musí být zapnuta po celou dobu cyklistické části, tj. protnutí čáry označující začátek depa.

#### 5.5.11 Běžecská část

- N  
a trati běhu může závodník běžet i jít.

#### 5.5.12 Přejížděvací prostory (depa)

- V  
vstup do depa je povolen pouze pro závod zregistrovaným závodníkům a příslušným činovníkům závodu.
- P  
řejížděvacího kola a materiálu do depa provádí rozhodčí.
- P  
ředitelé mohou asistovat v průběhu závodu při přebírání a ukládání kol. tento servis pak musí být pro všechny závodníky stejný.
- J  
vložka na kole v depech je zakázána.

#### 5.5.13 Občerstvení

- Z  
závodníci si mohou přinést vlastní občerstvení a požádat o jeho umístění v požadované občerstvovací místě.
- V  
vlastní občerstvení smí závodníkům podávat jejich doprovod na



pořadatelem určených místech, nejčastěji v přímém sousedství občerstvovací stanice.

- O  
bčerstvení, včetně vlastního, smí být podáváno pouze v nerozbitných nádobách.

## 5.5.14 Tresty za porušení pravidel

### 5.5.14.1 Napomenutí

- N  
apomenutí uděluje rozhodčí závodníkovi, jestliže se porušení pravidel zdá být neúmyslné a může být po napomenutí odstraněno. Účelem napomenutí je upozornit závodníka na možnost porušení pravidel a předejít tak přísnějšímu postihu.
- R  
ozhodčí uděluje napomenutí zapískáním na píšťalku a současně ukázáním „žluté karty“ tak, aby ji závodník mohl zřetelně vidět, zvolá závodníkové číslo a oznámí důvod napomenutí.
- J  
estliže je napomenutí uděleno během cyklistické části pro ne příliš čisté dodržování pravidla o jízdě v háku, použije rozhodčí stejného postupu, ale po zvolání závodníkového čísla přidá slovo „STOP!“.

Závodník je povinen reagovat následovně:

- Z  
ajet bezpečně k pravé straně trati a zastavit, postavit se na zem oběma nohama na stejné straně kola
- Z  
vednout kolo do výše tak, aby obě kola byla současně nad zemí.

Dále smí závodník pokračovat až na pokyn rozhodčího „GO!“.

#### 5.5.14.2 Diskvalifikace

- R  
rozhodčí závodníka diskvalifikuje, jestliže:
  - P  
orušení pravidel je zřejmé, např. za jízdu v háku pokud je zakázána, jízdu bez cyklistické přilby
  - N  
neabsolvování celé trati
  - P  
orušení pravidel již nemůže být napraveno, např. startovní číslo je ztraceno
  - Z  
závodník se odmítne podříditi pokynům rozhodčího, např. uráží jiné závodníky, rozhodčí nebo pořadatele
  - Z  
závodník svým jednáním vážně narušuje bezpečnost ostatních závodníků
- R  
rozhodčí uděluje diskvalifikaci následovně: zapískáním na píšťalku a současně ukázáním „červené karty“ tak, aby ji závodník mohl zřetelně vidět a zvoláním závodníkového čísla a důvodu diskvalifikace.
- Z  
závodník smí po diskvalifikaci pokračovat a následně se odvolat.
- D  
diskvalifikace může být udělena i zpětně, nebylo-li možno z objektivních

důvodů udělit diskvalifikace okamžitě nebo bylo porušení pravidel zjištěno později.

## **6.ANALYTICKÁ ČÁST**

### **6.1 Historie ITU**

Přestože triatlon nebyl po několik desetiletí uznávaný jako sport, jeho popularita rychle rostla a stal se nakonec olympijskou disciplínou. Velký vliv na to měla Mezinárodní triatlonová unie (ITU)<sup>7</sup>.

Počátky této organizace jsou ve Stockholmu v listopadu 1988, kde Sven Thofelt svolal na podnět předsedy Mezinárodního olympijského výboru Juana Antonia Samaranche schůzi zástupců stávajících národních triatlonových federací. Tohoto setkání se zúčastnil také Gunnar Ericsson, který zavedl pracovní výbor triatlonu, kterému poté předsedal Kanadčan Les McDonald.

V březnu 1989 se konal první kongres ITU ve francouzském Avignonu. Zde vznikly přípravy na první mistrovství světa v triatlonu. V srpnu pak vzniklo nové vedení, které poprvé zavedlo novou politiku tohoto sportu, která zahrnovala například přísné antidopingové kontroly a současně vzdálenost závodu inspirovanou jednotlivými disciplínami na olympijských hrách. Závod zahrnoval 1500 m plavání, 40 km na kole a běh na 10 km.

Autoritativní předseda Les McDonald se vedle primární snahy začlenit triatlon do olympijského programu věnoval ovládnutí světové triatlonové komunity a podřídit světový triatlonový trh organizaci ITU. Jednou z prvních jeho aktivit byla slovní válka se všemi triatlony, které od svého založení používali ve svém názvu slovo “world”. Podle mínění McDonalda byla totiž jediná organizace oprávněná

---

<sup>7</sup> Triathlon [online]. 2000 [cit. 2010-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://triathlon.org>>

používat tento název a to právě ITU. Pokud organizátoři neposlechli, snažil se zabránit závodníkům startovat na těchto závodech. Dalším jeho krokem pak bylo ovládnutí střední a jižní Ameriky.

ITU byla v roce 1991 oficiálně uznána MOV na zasedání v Birminghamu. O dva roky později byl za své zásluhy zvolen čestným předsedou ITU Gunnar Ericsson. Na zasedání MOV v Paříži v roce 1994 byl poté triatlon zařazen do olympijského programu pro Olympijské hry v Sydney 2000. Na prvních Olympijských hrách zastoupených triatlonem vybojoval náš borec Jan Řehula pod reprezentačním vedením Martina Dvořáka krásnou bronzovou medaili.

## **6.2 Historie závodů ITU v ČR**

V posledních letech nabyly na významu série světových závodů tzv. 2. Kategorie = ITU Triathlon World Cup events, dříve známé jako (IPR), International point races. Do těchto závodů se zařadila také ČR svými závody v Praze v letech 2001 a 2003 a také v Brně v roce 2003, od té doby se žádný závod série ITU nekonal. Co si myslí technický ředitel ITU o zařazení Prahy, či jiného města ČR do Elitní kategorie závodů Světového poháru si můžete přečíst v článku v příloze 3. Analýze závodu Světového poháru v triatlonu v Praze se budu ještě podrobněji věnovat v celé mé práci.

### **6.3 Triathlon ITU World Championship Series**

Aktuální série závodů ITU se jmenuje The Dextro Energy Triathlon ITU World Championship Series a je to inovativní série závodů, která umožňuje nejlepším světovým závodníkům bojovat bok po boku.

Na rozdíl od světového poháru obsahuje tento nový formát celkem sedm podniků a velké finále. Závod se koná v centru velkých měst, což umožní účast tisícům závodníků. Závod probíhá od Londýna k historickým budovám ve Washingtonu až ke Zlatému pobřeží. Díky tomu závod přináší formu, která se předtím nikde neobjevila.

S podporou světových komerčních partnerů jako Dextro Energy nebo Suunto je možno rozdělit větší prize money a systém bonusů. Pro každý závod na rok 2010 je přichystáno 150.000USD a roční bonus 500.000USD.

#### **6.3.1 Kritéria výsledků:**

- ITU World Championship Rankings budou využity k rozlišení nejlepších triatlonistů pro konkrétní sezónu.
- Vítězové budou známí na konci série a ITU World Championship Series Bonus Pool Prize Money bude rozděleno po skončení posledního závodu podle ITU World Championship Rankings.
- The ITU World Championship Rankings se stane prioritním seznamem určujícím vhodné adepty pro velké finále ITU World Championship, závody ITU World Championship Series a pro závody ITU Triathlon World Cup.

## **6.3.2 Body a hodnocení:**

### 6.3.2.1 Bodování závodů:

- ITU World Championship Rankings obsahuje 3 úrovně závodů:
  - Velké finále ITU World Championship
  - Závody ITU World Championship
  - Závody Triathlon World Cup
- Nejlepší atlet získá tento počet bodů:
  - 1200 ve velkém finále ITU World Championships Grand Final
  - 800 v závodech ITU World Championships Series
  - 300 v závodech ITU Triathlon World Cup
- Bodové tabulky pro každý závod budou od:
  - do 50. pro velké finále ITU World Championships
  - do 40. pro závody ITU World Championships Series
  - do 30. pro závody ITU Triathlon World Cup

### 6.3.2.2 Hranice

Pro získání bodů musí atleti dokončit závod v hraničním čase, který činí 5% navíc pro muže a 8% pro ženy.

### 6.3.2.3 Výsledky závodů

Strategie k výsledkům závodů udává tabulka 5. Finální výsledek se získá tak, že se sečtou body získané ve velkém finále ITU

World Championships, čtyři nejlepší výsledky ze závodů ITU World Championship Series a závodů ITU Triathlon World Cup s následujícím omezením:

- Počítají se maximálně dva závody z ITU Triathlon World Cup.

- Počítají se maximálně tři závody (včetně velkého finále) na jednom kontinentu.

**Tabulka 5**

Klíč ke stanovení výsledků seriálu závodů ITU.

Po čísle závodu ITU World Championship Series	Celkově závodů k přidání	Maximum ITU Triathlon World Cups k počítání	ITU World Championship Series Grand Final
1	1	-	-
2	2	-	-
3	3	-	-
4	4	-	-
5	4	-	-
6	4	2	-
Po velkém finále	4+velké finále	2	1

**Minimální bodové zisky pro závody ITU World Championship Series:** Atleti musí získat body minimálně ze dvou závodů ITU World Championship Series, aby se mohli dostat do top 20. Klíč k bodování celého seriálu závodů ITU najdete v tabulce 6.

**Tabulka 6**

Klíč k bodování závodů ITU v roce 2010.

Konečná pozice	Velké finále ITU World Championship Series	Závody ITU World Championship Series	Závody ITU Triathlon World Cup
1	1200	800	300
2	1110	740	278
3	1027	685	257
4	950	633	237
5	879	586	220
6	813	542	203
7	752	501	188
8	695	464	174
9	643	429	161

10	595	397	149
11	550	367	138
12	509	339	127
13	471	314	118
14	436	290	109
15	403	269	101
16	373	248	93
17	345	230	86
18	319	213	80
19	295	197	74
20	273	182	68
21	252	168	63
22	233	156	58
23	216	144	54
24	200	133	50
25	185	123	46
26	171	114	43
27	158	105	40
28	146	97	37
29	135	90	34
30	125	83	31
31	116	77	-
32	107	71	-
33	99	66	-
34	92	61	-
35	85	56	-
36	78	52	-
37	72	48	-
38	67	44	-
39	62	41	-
40	57	38	-
41	53	-	-
42	49	-	-
43	45	-	-
44	42	-	-
45	39	-	-
46	36	-	-
47	33	-	-
48	30	-	-
49	28	-	-
50	26	-	-

#### 6.3.2.4 Prize Money:

- Každý světový šampionát nabídne 150,000USD prize money a Grand Final nabídne \$250,000.
- ITU Triathlon World Cup nabídnou \$50,000 prize money.
- ITU Triathlon World Champions (Světoví šampioni) budou vyhlášeni na konci celé série podle bodování Dextro Energy Triathlon - ITU World



Championships Series. Závěrečný “bonus pool“, který nabídne \$500,000 bude udělený na konci celého poháru závodů po hlavním závodě sezóny, označovaném jako “Grand Final.“ Strategii rozdělování prize money najdete v tabulce 7.

**Tabulka 7**

Strategie dělení prize money v ITU závodech v sezóně 2010.

Pozice	ITU Triathlon World Cup	ITU World Championship Series	ITU World Championship Grand Final	ITU World Championship Bonus Pool
1.	\$ 6,250.00	\$18,000.00	\$30,000.00	\$55,000.00
2.	\$ 5,000.00	\$13,000.00	\$22,000.00	\$42,000.00
3.	\$ 3,750.00	\$9,500.00	\$16,000.00	\$30,000.00
4.	\$ 2,500.00	\$7,000.00	\$12,000.00	\$20,000.00
5.	\$ 2,000.00	\$5,300.00	\$9,300.00	\$16,000.00
6.	\$ 1,750.00	\$4,300.00	\$7,500.00	\$12,000.00
7.	\$ 1,500.00	\$3,600.00	\$6,000.00	\$10,000.00
8.	\$ 1,000.00	\$3,000.00	\$4,800.00	\$8,000.00
9.	\$ 750.00	\$2,500.00	\$3,800.00	\$7,500.00
10.	\$ 500.00	\$2,100.00	\$3,200.00	\$7,000.00
11.		\$1,800.00	\$2,700.00	\$6,500.00
12.		\$1,500.00	\$2,300.00	\$6,000.00
13.		\$1,300.00	\$2,000.00	\$5,500.00
14.		\$1,100.00	\$1,800.00	\$5,000.00
15.		\$1,000.00	\$1,600.00	\$4,500.00
16.				\$4,000.00
17.				\$3,500.00
18.				\$3,000.00
19.				\$2,500.00
20.				\$2,000.00

#### 6.3.2.5 Kalendář závodů World Champ Series 2010

11 Duben 2010 - Dextro Energy Triathlon ITU World Championship Series  
Sydney, Austrálie

8 Květen 2010 - Dextro Energy Triathlon ITU World Championship Series  
Seoul, Korea

5-6 Červen 2010 - Dextro Energy Triathlon ITU World Championship Series  
Madrid, Španělsko

17-18 Červenec 2010 - Dextro Energy Triathlon ITU World Championship Series  
Hamburg, Německo

24-25 Červenec 2010 - Dextro Energy Triathlon ITU World Championship  
Series London, UK

14-15 Srpen 2010 - Dextro Energy Triathlon ITU World Championship  
Series Kitzbühel, Rakousko

8-12 Září 2010 - Dextro Energy Triathlon ITU World Championship Grand  
Final Budapest, Maďarsko

#### 6.3.2.6 Kalendář závodů World Cup Series 2010

27 Březen 2010 - Mooloolaba ITU Triathlon World Cup Triathlon World Cup  
Australie

18 Duben 2010 - Monterrey ITU Triathlon World Cup Triathlon World Cup  
Mexico

25 Duben 2010 - Ishigaki ITU Triathlon World Cup Triathlon World Cup  
Japonsko

12 Červen 2010 - Hy-Vee ITU Triathlon Elite Cup Triathlon World Cup USA

10 Červenec 2010 - Holten ITU Triathlon World Cup Triathlon World Cup  
Holandsko

08 Srpen 2010 - Tiszaujvaros ITU Triathlon World Cup Triathlon World Cup  
Maďarsko

10 Říjen 2010 - Huatulco ITU Triathlon World Cup Triathlon World Cup Mexico

17 Říjen 2010 - Tongyeong ITU Triathlon World Cup Triathlon World Cup  
Korea, Jižní

## **6.4 Základní údaje o akci Velká cena PRE 2003**

V této části mé práce bych Vám chtěl pro Vaši inspiraci k budoucí organizační činnosti analyzovat triatlonový závod světového poháru v Praze – Velkou cenu PRE 2003.

### **Datum:**

- 16.8. 2003

### **Lokace:**

- Staroměstské náměstí, Vltava pod Karlovým mostem – náplavka u nemocnice Na Františku, historické centrum, Praha, Česká republika

### **Závod :**

- Krátký triathlon, 1,5km plavání, 40km kolo, 10km běh.

### **Trat':**

- Plavání v řece Vltavě, cyklistika + běh po asfaltu, kostkách.

### **Diváci:**

- velkoplošné obrazovky
- doprovodný program

### **Média:**

- přímý přenos v České televizi
- tištěná inzerce v MF Dnes

- Český Rozhlas Radiožurnál

## **6.5 Swot analýza závodu světového poháru v triatlonu Velká cena PRE 2003**

### **Praha**

Pomocí analýzy SWOT se pokusím rozebrat triatlonový závod Velká cena PRE 2003. Zaměřím se především na silné a slabé stránky projektu, jejich posílení a eliminaci. Nesmíme zapomenout na odhad příležitostí, zdroje a úsilí potřebné k jejich využití, a odhalení případných hrozeb, které by mohly třeba Vašemu budoucímu projektu způsobit komplikace, a způsoby jejich eliminace.

#### **6.5.1 Silné stránky**

<b>Silné stránky</b>	<b>Jak je posilovat</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Místo konání</li> <li>• Součást Světového šampionátu ITU</li> <li>• Špičkoví sportovci</li> <li>• Návštěvnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pořádat závod triatlonu na atraktivních místech Prahy</li> <li>• Snažit se, aby byl Pražský závod v triatlonu trvale zařazen do světové série ITU.</li> <li>• Pořádat kvalitní závod, který bude atraktivní pro nejlepší sportovce světa</li> <li>• Vytvořit dobrou atmosféru závodu, připravit zajímavý doprovodný program pro návštěvníky</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Termín</li>   <li>• Volné vstupné</li>   <li>• Zkušenost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pořádat pražský triatlon o víkendu nebo svátcích, kdy mohou dorazit nejen turisté</li> <li>• Ponechat volné vstupné, což může přilákat více návštěvníků</li> <li>• Využít již proběhlých ročníků ke zdokonalení dalších ročníků.</li> </ul>
--	--

### **Místo konání**

Okolí Staroměstského náměstí patří za nejvíce navštěvovanou část Prahy. Myslím si, že lepší lokalitu pro uskutečnění závodu v triatlonu v ČR nenajdete.

### **Součást ITU World cup**

Závod nejprestižnější série na této planetě. Tímto se může chlubit jen hrstka závodů po celém světě.

### **Špičkoví sportovci**

Jelikož se jedná o sérii závodů světového poháru, mohli jsme v Praze vidět triatlety světového formátu, kteří se snažili vybojovat nejvíce bodů do samotného poháru.

### **Návštěvnost**

Umístěním závodu Velké ceny PRE do exkluzivní zóny okolo Staroměstského náměstí a se startem závodu z parníku pod Karlovým mostem, byla závodu zajištěna vysoká návštěvnost nejen domácích diváků, ale také zahraničních turistů.

### **Termín**

Termín závodu o víkendu nechá vychutnat akci i pracujícím lidem. Navíc termín umožňuje vychutnat teplé podnebí a již tradičně počasí bez chyby.

### **Volné vstupné**

Vzhledem k tomu, že je vstup na akci volný, může akce přilákat i tzv. triatlonové laiky, rodiny s dětmi a náhodné návštěvníky, kterými jsou například turisté pohybující se v centru Prahy.

### **Zkušenost**

Ročník 2003 byl již osmým ročníkem závodu, lze tedy profitovat hlavně ze zkušeností organizátora a vyvarovat se chybám, kterých se dopouštělo v předchozích ročnících.

### **6.5.2 Slabé stránky**

Slabé stránky	Jak je přeměnit v silné stránky
<ul style="list-style-type: none"><li>• Místo konání</li><li>• Velká náročnost při koordinaci závodu.</li><li>• Nedostatek parkovacích míst</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Místo se spoustou nároků na organizaci musí vyvážit jeho atraktivita</li><li>• Zajistit více organizátorů a nechat se inspirovat jinými závody ITU.</li><li>• Dohoda s Dopravním podnikem o posílení MHD na akci, image akce kladoucí důraz na ekologii, dohoda s magistrátem.</li></ul>

### **Místo konání**

Pořádat závod triatlonu v centru velkého města není ideální. Přípravu i samotný závod komplikuje hustá doprava, v běžecké části je složité uhlídat

turisty, aby se nepletli do závodní tratě. Problém je také odklonit autobusovou dopravu a lodní dopravu. V případě velké návštěvnosti hrozí neprůchodnost celé oblasti.

### **Koordinace závodu**

Není lehké zkoordinovat celý personál, polici, záchranáře, ... Přestože jde o již osmý ročník, je vždy dobré se nechat inspirovat při jiných závodech stejné úrovně.

### **Nedostatek parkovacích míst**

Staroměstské náměstí spadá do oblasti placených parkovacích zón, tudíž není pro návštěvníky možné, aby parkovali v blízkosti místa konání akce.

### **6.5.3 Příležitosti**

Příležitosti	Zdroje a úsilí potřebné pro jejich využití
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propagace hlavního města Prahy a České republiky</li> <li>• Propagace triatlonu širší veřejnosti.</li> <li>• Zařazení Velké ceny Prahy trvale do seriálu závodů ITU.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zařazení informací o hl. městě ve všech propagačních materiálech, získání co nejvíce televizí pro přenos závodu po celém světě</li> <li>• Pořádání triatlonových závodů s doprovodným programem, zaměřením na širokou veřejnost</li> <li>• Kvalitní, bezproblémový projekt, dobré vztahy se zástupci ITU</li> </ul>

--	--

### **Propagace hlavního města Prahy**

Velká cena Prahy je velmi sledovanou sportovní událostí. Přímý přenos i záznamy se vysílají po celém světě. Praha se tak může zviditelnit nejen jako centrum turistického ruchu, ale nově také jako místo konání sportovních akcí světového formátu.

### **Propagace triatlonu**

O závod v Praze, potažmo o celý sport, triatlon, se zajímala široká veřejnost. Není nic příjemnějšího než pocit, že jste svým organizováním závodu přitáhl ke sportu další lidi. K vyzkoušení triatlonu jistě dopomohla také triatlonová akce pořádaná pro širokou veřejnost na Hostivařské přehradě.

### **Zařazení Velké ceny Prahy do seriálu ITU**

Ačkoliv byl ročník 2003 velmi úspěšný, po tomto ročníku se konal již jen jeden ročník a ten nebyl zařazen do poháru ITU. Na vině je neochota spolupráce ze strany pražských zastupitelů a také samotného svazu triatlonu.

### **6.5.4 Hrozby**

Hrozby	Jak je eliminovat
--------	-------------------



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepřízeň počasí</li> <li>• Příslušné orgány nepovolí opětovné pořádání akce</li> <li>• Přesunutí místa konání, které nebude atraktivní pro diváky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neovlivnitelné</li> <li>• Navázat přátelské vztahy se zaměstnanci příslušných orgánů, splnit všechny dohodnuté podmínky povolení organizace, okamžitě odstranit případné nedostatky</li> <li>• Vytvořit prestižní sportovní událost, která přiláká diváky kamkoli</li> </ul>
---	---

### **Nepřízeň počasí**

Každý ze všech celkem devíti ročníků se mohl pyšnit výborným počasím. Pokud by tomu tak nebylo, nedá se nic dělat, přírodě se nedá poručit (nejsme-li zrovna v Číně)

### **Příslušné orgány nepovolí opětovné pořádání akce**

Pokud nastanou při realizace akce jakékoli problémy jako je dopravní kolaps, neprůchodnost okolí Staroměstského náměstí, zranění diváků, zhroucení tribun, poškození zeleně, soch, okolních budov a podobně, nemusí organizátor získat povolení pro pořádání akce v dalších letech.

### **Přesunutí místa konání, které nebude atraktivní pro diváky**

Centrum města není z logistického hlediska pro pořádání takové sportovní akce vhodné. Organizátor se tak může rozhodnout přesunout pro další rok místo konání do více vyhovující lokality mimo město, do přírody. Organizačně jednodušší, ale pro diváky méně atraktivní – bez historických kulis, delší vzdálenosti od centra, horšího dopravního spojení apod. závod ztrácí původní myšlenku a skoro určitě nedostane záštitu ITU.

## **6.6 Interview s Martinem Dvořákem ředitelem pražských závodů v triatlonu:**

Kolik ročníků už jsi pořádal a kolik z nich bylo zařazeno v kategorii ITU?

- Celkem 9 ročníků, z toho v ITU 2 ročníky.

Co tě vedlo k uspořádání světového poháru v triatlonu?

- Logický vývoj od českého poháru po mistrovství republiky a dále světový pohár.

Proč sis vybral zrovna prahu jako místo uskutečnění závodu?

- Nejprestižnější místo v ČR, propagace triatlonu, přivést ho blíže k lidem, světový trend závodů v triatlonu se ubírá směrem do velkých měst.

Podmínky zařazení závodu do seriálu ITU?

- Zajistit splnění smlouvy s ITU - minimální výše cen, pojištění na odpovědnost, splnění mezinárodních pravidel, splnit připomínky mezinárodního světového delegáta.

Měl jsi závod pojištěný? Pokud ano, tak jak?

- Pojištění na odpovědnost, speciální pojistka do výše 30 mil Kč.

Jak a v kterých médiích jsi závod propagoval?

- Smluvně Česká Televize, Český Rozhlas Radiožurnál, MF Dnes.

Kolik bylo tiskových konferencí a kde probíhaly?

- Vždy jedna před závodem.

Co bys udělal lépe pokud by ses rozhodl znovu pořádat podobný závod?

- Navrátil bych se k přírodě, odkud tento sport vznikl.

Jak jsi získával sponzory na akci, jakou jsi pro ně měl nabídku?

- Závod měl po celou dobu jednoho generálního sponzora - PRE, ostatní dle vyhotovených nabídek.

Informace pro závodníky jsi rozesílal mailem před závodem nebo jsi měl info na internetových stránkách? Byl zajištěn nějaký infostánek, nebo infopoint před závodem?

- Infopoint nebyl, mailing před závodem a informace na internetu.

Proč už nepořádáš Velkou cenu Prahy?

- Nedělám to, jelikož se mi nechce spolupracovat s jakýmkoliv svazem pod ČSTV a taky s politiky z magistrátu. Bylo to příliš práce a myslím, že je triatlon na centrum velkoměsta příliš malý sport. Patří spíše do přírody. Tedy důvodů celkem dost. Plusy už nevidím.

## **7. KONCEPCE KOMPLEXNÍHO ZAJIŠTĚNÍ ZÁVODU SVĚTOVÉHO POHÁRU V TRIATLONU.**

V této části bych Vám chtěl nastínit technické zajištění akce, jakožto asi nejdůležitější část přípravy triatlonu. Vzhledem k tomu, že závod světového poháru v Praze se uskutečnil již v roce 2003, nevyhovuje aktuálním požadavkům ITU. Proto jsem všechny informace čerpal z aktuální vyhlášky publikované na stránkách této organizace, [www.triathlon.org](http://www.triathlon.org).

### **7.1 Povolení**

Při organizaci závodu v triatlonu musíte mít rozličná povolení, bez nich nelze zorganizovat závod. Povolení uvedená v příloze 6 jsou minimem k uspořádání triatlonového závodu ve velkém měště světového formátu, jako je Praha, pokud budete organizovat závod na jakémkoliv jiném místě v České republice, nejspíš vám budou stačit jen některá povolení.

### **7.2 Technické zajištění závodu**

Všechny technické operace provádíme se snahou zajistit přátelské prostředí pro všechny a bez žádných kompromisů v otázce bezpečnosti, nebo fair play. Pomocí tohoto manuálu se Vám pokusím nastítnit technické zajištění závodu triatlonu světové úrovně, přesně tak, jak doporučuje ITU.

### 7.2.1 Plavání + Start

Plavání je nejkratším segmentem závodu, to ovšem nezlehčuje jeho úlohu v triatlonu. Je velmi nutné dbát na bezpečnost, nechceme přeci, aby se nám někdo utopil...

- Trať se v dnešní době měří pouze podle GPS, nebo laser měřičů, jiné formy měření vzdálenosti ITU nepřipouští. Vzdálenost musí být schválena technickým delegátem.
- Kvalita vody se musí měřit jeden rok před závodem, dále dva měsíce před závodem a naposled 14 dní před závodem. Vzorke testované vody musí pocházet ze 3 různých oblastí plavecké tratě. pH musí být mezi 6 a 9
- Teplota vody se měří 7 dní před závodem, v den závodu, hodinu před začátkem a také v průběhu závodu na dvou odlišných místech v 60cm hloubce. Průměrná teplota je oficiální teplota. Rozhodnutí ohledně neoprenů se určuje hodinu před závodem podle závodních pravidel.
- Warm up. Závodníci mají právo na 30 minut rozcvičení ve vodě, které musí být skončeno nejpozději 15 minut před začátkem závodu.
- Startovací zóna musí být oddělena dostatečně vysokou zábranou od médií a diváků (ITU stanovuje minimum 1m) a musí být umístěna na pontonu, který má parametry minimálně 60m x 3m a povrch by měl být tvořen modrým kobercem. ITU v současné době povoluje 3 druhy pontonu.
  - Pevně uchycený ponton

- Plující ponton
- Platformu umístěnou na pláži s jasně definovanou startovní čarou
- Start závodu se provádí zvukovým signálem, se kterým musejí být seznámeni všichni závodníci již před startem. Musí být promyšlený a proveden precizně, protože v triatlonu se na rozdíl třeba od atletiky nedá zopakovat.
  - Elite/ U23/ Junioři musí startovat separátně dle pohlaví. Minimální rozdíl mezi posledním závodníkem v cíli a zahájením dalšího závodu je 30minut.
  - U Age-Group je start závodu určený technickým delegátem a založený na počtu přihlášených závodníků. Každá vlna závodníků musí být označena jinou barvou plavecké čepičky a nesmí obsahovat více než 150 závodníků. U Age-Group závodníků je možný start z hloubky, přičemž se závodníci drží rukou pontonu.
- Média by měla mít zajištěnou zónu podél trati, která je bude bezpečně chránit od diváků, ale na druhou stranu nesmí kazit výhled VIP divákům.
- Podle ITU by VIP zóna měla mít nejméně 50m<sup>2</sup>, být oddělena od diváků nejméně metr vysokou pevnou zábranou a dále by bezpečnost měla být zajištěna bezpečnostní agenturou.
- Zóna pro trenéry by měla být poskytnuta pro všechny akreditované trenéry v blízkosti předstartovní zóny a zabezpečena personálem.
- ITU doporučuje u závodníků kategorie Elite a U23 2 plavecké okruhy, nicméně pokud to trať nedovoluje, lze plavat pouze jeden okruh.
- Je doporučeno plavat po směru hodinových ručiček
- Zatáčky by neměly mít více než 90<sup>0</sup>
- Bóje musí být minimálně 2,5m vysoké, mít v průměru 1m, být nafukovací, z materiálu PVC a musí mít dobře viditelnou barvu. První bóje nesmí být

blíže než 350 metrů od startu. Nezapomeňte bóje dobře ukotvit! Není nic horšího, než volně se pohybující bóje a tím i změna délky tratě.

- V plavecké části musí být přítomni Vodní záchranáři na záchranných člunech, motorových plavidel a jiných vodních plavidlech s předepsanou výbavou na palubě.
- Výlez z vody by měl být nejméně 5m široký v podobě rampy, nebo schodů. Pokud zvolíme rampu, její sklon by neměl přesahovat 15% a spodek rampy by neměl být méně než 60cm pod vodou, aby závodníkům co nejvíce ulehčoval výlez z vody. Pokud zvolíte schody, každý schod by měl být alespoň 40cm široký, 25cm vysoký a první schod by měl být, shodně jako u rampy, položen nejméně 60cm pod hladinou vody. Dále musí být výlez označen dvěma 3,5m vysokými sloupy. Nesmíme zapomenout na kameramana, který monitoruje výlez z plavecké části.

### 7.2.2 Cyklistika

Cyklistická část je nejnebezpečnějším segmentem závodu. Doporučuje se postavit komisaře všude tam, kde se domníváte, že se jedná o nebezpečná, kritická místa. Tyto místa si označte čísly, abyste přesně věděli kde se kdo nachází, sdělte toto označení také záchranné službě, aby se při nehodě zrychlila pomoc.

- Při stavbě tratě bychom neměli zapomenout na její techničnost. V každém kole by měl být alespoň jeden kopec, nebo technická zatáčka, vše postavené s ohledem na bezpečnost a schválené technickým delegátem.
- Trať by měla mít mezi 6 – 8 koly a odchylka od skutečné délky nesmí přesahovat 10%.
- Nesmí mít otočky o 180° pokud se jedná o dvouproudovou silnici.
- Povrch tratě musí být jemný a bez děr.

- Závodníci se nesmějí míjet v opačném směru na stejné silnici, pokud není opatřena nejméně 1m vysokým dělicím ochranným pásem, nebo středovým ostrůvkem tvořeným trávou, nebo jiným materiálem.
- Šířka tratě by měla mít alespoň 6m.
- Trať musí být naprosto bezpečně a úplně zavřena od dopravy.
- Křižovatky jsou nepřípustné
- Trať nesmí obsahovat koleje, zvedací mosty, mosty ani jiné nebezpečné věci.
- Pokud trať obsahuje zpomalovací prahy, musíte je překrýt rampami a tím odstarnit jejich efekt.
- Přechody pro chodce se nesmí nacházet blíže než 100m od otoček a vjezdu do depa.
- Pevné oplůtky jsou vyžadovány v těchto oblastech:
  - Zvýšené dopravy
  - Při vjezdu a výjezdu z depa minimálně 400m.
  - U všech a rohů (rohy musí být zároveň obaleny ochranným materiálem).
- Z osobní zkušenosti vím, že čím více oplůtků použijete, tím lépe pro Vás, protože tím zvětšíte plochu pro reklamní bannery.
- Například při Olympijských hrách se doporučuje ohraničit celou trať pevnými oplůtky.
- Pro ulehčení organizace je dobré vymyslet v místech přechodů pro chodce mosty pro chodce.
- Pro technické delegáty je potřeba zajistit 2 motorky s helmou.



- Policie, nebo pracovníci bezpečnostní agentury musí být přítomni u každého přístupu k silnici a u otoček.
- Dobrovolníci se znalostí první pomoci jsou rozmístěni podél tratě. Místo a počet dobrovolníků určuje Technický delegát.
- Počet doprovodných vozidel určuje Technický delegát. Vozidla nesmí v žádném případě zvýhodňovat jezdce jedoucí na předních pozicích, a proto se musí pohybovat v bezpečné vzdálenosti před, nebo za jezdci (minimální vzdálenost je 200m).
- Pro média jsou většinou zajištěny motocykly, pokud nemají svoje.
- Jak jsem již řekl, cyklistická část je nejnebezpečnější částí závodu, a proto by kolem trati měl stát každých 500m alespoň jeden pracovník záchranné služby vybavený vysílačkou.
- Na klíčových místech musí být přítomna ambulance, která nesmí mít zablokovaný výjezd.
- Součástí Cyklistické části musí být také takzvaná “Wheel station“, což je zóna ve které si mají závodníci možnost vyměnit poškozená kola. Tyto zóny musí být vždy 2. První v blízkosti depa a druhá v půlce cyklistické trati. Do této zóny si závodníci nenosí kola sami, ale nechávají je v depu, odkud se zavezou do wheel station 1 a wheel station 2. Všechny wheel station musí být zabezpečeny. Materiál, který se v nich nachází, má vysokou cenu. Přesné umístění wheel station schvaluje a určuje technický delegát.
- Počítání kol:
  - Musí být elektronické
  - Každý závodník dostává upozornění zvukovým signálem, vždy před posledním kolem závodu. Zvukový signál se provádí zvonkem.

- Na dobře viditelném místě by měla být umístěna tabule oznamující počet zbývajících kol závodu.

### 7.2.3 Běh

Je poslední disciplínou triatlonu. Je to disciplína, která skoro vždy rozhoduje o konečném vítězi závodu a také jedna z divácky nejatraktivnějších, proto nesmíme podcenit její přípravu.

- Povrch běžecké části musí být tvrdý, jemný a bez jakýchkoliv nebezpečných segmentů.
- Oficiální délka tratě musí být změřena certifikovaným pracovníkem a potvrzena Technickým delegátem.
- Šířka tratě musí mít minimálně 3m.
- Běžecká část by měla mít 3-4 okruhy.
- Musí být totálně uzavřena od dopravy.
- Nesmí obsahovat křižovatky.
- Trať závodu musí být řádně vyznačena, aby nebyly žádné pochyby o její trase.
- Přechody pro chodce se nesmí nacházet méně než 100m od depa, otoček a cílové části.
- Vybudujte dostatek místa u otoček, zamezíte tím zmatku a zranění.
- Pro technické delegáty je třeba zajistit 2 horská kola, aby mohli monitorovat situaci závodu.

- Stejně jako u cyklistické části i při běžecké části musí být přítomna policie, která je přítomna u každého místa, kde je možný kontakt diváků se závodníky.
- Dobrovolníci budou rozestavěni podél trati podle potřeby.
- Působení médií musí být projednáno a schváleno technickým delegátem.
- Záchranáři by měli být rozmístěni po trati každých 500m a být vybaveni vysílačkou. Při případném transportu zraněného závodníka se snaží nenarušit další průběh závodu.
- Měření času závodu by mělo být elektronicky a prováděno certifikovanou firmou.
- Občerstvovací stanice:
  - Měly by být minimálně 1.25km od sebe, ale doporučuje se blíže, avšak první stanice musí být umístěna mezi 200m a 400m od výběhu z depa.
  - Měli by být provozovány nejméně 10 vyškolenými dobrovolníky.
  - Stanice musí být dobře přístupné všem závodníkům.
  - U kategorií Elite/U23/Junior se nesmí podávat nic jiného než originálně zabalená voda. Doporučené množství láhví vody pro jednoho závodníka jsou 2.

#### 7.2.4 Depo

Závod triatlonu obsahuje mimo start a cíl ještě 2 přechodové zóny, kterým se říká depa. První depo slouží závodníkům k odložení plavecké výstroje a výměnu za výstroj cyklistickou. Druhé depo slouží naopak k odložení cyklistické výstroje a následnému obutí běžeckých bot. Dnešním trendem je spojit co nejvíce dep dohromady, tj. včetně cíle a startu. Čím více zón dohromady máte, tím menší přesun diváků je potřeba.

- Musí být umožněn plynulý přístup do depa v jednom směru a opuštění depa v tom samém směru, aby se zamezilo srážkám a chaosu.
- Šířka depa musí být nejméně 10m a nesmí obsahovat žádné hrany a nebezpečné prvky.
- Velmi důležité je viditelně označit místo nasedání na kolo a místo vysedání z kola! Obě dvě místa se označují dobře viditelnou čarou, u každé z nich stojí jeden pořadatel a její přesné umístění určuje Technický delegát.
- Nejvýraznější element výbavy depa je stojan na kolo, který může být udělaný jednoduše z trubky pověšené v dostatečné výšce umožňující podvlečení sedla kola. ITU výrazně doporučuje tzv. "Aténský styl" (podle Olympiády v Aténách) viz. příloha 7.
- Každý stojan na kolo musí obsahovat zalaminovanou kartu obsahující číslo, jméno sportovce, 3 písmenný kód země odkud pochází a případně obrázek Státní vlajky.

- U každého stojanu na kola musí být umístěna bedna rozměrů 45cm x 30cm x 25cm, opatřená jménem závodníka. Tato bedna slouží k odložení a přípravu závodní výbavy.
- Každý závodník potřebuje minimálně 1m prostoru na každou stranu od stojanu, proto umístěte stojany 2m od sebe.
- Po celé délce depa se táhne modrý koberec.
- Nezapomeňte na bezpečnost depa a po celou dobu, kdy bude v depu materiál, depo hlídejte s pomocí bezpečnostní služby, nebo policie.
- Do depa nepouštějte všechny akreditované novináře a fotografy, ale pouze oficiálního fotografa ITU a kameramana z televize. Zamezíte tím zbytečnému zmatku a možná i zranění.
- VIP a trenéři nemají přístup do depa.

### 7.2.5 Cíl

Cílovou část si bude každý závodník velmi dobře pamatovat. Je to také místo, kde budou nashromážděni diváci. Musí být věnována pozornost dekoraci a nabuzení tohoto místa. Je také velmi lukrativní pro loga a reklamy sponzorů.

- Na rozvržení místa je třeba klást pozornost. Cílová rovinka by měla mít nejméně 100m na délku a 5m na šířku a být ohraničena pevnými koridory.
- Cílová čára má být 5cm široká, dobře viditelná a lícovat se zadní stranou cílové brány.

- Pro vítěze závodu se natahuje speciální páska označená ITU logy, kterou vítěz protne při průběhu cílem. Páska je natažena pomocí dvou pořadatelů.
- Cílová brána je zobrazena i s parametry v příloze 7.
- Cílová kamera bude připevněna vně cílové brány a bude snímat cílovou čáru a přeběh závodníků přes ní.
- Hodiny s oficiálním časem závodu jsou připevněny tak, aby na ně bylo dobře vidět z pozic účastníků VIP, médií a hlavně oficiálního fotografa.
- Média s přístupem do cílové zóny se musí držet minimálně 15m od cílové čáry.
- Bezprostředně po doběhnutí závodníků do cíle jim musí být poskytnuta voda.
- Nejméně 50m od cílové čáry musí být závodníkům k dispozici stan, ve kterém si mohou odpočinout, načerpat síly. Zde bude k dispozici voda, energetické nápoje, sladkosti, ovoce, atd. Dále zde jsou k dispozici lékaři, rehabilitační pracovníci.
- Ve stanech by se také měly nacházet televize poskytující závodníkům informace o průběžném pořadí závodu a oficiální čas závodu.
- Nesmíme zapomenout na 6 vycvičených dobrovolníků, kteří se budou starat o první 3 závodníky v mužské i ženské kategorii. Budou jim asistovat a dohlédnou na to, aby se jejich svěřenci v čas dostavili na závěrečný ceremoniál předávání medailí.

### **7.3 Časový harmonogram.**

Při organizaci závodu v triatlonu byste měli mít přibližný časový harmonogram, který by měl být k dispozici všem závodníkům, pořadatelům, záchranářům, policii a v neposlední řadě médiím. Ušetříte si tím spousty problémů a vyhnete se zmatkům. V příloze 5 přikládám časový harmonogram závodu světového poháru v triatlonu v Praze v roce 2003.

#### **7.4 Vyhlášení vítězů + předávání cen**

Vždy se předávají ceny pro první 3 závodníky v kategorii. Předávání cen je velmi lukrativní záležitost pro sponzory jak pro osobní předání cen, tak pro reklamy umístěné za pódiem na kterém se ceny předávají.

- Pódium pro předávání cen je v plné viditelnosti pro sponzory.
- Nesmí být umístěno v cílové zóně, aby nebránilo dobíhání účastníků, pokud se rozhodnete vyhlásit vítěze těsně po doběhu prvních tří závodníků z každé kategorie.
- Na pódiu musí být umístěny stupně vítězů pro 3 nejlepší závodníky.
- Nad každým stupněm, bude Státní vlajka závodníka, který na něm stojí.
- Celé pódium je potaženo modrým kobercem.
- Závodníkům se předávají medaile s logy ITU, které dodá ITU pro každý závod.
- Nezapomínejte, že reklamní plocha za stupni vítězů je pro sponzory nejlukrativnější z celého závodu.
- Přesné procedury ceremoniálu předávání medailí najdete na [www.triathlon.org](http://www.triathlon.org)

## **7.5 Informace pro závodníky**

### **Info stánek:**

- V centru dění doporučujeme umístit informační stánek se schopnou, informovanou obsluhou, která dokáže zájemcům poradit se všemi otázkami. Obsluha by měla komunikovat v cizích jazycích. U Info stánku by měl být vyvěšen program závodního dne a jeho kopii by měl každý závodník dostat při registraci.

### **Rozprava:**

- Pre-race briefing, neboli rozprava by se měla odehrát před startem závodu (den předem, nebo v den závodu). Slouží k seznámení závodníků s tratí a podmínkami platnými při závodě. Závodníci mají příležitost se ptát a vyjasnit si tak své nejasnosti.

## **7.6 Registrace závodníků**

### **Přihlášky**

- Přihlášky na závody závodů ITU se podávají elektronicky před startovním dnem závodu. Při závodech této kategorie je sympatické, že si závodníci hlídají kalendář závodů sami, a proto není potřeba přílišná publicita mezi závodníky.

### **Balíčky pro závodníky**

- Před závodem musí být připraveny balíčky pro závodníky, které obdrží při registraci. Balíček by měl obsahovat:
  - Startovní číslo na kolo i běh



- Upevňovací materiál
- Čepici na plavání
- Informace o závodě
- Reklamní předměty a dárky

## **Registrace**

- Registrace může probíhat i několik dní před startem, nejlepší ovšem je uskutečnit registraci v den závodu a hlavně v blízkosti místa závodu. Závodník by měl dostat balíček pro účastníky, zaplatit startovné a registrovat se do databáze.

## **Označení závodníka**

- Každý závodník musí být označen. Pro plavání slouží čísla napsaná lihovým fixem, nebo razítkem k tomu určeným na levé nebo pravé paži. Číslo na cyklistickou část je umístěno na sedlovce kola a druhé na dresu závodníka ze přední strany.

## **7.7 V.I.P. servis**

Nepodceňujte starost o VIP hosty. Většinou jde o politiky, důležité sponzory apod. Tito lidé jsou zvyklí na určitý standard, který je dobré naplnit. Je

potřeba aby se tito lidé uvolnili, akci si vychutnali a cítili se náležitě “důležitě“. Pro zvládnutí celého VIP problému se držte následujících rad:

- Pro VIP zajistěte speciální pozvánky.
- Určete koordinátora VIP
- Pozvěte hostesky, které se budou starat o VIP.
- Umožněte VIP přístup na nejlukrativnější možná místa závodu (nesmí kolidovat s pravidly ITU)
- Pamatujte, že VIP musí mít vždy nejlepší výhled!
- Najměte řidiče s auty, kteří budou VIP vozit.

### **7.8 Doplnkové aktivity**

Doprovodný program je velice důležitý moment vašeho závodu. Je třeba diváky a rodiny s dětmi pobavit i mimo závod. Vděčné jsou různé soutěže a atrakce, zejména pro děti. Určete koordinátora těchto akcí.

- Neváhejte a oslovte kvalitního moderátora, nejlépe 2. Zajištěním známého moderátora dáte závodu lepší kredit. Dobré je pokud alespoň jeden z moderátorů navíc rozumí problematice triatlonu. Důležité jsou zprávy z trati, které moderátor dostává a které dělají váš závod atraktivní.
- Další vhodnou aktivitou jsou doplňkové závody. Na akcích formátu ITU se dělají tzv. “Age group“ závody pro širokou veřejnost. Závody se jmenují Age group, protože závodníci startují ve vlnách podle věkových kategorií. Age group závody mají svou specifikaci v otázce organizování. V některých kapitolách jsem se o nich zmínil, nicméně tato problematika je tak obsáhlá, že pokud se rozhodnete jako doplněk svého závodu pořádat závody Age group, tak doporučuji nastudovat materiál dostupný na [www.triathlon.org](http://www.triathlon.org).

- After party. Nedílnou součástí vaší akce by měla být i zábava po skončení závodu. V případě závodů v triatlonu je tradicí uspořádat závěrečnou “Pasta party“. Dostatek živé hudby, jídla a pití je zárukou dobré zábavy i toho, že se k vám budou lidé rádi vracet. Mějte vždy osobu, která bude mít tuto část závodu na starost. Důležitý je zejména výběr místa pro tuto party. Zajištění dostatečným výkonem elektrického proudu, zajištění pódia, osvětlení, ozvučení apod. Nesmíme zapomínat na dostatek odpadkových košů a závěrečný úklid místa.

### **7.9 Seznam úkolů:**

At' už se chystáte uskutečnit jakýkoliv triatlonový závod, je dobré mít vždy vypracovaný tzv. “Pracovní seznam“ úkolů, který Vám pomůže při realizaci závodu. Seznam úkolů použitý při organizování závodu Světového poháru ITU v Praze v roce 2003 najdete v příloze 4.

## **8 ZÁVĚR**

V naší práci jsme se snažili vytvořit komplexní koncepci závodu světového poháru v triatlonu. Postupovali jsme od historie závodů ITU jak v ČR, tak ve světě, až po aktuální stav série světového šampionátu, co se týče bodování, regulí, prize money i kalendáře závodů. Jako pomocný prvek jsme analyzovali závod světového poháru v triatlonu, který se konal v Praze a na jehož organizaci se autor podílel. Rádi bychom zdůraznili, že se jedná opravdu jen o pomocný prvek, cílem práce nebyla analýza závodu, ale vytvoření komplexní koncepce závodu světového poháru v triatlonu. Vytvořili jsme komplexní manuál pro vytvoření závodu v triatlonu světové úrovně. Abychom toho dosáhli, porovnali jsme naše poznatky a materiály z organizování závodů z roku 2003 s aktuálními oficiálními směrnicemi ITU pro rok 2010. Mimo jiné jsme zjistili, že se mnohé změnilo a v dnešní době by nebylo možné zajistit závod světové úrovně podle klíče z roku 2003. Celý přístup mezinárodní triatlonové federace se zpřísnil za cílem dát všem závodům série ITU jednotný výraz. Myslíme si, že tento trend bude i nadále pokračovat, a proto rozhodnete-li se organizovat závod na této úrovni, doporučujeme prostudovat stránky [www.triathlon.org](http://www.triathlon.org) a zaměřit se na aktuální směrnice.

## 9 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. ČÁSLAVOVÁ, E. *Management*. Praha: East West Publishing Company and East Publishing Praha. 2000. ISBN 80-7219-010-5, 172 s.
2. SOLOMON, J. *An Insider's Guide to Managing Sporting Events*. Champaign: Human Kinetics. 2002. ISBN 0-7360-3108-1, 211 s.
3. KOONTZ, H., WEIHRICH, H. *Management*, 10. vyd. Praha: Victoria Publishing. 1993. ISBN 80-85605-45-7, 659 s.
4. GRAHAM, S., GOLDBLATT, J.J., NEIROTTI, L. *Ultimate Guide to Sports Marketing (2<sup>nd</sup> Edition)*, Blacklick, OH, USA: McGraw-Hill Professional Book Group. 2001. ISBN: 9780071361248, 315 s.
5. VEJDĚLEK, J. *Jak sestavit marketingový plán*. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN: 80-7169-542-4, 117 s.
6. HORÁKOVÁ, I. *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada Publishing, 1992. ISBN: 80-85424-83-5, 364 s.
7. T  
UBBS, S. L., MOSS, S. *Human communication*. New York: McGraw-Hill. 1991, ISBN 0-07-065404-2, 490 s.
8. CHUNG, K.H. *Management: Critical Success Factors*. Boston: Allyn & Bacon, 1987. ISBN 0205103235, 760 s.
9. ROBBINS, S.P. *Organizational Behaviour*. Englewood Cliff: Prentice Hall, 2004. ISBN 0-13-170901-1, 675 s.
10. PITTS, B.G., STOTLAR, D.K. *Fundamentals of Sport Marketing*. Morgatown: Fitness Information Technology, 1996. ISBN 80-85986-01-9, 290 s.
11. BUREŠ, I. *Praktická škola marketingu*, Bratislava: Uniapress, 1990. ISBN 80-85313-01-4
12. KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0016-6, 719 s.
13. MULLIN, B.J., HARDY, S., SUTTON, W.A. *Sport Marketing*. Champaign: Human Kinetics, 2000. ISBN 0-88011-877-6, 389 s.
14. NOVOTNÝ, J. *Ekonomika sportu*. 1. vyd. Praha: ISV nakladatelství, 2000. ISBN 80-85866-68-4, 263 s.

ORMÁNEK, J., HORČIC, J. *Triatlon*. Praha: Olympia, 2003.

#### **Internetové zdroje:**

1. Historie triatlonu [online]. 2000 [cit. 2010-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://triathlon.org.html>>
2. Triathlon [online]. 2000 [cit. 2010-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://triathlon.org>>
3. GPS [online]. 2000 [cit. 2010-03-07]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/GPS>>
4. E - plavání [online]. 2000 [cit. 2010-02-02]. Dostupný z WWW: [http://www.eplavani.cz/rozhovory\\_profily/6111\\_praha\\_ma\\_potencial\\_rika\\_michel\\_gignoux.html](http://www.eplavani.cz/rozhovory_profily/6111_praha_ma_potencial_rika_michel_gignoux.html)

#### **Použité diplomové práce :**

1. Ondřej Brouček, Pořádání závodu horských kol, 2008
2. Kateřina Brávková, Komparace extrémních štafetových závodů, 2009
3. Karolína Losová, Management a marketing sportovní akce – závod Světového poháru v běhu na lyžích Pražská lyže 2007, 2008

#### **Použité tabulky :**

**Tabulka 1** - Činnosti charakteristické pro sportovního manažera.

**Tabulka 2** - Rozdělení závodníků do věkových kategorií a maximální délky závodu v km.

**Tabulka 3** - Závislost teploty na délce plavecké části.

**Tabulka 4** - Užití neoprenu v závislosti na teplotě vody.

**Tabulka 5** - Klíč ke stanovení výsledků seriálu závodů ITU.

**Tabulka 6** - Klíč k bodování závodů ITU v roce 2010.

**Tabulka 7** - Strategie dělení prize money v ITU závodech v sezóně 2010.

## **10 SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK**

**SWOT** - Je zkratka počátečních písmen čtyř výrazů. S-Strengths, neboli silné stránky, W-Weaknesses, jsou slabé stránky, O-Opportunities představuje příležitosti a T-Threats, neboli hrozby.

**PR** – Z anglického výrazu “Public relations“, neboli styk s veřejností.

**VIP** – Z anglického výrazu “Very important person“, neboli velmi důležité osoby.

**ČSTV** – Český svaz tělesné výchovy

**ETU** – Evropská triatlonová unie.

**ITU** – Mezinárodní triatlonová unie.

**TT** – Triatlon.

**ČSTT** – Český svaz triatlonu.

**MOV** – Mezinárodní Olympijský výbor.

**PVC** – Polyvinylchlorid, neboli umělá hmota.

**U23** – Kategorie v triatlonu, účastníci do věku 23let.

**PRE** – Pražská energetika

**MHD** – Městská hromadná doprava

**GPS**<sup>8</sup> – Global positioning system, je vojenský polohový družicový systém provozovaný Ministerstvem obrany Spojených států amerických, s jehož pomocí je možno určit polohu a přesný čas kdekoli na Zemi nebo nad Zemí s přesností první desítky metrů. Přesnost GPS lze s použitím dalších metod ještě zvýšit až na jednotky centimetrů.

## **11 SEZNAM PŘÍLOH**

**Příloha 1** – Startovní listina ženy.

**Příloha 2** – Startovní listina muži.

**Příloha 3** – Článek o Pražském triatlonu.

**Příloha 4** – Úkoly.

**Příloha 5** – Časový harmonogram.

**Příloha 6** – Povolení.

**Příloha 7** – Vizualizace cílové brány a stojanu na kolo.

---

<sup>8</sup> GPS [online]. 2000 [cit. 2010-03-07]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/GPS>>



Příloha 1 – Startovní listina ženy.




**PRE Triatlon Cup 2003 - WOMEN**  
**ITU International series triatlon**

**PRAGUE, CZECH REPUBLIC 16.8.2003**

**START 14:03**

Start No	Name	Country	Club	Born	Cat
101	Macel Tereza	Canada	Author Triatlon Praha	1974	WCZ
102	Bergler Silke	Germany	PZM Team SC Riederau	1979	W
103	Lisk Richarda	Germany	VFL Waiblingen	1981	W
104	Tavernini Marialuisa	Italy		1980	W
105	Murphy Julie	Northend Ireland	Triangle	1976	W
106	Dederko Eva	Poland	Kmicic Czestochowa	1974	W
107	Ochocinska Karolina	Poland	Kmicic Czestochowa	1981	W
108	Đuranová Zuzana	Slovakia	Labe Tri klub	1984	W
109	Forrester Steph	UK	ScienceinSport.com	1969	W
110	Císařovská Ladislava	Czech Republic	R Team	1972	WCZ
111	Zelenková Lucie	Czech Republic	TT Centrum Praha	1974	WCZ
112	Berková Renata	Czech Republic	Olympo Team	1975	WCZ
113	Paštěková Jana	Czech Republic	ATEX Tufo Ti	1975	WCZ
114	Loskotová Gabriela	Czech Republic	AXIOM Orbitt	1975	WCZ
115	Brunová Lenka	Czech Republic	Olympo Team	1976	WCZ
116	Nováková Eva	Czech Republic	Junior team 2008	1977	WCZ
117	Radová Lenka	Czech Republic	Olympo Team	1979	WCZ
118	Jiroušková Jana	Czech Republic	ATEX Tufo Ti	1979	WCZ
119	Šupinová Anna	Czech Republic	TT Centrum Praha	1981	W23CZ
120	Slováčková Jana	Czech Republic	ATEX Tufo Ti	1981	W23CZ
121	Hertlová Kateřina	Czech Republic	Olympo Team	1982	W23CZ
122	Frintová Vendula	Czech Republic	Labe Tri klub	1983	W23CZ
123	Durmanová Eva	Czech Republic	CYTRI Praha	1983	W23CZ
124	Vodičková Radka	Czech Republic	TJ Bižuterie JnN	1984	WCZ

**Příloha 2 – Startovní listina muži.**

	<h1>PRE Triatlon Cup 2003 - MEN</h1>	
	<h2>ITU International series triatlon</h2>	
<b>PRAGUE, CZECH REPUBLIC 16.8.2003</b>		<b>START 14:00</b>

Start No	Name	Country	Club	Born	Cat
1	Cunnigham Richard	Australia			M
2	Slater Chippy	Australia			M
3	De Haan Richard	Belgium	Atriac Antwerpen	1960	M
4	Fleureton Cedric	France	E.C.SARTROUVILLE	1973	M
5	Yohann Vincent	France	E.C.SARTROUVILLE	1979	M
6	Raphael Jan	Germany			M
7	Ruderer Christian	Germany			M
8	Vollmer Benjamin	Germany	TV-Forst	1983	M
9	Hofeditz Nils	Germany	Asics team Witten	1981	M
10	Orthofer Frank	Germany	TSV Obergünzburg	1981	M
11	Luecke Marcel	Germany	SUS Stadtlohn	1983	M
12	Zoll Matthias	Germany	Asics team Witten	1981	M
13	Raelert Michael	Germany	TV Lemgo	1980	M
14	Nordmeyer Christopher	Germany	Team Baier Landshut	1981	M
15	De Gasperi Alessandro	Italy		1980	M
16	Loss Frizzera Michele	Italy		1981	M
17	Sommariva Francesco	Italy		1977	M
18	Manara Paolo	Italy		1974	M
19	Gaag Dimitri	Kazachstan	Author Triatlon Praha	1971	M
20	Manenschijt Jan	Netherlands	SuS Stadtlohn	1981	M
21	Reed Shane	New Zealand		1973	M
22	Florek Marcin	Poland	Truso Elblag	1983	M
23	Olejniczak Sergiusz	Poland	CSGT Glogow	1978	M
24	Brumm Maciej	Poland	Olimpia Poznan	1979	M
25	Yakovlev Sergei	Russian			M
26	Fong Jonathan	Singapore			M

27	Lesko Michal	Slovakia	FTVS Bratislava	1985	M
28	Šimko Pavel	Slovakia	FTVS Bratislava	1982	M
29	Woolrich Richard	South Africa	TSV Obergünzburg	1978	M
30	Horner Kent	South Africa	TSV Obergünzburg	1982	M
31	Gomez Francisco Javier	Spain	Cidade de Lugo-Fluvial	1983	M
32	Cordoba Raul	Spain	Excelent center		M
33	Guzman Daniel	Spain	C.T.Diabilllos de Rivas	1983	M
34	Haines David	UK	Wales	1975	M
35	Woodward Alan	UK	Tri and Run	1978	M
36	Wiltshire Harry	UK	total fitness bath		M
37	Haines Richard	UK	Wales	1980	M
38	Mckerracher Duncan	UK	total fitness bath	1979	M
39	Spencer Wilson	UK	tri forceherts uk	1975	M
40	Zyemtsev Victor	Ukraina		1972	M
41	Krňávek Martin	Czech Republic	Olympo team	1974	MCZ
42	Ospalý Filip	Czech Republic	Olympo team	1976	MCZ
43	Řehula Jan	Czech Republic	Author Triatlon Praha	1975	MCZ
44	Daněk Michal	Czech Republic	Olympo team	1979	MCZ
45	Láník Aleš	Czech Republic	JPK AXIS	1979	MCZ
46	Kotásek Robert	Czech Republic	ATEX Tufo Ti	1979	MCZ
47	Kyral Václav	Czech Republic	SK Kovosvit Tábor	1979	MCZ
48	Paták Pavel	Czech Republic	Diana Praha	1971	MCZ
49	Šmíd Jaroslav	Czech Republic	TTK Slavia VŠ Plzeň	1976	MCZ
50	Baca Tomáš	Czech Republic	AC Start Karlovy Vary	1978	MCZ
51	Milichovský René	Czech Republic	Labe Tri Club	1971	MCZ
52	Kavan Miroslav	Czech Republic	Labe Tri Club	1973	MCZ
53	Orlický Andrej	Czech Republic	Labe Tri Club	1977	MCZ
54	Krejčí Martin	Czech Republic	TTC Olomouc	1978	MCZ
55	Srb Vladimír	Czech Republic	Bohemians Praha	1978	MCZ
56	Kulman Milan	Czech Republic	PILKINGTON TK	1978	MCZ
57	Múnster Pavel	Czech Republic	Labe Tri Club	1978	MCZ
58	Cikrt Pavel	Czech Republic	Delta team	1973	MCZ
59	Matula Martin	Czech Republic	SK Kovosvit Tábor	1971	MCZ
60	Švarc Norbert	Czech Republic	SKPP Domažlice	1972	MCZ
61	Vabroušek Petr	Czech Republic	Author Triatlon Praha	1973	MCZ
62	Bureš Petr	Czech Republic		1980	M23CZ
63	Klíma Tomáš	Czech Republic	Olympo team	1980	M23CZ
64	Doležal Marek	Czech Republic	JPK AXIS	1980	M23CZ
65	Konopka Antonín	Czech Republic	TJ Bižuterie JnN	1981	M23CZ
66	Kučera Jan	Czech Republic	TK Znojmo	1981	M23CZ
67	Čarňanský Ondřej	Czech Republic	TSK Praha	1981	M23CZ
68	Löffelmann Petr	Czech Republic	Labe Tri Club	1981	M23CZ
69	Pejsar Martin	Czech Republic	Labe Tri Club	1981	M23CZ
70	Šiška Jan	Czech Republic	TT Sport Stupno	1981	M23CZ
71	Matějčíek Ondřej	Czech Republic	SK TT Kovosvit	1981	M23CZ
72	Drozd Lukáš	Czech Republic	DIDI Team	1981	M23CZ
73	Matyáš Marek	Czech Republic	Triatlon Mizuno Team	1982	M23CZ
74	Kořínek Tomáš	Czech Republic	OLYMPO elite TT	1982	M23CZ
75	Dvořák Ladislav	Czech Republic	Olympo team	1982	M23CZ
76	Král Jan	Czech Republic	TSK Praha	1982	M23CZ
77	Král Martin	Czech Republic	TSK Praha	1982	M23CZ
78	Sopr Zdeněk	Czech Republic	JASO Plzeň	1982	M23CZ
79	Kumstát Michal	Czech Republic	TT Klub Prostějov	1982	M23CZ
80	Čelůstka Jan	Czech Republic	ATEX Tufo Ti	1982	M23CZ
81	Slatinský Lukáš	Czech Republic	TJ JE Dukovany	1983	M23CZ
82	Polanský Dan	Czech Republic	Mizuno Team	1983	M23CZ

83	Svatoň Jan	Czech Republic	ČEKO Sokolov	1983	M23CZ
84	Hradecký Jan	Czech Republic	SK TT Kovosvit	1983	M23CZ
85	Jaňour Jan	Czech Republic	TK Jaso Plzeň	1983	M23CZ
86	Kozmon Petr	Czech Republic	Olympo team	1983	M23CZ
87	Žufan Martin	Czech Republic	JASO Plzeň	1983	M23CZ
88	Špaček Jakub	Czech Republic	TT TEAM 21	1983	M23CZ
89	Mašek Petr	Czech Republic	TTK Slavia VŠ Plzeň	1983	M23CZ
90	Mužiček Pavel	Czech Republic	TJ Bižuterie JnN	1984	MCZ
91	Francke Jan	Czech Republic	TJ Bižuterie JnN	1984	MCZ
92	Kypta Tomáš	Czech Republic	TTK Slavia VŠ Plzeň	1985	MCZ
93	Švarc Přemysl	Czech Republic	TTK Slavia VŠ Plzeň	1985	MCZ

### Příloha 3 – Článek o Pražském triatlonu.

## Praha má potenciál, říká Michel Gignoux, technický ředitel ITU

19.06.2003 - Tomáš Nohejl

*Tenhle sympatický povídavý chlapík z francouzského Nimes pracuje jako technický ředitel ITU - Světové triatlonové unie i člen technické komise ETU - Evropské triatlonové unie. „Úzký kontakt obou federací pomáhá dalšímu rozvoji triatlonu,“ říká Michel Gignoux, který si včera prohlížel tratě pražského triatlonu a o víkendu bude sledovat evropský šampionát v Karlových Varech.*

Tenhle sympatický povídavý chlapík z francouzského Nimes pracuje jako technický ředitel ITU - Světové triatlonové unie i člen technické komise ETU - Evropské triatlonové unie. „Úzký kontakt obou federací pomáhá dalšímu rozvoji triatlonu,“ říká Michel Gignoux, který si včera prohlížel tratě pražského triatlonu a o víkendu bude sledovat evropský šampionát v Karlových Varech.

### **Má Česko, nebo přímo Praha šanci na Světový pohár?**

Praha má velký potenciál nádherného historického panoramatu, samozřejmě pár věci by se muselo ještě upravit. Je to otázka dalších jednání. Rádi bychom našli místa, kde by Světový pohár zakotvil trvale. A ne aby se pořadatelé finančně vyčerpali jediným závodem. Proto jsem tady.

### **Přetrvává tedy tendence směřovat velký triatlon do velkých měst?**

Jednoznačně. Musíme se přiblížit sponzorům, médiím a využít koncentrace obyvatelstva i dalších doprovodných akcí. Podívejte, teď se sešlo na Světovém poháru v Hamburku skoro čtvrt milionů lidí. Byli tam trhy, lidi se procházeli podél tratí a fandili. Chceme dostat triatlon do zajímavých míst a udělat z něj spektakulární podívanou. Potvrzuje to i vzestup sledovanosti televizních sestřihů, na jejichž produkci se podílíme spolu s BBC. Loni takhle přišel triatlon do miliardy domácností.

### **Olympiáda v Sydney znamenala obrovský úspěch, znásobí ho příští rok Atény – jste spoluautorem tratí, že?**

V říjnu ji otestujeme a uvidíme. Poplave se jeden okruh, snímáný podmořskými kamerami. Kolo bude brutální – pět okruhů s převýšením až 800 metrů v každém z nich. Bude to svědčit chytrým závodníkům, ale vyhrají to nejlepší. Mrzí mě jen, že se nepodařilo dotáhnout cíl na olympijský stadion.

### **Plánujete už i další olympiády...**

V Pekingu se poplave okolo Zakázaného města, kde Číňané vyčistí říční kanál. A cíl bude na náměstí Nebeského klidu. To budou obrázky! Na rok 2012 kandidují starobylý Madrid a moderní New York – v obou městech bude letos Světový pohár. V New Yorku se poplave zatím v řece Hudson, ale přemýšlíme o situování závodu do Central parku včetně plavání v místním rezervoáru.

**Ve světě jde triatlon nahoru, ale v Evropě, která zažívala boom v první polovině devadesátých let jako by lehce stagnoval. Proč?**

Poslední tři roky ETU téměř nefungovala a byla v rozkladu. Teď přišli noví lidé, kteří blíže spolupracují s ITU, což přináší prospěch diplomatický i ekonomický oběma stranám. Letos už je v Evropě sedm Světových pohárů a dvě mistrovství světa. Znovu nabírá dech. Proto jsme rádi, že se nám spolu s vámi podařilo mistrovství Evropy v Karlových Varech, i když nás to stálo dost peněz. Zachování důvěryhodnosti ETU však je v tuto chvíli nejdůležitější.

Zdroj: [http://www.eplavani.cz/rozhovory\\_profily/6111\\_praha\\_ma\\_potencial\\_rika\\_michel\\_gignoux.html](http://www.eplavani.cz/rozhovory_profily/6111_praha_ma_potencial_rika_michel_gignoux.html)

**Příloha 4 – Úkoly.**

<b><u>termínorganizační činnost</u></b>	<b><u>zodpovídá</u></b>
• scénář péče o V.I.P. hosty	.....
• kontrola účasti rozhodcích	.....
• startovní pistole	.....
• příprava prezentace	.....
• megafon	.....
• měření teploty vody a vzduchu	.....
• bezpečný !!! výlez z vody	.....
• zajištění technického personálu	.....
• značení tratí plavání,	.....
• <b>startovní molo</b>	.....
• značení tratí kolo	.....
• značení tratí běh	.....
• <b>VIP prostor hlídání</b>	.....
• tisková konference	.....
• VIP Kamion	.....
• harmonogram nákladní dopravy	.....
• ubytování závodníků	.....
• občerstvení závodníků	.....

- trička 300 ks .....
- seznam sponzorů, počet reklam .....
- zdravotní zabezpečení - sanita .....
- depa závodů .....
- sumarizace cen pro závod .....
- scénář vyhlášení výsledků .....
- zajištění komentátorů .....
- televize ČT .....
- Rádio Beat .....
- Radiožurnál .....
- o Zvukař .....
- o Elektřina .....
- Policie ČR .....
- městská policie .....
- zabezpečení 3 motocyklů .....
- plavecké čepice .....
- odtah Pařížská .....
- Eko vláček .....
- Martin Tour .....
- Motorové čluny .....
- Koně .....

## **2. Personální zabezpečení disciplín**

prezentace + 1. depo zodpovídá .....

- prezentace
- prezentace před startem
- příprava a činnost prvního depa
- příprava štítků – helma , kolo, depo

- plavecké čepičky – popis, výdej, sběr
- závodní kancelář
- způsob vybírání licencí
- popis závodníků
- 1.depo a jeho hlídání – výdej věcí po závodě
- distribuce startovních listin a výsledků

2. depo zodpovídá: .....

Plavání

ředitel disciplíny: .....

zajišťuje:

- umístění a odstranění značek pro parníky
- startovní pistole !!!!!!!!!
- správné umístění bójí
- přítomnost motorových člunů pro TV + rozhodčí!!!
- vlastní start –STARTOVNÍ MOLO !!!
- teplota vody
- příprava výstupu z vody

Cyklistika

ředitel disciplíny: .....

zajišťuje:

- obsazení křižovatek pomocným technickým personálem + speciálně Pařížská
- odtah zajišťuje: .....
- obsazení nebezpečných křižovatek policií ČR
- koordinaci motocyklů pro rozhodčí
- příprava a činnost druhého depa
- uzávěra a otevření trati pomocí motorky a nahlášení policii po projetí posledního závodníka
- píšťalky !!!
- počítání okruhů a ukazatel okruhů !!!!

## Běh

ředitel disciplíny: .....

zajišťuje:

- vyznačení tratí - koridory
- počítání kol a vyznačení vběhu do cílového koridoru
- označení závodníků do posledního kola
- koordinaci informovanosti rozhodčích a komentátorů
- píšťalky !!!

## **Složení a činnost technického personálu.**

Zajišťuje:

### **Občerstvovací stanice**

- Vybavena 3 stoly, 3 slunečníky, 300 kelímky + Dobrá voda  
zabezpečuje 1 osoba. Obsluhují 4 lidé. Zodpovědná osoba: .....

### **Ozvučení závodu**

parník - ozvučení hudba, mluví .....

1. Depo – ..... + ..... angličtina

2. Depo + cíl - mixpult s D.J.- ..... + .....

požadavek: \_\_\_\_\_

- dva mobilní mikrofony
- znělky pro vyhlašování vítězů na CD

### **Vyhlášení výsledků**



- *napsat tabulku pro vyhlášeující a ceny-zodpovídá: .....*
- Vyhlášení závodu je ihned po doběhu 3.muže a potom 3. ženy.

**Kategorie – celkem:**

muži

1. místo	obálka, květiny, medaile....
2. místo	obálka, květiny, medaile....
3. místo	obálka, květiny medaile....

ženy

1. místo	obálka, květiny, medaile....
2. místo	obálka, květiny, medaile....
3. místo	obálka, květiny, medaile....

Zodpovídá – ..... – zajistí květiny a tabulky (vyhlášeující a ceny)

..... vyplácení peněz proti podpisu !!!!, připraví doklady + formulář,  
KONTROLA ŽIVN. LISTŮ

**Ceny pro závod.**

Finanční ceny dle rozpisu závodu. Dekorovaným závodníkům slavnostně předány obálky při dekorování. Vlastní výplata finančních odměn proběhne v prostoru VIP kamionu 10 min po slavnostním vyhlášení. Provádí ..... - zajistí i výdejové doklady.

Nutná hotovost 10 000,- USD v drobných dle propozic !!!

## Příloha 5 – Časový harmonogram.

<u>Ukládání věcí do depa:</u>	13.00 – 13:30 hodin
<u>Rozprava před závodem:</u>	13:50 hodin
<u>Start závodu mužů :</u>	<b>14.00 hodin</b>
<u>Start závodu žen :</u>	14.03 hodin

<u>Discipliny:</u>	plavání	1500 m
	kolo	40 km
	běh	10 km

<u>Předpokládaný cíl prvního závodníka :</u>	15 hodin 45 minut
<u>Předpokládaný cíl posledního závodníka :</u>	<b>16 hodin 20 minut</b>

### Předpokládaný časový průběh závodu :

<u>plavání</u> - začátek	14 h 00 min
konec prvního	14 h 17 min
konec posledního	14 h 30 min

<u>cyklistika</u> - začátek	14 h 18 min
konec prvního	15 h 14 min
konec posledního	15 h 40 min

<u>běh</u> - začátek	15 h 14 min
konec prvního závodníka	15 h 45 min
konec posledního závodníka	16 h 20 min

Vyhlášení vítězů proběhne ihned po doběhnutí třetího závodníka každé kategorie.

**Příloha 6 – Povolení.**

Seznam žádostí a žádostí o povolení potřebných k uskutečnění triatlonového závodu v Praze:

**Magistrát hl. m. Prahy**

**Odbor vnitřní správy**

Mariánské náměstí 2

110 00 Praha 1

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**Magistrát hl. m. Prahy**

**Odbor obchodních aktivit**

U Radnice 3

110 01 Praha 1

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**Městská policie Hl. m. Prahy**

**Obvodní ředitelství**

Opletalova 19

Věc: Žádost o pomoc při zajištění akce

**Předseda Cechu fiakristů a povozníků Čech a Moravy**

Pod Stárkou 25

140 00 Praha 4

Věc : Žádost o spolupráci

**Magistrát hlavního města Prahy**

**Odbor dopravy**

Řásnovka 8, Praha 1

Věc: Žádost o vydání rozhodnutí na zvláštní využívání komunikace

**Dopravní podnik hl.m. Prahy, a.s.**

**Dopravní úsek**

Věc: Žádost o odklon linky 207

**Obvodní úřad Praha 1**

**Technická správa komunikací**

Školská ul.

110 00 Praha 1

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**Obvodní úřad Praha 1**

**Technická správa komunikací**

Školská ul.

110 00 Praha 1

Věc: Žádost o bezplatný pronájem náplavky u nemocnice Na Františku

**Obvodní úřad Praha 1**

**Technická správa komunikací**

Školská ul.

110 00 Praha 1

Věc: Žádost o povolení pronájmu parkoviště na jeden den

**starosta MČ Prahy 1**

Vodičkova 18

115 68 Praha 1

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**Magistrát hl. m. Prahy**

**Odbor daní, poplatků a cen**

Mariánské nám. 2

110 01 Praha 1

Věc: Žádost o prominutí poplatku za užívání veřejného prostranství

**Policie ČR**

**Ředitel Správy hlavního města Prahy**

Věc: Žádost o pomoc při zajištění akce

**Státní plavební správa**

Jankovcova 6

Praha 7

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**vedoucí odboru**

**Magistrát hl. m. Prahy**

U Radnice 3

110 01 Praha 1

Odbor obchodních aktivit

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**Martin Tour**

**Cestovní kancelář**

Věc : Žádost o spolupráci

**Oddělení hygieny a výživy**

Hybernská 30

Praha 1

Věc: Žádost o souhlas

**Primátor Hlavního města Prahy**

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**Starosta Obvodního úřadu Prahy 1**

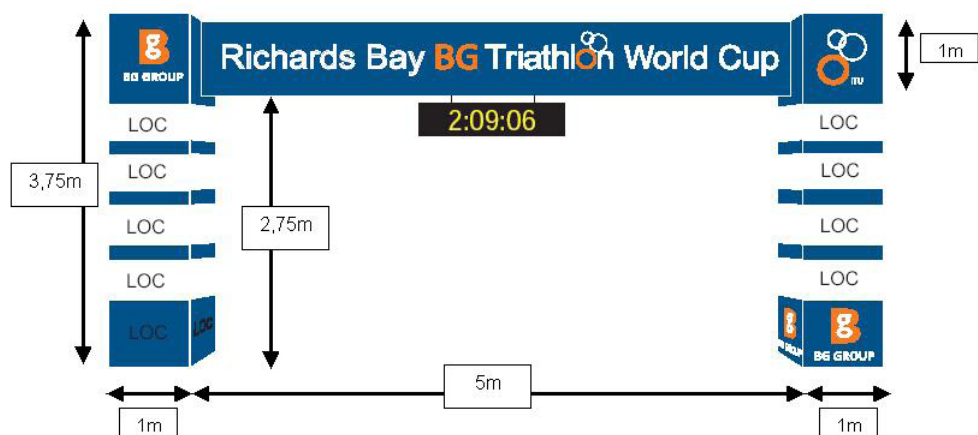
Vodičkova 18

115 68 Praha 1

Věc: Žádost o souhlas s uskutečněním akce

**Příloha 7 – Vizualizace cílové brány a stojanu na kolo.**

Cílová brána podle norem ITU:



Stojan na kolo tzv. "Aténského" stylu:



propose to be spray painted  
to match PMS 3125