

Česká kultura, gastronomie a oslavy úspěchů. Českým domem prošlo přes 30 000 fanoušků z celého světa

14.8.2024 - Daniela Jurion | Česká olympijská

“Jsem hrdý, jak skvěle se nám podařilo představit českou kulturu i gastronomii právě v Paříži. Do Českého domu se chodili dívat i zástupci z ostatních národních domů, aby se inspirovali do další olympiády, jak by ten jejich národní dům mohli vylepšit,” řekl předseda ČOV Jiří Kejval. “Dalším důkazem úspěchu Českého domu v Paříži je to, že si nás vybrala francouzská národní televize, kterou sleduje 40 % národní populace, aby o české gastronomii a zejména pak naší mobilní pekárně natočila reportáž,” doplnil.

Český dům je známý pro svou jedinečnou atmosféru, pohostinnost a otevřenost. Tento cíl v Paříži opět naplnil i z pohledu zahraničních fanoušků. “Měli jsme zde hodně Francouzů, kteří se k nám pravidelně vraceli, fandili s českými fanoušky Jakubu Vadlejchovi při oštěpařském finále a moc si to tu užívali. A musím zmínit také olympijského vítěze Giovanniho De Gennaro, který svou medaili přišel slavit do Českého domu s našimi fanoušky, protože ten italský nebyl otevřený veřejnosti,” vyjmenovává úspěchy Blanka Konečná. Zahraničním fanouškům velmi zachutnalo české pivo, za kterým se rádi vraceli. Více než polovinu celkové návštěvnosti Českého domu tvořili právě cizinci.

Fanoušci měli přes 100 možností setkání s olympionikem na podiu a zažili 5 jedinečných oslav olympijských medailí. Vypilo se 18 000 litrů piva z minipivovarů a Zubra v neveřejné části. Celkem se na čepu během olympiády vystříдалo 32 druhů různých piv a snědlo se 0,5 tuny sekané, klobás i uzeného maso české výroby. Pekař Karel upekla v mobilní pekárně na 750 bochníků chleba pro návštěvníky i sportovce v olympijské vesnici a vypilo se 3000 káv Costa Coffee. Akce se zúčastnilo 32 českých dobrovolníků, kteří pomáhali každý den zajistit chod Českého domu.

Unikátní zázemí pro sportovce i mediální tým ČOV

Národní dům české výpravy byl lákavým místem i pro zahraniční novináře, kteří často přijížděli hodnotit koncept jednotlivých domů v rámci nového projektu “Park národů”, kdy se v rámci největšího pařížského parku představilo celkem 15 zemí. Český dům mezi nimi vynikal nejen svou mobilní pekárnou s čerstvými pekařskými výrobky, ale také zázemím pro olympioniky, kde se mohli nerušeně setkávat se svými blízkými. “Bylo to fajn zázemí pro sportovce, kteří přišli do Českého domu. Po setkání s fanoušky si tu mohli v ústraní v pohodě sednout, zrelaxovat, podívat se na přenosy, potkat se s blízkými, dát si něco dobrého. Bylo to i místo, kde jsme sportovcům a trenérům děkovali v komorním prostředí jen mezi nimi a jejich nejbližšími, což doplňovalo setkávání s fanoušky na pódiu. Myslím, že se tam všichni cítili příjemně. Skvělé zázemí jim vytvářela i Nikol Kučerová, předsedkyně Komise sportovců ČOV,” řekl šéf olympijské mise Martin Doktor.

Fanoušci se často nejvíce těšili právě na setkání se sportovci a v Českém domě nadšeně vítali všechny olympioniky, nehlédě na jejich umístění. Překvapená z pozitivního přijetí byla i vodní slalomářka Gabriela Satková. “Nemohla jsem tomu uvěřit, myslela jsem, že bez medaile na vás fanoušci zapomenou. A oni mi tleskali a bylo jich tam tolik. Moc děkuju, zvedlo mi to náladu,” řekla po setkání Satková.

Český dům byl také hlavním zázemím pro mediální tým ČOV. “V tvůrčím týmu přímo v Českém domě jsme měli 20 specialistů, mezi nimi i motion grafika a CGI experta. Většinu obsahu tvořila videa pro

sociální sítě i internetovou televizi czechteam.tv. Ta překonala už před hrami 1 milion zhlédnutí," popsal fungování týmu Václav Blahout zodpovědný za digitální distribuci obsahu při OH v Paříži. Komplexní olympijský zážitek si fanoušci mohli dopřát v mobilní aplikaci Olympijský tým a v rámci spolupráce s mediálním domem CNC i na jeho webech. Cílem digitální produkce ČOV bylo zprostředkovat zážitek všem fanouškům u nás i ve Francii a propojit tři oblasti - českou sportovní výpravu, fanoušky v místě a média.

Celková mediální čísla:

- 50 000 stažení mobilní aplikace Olympijský tým
- 4 miliony přehrání videí Olympijské televize Czech Team TV
- na 200 milionů zobrazení olympijského obsahu napříč sociálními sítěmi
- unikátní dosah na Instagramu 4,7 milionu obyvatel a 4,4 milionu na Facebooku
- celkový predikovaný odhad je 6 milionu unikátních uživatelů na kanálech olympijského týmu
- nejsilnějšími dny z hlediska dosahu byly "medailové pátky"

<https://www.olympijskytym.cz/article/ceska-kultura-gastronomie-a-oslavy-uspechu-ceskym-domem-pr-oslo-pres-30-000-fanousku-z-celeho-sveta>