

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Bc. Lenka ZEMÁNKOVÁ

**VÝSTAVIŠTĚ FLORA A JEHO ROLE V ROZVOJI MĚSTA OLOMOUCE**

Diplomová práce

Vedoucí práce: doc. RNDr. Marián Halás, Ph.D.

Olomouc 2018

## **Bibliografický záznam**

**Autor (osobní číslo):** Bc. Lenka Zemánková (R150131)

**Studijní obor:** Regionální geografie

**Název práce:** Výstaviště Flora a jeho role v rozvoji města Olomouce

**Title of thesis:** Flora showground and it's role in the development of Olomouc

**Vedoucí práce:** doc. RNDr. Marián Halás, Ph.D.

**Rozsah práce:** 112 stran, 3 vázané přílohy

**Abstrakt:** Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení vlivů Výstaviště Flora na rozvoj města Olomouce. Teoretická část je věnována vymezení kongresového cestovního ruchu se zaměřením na historický vývoj a tradici Výstaviště Flora Olomouc. Praktická část diplomové práce je zaměřena na analýzu současné činnosti výstaviště včetně perspektivy vývoje akciové společnosti do budoucna z pohledu rozvojových strategií řízení a plánování města.

**Klíčová slova:** Výstaviště Flora Olomouc, kongresový cestovní ruch, výstavy a veletrhy, cestovní ruch, analýza, město Olomouc

**Abstract:** The main aim of this thesis is to evaluate impacts of Flora showground on development of Olomouc city. Theoretical part deals with definition of congress tourist industry with focus on historical development and tradition of Flora showground Olomouc. The practical part of my diploma thesis concentrates on analysis of current activity of showground with perspective of progress of joint-stock company to the future, from the point of view of development strategies and planning of the city.

**Keywords:** Flora showground, congress tourism, exhibitions and trade fairs, tourist industry, analysis, Olomouc city

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci Výstaviště Flora a jeho role v rozvoji města Olomouce vypracovala samostatně pod vedením doc. RNDr. Mariána Haláse, Ph.D. a že jsem veškerou literaturu a zdroje řádně uvedla v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne

.....

podpis autora

Ráda bych poděkovala panu doc. RNDr. Mariánu Halásovi, Ph.D. za odborné vedení, ochotu, užitečné rady a připomínky při tvorbě této diplomové práce. Dále děkuji akciové společnosti Výstaviště Flora Olomouc, především panu Ing. Jířímu Uhlířovi, řediteli společnosti a celému výstavnickému úseku za ochotu, poskytnuté rady a informace.

---

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI  
Přírodovědecká fakulta  
Akademický rok: 2015/2016

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lenka ZEMÁNKOVÁ**  
Osobní číslo: **R150131**  
Studijní program: **N1301 Geografie**  
Studijní obor: **Regionální geografie**  
Název tématu: **Výstaviště Flora a jeho role v rozvoji města Olomouce**  
Zadávající katedra: **Katedra geografie**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem diplomové práce bude hodnocení vlivů Výstaviště Flora na rozvoj města Olomouce, a to z různých aspektů. Autorka se zaměří na historický vývoj a tradici výstaviště, jeho současnou činnost i na perspektivy do budoucnosti, zejména z pohledů rozvojových strategií řízení a plánování města. Práce se bude opírat o teoretický základ vycházející z rešerše literatury zaměřené na konkrétní aspekty zkoumané problematiky (cestovní ruch, strategie plánování města, marketing výstaviště). Vybrané aspekty budou dále využity v diplomové práci. Z provedených analýz budou formulována doporučení pro Výstaviště Flora i samotné město Olomouc. Navržená doporučení se budou týkat činnosti výstaviště, jeho propagace a rozvoje města, příp. regionu.

Rozsah grafických prací: Podle potřeb zadání

Rozsah pracovní zprávy: 20 000 - 24 000 slov

Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

**KŠÍR, J. (1973):** Olomoucké sady a parky. Olomouc: Vlastivědný ústav v Olomouci, 55 s. OK-ONV-456-15-2-13/73-Ku.

**ORIEŠKA, J. (2004):** Kongresový cestovní ruch. Praha, Idea Servis.

**RICHTEROVÁ, H.** Historie městských parků v Olomouci. In: Památkový ústav v Olomouci.

**RUMPEL, P., SLACH, O., ŠŇUPÍKOVÁ, R., MARKOVÁ, B. (2012):** Marketingové koncepty rozvoje měst. Praha, European Science and Art Publishing.

**SLACH, O., RUMPEL, P., KOUTSKÝ, J. (2013):** Profilace měkkých faktorů regionálního rozvoje. Ostrava, Accendo-Centrum pro vědu a výzkum.

**TICHÁK, M. (2008):** Flora Olomouc 1958-2008: rozkvetlé půlstoletí. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc, 126 s. ISBN 978-80-254-1784-3.

**TOURISM.OLOMOUC.EU** [online]. 2016 [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <http://tourism.olomouc.eu/welcome/cs>

**VÝSTAVIŠTĚ FLORA OLOMOUC, a.s.** [online]. 2014 [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <http://www.flora-ol.cz/>

Vedoucí diplomové práce: doc. RNDr. Marián Halás, Ph.D.

Katedra geografie

Datum zadání diplomové práce: 29. února 2016

Termín odevzdání diplomové práce: 10. dubna 2017

L.S.

prof. RNDr. Ivo Frébort, CSc., Ph.D.  
děkan

doc. RNDr. Zdeněk Szczyrba, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Olomouci dne 29. února 2016

## **OBSAH**

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>1 CÍLE PRÁCE</b> .....	<b>11</b>
<b>2 METODIKA PRÁCE</b> .....	<b>12</b>
<b>3 REŠERŠE LITERATURY</b> .....	<b>14</b>
<b>4 KONGRESOVÝ CESTOVNÍ RUCH - TEORETICKÉ VYMEZENÍ</b> .....	<b>16</b>
4.1 Definice kongresového cestovního ruchu .....	17
4.2 Vývoj kongresového cestovního ruchu .....	18
4.3 Funkce kongresového cestovního ruchu .....	19
4.4 Trh kongresového cestovního ruchu .....	20
4.5 Klasifikace akcí kongresového cestovního ruchu .....	21
4.6 Veletrhy a výstavy.....	22
4.6.1 Klasifikace veletrhů a výstav .....	23
<b>5 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU V OLOMOUCI</b> .....	<b>26</b>
5.1 Podoby města Olomouce z pohledu cestovního ruchu .....	27
5.1.1 Olomouc – město s bohatou historií.....	27
5.1.2 Olomouc – Evropské město sportu.....	27
5.1.3 Olomouc – univerzitní město zaměřené na vědu a výzkum.....	28
5.2 Oblasti a formy cestovního ruchu v Olomouci .....	30
5.3 Kongresový cestovní ruch v Olomouci.....	31
<b>6 VÝSTAVIŠTĚ FLORA OLOMOUC, A.S.</b> .....	<b>34</b>
6.1 Základní údaje o akciové společnosti.....	34
6.2 Historie společnosti .....	35
6.2.1 Historie olomouckých sadů .....	35
6.2.2 Historie a vývoj Výstaviště Flora Olomouc, a.s. ....	38
6.3 Profil společnosti, předmět činnosti .....	42

6.4	Organizační struktura společnosti .....	43
6.5	Charakteristika výstavnictví.....	46
6.5.1	Výstavnictví v České republice .....	46
6.5.2	Výstavnictví v Olomouci.....	50
6.5.3	Pozice firmy na trhu – spolupráce, konkurence .....	52
6.6	Charakteristika propagace ve společnosti .....	54
<b>7</b>	<b>ANALÝZA ČINNOSTI VÝSTAVIŠTĚ FLORA OLOMOUC, A.S. ....</b>	<b>56</b>
7.1	Pořádání veletrhů a výstav .....	56
7.1.1	Vlastní výstavní a veletržní akce organizované společností .....	57
7.1.2	Výstavní a veletržní akce organizované externími partnery .....	76
7.1.3	Ostatní kulturní akce.....	77
7.2	Údržba a správa veřejných parků.....	78
7.3	Péče o sbírkové skleníky, rozárium a botanickou zahradu .....	81
7.4	Ostatní činnosti.....	83
<b>8</b>	<b>ROLE VÝSTAVIŠTĚ FLORA V ROZVOJI MĚSTA OLOMOUCE.....</b>	<b>85</b>
8.1	Kvalita životního prostředí ve městě.....	85
8.2	Image a propagace města .....	85
8.3	Cestovní ruch .....	86
8.4	Kulturní a společenský život ve městě.....	86
8.5	Tradice.....	87
<b>9</b>	<b>VÝSTAVIŠTĚ FLORA A JEHO PERSPEKTIVY DO BUDOUCNA .....</b>	<b>88</b>
9.1	Územní studie Výstaviště Flora Olomouc .....	88
9.2	Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2014–2020 .....	90
9.3	Strategický plán rozvoje města Olomouce 2017–2023.....	91
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>92</b>
	<b>SUMMARY .....</b>	<b>95</b>



<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ .....</b>	<b>96</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>102</b>

## ÚVOD

Výstaviště Flora Olomouc je městským výstavištěm, které lze díky jeho unikátnosti zařadit vedle významných historických památek města Olomouce. Jedná se o parkový areál se sbírkovými skleníky a botanicou zahradou, kde před 60 lety vznikla tradice zahradnických a květinových výstav, jež město proslavují od 60. let 20. století dodnes.

Ne každý ale ví, že Výstaviště Flora vykonává spoustu dalších činností, které významně ovlivňují město i jeho obyvatele. Výstava Flora Olomouc se podílí na celé řadě kulturních a společenských akcí v Olomouckém kraji. Každoročně přiláká desítky tisíc návštěvníků z celé republiky i ze zahraničí. Pětিলistá květina je i základním grafickým prvkem loga Olomouckého kraje.

V předkládané práci se chceme věnovat otázce, jakými činnostmi se Výstaviště Flora Olomouc zabývá, jaký je jejich přínos pro město a zda tyto aktivity ovlivňují současný i budoucí rozvoj města. Práce by tedy měla přinést nejen ucelený obraz o bohaté historii výstavnictví a s ním spojených olomouckých parků, ale také rozšířit povědomí o činnostech a aktivitách, kterými se výstaviště zabývá.

Motivací pro volbu tématu bylo rozšíření vlastního povědomí o Výstavišti Flora Olomouc, o nabízené činnosti, tématech pořádaných akcí a o možnostech dalšího rozvoje a využití do budoucna. Dané téma navíc nebylo v minulosti nikým zpracováno. Z důvodu mé pravidelné účasti na pořádaných akcích nejen z pozice návštěvníka, ale i vystavovatele, mě k sepsání této práce vedla snaha o podrobnější poznání výstaviště, které si mnozí návštěvníci i obyvatelé města spojují pouze s tradiční výstavou Flora Olomouc pořádanou v pravidelných intervalech třikrát ročně.

Role i postavení výstaviště pro město je ale mnohem důležitější, než se na první pohled může znát. A právě jeho významem nejen pro město, ale i v rámci České republiky, se bude zabývat předkládaná diplomová práce.

## **1 CÍLE PRÁCE**

Cílem diplomové práce bude zhodnocení vlivů Výstaviště Flora na rozvoj města Olomouce. Teoretická část práce bude věnována vymezení základních pojmů z oblasti kongresového cestovního ruchu, popisu současné situace cestovního ruchu v Olomouci a historickému vývoji a tradici Výstaviště Flora Olomouc.

V praktické části bude analyzována současná činnost Výstaviště Flora Olomouc a jeho postavení v rámci cestovního ruchu Olomouce. Součástí práce je i zahrnutí návrhů na zlepšení stávající situace a posílení role Výstaviště Flora v rozvoji města Olomouce. Na závěr budou identifikovány možnosti a perspektivy vývoje akciové společnosti do budoucna z pohledu rozvojových strategií řízení a plánování města.

## 2 METODIKA PRÁCE

Teoretická část diplomové práce je zpracována na základě studia literárních pramenů a odborné literatury. První část se věnuje teoretickému vymezení kongresového cestovního ruchu se zaměřením na veletržní a výstavní akce. Následující kapitola zachycuje podoby města Olomouce z hlediska cestovního ruchu, popisuje hlavní podporované oblasti a směry, kterými se chce město rozvíjet a následně blíže specifikuje kongresový cestovní ruch v Olomouci.

Další část práce se již zaměřuje na akciovou společnost Výstaviště Flora Olomouc. Nejprve jsou zjišťovány základní údaje o společnosti vycházející z historického kontextu i ze současné situace. Následuje zachycení současného postavení společnosti Výstaviště Flora v rámci českého veletržního a výstavního trhu. Pro vyhodnocení je využita analýza provedená společností AMASIA EXPO za rok 2016, na základě které je vybráno Top 5 nejvýznamnějších organizátorů veletrhů a výstav z různých hledisek. Z dostupných pramenů kapitola popisuje také postavení společnosti z hlediska spolupráce a případné hrozící konkurence.

Před analýzou činnosti společnosti Výstaviště Flora bylo nutné získat potřebná data, která byla v nezbytném rozsahu dostupná od roku 2002. Využito bylo především sekundárních dat z Výročních zpráv společnosti od roku 2002 do roku 2016. Druhým důležitým zdrojem byly statistiky poskytnuté společností Výstaviště Flora Olomouc v podobě Auditů veletržních a výstavních dat, dostupným pro období let 2002–2017. Informace byly v neposlední řadě získány také osobním rozhovorem s ředitelem společnosti, panem Ing. Jiřím Uhlířem, a pracovníky výstavnického úseku společnosti. Následně byla provedena analýza statistických dat a tvorba příslušných grafů a tabulek.

Praktická část práce zahrnuje analýzu činností a aktivit akciové společnosti. U vlastních veletržních a výstavních akcí pořádaných společností Výstaviště Flora byla následně provedena kategorizace akcí dle typu zaměření na různé oblasti, dle délky jejich trvání, využitelnosti areálu a dle prostorového dosahu. Součástí analýzy je také bližší charakteristika nejvýznamnějších akcí, konkrétně mezinárodní zahradnické výstavy Flora Olomouc a její jarní, letní a podzimní etapy. Pro srovnání jednotlivých etap bylo využito tří ukazatelů. Návštěvnost je vyjádřena pomocí počtu platících

návštěvníků, který se odvíjí od množství prodaných vstupenek na danou akci. Dalšími ukazateli jsou počet vystavovatelů a velikost čisté výstavní plochy.

Na základě provedené analýzy všech činností a aktivit Výstaviště Flora byly popsány zásadní oblasti, na které má výstaviště vliv, včetně možných opatření vedoucích k posílení role výstaviště ve městě. V závěru práce jsou uvedeny možnosti a perspektivy vývoje akciové společnosti do budoucna s využitím aktuálně připravované Územní studie Výstaviště Flora Olomouc, i z pohledu rozvojových a strategických dokumentů.

### 3 REŠERŠE LITERATURY

Úvodní část práce se zabývá teoretickým vymezením a klasifikací kongresového cestovního ruchu. Pro popis základní terminologie cestovního ruchu byly využity především zdroje Galvasové (2008) a Zelenky (2012). Vymezení kongresového cestovního ruchu popisují dvě publikace Orišky s názvem „Kongresový cestovní ruch“ (2004) a „Kongresový a incentivní cestovní ruch“ (2006). Klasifikací veletrhů a výstav se podrobně zabývají Vysekalová (2004) a Pavlů (2009). S uvedenými zdroji podrobněji pracujeme v kapitole 4.

Pro charakteristiku cestovního ruchu přímo v zájmovém území města Olomouce jsme využili poutavé elektronické publikace „Olomouc“ (2011a) a „Olomouc: Stay overnight“ (2011b), které vydalo Statutární město Olomouc. O oblastech a formách cestovního ruchu podporovaných městem jsme se dočetli z „Programu rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2008–2013“. Téma kongresového cestovního ruchu v Olomouci následně rozebírá elektronická publikace „Olomouc: kongresová turistika“ z roku 2016 či webové stránky „Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau“ (2014).

Pro stěžejní část práce věnované společnosti Výstaviště Flora Olomouc byla využita publikace Ticháka (2008), která byla vydána k padesátiletému výročí výstav okrasného zahradnictví. Zabývá se historií olomoucké výstavní tradice, výstaviště samotného a obsahuje také mnoho dobových fotografií. Historii olomouckých sadů a parků, které neodmyslitelně patří k Výstavišti Flora, popisuje ve své knize především Kšír (1973). Aktuální informace o výstavišti obsahuje také nejaktuálněji vydaná „Výroční zpráva“ za rok 2016 a hojně využívané webové stránky Výstaviště Flora Olomouc (2016). Pro zjištění postavení výstaviště na českém veletržním a výstavním trhu jsme vycházeli z „Analýzy českého veletržního a výstavního trhu 2016“ (2017), kterou provedla společnost AMASIA EXPO.

V praktické části diplomové práce byly jedním ze stěžejních zdrojů Výroční zpráva akciové společnosti Výstaviště Flora Olomouc za roky 2002–2016. Zprávy poskytují souhrnné údaje o společnosti, o hospodářské činnosti jednotlivých úseků a ukazují především přehled uspořádaných akcí za daný rok. Pro analýzu činnosti výstaviště byl mimo výše uvedených výročních zpráv stěžejní také „Audit veletržních a výstavních

dat“ prováděný agenturou AMASIA EXPO. Agentura ve společnosti každoročně ověřuje výstavní a veletržní data pořádaných akcí a pro výkon auditorské činnosti byla pověřena Sdružením organizátorů veletržních akcí v České republice (tzv. SOVA). Statistické údaje auditovaných akcí zahrnují data o prokazatelné návštěvnosti, o vystavovatelích, o pronajaté výstavní ploše atp.

Závěru diplomové práce vhodně posloužila nově připravovaná Územní studie Výstaviště Flora Olomouc, jež byla představena na konci roku 2017. Plány, záměry a vize města týkající se olomouckého výstaviště jsou zahrnuty v rozvojových a strategických dokumentech. Jedná se především o „Strategii rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2014–2020“, která je dostupná na webových stránkách města nebo pracovní verze připravovaného „Strategického plánu rozvoje města Olomouce v období 2017–2023“.

#### 4 KONGRESOVÝ CESTOVNÍ RUCH - TEORETICKÉ VYMEZENÍ

Cestovní ruch je v jeho moderní podobě považován za mladé, avšak rozvíjející se odvětví. Může tvořit významné odvětví ekonomiky regionů, které nabízí příznivé podmínky pro jejich rozvoj. Toto odvětví může mít pozitivní dopady na území, obyvatele i návštěvníky např. zvýšením finančních příjmů v dané lokalitě či přílivem nových pracovních míst. Má však i negativní dopady např. v podobě ohrožení přírodního bohatství (Galvasová, 2008).

Vymezení cestovního ruchu není snadné, jelikož zahrnuje velké množství nejrůznějších činností a oborů. I přes to, že jsou cestování a s ním spojené aktivity součástí našeho života odnepaměti a každý jistě vytuší, co cestovní ruch znamená, je relativně obtížné najít jednoduchou definici. Dle Výkladového slovníku cestovního ruchu (Zelenka, 2012) je cestovní ruch definován jako *„komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystém na uvedené aktivity.“* Autoři uvádí také statisticky zaměřenou definici dle Světové organizace cestovního ruchu (WTO), kde je cestovní ruch vymezen jako *„aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem.“* I přes to, že autoři od 90. let 20. stol. zařazují do cestovního ruchu také služební a obchodní cesty, nepovažují výdělečnou činnost za cestovní ruch (Zelenka, 2012).

Cestovní ruch není obtížné jen definovat, ale i rozčlenit. Při vymezení cestovního ruchu se můžeme setkat s různým dělením a díky neustálému vývoji se pořád objevují jeho nové formy a typy. Galvasová (2008) rozčleňuje cestovní ruch na druhy, formy a typy. Druhy cestovního ruchu rozlišuje podle nejrůznějších kritérií, jako např. délky trvání či místa realizace. Formy cestovního ruchu souvisí především s motivací a způsobem trávení volného času. Typy cestovního ruchu pak můžeme popsat jako aktivity konkrétní podoby a charakteru, které se obvykle odvíjí od druhů cestovního ruchu. Jejich význam je hlavně díky schopnosti nalákat návštěvníky do daného regionu



či lokality. Mezi typy cestovního ruchu řadíme např. turistiku aktivní, poznávací, venkovskou či lázeňskou a rekreační. Jedním z typů cestovního ruchu je i veletržní a kongresový cestovní ruch, kterému se věnuje následující kapitola. Pro lepší orientaci uvádíme členění cestovního ruchu v tabulce 1 (Galvasová, 2008).

**Tab. 1:** Typologie cestovního ruchu

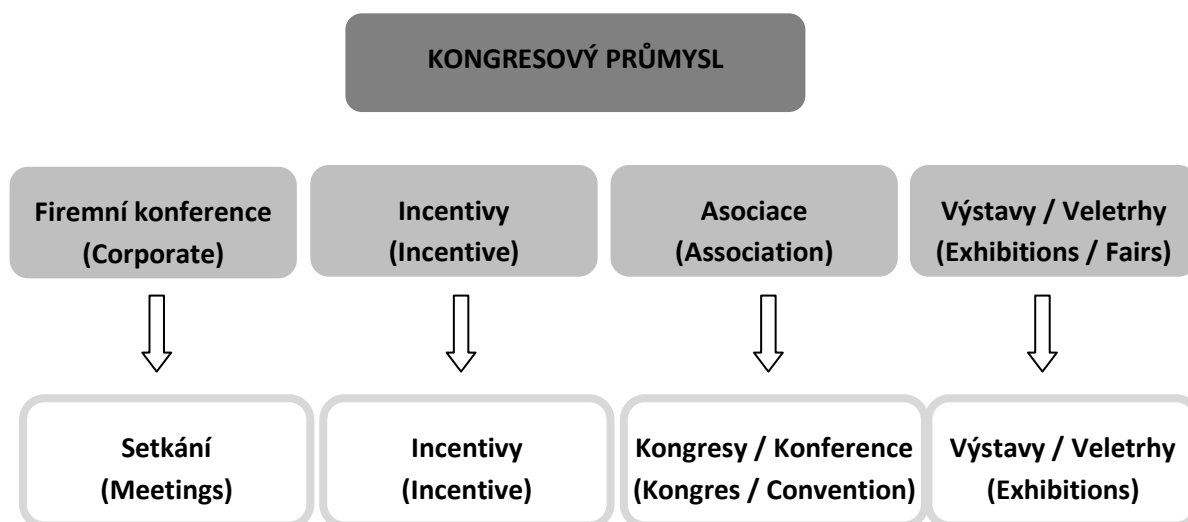
<b>Druhy cestovního ruchu</b>	<b>Formy cestovního ruchu</b>	<b>Typy cestovního ruchu</b>
- Dle místa realizace	- Rekreační cestovní ruch	- Aktivní cestovní ruch
- Dle původu účastníků	- Kulturní cestovní ruch	- Incentivní cestovní ruch
- Dle vlivu na platební bilanci	- Společensky orientovaný cestovní ruch	- Poznávací cestovní ruch
- Dle počtu účastníků	- Sportovní cestovní ruch	- Venkovský cestovní ruch
- Dle délky trvání	- Ekonomicky orientovaný cestovní ruch	- Veletržní a kongresový cestovní ruch
- Dle způsobu zabezpečení	- Specificky orientovaný cestovní ruch	- Lázeňský a rekreační cestovní ruch
- Dle způsobu financování		- .....
- Dle převahy místa pobytu		
- Dle věku účastníků		

**Zdroj:** Galvasová (2008), vlastní úpravy

#### 4.1 Definice kongresového cestovního ruchu

Kongresový cestovní ruch je specifickým druhem cestovního ruchu, který „zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a s pobytem v kongresovém místě, zaměřeným na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností.“ Jde také o nabídku doprovodného programu, díky kterému mohou návštěvníci kongresu, i jejich blízcí, efektivně využít svůj volný čas. Oriška (2004) zde zahrnuje zejména pořádání kongresů, konferencí, symposií, seminářů a výstav či veletrhů. Oproti jiným autorům zde zařazuje také incentivní cestovní ruch, prostřednictvím kterého se firmy snaží zvýšit motivaci svých zaměstnanců, klientů, partnerů apod. Kongresový cestovní ruch se od ostatních druhů cestovního ruchu odlišuje např. svým umístěním do velkých měst nebo nadprůměrným příjmem účastníků kongresového cestovního ruchu, díky kterému dochází k větší útratě v místě konání. Dalším aspektem je i sezónnost kongresového cestovního ruchu, která se odlišuje od sezónnosti ostatních druhů cestovního ruchu (Oriška, 2004).

V souvislosti s kongresovým cestovním ruchem se můžeme setkat také s pojmem kongresový průmysl (tzv. Meeting Industry). Jedná se o nadřazený pojem, který v sobě zahrnuje jednak pořádání kongresů a konferencí, incentivní cestovní ruch nebo organizaci veletrhů a výstav (Orieška, 2006). Dle Miksy (2007) je tak kongresový cestovní ruch jednou ze součástí kongresového průmyslu (obr. 1).



**Obr. 1:** Části kongresového průmyslu (zdroj: Miksa, 2007, str. 5)

Kongresový cestovní ruch je spojován ještě s výrazem MICE - Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions. Tento sektor tvoří čtyři oblasti. První z nich (Meetings) má podobu semináře či kolokvia, které jsou určeny pro uzavřenou a úzce vytyčenou skupinu účastníků. Druhou oblastí (Incentives) rozumíme incentivní cestovní ruch, který má podobu různých motivačních a teambuildingových akcí. Do další části (Conventions/Conferences) spadají kongresy a konference a v poslední oblasti (Exhibitions/Events) se nachází výstavy, veletrhy a akce (Galvasová, 2008).

## 4.2 Vývoj kongresového cestovního ruchu

Počátky kongresového cestovního ruchu můžeme pozorovat již ve středověku, kde souvisí s lidskou společností a její potřebou vzájemného setkávání, komunikace a vyměňováním nových informací a poznatků, především náboženského charakteru. Již ve 13. století se dle Oriešky (2004) organizovaly výroční trhy, které považujeme za předchůdce dnešních veletrhů a výstav. V 17. století pak začala éra hospodářských

a politických kongresů, mezi kterými měly význam např. mezinárodní kongres lékařů v Římě či Vídeňský kongres v letech 1814–1815. Díky technickému rozvoji v polovině 19. století výrazně vzrostla potřeba komunikace a výměny informací a poznatků. K rozvoji přispěly také nové vynálezy z oblasti komunikace a dopravních prostředků a začal se rozvíjet i trh kongresového cestovního ruchu. Významné postavení ve vývoji kongresového cestovního ruchu zaujímaly také světové výstavy, např. v Londýně či Paříži.

Do začátku 60. let 20. století přetrvávaly spíše nevědecké a neověřené znalosti o kongresovém cestovním ruchu, neexistovalo mnoho profesionálů schopných organizovat kongresové akce a většina jich byla situována do hotelových zařízení. K výraznějšímu rozmachu tohoto odvětví došlo až v 70. letech 20. století, kdy kongresové akce nebyly umístovány pouze do hotelových zařízení, ale došlo k výstavbě prvních specializovaných kongresových center a paláců. V současné době toto odvětví cestovního ruchu zaujímá významné postavení a jeho rozvoj je podporován nejen díky neustálému vývoji informačních technologií, ale např. i neustálou potřebou vzájemného setkávání a výměny informací (Orieška, 2004).

### **4.3 Funkce kongresového cestovního ruchu**

Ve spojitosti s jednotlivci či s celou společností plní kongresový cestovní ruch několik funkcí. Orieška (2004) vymezuje funkce vědecko-informační, kulturně-poznávací, ekonomickou a kongresový cestovní ruch považuje i za významný faktor regionálního rozvoje.

- *Vědecko-informační funkci* plní hlavně díky vzájemnému seznamování odborníků z různých oblastí a navazováním nových pracovních kontaktů. Umožňuje také výměnu nových znalostí a zkušeností mezi účastníky. Kongresové akce jsou zaměřeny přímo na odbornou veřejnost.
- *Kulturně-poznávací funkce* umožňuje účastníkům kongresu poznávat místo konání akce nejen z hlediska historických a kulturních památek, ale i prostřednictvím různých společensko-kulturních akcí zaměřených na hudbu, gastronomii či nejrůznější sportovní aktivity.
- *Ekonomickou funkci* se rozumí ekonomický přínos, který představují kongresové akce pro oblast jejich konání. Kongresové akce jsou velmi ekonomicky

výhodné, jelikož představují nadprůměrné příjmy na jednoho účastníka. Je to dáno tím, že účastníky těchto akcí jsou hlavně vzdělaní lidé ze středních a vyšších sociálních vrstev, a navíc jim část výdajů zpravidla hradí zaměstnavatel. Mimo tzv. přímých příjmů, které vznikají rovnou od účastníků kongresových akcí sem lze zařadit i příjmy nepřímé. Jsou to např. příjmy z nakoupeného zboží a služeb v místě kongresové akce. U výstav a veletrhů můžeme za přímé příjmy považovat i ty za pronájem výstavních ploch a vybavení výstavních stánků.

- Kongresový cestovní ruch je považován za významný *faktor regionálního rozvoje*. Rozvoje kongresového cestovního ruchu se účastní také mnoho podnikatelských i nepodnikatelských subjektů, např. město, obec, ubytovací, stravovací, dopravní či reklamní zařízení a podniky. Tento typ cestovního ruchu se tak podílí na vytváření nových pracovních míst a přispívá tak nejen ke zlepšení zaměstnanosti, ale i k pozitivnímu ovlivnění celkové image místa, regionu nebo země, kde kongresová akce probíhá (Orieška, 2004).

#### **4.4 Trh kongresového cestovního ruchu**

Podobně jako jiné trhy je i trh kongresového cestovního ruchu tvořen vzájemným působením nabídky a poptávky, které společně s cenou tvoří nejdůležitější složky trhu. Dle Orišky (2004) můžeme trh kongresového cestovního ruchu definovat jako „*soustavu vzájemných vztahů mezi kupujícími a prodávajícími zejména komplexní služby, případně zboží související s přípravou a realizací kongresových akcí, kde kupující představuje poptávku a prodávající nabídku.*“

Nabídku na trhu kongresového cestovního ruchu představují hlavně samotní organizátoři akcí a také dodavatelé kongresových služeb. Kongresové akce mohou dle Orišky (2004) organizovat:

- Podniky, instituce nebo společnosti, které disponují materiálně-technickým zařízením a kongresové akce pořádají z vlastní iniciativy
- Podniky, instituce nebo společnosti vyhledávající možnost prezentovat své myšlenky, nápady či produkty

V posledních letech se organizováním kongresových akcí zabývají různé specializované firmy. Ty jsou schopny mimo jiné vytvořit časový harmonogram,

zpracovat rozpočet či zajistit propagaci plánované akce. Samozřejmostí je také zajistit vhodné prostory pro konání akce a ubytování pro účastníky.

Poptávku po kongresovém cestovním ruchu Oriška (2004) rozděluje na „poptávku jednotlivých účastníků kongresových akcí“ a „poptávku iniciátorů/objednavatelů kongresových akcí“. V případě účastníků kongresových akcí je jejich hlavním cílem získání nových informací a poznatků z různých oblastí. O účasti na kongresovém cestovním ruchu většinou nerozhoduje přímo zájemce, ale zaměstnavatel, který také hradí část nákladů spojených s účastí. Iniciátory neboli objednateli kongresových akcí mohou být různé firmy, společnosti a asociace podnikatelské i nepodnikatelské sféry (Oriška, 2004).

#### **4.5 Klasifikace akcí kongresového cestovního ruchu**

Členění akcí kongresového cestovního ruchu a jejich charakteristika se mezi různými autory liší. Najdeme dělení dle Evropské unie i např. podle Mezinárodní asociace kongresů a konferencí (ICCA). Nejčastěji se však objevuje klasifikace dle Orišky (2004) na „*tradiční kongresové akce*“ a „*výstavní a veletržní akce*“.

##### ***Tradiční kongresové akce***

Jedná se o události, které navštěvují lidé podobných zájmů nejen za účelem aktivní výměny názorů, zkušeností a nových poznatků z různých oblastí, ale i ti, kteří mají zájem pouze o vyslechnutí nejrůznějších diskuzí, projevů či referátů. Mezi tradiční kongresové akce řadíme především kongresy, konference, sympozia a semináře.

- Kongres - je chápán jako akce zpravidla mezinárodního významu, na které si účastníci vyměňují poznatky a informace z různých oblastí politiky, vědy, apod. Akce se účastní zpravidla více než 300 osob. Pro kongres je někdy také využíván pojem sjezd, kterým se označuje setkání společenských organizací a politických stran.
- Konference – jedná se o větší schůzi či poradě, na které se probírají nejrůznější otázky za účasti odborných pracovníků. Jednání zde probíhá podobně, jako v případě kongresu, ale počet účastníků zde nepřesahuje 300 osob. Podobně můžeme použít i výraz fórum nebo mítink.

- Sympozium – jde o vědeckou konferenci užšího oborového zaměření, jejíž součástí bývá i odborná vědecká diskuze o daném tématu. Množství účastníků nepřesahuje 300 osob.
- Seminář – jedná se o formu kolektivního odborného studia, jehož aktivity jsou zaměřeny primárně na vzdělávání a následnou diskusi o získaných znalostech a zkušenostech z různých tematických oblastí. Semináře se většinou účastní do 50 osob a lze pro něj použít i pojmy školení nebo kurz.

### ***Výstavní a veletržní akce***

Druhým typem akcí kongresového cestovního ruchu jsou výstavní a veletržní akce. Jde o akce, které souvisí s vystavováním různých výrobků či exponátů nebo s představováním nových technologií a služeb. I proto měl velký vliv na pořádání těchto akcí především rozvoj vědy a techniky. Jde hlavně o veletrhy, výstavy, workshopy či komerční prezentace.

- Výstava – propagační akce, na které dochází k prezentaci výrobků a služeb. Má zpravidla informativní charakter, přičemž nejde o komerční využití.
- Veletrh – jde o prezentaci většího rozsahu, se kterou je či není spojen prodej vystavovaného zboží a služeb. Tato výstavní akce s mezinárodní účastí má komerční charakter, protože zde probíhá navazování nových kontaktů a sjednávání nových kontraktů.
- Workshop – událost zpravidla pro odbornou veřejnost, na které můžeme získat mnoho zkušeností, poznatků i praktických dovedností (Orieška, 2004).

## **4.6 Veletrhy a výstavy**

Jelikož práce pojednává o Výstavišti Flora Olomouc, v následující kapitole si podrobněji představíme veletrhy a výstavy, které patří k významným nástrojům marketingové komunikace a tvoří důležitou část pořádaných akcí této společnosti.

Výstavnictví je speciální obor, jehož historie je ukotvena v dávné minulosti. Počátky sahají do dob první výroby předmětů a výrobků, které byly shromažďovány a vystavovány na určitém místě za účelem setkávání potenciálních zákazníků a aktivního obchodu. Směňování výrobků probíhalo z počátku na náměstích, ale

postupně došlo k jeho přesunu do speciálně vybavených prostor. První výstavy se poté uskutečňovaly v tržnicích na místech křížení obchodních cest, u příležitosti oslav nejrůznějších společenských událostí, např. křesťanských svátků. Výstavnictví umožňuje lidem z různých oborů prezentovat výsledky své práce např. z vědecko-technické, hospodářské, umělecké či výzkumné oblasti. Dnes je tento obor nedílnou součástí prezentace firem i jednotlivců a jeho rozvoj probíhá podle vývoje kultury, vědy i techniky (Vysekalová, 2004).

Jednotná definice a dělení pojmu veletrhy a výstavy neexistuje. Kromě již zmíněné definice dle Orišky (2004) popisuje charakteristiku veletrhů a výstav také Vysekalová (2004). Ta ve své knize charakterizuje veletrhy jako ekonomicky zaměřené akce, na kterých probíhá výstava reálných exponátů. Výstavy jsou naopak propagací myšlenek a záměrů různých subjektů společenského života, ale může se jednat rovněž o akce ekonomického charakteru. Veletrhy a výstavy můžeme dle Foreta (2002) chápat také jako místo setkání podniků vytvářejících hmotné produkty či služby, se svými zákazníky, dodavateli, veřejností i s konkurencí. Veletrhy jsou komerčně zaměřeny se snahou posílit spolupráci v oblasti obchodních vztahů. Jejich tematické zaměření je poměrně hodně specializováno. Výstavy, které nejsou spojeny s prodejem, se zabývají prezentací nejrůznějších činností a mají převážně vzdělávací, poznávací a informativní charakter. Bývají určeny pro širokou veřejnost a jejich tematické zaměření může být rovněž velmi pestré a široké.

#### **4.6.1 Klasifikace veletrhů a výstav**

U veletržních a výstavních akcí se můžeme setkat s nepřeborným množstvím dělení podle různých hledisek. Některá z nich uvádí Vysekalová (2004) v následující klasifikaci:

**Z obchodního hlediska** rozlišuje:

- *Komerční akce*, které zahrnují prezentaci produktů, služeb či znalostí za účelem sjednávání a uzavírání smluv nebo přímého prodeje. Vyznačují se především svým krátkodobým charakterem a jejich úlohou je posílit obchodní vztahy nebo vybudovat image.

- *Nekomerční akce*, kterými se rozumí např. sběratelské, umělecké či informační akce, mají naopak dlouhodobý až putovní charakter. Na jejich organizaci se podílí především státní instituce, zájmová společenství nebo společenská hnutí.

**Z oborového hlediska** rozeznává:

- *Všeobecný veletrh*, který se koná zpravidla jedenkrát ročně a je charakterizován pravidelnou periodicitou. Příkladem mohou být vánoční trhy.
- *Víceoborový veletrh* konající se obvykle jedenkrát ročně s pravidelnou periodicitou, kdy se v jednom areálu pod jednotným názvem představuje několik samostatných projektů.
- *Jednooborový veletrh*, který má pravidelnou, ale méně častou periodicitu konání, většinou jedenkrát za dva roky. Tento typ veletrhu je specializovaný na konkrétní obor.

**Z geografického hlediska** diferencuje:

- *Lokální veletrhy a výstavy*, které jsou stanoveny pouze pro vystavovatele a návštěvníky z dané lokality, např. jednoho města nebo čtvrti.
- *Regionální veletrhy a výstavy*, jejichž dosah působí nejen v místě konání, ale i v jeho blízkém okolí v dojezdové vzdálenosti zhruba 10–50 km.
- *Národní veletrhy a výstavy*, kde prezentují firmy dané země a jsou zacíleny na její návštěvníky.
- *Kontinentální veletrhy a výstavy*, kde prezentují subjekty z několika států jednoho kontinentu, např. z evropského trhu
- *Mezinárodní veletrhy a výstavy*

**Z funkčního hlediska** rozlišuje:

- *Prodejní výstavy*, na kterých dochází k přímému prodeji produktů. Jejich cena se pohybuje v rozmezí stovek a tisíců korun, protože se nákup uskutečňuje formou finanční hotovosti. Návštěvnost je tvořena z řad široké veřejnosti a popisovanému charakteru odpovídá většina lokálních výstav.



- *Kontraktační veletrhy*, jejichž cílem je sjednávání spolupráce a obchodních smluv v hodnotách statisíců až milionů korun. Tento typ akcí navštěvuje odborná veřejnost a je spojen především s mezinárodními veletrhy.
- *Kombinované kontraktačně-prodejní akce*, jež jsou kombinací obou předchozích cílů. Zahrnují tedy jak kontraktační, tak i prodejní část. Řadíme sem většinu veletrhů a výstav v České republice, převážně národního charakteru.

S další klasifikací přichází např. Pavlů (2009), který veletržní a výstavní akce rozlišuje i podle pravidelnosti konání, a to na:

- *Pravidelné (periodické)*, konající se ve zhruba stejných a pravidelných časových intervalech.
- *Nepravidelné*, pořádané v nepravidelných časových intervalech.
- *Jednorázové*, které se odehrají pouze jednorázově.

Veletrhy a výstavy plní důležitou roli v marketingové komunikaci a patří k významným nástrojům komunikačního mixu. Jednou z hlavních předností je přímý osobní kontakt mezi vystavovateli a veřejností, díky kterému je umožněno nejen vytvořit a udržet věrnost ze strany zákazníků, ale i dosáhnout podnikatelských záměrů. V dnešní době již není hlavním účelem pořádání veletrhů zisk, ale spíše představení firem z určitého odvětví a jejich sortimentu. Významným faktorem je i snaha vytvořit či posílit image firem (Vysekalová, 2004).

## 5 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU V OLOMOUCI

Olomouc je pátým největším městem v České republice. Stotisícová Hanácká metropole se nachází přímo v srdci Moravy a po dlouhá staletí byla jedním z nejvýznamnějších sídel českého království. Díky bohaté historii se Olomouc pyšní mnoha historickými památkami, díky kterým se město stalo, hned po Praze, druhou největší památkovou rezervací u nás. Město Olomouc tvoří obrovský potenciál pro cestovní ruch, který je ale ne vždy dostatečně využíván. K návštěvě celoročně vybízí velké množství kulturně historických památek a dalších turistických cílů. Mezi nejnavštěvovanější místa patří radnice s orlojem a barokní Sloup Nejsvětější Trojice, který byl v roce 2000 zařazen mezi světové dědictví UNESCO (Statutární město Olomouc, 2011a).

Město se pyšní celou řadou označení a titulů. Díky žebříčku 50 skrytých míst známé edice průvodců Lonely Planet, ve kterém se umístila na prvním místě, je Olomouc nazývána perlou Evropy (Česká televize, 2014). Olomouc také získala titul Evropské město sportu 2017. Prestižní evropské ocenění dokazuje nejen bohatou nabídku sportovních aktivit, akcí i zázemí sportovních zařízení ve městě, ale i značnou a kvalitní podporu sportu (Štědrá, 2016).

Podobu a image města vyjadřuje také projekt s názvem Stay overnight, neboli zůstaňte přes noc. Zachycuje zde sedm tváří města, které jsou dané jeho historií, polohou i kulturními tradicemi. Město se tak díky tomuto projektu snaží přimět turisty, aby Olomouc nebrali jen jako zastávku, kde se nezdrží déle než jeden den (Česká televize, 2014). Olomouc je v neposlední řadě vnímána i jako univerzitní město. Studenti totiž výrazně formují město a navyšují počet obyvatel téměř o jednu čtvrtinu. Dominantu tvoří Univerzita Palackého, která je druhou nejstarší univerzitou v České republice. Významná je i spolupráce univerzity se stovkami tuzemských i zahraničních firem a zaměření na vědu a výzkum, který se snaží intenzivně propojovat s praxí (Profil města Olomouce, 2016).

Všechny zmíněné oblasti, které jsou pro město díky jeho historii, poloze a kulturním tradicím typické, svým způsobem vystihují jeho image a atraktivitu z hlediska cestovního ruchu. Následující kapitola nám umožní udělat si základní

představu o podobě města Olomouce, jeho nabídce a oblastech, které jsou podporovány a využívány v propagaci z hlediska cestovního ruchu.

## **5.1 Podoby města Olomouce z pohledu cestovního ruchu**

### **5.1.1 Olomouc – město s bohatou historií**

Jak již bylo zmíněno, velká sbírka historických památek, které můžeme díky bohaté minulosti ve městě spatřit, činí z Olomouce druhou největší památkovou rezervaci u nás. Město je svou historickou podobou velmi unikátní a také nabídka je v této oblasti velmi bohatá (Statutární město Olomouc, 2011b).

Mezi nejvýznamnější historickou památku patří Sloup Nejsvětější Trojice. Je vysoký 32 metrů a v roce 2000 byl zapsán na seznam Světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Památka se nachází na Horním náměstí a je považována za největší seskupení barokních soch ve střední Evropě (Tourism.olomouc.eu, 2002–2017). Hornímu náměstí dominuje také olomoucká radnice s věží vysokou 75 metrů. Její součástí je původně středověký orloj, který byl po druhé světové válce přestavěn ve stylu socialistického realismu. Autorem současné podoby tohoto unikátu je Karel Svolinský.

Další jedinečnou památkou je katedrála sv. Václava. Tvoří nejen panorama města, ale je známa především jako místo, kde vymřel po meči slavný rod Přemyslovců. Za zmínku jistě stojí i nedaleký kostel Sv. Mořice, který zdobí druhé největší varhany ve střední Evropě a z jehož věže je krásný výhled na město. Unikátem města je i bazilika na Svatém Kopečku, která je taktéž nepřehlédnutelnou dominantou krajiny s krásným výhledem na město (Statutární město Olomouc, 2011b).

### **5.1.2 Olomouc – Evropské město sportu**

Olomouc se aktivně podílí na prosazování a podpoře sportu na území města. Díky tomu se jí podařilo získat prestižní evropské ocenění, titul Evropské město sportu 2017. Titul je udělován Evropskou asociací hlavních měst sportu a v České republice byl udělen již třem městům, kterými jsou Ostrava, Most a Liberec (Štědrá, 2016).

Nabídka sportovního vyžití je v Olomouci velmi pestrá. Nachází se zde více než 40 kvalitních sportovních klubů, které nabízí dětem i dospělým nespočet sportovních disciplín. Bohatá je i nabídka v podobě sportovních areálů a zázemí sportovních

zařízení. Nalezneme zde fotbalové stadiony, zimní, atletický či plavecký stadion, dále bikepark, skatepark a aquapark. Občané mají k dispozici také basebalové, dopravní, workoutové či tenisové hřiště. Vybudovány jsou i in-line stezky nebo golfové hřiště ve Vésce. Město nabízí také 12 sportovních areálů při základních školách, které mimo vyučování poskytuje také pro veřejnost (Hala, 2016).

Jednou z nejznámějších sportovních akcí je Olomoucký ½ Maraton, který se koná každoročně již od roku 2010. Jednoho z nejoblíbenějších běžeckých půlmaratonů v České republice se každoročně účastní více než 6000 běžců. Závod získal i zlatou známku kvality Mezinárodní asociace atletických federací. Doprovodnou akcí v rámci běžeckého závodu je sportovní veletrh Moravia Sport Expo, který se již čtvrtým rokem konal na Výstavišti Flora Olomouc. Návštěvníkům jsou zde prezentovány olomoucké sportovní kluby, které poskytují bohatou nabídku sportovních aktivit a soutěží o zajímavé ceny. Součástí veletrhu je i představení prodejců sportovních potřeb a vybavení a jejich novinek za zvýhodněné ceny (Moravia Sport Expo, 2016).

V rámci projektu Evropské město sportu Olomouc uspořádala i mnoho zajímavých akcí. Hned začátkem roku 2017 se uskutečnila novoroční procházka po olomouckých parcích s primátorem města. Velkému zájmu se těšily běžecké akce, např. štafetový závod žáků olomouckých škol, běžecké závody na 4krát 100 metrů v areálu TJ Lokomotivy Olomouc či štafetové závody dětí základních škol. Město uspořádalo také Den otevřených dveří, na kterém si návštěvníci měli možnost prohlédnout některá olomoucká sportoviště. Pro veřejnost byl také uspořádán sportovní vědomostní kvíz o ceny, a to prostřednictvím Olomouckých listů (Ševčík, 2017).

### **5.1.3 Olomouc – univerzitní město zaměřené na vědu a výzkum**

Vysoké školství a mnoho základních a středních škol činí z Olomouce významné centrum vzdělanosti. Velký význam má především v oblastech přírodovědných, lékařských a humanitních věd, např. obory chemické a biotechnologické, nanotechnologie či optoelektronika. Nachází se zde jedna z nejvýznamnějších univerzit v České republice, Univerzita Palackého, která byla založena v roce 1573. Právě s touto druhou nejstarší univerzitou u nás si město Olomouc spojuje tisíce lidí jak v naší republice, tak i v cizině. Univerzitu dnes tvoří osm fakult a navštěvuje ji téměř 24 000 studentů. Hraje významnou roli v oblasti výzkumu, vývoje a inovací např. v oborech

experimentální medicíny, optiky nebo experimentální fyziky. Význam mají ale i humanitně zaměřené obory, jako je psychologie, speciální pedagogika či politologie.

S univerzitou je úzce spojen také Vědeckotechnický park Univerzity Palackého, který poskytuje prostory, poradenské služby a vytváří tak podmínky pro vznik a rozvoj firem zaměřených na vědu a technologie. Jeho součástí je i Podnikatelský inkubátor na podporu malých inovačních firem v regionu (Profil města Olomouce, 2016).

Univerzita Palackého vybudovala také pět vědeckovýzkumných center. Centrum regionu Haná pro biotechnologický a zemědělský výzkum se zabývá výzkumem biochemie či genetiky a vývojem rostlinných biotechnologií. Centrum spolupracuje nejen s Přírodovědeckou fakultou, ale i s Ústavem experimentální botaniky Akademie věd ČR a s Výzkumným ústavem rostlinné výroby (Profil města Olomouce, 2016). Dalším významným centrem je Regionální centrum pokročilých technologií a materiálů, které se zaměřuje na výzkum a přenos high-tech technologií v oblastech průmyslu, medicíny a environmentální praxe (Regionální centrum pokročilých technologií a materiálů, 2017). V roce 2010 vznikl ve spolupráci s Lékařskou fakultou také Ústav molekulární a translační medicíny. Je orientovaný na biomedicínský výzkum např. v oblasti nádorových a infekčních onemocnění. Mezi další významné projekty řadíme také Výzkumně vzdělávací areál Pedagogické fakulty v Olomouci či Teoretické ústavy Lékařské fakulty Univerzity Palackého (Profil města Olomouce, 2016).

Zajímavým projektem univerzity je i otevření muzea vědy Pevnost poznání pro mladé vědce. Tuzemské i zahraniční návštěvníky láká i celou řadou akcí, které pořádá. Pro příklad můžeme uvést festival populárně naučných filmů Academia Film Olomouc, studentský Majáles nebo mnoho různých odborných konferencí a seminářů. Pro obyvatele města Olomouce vznikl ve spolupráci s univerzitou a Výstavištěm Flora také zajímavý projekt s názvem Zaparkuj - oživujeme veřejný prostor. Jeho snahou je oživit olomoucké parky pořádáním kulturních, společenských, vzdělávacích a sportovních akcí (Profil města Olomouce, 2016).

Kromě Univerzity Palackého v Olomouci sídlí od roku 2005 také Moravská vysoká škola. Jde o soukromou vysokou školu zaměřenou na ekonomiku, management a informační technologie, kterou k loňskému roku 2016 navštěvovalo více než 300 studentů (Profil města Olomouce, 2016).

## 5.2 Oblasti a formy cestovního ruchu v Olomouci

Vlivem charakteristiky a historického potenciálu Olomouce město podporuje hlavně dvě oblasti cestovního ruchu, a to poznávací cestovní ruch a profesní cestovní ruch. Obě oblasti cestovního ruchu obsahují několik forem, na které město orientuje svoji podporu (viz tab. 2).

**Tab. 2:** Oblasti a formy cestovního ruchu podporované městem Olomouc

Poznávací cestovní ruch	Profesní cestovní ruch
- poznávání historických atraktivit	- konference
- poznávání sakrálních atraktivit	- incentivní cestovní ruch
- poutní turistika	- výcvikové a vzdělávací programy
- poznávání přírodních atraktivit	- obchodně-podnikatelský cestovní ruch
- poznávání kulturních atraktivit	- veletržní a výstavní cestovní ruch

**Zdroj:** Program rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2008-2013, 2007; vlastní zpracování

V oblasti poznávacího cestovního ruchu město využívá především historické podoby města, která vytváří velký potenciál a širokou nabídku historických, kulturních i přírodních zajímavostí. Olomouc se díky své bohaté historii a značnému církevnímu vlivu řadí k městům s nejvyšším počtem církevních staveb na obyvatele v České republice (Profil města Olomouce, 2016). Významná je zde např. pestrá nabídka sakrálních památek, mezi které řadíme chrámy, poutní místa, kostely a kláštery, baziliky, kaple i kapličky. Velmi vyhledávaným poutním místem je např. již zmiňovaná Bazilika Navštívení Panny Marie na Svatém Kopečku u Olomouce. Návštěvníky dále láká i kostel Neposkvrněného početí Panny Marie, kostel Sv. Mořice, chrám sv. Michala či klášter Hradisko (Sakrální Památky.cz, 2017).

Olomouc měla vždy velký vliv také na umělecké a kulturní dění na Moravě. Sídli zde mnoho kulturních atraktivit, např. muzea (Vlastivědné muzeum, Muzeum umění), divadla (Moravské divadlo, Divadlo hudby), Moravská filharmonie, několik pěveckých souborů či galerie. Město je atraktivní i díky přírodním podmínkám. Historické jádro města je obklopeno prstencem olomouckých parků o rozloze 47 ha, které jsou skvělým místem pro rekreaci a odpočinek. V blízkosti města se nachází Chráněná krajinná oblast

Litovelské Pomoraví, která je vyhlášena bohatou sítí cyklostezek (Profil města Olomouce, 2016).

Druhou podporovanou oblastí, která má velký potenciál především do budoucna, je profesní cestovní ruch. Tato oblast cestovního ruchu zahrnuje pořádání různých konferencí, seminářů, veletrhů i výstav a velmi úzce souvisí s kongresovým cestovním ruchem neboli turistikou na služební cesty. Do této oblasti je zahrnován také incentivní cestovní ruch, který formou placených pobytů či motivačních seminářů ze strany zaměstnavatele, umožní odměnit zaměstnance za dobře odvedenou práci nebo slouží jako podnět k dosažení lepších výsledků do budoucna (Svobodová et al., 2013).

Tento typ cestovního ruchu je v současné době důležitým a velmi rychle se rozvíjejícím typem cestovního ruchu u nás a Česká republika má pro něj velmi dobré předpoklady. O rozvoj kongresového cestovního ruchu se snaží i Olomouc. Jelikož město také disponuje vhodnými prostory, budovami a zařízeními pro realizaci kongresového cestovního ruchu, vytváří atraktivní nabídku historických i kulturních památek a poskytuje dobré dopravní spojení, charakterizujeme si jeho podobu v následující kapitole (Svobodová et al., 2013).

### **5.3 Kongresový cestovní ruch v Olomouci**

Olomouc je městem, které má opravdu co nabídnout. Nejenom díky své výhodné poloze a dobré dopravní dostupnosti, velkému množství historických a kulturních památek, ale především kvůli nabídce speciálních kongresových a školících center, poskytuje zázemí pro organizaci velkých i menších setkání, odborných seminářů i obchodních jednání. Vzhledem k tomu lze město považovat za perspektivní destinaci pro kongresový a incentivní cestovní ruch (Olomouc: kongresová turistika, 2016).

V České republice již existuje několik měst, která hrají významnou roli při realizaci kongresových akcí. Jejich výběr vychází ze studie společnosti Mag Consulting, která vymezuje několik kategorií kongresových míst. Dle této studie, která definuje kongresová města první, druhé a třetí volby, se Olomouc společně s Hradcem Králové řadí mezi tzv. města druhé volby. I přes to má Olomouc potenciál se do budoucna zařadit mezi města první volby. Do kategorie kongresových měst první volby spadají největší a nejlépe vybavená města pro kongresový cestovní ruch. Hlavní sál u největšího

zařízení má minimální kapacitu 500 míst a hotelová kapacita 4\* a 5\* třídy dosahuje minimálně 500 lůžek. Do této kategorie se řadí města Brno, Karlovy Vary, Liberec, Ostrava a Plzeň. Kongresová města druhé volby nabízí stejný minimální počet míst v sále, avšak kapacita hotelů vyšší třídy není dostatečná. U 4\* a 5\* hotelů činí minimálně 200 lůžek, u hotelů třídy 3\* až 5\* dosahuje kapacita minimálně 500 lůžek. Spadají sem již zmíněná města Olomouc a Hradec Králové (Program rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2008–2013, 2007). Poslední vymezenou kategorií jsou kongresová města třetí volby, jejichž ubytovací a kongresové kapacity nemají z hlediska kongresového cestovního ruchu velkou roli. I přes to se zde ale mohou konat menší či střední kongresové akce. Zařadit zde můžeme např. České Budějovice, Jablonec nad Nisou, Jihlavu, Jindřichův Hradec, Mělník, Průhonice, Přerov, Tábor, Zlín či Znojmo (Petříčková, 2007).

Olomoucký kraj se snaží zviditelnit z hlediska kongresového a incentivního cestovního ruchu hlavně prostřednictvím členství v národní síti Czech Convention Bureau. Ta se snaží propagovat Českou republiku a prezentovat její regiony jako destinace vhodné pro pořádání konferencí, výstav, setkání a incentivních akcí (Czech Convention Bureau, 2012). V roce 2013 byla založena Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau, která je členem Czech Convention Bureau. Poskytuje souhrnnou nabídku konferenčních kapacit, ubytovacích zařízení a profesionálních služeb při plánování kongresů, konferencí, výstav a incentivních akcí v Olomouckém kraji. Obdoba této organizace existuje i pro ostatní kraje České republiky (Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau, 2014).

Již několik let je podpora a rozvoj kongresového cestovního ruchu také jednou z priorit města Olomouce. Od roku 2008 bylo postupně vybudováno kvalitní zázemí a nabídka prostor pro pořádání kongresů, konferencí a výstav, došlo k výstavbě nových ubytovacích zařízení a vzrostla také nabídka služeb. To vše vytváří dobrou základnu pro potenciální pořadatele kongresových akcí, kterou se město snaží v posledních letech co nejvíce využít (Marek, 2014).

V Olomouci nabízí vhodné prostory jak hotely, tak i speciální školící centra. Jejich přehled je uveden v tabulkách 3 a 4. V hromadných ubytovacích zařízeních nabízí největší kapacitu Clarion Congress Hotel Olomouc, jehož šest sálů pojme 1444 osob.



O něco menší kapacitou disponuje NH Collection Olomouc Congress s počtem 1364 osob. Mezi největší speciální kongresová a školící centra v Olomouci řadíme Výstaviště Flora Olomouc, které disponuje celkovou kapacitou sálů 1690 osob. Významným prostorem pro pořádání kongresů, školení a seminářů je BEA Centrum zahrnující celkovou kapacitu sálů 1050 osob. Za zmínku stojí jistě i Regionální centrum Olomouc či Univerzita Palackého Olomouc, které nabízí celkovou kapacitu sálů pro téměř 900 osob (Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau, 2014).

**Tab. 3:** Přehled konferenčních prostor v hromadných ubytovacích zařízeních v Olomouci v roce 2017

Název	Počet pokojů	Celková ubytovací kapacita [počet lůžek]	Počet sálů	Celková kapacita sálů [počet osob]	Kapacita největšího sálu [počet osob]
Clarion Congress Hotel Olomouc ****	125	250	6	1444	1100
NH Collection Olomouc Congress ****	137	274	5	1364	950
Hotel Flora ****	165	332	8	514	200
Hotel & Penzion Arigone ****	53	90	2	90	70
Ibis Olomouc Centre ***	90	180	3	215	150
Hotel Hesperia ***	57	127	8	423	150
Prachárna Park Hotel Olomouc ***	41	83	3	158	84

**Zdroj:** Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau, 2014; vlastní zpracování

**Tab. 4:** Největší speciální kongresová a školící centra v Olomouci v roce 2017

Název	Počet sálů	Kapacita největšího sálu [počet osob]	Celková kapacita sálů [počet osob]
Výstaviště Flora Olomouc	3	1090	1690
BEA Centrum / BEA campus Olomouc	11	400	1050
Regionální centrum Olomouc	7	531	891
Univerzita Palackého v Olomouci	5	342	868
Anag spol. s r.o.	5	170	242

**Zdroj:** Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau, 2014; vlastní zpracování

## 6 VÝSTAVIŠTĚ FLORA OLOMOUC, A.S.

Hlavním cílem následující kapitoly je charakterizovat Výstaviště Flora Olomouc, a.s. V úvodu popisuje základní údaje o společnosti, následuje historie a vývoj společnosti a zabývá se také historií olomouckých sadů. V krátkosti nastíní klíčové aktivity a činnosti, kterými se společnost zabývá, včetně organizační struktury. Dále navazuje kapitola charakterizující výstavnictví v České republice a postavení akciové společnosti ve výstavnictví i na trhu. V závěru jsou zmíněny také formy a způsoby propagace včetně vynaložených finančních nákladů.

### 6.1 Základní údaje o akciové společnosti

Výstaviště Flora Olomouc, a.s. (dále VFO) byla založena 1. 1. 2000 na dobu neurčitou. Zakladatelem je město Olomouc a jedná se tedy o akciovou společnost se stoprocentní městskou účastí. Jde o právnickou osobu zapsanou do obchodního rejstříku vedeného Krajským obchodním soudem v Ostravě, oddíl B, vložka 2255. Dle aktuálního výpisu z obchodního rejstříku a dle Výroční zprávy akciové společnosti (2016, str. 4) je předmět podnikání vymezen následovně:

- zednictví
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
- silniční motorová doprava (nákladní vnitrostátní provozovaná vozidla o nejvyšší povolené hmotnosti do 3,5 tuny včetně, nákladní vnitrostátní provozovaná vozidla o nejvyšší povolené hmotnosti nad 3,5 tuny, nákladní mezinárodní provozovaná vozidla o nejvyšší povolené hmotnosti do 3,5 tuny včetně)
- montáž, opravy, revize a zkoušky elektrických zařízení
- truhlářství, podlahářství
- zámečnictví, nástrojářství
- provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí
- provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovních činností
- návrhářská, designérská, aranžérská činnost a modeling
- poskytování technických služeb

- reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení
- poskytování služeb pro zemědělství, zahradnictví, rybníkářství, lesnictví a myslivost
- projektování pozemkových úprav
- hostinská činnost

Základní kapitál v hodnotě 107 000 000,- Kč je tvořen nepeněžitým vkladem, a to částí podniku společnosti VFO. S akciemi vzniklými rozdělením základního kapitálu nelze veřejně obchodovat. Jediným akcionářem je tedy Statutární město Olomouc (Výroční zpráva, 2016).

## **6.2 Historie společnosti**

### **6.2.1 Historie olomouckých sadů**

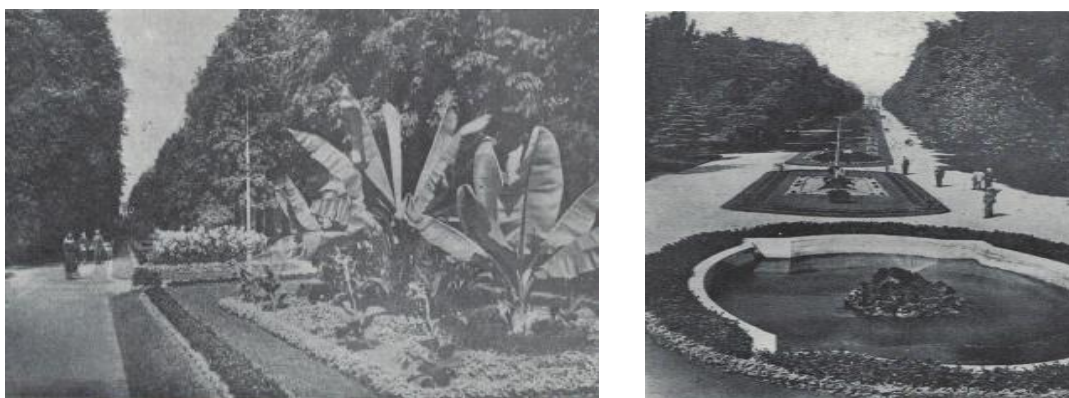
Specifické prostředí historických městských sadů tvoří jednu z hlavních předností olomouckého výstaviště. Historické jádro města je obklopeno od západu k východu zeleným obloukem parkových ploch, jehož délka činí dva a půl kilometru. Díky tomu má výstaviště významné postavení nejen mezi ostatními areály se stejným či podobným zaměřením v České republice, ale i ve světě (Tichák, 2008).

Zelené plochy v historickém centru Olomouce tvořily kdysi jen soukromé zahrady, vyskytující se na nezastavěných plochách za domy a za většími objekty. V dávné minulosti měli obyvatelé města v zastavěných ulicích velmi málo zeleně, v tehdejší době nebyla kanalizace (všude přítomný zápach), většina ulic nebyla vydlážděna (zvýšená prašnost v ovzduší) a chyběli i další dnes nám již samozřejmé věci. Město Olomouc, obklopené pevnostními hradbami, proto nemělo v blízkosti žádné přírodní prostředí poskytující odpočinek a osvěžení obyvatel. V pevnosti i na severním zatopovaném obvodu, kde se nacházely močály se zahnívajícími výpary, panovaly velmi špatné hygienické poměry i znečištěný okolní vzduch. Proto „touha po čerstvém vzduchu“ vedla obyvatelstvo ke snaze pohybovat se ve volném čase na předměstí před městskými hradbami a zakládat zde soustavy zahrad pro svůj pobyt i osvěžení (Kšír, 1973).

Při útrapách třicetileté války a po obléhání pruským vojskem r. 1742 se poměry výrazně zhoršily. Město při plánování válečných operací preferovalo holé a přehledné

oblasti před městskými hradbami z důvodu dobrého dostřelu pevnostních děl. Proto došlo k vykácení zeleně až do vzdálenosti jednoho kilometru od hradebních valů. Poté se krajinotvorné práce velmi zvolna obnovovaly. Měšťané si opět zakládali zahrady, tentokrát v podobě pravidelně upravených záhonů a cestiček společně s architektonickými doplňky. Nejčastěji byly tyto zahrady po francouzském způsobu zakládány na výše položených předměstích. Občané, kteří měli kladný vztah k přírodě a neměli možnost získat soukromé zahrady před branami města, vyjížděli alespoň v neděli z města do nejbližších předměstí. Například v Černovíře, Novosadech, Týnečku, Kyselově, na Hrádečku i jinde byly zřízeny hostince s velkými zahradami, kde mohli strávit při zábavě a občerstvení pěkné odpoledne (Kšír, 1973).

Historie olomouckých sadů sahá až do dvacátých let 19. století, kdy se po téměř osmdesáti letech obyvatelům města podařilo u tehdejší vojenské správy vystavit povolení k výsadbě stromů a keřů v předpolí pevnosti, tzv. kolišti. Šlo o území mezi Kateřinskou bránou až po cestu vedoucí do Terézské brány (po dnešní Havlíčkovu ulici). O získání souhlasu vojenské správy se nejvíce zasloužil olomoucký arcibiskup kardinál Jan Rudolf Habsburský. Vznikl tak první parkový prostor s názvem Rudolfova alej, který tvořil základ pozdějších Smetanových sadů (obr. 2). Severně od tohoto prostoru byla v letech 1841–1843 vysazena stromová alej s názvem Janské stromořadí - dnešní Čechovy sady.



**Obr. 2:** Hlavní alej ve Smetanových sadech v roce 1926 (zdroj: Kšír, 1973)

Nové poměry a další vývoj donutil město r. 1832 převzít vojenské pevnostní pozemky, včetně Rudolfovy aleje, do své správy. V roce 1866 bylo ale pevnostním velitelstvím nařízeno vykácení všech stromů na západní straně opevněného města.

Kvůli obraně města před válečným Prusko-Rakouským střetem byly oba parky téměř zničeny a s výsadbou i úpravou se muselo začít znova. Postupně byly oba sady obnoveny a staly se tak základem městských veřejných sadů v Olomouci (Tichák, 2008).

Kromě již zmíněných Smetanových a Čechových sadů dotváří zelený půlkruh parků kolem hradeb také Bezručovy sady. Původně šlo o promenádní cestu pod stromy, ale roku 1908 byla oblast sjednocena a přetvořena v park, který byl pojmenován Schillerovy sady. Od roku 1932 nesl název Tyršovy sady dle zakladatele sokolstva dr. Miroslava Tyrše k příležitosti jeho stého výročí. V roce 1947 došlo k přejmenování sadů tak, jak jsou známy dodnes, na Bezručovy sady (Tichák, 2008).

Městské parky byly již od svého počátku považovány hlavně za místo odpočinku a zdravotní rekreace obyvatel. Prostředí parků tvořilo ale i funkci určité galerie výtvarného umění. I proto zde nalezneme mnoho pomníků, které byly k různým svátečním příležitostem odhalovány. Jedná se např. o pomník Bedřicha Smetany ve Smetanových sadech či Památník osvobození, známý také jako Pomník Rudé armády, v Čechových sadech (obr. 3). Dominantou Bezručových sadů je bezpochyby Mauzoleum jugoslávských vojáků, kteří zahynuli za I. světové války na území Moravy. Funkci výstaviště začaly městské parky plnit až později (Tichák, 2008).



**Obr. 3:** Památník Bedřicha Smetany a pomník Rudé armády (zdroj: Lenka Zemánková, 2018)

### **6.2.2 Historie a vývoj Výstaviště Flora Olomouc, a.s.**

Město Olomouc proslavila a dodnes proslavuje výstavnická tradice květinových výstav, jež sahá do začátku druhé poloviny dvacátého století. Vznikla na popud lidí zabývajících se okrasným zahradnictvím. V Olomouci šlo o znalce z Hospodářského podniku města Olomouce, který pečoval o městské sady a zeleň, další odborníci byli také ve Výzkumném ústavu zelinářském v Olomouci-Slavoníně či v okolních zahradnických závodech. Tehdy, v roce 1958, se zrodila myšlenka uspořádat první českou výstavu květin (Tichák, 2008).

První výstava květin zde proběhla již 24. srpna 1958. Tehdy se ještě jmenovala Výstava květin podniků místního hospodářství Olomouckého kraje. Své výpěstky zde vystavovaly zahradnické podniky z Olomouce a blízkého okolí. Díky nevšedně krásnému prostředí Smetanových sadů tak měla výstava nečekaný úspěch a navštívilo ji 62 000 návštěvníků. V témže a následujícím roce byly rovněž uspořádány I. a II. celostátní zahradnická výstava v Praze, které ukázaly cestu, kam výstavy směřovat, aby se staly obrazem rozvoje našeho zahradnictví. Určitým mezníkem pro budoucí směřování konání výstav květin bylo politické rozhodnutí vládní komise pro výstavnictví, že celostátní zahradnické výstavy se budou konat v Olomouci. Napomohla tomu výhodná geografická poloha Olomouce v tehdejší ČSSR, jako centrum úrodné zemědělské krajiny Hané a v neposlední řadě iniciativa místních lidí s blízkým vztahem k přírodě (Kšíř, 1973).

V následujícím roce 1960 byla uskutečněna III. celostátní zahradnická výstava v Olomouci. Svou vůdčí úlohu potvrdila výstavou obrovského sortimentu nejrůznějších kvetoucích a pokojových rostlin. Tato celostátní výstava znamenala pro město postavit na rozšířené území Smetanových sadů poblíž Polské třídy velký výstavní pavilon (nynější výstavní pavilon B a C), který byl do Olomouce převezen po demontování z Parku kultury Julia Fučíka v Praze (viz obr. 4). Pavilon se pro svou značnou rozlohu stal výstavním centrem. Ostatní objekty v parku byly rozšířeny o pole a zahrady až k železniční trati. Výstava ukázala návštěvníkům, kterých přišlo na 120 000, dovednost našich podniků vypěstovat skoro všechny druhy okrasných rostlin a snížit tak závislost na dovozu s ciziny (Kšíř, 1973).



**Obr. 4:** Pavilón dovezený z Prahy, který byl až do roku 1967 centrem celostátních květinových výstav (zdroj: Tichák, 2008)

Další pořádání IV. celostátní výstavy v roce 1962 znamenalo rozšíření celého komplexu o další prostory. Ve Smetanových sadech byla rozšířena o území botanické zahrady, bývalou ovocnou zahradu za restaurací a o tropický a kaktusový skleník. Stále populárnější přehlídky trvající 23 dní se zúčastnilo již 200 000 lidí. Po dvou letech se uskutečnil V. ročník celostátní přehlídky květin, která byla unikátní díky květinové výsadbě zdobící celou 710 m dlouhou hlavní alej Smetanových sadů dle vzoru dávných barokních zahrad. Zhlédnout ji přišlo 330 000 návštěvníků. Již v roce 1965 se v Olomouci otevřela VI. celostátní přehlídka květin, která se poprvé rozšířila, mimo tradiční Smetanovy sady, i do Bezručových a Čechových sadů. Výstavy, které opět vzrostla návštěvnost na 550 000 lidí, se poprvé účastnili také čtyři zahraniční pěstitelé květin z Nizozemí, Dánska a tehdejší NDR. V téže roce byl ve Smetanových sadech postaven také mimoúrovňový chodník (obr. 5) umožňující jejich propojení s Čechovými sady (Tichák, 2008).





**Obr. 5:** Mimoúrovňový chodník spojující Smetanovy a Čechovy sady (zdroj: Tichák, 2008)

Na výstavě pořádané v roce 1967 se opět rozšířila zahraniční účast vystavovatelů, kterých v tomto roce přijelo 19. Její mezinárodní charakter udával název: Celostátní výstava okrasného zahradnictví se zahraniční účastí. Výstava ale poprvé získala stručnější a jasnější název, který je využíván dodnes – Flora Olomouc. Rok 1967 byl klíčový také z hlediska jednotlivých etap, na které se Flora začala dělit. Nejprve byla rozdělena do tří etap (jarní, letní a podzimní), v dalších letech jen na jarní a letní. Výstava se díky zvýšené délce trvání i možnosti sledovat vegetaci v různých obdobích, stala ještě atraktivnější a toho roku zaznamenala neuvěřitelných 840 000 návštěvníků. Změny nastaly i v organizační struktuře výstav, když byl tehdejší podnik „Olomoucké výstavní sady“ převeden jako příspěvková organizace do kompetencí města a pod názvem „Flora Olomouc“ pověřen také správou městských sadů a později začal dbát o veškerou veřejnou zeleň v Olomouci. Od roku 1967 byl prvně využit nový výstavní pavilon A ve Smetanových sadech dokončený rok před tím (viz obr. 6). Stavba nové haly začala v roce 1965 dle projektu vypracovaného Ing. arch. Petrem Braunerem. Měla sloužit hlavně pro výstavy okrasného zahradnictví, ale plánovalo se i využití této velké haly pro společenské, politické a kulturní události, výstavy výtvarného umění nebo pro konání vánočních a dalších trhů ve městě (Tichák, 2008).





**Obr. 6:** Nový pavilón A postavený v roce 1966 ve Smetanových sadech (zdroj: Tichák, 2008)

Téhož roku 1967 pokračovalo rozšiřování výstavních prostor o nový pavilon E. Byly zřízeny i dva kancelářské objekty výstavního podniku Flora situované za velkým palmovým skleníkem. V 60. letech 20. století byla k parkovému areálu olomouckého výstaviště připojena část původního hradebního pásu v Bezručových sadech. V letech 1970–1972 vzniklo z iniciativy Rosa Klubu Českého zahrádkářského svazu rozárium, které bylo součástí botanické zahrady. Netradiční růžová zahrada od architekta Zavadila byla vybudována na ploše 3,5 hektarů, která před tím sloužila jako skladiště odpadu. Výstavní areál byl v roce 1971 doplněn pavilony H a G. Další rozšíření se uskutečnilo v roce 1979, kdy byla na terase pevnostního valu založena expozice nazvaná Alpinum (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).

Od již zmiňovaného roku 1967 byla výstava Flora Olomouc pořádána každým lichým rokem v letech 1969, 1971, 1973 atd. až do roku 1989. Od roku 1990 se výstava konala každým rokem, v letech 1994–2000 se výstava konala jen jednou ročně v jarním termínu. Od roku 2001 se Flora Olomouc koná téměř každoročně ve třech termínech (jarní, letní, podzimní) o čtyřech návštěvnických dnech (Tichák, 2008).

Postupným vývojem, prostorovou expanzí a novými pořadatelskými zkušenostmi výstava z okresního a krajského měřítká přerostla v celostátní výstavu a v mezinárodní přehlídce okrasného zahradnictví. Byla jistou dobu jedinou výstavou svého druhu u nás a stala se tak velmi populární a hojně navštěvovanou. V důsledku politické situace v sedmdesátých letech se ale další růst zastavil a květinové výstavy se vlivem klesající

úrovně údržby staly i přes svou popularitu a návštěvnost téměř lokálními (Tichák, 2008).

### **6.3 Profil společnosti, předmět činnosti**

Akciová společnost VFO patří k význačným výstavnickým organizacím v České republice. Každoročně pořádá kolem patnácti vlastních výstav a veletrhů, ke kterým zajišťuje i doprovodný program. Nejstarší a nejvýznamnější akcí je mezinárodní zahradnická výstava a veletrh Flora Olomouc. Výstavní areál tvoří čtyři pavilony o celkové výstavní ploše 4 395 m<sup>2</sup>, které se nachází ve Smetanových sadech v blízkosti historického centra města. Tyto prostory jsou kromě vlastních veletrhů a výstav využívány i k pronájmu pro nejrůznější výstavní, sportovní, kulturní a společenské akce. Pronajímatelé je mohou využít např. pro pořádání kongresů, konferencí, seminářů, výstav, či k organizaci koncertů nebo plesů. V rámci pronájmu výstavních ploch zajišťuje VFO také vybavení prostor pro výstavy, včetně zajištění expozic, květinové výzdoby nebo doprovodného programu (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).

Výstaviště také pečuje o olomoucké městské parky a zeleň. Ve Smetanových, Čechových a Bezručových sadech a v Parku pod Dómem zajišťuje údržbu a správu téměř 40 ha parkové plochy. Mezi činnosti VFO patří také péče o botanickou zahradu a rozárium na Korunní pevnůstce v Bezručových sadech. Ojedinelá expozice růží českých i zahraničních šlechtitelů se rozkládá na ploše 3,5 ha. Součástí aktivit VFO je starost o Sbírkové skleníky ve Smetanových sadech, které zahrnují palmový, kaktusový, tropický a subtropický skleník s rozmanitým druhem rostlin (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).

VFO nabízí kromě zmiňovaných možností také celoroční využití pro různé pracovní i společenské příležitosti. V nabídce je pořádání svateb ve venkovních i vnitřních prostorech, včetně zajištění květinové výzdoby či hostiny a cateringu v restauraci A Výstaviště Flora. Další doplňkovou službou je možnost využití autodopravy a komunálních služeb v případě potřeby odvozu komunálních, stavebních a jiných odpadů, či převozu materiálů nebo strojů. Nabídku tvoří v neposlední řadě i zahradnické služby, které zahrnují údržbu zeleně, realizaci sadových úprav či květinovou výzdobu (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).

## 6.4 Organizační struktura společnosti

Vrcholným orgánem ve společnosti je valná hromada. Vnitřní strukturu akciové společnosti tvoří představenstvo jakožto výkonný a statutární orgán, které má na starosti obchodní vedení společnosti a může společnost zastupovat ve všech jejích záležitostech (viz tab. 5). Kontrolním orgánem, který dohlíží na výkon představenstva, ale i činnost celé společnosti, je dozorčí rada (viz tab. 6). Výkonným vedením společnosti je pověřen ředitel společnosti, zástupce ředitele společnosti a náměstci zodpovědní za jednotlivé úseky (viz tab. 7) (Šperková, 2014).

**Tab. 5:** Představenstvo Výstaviště Flora Olomouc, a.s. k 31. 12. 2016

<b>PŘEDSTAVENSTVO</b>	
předseda představenstva	RNDr. Jan Holpuch, Ph.D
místopředseda představenstva	Mgr. Eva Machová
člen představenstva	Mgr. Svatopluk Ščudlík
člen představenstva	Ing. arch. Michal Giacintov
člen představenstva	Ing. Miroslav Marek
člen představenstva	Mgr. Martin Začal
člen představenstva	Mgr. Miloslav Tichý

**Zdroj:** Výroční zpráva, 2016

**Tab. 6:** Dozorčí rada Výstaviště Flora Olomouc, a.s. k 31. 12. 2016

<b>DOZORČÍ RADA</b>	
předseda	Jitka Weiermüllerová
člen	Mgr. Isabela Pospíšilová
člen	Ing. Hana Zaccpálková

**Zdroj:** Výroční zpráva, 2016

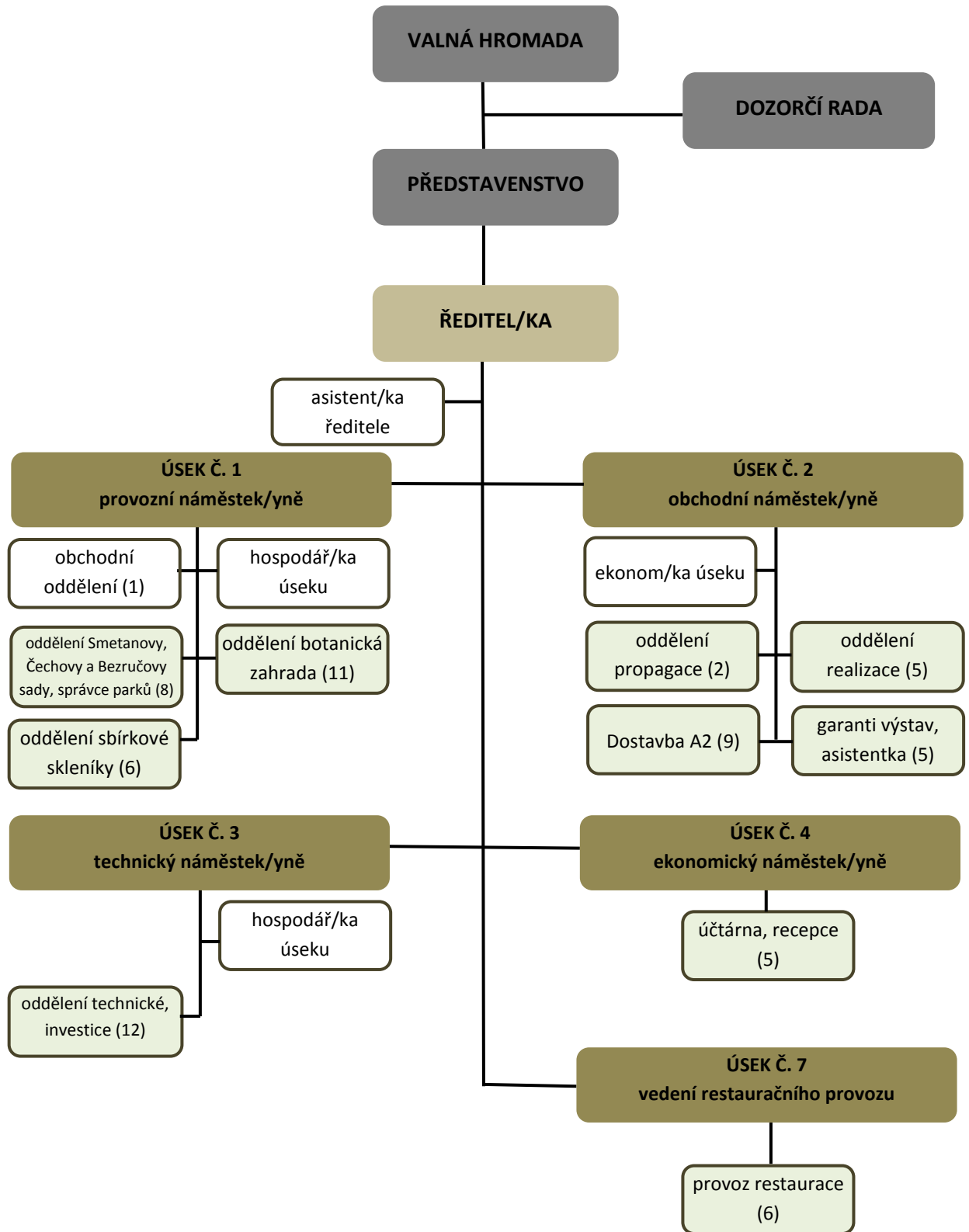
**Tab. 7:** Výkonné vedení společnosti Výstaviště Flora Olomouc k 31. 12. 2016

<b>VÝKONNÉ VEDENÍ SPOLEČNOSTI</b>	
ředitel společnosti	Ing. Jiří Uhlíř
zástupce ředitele společnosti	Jitka Varhaničková
provozní náměstek	Ing. Zdeněk Šup
obchodní náměstek	Ing. Věra Mazalová
technický náměstek	Ing. Jiří Svačinka
ekonomický náměstek	Jitka Varhaničková
vedoucí provozu restaurace	Milan Špruček

**Zdroj:** Výroční zpráva, 2016

Akciová společnost je svojí strukturou rozdělená na pět úseků, do nichž spadají jednotlivá oddělení, která mají na starosti dílčí činnosti. Celkové organizační schéma společnosti je znázorněno na obr. 7.

**Obr. 7:** Organizační schéma společnosti Výstaviště Flora Olomouc, a.s. v roce 2016



**Zdroj:** Výroční zpráva, 2016; vlastní zpracování

## 6.5 Charakteristika výstavnictví

### 6.5.1 Výstavnictví v České republice

V České republice se každoročně pořádá mnoho veletrhů a výstav lokálního i mezinárodního měřítka. Tradice pořádání veletrhů a výstav u nás sahá již do konce 19. století. První stálé výstaviště se otevřelo v roce 1891 v Praze – Holešovicích v rámci „Všeobecné zemské výstavy“. O čtyři roky později zde byla uspořádána „Národopisná výstava“. Obě výstavy demonstrovaly industriální vyspělost a sílu našich zemí. Pražské výstaviště je architektonicky významnou a hodnotnou výstavní plochou. I v ostatních městech u nás ale najdeme mnoho dalších zajímavých výstavních prostor. Jde např. o Výstaviště v Brně, v Českých Budějovicích, Liberci nebo právě v Olomouci (Veletrhy a výstavy v ČR, 2010).

Podle výzkumu společnosti Factum Invenio jsou za nejvíce veletržní města v České republice považována Brno (92,6 %) a Praha (67,9 %). Další města, jako např. České Budějovice, Liberec, Ostrava, Plzeň nebo Olomouc ukazují méně než 20 % (Finance.cz, 2005).

Dle Analýzy českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016 provedenou společností AMASIA EXPO (2017) je situace v posledních třech letech poměrně stabilizovaná. Vývojový trend veletrhů a výstav ukazuje na jejich nezastupitelnou roli jakožto nástroje marketingové komunikace. V roce 2016 se v České republice uskutečnilo celkem 245 veletrhů a výstav uspořádaných 40 organizátory (tab. 8). Ve srovnání s rokem předchozím je vidět mírný nárůst hodnot.

**Tab. 8:** Počet organizátorů a analyzovaných veletržních a výstavních akcí v České republice v letech 2001–2016

Porovnání základních údajů v letech 2001 - 2016																
Rok	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Počet organizátorů	40	36	39	33	35	32	34	38	39	35	36	41	36	39	48	55
Počet analyzovaných akcí	245	244	276	273	254	242	192	193	205	196	218	227	205	203	201	212

**Zdroj:** Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017; vlastní zpracování

Z tab. 9 je patrné, že celková plocha výstav a veletrhů v České republice v roce 2016 činila 959 134 m<sup>2</sup>. Ve srovnání s rokem 2015 došlo k jejímu snížení o 56 225 m<sup>2</sup>.

Naopak se zvýšil počet zúčastněných vystavovatelů z 26 588 v roce 2015 na 26 919 v roce 2016. Z hlediska počtu návštěvníků byl zaznamenán taktéž mírný nárůst na hodnotu 2 861 527 oproti roku 2015, kdy veletrhy a výstavy u nás navštívilo 2 579 735 osob. Zajímavý je i sledovaný údaj o počtu novinářů, kterých bylo v roce 2016 necelých 6 000.

**Tab. 9:** Vybrané parametry veletržního a výstavního trhu v České republice v letech 2002–2016

Souhrnné údaje za Českou republiku v letech 2002 - 2016				
Rok	Celková výstavní plocha [m <sup>2</sup> ]	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků	Počet novinářů
2016	959 134	26 919	2 861 527	5 793
2015	1 015 359	26 588	2 579 735	5 974
2014	1 021 168	31 497	3 192 438	6 664
2013	853 856	22 432	2 767 229	6 113
2012	892 537	25 198	2 970 595	5 856
2011	922 915	28 293	3 096 713	6 503
2010	863 889	31 345	2 950 405	7 146
2009	816 554	28 458	2 717 869	8 040
2008	1 067 787	31 707	3 007 545	8 441
2007	1 023 754	30 116	2 872 119	9 207
2006	1 055 415	31 388	3 149 624	9 557
2005	996 314	32 289	3 169 951	10 150
2004	927 018	29 843	3 229 814	9 674
2003	909 661	31 460	3 345 550	9 594
2002	850 566	31 740	2 729 416	10 089

**Zdroj:** Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017; vlastní zpracování

**Tab. 10:** Top 5 nejvýznamnějších organizátorů veletrhů a výstav v roce 2016 podle celkové výstavní plochy

TOP 5 podle celkové plochy		
Pořadí	Organizátor / Akce	Celková krytá a volná výstavní plocha [m <sup>2</sup> ]
1.	Veletrhy Brno	289 627
2.	ABF - Veletržní správa	121 646
3.	Incheba EXPO Praha	80 735
4.	Výstaviště České Budějovice	80 404
5.	EXPO Mokrá	70 000
5.	Floria Kroměříž	70 000

**Zdroj:** Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017; vlastní zpracování

Z tabulky 10 je patrné, že největším organizátorem veletrhů a výstav z hlediska celkové prodané výstavní plochy je společnost Veletrhy Brno, jejichž celková výstavní plocha v roce 2016 dosahovala 289 627 m<sup>2</sup>. O něco menší výstavní plochu s hodnotou 121 646 m<sup>2</sup> poskytovala společnost ABF, a.s., která vlastní a provozuje areál PVA EXPO Praha v Letňanech. Výstavní plochu velkou přes 80 000 m<sup>2</sup> nabízí Incheba EXPO Praha spol. s r.o., organizující akce na pražském výstavišti v Holešovicích a také společnost Výstaviště České Budějovice. Celkovou plochu 70 000 m<sup>2</sup> nabízí veletrh EXPO Mokrý v kamenolomu Lesní lom u Brna a Výstaviště Floria Kroměříž.

**Tab. 11:** Top 5 nejvýznamnějších organizátorů veletrhů a výstav v roce 2016 podle počtu akcí

TOP 5 podle počtu akcí		
Pořadí	Organizátor / Akce	Počet akcí celkem
1.	Veletrhy Brno	38
2.	ABF - Veletržní správa	34
3.	Floria Kroměříž	20
3.	Ostravské výstavy	20
3.	Omnis EXPO - Olomouc	20
4.	Incheba EXPO Praha	17
5.	Výstaviště České Budějovice	10

**Zdroj:** Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017; vlastní zpracování

Společnost Veletrhy Brno dominuje také z hlediska počtu uspořádaných veletržních a výstavních akcí, kterých se v roce 2016 konalo 38 (viz tab. 11). Na druhém místě je opět společnost ABF, a.s. s hodnotou 34. Třetí v pořadí jsou výstaviště Floria v Kroměříži, Ostravské výstavy, a.s. a Omnis Olomouc, a.s. s dvaceti uspořádanými akcemi. 17 akcí v roce 2016 uspořádala Incheba EXPO Praha spol. s r.o. a 10 se jich konalo na Výstavišti České Budějovice.



**Tab. 12:** Top 5 nejvýznamnějších organizátorů veletrhů a výstav v roce 2016 podle počtu vystavovatelů

TOP 5 podle počtu vystavovatelů		
Pořadí	Organizátor / Akce	Vystavovatelů celkem
1.	ABF - Veletržní správa	5 106
2.	Veletrhy Brno	4 831
3.	Incheba EXPO Praha	2 196
4.	Výstaviště Flora Olomouc	1 896
5.	Floria Kroměříž	1 642

**Zdroj:** Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017; vlastní zpracování

Nejvyšší počet zúčastněných vystavovatelů byl zaznamenán ve společnosti ABF, a.s. (viz tab. 12). O něco méně jich bylo na akcích pořádaných společností Veletrhy Brno. Přes 2000 vystavovatelů se účastnilo výstav společnosti Incheba EXPO Praha, s.r.o. a téměř 1900 na akcích Výstaviště Flora v Olomouci. Pátou v pořadí je Výstaviště Floria Kroměříž. Je nutné podotknout, že tento ukazatel je spíše doplňkovým, protože nezohledňuje velikost vystavovatele ve vztahu k jeho výstavní ploše.

**Tab. 13:** Top 5 nejvýznamnějších organizátorů veletrhů a výstav podle počtu návštěvníků

TOP 5 podle počtu návštěvníků		
Pořadí	Organizátor / Akce	Návštěvníků celkem
1.	Veletrhy Brno	561 022
2.	ABF - Veletržní správa	363 619
3.	Výstaviště České Budějovice	221 043
4.	Výstaviště Flora Olomouc	198 120
5.	Incheba EXPO Praha	191 639

**Zdroj:** Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017; vlastní zpracování

Z tab. 13 vyplývá, že nejvíce zájemců o veletrhy a výstavy zaznamenala společnost Veletrhy Brno (561 022), druhé místo zaujímá společnost ABF, a.s. (363 619). Výstaviště České Budějovice, Výstaviště Flora Olomouc a akce organizované Incheba EXPO Praha spol. s r.o. navštívilo kolem 200 000 obyvatel.

Analýza zachycuje také údaje o mezinárodních veletrzích, které jsou dle parametrů UFI definovány jako akce, na kterých je minimálně 10 % vystavovatelů ze zahraničí nebo alespoň 5 % návštěvníků ze zahraničí. Mezinárodní akcí se v roce 2016 mohlo nazývat jen 30 veletrhů a výstav pořádaných dvěma organizátory, a to společností Veletrhy Brno a Výstavištěm České Budějovice, přičemž dominantní postavení si udržuje společnost Veletrhy Brno (Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017).

### **6.5.2 Výstavnictví v Olomouci**

V Olomouci mají dlouholetou tradici především zahradnické výstavy, které se v okresním měřítku objevily v 50. letech 20. století a postupně se rozvinuly do celostátního a mezinárodního měřítko. Zahradnickým výstavám a přehlídkám okrasného zahradnictví ale předcházely výstavy hospodářské a průmyslové, které se ne vždy setkaly s úspěchem (Tichák, 2008).

Město Olomouc bylo významné díky své výhodné geografické poloze, bylo sídlem biskupa a mnoha církevních institucí a bylo centrem obchodu a řemesla. Svůj vojenský význam hrálo díky tradičnímu městskému opevnění, které bylo v polovině 18. století přebudováno na vojenskou pevnost. Díky pevnosti, která obklopovala celé tehdejší město, byl ale velmi omezen další rozvoj města z hlediska územního, demografického a hospodářského růstu. Za hradebními valy neexistovala žádná zeleň ani průmyslové objekty a místní obyvatelé se po mnoho let snažili o zrušení pevnosti, čehož bylo dosaženo až v roce 1888 (Tichák, 2008).

Po uvolnění města z pevnosti se tehdejší živnostníci, řemeslníci a obchodníci začali snažit o hospodářské povznesení města i jeho okolí. V roce 1870 byla založena Hospodářská jednota olomoucká, která je spojena s Janem Rudolfem Demelem. Díky jeho snahám o vzájemnou hospodářskou spolupráci rolníků a o rozvoj zemědělského školství, se v Olomouci poprvé zrodila myšlenka uspořádat velkou výstavu, která by vyjadřovala zdatnost českých rolníků a celkové úspěchy hospodářství. V úrodné oblasti Hané se zakládaly rolnické podniky potravinářského průmyslu (cukrovary, mlýny, sladovny apod.), které byly velmi uznávané a známé. I z tohoto důvodu byla snaha na ně poukázat prostřednictvím výstav (Tichák, 2008).

První skutečná výstava se konala 18. – 20. 9. 1880 v areálu měšťanské stělnice s názvem „Česká hospodářská a průmyslová výstava“. Další, i když ne vysloveně českou výstavou, byla po dvanácti letech uspořádána „1. Průmyslová a živnostenská výstava“. Na ni později navazovaly „Průmyslová výstava“ v roce 1902 a „Průmyslová výstava“ v roce 1907. Průmyslové výstavy se ale nesetkaly s velkým úspěchem. Příčinami byl nejen nevhodný výběr jejich zaměření na průmysl, který se ve městě v tehdejší době téměř nevyskytoval, ale i fakt, že se jednalo o převážně německé výstavy, které byly ze strany české veřejnosti bojkotovány. I díky nevlídnému počasí se nepodařilo vytvořit potřebné návštěvnické zázemí těchto výstav a o uspořádání další větší výstavy se až do konce 1. světové války nikdo nepokusil (Tichák, 2008).

Další snahy o zviditelnění se objevily v období první republiky mezi dvěma válkami. Město se snažilo obnovit myšlenku olomoucké výstavní tradice pořádáním pravidelně se opakujících výstavních akcí. V roce 1921 byla založena společnost „Výstava národohospodářská“, která se snažila v letech 1923, 1930 a 1940 neúspěšně o uspořádání výstav. Za neúspěch v roce 1923 mohli nedostatek financí a absence výstavních ploch. Výstava v roce 1930 se neuskutečnila v důsledku právě vypuklé světové hospodářské krize a nedostatkem financí pro uspořádání. K další výstavě plánované na rok 1940 nedošlo vlivem začínající 2. světové války (Tichák, 2008).

Po 2. světové válce opět vznikly naděje na lepší společenské postavení pro město, které se snažilo získat možnost prezentovat své schopnosti skrze výstavnictví. V roce 1947 byla uspořádána „Krajská zemědělská výstava“, zaměřená na výstavu expozic z různých oblastí. Např. pěstování ovoce a zeleniny, včelařství, drobné zvířectvo, chov skotu a koní, a také výstavu květin a okrasných rostlin. Vlivem toho, že v Olomouci stále chyběl vhodný prostor pro pořádání a tato výstava byla umístěna do škol, areálu sokolského stadionu i do Smetanových sadů, byla v pozdějších letech přemístěna do Přerova. V Olomouci se proto další zemědělské výstavy nekonaly (Tichák, 2008).

V letech 1948 a 1949 se konaly „Olomoucké výstavní trhy“, ale díky vzrůstající centralizaci moci do Prahy se začalo o plánování, kontrolování a financování všech budoucích výstav rozhodovat v Praze. V Olomouci proto dostaly povolení pouze malé výstavy, např. Vánoční trhy v prosinci 1950 a od té doby se zde výstavní činnost

na mnoho let zastavila. Obnovena byla až v roce 1958, kdy vznikla nová výstavnická tradice květinových výstav, která proslavuje město dodnes (Tichák, 2008).

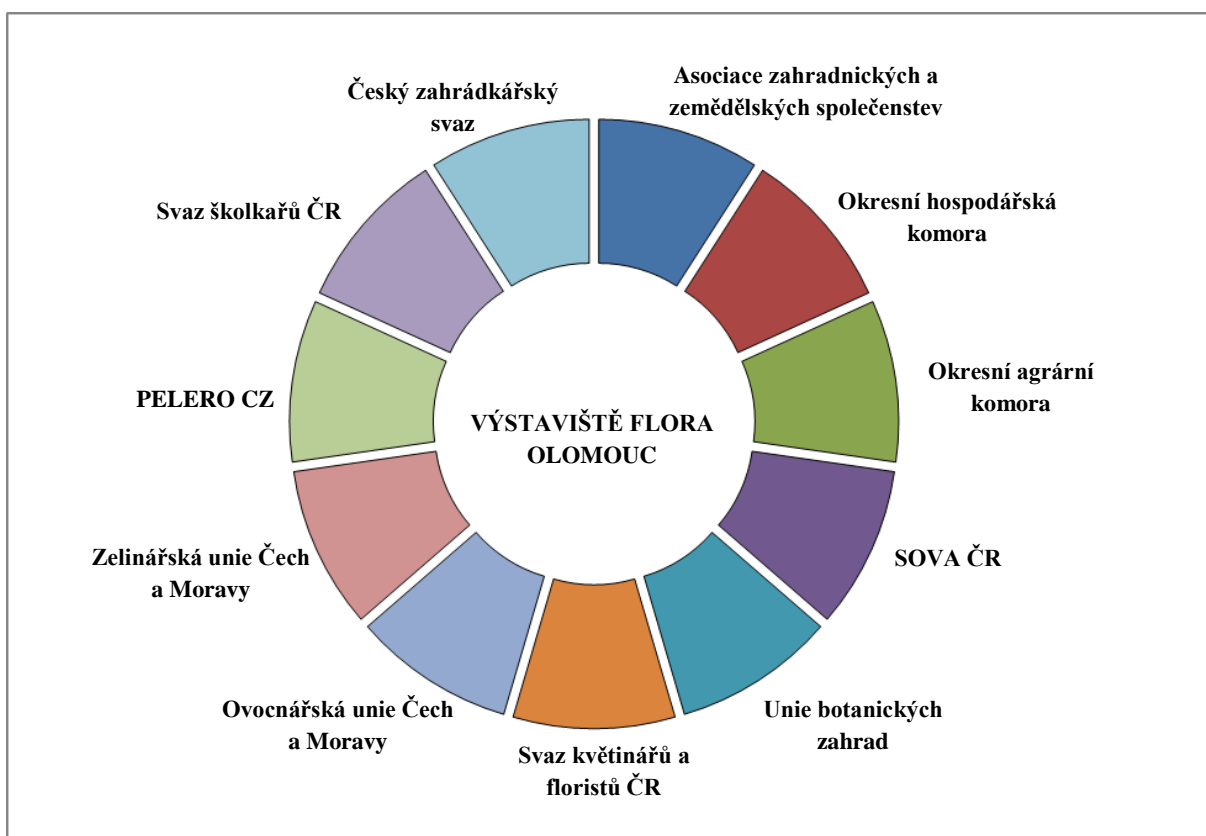
### **6.5.3 Pozice firmy na trhu – spolupráce, konkurence**

Dle Analýzy českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016 provedenou společností AMASIA EXPO (2017) patří VFO mezi 14 nejvýznamnějších organizátorů veletrhů a výstav v České republice. Podle velikosti výstavní plochy zaujímá ve srovnání s jinými výstavišti 9. místo s rozlohou 20 572 m<sup>2</sup>. Z hlediska počtu uspořádaných akcí zaujímá 8. místo s počtem devíti akcí. Na základě množství vystavovatelů je VFO na 4. místě, kde se akcí v roce 2016 účastnilo 1 896 vystavovatelů. Čtvrté místo zaujímá z hlediska počtu návštěvníků, kdy veletrhy a výstavy zaujaly 198 120 obyvatel (Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016, 2017).

Spolupráce je velmi důležitým předpokladem úspěšného rozvoje destinace v rámci cestovního ruchu. VFO je stálým členem několika asociací, s nimiž spolupracuje. Je součástí Okresní hospodářské komory Olomouc či Okresní agrární komory, které sdružují podnikatele v regionu a podporují jejich zájmy i činnost. Dále je členem Společenství organizátorů výstavních akcí České republiky (SOVA ČR). Toto společenstvo působící na území celé České republiky zastupuje veletržní průmysl u nás. Sdružuje nejen firmy, které pořádají veletržní a výstavní akce, ale i veletržní areály, které se na našem území nachází (Výroční zpráva, 2016).

Díky botanické zahradě je VFO součástí Unie botanických zahrad České republiky. S výstavami Flora Olomouc, ke kterým neodmyslitelně patří květiny, souvisí členství ve Svazu květinářů a floristů ČR, sdružující pěstitele květin, floristy i obchodníky s květinami. VFO je také členem Ovocnářské unie Čech a Moravy a Zelinářské unie Čech a Moravy, které sdružují pěstitele ovoce a zeleniny a prezentují své výpěstky na výstavách. Významná je také spolupráce s Českým zahrádkářským svazem, z.s. nebo Asociací zahradnických a zemědělských společenstev. VFO je i součástí spolku PELERO CZ z.s., který sdružuje pěstitele a zpracovatele léčivých, aromatických a kořeninových rostlin v České republice. V neposlední řadě uvedeme členství ve Svazu školkařů České republiky, z.s. sdružující české a moravské pěstitele z oboru školkařství. Členství VFO v asociacích je znázorněn na obr. 8 (Výroční zpráva, 2016).

V rámci pořádaných akcí navazuje VFO spolupráci i s dalšími organizacemi. Jedná se např. o Český svaz včelařů nebo Český svaz chovatelů, ve spolupráci s kterým byl v roce 2017 uspořádán první ročník Moravské chovatelské výstavy. Dalším příkladem je spolupráce se Státním hradem Šternberk, do něhož měli návštěvníci loňské Podzimní etapy výstavy Flora Olomouc slevu ze vstupného. Z univerzitních řad můžeme zmínit např. Katedru asijských studií Filozofické fakulty Univerzity Palackého, jejíž studenti se podíleli na doprovodném programu výstavy Terakotové armády. Snaha motivace návštěvníků pro častější využití veřejné dopravy vedla VFO ke spolupráci s Dopravním podnikem města Olomouce. Návštěvníkům loňské Letní etapy květinové výstavy Flora Olomouc bylo poprvé umožněno v průběhu jejího konání zdarma získat jízdenku na městskou hromadnou dopravu (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).



**Obr. 8:** Struktura Výstaviště Flora Olomouc, a.s. – hlavní spolupracující instituce (zdroj: Výroční zpráva, 2016; vlastní zpracování)

Konkurenci v rámci České republiky představují převážně ty veletrhy a výstavy, které mají stejné či podobné zaměření, např. Výstaviště Zahrada Čech Litoměřice, které organizuje podzimní zahradní veletrh s názvem Zahrada Čech. Zaměření této výstavy je

orientováno především na zahrádkáře, chalupáře, kutily a milovníky přírody (Zahrada Čech s.r.o., 2016).

Velmi podobnou tematikou výstav se vyznačuje také Výstaviště Floria Kroměříž, které se nachází ve Zlínském kraji. Svým zaměřením na zahradnické a květinářské výstavy se velmi podobá zahradnickým výstavám na VFO a podobnost je patrná také z pohledu dělení výstav Floria na jarní, letní a podzimní etapy. V minulosti se tradiční zahrádkářské výstavy konaly každoročně v obci Věžky u Kroměříže, kde mají již 45letou tradici. V roce 2012 byl v Kroměříži otevřen nově postavený areál výstaviště Floria, do kterého se veškeré výstavy přesunuly. Město Kroměříž tak navázalo na tradici hospodářských, zemědělských a průmyslových výstav, které se zde konaly již od roku 1858 (Výstaviště Floria Kroměříž, 2018). I přes to, že program akcí obou společností je velmi podobný a případnou konkurenci je možné vnímat v podobnosti zaměření výstav, objevují se úvahy spíše o spolupráci a snaze koordinovat pořádané akce společně. Výstaviště Floria Kroměříž navíc nedisponuje parky, které pozvedají zahradnické a květinové výstavy v Olomouci na vyšší estetickou úroveň. Proto se VFO snaží o ukázkou expozic květin a expozičních záhonů přímo v rámci parků, které dotváří jedinečnost prostředí (Uhlíř, 2018).

Z hlediska zahraniční konkurence lze zmínit také Mezinárodní výstavu květin a zahradnictví Flora Bratislava, která se každoročně koná v prostorách výstaviště Incheba Expo Bratislava. Již od roku 1969 se výstava Flora konala střídavě v lichých letech v Olomouci a v sudých letech v Bratislavě, přičemž tato tradice trvala až do roku 1989. Dnes se květinová výstava Flora Bratislava koná na jaře každoročně a oproti výstavě Flora Olomouc je organizována soukromou společností Kulla v čele s Michalem Kullou (Incheba Expo Bratislava, 2012).

## **6.6 Charakteristika propagace ve společnosti**

Propagací ve společnosti VFO se zabývá oddělení propagace, které má v současné době dva zaměstnance. Stěžejní činností je propagace výstav, jež VFO pořádá. Propagace je zde ale provázaná. Nezaměřuje se pouze na výstavy, ale vždy spolu s nimi propaguje také výstaviště jako místo, kde se konají i koncerty a další společenské akce, obklopené unikátním parkovým areálem s jedinečnými sbírkovými skleníky. Jde zkrátka o místo, kde lze trávit volný čas a zavítat i mimo výstavy (Havlová, 2018).

Propagace probíhá prostřednictvím ATL i BTL kanálů. Zkratka ATL (Above The Line) představuje vědomou formu reklamy, u které člověk ví, že na něj reklama působí. Jedná se o reklamu v masových médiích, např. rádio či televize. Pod pojmem BTL (Below The Line) zahrnujeme tzv. nevědomé formy reklamy, u kterých probíhá propagace nenásilnou formou. Jde o všechny ostatní formy reklamy, např. novinové články, které si VFO nechává napsat. Zhruba 60 % propagačních aktivit zaujímá reklama a 40 % Public Relations. Obě roviny jsou společností využívány ve všech mediálních kanálech, které tvoří tisk, rozhlas, televize, online reklama, sociální sítě, mailing apod. K šíření propagace společnost využívá také partnerských institucí.

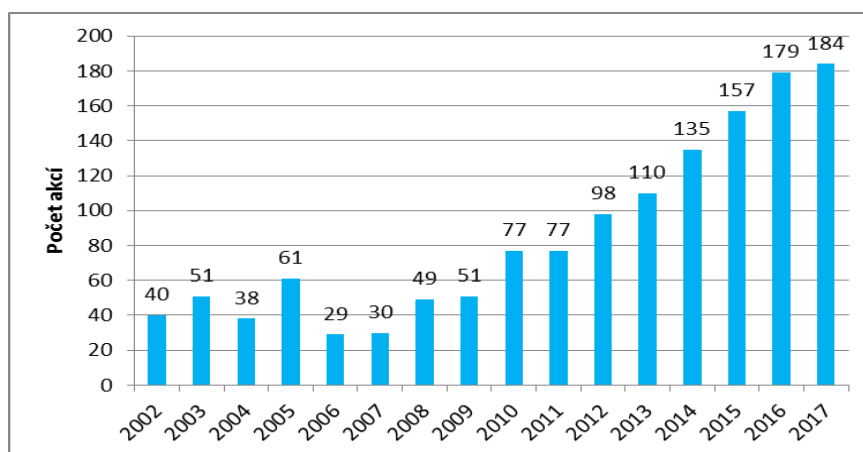
Vynaložené finanční náklady na propagaci VFO se pohybují v jednotkách milionů korun, přičemž zahrnují i hodnotu tzv. barterových spoluprací (Havlová, 2018).

## 7 ANALÝZA ČINNOSTI VÝSTAVIŠTĚ FLORA OLOMOUC, A.S.

Dílčím cílem práce je analyzovat nabídku činností a aktivit VFO a popsat opatření, která by mohla vést ke zlepšení a posílení role VFO ve městě i na celorepublikové úrovni. Tato část analyzuje situaci v období let 2002–2016 (2017) a využívá sekundární data ze statistik poskytnutých společnostmi VFO a data získaná z výročních zpráv za sledované období. Kapitola je rozčleněna na jednotlivé aktivity, jimiž se společnost zabývá a které jsou stěžejní pro její působnost ve městě. Hlavními činnostmi jsou **pořádání veletrhů a výstav, údržba a správa veřejných parků, péče o sbírkové skleníky, rozárium a botanickou zahradu a ostatní činnosti** související s realizací externích projektů a zakázek u nás i v zahraničí.

### 7.1 Pořádání veletrhů a výstav

Hlavní a zásadní činností VFO je pořádání výstavních a veletržních akcí. VFO pořádá jednak vlastní veletržní a výstavní akce, dále pronajímá své prostory pro organizaci výstavních a veletržních akcí externími partnery a v neposlední řadě umožňuje pořádat ostatní kulturní akce, jako např. plesy či koncerty. V areálu VFO je po rekonstrukci prostor v letech 2012–2013 patrný postupný nárůst celkového počtu akcí. Nejvíce všech realizovaných veletrhů, výstav, přehlídek a dalších aktivit organizovaných VFO i externími partnery bylo zaznamenáno v roce 2017, kdy program zahrnoval celkem 184 akcí. V roce 2016 to bylo 179 akcí. Podrobnější vývoj celkového počtu všech akcí konaných v areálu VFO je patrný na obr. 9. Vlastní i externí akce zahrnují pořádání výstav, veletrhů, společenských akcí, koncertů, plesů, kongresů apod.



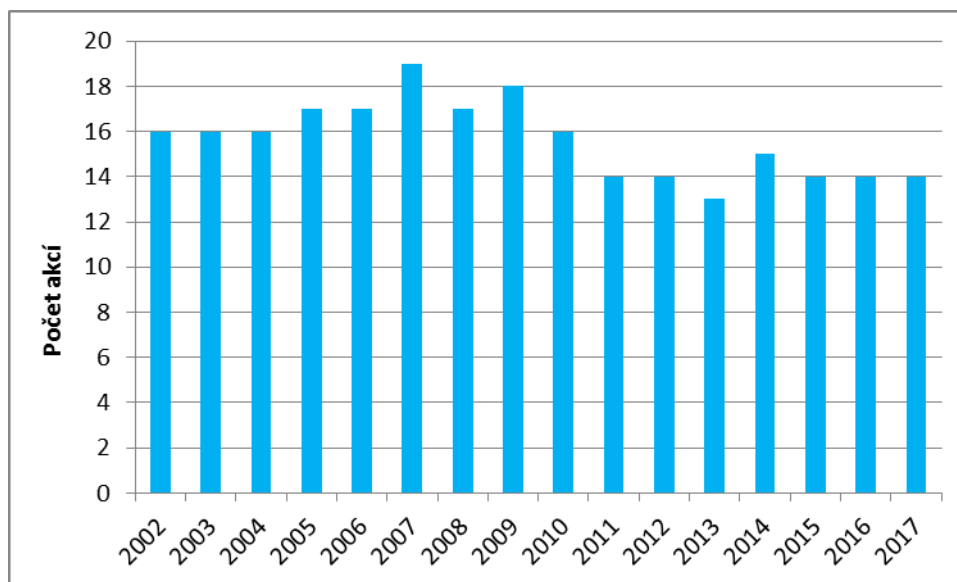
**Obr. 9:** Vývoj celkového počtu akcí uskutečněných v areálu Výstaviště Flora, a.s. v letech 2002–2017 (zdroj: Výroční zpráva, 2002–2016; vlastní zpracování)



Většina realizovaných akcí probíhá ve zrekonstruovaném pavilonu A, jehož využitelnost v roce 2015 činila 200 dnů a o rok později celých 256 dnů. Výstavnické akce jsou ale omezeny velikostí a kvalitou kryté výstavní plochy, kterou VFO nabízí. Kromě pavilonu A je stav ostatních pavilonů E, G a H velmi zastaralý. Hlavní a nejmodernější výstavní pavilon A nabízí celkovou kapacitu výstavní plochy 2944 m<sup>2</sup> a disponuje přízemní plochou, galerií v prvním patře, foyer a terasou. Kapacita pavilonu G činí 560 m<sup>2</sup>, menší pavilon H nabízí plochu 450 m<sup>2</sup> a nejmenší pavilon E má kapacitu 432 m<sup>2</sup> (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).

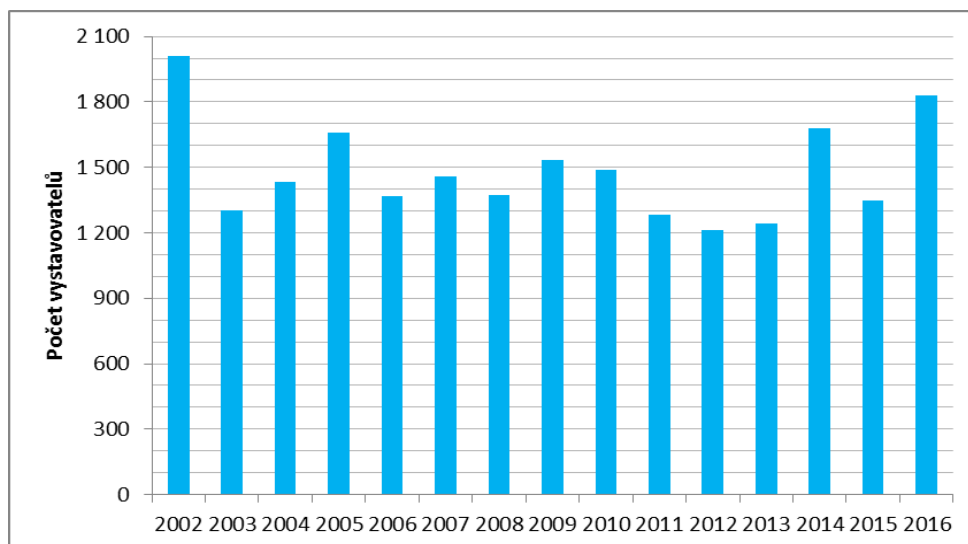
### 7.1.1 Vlastní výstavní a veletržní akce organizované společností

První kategorií akcí jsou vlastní výstavní a veletržní akce, které organizuje přímo VFO. Ve sledovaném období let 2002–2017 se v průměru konalo 16 akcí za rok (viz obr. 10). Nejvíce se jich konalo v roce 2007, kdy bylo uspořádáno 19 akcí. Naopak nejméně výstav a veletrhů bylo realizováno v roce 2013 s počtem 13 akcí. Nízký počet akcí zapříčinila rozsáhlá rekonstrukce výstaviště, která započala na přelomu let 2012 a 2013 v rámci projektu „Rozvoj Výstaviště Flora – I. etapa“. Došlo k modernizaci hlavního výstavního pavilonu A a z tohoto důvodu došlo k výraznému omezení krytých výstavních ploch a k nutnosti realizovat všechny výstavy v náhradních a provizorních podmínkách. V posledních třech letech se počet konaných akcí ustálil na 14.



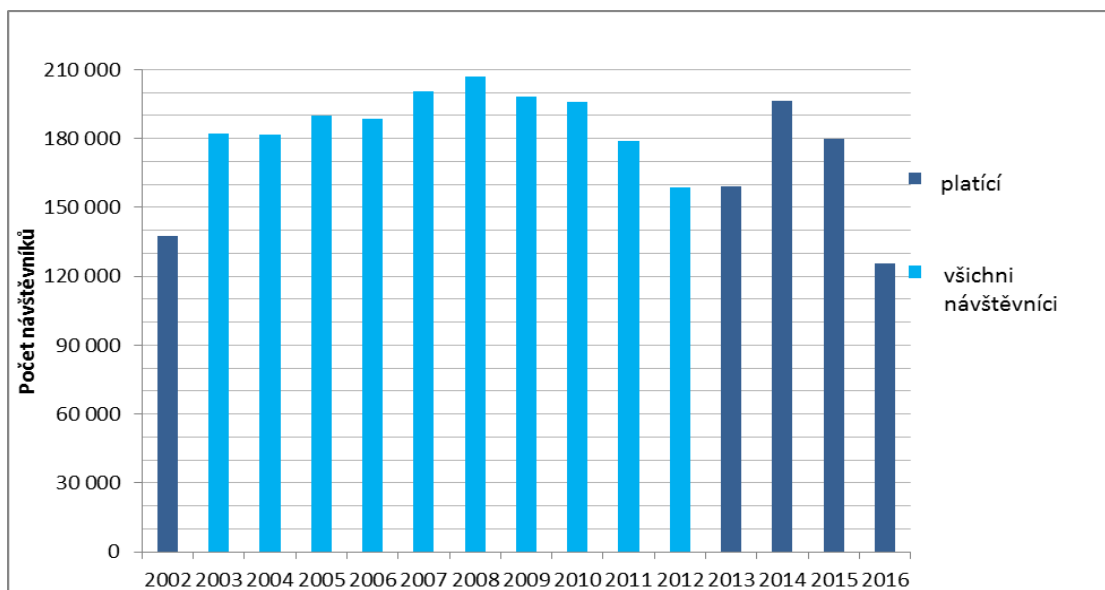
**Obr. 10:** Vývoj počtu vlastních veletržních a výstavních akcí v letech 2002–2017 (zdroj: Výroční zpráva, 2002–2016; vlastní zpracování)

Veletřních a výstavních akcí se každoročně účastní vystavovatelé z České republiky i zahraničí. Nejvíce vystavovatelů (obr. 11) bylo zaznamenáno v roce 2002, kdy se jich představilo 2 010. Naopak nejméně se jich výstav účastnilo v roce 2012 s počtem 1 211. Pokles souvisí s již zmíněným omezením kryté výstavní plochy vlivem rekonstrukce hlavního pavilonu A v letech 2012–2013.



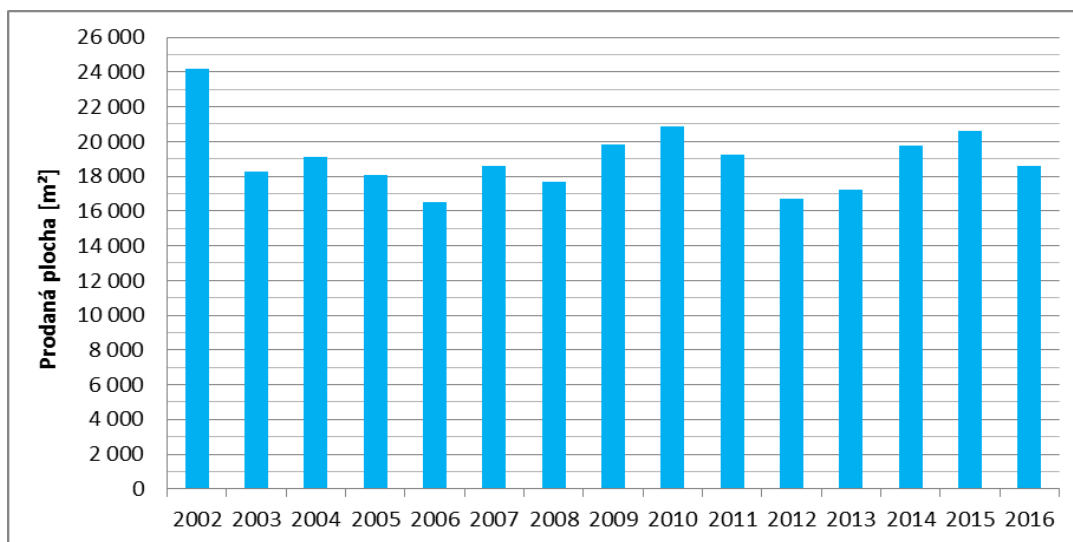
**Obr. 11:** Vývoj počtu vystavovatelů v letech 2002–2016 (zdroj: Výroční zpráva, 2002–2016; vlastní zpracování)

Na obr. 12 můžeme vidět vývoj návštěvnosti vlastních veletržních a výstavních akcí ve sledovaném období. V letech 2003–2012 je znázorněn celkový počet návštěvníků, ale v letech 2002 a 2013–2016 je dostupný pouze údaj o počtu platících návštěvníků. Z tohoto důvodu nelze tyto dva ukazatele mezi sebou srovnávat. Platících návštěvníků je v porovnání s celkovým počtem návštěvníků vždy méně a proto jsou hodnoty znázorněny odlišnou barvou. Poskytují alespoň orientační představu o návštěvnosti akcí VFO.



**Obr. 12:** Vývoj počtu návštěvníků v letech 2002–2016 (zdroj: Výroční zpráva, 2002–2016; vlastní zpracování)

Z hlediska prodané výstavní plochy lze zaznamenat její maximum v roce 2002, kdy činila 24 174 m<sup>2</sup>. Této hodnoty již ale v následujících letech nebylo dosaženo, přičemž nejméně výstavní plochy bylo prodáno v roce 2006, a to pouze 16 536 m<sup>2</sup>. Vývoj hodnot prodané výstavní plochy ve sledovaném období je znázorněn na obr. 13.



**Obr. 13:** Vývoj velikost prodané plochy v m<sup>2</sup> v letech 2002–2016 (zdroj: Výroční zpráva, 2002–2016; vlastní zpracování)

## Kategorizace akcí podle typu zaměření

VFO každoročně pořádá vlastní veletržní a výstavní akce zaměřené na různé oblasti. V této podkapitole se podíváme na jejich zaměření, dle kterého jsme akce uskutečněné za celé sledované období rozdělili v následující tabulce 14. Jednotlivé veletržní a výstavní akce jsme barevně označili dle příslušnosti k určitému tematickému zaměření v tabulce 15.

**Tab. 14:** Kategorie vlastních veletržních a výstavních akcí Výstaviště Flora Olomouc v letech 2002 – 2017

ZAHRADNICKÉ A KVĚTINOVÉ VÝSTAVY	GASTRONOMIE	CESTOVNÍ RUCH	SPORT	ZDRAVOTNICTVÍ	BYDLENÍ A ŽIVOTNÍ STYL	VZDĚLÁVÁNÍ	MODELÁŘSTVÍ A SBĚRATELSTVÍ	CHOVATELSTVÍ	OSTATNÍ
Flora Olomouc, jarní etapa	Olima	Tourism Expo	Moravia Sport Expo	Mezi námi	Bydlení, Moderní žena	Schola Mea	For Model	Chovatelská výstava - Mláďata	Vánoce Flora
Flora Olomouc, letní etapa				Mezi námi - dny zdravotně postižených	Bydlení	Literární festival			Dětský Ráj
Flora Olomouc, podzimní etapa				Dny zdravotně postižených	Renova	Libri			
Hortifarm				Festival zdraví a pohybu		Jarní Libri			
Vyznání růžím						Podzimní Libri			
Jarní zahradnické trhy									
Letní zahradnické trhy									
Podzimní zahradnické trhy									
Flora Profi									
Hortikomplex									

**Zdroj:** Uhlíř, 2018; vlastní zpracování

Nejvíce veletržních a výstavních akcí spadá do kategorie zahradnické a květinové výstavy, které jsou pro výstaviště stěžejní. Pět různých akcí se již konalo se zaměřením na vzdělávání, čtyři události se týkají zdravotnictví. Tři akce spadají do oblasti bydlení a životní styl a jednou výstavou jsou zastoupeny oblasti gastronomie, cestovní ruch, sport, chovatelství a modelářství a sběratelství.

Některé akce se konají každoročně a mají dlouholetou tradici, jiné vznikly nově až v posledních letech. Kompletní soupis všech akcí pořádaných VFO v letech 2002–2017, včetně barevného zařazení do kategorií, je znázorněn v tab. 15. Akce jsou v jednotlivých letech seřazeny dle data konání od ledna do prosince a na konci každého roku je uveden jejich počet.

Při zhodnocení všech veletržních a výstavních akcí ve sledovaném období je patrná pravidelnost některých akcí. Mezi tradiční každoroční akce patří např. výstavy

„Tourism Expo, For Model, Flora Olomouc – Jarní etapa, Hortifarm, Jarní zahradnické trhy, Flora Olomouc – Letní etapa, Letní zahradnické trhy, Podzimní zahradnické trhy či Vánoce Flora“. Od roku 2005 se každoročně koná také festival gastronomie a nápojů „Olima“, který je součástí podzimní etapy Flory Olomouc. Tradici má také výstava „Flora Olomouc – Podzimní etapa“, která se s tímto názvem koná od roku 2006.

Mezi akce, které byly tradiční v minulých letech, ale dnes se již nekonají, můžeme zařadit např. výstavu „Renova“ zaměřující se na obnovu historických sídel a památek nebo výstavu „Bydlení“ orientující se na výstavu nábytku, bytového zařízení a životního stylu. Obě zmiňované prodejní výstavy se konali nepřetržitě až do roku 2012. V letech 2002–2011 měla tradici také prodejní výstava „Dny zdravotně postižených“, zaměřená na prezentaci zdravotnických prostředků, vybavení a služeb pro zdravotně postižené obyvatele. V oblasti vzdělávání byly tradiční také knižní veletrh „Libri“ a „Literární festival“, které se uskutečnily v letech 2002–2009.

Oproti tomu pouze tři ročníky zažil profesionální zahradnický veletrh „Flora Profi“, který se vlivem konkurence veletrhu „Zelený svět“ na brněnském výstavišti v dalších letech již neuskutečnil. Podobně tomu bylo i s výstavou „Dětský ráj“, jejíž poslední ročník byl v roce 2004.

Naopak mezi nové výstavy můžeme zařadit celostátní „Chovatelskou výstavu – Mláďata“, která se konala poprvé v roce 2016 a jež byla zopakována i v roce 2017. K vidění zde byly mladí králíci, holuby a drůbež od chovatelů z celé České republiky. Relativně nový je také veletrh aktivního a zdravého životního stylu „Moravia Sport Expo“, který se pořádá každoročně od roku 2014 k příležitosti konání běžeckého závodu Mattoni ½ Maratonu Olomouc.



## **Kategorizace akcí podle délky trvání**

Veletrhy a výstavy, které můžeme na VFO navštívit, mají různou délku trvání. Dle zaznamenaného data konání jednotlivých akcí dostupného z Auditů veletržních a výstavních dat (2002–2017), byla zjištěna jejich délka trvání (tab. 16). Jednotlivé výstavní a veletržní akce ve sledovaném období 2002–2017 jsme rozdělili dle délky trvání na jednodenní, dvoudenní, třídenní, čtyřdenní a akce trvající pět a více dní.

Jak je zřejmé z tab. 16, z hlediska délky trvání převažují akce třídenní, kterých se uskutečnilo 14, a akce čtyřdenní, kterých jsme zaznamenali 13. Naopak pouze jediná akce „Festival zdraví a pohybu“ trvala jeden den a mezi dvoudenní akce lze zařadit veletrh „Moravia Sport Expo“ a „Chovatelskou výstavu – Mláďata“. Každá akce se ve všech letech konala shodný počet dní. Výjimku tvořila výstava „For Model“, která po většinu let probíhala tři dny, ale v roce 2009 měla o den více, tudíž je v tabulce zařazena do obou kategorií. Druhou podobnou výstavou byla „Chovatelská výstava“, která se v roce 2016 konala tři dny, o rok později se o jeden den zkrátila. Do dvou kategorií současně je zařazena i výstava „Bydlení“, která se ve sledovaném období konala tři i čtyři dny. Nejdelší dobu trvání má každoročně akce „Vánoce Flora“, která se konala vždy v rozmezí 6–13 dní.

**Tab. 16:** Kategorizace vlastních veletržních a výstavních akcí dle délky trvání

	Délka trvání				
	1 den	2 dny	3 dny	4 dny	5 dní a více
Vlastní veletržní a výstavní akce	Festival zdraví a pohybu	Moravia Sport Expo	Chovatelská výstava - Mláďata	Bydlení	Vánoce Flora
		Chovatelská výstava - Mláďata	Tourism Expo	For Model	
			Mezi námi	Flora Olomouc, jarní etapa	
			Mezi námi - dny zdravotně postižených	Flora Olomouc, letní etapa	
			Dny zdravotně postižených	Flora Olomouc, podzimní etapa	
			Bydlení, Moderní žena	Hortifarm	
			Bydlení	Vyznání růžím	
			Renova	Jarní zahradnické trhy	
			Schola Mea	Letní zahradnické trhy	
			Literární festival	Podzimní zahradnické trhy	
			Libri	Flora Profi	
			Jarní Libri	Hortikomplex	
			Podzimní Libri	Olima	
			For Model		
Počet akcí	1	2	14	13	1

**Zdroj:** Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování

### Kategorizace akcí podle využitelnosti areálu

Veškeré veletržní a výstavní akce uspořádané společností Výstaviště Flora v letech 2002–2017 lze rozdělit také dle aspektu velikosti zabrané části areálu (tab. 17). Dle Výročních zpráv společnosti Výstaviště Flora (2002–2016) lze zaznamenat, jak velkou část z hlediska využitelnosti areálu akce zabírají. V areálu olomouckého výstaviště jsou k dispozici pavilony A, E, G, H, hudební pavilon, botanická zahrada, palmový skleník a venkovní plochy. Jednotlivé akce využívají dle kategorizace buď celý areál anebo pouze jeho části.



**Tab. 17:** Kategorizace vlastních veletržních a výstavních akcí dle využitelnosti areálu

	Využitelnost areálu				
	Celý areál	Pavilon A	Pavilon A + E	Pavilon A + park	Pavilon A + E + park
Vlastní veletržní a výstavní akce	Flora Olomouc, jarní etapa	Olima	Chovatelská výstava - Mláďata	Moravia Sport Expo	For Model
	Flora Olomouc, letní etapa	Tourism Expo			
	Flora Olomouc, podzimní etapa	Mezi námi			
	Hortifarm	Mezi námi - dny zdravotně postižených			
	Vyznání růžím	Dny zdravotně postižených			
	Jarní zahradnické trhy	Festival zdraví a pohybu			
	Letní zahradnické trhy	Bydlení, Moderní žena			
	Podzimní zahradnické trhy	Bydlení			
	Flora Profi	Renova			
	Hortikomplex	Schola Mea			
		Literární festival			
		Libri			
		Jarní Libri			
		Podzimní Libri			
		Vánoce Flora			
	Dětský Ráj				
<b>Počet akcí</b>	10	16	1	1	1

**Zdroj:** Výroční zpráva, 2002–2016; vlastní zpracování

Z tabulky 17 je zřejmé, že nejvíce akcí využívá hlavní pavilon A. Důvodem je fakt, že se jedná o moderní krytý výstavní pavilon, který zatím jako jediný prošel v letech 2013–2014 náročnou kompletní rekonstrukcí a dostavbou. Díky ní se nejen zlepšil stav technologického vybavení, ale došlo také k navýšení celkové výstavní plochy přízemní i nadzemní části budovy. Dle Výroční zprávy (2016) je celková kapacita výstavní plochy pavilonu A je zhruba 2944 m<sup>2</sup>.

Druhý nejvyšší počet akcí byl zaznamenán v celém areálu VFO, jež zahrnuje pavilony A, E, G, H, hudební pavilon, botanickou zahradu, palmový skleník i veškeré venkovní plochy. Pouze jedna akce zahrnuje kombinaci pavilonů A a E, kde se koná „Chovatelská výstava – Mláďata“. Pavilon A současně s parkovou venkovní plochou využívá akce „Moravia Sport Expo“, stejně jako „For Model“, jež navíc obývá i pavilon E.

Z výsledků je patrné, že z celkové nabídky výstavních pavilonů jsou nejméně samostatně využívány pavilony E, G a H. Hlavním důvodem je zastaralost těchto pavilonů, které dnes již nesplňují náročné technologické požadavky a neposkytují kvalitní zázemí pro vystavovatele i návštěvníky. Jejich využití probíhá nejčastěji formou akcí, které nejsou tak technologicky náročné. Pavilony mají také nižší kapacitu výstavní plochy, která dle Výroční zprávy (2016) v případě pavilonu G činí 560 m<sup>2</sup>, pavilon H nabízí 450 m<sup>2</sup> a nejmenší pavilon E disponuje plochou 432 m<sup>2</sup>.

### **Kategorizace akcí podle prostorového dosahu**

Zajímavým aspektem výstavních a veletržních akcí je jejich prostorový dosah. Na základě rozhovoru a expertního odhadu ředitele společnosti Výstaviště Flora (Uhlíř, 2018) byly jednotlivé akce rozřazeny do následujících kategorií dle prostorového dosahu (tab. 18).

Nejvíce akcí spadá do kategorie regionálního významu, kdy se jich účastní vystavovatelé i návštěvníci z okolí olomouckého regionu. Jedná se např. o akce „Vánoce Flora“, „Tourism Expo“ či „Dětský Ráj“. Čtyři akce můžeme zařadit do kategorie celostátních výstav, kterých se účastní vystavovatelé z celé České republiky. Příkladem je akce „Chovatelská výstava – Mláďata“, kde jsou k vidění zvířata od chovatelů z celé republiky nebo „Olima“, kde se představují tuzemští výrobci a producenti potravinářských výrobků.

Třetí kategorií jsou mezinárodní výstavy a veletrhy s účastí tuzemských i zahraničních vystavovatelů. Řadíme sem především mezinárodní zahradnickou výstavu a veletrh „Flora Olomouc“ a její jarní, letní a podzimní etapy. Dalším příkladem akce mezinárodního charakteru jsou tradiční prodejní „Jarní, letní a podzimní zahradnické trhy“.

**Tab. 18:** Kategorizace vlastních veletržních a výstavních akcí dle prostorového dosahu

	Prostorový dosah		
	Regionální	Celostátní	Mezinárodní
Vlastní veletržní a výstavní akce	Tourism Expo	Olima	Flora Olomouc, jarní etapa
	Mezi námi	Moravia Sport Expo	Flora Olomouc, letní etapa
	Mezi námi - dny zdravotně postižených	For Model	Flora Olomouc, podzimní etapa
	Dny zdravotně postižených	Chovatelská výstava - Mláďata	Hortifarm
	Festival zdraví a pohybu		Vyznání růžím
	Bydlení, Moderní žena		Jarní zahradnické trhy
	Bydlení		Letní zahradnické trhy
	Renova		Podzimní zahradnické trhy
	Schola Mea		Flora Profi
	Literární festival		Hortikomplex
	Libri		
	Jarní Libri		
	Podzimní Libri		
	Vánoce Flora		
	Dětský Ráj		
<b>Počet akcí</b>	15	4	10

**Zdroj:** Uhlíř, 2018; vlastní zpracování

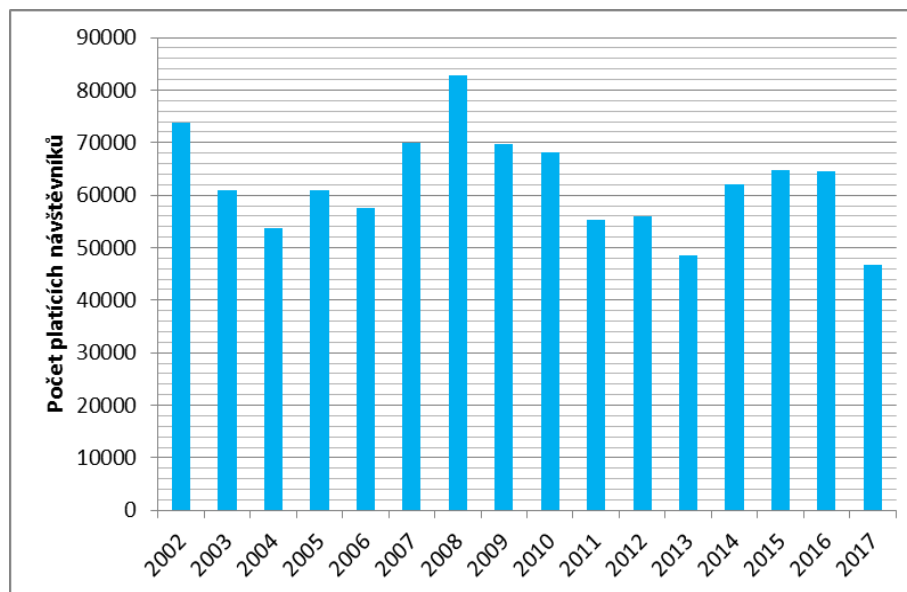
## **Charakteristika nejvýznamnějších akcí**

Mezi stěžejní a nejnavštěvovanější akce pořádané VFO patří mezinárodní zahradnická výstava a veletrh FLORA OLOMOUC a její jarní, letní a podzimní etapa. Tyto tradiční květinové a zahradnické výstavy se konají každoročně v délce 4 dní a mají významný podíl na výkonech výstavnického úseku (Výroční zpráva, 2016). Níže uvedené charakteristiky znázorňují dostupné údaje o počtu platících návštěvníků, počtu vystavovatelů a velikosti prodané výstavní plochy. Údaje jsou společností Výstaviště Flora zaznamenávány vždy pro všechny souběžně konané akce. V případě jarní Flory se současně koná také Hortifarm a Jarní zahradnické trhy. Letní Flora je pořádaná společně s Letními zahradnickými trhy a výstavou Vyznání růžím a v případě podzimní Flory se současně koná také festival Olima a Podzimní zahradnické trhy.

### **FLORA OLOMOUC, jarní etapa**

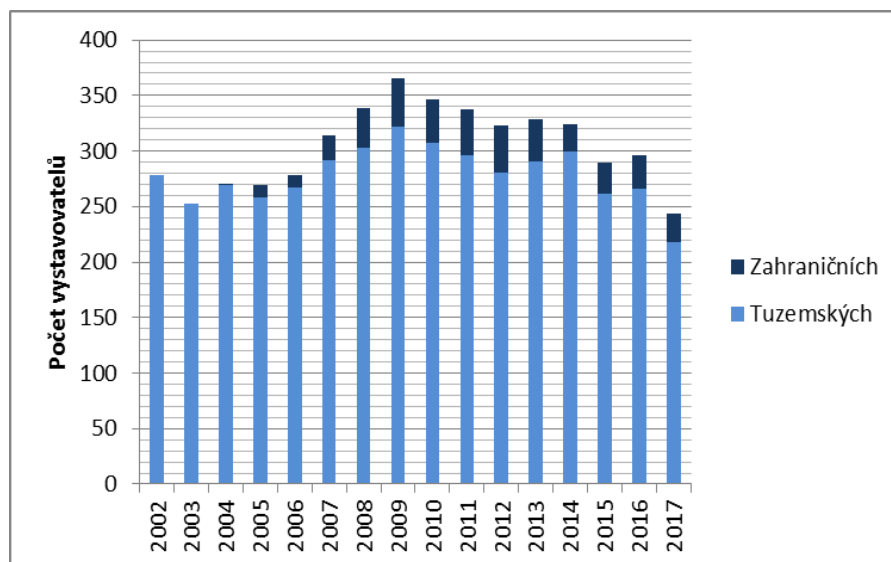
Jarní etapa květinové a zahradnické výstavy Flora Olomouc probíhá společně s veletrhem zahradní mechanizace Hortifarm a Jarními zahradnickými trhy nabízejícími květiny, zahradnické pomůcky a potřeby. Hortifarm doprovází jarní etapu výstavy již 24. rokem. Hlavní květinová expozice je každoročně zaměřena na určité téma a výstavu doprovází bohatý doprovodný program (Výroční zpráva, 2016).

Výstava je společně s letní a podzimní etapou nejnavštěvovanější ze všech pořádaných projektů olomouckého výstaviště. Na obr. 14 můžeme vidět vývoj návštěvnosti v letech 2002–2017, která ale značně kolísá. Nejvyšší počet platících návštěvníků jarní etapy byl zaznamenán v roce 2008, kdy akci navštívilo téměř 82 754 osob. Oproti tomu nejméně platících návštěvníků přišlo v roce 2017, kdy byla účast pouhých 46 701 osob.



**Obr. 14:** Vývoj počtu platících návštěvníků Flory Olomouc – jarní etapy v letech 2002–2017  
(zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

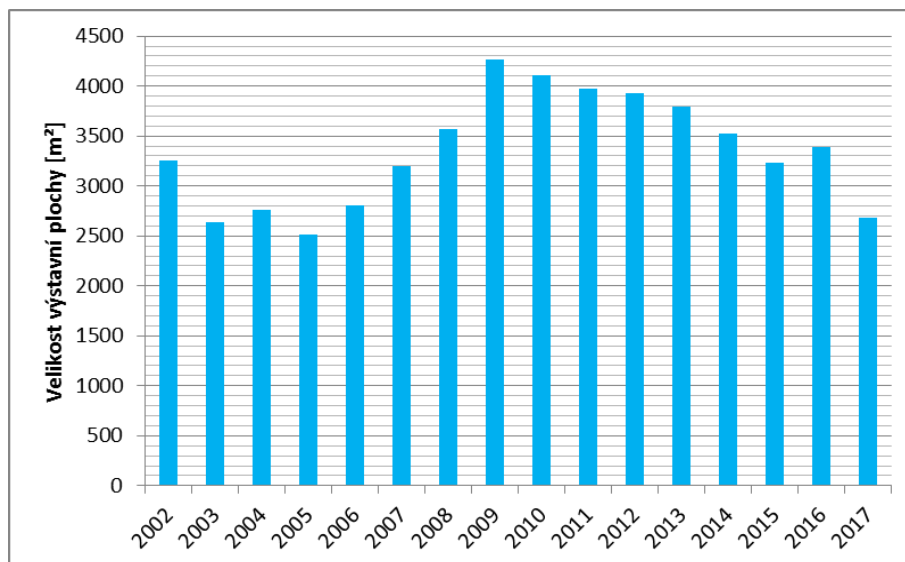
Výstavy se každoročně účastní mnoho vystavovatelů nejen z České republiky, ale i ze zahraničí. Ze zahraničních vystavovatelů se nejčastěji představují zástupci Slovenska, Polska, Maďarska či Rakouska. Jejich celkový počet včetně podílu zahraničních a tuzemských vystavovatelů je znázorněn na obr. 15. Nejvíce vystavovatelů bylo zaznamenáno v roce 2009, kdy se jich představilo 366, z toho 322 jich přijelo z tuzemska a 44 ze zahraničí. Od roku 2009 počet vystavovatelů vykazuje spíše klesající tendenci, přičemž svého minima dosáhnul v roce 2017 s účastí 244 vystavovatelů. Z níže uvedeného grafu vyplývá, že v letech 2002–2003 se výstavy účastnili pouze tuzemští vystavovatelé, roku 2004 se zúčastnil jeden zástupce ze zahraničí a v následujících letech se již zahraniční vystavovatelé pravidelně podílí na jarní etapě výstavy Flora Olomouc a činí z ní výstavu mezinárodního významu.



**Obr. 15:** Vývoj počtu vystavovatelů Flory Olomouc – jarní etapy v letech 2002–2017

(zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Výstava Flora Olomouc – jarní etapa využívá celý areál VFO. Z hlediska čisté výstavní plochy (obr. 16) zaujímala nejvíce v roce 2009, kdy výstavní plocha činila 4261 m<sup>2</sup>. Naopak nejmenší výstavní plochy bylo využito v roce 2005 s pouhými 2514 m<sup>2</sup>. Od roku 2009 můžeme opět sledovat spíše klesající tendenci, která souvisí s poklesem počtu vystavovatelů, přičemž k mírnému nárůstu došlo až v roce 2016. O rok později již ale prodaná výstavní plocha opět poklesla na velikost 2687 m<sup>2</sup>.



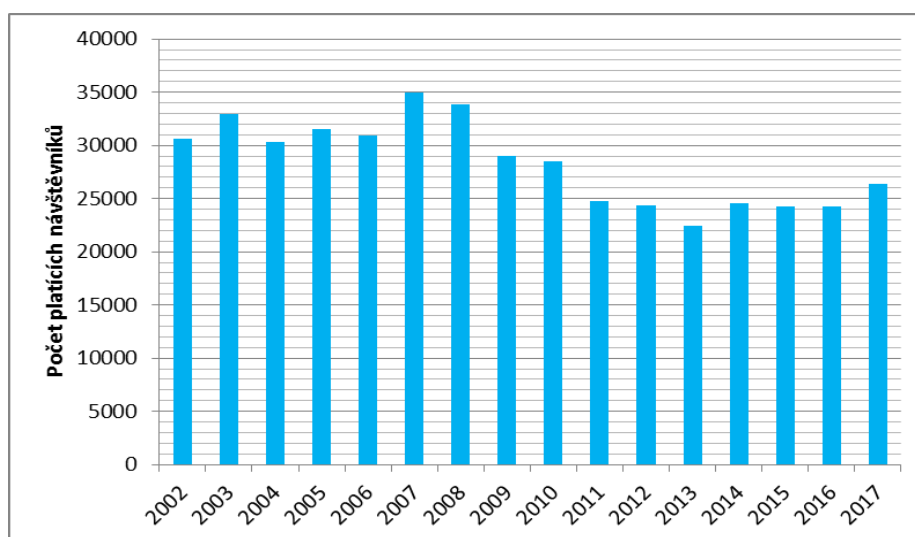
**Obr. 16:** Celková čistá výstavní plocha Flory Olomouc – jarní etapy v letech 2002–2017

(zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

## FLORA OLOMOUC, letní etapa

Součástí letní etapy výstavy Flora Olomouc jsou Letní zahradnické trhy a již pátým rokem také výstava s názvem Vyznání růžím (Výroční zpráva, 2016).

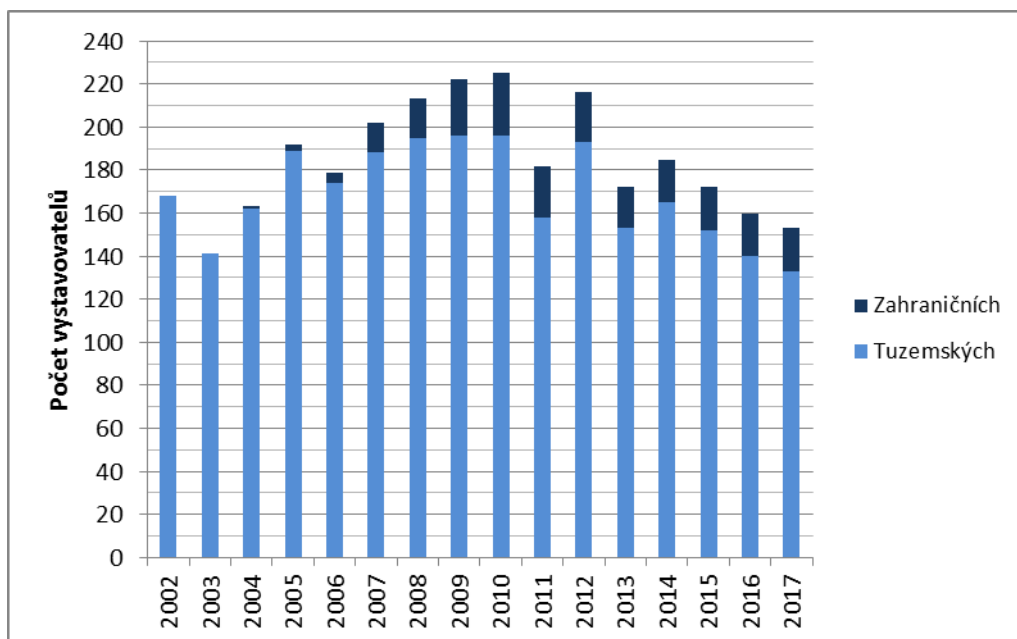
Návštěvnost letní etapy Flory Olomouc ve sledovaném období značně kolísá (obr. 17). Téměř 35 000 platících návštěvníků se zúčastnilo v roce 2007, což byl nejvyšší počet za celé sledované období. Naopak nejmenší návštěvnost se objevila v roce 2013 s počtem 22 424 osob. V letech 2002–2008 se návštěvnost držela nad hranicí 35 000 osob. Od roku 2009 do roku 2013 došlo k jejímu poklesu a obrat nastal až po roce 2013, kdy se návštěvnost pohybuje kolem 24 000 osob.



**Obr. 17:** Vývoj počtu platících návštěvníků Flory Olomouc – letní etapy v letech 2002–2017

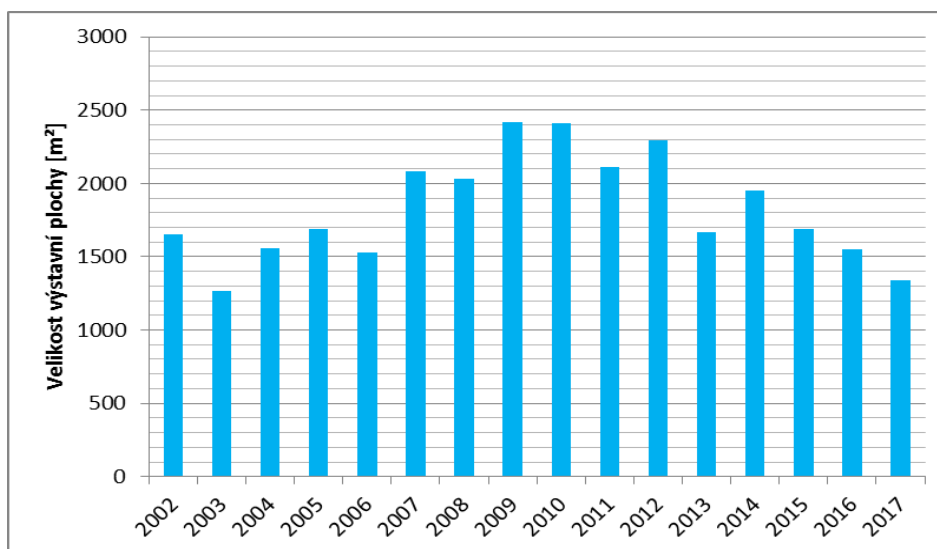
(zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Také letní etapy výstavy se účastní tuzemští i zahraniční vystavovatelé (obr. 18). Nejvyšší počet vystavovatelů byl zaznamenán v roce 2010, kdy jich celkem přijelo 225, z toho 196 tuzemských a 29 zahraničních. Naopak nejméně vystavovatelů se zúčastnilo s hodnotou 141 osob v roce 2003. Zahraniční vystavovatelé se stejně jako v případě jarní etapy Flory začali podílet na letní etapě výstavy Flora Olomouc až od roku 2004 a činí z ní výstavu mezinárodního charakteru.



**Obr. 18:** Vývoj počtu vystavovatelů Flory Olomouc – letní etapy v letech 2002–2017  
(zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Nejvíce výstavní plochy ve sledovaném období (obr. 19) bylo výstavou zabráno v letech 2009 a 2010, kdy výstavní plocha činila téměř 2 420 m<sup>2</sup>. Nad hranicí 2 000 m<sup>2</sup> se pohybovala až do roku 2012. Poté byl zaznamenán pokles velikosti výstavní plochy. Jednou z příčin bylo prostorové a plošné omezení z důvodu rekonstrukce pavilonu A a jeho okolí a s tím související pokles počtu vystavovatelů. Klesající tendence je patrná i v následujících letech sledovaného období.



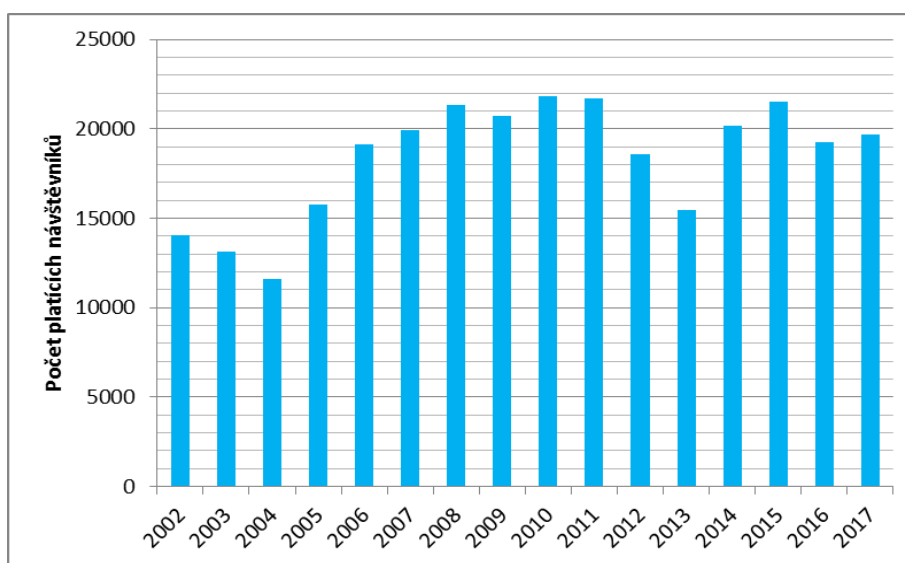
**Obr. 19:** Celková čistá výstavní plocha Flory Olomouc – letní etapy v letech 2002–2017  
(zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)



## FLORA OLOMOUC, podzimní etapa

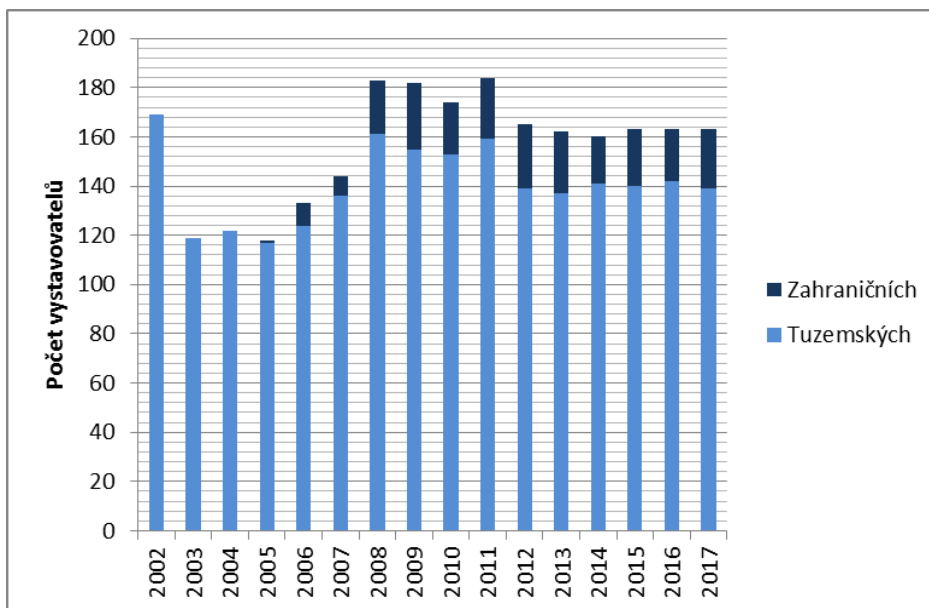
Podzimní Flora Olomouc, původně Hortikomplex, se koná současně s Podzimními zahradnickými trhy a festivalem gastronomie a nápojů Olima (Výroční zpráva, 2016).

Také u podzimní etapy Flory Olomouc je návštěvnost značně proměnlivá (obr. 20). Nejvyšší počet platících návštěvníků byl zaznamenán v letech 2010 a 2011 s hodnotou téměř 22 000 osob. Oproti tomu nejnižší návštěvnost s počtem 11 606 platících návštěvníků měla podzimní etapa výstavy v roce 2004. V posledních dvou letech se návštěvnost výstavy pohybuje těsně pod hranicí 20 000 osob.



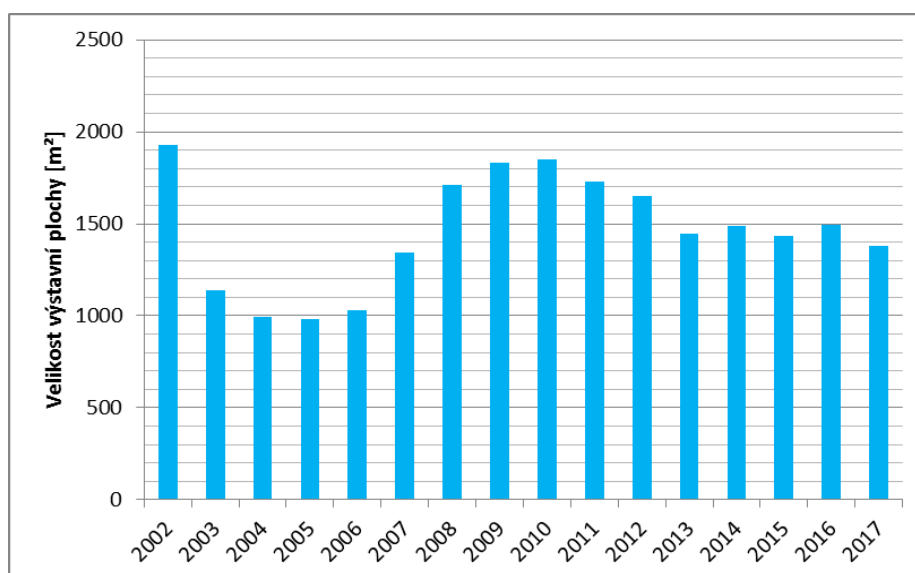
**Obr. 20:** Vývoj počtu platících návštěvníků Flory Olomouc – podzimní etapy v letech 2002–2017 (zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Celkový počet vystavovatelů (obr. 21) zahrnuje opět jednotlivce z celé České republiky, i ze zahraničních zemí, jako např. Slovenska, Maďarska, Polska či Rakouska. Přes 180 vystavovatelů se účastnilo podzimní etapy výstavy v letech 2008, 2009 a 2011. Naopak nejméně jich bylo zaznamenáno v letech 2003–2005, pouze kolem 120. V posledních šesti letech se jejich počet ustálil na hodnotách kolem 160 vystavovatelů. Podzimní etapy Flory se zahraniční vystavovatelé začali účastnit až od roku 2005, což je o rok později, než v případě jarní a letní etapy. I podzimní Flora je tedy řazena do kategorie mezinárodních výstav.



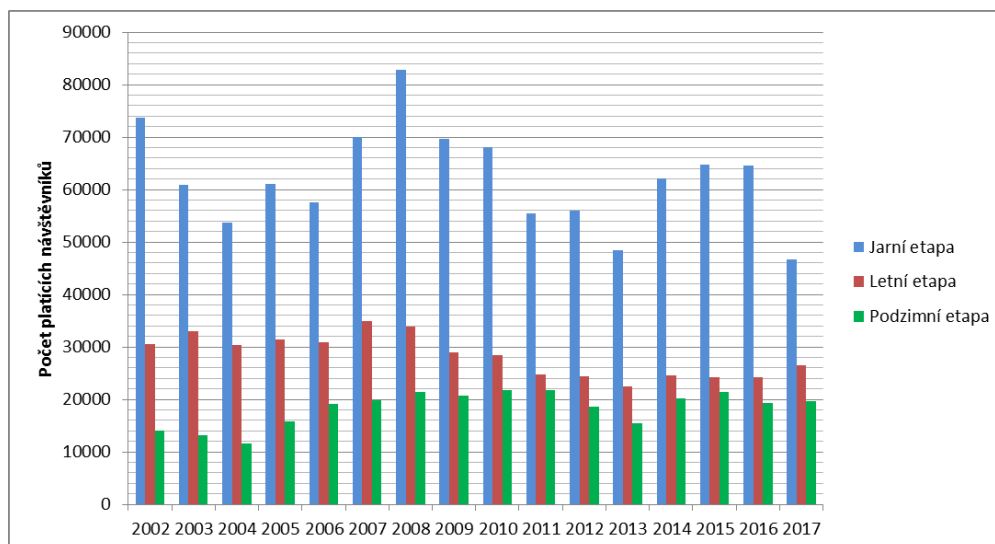
**Obr. 21:** Vývoj počtu vystavovatelů Flory Olomouc – podzimní etapy v letech 2002–2017 (zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Největší výstavní plochu (obr. 22) o velikosti 1930 m<sup>2</sup> zaujímala výstava v roce 2002. Od roku 2003 do roku 2005 je patrný pokles velikosti zabrané výstavní plochy, který souvisí s úbytkem počtu vystavovatelů. Od roku 2006 se velikost výstavní plochy postupně navyšovala a nad hranici 1500 m<sup>2</sup> se udržela až do roku 2012. Poté můžeme pozorovat spíše klesající tendenci a ustálení velikosti zabrané plochy pod hranici 1500 m<sup>2</sup>.



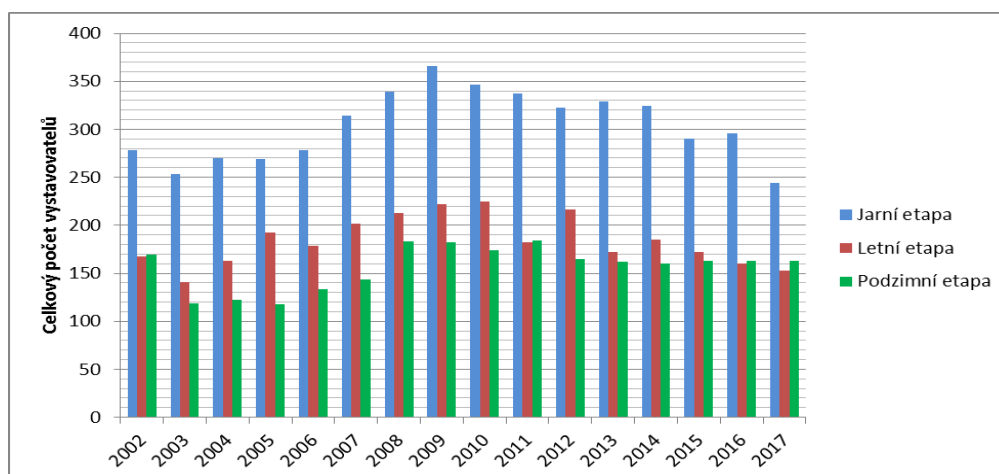
**Obr. 22:** Celková čistá výstavní plocha Flory Olomouc – podzimní etapy v letech 2002–2017 (zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Při porovnání návštěvnosti všech etap mezinárodní výstavy Flora Olomouc (obr. 23) je patrné, že největší popularitě se těší jarní etapa výstavy. Druhou nejvyšší návštěvností disponuje letní etapa a nejnižší počet návštěvníků každoročně zavítá na etapu podzimní.



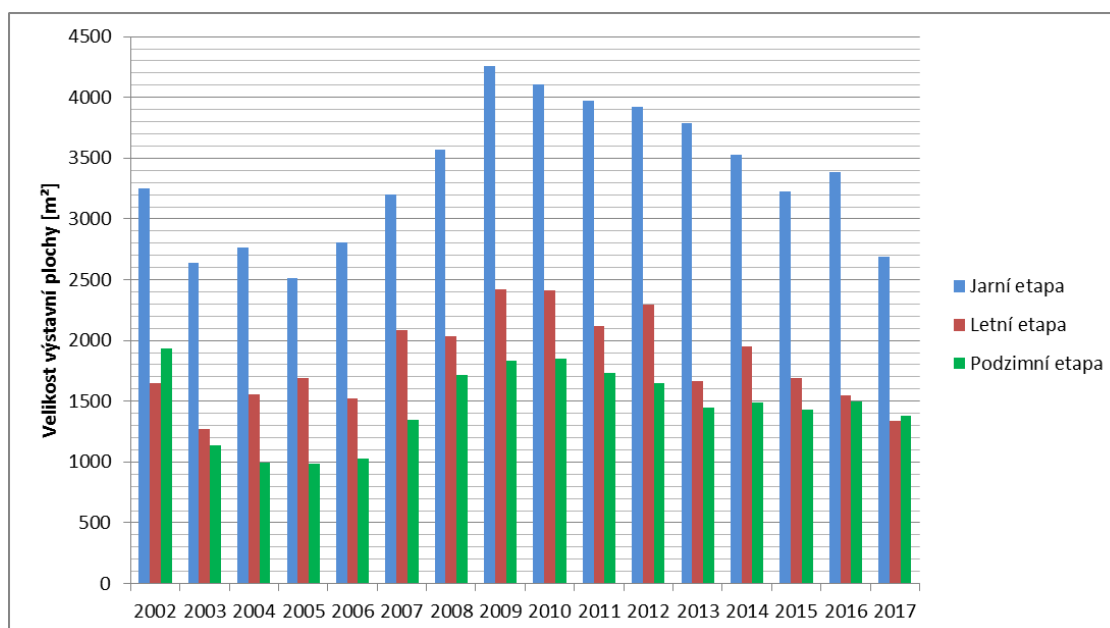
**Obr. 23:** Srovnání počtu placících návštěvníků výstavy Flora Olomouc v letech 2002–2017 (zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Jednoznačně nejvyšším počtem vystavovatelů (obr. 24) disponuje v celém sledovaném období jarní etapa Flory. Letní etapa vykazuje ve srovnání s etapou podzimní ve většině případů vyšší počet vystavovatelů. Výjimku tvoří roky 2002, 2011, 2016 a 2017, ve kterých vyšší účast vystavovatelů převládá v podzimní etapě.



**Obr. 24:** Srovnání celkového počtu vystavovatelů výstavy Flora Olomouc v letech 2002–2017 (zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

Při srovnání z hlediska velikosti výstavní plochy (obr. 25) jí opět nejvíce zabírá jarní etapa Flory. Letní etapa využívala v porovnání s podzimní větší výstavní plochu ve všech letech sledovaného období, kromě let 2002 a 2017.



**Obr. 25:** Srovnání velikosti výstavní plochy výstavy Flora Olomouc v letech 2002–2017

(zdroj: Audit veletržních a výstavních dat, 2002–2017; vlastní zpracování)

### 7.1.2 Výstavní a veletržní akce organizované externími partnery

Výstavnický úsek zabezpečuje kromě pořádání vlastních výstavních a veletržních akcí také realizaci externích zakázek v areálu VFO. Pro příklad můžeme zmínit prodejní výstavu akvariálních ryb a chovatelských potřeb „Aquatera“, která probíhá čtyřikrát ročně a nabízí zboží bezmála 80 prodejců z České republiky i Polska. Tradiční je také hospodářská výstava zemědělských strojů a zvířat „Dožínky Olomouckého kraje“, jež pořádá ve Smetanových sadech a pavilonech G, H Agrární komora Olomouckého kraje. K dalším zajímavým akcím můžeme zařadit výstavu exotického ptactva „Exota Olomouc“, „Mezinárodní výstavu koček“, tradiční jarní a podzimní stavební veletrh „Stavotech“ či „Garden Food Festival“ (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).

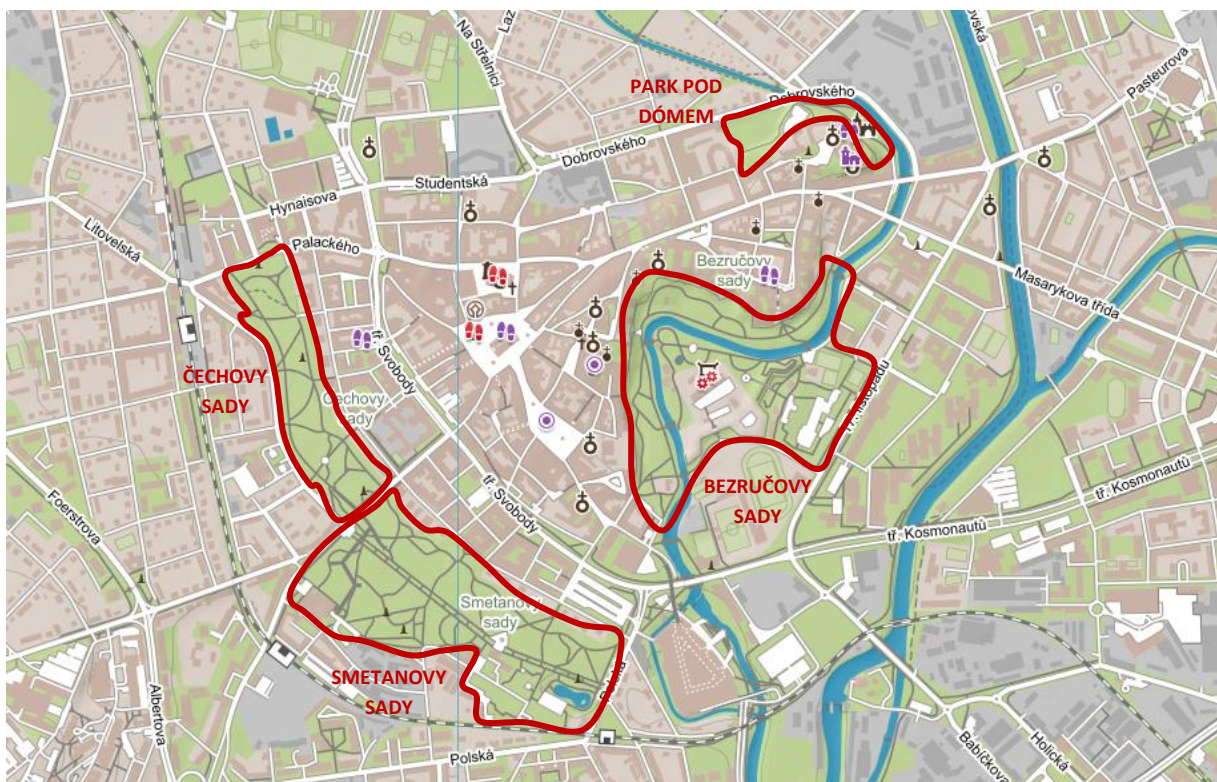
### 7.1.3 Ostatní kulturní akce

Třetí kategorií akcí jsou ostatní kulturní akce. Kromě výstav a veletrhů umožňuje VFO pořádat také sportovní, společenské a kulturní akce. Jedná se o plesy, koncerty, kongresy apod. V hlavním pavilonu A se pravidelně uskutečňují nejrůznější plesy, např. „Městský bál“, „Ples KDU-ČSL“ či „Ples mezi květy“, který již pátým rokem pořádá VFO. Z dalších zajímavých akcí můžeme jmenovat pravidelné promenádní koncerty, které se od června do září konají v hudebním pavilonu Smetanových sadů. Ze sportovních akcí je zajímavý např. světový šampionát v latinsko-amerických tancích „OK Dance“ či běžecký závod „Olomoucký ½ Maraton“ (Výroční zpráva, 2016). Soupis všech uspořádaných akcí v areálu VFO v letech 2016 a 2017 znázorňují Přílohy 1 a 2.

Při srovnání akcí pořádaných Výstavištěm Flora a akcí externích pořadatelů, pro které VFO pronajímá prostory, je patrné, že z hlediska počtu akcí převažují události pořádané externími partnery. Naopak z hlediska návštěvnosti mají vyšší počet návštěvníků vlastní akce pořádané Výstavištěm Flora (Uhlíř, 2018).

## 7.2 Údržba a správa veřejných parků

Výstaviště Flora je statutárním městem Olomouc pověřeno i správou, péčí a údržbou městských veřejných parků. Na starosti má veřejné parky Čechovy sady, Smetanovy sady, Bezručovy sady a Park pod Dómem (obr. 26). Ve správě je v současné době plocha o výměře 39,1 ha, přičemž parková zeleň zaujímá 37,2 ha, z níž 31,4 ha tvoří trávnickové plochy.



**Obr. 26:** Olomoucké městské parky ve správě Výstaviště Flora Olomouc, a.s. (zdroj: Mapy.cz, vlastní zpracování)

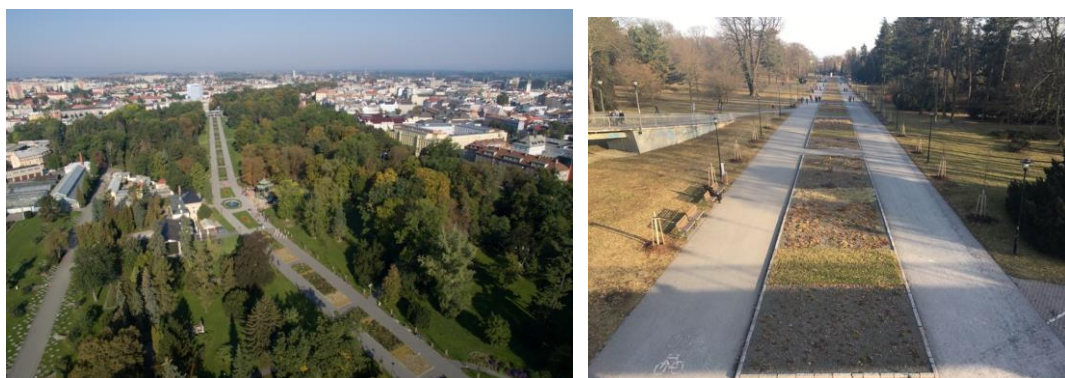
Největším a nejstarším parkem v Olomouci, o který se VFO stará, jsou Smetanovy sady. Nachází se v západní části města kolem první parkové plochy ve městě - Rudolfovy aleje. Rudolfova alej, která vznikla již v roce 1820, je hlavní dominantou parku. Od jejího založení ale došlo již k několika úpravám a změnám ve výsadbě. První změna od počátku výsadby nastala v roce 1866, kdy byla alej zničena vlivem prusko-rakouské války znovu vysazena jírovci a lipami. V roce 1919 došlo k ořezům korun stromů do tvaru vysokých rovných zelených stěn a tato podoba je známá až do roku 2008 (obr. 27). V letech 2009–2012 byla přestárlá a nemocná alej postupně zcela obnovena a vysazena pouze jírovci. Zdravotní stav jírovců se ale v roce 2015 zhoršil a město bylo nuceno přistoupit k opětovnému vykácení aleje, ke kterému došlo na jaře



2016. Stromy jírovců byly nahrazeny výsadbou odolnější lípy velkolisté a další výsadba a následná péče je plánovaná i v roce 2018, kdy s náklady na obnovu aleje pomůže dotace z Operačního programu Životní prostředí (obr. 28) (Výstaviště Flora Olomouc, 2016).



**Obr. 27:** Rudolfova alej před obnovou (zdroj: Tichák, 2008)



**Obr. 28:** Rudolfova alej v současnosti (zdroj: Statutární město Olomouc, 2012; Lenka Zemánková, 2018)

Dalším parkem v péči Výstaviště Flora jsou Čechovy sady s rozlohou 7,7 ha. Park, který vznikl ve 30. letech 19. století, byl podobně jako Rudolfova alej po prusko-rakouské válce obnoven. Dnes jsou zde mimo jiné vysázeny vzácné dřeviny jasanu ztepilého a jasanu úzkolistého. Mezi olomoucké historické parky patří také Bezručovy sady, jejichž tradice sahá do konce 19. století. Park je situován pod městskými hradbami s rozlohou 11,3 ha. Výsadbu zde tvoří mimo tradiční dřeviny např. metasekvoje čínská nebo liliovník tulipánokvětý. Péče zahrnuje také malý Park pod Dómem o rozloze 1,1 ha, který se nachází pod hradbami Olomouckého hradu. I zde nalezneme zajímavé dřeviny, např. kaštanovník setý, katalpu trubačovitou či javory stříbrné (Olomoucké městské parky, 2016).

Výstaviště Flora Olomouc, a.s. má v rámci smlouvy s Magistrátem města Olomouce na starosti správu a údržbu městských parků, kde provádí zejména tyto činnosti:

- provoz veřejného osvětlení,
- údržbu komunikací (splachování, zametání, opravy),
- obnovu dopravního značení cyklistických stezek,
- instalaci a údržbu mobiliáře,
- správu a údržbu dětských hřišť,
- údržbu vodních ploch a provoz fontán a
- dopravu a likvidaci odpadů.

Městské parky jsou významnou a nenahraditelnou součástí města. Jejich důležitost pro město je patrná z hlediska mnoha funkcí, které parky plní. Nejenom, že mají pozitivní vliv na kvalitu života obyvatel v jinak zastavěném prostředí města, ale také příznivě působí jako místo aktivního i pasivního odpočinku a zdravotní rekreace. Významná je i ekologická funkce, estetická a kulturní funkce, které přispívají ke zvýšení atraktivnosti města. Parky zde plní také funkci výstaviště. Právě přítomnost unikátního parkového areálu, ve kterém najdeme historické části, ale i moderní zahradní architekturu doplněnou expozicemi zahradního výstavnictví, vytváří velmi cennou značku FLORA Olomouc.

Velký význam parků pro VF dokazuje i jedna ze základních vizí, kterou se společnost snaží naplnit. Jde o **revitalizaci parkového areálu**, o niž se VF snaží prostřednictvím mnoha projektů. Největším projektem realizovaným v posledních letech je „Revitalizace zeleně v parcích“, součástí kterého byla provedena „Obnova výsadeb stromů a záhonů v Rudolfově aleji – I. etapa“. Dále byla provedena II. etapa projektu „Obnova oranžerie“, při které byl opraven starý palmový skleník, u něž hrozilo zřícení. S revitalizací parkového areálu souvisí také otevření nově zrekonstruovaného rozária po dokončení projektu „Obnova rozária – I. etapa“. Důležitou součástí obnovy a revitalizace parkového areálu je i připravovaná Územní studie Výstaviště Flora Olomouc, v rámci které jsou plánovány projekty „Územní studie Smetanovy sady“ a „Územní studie Botanická zahrada“ (Výroční zpráva, 2016).



### 7.3 Péče o sbírkové skleníky, rozárium a botanickou zahradu

Další činností Výstaviště Flora Olomouc je péče o sbírkové skleníky ve Smetanových sadech. Skleníky jsou jednou z významných turistických nabídek cestovního ruchu Olomouckého kraje. Areál zahrnuje čtyři skleníky, které se řadí mezi největší a nejzajímavější v České republice. Největším a zároveň nejstarším z nich je **palmový skleník**, který vznikl v letech 1927–1930. Řadí se mezi kulturní památky České republiky a nabízí k vidění přes 50 druhů palem, různé druhy sukulentních rostlin i krásné ibišky, orchideje, jasmín a mnoho dalších rostlin kvetoucích téměř po celý rok. Floru navíc doplňuje také exotická fauna v podobě ptáků, hadů, želv či ještěrů. Sbírkou kaktusů a sukulentů obsahuje **kaktusový skleník**, který je možné navštívit po celý rok. Na něj navazuje **tropický skleník** s rozkvetlými liánami, lekníny či jasmínem. Posledním přístupným skleníkem je **subtropický** neboli citrusový **skleník**, ve kterém najdeme rostliny původem z Malé Asie a Středomoří, např. citrusy, fíkovníky, kaki apod. (Sbírkové skleníky, 2016).

Pečování o sbírkové skleníky má na starosti oddělení sbírkových skleníků, jehož náplň činnosti zahrnuje i mnoho dalších aktivit. Jedná se např. o aranžování významných plesů (Ples Univerzity Palackého, Městský ples, Ples mezi květy), výzdobu obřadní síně, péči o květiny v budovách radnice nebo aranžmá květin pro jubily. Důležitou činností oddělení je v neposlední řadě také aranžování zahradnických výstav Flora Olomouc (Výroční zpráva, 2016).

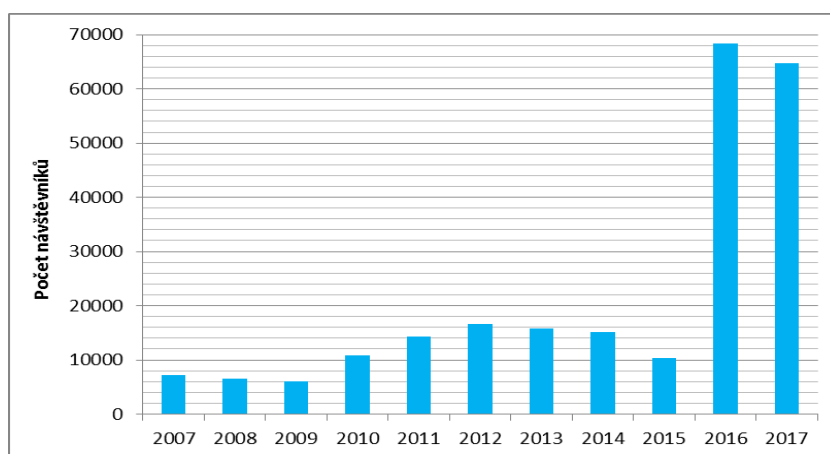
Výstaviště Flora Olomouc dále pečuje o botanickou zahradu v areálu Korunní pevnůstky v Bezručových sadech. Parkový areál, který byl určen pro pořádání mezinárodních květinových výstav, vznikl v 60. letech 20. století. Součástí areálu je Alpinum s expozicemi zakrslých jehličnanů, Zahrady národů a krátkodobé přírodní expozice tvořené jarními i letními rostlinami kvetoucími podél břehu Mlýnského potoka. V roce 2011 zde byla vybudována další venkovní expozice s názvem Zahrada smyslů pro nevidomé. Na tvorbě se podílel architekt Ivan Otruba a zahrada je jednou ze tří svého druhu v České republice.

Součástí aktivit Výstaviště Flora je i péče o rozárium, jež vzniklo počátkem 70. let 20. století a je součástí botanické zahrady. S rozlohou 3,5 ha je druhým největším svého druhu v České republice a vidět zde můžeme sbírku přesahující 3000 keřů růží.

Díky tomu můžeme rozárium považovat za významnou ukázkou moderní zahradní architektury u nás i ve střední Evropě. Obnova rozária proběhla v roce 2015 v rámci projektu „Obnova rozária – I. etapa“ a připravován je v současné době také projekt „Obnova rozária – II. etapa“. Hlavní snahou je vytvořit moderní městský park pro rekreaci obyvatel města (Výstaviště Flora Olomouc, 2016)

Botanická zahrada i rozárium jsou často využívány i pro nejrůznější vzdělávací akce určené především dětem a rodičům. Jsou zde pořádány např. ve spolupráci s Domem dětí a mládeže Olomouc, Policií České republiky či s centrem ekologických aktivit města Olomouce – Sluňákov. Dále zde probíhají např. prohlídky i praxe studentů odborných škol (Výroční zpráva, 2016).

Botanická zahrada i rozárium se v posledních letech těší velké oblibě, což dokazuje i jejich návštěvnost znázorněná na obr. 29. Data o návštěvnosti botanické zahrady a rozária jsou dostupná od roku 2007, kdy se počet návštěvníků pohyboval kolem 7000 za rok. Mezi lety 2014–2015 došlo k poklesu návštěvnosti o 4832 osob. Pokles byl zapříčiněn tím, že v roce 2015 byla otevřena pouze botanická zahrada z důvodu rekonstrukce rozária v rámci projektu „Obnova rozária – I. etapa“. Naopak prudký nárůst návštěvnosti mezi lety 2015–2016 je zapříčiněn faktem, že do roku 2015 byl vstup do botanické zahrady a rozária zpoplatněn, ale od roku 2016 je již vstup zdarma. V letech 2016 a 2017 se tak počet návštěvníků pohyboval nad hranicí 60 000 osob.



**Obr. 29:** Návštěvnost botanické zahrady a rozária Výstaviště Flora Olomouc v letech 2007–2017 (zdroj: Uhlíř, 2018; vlastní zpracování)

## 7.4 Ostatní činnosti

Výstaviště Flora Olomouc se podílí také na realizaci celé řady projektů a zakázek u nás i v zahraničí. Prvním příkladem úspěšného a velmi zajímavého propojení floristické tvorby a historických památek je projekt „Rozkvetlé památky Olomouce“, který se koná v průběhu podzimní etapy výstavy Flora Olomouc již od roku 2013. Jde o společný projekt, který organizuje VFO ve spolupráci s olomouckými farnostmi a díky svému originálnímu tématu i pojetí u nás nemá obdoby. Hlavním účelem projektu je vyzdobení významných kulturních a architektonických památek v Olomouci, kterých je zde díky bohaté historii města nespočet, a představit tak floristickou tvorbu široké veřejnosti jinou formou (obr. 30). Na tvorbě květinových dekorací se podílí mezinárodní týmy floristů včetně floristů z VFO. V rámci projektu bývají vyzdobeny kostely sv. Michala, sv. Mořice, Panny Marie Sněžné a Zvěstování Páně, katedrála sv. Václava či kaple sv. Jana Sarkandera (Floristika Plus, 2017).



**Obr. 30:** Květinová výzdoba v kapli sv. Jana Sarkandera a v katedrále sv. Václava  
(zdroj: Výstaviště Flora Olomouc, 2016)

Dalším příkladem projektu, na kterém se VFO podílí, je projekt „Zaparkuj – oživujeme veřejný prostor“ (obr. 31). Hlavním organizátorem je Univerzita Palackého Olomouc s podporou Statutárního města Olomouc a VFO. Projekt vznikl v roce 2013 díky iniciativě zástupců univerzity, jejíž studenti se podle vzoru fungování v zahraničí snažili o oživení olomouckých parků, především Bezručových, Smetanových a Čechových sadů. Záměrem projektu je oživit parkové prostory pořádáním kulturních, sportovních, společenských a vzdělávacích akcí, které jsou nízkorozpočtové a veřejnosti volně přístupné. Studenti i zaměstnanci univerzity tak ve svém volném čase organizují např. letní filmové promítání v Bezručových sadech, tancovačky v altánu Smetanových sadů, koncerty, sportovní aktivity, kvízy pod širým nebem, výtvarné dílny pro děti nebo

literární čtení. V rámci univerzitního projektu je v provozu půjčovna stolních a deskových her, sportovního vybavení či piknikových košů ve spolupráci s kavárnou Coffee Library. Městské parky představují velký potenciál a město se tímto snaží podpořit veškeré aktivity, které by vedly k jejich oživení a využívání nejen studenty, ale i širokou veřejností (Zaparkuj, 2017).



**Obr. 31:** Logo projektu „Zaparkuj – oživujeme veřejný prostor“ (zdroj: Zaparkuj, 2017)

Zaměstnanci olomouckého výstaviště se účastní i realizace zahraničních zakázek. V rámci Mezinárodního zahradnického veletrhu v rakouském Tullnu se pracovníci podílejí na vytvoření celé hlavní expozice v Donauhalle. Největší výstava květin v Evropě se koná na výstavišti Tulln v Rakousku na konci srpna a VFO se každoročně účastní její realizace již od roku 2004 (Výroční zpráva, 2016).

## **8 ROLE VÝSTAVIŠTĚ FLORA V ROZVOJI MĚSTA OLOMOUCE**

Z provedené analýzy současné činnosti VFO v předchozí kapitole vyplývá několik významných oblastí, na které má výstaviště vliv. Aktivity VFO ovlivňují jednak kvalitu životního prostředí ve městě, dále přispívají k vytváření celkové image města a ke zvyšování jeho atraktivity z hlediska cestovního ruchu. V neposlední řadě svou činností obohacuje kulturní a společenský život ve městě a zachovává tradici výstavnictví, kterou se snaží posílit a rozvíjet.

### **8.1 Kvalita životního prostředí ve městě**

VFO svoji správou, péčí a údržbou veřejných parků přispívá ke zlepšení životního prostředí ve městě. Konkrétně pečuje o Smetanovy, Čechovy, Bezručovy sady a Park pod Dómem. Parky a zeleň obecně jsou velmi důležité pro každé město, a právě v jejich správě a údržbě hraje VFO velmi důležitou roli. Ojedinelý parkový areál, který je historicky spjat s městem Olomouc, nabízí příjemné zázemí nejen pro venkovní volnočasové aktivity ale i odpočinek. Městské parky tak celkově zkvalitňují život obyvatel ve městě a zvyšují jeho atraktivitu. Dobře zachovalý a udržovaný parkový prstenec, obklopující historické jádro města, může hrát v budoucnu významnou roli a lze ho využít jako konkurenční výhodu nejen pro výstavnictví, ale i pro město samotné. Podobné zázemí nemá ve srovnání s jinými městy v České republice obdoby, tudíž ho lze považovat za jednu z důležitých předností.

### **8.2 Image a propagace města**

Další význam VFO pro město je patrný v oblasti image a propagace. Zahradnická a květinová mezinárodní výstava a veletrh Flora Olomouc je považována za důležitou událost, která svým způsobem reprezentuje město i celý region. Tradice květinových výstav přispívá k vytváření image města a jeho celkového vnímání v rámci České republiky i zahraničí. VFO se dlouhodobě snaží o rehabilitaci zahradnického výstavnictví a o to, aby výstavnický areál i akce v něm pořádané opět reprezentovaly město jako dříve známé „město květin“. VFO by tak mohlo být využito pro propagaci a marketing města a ke zlepšení jeho image, díky čemuž by se město stalo atraktivnější především v oblasti cestovního ruchu.

### **8.3 Cestovní ruch**

VFO hraje důležitou roli také v oblasti cestovního ruchu. Díky pořádání výstavních a veletržních akcí má velký význam především v oblasti kongresového cestovního ruchu. Areál výstaviště přispívá k nabídce vhodných prostor, budov a zařízení pro realizaci kongresového cestovního ruchu v Olomouci, čímž zvyšuje atraktivitu města pro potenciální pořadatele konferencí, kongresů a výstav. Veletrhy a výstavy také zvyšují turistickou nabídku města a lze je do budoucna vnímat jako konkurenční výhodu pro město. Po dobu konání veletrhů a výstav VFO také pomáhá naplňovat kapacitu ubytovacích zařízení ve městě.

Díky péči VFO o sbírkové skleníky, rozárium a botanickou zahradu můžeme vnímat tato místa jako zajímavou turistickou destinaci rozšiřující i tak bohatou nabídku stávajících turistických cílů ve městě. To vše může zajistit příliv nových návštěvníků do Olomouce i celého regionu.

Výstaviště také přispívá k rozvoji nových forem cestovního ruchu, kterými jsou dle Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce na období 2014–2020 (2014) např. gastronomický cestovní ruch. V areálu VFO dochází v posledních letech k pořádání gastronomických akcí, jako např. festival gastronomie a nápojů „Olima“ či „Garden Food Festival“. Druhou potenciální oblastí rozvoje by mohl být svatební cestovní ruch. Výstaviště nabízí možnost pořádání svateb jednak v prostředí parků, ale i v palmovém skleníku, rozáriu či botanické zahradě. Součástí služeb je také aranžování květinové výzdoby či zajištění cateringu v místní restauraci A.

### **8.4 Kulturní a společenský život ve městě**

Význam pro město spočívá také v rozšiřování nabídky kulturních, vzdělávacích a společenských akcí. Po rekonstrukci a přestavbě hlavního pavilonu A v letech 2012–2013 došlo k velkému nárůstu celkového počtu uspořádaných akcí v areálu VFO. Výstavní, veletržní ale i ostatní kulturní akce se tak mohou konat nejen v krytých pavilonech výstaviště, ale i na venkovních a parkových plochách. Hlavním místem pro realizaci většiny akcí ale stále zůstává hlavní pavilon A, jehož využitelnost včetně příprav a likvidace akcí stoupla na 200 dní v roce 2015 a 256 dní v roce 2016. Součástí akcí je většinou také bohatý doprovodný program, který zpestří nabídku kulturního vyžití ve městě.

## 8.5 Tradice

Tradice květinových výstav je s Olomoucí spjatá již od roku 1958. I dnes je však výstava a veletrh Flora Olomouc stěžejní a nejnavštěvovanější akcí pořádanou výstavištěm. VFO se proto snaží o zachování více než 50 leté tradice výstavnictví, kterou je potřeba i nadále rozvíjet a do budoucna by se mohla v mnoha ohledech zlepšovat.

Od 90. let 20. století se VFO potýkalo s úpadkem a podoba některých chátrajících částí výstaviště nebyla příliš reprezentativní. Situace se zlepšila např. s rekonstrukcí a dostavbou hlavního výstavního pavilonu A, ale i přes to v areálu nadále zůstávají pavilony v ne příliš reprezentativní podobě, které by zasloužili modernizaci. Jedním z příkladů, které by pomohly zlepšit současné postavení VFO, je zvětšit velikost a kvalitu kryté výstavní plochy, která není dostačující a znevýhodňuje tak výstaviště oproti konkurenci jiných měst. Většímu rozvoji VFO by pomohlo také zvýšit kapacitu parkování a počet odstavných míst.

S častou kritikou se setkávají také zahradnické a květinové výstavy Flora, jejichž estetika při využívání prostoru často nekoresponduje s hlavní květinovou tematikou akce. To dokazuje také vlastní zkušenost zachycená při výstavě „Flora Olomouc – letní etapa“ na fotografiích v příloze 3. Velké množství komerčních stánků, které svým zbožím tematicky neodpovídají výstavě zaměřené na květiny a zahradnictví, připomíná místy tržiště. Na tento problém již dlouhodobě upozorňuje také spolek „Zachraňme Floru“, který usiluje o rehabilitaci květinových výstav v Olomouci již od svého založení v roce 2013. Určitá komerce mezinárodních květinových výstav Flora Olomouc je jistě jedním z hledisek, které by se do budoucna mohly zlepšit a posílit tak roli VFO a atraktivitu jeho výstav na celorepublikové úrovni.

## 9 VÝSTAVIŠTĚ FLORA A JEHO PERSPEKTIVY DO BUDOUČNA

Výstaviště Flora Olomouc má velký potenciál využití do budoucna. Dle rozhovoru s ředitelem VFO Ing. Jiřím Uhlířem (2018) se chce společnost do budoucna zaměřit na dvě hlavní hesla. Prvním je snaha o **revitalizaci městských parků**, které jsou pro město unikátní a vytváří velmi cenné prostředí nejen pro výstavnictví v Olomouci. Druhým důležitým směrem je **rehabilitace zahradnického výstavnictví v Olomouci**, na základě kterého chce VFO uspořádat v roce 2025 Mezinárodní zahradnickou výstavu.

Existuje mnoho vizí a plánů, jejichž naplnění by výrazně zvýšilo význam a celkovou atraktivitu VFO pro město i celý region. Město Olomouc si nechalo vypracovat územní studii, která popisuje, jak by v budoucnu olomoucké výstaviště společně se Smetanovými sady mohly vypadat. Město své plány, záměry a vize týkající se VFO zahrnuje také v rozvojových a strategických dokumentech. Jedná se především o „Strategii rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2014–2020“ nebo připravovaný „Strategický plán rozvoje města Olomouce v období 2017–2023“.

### 9.1 Územní studie Výstaviště Flora Olomouc

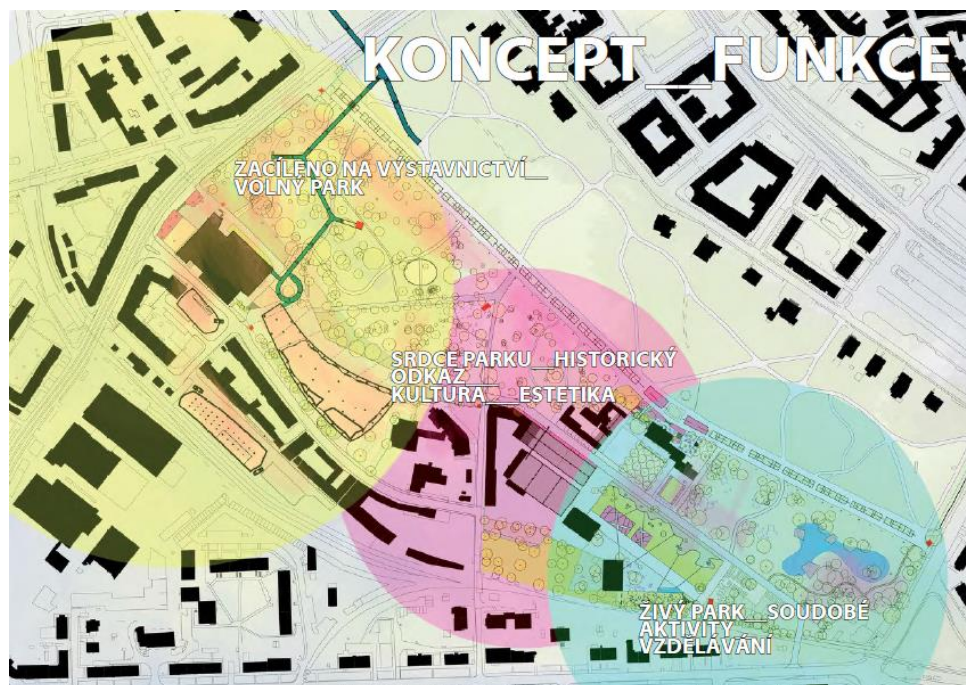
Územní studie je územně plánovacím podkladem, který se zabývá uspořádáním určitého území či lokality. Autorem územní studie, která byla představena koncem roku 2017, je architekt Zdeněk Sandler. Cílem územní studie je změnit podobu Smetanových sadů a VFO tak, aby mohlo dojít k rozvoji areálu a umožnit realizaci výstavnictví nadměstského významu. Smyslem studie je obnovit areál způsobem, který by umožňoval reprezentativní představení zahradní a krajinářské architektury a využil tak potenciál historických parků se stoletými stromy, který je pro město unikátní (Štědrá, 2017).

Plánovaná územní studie se zabývá jižní částí Smetanových sadů, kde se od 50. let minulého století nachází výstavnický areál VFO. Největšímu rozvoji se výstavy i celý areál těšili v 60. a 70. letech, kdy byla prezentace tehdejší zahradnické kultury na vysoké úrovni. Postupem času však došlo ke snižování nákladů na údržbu výstaviště a areál postupně chátral. Dnes jsou již některé jeho části velmi zastaralé (např. pavilony E, G, H) a neplní stále rostoucí požadavky pro výstavnickou činnost. Také současný



stav zeleně je na mnoha místech po zdravotní stránce nevyhovující a výsadba některých dřevin není nejvhodněji zvolená. Problémem je i dopravní řešení vlivem polohy výstaviště v blízkosti historického centra. To vše se plánovaná územní studie snaží zlepšit a přichází s návrhy, které mají VFO pozvednout a využít jeho potenciál pro rozvoj cestovního ruchu i ke zvýšení kvality života obyvatel ve městě.

Územní studie je koncipována do třech oblastí (viz obr. 32). V jižní části Smetanových sadů navrhuje vytvořit živý městský park, ve kterém by díky přebudování dosluhujících pavilonů G a H vznikl prostor rodinám s dětmi i pro sportovní a volnočasové aktivity. Druhá zóna by měla tvořit historické a kulturní centrum s tradičními skleníky či fontánou. Třetí oblast areálu je určena pro výstavnictví a navrhuje vybudování nového expozičního pavilonu zahradního umění, který by plnil současné požadavky výstavnictví (Pavilon B). Jedná se o návrh polyfunkčního objektu, který by mohl být využíván nejen pro výstavnictví, ale i kulturní, společenské, sportovní a vzdělávací akce. Plánovaný pavilon B by měl mít podobu skleněné fasády v kombinaci se zelení, včetně jedinečné střešní zahrady. Vizualizace objektu je znázorněna na obr. 33 (Územní studie VFO, 2018).



**Obr. 32:** Navrhované funkce Smetanových sadů (zdroj: Územní studie VFO, 2018)

V připravované územní studii se pracuje také s dopravním řešením současného areálu a jeho začleněním do struktury města. Vlivem stávajících možností je plánováno propojit udržitelné formy dopravy, zejména stávající sítě městské hromadné dopravy a principu „Park and ride“ (neboli zaparkuj a jeď) prostřednictvím plánovaných záchytných parkovišť na okraji města. V rámci návrhu se zvažuje i možnost využít stávající železniční trať pro provoz vlakotramvaje (Územní studie VFO, 2018).



**Obr. 33:** Vizualizace navrhovaného pavilonu B (zdroj: Územní studie VFO, 2018)

## 9.2 Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2014–2020

Dalším ze základních strategických dokumentů v oblasti cestovního ruchu na úrovni města, je Strategie rozvoje cestovního ruchu. Strategie koncepčně vychází ze strategických dokumentů na úrovni Olomouckého kraje, konkrétně z „Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje 2014–2020“, na celorepublikové úrovni pak z „Koncepte státní politiky cestovního ruchu ČR 2014–2020“ (Strategické dokumenty, 2002–2018).

V souvislosti s VFO a veřejnými parky ze strategie vyplývají opatření a směry, kterými chce město v budoucnu cestovní ruch rozvíjet. Jednou z hlavních rozvojových priorit je „Rozvoj nových turistických cílů, revitalizace, rekonstrukce stávajících“ do které spadá opatření s názvem „Rozvoj parků, Výstaviště Flora Olomouc, a.s.

*a údržba veřejných ploch*“. VFO patří společně s parky k významným a hojně navštěvovaným turistickým cílům města. Tímto opatřením chce město např. vystavět nové pavilony či mobiliář v parcích. Řeší také problém s parkováním návštěvníků v době konání výstav, bez něhož není možné zvýšit návštěvnost hlavních zahradnických a květinových výstav. Aktivity zahrnují i stav a údržbu veřejné zeleně nebo květinovou výzdobu ve městě.

Druhou z rozvojových priorit cestovního ruchu města je *„Rozvoj turistické infrastruktury a služeb“*, jejíž součástí je opatření *„Podpora kongresové a incentivní turistiky“*. Cílem je podpořit město jako místo s vysokým potenciálem pro kongresový cestovní ruch a zvýšit kvalitu nabízených kongresových sálů a center (Marek et al., 2014).

### **9.3 Strategický plán rozvoje města Olomouce 2017–2023**

Střednědobý rozvojový dokument popisuje klíčové rozvojové oblasti a směry, kterými se město bude do budoucna ubírat. Na novém strategickém plánu se pracuje již od roku 2016 a v prosinci 2017 byl schválen Zastupitelstvem města Olomouce (Strategický plán, 2016). Pro výčet strategických cílů a plánů byla využita pracovní verze dokumentu poskytnutá pro účely této práce.

Z dokumentu vyplývá kromě již výše zmíněných návrhů a plánů např. potenciál využít areál VFO do vzdělávacích programů pro děti i dospělé a zařadit do výuky venkovní expozice ve formě vodního jezírka, experimentálních záhonů či ekologické zahrady. Dále je uvažováno o zvýšené spolupráce mezi vědou a praxí v podobě využití zelených technologií v areálu výstaviště, např. v oblasti ekologického hospodaření s dešťovou vodou. Cílem je také rozvíjet spolupráci s odbornými firmami z regionu a využít služby drobných podnikatelů zaměřených např. na výrobu mobiliářů, zahradnictví či vodohospodářské technologie. Ve strategickém plánu je podporována také snaha vybudovat jednotnou značku města, jakožto města květin a zeleně, k čemuž VFO významným způsobem přispívá (Strategický plán rozvoje města Olomouce, 2017).

## ZÁVĚR

Kongresový cestovní ruch jakožto specifický druh cestovního ruchu má pro město Olomouc velký potenciál. Podpora a rozvoj kongresového cestovního ruchu je jednou z priorit města již několik let, což dokládá nabídka vhodných prostor, budov a zařízení pro jeho realizaci. Kongresový cestovní ruch byl zkoumán na konkrétním příkladu společnosti Výstaviště Flora Olomouc, která má významné a velmi zásadní postavení v této oblasti především z historického hlediska. Dlouholetá tradice zahradnických a květinových výstav spojených s unikátním parkovým areálem zde proslavuje město již od roku 1958.

Hlavním cílem práce bylo zhodnotit vliv VFO na rozvoj města Olomouce na základě analýzy současné činnosti, kterou VFO vykonává. Z analýzy vyplývá, že hlavní činností je pořádání výstavních, veletržních a ostatních kulturních akcí. Jejich počet se začal výrazněji navyšovat po rekonstrukci hlavního výstavního pavilonu A v letech 2012–2013 a v posledních letech se v areálu VFO koná zhruba 180 akcí za rok. Nárůst dokazuje také rostoucí využitelnost hlavního pavilonu, která v roce 2016 činila 256 dní za rok. Nabídku pořádaných akcí tvoří nejčastěji výstavy, veletrhy, společenské akce, koncerty, plesy, kongresy apod.

Mezi nejnavštěvovanější akce řadíme vlastní výstavní a veletržní akce organizované společností VFO, na které každoročně zavítá přes 120 000 platících návštěvníků. Ve sledovaném období let 2002–2017 se v průměru konalo 16 akcí za rok, přičemž v posledních třech letech došlo k ustálení na počtu 14 uskutečněných akcí za rok. Nejméně vlastních veletržních a výstavních akcí bylo realizováno v roce 2013 v důsledku rozsáhlé rekonstrukce hlavního pavilonu. Naopak nejvíce akcí VFO uspořádalo v roce 2007 s počtem 19 akcí. V průběhu modernizace pavilonu A byl také zaznamenán nejnižší počet vystavovatelů v letech 2012–2013 z důvodu omezené kryté výstavní plochy.

Vlastní veletržní a výstavní akce pořádané společností VFO jsou velmi různorodé a lze je zařadit do 10 výstavních oborů. Nejvíce akcí tematicky spadá do kategorie zahradnických a květinových výstav, které jsou pro výstaviště stěžejní. Významný podíl akcí byl zaměřen také na vzdělávání či oblast bydlení a životní styl. Menší podíl je dále zastoupen v oblastech zdravotnictví, gastronomie, cestovní ruch, sport, chovatelství či

modelářství. Při zhodnocení všech vlastních výstavních a veletržních akcí ve sledovaném období je patrná pravidelnost některých akcí. Každoročně se konala např. výstava „Tourism Expo“, „For Model“, jarní a letní etapa zahradnické výstavy Flora Olomouc či „Vánoce Flora“. Je nutné podotknout, že tyto akce mají mnohem delší tradici, než zachycuje námi sledované období a patří tak ke stálé nabídce programu ve společnosti. Naopak k novým výstavám přibyla v roce 2016 „Chovatelská výstava – Mláďata“ nebo veletrh „Moravia Sport Expo“ konající se k příležitosti běžeckého závodu Mattoni ½ Maratonu Olomouc od roku 2014.

Vlastní veletrhy a výstavy se liší také délkou svého trvání. Zatímco nejvíce akcí se uskutečňuje v délce tří a čtyř dnů, nejmenší zastoupení mají akce jednodenní. Při porovnání s akcemi organizovanými externími partnery je tomu přesně naopak, jelikož VFO nejčastěji pronajímá plochu pro krátkodobé, zpravidla jednodenní akce. Z hlediska velikosti využití části areálu je nejvytíženější výstavní pavilon A. Důvodem je fakt, že patří k prozatím nejmodernějším pavilonům a nabízí největší krytou výstavní plochu v areálu VFO. Výstaviště pořádá různorodé akce také z hlediska prostorového dosahu. Nejvíce jich má regionální dosah. Za akci mezinárodního významu lze považovat především nejtradičnější zahradnickou výstavu „Flora Olomouc“, kde se pravidelně představují vystavovatelé např. ze Slovenska, Maďarska, Polska či Rakouska.

Největší význam z hlediska pořádaných akcí Výstavištěm Flora mají jarní, letní a podzimní etapa Flory Olomouc. Jednotlivé etapy se od sebe liší např. návštěvností, přičemž největší popularitě se ve sledovaném období těšila jarní etapa, naopak nejméně osob navštívilo Floru podzimní. Jarní etapa výstavy dominuje také z hlediska celkového počtu vystavovatelů i velikosti výstavní plochy.

Role a postavení VFO ve městě Olomouc je v poslední době velmi diskutované téma. Význam Výstaviště není pouze v pořádání akcí, kterými obohacuje společenský a kulturní život. Údržbou a správou veřejných parků, péčí o botanickou zahradu, rozárium a sbírkové skleníky zlepšuje kvalitu životního prostředí a podporuje příliv návštěvníků. V neposlední řadě navazuje na dlouholetou tradici zahradnického výstavnictví díky výstavě Flora Olomouc. To vše jasně dokazuje, že VFO má svou

nezastupitelnou roli a význam pro město. Nyní je pouze na něm, zda bude tento potenciál i nadále rozvíjen a využit ve prospěch a další rozvoj města také do budoucna.

## **SUMMARY**

Flora showground Olomouc is a showground of Olomouc city, which has great importance with respect to the congress tourist industry. It is well-known because of its long-standing tradition of gardening and flower exhibitions famous for the city since 1958. The showground has great potential to be used for the future.

The main aim of my thesis was to evaluate areas in which the Flora influences the life and development of Olomouc city. Thesis deals with the main activities of showground, their benefits to the city, as well as their impact to present and future development of the city. The Flora's main business is to organise trade fairs, exhibitions and other cultural events that goes to the amount of 180 events annually. That includes also exhibitions, social events, concerts, balls, congresses etc.

The most frequently visited are events organised by T Flora showground itself which are visited by over 120 000 visitors annually charged for entrance fee. The events are very various and can be divided into 10 exhibition categories. The biggest field comprises the area of gardening and flower exhibitions that are crucial for the showground. But the significance of events restricted on educations, housing or lifestyle should not be ignored. Trade fairs and exhibitions also vary in length, they are organised most frequently as 3 or 4 days events, on the contrary the minority is held as just one-day events. With the concern to the use of premises, the hall A is the most frequently used hall because it is the most modern hall with the biggest surface for exhibitions. The most events had also impact on the regional development of area, but international exhibitions are also organised, among them the exhibition "Flora Olomouc" should be mentioned.

The function of Flora showground is recently a very discussed topic. The showground influences quality of environment, it enriches social and cultural life, increases the number of incoming visitors and moreover it continues to the long-lasting tradition of gardening exhibitions. Many plans and visions were presented, to help Flora showground to increase its attractiveness for the city and region to the future. The company Flora showground wants to concentrate on revitalization of city parks and rehabilitation of gardening exhibitions in Olomouc. It is up to the city if this potential will be used or not.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

### Tištěné zdroje

*Audit veletržních a výstavních dat, 2002 -2017.* AMASIA EXPO.

*Floristika Plus: Rozkvetlé památky, 2017.* Praha: Profi Press, 5. ISSN 1805-1359.

FORET, Miroslav, 2002. *Vystavujeme na veletrhu: jak expozici připravit a realizovat, aby splnila všechny požadované cíle.* Praha: Computer Press. Praxe manažera (Computer Press). ISBN 80-722-6645-4.

KŠÍR, Josef, 1973. *Olomoucké sady a parky.* Olomouc: Vlastivědný ústav v Olomouci.

*Olomouc: Kongresová turistika, 2016.* Olomouc: Statutární město Olomouc. ISBN 978-80-87602-45-4.

*Olomouc, 2011a.* Olomouc: Statutární město Olomouc. ISBN 978-80-87602-04-1.

*Olomouc: Stay overnight, 2011b.* Olomouc: Statutární město Olomouc.

ORIEŠKA, Ján a Martina PÁSKOVÁ, 2004. *Kongresový cestovní ruch.* V Praze: Idea servis. ISBN 80-859-7045-7.

ORIEŠKA, Ján a Martina PÁSKOVÁ, 2006. *Kongresový a incentivní cestovní ruch.* Praha: MAG Consulting. ISBN 80-867-2420-4.

PAVLŮ, Dušan, Monika HRUBALOVÁ a Jana GIRGAŠOVÁ, 2009. *Veletrhy a výstavy: kultura, komunikace, multimedialita, marketing.* Praha: Professional Publishing. Manažer. ISBN 978-80-86946-38-2.

*Profil města Olomouce, 2016.* Olomouc: Statutární město Olomouc.

*Strategický plán rozvoje města Olomouce: Pracovní verze, 2017.* MEPCO. Olomouc.

VYSEKALOVÁ, Jitka, Monika HRUBALOVÁ a Jana GIRGAŠOVÁ, 2004. *Veletrhy a výstavy: efektivní prezentace pro úspěšný prodej.* Praha: Grada. Manažer. ISBN 80-247-0894-9.

TICHÁK, Milan, 2008. *Flora Olomouc 1958-2008: rozkvetlé půlstoletí.* Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc. ISBN 978-80-254-1784-3.



ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

### Elektronické zdroje

*Analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2016* [online], 2017. Praha: AMASIA EXPO [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: [http://www.euroexpo.cz/upl/sova/100028s\\_ANALYZA\\_ceskeho\\_veletrznihho\\_trhu\\_2016.pdf](http://www.euroexpo.cz/upl/sova/100028s_ANALYZA_ceskeho_veletrznihho_trhu_2016.pdf)

*Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau* [online], 2014. [cit. 2017-11-21]. Dostupné z: <http://www.mojeconvention.eu/>

*Czech Convention Bureau* [online], 2012. [cit. 2017-11-25]. Dostupné z: <http://www.czechconvention.com/>

*Česká televize: iVysílání* [online], 2014. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10320835092-udalosti-v-regionech-plus-ostrava/414231100020710-udalosti-v-regionech-plus/titulky>

FINANCE.CZ, Jak se Češi staví k výstavnictví. *ČTK* [online]. 10. 11. 2005 [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/jak-se-cesi-stavi-k-vystavnictvi/156961>

GALVASOVÁ, Iva, 2008. *Průmysl cestovního ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [cit. 2018-03-24]. ISBN 978-80-87147-06-1. Dostupné z: [http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl\\_CR.pdf](http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf)

HALA, Vojtěch, *Olomouc 2017 - kandidát Evropské město sportu* [online]. 31. srpna 2016 [cit. 2017-05-26]. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/20096>

*Incheba Expo Bratislava* [online], 2012. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: [http://www.incheba.sk/sk.html?page\\_id=120#&panel1-2](http://www.incheba.sk/sk.html?page_id=120#&panel1-2)

*Mapy.cz* [online], 2018. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=17.0333000&y=49.9500010&z=11>

MAREK, Ivan, 2014. *Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2014 - 2020: Analytická část* [online]. Olomouc: m-ARK Marketing a reklama [cit. 2018-02-03]. Dostupné z: [http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/17\\_/17470/strategie\\_rozvoje\\_cr\\_14-20\\_analyticka\\_cast.cs.pdf](http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/17_/17470/strategie_rozvoje_cr_14-20_analyticka_cast.cs.pdf)

MAREK, Ivan, et al., 2014. *Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2014-2020* [online]. Olomouc: m-ARK Marketing a reklama [cit. 2018-04-01]. Dostupné z: [http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/17\\_/17470/strategie\\_rozvoje\\_cr\\_14-20\\_navrhova\\_cast.cs.pdf](http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/17_/17470/strategie_rozvoje_cr_14-20_navrhova_cast.cs.pdf)

MIKSA, Ivo, 2007. *Event marketing v cestovním ruchu* [online]. GUARANT International spol. s r.o. [cit. 2017-02-16]. Dostupné z: [http://vyzkumy.czechtourism.cz/0514\\_/event-marketing-v-cestovnim-ruchu](http://vyzkumy.czechtourism.cz/0514_/event-marketing-v-cestovnim-ruchu)

Moravia Sport Expo, *Výstaviště Flora Olomouc* [online]. 2016 [cit. 2017-09-13]. Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/akce/moravia-sport-expo#pro-navstevniky>

Olomoucké městské parky, 2016. *Výstaviště Flora Olomouc* [online]. [cit. 2018-02-28]. Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/areal/olomoucke-mestske-parky>

PETŘÍČKOVÁ, Lucie, *Podpora rozvoje kongresového a incentivního turismu v regionech ČR* [online]. 5. 4. 2007 [cit. 2017-11-02]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/podpora-rozvoje-kongresoveho-a-incentivniho-turismu-v-regionech-cr/>

*Program rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2008-2013* [online], 2007. Olomouc: Oddělení cestovního ruchu Magistrátu města Olomouce [cit. 2017-10-20]. Dostupné z: <http://tourism.olomouc.eu/b2b/strategy-documents/cs>

*Regionální centrum pokročilých technologií a materiálů* [online], 2017. [cit. 2017-06-12]. Dostupné z: <http://www.rcptm.com/cs/>

*Sakrální památky.cz* [online], 2017. [cit. 2017-10-20]. Dostupné z: <http://www.sakralnipamatky.cz/>

Sbírkové skleníky, *Výstaviště Flora Olomouc* [online]. 2016 [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/areal/sbirkove-skleniky>

*Statutární město Olomouc: oficiální informační portál* [online], 2012. Magistrát města Olomouce [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/>

Strategické dokumenty, c2002-2018. *Tourism.olomouc.eu* [online]. [cit. 2018-03-26]. Dostupné z: <http://tourism.olomouc.eu/b2b/strategy-documents/cs>

Strategický plán, 2016. *Měníme Olomouc* [online]. Statutární město Olomouc [cit. 2018-03-26]. Dostupné z: <https://menimeolomouc.eu/strategickyplan>

SVOBODOVÁ, Hana, Eduard HOFMANN a Antonín VĚŽNÍK, 2013. *Vybrané kapitoly ze socioekonomické geografie České republiky* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2017-11-27]. Dostupné z: [https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/js13/geograf/web/skripta/SE\\_geografie\\_CR.pdf](https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/js13/geograf/web/skripta/SE_geografie_CR.pdf)

ŠEVČÍK, David, *Evropské město sportu v poločase* [online]. 28. června 2017 [cit. 2017-09-29]. Dostupné z: <http://olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/21330>

ŠPERKOVÁ, Kateřina, *System vnitřní struktury akciové společnosti po rekonstrukci - dualistická a monistická struktura řídicích orgánů* [online]. 6. 5. 2014 [cit. 2018-01-21]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/system-vnitri-struktury-akciové-spolecnosti-po-rekonstrukci-dualisticka-a-monisticka-struktura-ridicich-organu-94068.html>

ŠTĚDRÁ, Radka, 2016. *Olomouc získala titul Evropské město sportu 2017* [online]. 9. listopadu 2016 [cit. 2017-05-25]. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/20452>

ŠTĚDRÁ, Radka, 2017. *Územní studie Výstaviště Flora Olomouc* [online]. 6. prosince 2017 [cit. 2018-03-26]. Dostupné z: <http://www.olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/21901>

*Tourism.olomouc.eu* [online], c2002-2017. [cit. 2017-10-04]. Dostupné z: <http://tourism.olomouc.eu/welcome/cs>

*Veletrhy a výstavy v ČR* [online], 18. 1. 2010 [cit. 2018-01-30]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Fakta-o-CR/Ekonomicka-fakta/Veletrhy-a-vystavy-v-CR>

*Výstaviště Flora Olomouc* [online], 2016. [cit. 2018-01-28]. Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/>

*Výstaviště Floria Kroměříž* [online], 2018. [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <http://www.vystavistefloria.cz/>

*Zahrada Čech s.r.o.* [online], 2016. Litoměřice [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.zahradacech.cz/>

*Zaparkuj: oživujeme veřejný prostor* [online], 2017. [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://zaparkuj.upol.cz/>

## **Výroční zprávy**

*Výroční zpráva* [online], 2002. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2003. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2004. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2005. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2006. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2007. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2008. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2009. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2010. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2011. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2012. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2013. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2014. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2015. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-03-23].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

*Výroční zpráva* [online], 2016. Olomouc: Výstaviště Flora Olomouc [cit. 2018-02-07].  
Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/vyrocní-zpravy>

### **Seznam kontaktovaných osob**

Ing. Jiří Uhlíř – ředitel společnosti Výstaviště Flora Olomouc

Ing. Eva Fuglíčková – obchodní náměstkyně společnosti Výstaviště Flora Olomouc

Ing. Kateřina Havlová – vedoucí oddělení propagace společnosti Výstaviště Flora Olomouc

## **PŘÍLOHY**

## **SEZNAM PŘÍLOH**

### **Vázané přílohy:**

- Příloha 1** Seznam všech akcí pořádaných v areálu Výstaviště Flora Olomouc v roce 2016
- Příloha 2** Seznam všech akcí pořádaných v areálu Výstaviště Flora Olomouc v roce 2017
- Příloha 3** Fotodokumentace z akce „Flora Olomouc – letní etapa“ 2016

**Příloha 1** Seznam všech akcí pořádaných v areálu Výstaviště Flora Olomouc v roce 2016

**Zdroj:** Fuglíčková, 2018

Datum akce	Název akce
8. - 9.1.	MĚSTSKÝ BÁL
13. - 14.1.	VOLANSKI - PRODEJ KONFEKCE
15.1.	PLES CÍRKEVNÍ GYMNÁZIUM NŘ
16.1.	AQUATERA
16.1.	PLES SZŠ - E. PÖTTINGEA
22. - 24.1.	TOURISM EXPO
30.1.	MISTROVSTVÍ ČR V LATINSKO AMERICKÝCH TANCÍCH
5.2.	PLES SŠ LOGISTIKY A CHEMIE
6.2.	PLES KDU ČSL
7.2.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
8. - 10.2.	ŠKOLENÍ MAPEI
12.2.	PLES GYMNÁZIUM HEJČÍN
13.2.	PLES GYMNÁZIUM HEJČÍN
14.2.	VALENTÝNSKÝ BĚH
17. - 19.2.	KONFERENCE A VEČÍREK AXA
20.2.	ROCKOVÝ PLES
26.2.	PLES FLORY, TSMO, ZOO, MEZI KVĚTY
27.2.	AQUATERA
27.2.	TANEČNÍ BÁL
27.2.	WINTER RUN 2016
28.2. - 7.3.	BERNSTEINOVA MŠE - V.DYK
6.3.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
11. -13.3.	FOR MODEL
16.3.	VÝPRODEJ MARTINEK
22. - 27.3.	VÍTÁME JARO - PRODEJNÍ VÝSTAVA
25.3.	49. ročník Olomoucké dvacítky v chůzi
31.3. - 2.4.	STAVOTECH
3.4.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
8.4.	38. ročník Běhu výstavištěm Flora
13.4.	18. JUNIORSKÝ MARATON
13.4.	LETOVÉ UKÁZKY S DRAVCI
21. - 24.4.	FLORA OLOMOUC JARNÍ ETAPA
21. - 24.4.	JARNÍ ZAHRADNICKÉ TRHY
21. - 24.4.	HORTIFARM
28.4.	KONDIČNÍ BĚHY PRO DĚTI
1.5.	1.MÁJ S ČSSD
1.5.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
2.5.	KONCERT RAMONA VARGASE



7.5.	AQUATERA
7.5.	BARVÁM NEUTEČEŠ - BĚH 5 KM
8.5.	AUTÍČKA NA DÁLKOVÉ OVLÁDÁNÍ
11.5.	BĚH - MEMORIÁL JIŘÍHO HRONKA
12.5.	VESELICE PRO SENIORY
13.5.	MEGAKONCERT
14.5.	DEN V POHYBU
14. - 15.5.	GARDEN FOOD FESTIVAL
16. - 17.5.	PRODEJNÍ AKCE
21.5.	JOY RUN - ASISTOVANÝ BĚŽECKÝ ZÁVOD
21. - 22.5.	OK DANCE OPEN 2016
25.5.	SMEJKALOVKY POMÁHAJÍ - běh, dětský den
26.5.	KONDIČNÍ BĚHY PRO DĚTI
29.5.	DĚTSKÝ DEN S NBO
1. - 2.6.	BIDVEST TOUR
3. - 4.6.	SVÁTKY PÍSNÍ
4.6.	JEDEN BĚH NESTAČÍ
5.6.	PROMENÁDNÍ KONCERT
5.6.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
11.6.	RUN TOUR
12.6.	PROMENÁDNÍ KONCERT
14.6.	SLAVATA TRIATLON TOUR
17.6.	RODINY S DĚTMI SE SLUCHOVÝM POSTIŽENÍM
19.6.	TÁTAFEST
19.6.	PROMENÁDNÍ KONCERT
23.6.	KONDIČNÍ BĚHY PRO DĚTI
24.6.	DEN ZEMĚ
24.6.	3. ROČNÍK OLOMOUCKÉ ŠTAFETY NA VOZÍČKU
24.6.	ROZÁRIUM V NOVÉM
24. - 25.6.	MORAVIA SPORT EXPO
25.6.	OLOMOUCKÝ 1/2 MARATON
26.6.	PROMENÁDNÍ KONCERT
3.7.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
3.7.	PROMENÁDNÍ KONCERT
10.7.	PROMENÁDNÍ KONCERT
11. - 15.7.	PŘÍMĚSTSKÝ TÁBOR
17.7.	PROMENÁDNÍ KONCERT
18. - 22.7.	PŘÍMĚSTSKÝ TÁBOR
18. - 22.7.	1. TURNUS TÁBORA SLACKLINE
22. - 23.7.	19. HANÁCKÉ OKRUH
23.7.	FIREMNÍ (UZAVŘENÁ) AKCE NESTLE
24.7.	PROMENÁDNÍ KONCERT
25. - 29.7.	PŘÍMĚSTSKÉ ŘEMESLNÉ A VĚDECKÉ TÁBORY

26.7.	ME NESLYŠÍCÍCH SPORTOVců
30.7.	GALAVAČER FLAMENCA
31.7.	PROMENÁDNÍ KONCERT
1. - 5.8.	PŘÍMĚSTKÉ ŘEMESLNÉ A VĚDECKÉ TÁBORY
1. - 5.8.	PŘÍMĚSTSKÝ TÁBOR
6.8.	Rychlobruslení - Tempířský rej
7.8.	ZAHRADNÍ SALÓN
7.8.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
7.8.	PROMENÁDNÍ KONCERT
13.8.	Viktor Šebesta FLAMENCO
14.8.	PROMENÁDNÍ KONCERT
15. - 19.8.	2. TURNUS TÁBORA SLACKLINE
18. - 21.8.	FLORA OLOMOUC LETNÍ ETAPA
18. - 21.8.	LETNÍ ZAHRADNICKÉ TRHY
18. - 21.8.	VÝZNÁNÍ RUŽÍM
21.8.	PROMENÁDNÍ KONCERT
27.8.	SVATBA
28.8.	PROMENÁDNÍ KONCERT
1.9.	Rezervace p. Jelínek
2. - 3.9.	VÝSTAVA DROBNÉHO HOSP. ZVÍŘECTVA - MLÁĎATA
3.9.	INDIÁNSKÁ VESNICE
4.9.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
4.9.	PROMENÁDNÍ KONCERT
8. - 9.9.	DNY EVROPSKÉHO DĚDICTVÍ - Balet Bubeníček
10.9.	UNIVERZITNÍ AKCE
10.9.	KOLOBĚŽKY
10. -12.9.	BEZPEČNÁ CESTA DO ŠKOLY
11.9.	PROMENÁDNÍ KONCERT
13.9.	FESTIVAL NAD OBLAKY
14.9.	PODPORA TRANSPLANTACE KOSTNÍ DŘENĚ
15.9.	KONCERT THE TAP TAP
? 16.9.	TEAMBULDINGOVÁ AKCE PRO RODIČE S DĚTMI
17. - 18.9.	DOŽÍNKY OLOMOUCKÉHO KRAJE
20.9.	BURZA PRÁCE A VZDĚLÁVÁNÍ
22.9.	KONDIČNÍ BĚHY PRO DĚTI
24.9.	AQUATERA
25.9.	Jízda gentlemanů motorek
27.9.	HIP - HOP
28.9.	Hanfós, Hanácký folklorní spolek
29.9.	SVÁTEK SENIORŮ
1.10.	Rezervace p. Jelínek
1.10.	VYŠLÁPNĚTE SI S MAMMAHELPKAMI
2.10.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM

3.10.	ZDRAVÉ SRDCE HANÉ
6.10.	Rezervace p. Jelínek
(4.) 7. - 9.10.	EXOTA OLOMOUC
7.10.	KONDIČNÍ BĚHY PRO DĚTI
11.10.	Martínek kůže
15.10.	NIGHT RUN OLOMOUC A AVON BĚH
20. - 23.10.	FLORA OLOMOUC PODZIMNÍ ETAPA
20. - 23.10.	PODZIMNÍ ZAHRADNICKÉ TRHY
20. - 23.10.	OLIMA
29.10.	AQUATERA
3. - 5.11.	STAVOTECH
6.11.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
12.11.	PŘEDNÁŠKA
14.11.	Běh - Diabetes
15.11.	VESELICE PRO SENIORY
18.11.	AKCE ČESKÉ Spořitelny
24.11.	PRODEJNÍ AKCE
26.11.	AQUATERA
26.11.	KONCERT TOMÁŠE KLUSE
3. - 4.12.	MEZINÁRODNÍ VÝSTAVA KOČEK
4.12.	DVĚ MÍLE S ÚSMĚVEM
5.12.	Mikulášský běh
10. - 19.12.	VÁNOCE FLORA

**Příloha 2** Seznam všech akcí pořádaných v areálu Výstaviště Flora Olomouc v roce 2017

**Zdroj:** Fuglíčková, 2018

Datum akce	Název akce
13. - 14.1.	MĚSTSKÝ BÁL
20.1.	PLES CÍRKEVNÍ GYMNÁZIUM NŘ
21.1.	AQUATERA
21.1.	PLES FLORY, TSMO, ZOO
27.1.	Ples průmyslové školy strojnické
28.1.	PLES SZŠ - E. PÖTTINGEA
31.1. - 1.2.	Školení MAPEI
3.2.	PLES GYMNÁZIUM HEJČÍN
4.2.	PLES GYMNÁZIUM HEJČÍN
5.2.	Běžecké závody
10.2.	Moravské divadlo Olomouc
10. - 11.2	TOURISM EXPO
15.2.	AXA pojišťovna
17.2.	PLES SLOVANSKÉHO GYMNÁZIA
18.2.	Ples KDU ČSL
18.2.	WINTER RUN 2017
25.2.	ROCKOVÝ PLES
3.3.	PLES FARMAK
4.3.	TANEČNÍ BÁL
5.3.	Běžecké závody
10. -12.3.	FOR MODEL
19.3.	AQUATERA
30.3.- 1.4.	STAVOTECH
30.3.	Liga stovkařů Olomouc
31.3.	Ukázky japonského šermu
1.- 2.4.	Floristický seminář
1.4.	51. ročník Olomoucké dvacítky v chůzi.
2.4.	Běžecké závody
6.4.	Noční běh pro Světlušku
11.4.	Juniorský maraton FA
20. - 23.4.	FLORA OLOMOUC JARNÍ ETAPA
20. - 23.4.	JARNÍ ZAHRADNICKÉ TRHY
20. - 23.4.	HORTIFARM
1.5..	KISS POINT
1.5.	1.máj s ČSSD
4.5.	KONCERT DYK
6.5.	AQUATERA
6.5.	BARVÁM NEUTEČEŠ - BĚH 5 KM
7.5.	Běžecké závody

10.5.	Běh Memoriál Jiřího Hronka
13.-14.5.	Garden Food festival
20.5.	ACTIVITYFEST OLOMOUC
20.-21.5.	OK- DANCE
24.5.	Světový den orientace
24.5.	Smejkalovky pomáhají III.ročník
25.5.	Veselice seniorů
1.6.	SVÁTKY MĚSTA OLOMOUCE
3.6.	Jeden běh nestačí
4.6.	Běžecké závody
4.6.	Nadační dětský den
4.6.	Promenádní koncert
9.6.	TAMTAM - sluchově postižení setkání
11.6.	Promenádní koncert
13.-14.6.	Mozartova Ukázky dravých ptáků
14.6.	Sportovní akce Obchodní akademie
18.6.	Promenádní koncert
18.6.	Táta fest
20.6.	Slavata Triatlon Tour
23. - 24.6.	MORAVIA SPORT EXPO
23.-24.6.	Vozíčkářská štafeta 2017
25.6.	Promenádní koncert
29.6.	Zaparkuj- Svingová tančírna
2.7.	Běžecké závody
2.7.	Promenádní koncert
3.-7.7.	Tábor - bruslení
9.7.	Promenádní koncert
10.-14.7.	Tábor - bruslení
15.7.	Run Tour
16.7.	Promenádní koncert
17.-21.7.	Tábor - bruslení
23.7.	Církev bratrská v Olomouci - mše
23.7.	Promenádní koncert
24.-28.7.	Tábor - bruslení
29.7.	GALAVAČER FLAMENCA
30.7.	Promenádní koncert
31.7.- 4.8	Tábor - bruslení
6.8.	Promenádní koncert
6.8.	Běžecké závody
7.- 11.8.	Tábor - bruslení
13.8.	Promenádní koncert
17. - 20.8.	FLORA OLOMOUC LETNÍ ETAPA
17. - 20.8.	LETNÍ ZAHRADNICKÉ TRHY
17. - 20.8.	VÝZNÁNÍ RUŽÍM

<b>17.8. - 24.9.</b>	<b>Terakotová armáda</b>
<b>20.8.</b>	Promenádní koncert
<b>23.8.</b>	Akce UP Olomouc
<b>21.-25.8.</b>	HEPA - Inline
<b>26.8.</b>	Svatba
<b>27.8.</b>	Promenádní koncert
<b>26.8. - 31.8.</b>	<b>II.ETAPA TULLN</b>
<b>31.8. - 4.9.</b>	<b>TULLN výstava</b>
<b>28.8. - 1.9.</b>	Tábor - bruslení
<b>2.-3.9.</b>	DOŽÍNKY OLOMOUCKÉHO KRAJE
<b>3.9.</b>	Promenádní koncert
<b>4.-19.9.</b>	Moravská Filharmonie
<b>5.-6.9.</b>	Akce Olomouckého Kraje
<b>9.9.</b>	Pohádkový den s hnutím ANO
<b>10.9.</b>	Promenádní koncert
<b>10.9.</b>	Bohumil Šíp
<b>13.9.-15.9.</b>	SOU Velký Újezd
<b>14.9.</b>	Sportovní den pro seniory
<b>16.9.</b>	Škola Montessori
<b>14.- 17.9.</b>	AKCE PARK
<b>22.9.</b>	Bezpečná cesta do školy
<b>19.9.</b>	FESTIVAL NAD OBLAKY
<b>20.9.</b>	Flora Košt
<b>21.9.</b>	Vitríny Prostějov
<b>21.9.</b>	SVÁTEK SENIORŮ
<b>22.-24.9.</b>	Brázda - kongres
<b>23.9.</b>	AQUATERA
<b>22.-23.9.</b>	Oslavy lesa na Floře
<b>24.9.</b>	Jízda Gentlemanů
<b>28.9.</b>	Tempish Race Olomouc
<b>30.9.</b>	Vyšlápněte si s mamahelpkami
<b>1.10.</b>	Běžecké závody
<b>4.-5.10</b>	Rally Kachničky, Old s COOL- Zaparkuj
<b>5.10.</b>	UP Palackého- akce pro seniory
<b>5. - 8.10.</b>	<b>FLORA OLOMOUC PODZIMNÍ ETAPA</b>
<b>5. - 8.10.</b>	<b>PODZIMNÍ ZAHRADNICKÉ TRHY</b>
<b>5. - 8.10.</b>	<b>OLIMA</b>
<b>14.10.</b>	NIGHT RUN
<b>17.10.</b>	BURZA PRÁCE A VZDĚLÁVÁNÍ
<b>20.10.</b>	Slovanské Gymnázium výročí
<b>21.10.</b>	Slovanské Gymnázium výročí
<b>27.-29.10.</b>	<b>Moravská chovatelská výstava</b>
<b>3.11.</b>	Večírek Česká Spořitelna
<b>5.11.</b>	Běžecké závody

<b>9. - 11.11</b>	STAVOTECH - Moderní dům podzim
<b>14.11.</b>	Běh Diabetes
<b>16.11.</b>	Magnetic Arena (techno)
<b>18.11.</b>	Helena Vondráčková
<b>21.11.</b>	Veselice seniorů
<b>23.11.</b>	Konference olomouckého kraje
<b>24.-26.11.</b>	Výstava železničních modelů
<b>25.11.</b>	AQUATERA
<b>26.11.-1.12.</b>	BIDVEST
<b>3.12.</b>	Běžecké závody
<b>2. - 3.12.</b>	MEZINÁRODNÍ VÝSTAVA KOČEK
<b>7.12.</b>	Večírek magistrátu Olomouce
<b>9.12.</b>	Christmas Night Run
<b>10.12.+11.12</b>	Tarja koncert
<b>15.-20.12.</b>	VÁNOCE FLORA
<b>31.12.</b>	Silvestrovský běh

**Příloha 3** Fotodokumentace z akce „Flora Olomouc – letní etapa 2017“

**Zdroj:** Zemánková, 2017



**Obr. 1:** Ukázka stánkového prodeje s nesouvisející tematikou na výstavě Flora Olomouc – letní etapa v roce 2017 (zdroj: Lenka Zemánková, 2017)