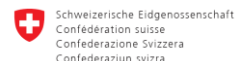




Swiss Contribution



Poročilo o trajnostnih elementih dogodka Olimpijski tek 2012 in priporočila za naslednje dogodke organizatorju Olimpijski komite Slovenije (OKS)

Poročilo pripravili: Gaja Breclj in Špela Kern, Umanotera, Slovenska fundacija za trajnostni razvoj

V Ljubljani, september 2012

Vsebina

Ozadje.....	3
Sprejet akcijski načrt.....	3
Trajnostni elementi Olimpijskega teka 2012 – poročilo o izvedbi in priporočila	5
Zavezanost organizatorja	5
Komuniciranje	5
Mobilnost	6
Zelena pisarna	7
Pogostitev.....	7
Darilo – tehnična majica in ostala vsebina sponzorske vrečke	8
Nagrada - oljčni venček	8
Odpadki	8
Družbeni vidik.....	9
Mini olimpijada.....	9
Ekonomski vidik.....	10
Varovanje narave	10
Hrupno onesnaženje	10
Zapuščina dogodka.....	10

Ozadje

Umanotera in Olimpijski komite Slovenije (OKS) sta se s podpisom *Dogovora o sodelovanju pri dogodku Olimpijski tek* dogovorila o sodelovanju pri organizaciji in izvedbi športnega dogodka Olimpijski tek 2012. OKS je podpisal *Zavezo za organizacijo Olimpijskega teka 2012 po načelih trajnostnega razvoja* ter sprejel *Akcijski načrt športnega dogodka Olimpijski tek 2012* in *Trajnostno politiko športnega dogodka Olimpijski tek 2012*. V teh treh dokumentih sta bila opredeljena načelna zavezanost organizatorja in načrt konkretnih aktivnosti. Poročilo je pripravljeno po zaključenem dogodku Olimpijski tek 2012 in predstavlja pregled izpolnjevanja organizatorjevih zavez in načrta aktivnosti. Podana so tudi priporočila za prihodnje dogodke.

Sprejet akcijski načrt

PODROČJE	AKTIVNOST
zavezanost organizatorja	Zaveza k organizaciji Olimpijskega teka 2012 po načelih trajnostnega razvoja
	Akcijski načrt Olimpijskega teka 2012
	Trajnostna politika športnega dogodka Olimpijski tek 2012
	Določiti jasne cilje dogodka v smislu trajnostnega razvoja za letošnje leto in za prihodnost (vizija)
	Določiti eko managerja Olimpijskega teka 2012, ki bo komuniciral z Umanotero glede akcijskega načrta
	Izobraziti vse v procesu organizacije teka o trajnostnih elementih, ki bodo vključeni
komuniciranje	Priprava komunikacijske strategije
	Otvoritev dogodka - govorniki (predsednik OKS, župan Kopra,...) - poudariti pomen trajnostnega razvoja
	Postaviti po prizorišču slogane (npr. zakaj voda ni v plastenkah ipd)
	Tekom priprave, dogodka in po dogodku - po vseh sklopih ter navznoter in navzven
mobilnost udeležencev in tekmovalcev	Spodbujanje <i>car poolinga</i> udeležencev dogodka
	Poskrbeti za organiziran prevoz bivših olimpijcev z busom (Lj-Koper-Lj) - avtobusni prevoznik izbran po eko kriterijih
	Izlet bivših olimpijcev - ladjica
	Komunicirati urnike javnega prevoza vsem udeležencem
	Zagotoviti varovanje garderobe udeležencev
	Motivirati udeležence, da pridejo na dogodek s čim bolj polnimi avtomobili in s čim manjšim ogljičnim odtisom
zelena pisarna-papir	Prijava on line - vplačilo preko aplikacije
catering	Vsebina celotnega cateringa na osnovi trajnostnih kriterijev (vprašalnik) + povezava z lokalnimi ženskami
	Smiselno narediti načrt, kaj bo upošteevano letos in kaj drugo leto (stopenjsko)
	Okolju prijaznejši pribor, krožniki,... (embalaža iz škroba)

	SKB stojnica s palačinkami - lokalne surovine (jajca, marmelada,mleko...) promocija lokalnih proizvajalcev
darila sponzorjev	Darila naj bodo čim bolj premišljena, trajnostna in uporabna
nagrada	Darilo zmagovalcem - oljčni venček (lokalna izdelava)
odpadki	Zmanjševanje količine odpadkov - predvsem pozornost pri nabavi
	Ločevanje
	Odvoz
	Izobraževanje na samem dogodku ("straža" ob otokih)
družbeni vidik	Omogočiti osebam s posebnimi potrebami dostop do prizorišča, toalet, cateringa, izobraževanja...
	Vabilo za Zvezo za šport invalidov
	Vključiti predstavitev/ delovanja lokalnega okoljskega društva - povezati sponzorje in društvo
	SKB stojnica s palačinkami - lokalne surovine (jajca, marmelada,mleko...) promocija lokalnih proiz.
	lokalni izvajalci (glasbeniki ob progi)
	stojnice z lokalno ponudbo (upoštevati trajnostni kriteriji pri izbiri lokalnih ponudnikov)
Mini olimpijada	lokalno okoljsko društvo - delavnica z vrtci
	ogled športnih veščin - z lokalnimi športnimi društvi
ekonomski vidik	Vključiti lokalne ponudnike (tehnične in ostale storitve, prevozi, nastopajoči) - največ 50 km od prizorišča
zapuščina dogodka	Analiza dogodka in njegovo komuniciranje
	Predati znanje in izkušnje organiziranja trajnostnega dogodka lokalnim organizatorjem in deležnikom (ŠZ Koper, Občina Koper...)

Trajnostni elementi Olimpijskega teka 2012 – poročilo o izvedbi in priporočila

Zavezanost organizatorja

Organizator se je pisno zavezal ter sprejel akcijski načrt in trajnostno politiko športnega dogodka. Določil je tudi Eko managerja dogodka. Jasni cilji v smislu trajnostnega razvoja za letošnji dogodek niso bili opredeljeni kot tudi ne vizija za naprej. Eko manager je sicer skomuniciral ostalim ključnim članom organizacijske skupine zavezo, politiko in akcijski načrt, vendar razumevanje nekaterih članov ni bilo poglobljeno.

PRIPOROČILA:

- Eko manager naj preveri ter razloži pomen in cilje implementacije trajnostnih elementov v procesu organizacije, tako da bodo ključni člani razumeli in sprejeli trajnostne ukrepe. Le tako bo organizator lahko udejanjil svojo zavezo in uspešno izpeljal zastavljeni akcijski načrt.
- Organizator naj se v okviru eko tima zaveže in sprejme tiste elemente akcijskega načrta, ki jih bo tudi izpeljal. Postavitev realnih ciljev je pomembna tudi iz vidika transparentne komunikacije.
- Organizator naj si postavi vizijo dogodka in določi vsakoletne cilje dogodka.
- Vsi udeleženi akterji organizacije morajo biti informirani o trajnostnih elementih dogodka in naj k njim prispevajo tudi s svojimi inovativnimi trajnostnimi rešitvami.

Komuniciranje

Organizator je skupaj z Umanotero pripravil komunikacijsko strategijo, vendar komunikacijskega načrta o komuniciranju trajnostnih elementov ni izpeljal v skladu s predlaganim načrtom. Dogovorjeno je bilo, da se v čim večji meri v komunikacijske kanale (zloženska, zadnja informacija pred tekom, sporočilo za javnost, komunikacija za govornca, poročilo po dogodku, zahvala udeležencem) uvrsti vsebina o trajnostnih elementih dogodka, vendar s strani organizatorja niso bile vse vsebine posredovane Umanoteri v pregled in svetovanje.

Ob otvoritvenem govoru trajnostni elementi niso bili dovolj poudarjeni, velja pa pohvaliti komuniciranje povezovalca glede trajnostnih elementov (hrana, odpadna embalaža...), izpostavljeno komuniciranje fair play-a in poudarek, da je pomembno sodelovati.

Komunikacija na spletni strani kot tudi preko drugih kanalov ni izpostavljala vseh elementov okoljske in družbene odgovornosti, kar je dogodku glede na prizadevnost Eko managerja manjšalo "trajnostni naboj" in ni pritegnilo tekmovalcev ter ostalih udeležencev k akciji.

V akcijskem načrtu je bilo dogovorjeno, da bo organizator s sporočili na tablah in slogani vabil udeležence k ločevanju odpadkov, jih izobraževal o dobrih praksah samega dogodka (ekološka ponudba lokalnih društev, sezonsko sadje, zakaj in kako ločevati odpadke), vendar teh sporočil na prizorišču dogodka ni bilo opaziti.

Povezovalac dogodka je poudarjal dobro prakso sponzorja Laško, ki naj bi v letošnjem letu zmanjšal ogljični odtis svojih plastenek, a velja poudariti, da platenke v nobenem primeru niso okolju prijazne.

Kot težavo je bilo zaznati tudi neresnično oziroma nepreverjeno komunikacijo glede malice za tekmovalce, za katero je povezovalac dejal, da je v celoti "BIO in NARAVNA", a je bil paradižnik za

omako (paradižnikova in mesna) konzerviran, zato opredeljujemo to komunikacijo kot zavajanje udeležencev.

Sicer velja opozoriti, da *BIO* in *NARAVNO* nista prava termina za označevanje živil, ki so okolju in človeku prijaznejša. Pravil termin je *EKOLOŠKO*, za katerim pa mora stati certifikat neodvisne institucije, ki postopek pridelave in predelave certificira po določenih kriterijih.

Transparentna komunikacija je ključni del trajnostnega športnega dogodka, zato je pomembno, da organizator odprto komunicira o trajnostnih elementih, ki so na dogodku prisotni ter tudi o tistih, ki niso.

Umanotera žal ni bila vključena v načrtovanje vsebine letaka in izvedbo oglaševalskih aktivnosti, smo pa organizatorju odsvetovali oglaševanje in uporabe jumboplakatov. Oglaševanje na jumboplakatih ocenjujemo kot nesprejemljivo obliko oglaševanja trajnostnega dogodka, saj z vizualnim onesnaževanjem degradira urbano okolje in krajino, svetlobno onesnažuje, zmanjšuje prometno varnost in spodbuja potrošništvo. Organizator se je zaradi sponzorskega dogovora odločil dogodek oglaševati na jumboplakatih, ki so bili vidni na obcestnih panojih v mestu in na podeželju.

PRIPOROČILA:

- Sponzorski materiali naj ne bodo letaki oziroma brošure, ampak kreativne rešitve, ki podpirajo in komunicirajo trajnostno zgodbo dogodka.
- Komunikacija naj bo odprta in transparentna. Organizator naj komunicira dobre prakse in naj ne navaja trajnostnih elementov, ki niso preverjeni (hrana).
- Netrajnostno oglaševanje na jumboplakatih naj se ukine, organizator naj s sponzorjem najde alternativno rešitev.
- Trajnostne vsebine (aktivnosti, dobre prakse in nagrade) naj bodo enakovredno skomunicirane z ostalimi nagradami, dobrimi praksami in aktivnostmi.

Mobilnost

Iz analize anket, ki jih je na dan dogodka izvajala Umanotera, ugotavljamo, da organizator na področju mobilnosti ni dodobra izkoristil komunikacijskih kanalov za spodbujanje tekmovalcev in obiskovalcev k vožnji z javnim prevozom.

Le okrog 22 % anketiranih udeležencev je opazilo spodbudo na internetni strani Olimpijskega teka, ostali, ki so si ogledali spletno stran (66 % anketirancev), spodbude k uporabi javnega prevoza in *car poolinga* niso opazili.

Analiza anket je pokazala, da so se v glavnem vsi udeleženci pripeljali na dogodek z avtomobilom, razen nekaj motoristov ter zmagovalne ekipe, ki je prišla na dogodek iz Ajdovščine s kolesom. Nekaj udeležencev (7 % anketirancev) je prišlo iz Kopra na prizorišče peš. Zaznali smo še en primer dobre prakse – en udeleženec si je prevoz organiziral preko spletnega mesta www.prevoz.org in tako delil avto s sovozniki ter na ta način zmanjšal vplive na okolje in stroške prevoza.

Za varovanje garderobe tekmovalcev je bilo poskrbljeno, vendar mesto ni bilo označeno in skomunicirano pred dogodkom, tako da udeleženci niso bili seznanjeni z možnostjo varovanja garderobe pred prihodom na dogodek.

V akcijskem načrtu se je organizator zavezal, da bo poskrbel za prevoz olimpijčkov – povabljenih gostov iz Ljubljane (Ljubljana-Koper-Ljubljana), kar je tudi izvedel, vendar avtobus ni bil izbran po eko kriterijih. Izlet olimpijčkov z ladjico je uspel in ga opredeljujemo kot dobro prakso.

Motivacijski element - nagrada za udeleženca, ki je prišel na prizorišče čim bolj okolju prijazno - je bil skomuniciran šele na samem dogodku. Glede na dobro odzivnost udeležencev je bil potencial te nagrade precej večji, če bi jo predhodno komunicirali ter poudarili razglasitev zmagovalcev v tej kategoriji in podelitev nagrade. Nagrado za okolju najbolj prijazen prihod na prizorišče bi bilo potrebno obravnavati enakovredno z ostalimi nagradami (nagrade srečelova so bile bolj bogate in na njih je bil večji poudarek kot na nagradi za trajnostno mobilnost).

PRIPOROČILA:

- Motivacijski element za mobilnost (nagrada) naj bo enakovreden ostalim elementom in naj bo dobro skomuniciran, skupaj z vsemi aktivnostmi, za katere je poskrbel organizator. Poskrbeti je potrebno, da je motivacija dovolj velika, da se udeleženci raje odločijo za javni prevoz, kolo, pešačenje.
- Obveščanje udeležencev glede trajnostne mobilnosti mora imeti večjo vlogo. Udeleženci naj bodo na spletni strani seznanjeni o možnostih prihoda na dogodek jasno in v glavnem meniju dogodka in ne le kot novička.
- Avtobusni prevoznik naj bo izbran glede po eko kriterijih. Ker certifikata za takšne prevoze ni, se lahko vprašalnik z eko kriteriji, ki ga je Umanotera posredovala organizatorju. Za podane podatke jamči prevoznik s svojim imenom, podatki sami pa so preverljivi. Organizator naj odobri prevoznike, ki ustrezajo eko kriterijem, ne glede na potencialno rahlo višjo ceno, saj s tem privarčuje pomemben delež emisij toplogrednih plinov.
- Komuniciranje nagrade za trajnostno mobilnost naj se komunicira že pred dogodkom in na samem dogodku. Predvsem naj se izpostavi pomembnost osvojene nagrade.

Zelena pisarna

Organizator je omogočil registracijo na dogodek preko spleta, kar smo prepoznali kot dobro prakso, saj gre za zmanjšanje porabe papirja in prijaznost do uporabnikov spleta.

PRIPOROČILA:

- Organizator naj razmisli tudi o sistemskem vpeljevanju okolju prijaznejšega delovanja v pisarnah OKS, tako da bodo zaposleni, ki sodelujejo v procesu organizacij športnih dogodkov razumeli in udeležali trajnostne prakse pri svojem delu (okoljska politika in eko tim, učinkovita komunikacija, zeleni ukrepi na področju električne in elektronske opreme, mobilnost zaposlenih, zmanjševanje odpadkov in ločeno zbiranje, zelena nabava pisarniškega materiala, hrane in pijače, ekološka čistila in papir...).

Pogostitev

Ugotavljamo, da je organizator v dobri meri upošteval trajnostne kriterije za pogostitev tekmovanja. Pralni pribor in krožniki so bili zagotovljeni, kar vsekakor velja za dobro prakso, vendar element ni bil izpeljan celostno. Udeleženci dogodka niso bili dovolj dobro seznanjeni, da jim je hrana servirana na krožnikih, ki niso za enkratno uporabo in da naj jih vračajo gostincu. Tako so jih metali v vreče za smeti, gostinsko osebje pa je nato krožnike in vilice pobiralo iz vreč in brskalo med ostanki hrane. Komunikacija takšnih dobrih praks je pri trajnostnih športnih dogodkih ključnega pomena, predvsem zaradi izobraževalnega in ozaveščevalnega pomena.

Kozarci, v katerih so organizatorji ponujali sponzorsko pijačo, so bili tako stekleni kot tudi plastični za enkratno uporabo. Voda je bila v plastenkah, dosegljiva udeležencem ob registraciji in v vrečkah, ki so jih tekmovalci dobili ob registraciji.

Ob registraciji je organizator tekmovalcem ponudil sponzorsko sadje (banane, jabolka in pomaranče). Banane niso bile ne ekološke ne iz pravične trgovine, čeprav sponzor tovrstno sadje v svojih trgovinah

ponuja tudi ekološko. Kot dober primer je za izpostaviti slovenska jabolka, ki jih je sponzor prispeval za dogodek; ta so bila tudi korektno skomunicirana in označena.

Poreklo pomaranč je bilo Egipt – glede na dejstvo, da pomaranče niso ključnega pomena za tekače, bi bilo smotno razmisliti o kakšnem drugem - sezonskem in lokalnem - sadju, ki ga lahko sponzor prispeva.

Malica za tekmovalce je bila sestavljena iz testenin, ki jih je organizator oglaševal kot *BIO*. Termin *BIO* je napačen, uporablja naj se termin *EKOLOŠKI*. Paradižnik za omako (paradižnikova in mesna) je bil konzerviran. Povezovalc je po zvočniku komuniciral, da je malica vsa *BIO* in *NARAVNA*, kar je zavajanje udeležencev.

PRIPOROČILA:

- Plastenke z vodo naj se popolnoma ukinejo (dogovor s sponzorjem o alternativni).
- Pri komuniciranju naj se uporablja prave termine (*EKOLOŠKO* in ne *BIO*), kot dobre prakse naj se komunicirajo sestavine, ki so preverjeno ekološke (certifikati, oznake, dokazila).
- V pogostitev naj se vključi lokalnega ponudnika z lokalno ponudbo in lokalnimi posebnostmi.
- Plastični kozarci za enkratno uporabo naj se popolnoma ukinejo.
- Uporabo krožnikov in pribora za večkratno uporabo naj se poudari kot dobro prakso. Udeležencem je potrebno dati jasna navodila, kako naj ravnajo s krožniki in priborom po uporabi (komuniciranje s tablam, oznakami, posebej označenimi posodami za odlaganje)

Darila sponzorjev

Organizator je vsem tekmovalcev namenil darilno vrečko, kjer je bila poleg reklamnega materiala priložena tudi sponzorska tehnična majica z sloganom "Pusti olimpijsko sled". Slogan je kar "vabil" k nadaljevanju komuniciranja zgodbe glede elementov trajnostnega razvoja - npr. "Pusti čim manjšo okoljsko sled". Tehnična majica, ki ni bila narejena po eko kriterijih, kot so eko tisk in reciklirana plastika, je sicer zelo primeren medij za ozaveščanje z izobraževalnimi slogani in vsebinami.

Vsebina vrečke (tehnična majica, bidon, letaki, srečka za srečelov,...) ni bila domišljena; iz vsebine vrečke bi lahko "zgradili" zgodbo s sporočilom doprinosa dogodka k trajnostnemu razvoju.

PRIPOROČILA:

- Oblikovanju ozaveščevalnih vsebin naj se posveti več časa in energije, saj le dobro skomunicirani in oblikovno privlačni napotki dosežejo svoj ozaveščevalni namen.
- Darila sponzorjev tekačem naj bodo bolj premišljena, trajnostno naravnana in uporabna.

Nagrada - oljčni venček

Izpostaviti velja dobro prakso organizatorja, ki se je odločil zmagovalcem teka namesto medalj podeliti oljčne venčke. Izdelali so jih v lokalnem okolju iz lokalnih surovin, kar v vseh aspektih spodbuja trajnostni razvoj.

Odpadki

Organizator je poskrbel za primeren odvoz smeti in ločevanje, a ekološki otoki niso bili postavljeni in označeni na vidnih mestih. Ob otokih ni bilo "straže" – nekoga, ki bi obiskovalce in tekmovalce ozaveščal ter izobraževal o ravnanju z odpadki.

Organizator je sicer opozarjal udeležence, naj plastenke mečejo v vreče, ki so temu namenjene, vendar vreče, ki so bile postavljene na različnih mestih prizorišča, niso bile označene, organizator pa

ni dobro skomuniciral namena vreč. Tako so udeleženci vanje poleg plastenk odlagali tudi ostale odpadke.

Glavno načelo ravnanja z odpadki je preprečevanje nastajanja odpadkov, kar dosežemo predvsem s pozornostjo pri nabavi. Organizator tega načela v pretežni meri ni upošteval, tudi zaradi (ne)dogovora s sponzorjem, ki je prispeval vodo v plastenkah.

PRIPOROČILA:

- Ekološki otoki za ločevanje otkov naj bodo postavljeni na vidno lokacijo, ob njih naj prostovoljci ozaveščajo in izobražujejo udeležence dogodka.
- Nikjer naj ne bo na voljo le en koš (vreča) za vse odpadke, ampak povsod koši različnih barv za različne vrste odpadkov.
- Ob koših za različne vrste odpadkov naj se postavi ozaveščevalne slike, ki "prisilijo" obiskovalce k razmisleku o ločevanju odpadkov in o tem, kaj sodi v katerega izmed zabojnikov.

Družbeni vidik

Organizator je v skladu z akcijskim načrtom omogočil osebam s posebnimi potrebami dostop do prizorišča, toalet in pogostitve. O dogodku je obvestil tudi Zvezo za šport invalidov.

Organizator je bil dogovorjen, da bo sponzor na stojnici brezplačno ponujal palačinke iz lokalnih sestavin, a je sponzor aktivnost zaradi finančnih zadržkov odpovedal. Udeleženci dogodka, ki so se glede na prejšnje leto, ko je sponzor palačinke pekel, le-teh zelo veselili, so bili razočarani in kar nekaj jih je povpraševalo, zakaj palačink letos ni. Menimo, da odsotnost stojnice s palačinkami meče slabo luč na dogodek, predvsem pa negativno vpliva na ugled sponzorja, ki je leto prej aktivnost izvajal.

Organizator je v dogodek vključil lokalna društva in jim nudil primerne stojnice s tehnično opremo na primerni lokaciji.

PRIPOROČILA:

- Z dovolj zgodnjim načrtovanjem in dogovori s sponzorji naj organizator zagotovi že utečene najbolj atraktivne aktivnosti sponzorjev oziroma jim zagotovi alternativo (pridobiti drugega sponzorja, ki bi bil pripravljen peči palačinke ali vsaj zagotoviti lokalnega izvajalca, ki bi pekel palačinke za plačilo).
- Lokalna društva, ki jih organizator vključi v dogodek, naj bodo bolj "slišana in videna" skozi vse komunikacijske kanale.
- Ponudba lokalne, sezonske in ekološke hrane naj se bolj poudari in naj se jo komunicira kot dobro prakso.

Mini olimpijada

Pred glavnim startom Olimpijskega teka je bila organizirana tudi ASKO Mini olimpijada, kjer so bili tudi najmlajši deležni športnih aktivnosti. Mini Olimpijado opredeljujemo kot dobro prakso, saj daje celotnemu dogodku pečat "družini prijaznega dogodka". Ob otvoritvi Mini olimpijade velja pohvaliti poudarek *fair play-a* in izpostavljeno komuniciranje, da je pomembno sodelovati in da so vsi zmagovalci na mini olimpijadi.

Otrokom trajnostni vidik ni bil skomuniciran - z nekaj preprostimi stavki bi bilo vredno poudariti, kako smo športniki le gostje v naravnem okolju in kako lahko poskrbimo, da ga ohranimo.

Za otroke je bilo v času teka za odrasle poskrbljeno varstvo, kjer so sponzorji z otroci izvajali različne aktivnosti in delavnice. Te bi lahko bile povezane z odgovornim ravnanjem do okolja in družbe preko ozaveščanja s strani lokalnih društev, saj so otroci za te vsebine zelo dovzetni.

PRIPOROČILA:

- Ob otvoritvenem govoru za Mini olimpijado naj se organizator dogovori z ambasadorjem-športnikom, da otroke na preprost način nagovori, kako pomembno je, da smo odgovorni do družbe in okolja.
- Organizator naj se dogovori s sponzorji in izvajalci Mini olimpijade, da se povežejo z lokalnimi društvi, ki delujejo na področju trajnostnega razvoja ter skupaj izvedejo aktivnosti, ki bodo v igri in na zabaven ter zanimiv način ozaveščale in izobraževale otroke.

Ekonomski vidik

Organizator je v večini primerov (razen pogostitve in sponzorske pijače) vključil izvajalce in ponudnike največ 50 kilometrov od prizorišča.

PRIPOROČILA:

- Organizator naj dosledno upošteva radij petdesetih kilometrov in daje prednost dobaviteljem, ki so bližje kraju dogodka.

Varovanje narave

Sama trasa teka je bila sicer speljana v urbanem okolju - po ulicah in cestah ter s startom in zaključkom na stadionu Bonifika. Pa vendarle organizator ni upošteval akcijskega načrta in ni ozaveščal udeležencev in tekmovalcev na temo varovanja narave.

PRIPOROČILA:

- Ozaveščanje o ohranjanju narave je pomemben element trajnostnega športnega dogodka, zato naj organizator nameni določeno pozornost tej komunikaciji.

Hrupno onesnaženje

Hrupna obremenjenost tekmovanja je bila v mejah normale. Organizator se je dogovoril z organizatorjem sosednjega dogodka na Bonifiki za časovni zamik izvedbe, tako da se dogodka med seboj nista motila.

Zapuščina dogodka

Organizator ni organiziral prenosa znanja trajnostnih športnih dogodkov lokalnim organizatorjem in deležnikom. To bi prispevalo k večjemu razumevanju in znanju o trajnostnih elementih športnih dogodkov, trajnostne prakse pa bi se lahko multiplicirale v lokalnem okolju.

PRIPOROČILA:

- Organizator naj prenos znanja organizira, in sicer čim prej po dogodku, ko so vtisi najbolj živi in deležniki še motivirani.