

Dále uvedeného dne, měsíce a roku uzavřely

statutární město Pardubice

IČO: 00274046,
se sídlem Pardubice, Pernštýnské náměstí 1, PSČ 530 21,
zastoupené Ing. Martinem Charvátlem, primátorem města
(dále jen „město Pardubice“)
na straně jedné

a

Český olympijský výbor

IČO: 48546607,
se sídlem Praha 10, Benešovská 6, PSČ 101 00,
zapsaný ve spolkovém rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, sp. zn. L 4600,
zastoupený: Ing. Jiřím Kejvalem, předsedou spolku
(dále jen „ČOV“)

a

Česká olympijská a.s.

IČO: 25268708,
se sídlem Praha 10, Benešovská 6, PSČ 101 00,
zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, sp. zn. B 5522,
zastoupená: Liborem Varhaníkem, předsedou představenstva
Markem Tesařem, členem představenstva
(dále jen „ČO“)

ČOV a ČO společně na straně druhé,

označované dále také jako „smluvní strany“, v souladu s § 1746 odst. 2 a násl.
zákona č. 89/2012 Sb., (dále jen „občanský zákoník“), následující

**smlouvu o spolupráci při uspořádání
Olympijského parku**

**Článek 1.
Úvodní ustanovení**

1. Smluvní strany spolu uzavřely Memorandum o vzájemné spolupráci (dále jen „Memorandum“), v rámci kterého se zavázaly společně realizovat v Pardubicích, zejm.. v parku Na Špici, lokální olympijský park - Olympijský park Pardubice 2016 (dále jen „Olympijský park Pardubice“), který bude významně přispívat k realizaci dalších cílů stanovených v tomto Memorandu s tím, že v případě města Pardubice je cílem podílet se dlouhodobě na rozvoji sportu a cestovního ruchu, zvyšovat úroveň provozování sportovišť, podporovat rozšiřování možností sportovních aktivit, a v důsledku toho

dosáhnout naplnění záměru vychovávat jedince k odpovědnosti za své vzdělání i zdraví a v případě ČOV je cílem Memoranda rozvíjet a šířit olympijské ideály, propagovat a podporovat olympijské hnutí, spojení sportu, vzdělání a kultury a šířit osvětu v rámci zdravého životního stylu mládeže i dospělých.

2. Nadcházející letní olympijské hry, které se uskuteční v termínu od 5. 8. 2016 do 21. 8. 2016 v Riu de Janeiro v Brazílii (dále jen „LOH Rio 2016“), patří mezi nejrozsáhlejší sportovní, kulturní, politickou, hospodářskou a mediálně sledovanou událost na světě. Zároveň jsou LOH Rio 2016 událostí, která vytváří příležitosti pro realizaci obchodních aktivit na světové úrovni, podporu olympismu a sportu, pohybu a zdravého životního stylu vůbec. ČOV připravuje a zajišťuje ve spolupráci s řadou významných státních institucí, důstojnou a efektivní prezentaci České republiky a českého olympijského týmu v rámci LOH Rio 2016, jakož i v rámci projektu „Česko sportuje“ na podporu zdravého životního stylu v České republice s cílem podpořit nejen sportovní aktivity přímých účastníků, ale především šířit příklad a povědomí široké veřejnosti o nezbytnosti zdravého životního stylu, k němuž sport a pohyb patří, a to vše v rámci projektu „Olympijský park 2016 Pardubice“.
3. Výkonný výbor Českého olympijského výboru (dále „VV ČOV“) rozhodl na zasedání konaném dne 9. září 2015 v Praze s ohledem na výše uvedené o organizaci Olympijského parku 2016 Pardubice (dále jen „Olympijský park“).
4. Město Pardubice považuje konání Olympijského parku za vysoce významnou sportovní událost a je si vědomo důležitosti konání Olympijského parku pro mezinárodní propagaci celého regionu, jakož i pro podporu zdravého životního stylu, a to v rámci naplnění cílů Memoranda.
5. Město Pardubice závazky sjednanými v této smlouvě přispěje ke zdárnému uspořádání a průběhu Olympijského parku.
6. Město Pardubice a ČOV jsou si vědomi schopností a možností, kterými může každá ze smluvních stran – vzhledem k jejich odlišné právní formě, organizační struktuře, cílům, pro které byly zřízeny či založeny, personálnímu obsazení, zkušenostem a znalostem v rozličných oblastech lidské činnosti, odborné způsobilosti, finančním a majetkovým poměrům, jakož i dalším vlastnostem a dovednostem – přispět ke zdárnému uspořádání a průběhu Olympijského parku.
7. Česká olympijská, a.s., IČ: 25268708, se sídlem Praha 10, Benešovská 6, PSČ 101 00, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, sp. zn. B 5522 (dále jen „ČO“) je oficiální marketingovou agenturou ČOV, který je jediným akcionářem ČO. ČO byla zřízena ČOV jako její výhradní oficiální marketingová agentura k zajišťování reklamních, propagačních, organizačních a s tím souvisejících činností ve prospěch olympijského hnutí a pro podporu Českého olympijského týmu (dále jen „ČOT“) a jeho účasti na olympijských hrách, která je také neomezeně oprávněna udělit právo k použití olympijských symbolik a k další delegaci tohoto práva na třetí osoby, zejména v oblasti reklamy a marketingu. ČO je

nad rámec této smlouvy pověřena ze strany ČOV realizací propagačního a marketingového plnění/mediální podpory, jakož i oprávněním ke schvalování užívání a podoby olympijských symbolik a log v rozsahu a za podmínek uvedených v této smlouvě a z tohoto důvodu je smluvní stranou této smlouvy odpovědnou za realizaci propagačního a marketingového plnění, resp. mediální podpory vč. schvalování užívání a podoby olympijských symbolik a log v rozsahu a za podmínek uvedených v této smlouvě.

8. Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem uzavírají smluvní strany tuto smlouvu, kterou upravují svá vzájemná práva a povinnosti v souvislosti s přípravou a uspořádáním Olympijského parku s odkazem na uzavřené Memorandum.
9. Žádná ze smluvních stran neučiní bez předchozího souhlasu druhé smluvní strany jakékoliv kroky, v jejichž důsledku by bylo ohroženo zdárné uskutečnění Olympijského parku či bylo uskutečnění Olympijského parku znemožněno vůbec.

Článek 2

Podpora a povinnosti města Pardubice

1. Město Pardubice zajistí uspořádání Olympijského parku v termínu 5. 8. 2016 – 21. 8. 2016 v místě, které je specifikováno v čl. 1 odst. 1 této smlouvy.
2. Město Pardubice se zavazuje, že podpoří přípravu a uspořádání Olympijského parku tak, že:
 - a. zabezpečí spolupráci a součinnost se složkami Integrovaného záchranného systému (IZS) Pardubického kraje v souvislosti s přípravou a konáním Olympijského parku (vč. součinnosti s Městskou policií Pardubice) k zajištění požární ochrany, poskytnutí zdravotní péče a zabezpečení veřejného pořádku dle souvisejících právních předpisů,
 - b. zúčastní se prostřednictvím svých volených zástupců (primátor, náměstci primátora, radní, případně dalších představitelů města Pardubice) společenských událostí souvisejících s propagací, přípravou a konáním Olympijského parku – zejména pak zahajovacího ceremoniálu a závěrečného ceremoniálu. Pardubice rovněž po dohodě s ČO a ČOV zajistí účast svých představitelů na dalších akcích, konaných v Olympijském parku či v rámci prezentace Olympijského parku veřejnosti,
 - c. bude propagovat a prezentovat konání Olympijského parku prostřednictvím vlastních periodických i neperiodických tiskovin a prostřednictvím vlastních prostředků elektronické komunikace (internet) a dalších komunikačních kanálů,
 - d. e. zohlední při plánování a realizaci oprav komunikací a dalších obdobných akcí zabezpečovaných ve vlastní režii plánovaný termín konání Olympijského parku tak, aby bylo koordinováno jejich provádění v blízkosti, hlavních příjezdových cest, letiště a na přesunových trasách, zajistí součinnost jím zřízených a založených právnických osob,

- f. bude respektovat a dbát o dodržování zákona č. 60/2000 Sb., o ochraně olympijských symbolik, v platném znění, a to i v rámci jím zřizovaných a založených právnických osob,
 - g. bude respektovat a dodržovat Manuál pro pořádání olympijských parků, který tvoří přílohu č. 1 této smlouvy a je její nedílnou součástí,
 - h. bude propagovat město Pardubice ve spojení s Olympijským parkem za podmínek stanovených v této smlouvě, zejména v čl. 5,
 - i. umožní prezentaci oficiálních partnerů ČOV a ČO a Mezinárodního olympijského výboru.
3. Podporu prováděnou podle bodu 2 zajistí město Pardubice bez nároku na náhradu nákladů, které mohou jemu přímo anebo jím zřízeným či založeným právnickým osobám v té souvislosti vzniknout.
4. Město Pardubice se zavazuje poskytnout na přípravu, realizaci a organizaci Olympijského parku finanční podporu v souladu s usnesením Zastupitelstva města Pardubic o schválení rozpočtu statutárního města Pardubice na rok 2016 č. 608 Z/2015 ze dne 17.12.2015 v celkové výši 3,000.000,- Kč (slovy: třímilionykorunčeských) vč. DPH.
5. Město Pardubice je povinno pro splnění povinnosti ČOV poskytnout nejpozději do podpisu této smlouvy logo města Pardubice, a to na nosičích dohodnutých s ČOV, včetně pravidel pro jeho užití. Porušení této povinnosti ze strany města Pardubice zprošťuje ČOV odpovědnosti za jakékoliv škody způsobené v důsledku nesplnění této povinnosti ze strany města Pardubice.
6. Město Pardubice se zavazuje zajistit možnost umístění propagačního a prodejního stánku ČOV nebo ČO v rámci Olympijského parku, který bude sloužit pro prezentaci partnerů ČOT a k prodeji upomínkových předmětů, olympijské kolekce oblečení LOH Rio 2016 a olympijského týmu. Minimální rozměr stánku je 10x10m a vybaven elektrickou přípojkou.

Článek 3. Podpora a plnění ze strany ČOV

1. ČOV ve spolupráci s ČO se v rámci Olympijského parku zavazují:
- a) zajistit supervizi organizačního zajištění uspořádání Olympijského parku vč. potřebných konzultací,
 - b) zajistit propojení s dalšími obdobnými olympijskými parky konanými v České republice,
 - c) vyvinout maximální úsilí k dosažení zapojení partnerů ČOT v rámci propagace Olympijského parku a města Pardubice,
 - d) zajistit součinnost při jednání se sportovními svazy za účelem propagace sportu v Olympijském parku a městem Pardubice,
 - e) zajistit součinnost při jednání s Českým klubem olympioniků za účelem propagace Olympijského parku a města Pardubice,

- f) umožnit po předchozím písemném souhlasu zapojení partnerů města Pardubice do propagace Olympijského parku v souladu s čl. 5 této smlouvy za podmínky, že jednotliví partneři města Pardubice nebudou v konfliktu s partnery ČOT,
- g) udělit oprávnění k užití práv na veřejné vysílání, resp. přenos vysílání z Olympijských her 2016 v Rio de Janeiru (s odkazem na poskytnuté vyjádření ČO městu Pardubice k užití záběrů z OH ze dne 19.11.2015), zprostředkovat přímé televizní vstupy z lokality Olympijského parku Pardubice 2016 a v souvislosti s tímto vysíláním zajistit ochranu autorských práv a práv souvisejících s právem autorským vč. udělení licence k užití zvukových, obrazových a zvukově obrazových přenosů (včetně provedení úhrady odměny za poskytnutí licence), a to s ohledem na již existující rámcovou smlouvu uzavřenou i pro výše uvedený účel mezi ČOV a OSA,
- h) garantovat finanční podporu Olympijského parku v souladu s uzavřeným Memorandem o vzájemné spolupráci v celkové výši 1 000 000,- (slovy: jedenmilionkorunčeských) vč. DPH.

Článek 4.

Doba a místo plnění smlouvy

1. Veškerá plnění a závazky vyplývající z této smlouvy budou prováděny na místech, která budou vzhledem k účelu této smlouvy přiměřené jejímu cíli – řádné přípravě a uspořádání Olympijského parku – vhodná a způsobilá. Takovými místy jsou vždy bez ohledu na další okolnosti území města Pardubice a sídlo ČO a ČOV.
2. Smluvní strany se zavazují zahájit plnění závazků plynoucích z této smlouvy bezprostředně po jejím podpisu. Činnost smluvních stran vyplývající z této smlouvy nemůže pak být ukončena dříve, než budou vypořádány veškeré závazky vzniklé v souvislosti s přípravou a uspořádáním Olympijského parku bez ohledu na to, zda se jedná o závazky mezi smluvními stranami navzájem či o závazky vůči třetím stranám.

Článek 5.

Práva možnosti propagace města Pardubice

1. Město Pardubice a jím zřizované a založené právnické osoby jsou oprávněny od podpisu této smlouvy a v celém roce 2016 užívat oficiální logo a oficiální název Olympijského parku, (dále „Označení“) v souladu s marketingově grafickými pokyny ČOV a ČO. Tímto užitím se rozumí například užití Označení na oficiálních webových stránkách města Pardubice, na propagačních tiskovinách města Pardubice, na bannerech, billboardech, plakátech města Pardubice a akcích města Pardubice v souvislosti s konáním Olympijského parku nebo obecně propagujících podporu sportu ve městě Pardubice v souvislosti s projektem Olympijského parku. ČOV se zavazuje k tomu, že mu podobu oficiálního loga Olympijského parku zašle nejpozději do 14 dnů po jeho vydání a oficiální název nejpozději do 30 dnů po podpisu této smlouvy.

2. Město Pardubice se zavazuje před zveřejněním Označení předložit toto vzorové spojení Označení s městem Pardubice k písemnému schválení ČO, a to pro každý druh propagačního materiálu zvlášť. Za písemné sdělení se považuje i e-mailová komunikace. ČO se zavazuje vyjádřit se k předloženým propagačním materiálům během 5 pracovních dnů od obdržení takové žádosti, pokud tak neučiní, budou propagační materiály považovány za schválené. Pro vyloučení pochybností se uvádí, že pro jeden typ propagačního materiálu postačí jedno schválení ČO a ČOV. Město Pardubice se zavazuje, že bude Označení ve spojení se svým názvem užívat v rozsahu stanoveném touto smlouvou, a v jejím souladu a dále též v souladu se stanovami ČOV a Olympijskou chartou, které jsou dostupné na webových stránkách www.olympic.cz a s jejichž obsahem se řádně seznámil, a nebude je užívat tak, aby toto užívání bylo v rozporu s veřejnou morálkou nebo způsobem, který by poškozoval dobré jméno nebo by nepříznivě působil na dobrou pověst ČOV a potažmo ČO.
3. Město Pardubice se dále zavazuje k tomu, že na jeho propagačních materiálech a/nebo na propagačních materiálech jím zřizovaných a založených právnických osob kromě Označení a jeho názvu nebudou jakýmkoliv způsobem prezentovány jiné subjekty (tj. zejména jejich obchodní firmy, výrobky, služby či jakékoliv označení způsobilé identifikovat takový subjekt) s výjimkou subjektů/partnerů, ke kterým dá předem ČO písemně souhlas. Stejně tak se město Pardubice zavazuje, že při svých marketingových aktivitách a/nebo při marketingových aktivitách jím zřizovaných a založených právnických osob prezentujících Pardubice v souvislosti s projektem Olympijský park Pardubice nebudou jakýmkoliv způsobem prezentovány jiné subjekty (tj. zejména jejich obchodní firmy, výrobky, služby či jakékoliv označení způsobilé identifikovat takový subjekt) než subjekty předem písemně schválené ze strany ČO.
4. Město Pardubice bude mít právo kupovat oficiálně licencované upomínkové předměty a oblečení vztahující se k Olympijskému parku a olympijským hrám za ceny určené pro ČOV. Město Pardubice bere na vědomí, že oficiálně licencované upomínkové předměty vztahující se k Olympijskému parku musí být nakupovány výhradně od oficiálně licencovaného subjektu.

Článek 6.

Změny v plnění smlouvy a ukončení smlouvy

1. Smluvní strany se dohodly, že v případě potřeby změn v obsahu a plnění této smlouvy, projednají své požadavky a vzájemně si je odsouhlasí. Jakékoliv změny nebo doplnění této smlouvy je možno provést pouze očíslovanými písemnými dodatky podepsanými všema smluvními stranami.
2. Smluvní strany se dohodly, že smlouva může být zrušena písemnou dohodou všech stran.

3. V případě podstatného porušení této smlouvy může každá smluvní strana od této smlouvy odstoupit.
4. Odstoupení od smlouvy musí být písemné a nabývá účinnosti dnem jeho oznámení druhé smluvní straně. Odstoupením od smlouvy se tato smlouva ruší od počátku.
5. Smluvní strany se dohodly, že důvodem k odstoupení od této smlouvy ze strany města Pardubice a ČOV může být také nekonání Olympijského parku z důvodů vyšší moci (např. požár, zemětřesení, válka, občanská válka, povodeň) nebo z důvodu nekonání LOH Rio 2016. V tomto případě nevzniká žádné smluvní straně nárok na náhradu škody a má se za to, že smlouva zaniká s účinky ke dni doručení odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně.

Článek 7. Závěrečná ujednání

1. Smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem podpisu smluvními stranami.
2. Práva a povinnosti z této smlouvy se vztahují v plném rozsahu i na případné právní nástupce všech smluvních stran.
3. V případě, že se některé z ustanovení této smlouvy stane neplatným, nebude tím dotčena platnost ostatních ustanovení. Neplatné ustanovení bude nahrazeno takovým platným ustanovením, které se právně přípustným způsobem co nejvíce přibližuje účelu zamýšlenému všema smluvními stranami při uzavření smlouvy. Totéž platí pro případné mezery ve smlouvě.
4. Kontaktními osobami ve věci plnění této smlouvy jsou za město Pardubice:
Mgr. Jakub Rychtecký, náměstek primátora, jakub.rychtecky@mmp.cz
Pavel Stara, DiS., manažer projektu, pavel.stara@bkpardubice.cz
5. Kontaktními osobami ve věci plnění této smlouvy jsou za ČOV:
Petr Soukup, soukup@stance.cz

Kontaktní osobou za ČO k naplnění čl. 5 odst. 2 a odst. 3:
Alena Kindová, kindova@olympic.cz

6. Smlouva je vyhotovena v šesti stejnopisech, z nichž každý z účastníků obdrží dva. Každý ze stejnopisů je originálem této smlouvy.
7. Záležitosti touto smlouvou neupravené se řídí platnými právními předpisy ČR, zejména občanským zákoníkem.
8. Smluvní strany shodně prohlašují, že si smlouvu před jejím podpisem přečetly, že byla uzavřena po vzájemném projednání podle jejich pravé a svobodné

vůle, určitě, váženě a srozumitelně a že se shodly o celém jejím obsahu, což stvrzují svými podpisy.

9. ČOV souhlasí se zveřejněním této smlouvy. ČOV prohlašuje, že tato smlouva neobsahuje údaje, které tvoří předmět jejich obchodního tajemství podle § 504 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

Přílohy:

1. Manuál pro pořádání lokálních olympijských parků

V Pardubicích dne2016

V dne.....2016

.....
Ing. Martin Charvát
primátor města Pardubice

.....
Jiří Kejval
předseda
Český olympijský výbor

.....
Libor Varhaník Marek Tesař
předseda představenstva člen představenstva
Česká olympijská a.s.

ČESKÝ OLYMPIJSKÝ VÝBOR

LOKÁLNÍ OLYMPIJSKÉ PARKY

MANUÁL PRO USPOŘÁDÁNÍ

Vydal ČOV dne 1. 11. 2016

PRAHA 2016

www.olympic.cz

Obsah

PŘEHLED POJMŮ A ZKRATEK	3
1. ÚVOD.....	4
2. OLYMPIJSKÉ HNUTÍ A MOTIVACE KE SPORTU	5
2.1 Český olympijský výbor	5
2.2 Symbol pěti kruhů.....	5
2.3 Olympiáda jako sportovní fenomén.....	5
2.4 Sport jako životní styl.....	6
3. VÝCHOZÍ CHARAKTERISTIKY PROJEKTU „OLYMPIJSKÉ PARKY“	8
3.1 Motivační potenciál olympijských her	8
3.2 Úspěšné projekty „Czech House London 2012“ a „Olympijský Park Sochi – Letná 2014“	8
LOH Londýn 2012.....	8
Značka Czech Team.....	9
ZOH Sochi 2014	9
3.3 Olympijské hry Rio de Janeiro 2016	10
4. Projekt lokálního olympijského parku.....	11
4.1 Motivace a cíle projektu	11
4.2 Koncept lokálního olympijského parku.....	11
5. EKONOMIKA A FINANCOVÁNÍ	12
6. MARKETING	13
6.1 Základní pravidla	13
6.2 Obecná pravidla pro prezentaci	14
6.3 Marketingový prostor pro partnery ČOT a partnery akce	15
6.4 Souhrnný přehled prezentace brandingu akce a partnerů	Chyba! Zložka není definována.
6.5 Doplnující poznámky k jednotlivým typům prezentací/plnění	16
6.6 Monitoring partnerských plnění.....	17
6.7 VIP služby	17
7. PR A KOMUNIKACE	18
7.1 Komunikační plán OP	18
7.2 Tiskový servis pořadatele	18
7.3 Interní komunikace	19
8. ORGANIZACE.....	20
9. DOBROVOLNÍCI.....	21
10. HODNOCENÍ A PŘENOS KNOW – HOW	22
11. SHRUTÍ PRÁV A POVINNOSTÍ POŘADATELE	23
11.1 Shrnutí základních pravidel.....	23
11.2 Smlouva s pořadatelem	23
11.3 Termín konání	Chyba! Zložka není definována.

PŘEHLED POJMŮ A ZKRATEK

ČOT	Český olympijský tým
ČO a. s	Česká olympijská a. s. – oficiální marketingová agentura ČOV
ČOV	Český olympijský výbor
ČRo	Český rozhlas
ČT	Česká televize
Logo ČOV	Oficiální logo ČOV (příloha č. 1)
Logo Česko sportuje	Oficiální logo projektu ČOV „Česko Sportuje“
Logo projektu	Oficiální logo projektu „Olympijské parky“ (příloha č. 2)
Logo kraje / města	Oficiální logo pořadatelského kraje, popř. pořadatelského města
LOH	Letní olympijské hry
Manuál	Organizační manuál pro uspořádání lokálních Olympijských parků
MOV	Mezinárodní olympijský výbor
Olympijský symbol	Pět olympijských kruhů jako symbol olympismu
OH	Olympijské hry pořádané MOV
OP	Olympijský park
Pořadatel	Oprávněný subjekt, který na základě smlouvy s ČOV pořádá lokální Olympijský park v souladu s tímto Manuálem
ZOH	Zimní olympijské hry

1. ÚVOD

Tento Manuál shrnuje základní informace a závazná pravidla pro pořadatele lokálních olympijských parků. Manuál je rozdělen do následujících kapitol.

Kapitola č. 2 přibližuje fenomén olympijských her a olympijského hnutí ve světě i v ČR, který má jedinečnou sílu motivovat ke sportu a k hodnotám olympismu. Vhodnými projekty jsou České domy a Olympijské parky, včetně projektu lokálních olympijských parků, který je, včetně důvodů pro jeho uspořádání, popsán v **kapitole č. 3**.

Pravidla uvedená v **kapitole č. 4** definují koncept a podobu lokálního olympijského parku, jehož možnosti financování přibližuje **kapitola č. 5**.

Marketingová pravidla včetně pravidel jednotného brandingu a pravidel pro partnerské prezentace jsou uvedena v **kapitole č. 6**. Důležitou kapitolou je také **kapitola č. 7** obsahující závazné postupy pro komunikaci a propagaci projektu.

Kapitola č. 8 definuje organizační uspořádání nutné pro úspěšnou realizaci lokálního olympijského parku, včetně nutnosti práce s dobrovolníky - **kapitola č. 9**. **Kapitola č. 10** rekapituluje povinnost pořadatele vypracovat hodnocení příprav. Manuál je zakončen **kapitolou č. 11**, která shrnuje práva a povinnosti pořadatele.

Kontakt:

Český olympijský výbor
Benešovská 6, Praha 10
Tel.: +420 271 730 622
E-Mail: info@olympic.cz

2. OLYMPIJSKÉ HNUTÍ A MOTIVACE KE SPORTU

2.1 Český olympijský výbor

Český olympijský výbor (ČOV) je zastřešující organizací českého sportu a hájí jeho zájmy v regionech i na celostátní úrovni. Je jediným subjektem, který je oprávněn řídit olympijské hnutí v ČR na základě uznání Mezinárodního olympijského výboru. Sdružuje sportovní svazy, federace, asociace, unie a další obdobné tělovýchovné a sportovní subjekty s působností na území ČR, které jsou členy mezinárodních sportovních federací řídících sporty, jejichž disciplíny jsou začleněné do programu olympijských her, a další sportovní svazy, členy mezinárodních sportovních federací uznaných MOV.

Je občanským sdružením, které je ustaveno a vyvíjí svou činnost dle **Olympijské charty**. Má jako jediný subjekt v České republice právo udílet souhlas s používáním olympijských symbolů. Český olympijský výbor dále sdružuje složky, které svou činností přispívají k propagaci sportu, vědecké činnosti v oblasti sportu a CSR aktivit - Český klub fair play, Český klub olympioniků, Komise aktivních sportovců, Olympijská nadace, Český klub paralympliků, Česká olympijská akademie a Olympijská centra.

2.2 Symbol pěti kruhů

Olympijské hry nejsou jenom celosvětovým svátkem sportu, jeho výkladní skříní, ale také jedinečnou oslavou lidské snahy a úsilí, morálních hodnot, osobního rozvoje a přátelství. Když Baron Pierre de Coubertin zakládal moderní olympijské hry, neoživil jenom všestranné soutěžní klání, ale představil rovněž **olympijskou filozofii** – způsob života, který spojuje sportovní výkony a úsilí s mírem, přátelstvím a porozuměním lidí z celého světa.

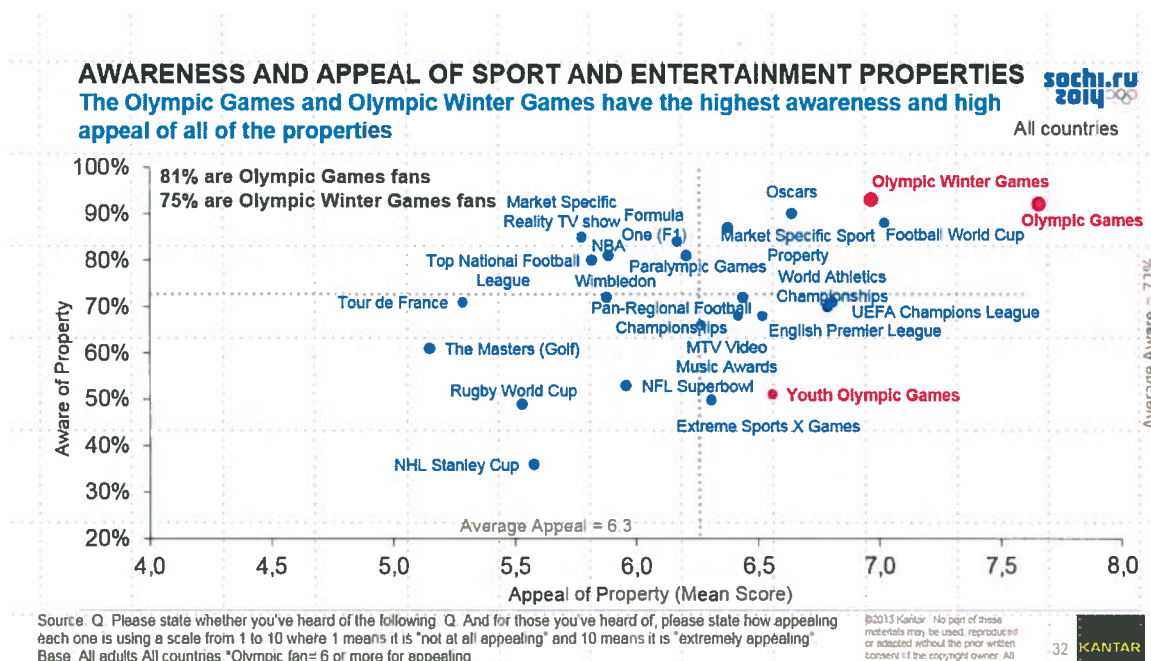
Olympijské kruhy, navržené v roce 1931, představují spojení pěti světových kontinentů a setkání sportovců celého světa na olympijských hrách. Olympijské kruhy a jejich spojení s olympijským hnutím zná 94% světového obyvatelstva. Symbol pěti kruhů je nejlépe identifikovaným znakem na světě. Mezinárodní olympijský výbor dohlíží na ochranu olympijských symbolik a dodržování práv partnerů Mezinárodního olympijského výboru.

Použití olympijské symboliky je chráněno **Zákonem o ochraně olympijských symbolik č. 60/2000 Sb.**, který vešel v platnost 1. května 2000.

2.3 Olympiáda jako sportovní fenomén

Olympijské hry jsou celosvětově vnímány jako nejprestižnější akce nejen sportovního, ale i společenského charakteru. Jak dokládá obrázek č. 1 shrnující výzkum k atraktivitě sportovních a jiných zábavních eventů, je 85% obyvatel fanoušky olympijských her. Lidé vnímají konání olympijských her a aktivně je sledují.

Obrázek č. 1 – Atraktivita a vnímání sportovních a jiných zábavních eventů



Olympijské hry jsou pořádané pod patronací **Mezinárodního olympijské výboru (MOV)** se sídlem ve švýcarském Lausanne (<http://www.olympic.org/>). Přehled o činnosti a aktivitách MOV včetně základních definic olympismu je shrnut v prezentaci „Olympism and the Olympic Movement“, která je ke stažení na:
http://www.olympic.org/documents/reports/en/en_report_670.pdf.

2.4 Sport jako životní styl

Český olympijský výbor má dle Olympijské charty rozvíjet a šířit olympijské ideály a zabezpečovat účast České republiky na olympijských hrách. **Role ČOV** je však mnohem širší. Ambicí je propagovat sport jako životní styl a zpřístupnit ho široké veřejnosti. Vedle sportování motivovaného získáváním úspěchů na soutěžích je pro ČOV rovněž důležitý tzv. „sport pro zdraví“.

Je známo, že aktivní životní styl přináší pozitivní benefity v několika oblastech.

- **Psychika člověka** (sportování zlepšuje náladu, odbourává stres a pomáhá předcházet psychickým problémům včetně pocitů úzkosti a depresím),
- **Sociální oblast** (sport napomáhá lepší socializaci, získávání nových přátelství a přináší pozitivní vnímání sportovních jedinců ze strany společnosti)
- **Zdraví a kondice** (aktivní sportování výrazně pomáhá udržení a zlepšování zdraví a kondice, podporuje funkčnost mozku, prodlužuje stáří a především výrazně zmenšuje riziko onemocnění tzv. civilizačními chorobami jako cukrovka, srdeční onemocnění, problémy s vysokým tlakem, problémy s cholesterolem, rakovina a další smrtelná onemocnění).

Sport v ČR je dlouhodobě podfinancován a trpí tím především mládež. ČOV vystupuje jako jednotící prvek českého sportu. Má řadu přesahů – spoluvytváří silnou občanskou společnost, pozitivně působí v oblasti sociální integrace, zasahuje do kultury, vědy a umění.

ČOV proto připravuje nové komunikační projekty, které budou zahrnovat nejenom olympijský a vrcholový sport, ale postihnou tento fenomén v celé jeho šíři.

ČESKO SPORTUJE je nejnovější projekt ČOV, jehož hlavním cílem je rozpohybovat českou veřejnost a přimět především mladou generaci k vyššímu zájmu o pohybové aktivity a sport jako takový. Aktivity jsou zaměřené na propagaci zdravého aktivního životního stylu a snahu o snížení negativních statistik týkajících se fyzické zdatnosti a obezity v ČR.

OLYMPIJSKÉ PARKY mají sílu motivovat veřejnost k aktivnímu životnímu stylu a jsou proto zařazeny do projektu „Česko sportuje“ jako jeden z hlavních eventů tohoto projektu. V Olympijských parcích je proto kladen důraz nejenom na sledování přenosů z olympijských her, ale zejména na aktivní zapojení návštěvníků, zejména mládeže, do nejrůznějších olympijských i neolympijských sportů. Návštěvníci by v rámci lokálních olympijských parků měli obdržet informace k možnostem dalšího aktivního sportování pro děti i dospělé v daných regionech.

3. VÝCHOZÍ CHARAKTERISTIKY PROJEKTU „OLYMPIJSKÉ PARKY“

3.1 Motivační potenciál olympijských her

Olympijské hry jsou největší světovou show a nejsledovanější sportovní událostí. I proto považuje ČOV za svou povinnost, přiblížit atmosféru olympijských her české veřejnosti a využít jejich motivačního potenciálu k oslovení populace směrem k (1) **identifikaci s Českou republikou a českým sportem** (Czech Team) a směrem k (2) **aktivnímu životnímu stylu** (Česko sportuje).

Pro geograficky blízké a atraktivní dějiště OH se přitom nabízí forma Českého domu otevřeného veřejnosti, jakým byl např. Czech House **London 2012**. Pro méně dostupné OH se osvědčil koncept Olympijského parku, který byl poprvé představen veřejnosti k příležitosti zimních OH v **Sochi 2014** na pražské Letně. Koncept olympijských parků chce ČOV dále rozšířit i pro letní OH v brazilském **Rio de Janeiro 2016**.

3.2 Úspěšné projekty „Czech House London 2012“ a „Olympijský Park Sochi – Letná 2014“

LOH Londýn 2012

Během OH v Londýně 2012 byl **Český dům** otevřen nejen organizátorům a sportovcům, ale i fanouškům. A právě oni vytvořili z Českého domu jedno z nejnavštěvovanějších a nejoblíbenějších míst v Londýně během letní olympiády.

Celkem 78 700 příznivců zde denně sledovalo sportovní přenosy ze všech olympijských disciplín, z nichž devět zacinkalo i českými medailemi. A právě díky početné fanouškovské základně, která pro všechny české sportovce – a nejen medailisty – vytvořila vždy bouřlivé přivítání, se z Českého domu stalo místo s nezapomenutelnou atmosférou. Místo, kde se na pódiu střídaly sportovní hvězdy s těmi hudebními.

Český dům v číslech

- Počet návštěvníků: 78 700
- Rekordní návštěva: 6 700 – 4. srpna (závod Miroslavy Knapkové)
- Provoz zajišťovalo také 100 dobrovolníků
- V rámci programu vystoupilo 82 účinkujících
- Počet hostů na hlavním pódiu: 150
- Návštěva nejvýznamnějších osobností: Sebastian Coe, Sergej Bubka, Lasse Virén, Wilson Kipketer, Colin Jackson, Hicham El Guerrouj, Matt Emmons, Jorge Garbajosa, Jaromír Jágr, Petr Čech, Tomáš Rosický

Vedle Českého domu byly letní olympijské hry v Londýně rekordní i z pohledu **sledovanosti**. Celková sledovanost (pokrytí) v během 19 vysílacích dnů dosáhla na kanálech České televize počtu 6 252 000 diváků. Průměrná denní sledovanost dosáhla 29 % - 2 561 000 diváků. Nejvyšší počet diváků zhlédl ve čtvrtek 9. 8. 2012 finálové okamžiky obhajoby zlaté olympijské medaile Barbory Špotákové a to 1 649 000 (rating 19 %, share 58%).

Zdroj: globální marketingový výzkum od Sports Marketing Surveys (SMS) a Česká televize

Značka Czech Team

Během OH v Londýně byla také intenzivně komunikována **značka Czech Team** (ČOT – Český olympijský tým).

- ČOT reprezentuje Českou republiku a její občany na olympijských hrách, uvádí v život hodnoty olympismu a demonstruje je na veřejnosti.
- ČOT je značka, která znamená emoce – boj, úsilí, vytrvalost, nadšení, dokonalost, vzrušení, vítězství a úspěch a národní hrdost.
- ČOT vyjadřuje hodnoty lidskosti, fair-play, aktivního a zdravého způsobu života.
- ČOT je silná a respektovaná sportovní značka sdružující nejlepší české sportovce.

Vítězství Zátopek Tým
Česká republika
ho Úspěch
kej Sáblíková Olympiáda
Jágr Hrdost



ZOH Sochi 2014

Olympijský park na pražské Letné se stal unikátním sportovním centrem, ve kterém se po dobu vrcholných soutěží v Sochi spojily olympijské hry a aktivní vyžití českých fanoušků, kteří do velmi vzdáleného dějiště her necestovali. V konečném součtu areál během osmnácti dnů navštívilo 409 184 lidí, přičemž třetinu z nich tvořily děti a polovina návštěvníků byla mimopražských! Olympijský Park na Letné upoutal i zájem MOV.

Olympijský Park Letná v číslech

- Celkem 18 dní sportu, fandění a zábavy
- Více než 120 hostů na hlavním pódiu
- Vystoupilo 486 účinkujících
- 24 telemostů mezi ruským Soči a pražskou Letnou
- Z regionů dorazilo 6 200 sportujících dětí z organizovaných skupin
- Provoz zajistilo 450 dobrovolníků



Díky Olympijskému Parku se ZOH v Sochi staly **nejsledovanějšími olympijskými hrami** v historii. Prostřednictvím paralelního vysílání ze dvou studií na Letné a v Soči byl dosažen kumulovaný zásah 7,2 milionu diváků. ČT odvysílala 710 hodin přenosů: programy ČT2 a ČT sport a další zpravodajské relace na ČT1 a ČT24. Program „Branky, body, vteřiny“ byl poprvé v historii vysílán mimo objekt Kavčích hor.

Další zajímavá čísla:

- 96 zástupců českých médií, studia ČT a ČRo přímo v olympijském domě
- Mobilní aplikace ZOH 2014 a Letná 2014 k dispozici pro všechny operační programy, přes 300 tisíc stažení, nejúspěšnější eventová aplikace v historii dle hodnocení uživatelů
- Facebook Českého olympijského týmu zaznamenal největší nárůst fanoušků v Evropě (ze 41 tisíc na 217 tisíc)
- Kumulovaný zásah na Facebooku přes 1,5 milionu lidí, nejaktivnější skupina 18–24 let (velmi efektivní komunikace s mladou generací)

3.3 Olympijské hry Rio de Janeiro 2016

V roce 2016 se uskuteční olympijské hry poprvé v Jižní Americe a teprve potřetí na jižní polokouli.

LOH Rio de Janeiro v číslech:

- Termín 5. – 21. 8. 2016
- Druhé největší město Brazílie s 6,2 miliony obyvatel
- V roce 2009 zvoleno olympijským městem
- Zimní období, krátký den, průměrná teplota 22 stupňů
- Rozdíl oproti Evropě minus 5 hodin
- Celkem 28 sportů
- Město karnevalů, samby a pláží s bílým pískem

Sportovní program

- 42 disciplín
- 306 medailových závodů
- 204 zúčastněných států
- Sportovní přenosy 9:00 – 23:00 (13:00 – 03:00 CET)

Nově je zařazen golf, který byl naposled v roce 1904 a sedmičkové rugby, jež bylo naposledy na LOH v Paříži v roce 1924.

4. Projekt lokálního olympijského parku

Na základě úspěchu Olympijského parku v Praze na Letné a vzdálenosti Rio de Janeiro se ČOV rozhodl opakovat a dále rozšířit koncept olympijských parků i pro následující Olympijské hry v roce 2016. Poprvé bude zapojeno více měst v regionech ČR. Hlavní olympijský park Rio 2016 bude uspořádán v okolí Lipenské přehrady.

4.1 Motivace a cíle projektu

Motivací pro realizaci lokálních olympijských parků je:

- Rozvoj regionálního cestovního ruchu
- Investice do sportovní infrastruktury
- Podpora regionálního sportu
- Podpora zdravého životního stylu
- Motivace mládeže k zapojení do sportovních aktivit

Pro ČOV je klíčová silná participace města, kraje a také sportovního prostředí v daném kraji. Pořadatel vyvine maximální úsilí a podmínky k zapojení lokálních sportovních klubů, zapojení široké veřejnosti, zejména mládeže a přenesení atmosféry olympijských her do jednotlivých měst.

Cíle projektu:

- Pohyb – představení olympijských a neolympijských sportů ve spolupráci se sportovními kluby nebo svazy, s přesahem na lokální úspěchy a sportovní legendy
- Navázat programy pro žáky ZŠ – oslava sportu a vyvrcholení dlouhodobých sportovních programů ČOV (Sazka olympijský víceboj, OVOV, Sport v okolí a další), AŠSK a dalších
- Olympijský odkaz – zázemí pro sportovní aktivity, které v regionu budou trvale sloužit ke sportu
- Sledování televizních přenosů z OH
- Prezentace a medializace – spolupráce s Českou televizí a dalšími mediálními partnery ČOT

4.2 Koncept lokálního olympijského parku

Konkrétní podoba/program lokálního olympijského parku musí být sestavena tak, aby park navazoval na cíle projektu. Na realizaci spolupracují tři subjekty: Český olympijský výbor/Česká olympijská, město a kraj. Zároveň se předpokládá zapojení dalších sportovních organizací v dané lokalitě.

Následující body představují souhrn aktivit, které má pořadatel povinnost zajistit, tak aby naplnil výše uvedené cíle projektu.

Koncept lokálního olympijského parku:

- Sportovní infrastruktura pro představení olympijských sportů s možností udržitelnosti
- Olympijská vesnice
- Prostor pro představení dlouhodobých partnerů ČOV
- Sledování sportovních přenosů

- Prezentace olympijských a dalších sportů
- Sportovní hvězdy
- Turnaje a exhibice
- Kulturní program
- Dětské programy
- Zapojení lokálních sportovních klubů
- Přímá koordinace s Odborem kultury, sportu a volnočasových aktivit a dalšími odbory
- Financování projektu
- Podpora kraje a dalších měst v regionu

5. EKONOMIKA A FINANCOVÁNÍ

Český olympijský výbor zastoupený Českou olympijskou a.s. zajišťuje v rámci svých marketingových aktivit část finančních prostředků pro uspořádání lokálního olympijského parku.

Vybraní pořadatelé obdrží od ČOV (resp. ČO a. s.) smluvní příspěvek, jehož výše je stanovena memorandem nebo smlouvou o pořadatelsví, kterou uzavře s ČOV a ČO a. s., a která stanoví pravidla pro nakládání s těmito prostředky, účel a kontrolu jejich použití.

Pořadatelé mohou v souladu s Manuálem realizovat vlastní marketingové aktivity.

6. MARKETING

Pořadatel může vyvíjet vlastní marketingovou aktivitu včetně získávání svých partnerů za podmínek uvedených níže. Ty se vztahují zejména na omezení vyplývající ze Zákona o ochraně olympijských symbolik, pravidel pro prezentaci projektu (správné používání log, oficiálního názvu, grafické podoby projektu atd.) a z exkluzivního postavení partnerů ČOT a partnerů MOV.

6.1 Základní pravidla

- a) Pořadatel respektuje práva a povinnosti v souvislosti s užíváním olympijských symbolik. Ochranu před jejich zneužitím upravuje **Zákon o ochraně olympijských symbolik** č. 60/2000 Sb., který vešel v platnost 1. května 2000. Všechna opatření uvedená v tomto Manuálu jsou v souladu s uvedeným zákonem. Veškeré nejasnosti prosím konzultujte s ČO a. s. (dále jen ČO).
- b) Pořadatel uvádí na všech propagačních, reklamních, informačních a dalších materiálech **kompozitní logo akce**. Kompozitní logo akce bude vytvořeno společně pořadatelem a ČO.
- c) Oficiální **název akce** musí být používán jednotně každým pořadatelem před a v průběhu olympijského parku. Hlavní olympijský park na Lipně nese název: „Olympijský park Rio – Lipno 2016“. Lokální olympijské názvy se tvoří dle tohoto vzoru, bez uvedení místa konání OH (např. „Olympijský park Pardubice 2016“).
- d) Pořadatel používá pro všechny propagační, reklamní, informační a další materiály **grafickou podobu projektu** definovanou ČO. ČO poskytne pořadateli grafický manuál obsahující základní prvky grafiky projektu.
- e) Pořadatel je povinen ustanovit s ČO konkrétní **hierarchii partnerů** podle následujícího rozdělení:
 1. Partneři ČOT
 2. Partneři akce
- f) **Partneři ČOT** jsou dlouhodobými partnery ČOT, kteří na základě smluvního partnerství s ČOT získávají marketingový prostor definovaný dále v tomto Manuálu. ČO poskytne pořadateli loga partnerů ČOT. ČO si vyhrazuje právo na změnu/zvýšení marketingového prostoru pro partnery ČOT.
- g) **Partneři akce** (nejvýše dvanáct) mohou být společnosti vybrané pořadatelem, jejichž předmět činnosti není v konkurenčním vztahu s hlavním předmětem činnosti partnerů ČOT (www.olympic.cz) a partnerů MOV (www.olympic.org). Partneři akce musí být vždy předem předloženi ke schválení ČO. Bez souhlasu ČO není pořadatel oprávněn spojoval žádné další partnery s projektem olympijských parků.
- h) Pořadatel je zodpovědný za **marketingové plnění** a správnou **prezentaci partnerů** obou partnerských skupin dle definovaných pravidel v tomto Manuálu.
- i) Všechny materiály obsahující kompozitní logo akce a loga partnerů musí být zaslány minimálně týden před jejich zveřejněním ČO a.s. ke **schválení**. ČO bude včas pořadateli komunikovat kontaktní osobu určenou za schvalování materiálů. ČO

doporučuje, aby pořadatel posílal materiály ke schválení rovněž partnerům akce z důvodů kontroly log a informovanosti partnerů o vydávaných materiálech.

- j) Max. do 20 pracovních dnů od skončení olympijského parku je pořadatel povinný vypracovat monitoring partnerských plnění.

6.2 Obecná pravidla pro prezentaci

OLYMPIJSKÁ SYMBOLIKA

Veškeré tištěné materiály (př. plakáty, programy, reklamní poutače apod.) musí respektovat pravidla použití olympijské symboliky vyplývající ze Zákona o ochraně olympijských symbolik č. 60/2000 Sb., který vešel v platnost 1. května 2000. Ten mimo jiné upozorňuje na zákaz samostatného používání olympijského symbolu (= olympijských kruhů).

KOMPOZITNÍ LOGO AKCE

Hlavními logem jednotlivých olympijských parků je kompozitní logo akce, které musí být prezentováno ve velkém rozlišení na všech materiálech.

MARKETINGOVÉ PLNĚNÍ PARTNERŮM

Partneři ČOT a akce získávají odlišné marketingové plnění dle tohoto Manuálu a na základě nabídky protiplnění partnera (finanční plnění, produktové plnění atd.). Marketingové plnění pro partnery ČOT stejně jako příklady pro možné marketingové plnění partnerům akce je definované dále.

PREZENTACE PARTNERŮ

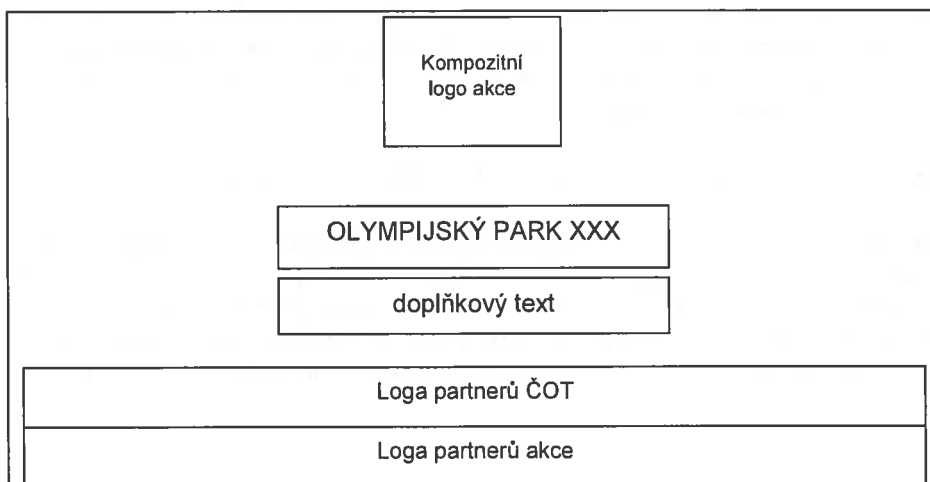
Loga partnerů ČOT a akce jsou prezentována ve společné hierarchii partnerských log dle následujících pravidel.

Loga partnerů akce nesmí být větší než loga partnerů ČOT. Loga partnerů akce jsou uváděna ve spodní polovině hierarchie partnerů, jsou oddělena úzkou čarou a označena jako „Partneři akce“.

Pro prezentaci **partnerů ČOT** musí pořadatel vyčlenit prostor definovaný níže, který může ČO a. s. využít podle svých potřeb. Loga partnerů ČOT musí být minimálně stejně velké jako loga partnerů akce. Loga generálních partnerů ČOT a generálního mediálního partnera ČOT musí být o 25% větší než ostatní loga partnerů ČOT (oficiálních, hlavních mediálních a mediálních partnerů ČOT) a partnerů kraje. Loga partnerů ČOT musí být vždy uváděny spolu s logem ČOT (po levé straně nebo nad nimi). Logo ČOT musí mít stejnou velikost jako loga generálních partnerů a generálního mediálního partnera ČOT. Loga partnerů ČOT jsou označena jako „Partneři ČOT“ (slovo ČOT může být nahrazeno logem ČOT).

Pořadateli bude na vyžádání zaslán ČO a.s. vzor hierarchie log partnerů z podobných projektů.

Obr. č. 1 – Vzorové rozdělení tiskoviny / reklamní plochy (př. leták, plakát, billboard atd.)



Kompozitní logo akce, obdrží min. 20% plochy dané tiskoviny. Oficiální název akce a případný informační text může být uveden v horní polovině, pokud tomu grafický návrh napovídá.

Loga partnerů se uvádějí zpravidla v dolní nebo pravé části tiskoviny a obdrží min. 25% plochy dané tiskoviny. Velikost log partnerů je dána jejich hierarchií viz podkapitola „Prezentace partnerů“ výše.

6.3 Marketingový prostor pro partnery ČOT a partnery akce

- a) **Partneři ČOT** získávají automaticky marketingový prostor v minimálním rozsahu stanoveném tímto Manuálem.

Tento prostor zahrnuje:

- Loga v tištěných materiálech k OP (př. brožury, mapy, programy akce)
- Loga na propagačních materiálech (př. letáky a plakáty)
- Loga na doplňkových tiskovinách (př. diplomy pro dětské a dospělé účastníky, VIP pozvánky)
- Loga v online a video komunikaci (web projektu OP a promo videa připravovaná jak ČO, tak pořadatelem)
- Loga v rámci propagačních kampaní ČOV a v rámci kampaní pořadatele (outdoor, online, tisk, rádio, TV atd.)
- Prezentace log na tiskové konferenci k OP pořádané ČOV či pořadatelem (př. formou roll-up banneru)
- Prezentace log při slavnostním zahájení a dalších kulturních programech konaných v OP
- Možnost poskytnutí reklamních předmětů jako ceny dětským a dospělým účastníkům OP
- Prostor pro aktivace v místech OP (př. získání prostoru pro promo stánky a jiné propagační aktivity)
- Využití vizuálu projektu OP pro vlastní marketingovou komunikaci

Tento marketingový prostor prezentuje ČO a.s. partnerům ČOT. V případě zájmu jednotlivých partnerů ČOT o aktivace v místech konání lokálních OP a o poskytnutí reklamních předmětů propojí ČO a.s. zástupce partnera ČOT s pořadatelem za účelem domluvy na realizaci konkrétního požadavku partnera. Za prezentaci log partnerů ČOT na výše uvedených materiálech / při výše uvedených bodech programu OP a za monitoring marketingového plnění zodpovídá pořadatel.

b) Partneři akce získávají marketingový prostor dle uvážení pořadatele.

Tento prostor zahrnuje minimálně prezentaci log na všech materiálech / při všech bodech programu jako u partnerů ČOT. Loga partnerů se prezentují formou kompletní hierarchie partnerských log popsané výše. Ostatní marketingové plnění (propagační kampaně, tisková konference, vizibilita před a během OP, umístění reklamních předmětů, prostor pro aktivace partnerů v OP a možnost využití vizuálu OP pro marketingovou komunikaci partnera) je na zvážení pořadatele.

6.4 Doplnující poznámky k jednotlivým typům prezentací/plnění

a) Tištěné materiály

Pořadatel tvoří tištěné materiály v návaznosti na grafický manuál vydaný ČO k projektu OP a posílá všechny materiály ke schválení ČO.

b) Online & video komunikace

Oficiálními online komunikačními kanály je **webová stránka** zřízená ČO a.s. k propagaci olympijských parků pro rok 2016 a **facebooková stránka** Českého olympijského týmu.

Pořadatel obdrží k webové stránce od ČO přístupové údaje a využívá je pro prezentaci svého lokálního OP a předávání důležitých informací. Pořadatel se zavazuje využívat výlučně tyto stránky a prezentovat je ve všech svých propagačních aktivitách.

Zajímavé posty určené pro facebook Českého olympijské týmu zasílá pořadatel na press@olympic.cz. Pořadatel si může otevřít vlastní facebookovou stránku k propagaci svého OP (doporučeno formou události).

Promo videa vyráběná pořadatelem podléhají schválení ČO a.s.

Streaming OP může být přenášen na webovou stránku či youtube kanál Českého olympijského týmu. Streaming prosím konzultujte s tiskovým oddělením ČOV (press@olympic.cz).

c) Propagační kampaně

Dobrým komunikačním prostředkem jsou také outdoorové **kampaně** (př. billboardy, světelné reklamy, plakátovací plochy v MHD, na zastávkách MHD, ve městech atd.), online a mediální kampaně. Kampaně navazují na vizuál OP a podléhají schválení ze strany ČO.

d) Tisková konference

ČOV uspořádá ve vhodných termínech TK prezentující projekt OP včetně jednotlivých lokálních OP. Pořadatelé jednotlivých OP budou na tuto TK pozváni.

Pořadatel může uspořádat vlastní TK za účelem propagace konkrétního OP v regionu, popř. za účelem propagace svého partnera akce. Pořadatel informuje tiskové oddělení ČO

(press@olympic.cz) o plánovaných TK. Z tiskových konferencí musí být pořízena profesionální fotodokumentace a tiskovou zprávu a další materiály musí schválit ČO.

e) Vizibilita před a během OP

Pro propagaci OP může pořadatel zvolit vedle klasických forem komunikace také nejrůznější formy promo eventů za účelem šíření povědomí o konání OP mezi dětskou a dospělou sportovní veřejností.

Pro vytvoření pravé olympijské atmosféry je doporučeno zajistit výzdobu a branding města a kraje formou bannerů s vizuálem akce a další výzdobu města.

Pořadatel vyčlení dostatečný rozpočet na branding prostoru OP ve vizuálu OP (bannery, vlajky, nafukovadla, informační cedule atd.).

Pořadatel může vyrobit vlastní propagační a merchandising předměty po schválení ČO.

f) Umístění reklamních předmětů

Reklamní předměty partnerů ČOT a partnerů akce mohou být vhodnými dárky pro sportovce a jiné soutěže konané v OP. Zajímavou možností pro partnery je i předávání ocenění zástupci společnosti.

g) Aktivace partnerů

Pořadatel poskytne partnerům z obou partnerských skupin dostatečný prostor pro jejich aktivační aktivity. Ty mohou být realizovány formou vlastních aktivit partnerů (promo stánky, promo týmy atd.), ale i ve spojení s programem OP po domluvě s pořadatelem a ČO (např. sportovní soutěž ve jménu partnera, označení sportoviště jménem partnera atd.). Aktivace partnerů ČOT jsou realizovány po společné dohodě ČO, partnerů ČOT a pořadatele.

h) Využití OP pro svou komunikaci

Partneři obdrží grafický manuál projektu OP, tak aby mohly využít grafické podoby projektu pro vlastní marketingové účely. Partnerům ČOT předá tento manuál ČO; partnerům akce pořadatel.

6.5 Monitoring partnerských plnění

Pořadatel je povinen předat ČO do 30 pracovních dnů po ukončení akce elektronický soubor s kompletní dokumentací (foto, audio, video) všech případů užití kompozitního loga akce a loga ČOV, log partnerů akce a log partnerů ČOT. ČO předá pořadateli na vyžádání manuál s doporučeními pro zpracování této dokumentace.

6.6 VIP služby

Pořadatel zajistí stan s jednoduchým občerstvením pro VIP hosty, kteří budou pořadatelem a ČO/ČOV do jednotlivých OP zváni. Pořadatel zajistí systém kontroly vstupu do VIP stanu a určí kontaktní osobu, které bude moci ČO/ČOV zasílat jména VIP osob, kteří chtějí konkrétní OP navštívit.

7. PR A KOMUNIKACE

Oblast komunikace zahrnuje práci na komunikaci a propagaci akce před zahájením OP a v době konání OP. Pořadatel určí osobu zodpovědnou za PR a komunikaci daného OP a předá kontakt na tuto osobu ČO. Za komunikaci celého projektu olympijských parků a hlavního olympijského parku na Lipně je zodpovědný ČOV ve spolupráci s ČO (press@olympic.cz).

7.1 Komunikační plán OP

Propagace projektu OP se skládá z celorepublikové propagace projektu všech olympijských parků (s důrazem na hlavní OP na Lipně) a z lokální propagace organizované pořadatelem. Pořadatel vypracuje 5 měsíců před začátkem OP regionální komunikačně – propagační plán, který postoupí ČO ke schválení / doplnění (press@olympic.cz). ČO dodá pořadateli 5 měsíců před zahájením OP globální komunikační plán včetně termínů pro realizaci jednotlivých druhů propagace.

ČO využívá ke komunikaci projektu zejména svých mediálních partnerů (ČT, ČRo, DNES, iDnes a další) a vlastních komunikačních kanálů (web www.olympic.cz, facebook a twitter Českého olympijského týmu, youtube kanál Českého olympijského týmu a Olympijský zpravodaj na ČT).

Lokální propagace projektu se skládá z:

- medializace projektu (TK, tištěná a online média, rádio, TV)
- prezentace projektu na vlastních kanálech (web, facebook, youtube)
- propagace projektu (kampaně a reklamně-informační materiály, roadshow)
- další formy (vlastní eventy atd.)

7.2 Tiskový servis pořadatele

Pro dobu konání OP musí pořadatel určit tiskového mluvčího OP, či osobu zodpovědnou za komunikaci s médii. Tato osoba je v úzkém kontaktu s PR oddělením ČOV a je informována o předchozí komunikaci a propagaci projektu.

ČOV doporučuje pro dobu konání OP následující personální složení:

- tiskový mluvčí OP a zároveň vedoucí tiskového střediska
- editor online komunikačních kanálů ODM (web, facebooková stránka)
- minimálně jeden oficiální fotograf
- za úvahu stojí i zapojení vlastního reportážního TV štábu např. pro youtube kanál pořadatelského kraje a ČOV (který je pořadateli po schválení štábu a koncepce obsahu k dispozici) či kraje.

V průběhu OP se musí PR tým podílet na komunikaci s ČOV, kraji, sportovními svazy, médii (regionálními i celostátními) i samotnými návštěvníky a hosty OP.

TISKOVÉ STŘEDISKO

Pořadatel zřídí během konání OP tiskové středisko, které bude otevřeno každý den her v časovém rozmezí otevírací doby OP pod dohledem vedoucího tiskového střediska. Tiskové středisko je vybaveno internetovým připojením, vhodným občerstvením (např. voda, káva,

ovoce, snack, bagety apod. dle uvážení pořadatele) a tiskárnou s počítačem s připojením k internetu. Kapacitu střediska doporučuje ČOV min. 10 míst pro sezení za stolem.

FOTOGRAFICKÝ SERVIS

Pořadatel zajišťuje profesionální fotografie dokumentující konání OP včetně slavnostního zahájení a zajímavých bodů programu. Tyto fotografie jsou poté bezplatně k dispozici ČOV a médiím. Branding akce a prezentace partnerů v olympijském parku musí být rovněž zdokumentována.

Kvalitní fotografický servis zajišťuje hrám velkou publicitu. Zajímavé a kvalitní fotografie odevzdané bezprostředně po skončení programu každého dne her jsou vděčným materiálem pro celostátní i regionální média a komunikační kanály OP.

7.3 Interní komunikace

Pořadatel je povinen informovat veřejnost o všech změnách v programu OP a jiných důležitých informacích.

Pořadatel zřídí informační středisko (min. formou horké telefonní linky), které bude telefonicky dostupné každý den v době konání parku.

8. ORGANIZACE

Pořadatel je povinen zřídit **organizační výbor**, jehož náplní je faktická organizace konkrétního olympijského parku. V jeho čele stojí předseda organizačního výboru, který je zároveň kontaktní osobou pro ČOV. Organizační výbor může být složen jak ze zaměstnanců krajského úřadu / radnice pořadatelského města, tak z externích odborníků a agentur.

ČOV, resp. ČO má právo dosadit do organizačního výboru minimálně jednoho svého zástupce, který má funkci supervizora a koordinátora příprav organizačního výboru. ČOV, resp. ČO, uspořádá pravidelné schůzky (cca. 1x za měsíc) za účelem rekapitulace stavu příprav jednotlivých organizačních výborů a předání nových informací za stranu ČOV. Těchto schůzek se účastní jak předseda organizačního výboru, tak určený koordinátor ČOV.

Role a činnost ČO:

- Supervize a koordinační činnost při přípravách všech olympijských parků
- Aktivní účast na schůzích organizačního výboru a dalších pracovních schůzkách skrze své jmenované koordinátory
- Kontakt s partnery ČOT
- Podpora pořadateli při propagaci a komunikaci prostřednictvím mediálních partnerů ČOT
- Zajištění provozu webových stránek projektu
- Kontakt s VIP hosty ČOV

Doplňující povinnosti a doporučení pro pořadatele:

- Pořadatel je povinen svolat schůzi organizačního výboru poprvé po jeho jmenování a následně dle potřeby minimálně jednou měsíčně
- V případě potřeby doporučuje ČO svolávat další schůze organizačního výboru, popř. menších pracovních skupin, operativně
- Pořadatel se může na zvoleného koordinátora ČO kdykoliv obracet a konzultovat s ním všechny otázky.
- Pořadatel zvolí kontaktní osobu, jejíž e-mailová adresa a telefonní číslo bude prezentováno na webu projektu jako oficiální kontakt určený k otázkám všeho druhu pro daný OP
- Na webu projektu bude rovněž prezentován kontakt na tiskové oddělení projektu

Odpovědnost

Pořadatel odpovídá za všechny závazky sjednané jeho jménem vzhledem k organizaci a průběhu OP.

Pořadatel je povinen sjednat Pojistnou smlouvu na úrazové pojištění a Pojistnou smlouvu na pojištění odpovědnosti za škodu z pořádání OP.

9. DOBROVOLNÍCI

Pořadatel zajistí pro hladký průběh OP dostatečný počet dobrovolníků, popř. trenérů a dalších pracovníků za drobnou odměnu.

ČOV v práci s dobrovolníky doporučuje:

- spolupracovat ohledně náboru dobrovolníků s regionálními školami a sportovními svazy
- vyvinout snahu o přidělení pozic dobrovolníkům dle jejich zájmů a schopností
- uspořádat cca. týden před zahájením OP školení pro dobrovolníky, při kterém budou dobrovolníci seznámeni s programem parku, základními bezpečnostními pravidly a systémem jejich práce v parku (každodenní prezence, kontakt na koordinátora dobrovolníků atd.)
- zajistit určitý komfort pro práci dobrovolníků v OP – šatna na převlékání, úschovna věcí, stravovací a pitný režim
- zajistit odlišovací oblečení pro dobrovolníky (např. výrazné tričko, popř. reflexní vesta) a akreditační karty / jmenovky se jménem dobrovolníka
- určit koordinátora dobrovolníků v průběhu OP
- zřídit facebookovou stránku pro komunikaci s dobrovolníky
- zajistit odměnu práce dobrovolníků (př. tričko, vstupenky na významné sportovní utkání v kraji, společné focení atd.)
- uspořádat poděkování dobrovolníkům po skončení OP (př. přivítání na radnici s poděkováním a malým občerstvením nebo party pro dobrovolníky)

10. HODNOCENÍ A PŘENOS KNOW – HOW

Pořadatel má povinnost poslat ČO (elektronicky) max. do 30 pracovních dnů po skončení OP hodnocení příprav za jednotlivé oblasti, včetně komunikace a koordinace příprav s ČO.

V hodnocení je spíše než výčet negativ a pozitiv důležité uvést zamýšlení nad otázkami:

- Postupy, které se osvědčily a postupy, které se neosvědčily
- „Co bychom udělali příště jinak a jak“
- Návrhy na zlepšení projektu OP

Hodnocení je veřejným dokumentem, přístupným pro další pořadatele a uchazeče o budoucí OP. Hodnocení může být v podobě dokumentu či PowerPoint prezentace.

Pořadatel je rovněž povinen umožnit dalším pořadatelům a uchazečům o pořádání budoucích OP přístup k interním dokumentům a datům a poskytnout konzultace k jednotlivým oblastem.

11. SHRUTÍ PRÁV A POVINNOSTÍ POŘADATELE

11.1 Shrnutí základních pravidel

- a) Pořadatel **připravuje** program OP tak, aby naplnil cíle projektu uvedené výše. Tento program pořadatel průběžně konzultuje se svým koordinátorem.
- b) Pořadatel je vytvoří **vyrovnaný rozpočet** OP a zajistí jeho dodržení.
- c) Pořadatel **ustanoví Organizační výbor her a zajistí jeho činnost dle tohoto Manuálu**
- d) Pořadatel používá výhradně **oficiální název, oficiální loga a grafický vizuál projektu**.
- e) Pořadatel **dodržuje marketingová pravidla** uvedená v tomto Manuálu včetně povinnosti schvalování všech propagačních a reklamních materiálů ČO a.s. a povinnosti poskytnutí prezentačního prostoru partnerům ČOT.
- f) Pořadatel **komunikuje a propaguje** svůj OP před a v průběhu OP.
- g) Pořadatel **prezentuje akci jako projekt ČOV**, spolupracuje s ČOV při jeho propagaci a poskytuje následujícím pořadatelům informace a zkušenosti z organizace a procesu příprav.
- h) Pořadatel konzultuje s ČOV záměr postoupit některá práva a povinnosti vyplývající z pořádání OP na **třetí subjekt**.
- i) Pořadatel informuje o aktuálním programu a dění OP na oficiálních webových stránkách projektu a dalších komunikačních kanálech
- j) Pořadatel má možnost vydat knižní publikaci či brožuru k OP (ČOV si vyhrazuje právo korektur).

11.2 Smlouva s pořadatelem

ČOV uzavře s vybraným pořadatel smlouvu o pořádání lokálního olympijského parku. Smlouva musí být podepsána co nejdříve od momentu zvolení pořadatelského kraje či města.

