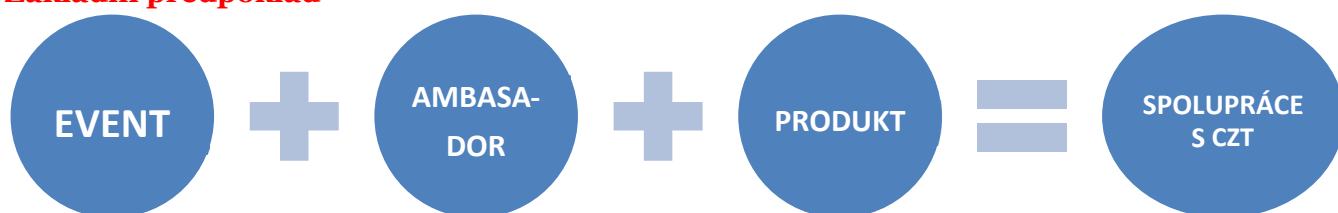


Eventy 2021 – hodnocení- 2. kolo

Kategorie eventů

- **Globální eventy a TOP eventy s prioritou odborné komise** – eventy vybrané na základě hodnotícího procesu ke spolupráci ze strany agentury CzechTourism (dále jen CzT) a odborné komise (kultura/sport)
- **Série akcí** – eventy pro DCR, možnost spolupráce s CzT, podmínkou je, že se jednotlivé akce konají v min. 5 krajích ČR - série závodů, případně akcí v minimální 5 různých krajích

Základní předpoklad



- Předpokladem pro navázání spolupráce s CzT je existence ambasadora (veřejně známé osobnosti, influencera, osobnosti s velkým zásahem daném oboru a podobně), který dokáže vhodným způsobem odprezentovat danou akci a zejména pak odprezentovat destinaci a rozvoj národního produktu cestovního ruchu (kulturní, aktivní, lázně).
- Spolupráce s CzT bude založena na využití marketingového potenciálu akce – využití ambasadorů, dodání obsahových materiálů prezentujících destinaci (foto, video), možnost injektáží v přímých přenosech, B2B aktivity (např. workshop pro location managery v rámci filmového festivalu, B2C aktivity – promostany, atd.).
- Partnerství CzT není dotace na uspořádání akce, ale jedná se o nákup marketingových služeb na propagaci České republiky na domácím trhu a v zahraničí.
- Spolupráce je možná pouze se subjektem, který propsal žádost prostřednictvím online formuláře
- U HCP eventů je nutné splnit podmínku zapojení handicapovaných do eventů, jejich aktivní účast a podporu cestovního ruchu pro handicapované.

Čeho chceme dosáhnout

1) Diverzifikace kategorií eventů s cílem dosáhnout optimálního globální mediální zásah a současně optimalizovat dopady na lokální ekonomiku Eventy - kategorizace

- **GLOBÁLNÍ eventy a TOP eventy** – eventy s globálním zásahem a TOP eventy s prioritou odborné komise– maximální počet 4 akce
- **SÉRIE** – ke spolupráci bude vybráno maximálně 1 série

Tematické rozdělení

Kulturní + lifestyle eventy

- Festival - film
- Festival - klasická hudba
- Festival - populární hudba
- Festival, slavnosti - divadlo/tanec
- Festival - Design
- Festival - Gastro
- Historické / Městské slavnosti

Nejedná se o taxativní výčet zaměření Kulturních a Lifestyle eventů.

Sportovní eventy

dle sportovního odvětví (řazeno dle preference)

- Olympijské sporty – 36 letních sportů a 7 zimních
- Motorsport
- Ostatní sporty poměr odvětví ve finálním výběru TOP eventů by měl být přibližně 60 (olymp.) : 30 (moto) : 10

(ost.)

dle významnosti (řazeno dle preference)

- Mistrovství světa (seniorské)
- Mistrovství Evropy (seniorské), Významná mezinárodní sportovní událost (Světový pohár, Liga mistrů, Global Series a podobně)
- Mistrovství světa (juniorské)
- Mistrovství Evropy (juniorské)
- Mistrovství ČR s mezinárodní účastí
- další události

2) Zásahu různých cílových skupin (Diverzifikace tematického zaměření eventů s cílem zasáhnout různé cílové skupiny) Sport a kultura atd.

- další eventy bez návaznosti na konkrétní region, dodržení poměru kultura + lifestyle/sport min. 30/70 v optimálním případě však 50/50
- **série akcí**, které jsou rozptýleny do více krajů (minimálně 5), budou hodnoceny odděleně od jednorázových akcí
- **regionální eventy** významné pro daný kraj, vybrané z přihlášených eventů nezařazených do jiných kategorií na základě priorit regionu

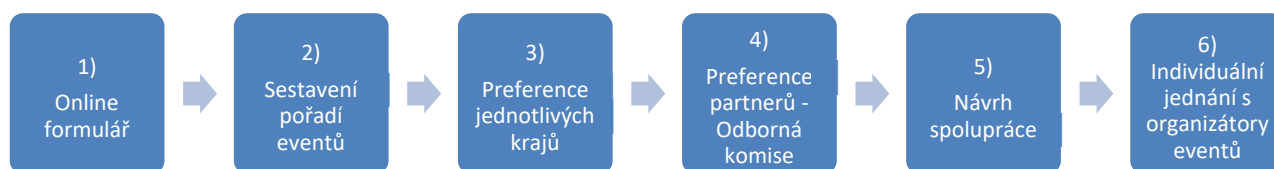
3) Maximalizace hodnoty mediálního zásahu a využití mediálních kanálů ve spojení s akcí

- maximální vizibilita destinace
- využití mediálního zásahu akce za účelem buď posílení image destinace (mezinárodní festivaly, mistrovství světa...), nebo rozvoj konkrétního produktu (závody horských kol, vinobraní apod.) – podpora aktivního produktu

4) Tvorby obsahu souvisejícího s regionem a prezentací ČR

- obsah využitelný pro org. státní správy a místní samosprávy, organizace destinačního managementu a kampaně CzT v rámci plnění □ foto, video, ambasadoři apod.

System hodnocení



Do druhého kola výzvy se mohou hlásit pouze eventy, které se nepřihlásily v kole prvním. Znovu přihlášené eventy budou automaticky vyřazeny z hodnocení. S těmi eventy, které splní podmínku prvního přihlášení v druhém kole, ale neodešlou ve stanovené lhůtě přihlášku, **nebude možné zahájit** spolupráci na eventu, který **nebude propsán formulářem ve standardním termínu** zveřejněné výzvy. Výjimku však tvoří eventy, které nemohly být z objektivních a prokazatelných důvodů propsány v období určeném pro přihlášení akcí do hodnotícího formuláře. Vznikne-li tedy možnost spolupráce s takovým eventem, jehož propagační potenciál ČR v rámci nabídnutého mediálního prostoru v rámci akce zhodnotí CzT jako přínos a to dle 3E kritérií, se zohledněním případných rizik akce, pak se žadatel o spolupráci propíše prostřednictvím formuláře otevřeného v mimořádném termínu, který je přílohou č. 2 těchto zásad (dále jen Formulář). Následně bude zařazen do příslušné kategorie, CzT vyžádá vyjádření příslušné odborné komise. Při doporučení spolupráce, pak zahájí CzT, nebo jí pověřená osoba jednání s pořadatelem o podmínkách spolupráce a to v případě, že to bude umožňovat rozpočet určený k eventové spolupráci.

1) Online formulář

- Formulář bude zveřejněn na stránkách www.czechtourism.cz - bude aktivní po dobu 30 dnů a k dispozici všem uchazečům.
- Organizátoři eventů propíší eventy do formuláře.
- Metodika hodnocení bude u formuláře přiložena, uchazeči budou přesně vědět, jak bude probíhat hodnocení.
- V rámci online formuláře dojde po jeho uzavření k automatickému vyhodnocení bodového zisku a tudíž i prvotního žebříčku eventů.

Vyhodnocení ve formuláři - jaké budou hodnoceny parametry?

- **Návštěvnost akce** – žadatel uvede počet návštěvníků v členění na domácí a zahraniční a uvede, jako metodou data získal (ticketing, vlastní analýza, odhad).
- **Propagační a PR potenciál akce** – zásah prostřednictvím TV přenosů, online příp. dalších kanálů, fanoušci na sociálních sítích
- **Tvorba obsahu** – existence ambasadora nebo osobnosti spojené s akcí, možnost využití pro propagaci destinace, foto, video pro využití s nejširší možnou licencí včetně tvorby těchto materiálů na základě pokynů od CzT
- **Sezónnost** – bodové zvýhodnění akcí mimo hl. sezonu (tj. v období říjen – duben)

Významnost parametrů bude odlišná pro kulturní + lifestyle eventy a sportovní eventy (řazena dle priority od nejvyšší po nejnižší)

Parametry pro kulturní + lifestyle eventy (řazeny dle priority od nejvyšší po nejnižší)

- Návštěvnost akce (20%)
- Propagační a PR potenciál akce (45%)
- Tvorba obsahu (20%)
- Sezónnost (15%)

Parametry pro sportovní eventy (řazeny dle priority od nejvyšší po nejnižší)

- Významnost akce pro region (15%)
- Propagační a PR potenciál akce (45%)
- Tvorba obsahu (20%)
- Návštěvnost akce (10%)
- Sezónnost (10%)

2) Sestavení pořadí nejvýznamnějších eventů (TOP eventů, Mezinárodních eventů a série akcí)

- Žebříček bude sestaven na základě bodového hodnocení z formuláře
- Finální počet Globálních a TOP eventů bude maximálně 4
- Sérií akcí maximálně 1 bez ohledu na regionálnost
- Vždy bude dbáno na pokrytí regionů i témat

3) Preference partnerů a Odborné komise

- Odborná komise sport/kultura – po sestavení pořadí bude na základě zasedání komise rozhodnuto o výběru Globálních eventů, TOP eventů a sérií akcí a doporučení maximálních alokací s ohledem na kritéria výběru u Globálních eventů, TOP eventů a Sérií akcí Složení komisí:
- Národní sportovní agentura – ověření preference sportovních eventů
Ministerstvo kultury – ověření preference kulturních eventů
MMR ČR – finální schválené navrženého seznamu eventů
Podnikatelé - Česká unie cestovního ruchu z.s., jakožto jeden z největších zástupců podnikatelské sféry

System následné spolupráce

4) Příprava návrhu spolupráce

- Realizaci aktivit spojených s eventem mají na starosti produktoví manažeři CzT.
- Dle návrhu marketingového plnění ze strany organizátora akce a seznamu služeb preferovaných agenturou CzT navrhnu pro každý event finální návrh spolupráce – návrh vždy zohlední unikátnost každé akce.
- Při návrhu spolupráce bude zohledněna časová a kapacitní náročnost, příprava bude probíhat postupně od nejdříve hodnoceného eventu dále.

5) Individuální jednání s jednotlivými organizátory eventů

- Odpovědný produktový manažer vede jednání s organizátory jednotlivých akcí Možné scénáře:
- Organizátor akceptuje návrh rozsahu a finančního plnění – je zahájena spolupráce; maximální částka pro tuto formu spolupráce odpovídá maximální výši alokace dle kategorie a výpočtu.
- Organizátor akceptuje návrh rozsahu a finančního plnění s výhradami – dojde k úpravě rozsahu plnění či finanční částky, se kterou obě strany souhlasí – je zahájena spolupráce; maximální částka pro tuto formu spolupráce vychází z maximální alokace dle kategorie a výpočtu a je ponížena o hodnotu poníženou o nedodané plnění.
- Organizátor nesouhlasí s návrhem a není ochotný jednat o případných úpravách – CzT nabízí formu klasické partnerské spolupráce (umístění loga, mediální plnění), alokace vychází ze zařazení do kategorie, výpočtu maximální alokace a hodnotnosti plnění dle preferencí agentury CzT.
- Organizátor nesouhlasí s žádnou z forem navrženého plnění – spolupráce neproběhne.

K finálnímu odsouhlasení návrhu z obou stran musí dojít nejméně 10 pracovních dní před začátkem plnění.

Možnosti marketingového plnění ze strany organizátora akce preferované agenturou CzT (nejedná se o konečný výčet, organizátor může navrhnout i jiné formy plnění dle charakteru a jedinečnosti eventu):

- Ambassador – spojení s hvězdami (osobnostmi s mezinárodním/domácím přesahem) eventu (posty na sociálních sítích, foto a video produkce pro následné využití agenturou pro prezentaci ČR a další).
- Možnost fyzické prezentace regionu/ů na eventu včetně zajištění jejich prezentace a produkce této prezentace dodavatelem.
- Umístění brandu aktuálně využívaného CzT k prezentaci ČR na akci.
- Možnost využít přímých přenosů / záznamů k pouštění medailonku ambassadorů z místa, případně regionu.
- Výroba a dodání obsahových materiálů (foto, video) prezentující region/ny kde se akce koná a ČR, včetně brandingů aktuálním brandem agentury CzT a dodání včetně licencí.
- Využití obsahových materiálů (foto/video) agentury CzT při komunikaci v místě akce směrem k návštěvníkům na exponovaných místech (velkoplošná projekce, online kanály eventu a podobně).
- Využití dalších komunikačních kanálů pro prezentaci regionu, případně České republiky – představení regionu, místa, product-placement, injejtáž, reportáže představující destinaci a další.

- Články o akci a daném regionu v zahraničních médiích, včetně prezentace brandu agentury CzT.

Metodika kategorizace eventů

Typy eventů:

- **Globální eventy a TOP eventy**– eventy vybrané na základě hodnotícího procesu ke spolupráci ze strany CzT a odborné komise a TOP eventy- akce, které jsou odborných komisí (kultura/sport) s ohledem na mezinárodní význam a prezentaci ČR
- **Série akcí** – eventy pro DCR, možnost spolupráce s CzT, podmínkou je, že se jednotlivé akce konají v min. 5 krajích ČR - série závodů, případně akcí v minimální 5 různých krajích

Minimální počet bodů eventů, ke splnění předpokladů pro zařazení do kategorie:

Kategorie eventů	Min. počet bodů v kritériu Propagační a PR potenciál akce (maximální možný počet získaných bodů je 90)
Globální event	70
TOP event a Série akcí	50

Kritérium, které event musí splnit:

Pozn. Kritérium je závazné a subjekt se zavazuje, že je dodrží/naplní. Kritérium musí být splněno, pro dodavatele plnění je závazné a musí být naplněno v rámci plnění v případě uzavření smlouvy. V případě, že event nebude schopen splnit kritérium ze 100 %, může být zařazen do nižší kategorie, případně zcela vyřazen z vybraných eventů určených ke spolupráci.

Metodika určení max. alokace eventů

Rozdělení doporučené alokace (dle marketingového plnění)

PLNĚNÍ	POPIS	ČÁST ALOKACE
1/ prezentace loga	Prezentace brandu CzT v místě akce, na POS materiálech akce (na veškerých propagačních materiálech v místě akce), online na kanálech akce atd.	10 %
2/ online prezentace	SoMe (využití oficiálních kanálů sociálních médií akce/organizátora akce apod.), posty, prezentace příspěvků CzT, web, PR články, PR v rámci online médií, prezentace spotů CzT, newsletter, soutěže na SoMe, sdílení příspěvků	10 %
3/ onsite prezentace	spoty, mantinely, zábrany, možnost umístění stánku, využití prostoru na akci, Roll-upy, možnost aktivace návštěvníků, zprostředkování natáčení rozhovorů s osobnostmi atd.	20 %
4/ mediální prostor	PR regionu, případně ČR v rámci vysílání TV, sponzorské vzkazy, spoty, PR články, sdílení článků, inzerce CzT v POS materiálech, inzerce CzT v médiích atd.	20 %
5/ obsahové materiály	Dodání destinačního spotu, včetně licencí k použití CzT, dodání fotografií prezentující destinaci, včetně licencí k užití CzT a další	20 %
6/ ambassador	Poskytnutí obsahových materiálů (foto/video), prezentujících ČR/region jako destinaci s veřejně známou osobností, (ambasador zvoucí do regionu, včetně brandingů a licencí pro užití CzT)	20 %

Určení alokace dle kategorizace eventů:

- **GLOBÁLNÍ eventy a a TOP eventy**– v případě zařazení eventů dle kritérií do kategorie globální eventy a výběru odbornou komisí, bude při dodržení kategorizačních kritérií ze 100 procent a dodání marketingového plnění ze 100 procent, max. alokace ve výši 1 000 000 Kč bez DPH.
- **SÉRIE akcí** – maximální alokace do 500 000 Kč bez DPH.

Tyto 3 kategorie budou vypočítány dle vzorce:

$$A = \frac{B}{M} \times C$$

A - Alokace

M - Nejvyšší dosažený počet bodů v dané kategorii

B - Počet získaných bodů hodnoceného eventu

C - Maximální alokace pro danou kategorii

Příklad:

C v dané kategorii - 1 000 000 Kč

M v dané kategorii - 70 bodů

B daného eventu - 35 bodů

$35/70 \times 1\,000\,000\text{ Kč} = 500\,000\text{ Kč}$ alokace hodnoceného eventu

Výpočet maximální alokace eventů, přihlášených do druhé kola, bude tvořen srovnáním získaných bodů všech vybraných eventů, tedy z 1. i 2. kola

Finanční alokace dle typů eventů:

Výše alokace vychází z hodnotícího procesu a doporučení odborné komise, tedy na základě hodnocení a celkového rozpočtu. Vždy se jedná o maximální doporučenou alokaci, kde skutečná výše plnění je závislá na hodnotě nabídky plnění ze strany dodavatele a je vytvářena na základě obchodních jednání agentury CzT s dodavatelem a koresponduje s aktuálními cíli a prioritami agentury CzT, regionů a odborné komise.

- **GLOBALNÍ eventy a TOP eventy** – maximální alokace do 1 000 000 Kč bez DPH.
- **Série akcí** – maximální alokace do 500 000 Kč bez DPH.