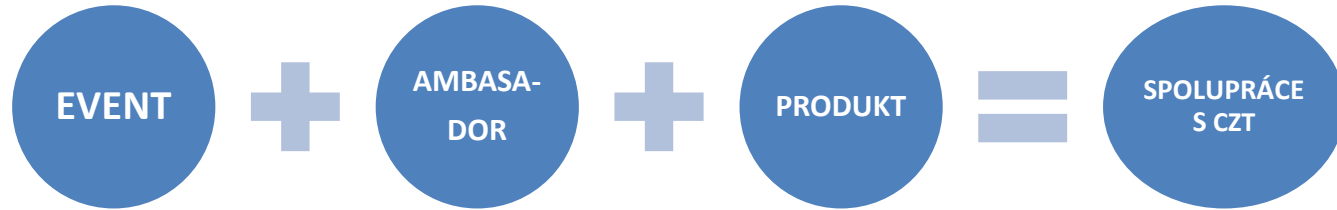


Eventy 2020 metodika hodnocení

Typy eventů

- **TOP eventy** – eventy vybrané na základě hodnotícího procesu ke spolupráci ze strany CzechTourism
- **Série akcí** – eventy pro domácí cestovní ruch, možnost spolupráce s CzT, podmínkou je, že se jednotlivé akce konají v min. 5 krajích.
- **Regionální eventy** – eventy propracované formulářem, ale bez finanční spolupráce s CzT. Mohou žádat o prostředky z Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech. Za CzT je možná spolupráce prostřednictvím klasického PR akce prostřednictvím sítě zahraničních zastoupení a dalších kanálů.

Základní předpoklad



- Předpokladem pro navázání spolupráce s CzT je existence ambasadora, který dokáže vhodným způsobem odprezentovat danou akci v propojení na propagaci destinace a rozvoj národního produktu cestovního ruchu (kulturní, aktivní, lázně).
- Spolupráce s CzechTourism bude založena na využití marketingového potenciálu akce – využití ambasadorů, možnost injekcí v přímých přenosech, B2B aktivity (např. workshop pro location managery v rámci filmového festivalu, B2C aktivity – promostany, atd.). Partnerství CzechTourism není dotace na uspořádání akce, ale na dodávku marketingových služeb na propagaci České republiky na domácím trhu a v zahraničí.

Čeho chceme dosáhnout

1) Tematického rozložení (zásah různých cílových skupin)

Eventy: kulturní + lifestyle (budou tvořit alespoň 30 % všech vybraných TOP eventů)
sportovní

Kulturní + lifestyle eventy

- Film
- Klasická hudba
- Populární hudba
- Divadlo/tanec
- Design
- Gastro
- Historické / Městské slavnosti

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.)

Sportovní eventy 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

Čeho chceme dosáhnout

2) Regionálního rozptylu (podpora vizibility a prezentace regionů)

- 1 TOP event v regionu bez ohledu na zařazení v kategorii (sport/kultura+lifestyle)
- další eventy bez návaznosti na konkrétní region, dodržení poměru kultura+lifestyle/sport min. 30/70
- série akcí, které jsou rozptýleny do více regionů, budou hodnoceny odděleně od jednorázových akcí

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 a kampaně CzT v rámci plnění
- foto, video, ambasadoři apod.

System hodnocení



- Formulář bude zveřejněn v měsíci listopadu na stránkách www.czechtourism.cz
- Organizátoři eventů propíší eventy do formuláře, metodika hodnocení bude u formuláře přiložena
- V rámci online formuláře dojde po jeho uzavření k automatickému vyhodnocení bodového zisku a tudíž i prvotního žebříčku eventů.
- V průběhu roku nebude možné zahájit spolupráci na eventu, který nebude popsán formulářem ve standardním termínu zveřejněné výzvy (výjimku tvoří eventy s vládní prioritou).

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 akce pro region – priorita kraje (uchazeč doloží čestným prohlášením)

1)

Online
formulář

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)

- Významnost akce pro region (30%)
- Návštěvnost akce (25%)
- Propagační a PR potenciál akce (20%)
- Tvorba obsahu 15%
- Sezónnost (10%)

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

- Významnost akce pro region (30%)
- Propagační a PR potenciál akce (25%)
- Tvorba obsahu (20%)
- Návštěvnost akce (15%)
- Sezónnost (10%)

1)

Online
formulář

- Žebříček bude sestaven na základě bodového hodnocení z formuláře
- Finální počet TOP eventů se bude odvíjet od aktuálního rozpočtu
- Vždy bude dbáno na pokrytí regionů i témat

2)

Sestavení
pořadí
eventů

- Regiony – uchazeč v rámci online formuláře doloží čestné prohlášení, že event spadá mezi TOP 10 prioritních akcí kraje pro rok 2020. V rámci vyhodnocení bude následně ověřeno u zástupců jednotlivých krajů.
- Zástupce podnikatelů – po sestavení pořadí bude zasláno na zhodnocení Fóru cestovního ruchu, z.s., jakožto jednomu z největších zástupců podnikatelské sféry
- Stát – Národní sportovní agentura – ověření preference sportovních eventů
- MMR ČR – finální schválené navrženého seznamu eventů

3)

Preference
partnerů

- Dle návrhu marketingového plnění ze strany organizátora akce a seznamu preferovaných služeb připraví CzechTourism pro každý event finální návrh spolupráce a výši finančního plnění ze strany CzechTourism – návrh vždy zohlední unikátnost každé akce.
- Při návrhu spolupráce bude zohledněna časová a kapacitní náročnost, příprava bude probíhat postupně od nejvýše hodnoceného eventu dále.
- Odpovědný produktový manažer vede jednání s organizátory jednotlivých akcí

4)
Návrh
spolupráce

Možné scénáře:

- Organizátor akceptuje návrh rozsahu a finančního plnění – je zahájena spolupráce; maximální částka pro tuto formu spolupráce je 2 mil. Kč bez DPH.
- 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 je 2 mil. Kč bez DPH.
- Organizátor nesouhlasí s návrhem a není ochotný jednat o případných úpravách – CzechTourism nabízí formu klasické partnerské spolupráce (umístění loga, mediální plnění), obvyklá částka pro tuto formu spolupráce je 200 tis.Kč bez DPH.
- Organizátor nesouhlasí s žádnou z forem navrženého plnění – spolupráce neproběhne.

5)
Individuální
jednání s
organizátory
eventů

Možnosti marketingového plnění ze strany organizátora akce preferované agenturou CzechTourism (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 loga na akci
- Možnost využít přímých přenosů / záznamů k pouštění medailonku ambasadorů z místa, případně regionu
- Využití obsahových materiálů (foto/video) agentury CzechTourism 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, injecting a další
- Články o akci a daném regionu v zahraničních médiích, včetně prezentace brandu agentury CzechTourism