

Założenia dla organizatorów Mistrzostw Polski w jeździeckich konkurencjach olimpijskich

-

Ujeżdżenie (duże konie)

1. MISJA I CELE

Polski Związek Jeździecki od 1928 roku jest liderem organizującym życie jeździeckie w Polsce, a także jedyną polską, oficjalną organizacją jeździecką uznawaną przez Polski Komitet Olimpijski i Międzynarodowy Komitet Olimpijski. Jednym z celów statutowych PZJ jest organizacja, popularyzacja oraz rozwój sportów konnych i rekreacji konnej. Wśród siedmiu, objętych nadzorem PZJ, konkurencji znajdują się konkurencje olimpijskie: ujeżdżenie, skoki przez przeszkody i Wszechstronny Konkurs Konia Wierzchowego. Intencją Polskiego Związku Jeździeckiego jest nadanie szczególnej oprawy wydarzeniom o randze mistrzowskiej, zarówno w sezonie otwartym, jak i halowym. Mistrzostwa Polski są podsumowaniem całorocznej pracy pary koń-zawodnik, a zarazem świętem wszystkich miłośników danej konkurencji i możliwością zaprezentowania najwyższego poziomu sportowego par. Mistrzostwa Polski to także wyjątkowa możliwość promocji jeździectwa wyczynowego, a zarazem okazja do podkreślenia roli jeździectwa powszechnego i spotkania tych dwóch światów. Celem Polskiego Związku Jeździeckiego jest również zachęcanie wszystkich jeźdźców do stałego podnoszenia swoich umiejętności jeździeckich, a Mistrzostwa Polski to doskonała szansa do inspiracji oraz tworzenia społeczności jeździeckiej wszystkich szczebli wokół najważniejszych zawodów w Polsce.

2. ZAŁOŻENIA OGÓLNE

Mistrzostwa Polski to flagowe wydarzenie sportowe organizowane przez Polski Związek Jeździecki. Celem PZJ jest podkreślenie rangi, jaką mają wydarzenia o charakterze mistrzowskim, a także przyciągnięcie jak największej liczby kibiców i entuzjastów jeździectwa. Wydarzenie tej wagi ma być swoistym narodowym świętem jeździeckim. Wierzymy, że zgromadzenie w jednym miejscu i czasie czołowych zawodników i koni w każdej kategorii wiekowej sprawi, że mistrzostwa będą na nowo najważniejszym wydarzeniem jeździeckim w roku dla każdego jeźdźcy i kibica.

3. ZAŁOŻENIA DLA ORGANIZATORA ZAWODÓW

- I. Zorganizowanie w jednym terminie zawodów o randze mistrzowskiej dla kategorii wiekowych: **seniorzy, młodzi jeźdźcy, juniorzy i dzieci**. Podczas MP organizator ma prawo do organizacji rywalizacji w dodatkowych kategoriach, objętej osobnymi wytycznymi i finansowaniem nagród.
- II. Przedstawienie programu wydarzenia o randze mistrzowskiej do pisemnej akceptacji Zarządu PZJ w terminie 3 miesięcy od planowanego daty wydarzenia. PZJ ma prawo do współtworzenia programu i przebiegu mistrzostw.
- III. Umowa z organizatorem jest zawarta na wydarzenie w roku 2024.
- IV. Dopasowanie daty zawodów do terminu startu głównego w danym roku w porozumieniu z PZJ, preferowany termin: **2024**, preferowany termin zawodów halowych:.....
- V. Pełne pokrycie kosztów zawodów oraz wypłata nagród w wysokości odpowiadającej randze zawodów i zgodnie z zatwierdzonymi propozycjami zawodów.

4. KONKURENCJA A – UJEŹDŻENIE

Kryteria wobec organizatora do rozgrywania imprez mistrzowskich:

- I. **Okres obowiązywania umowy:** rok
- II. **Warunki konkursowe:**
 - a) Czworobok konkursowy o wymiarach 20 x 60 m i 20 x 40 m,
 - b) Zapewnienie odpowiedniej jakości, w tym elastyczności i przyczepności, podłoża na placu konkursowym. W przypadku zawodów otwartych podłoża odporne na zmienne warunki atmosferyczne,
 - c) Zapewnienie elektronicznego systemu naliczania punktacji i wyników, a także obsługi komputerowej zgodnie z wymogami przepisów PZJ i FEI,
 - d) Zapewnienie min. 3 budek sędziowskich oraz biura zawodów umożliwiających właściwą pracę osób oficjalnych,
 - e) Zapewnienie osób oficjalnych niezbędnych do właściwego przeprowadzenia konkursów zgodnie z przepisami PZJ, przy czym PZJ ma prawo do wyznaczenia sędziego-delegata PZJ na zawody rangi Mistrzostw Polski odpowiedzialnego za sprawdzenie wymogów technicznych i poprawności przeprowadzenia zawodów.
- III. **Pula nagród:** Minimalne pule nagród i maksymalną wysokość wpisowego określa regulamin mistrzostw i **załącznik nr 1.**
- IV. **Warunki techniczne:**
 - a) Nagłośnienie: zapewnienie profesjonalnego nagłośnienia obiektu (w tym czworoboki, rozprężalnia),
 - b) Zapewnienie parkingu dla koniowozów, przyczep i samochodów wraz z dostępem do prądu,
 - c) Zapewnienie odpowiedniego poziomu sanitarnego zawodów, zgodnie z aktualnymi przepisami ogólnymi PZJ,
 - d) Zapewnienie obsługi ratownictwa medycznego,
 - e) Zapewnienie ubezpieczenia organizatora – OC (minimalna suma ubezpieczenia: 200 tys. zł),
 - f) W przypadku spełnienia znamion imprezy masowej, organizator jest zobowiązany do zabezpieczenia imprezy zgodnie z Ustawą o organizacji imprez masowych.
- V. **Warunki treningowe:**
 - a) Rozprężalnia o wymiarach min. 20 x 40 m,
 - b) Zapewnienie odpowiedniej jakości, w tym elastyczności i przyczepności, podłoża na rozprężalni,
 - c) Miejsce do lonżowania,
 - d) Miejsce do stępowania i spacerowania z końmi podczas trwania konkursów.
- VI. **Warunki bytowe dla koni:**
 - a) Zapewnienie odpowiedniej liczby boksów stałych lub możliwość rozstawienia boksów przenośnych, zapewnienie pierwszej ściółki w boksach, ujęcia wody, prądu i światła,
 - b) Zapewnienie myjki dla koni,
 - c) Zapewnienie dwóch boksów na potrzeby kontroli antydopingowej, jednego wyścielonego słomą i jednego wyścielonego trocinami.
- VII. **Promocja i komunikacja:**

Poniżej zostały przedstawione ogólne warunki i wytyczne dotyczące współpracy w zakresie promocji, komunikacji i mediów, szczegółowy wykaz warunków został ujęty w **załączniku nr 2.** Podstawowe zobowiązania organizatora:

 - a) Ścisła współpraca z PZJ w zakresie komunikowania zawodów, a także organizacji części oficjalnej, w tym:

1. uzgodnienie i zrealizowanie w porozumieniu z PZJ scenariusza:
 - i. ceremonii otwarcia (losowanie),
 - ii. ceremonii dekoracji (m. in. zapewnienie flagi RP, hymnu RP, derek, szarf i pucharów dla zwycięzców, przy czym nagrody wręczane zawodnikom powinny być opiniowane przez PZJ),
- b) Zapewnienie możliwości promocji PZJ i jego partnerów lub sponsorów poprzez umieszczanie logotypu PZJ i sponsorów w propozycjach, wynikach zawodów i innych dokumentach, wywieszenie dostarczonych banerów i innych materiałów promocyjnych, w tym stoiska PZJ,
- c) Informowanie o współorganizacji zawodów z Polskim Związkiem Jeździeckim poprzez materiały promocyjne, komunikaty na stronie www organizatora, jego media społecznościowe oraz wszelkie inne wykorzystywane przez niego kanały, a także konsultowanie projektów materiałów graficznych wykorzystujących logo PZJ i jego partnerów lub sponsorów,
- d) Umożliwienie udostępnienia wybranych materiałów promocyjnych PZJ i jego partnerów lub sponsorów w wybranych miejscach, w porozumieniu z organizatorem,
- e) Udostępnienie PZJ infrastruktury organizatora w celu przeprowadzenia ewentualnych działań promocyjnych, medialnych, marketingowych i komunikacyjnych, w porozumieniu z organizatorem,
- f) Zapewnienie PZJ wyłączności we wszelkim nadawaniu lub reemitowaniu, w tym za pomocą Internetu, wizji lub fonii przewodowej lub bezprzewodowej, przez stacje naziemne, za pośrednictwem satelity, w sieciach kablowych, telekomunikacyjnych lub multimedialnych lub innych systemach przekazu (w tym tzw. *simulcasting* lub *webcasting*), w tym w kanałach PZJ,
- g) Udzielenie PZJ przez organizatora licencji niewyłącznej, nieograniczonej czasowo i terytorialnie do korzystania z przekazanych materiałów fotograficznych i audiowizualnych powstałych w ramach zawodów, na zasadach określonych osobną umową.

VIII. Dodatkowo punktowane kryteria wobec organizatora:

Posiadanie utwardzonych ciągów komunikacyjnych pomiędzy placami konkursowymi, rozprężalnikami i stajnikami (boksami) niezmiennych swoich parametrów niezależnie od warunków pogodowych	+ 5 pkt
Posiadanie lub zapewnienie utwardzonych parkingów dla koniowozów, przyczep i samochodów osobowych niezmiennych swoich parametrów niezależnie od warunków pogodowych (min. 100 aut, przyczep lub 50 koniowozów)	+ 5 pkt
Wyświetlanie bieżących wyników oraz aktualnego rankingu konkursu na rozprężalni	+ 5 pkt
Miejsce w hali do stępowania i spacerowania z końmi w razie złych warunków atmosferycznych podczas trwania konkursów	+ 5 pkt
Dodatkowe działania promocyjne upowszechniające jeździectwo (np. szkolenie, impreza integracyjna, gry i zabawy grupowe itp.)	+ 5 pkt
Kwota puli nagród za każde 1000 zł ponad kwotę wymagalną	+ 0,5 pkt
Dodatkowe nagrody rzeczowe	+ 0,25 pkt*
*za każde 1000 zł udokumentowanej wartości nagród	

Za każdy m ² powierzchni wskazanego głównego placu konkursowego ponad minimalny *nie więcej niż 10 pkt	+ 0,1 pkt*
Doświadczenie związane z organizacją zawodów rangi mistrzowskiej i/lub międzynarodowej (w formie opisowej)	+ od 0 do 5 pkt
Za każde 20 stałych boksów udostępnionych dla przyjezdnych zawodników *nie więcej niż 10 pkt	+ 1 pkt
Zapewnienie bazy noclegowej do wyboru na terenie zawodów lub w odległości max. 25 km (w formie opisowej)	+ od 0 do 5 pkt
Zapewnienie możliwości całodziennego wyżywienia w restauracji/barze/w miejscu zawodów (w formie opisowej)	+ od 0 do 5 pkt
Zapewnienie sanitariatów (w formie opisowej) powyżej niezbędnego minimum	+ od 0 do 5 pkt

5. Zobowiązania PZJ

- I. Sprawne przeprowadzenie rywalizacji sportowej podczas imprezy jeździeckiej zakwalifikowanej do kalendarza centralnego PZJ.
- II. Wpisanie wydarzenia do kalendarza centralnego PZJ.
- III. Przeprowadzenie weryfikacji kwalifikacji licencjonowanych par jeździec-koń przez Biuro PZJ.
- IV. Wskazanie wyszkolonych i licencjonowanych osób oficjalnych, wyznaczenie i opłacenie wynagrodzenia sędziego-delegata PZJ.
- V. Zagwarantowanie aktualnych przepisów i regulaminów gwarantujących sprawność oraz bezkonfliktowość przebiegu imprezy oraz jasność reguł rywalizacji sportowej.
- VI. Nadanie statusu wydarzenia sportowego rangi mistrzowskiej krajowej.
- VII. Wkład w podniesienie sportowego efektu medialnego imprezy poprzez bieżące przenoszenie wyników sportowych wygenerowanych podczas wydarzenia do istotnych medialnie nośników, jakimi są: wszelkiego rodzaju media, ceremonie dekoracji, ceremonie nadawania tytułów mistrzowskich i wręczania medali, sportowe rankingi, zestawienia bieżących klasyfikacji w eliminacjach i kwalifikacjach do najwyższych rangą imprez.
- VIII. Zapewnienie, w porozumieniu z organizatorami, stosownej liczby medali, pucharów, flots, derek i szarf.
- IX. PZJ w ramach organizacji zawodów, o których mowa w niniejszym dokumencie, nie pobiera opłaty organizacyjnej.

Załącznik nr 1: Pula nagród MP: minimalne pule nagród i maksymalne wpisowe MP 2024 (w PLN)

	Wpisowe* (maksymalna wartość)	Nagrody MP (kwota minimalna)	Nagrody HMP (kwota minimalna)
Kategorie mistrzowskie			

Seniorzy	1 130	12 000	7 000
U25	1 130	6 000	4 500
Młodzi Jeźdźcy	1 130	5 500	4 000
Juniorzy	1 130	4 500	3 000
Dzieci	1 130	2 000	3 000
Razem		30 000	21 500

*Wpisowe z boksem

Załącznik nr 2 – Szczegółowy wykaz warunków i wytycznych dotyczących współpracy organizatora i PZJ w zakresie promocji, komunikacji i mediów

1. Organizator udostępni PZJ drogą elektroniczną (plik ZIP lub poprzez platformę przesyłania plików) opisane (autor, nazwisko jeźdźcy, imię konia itd.) wysokiej jakości zdjęcia (liczba: min. 15 sztuk, plik: JPG z minimalną kompresją w rozmiarze 2480 x 1748 pikseli) bez znaków wodnych autora, a także wszelkie zapisy audiowizualne z wydarzenia dokumentujące jego przebieg i oświadczą, że posiadać do nich będzie autorskie prawa majątkowe oraz zgodę na rozpowszechnianie wizerunku osób na nich utrwalonych w sytuacjach wskazanych w ustawie z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
2. Organizator udzieli PZJ licencji niewyłącznej, nieograniczonej czasowo i terytorialnie do korzystania z przekazanych materiałów fotograficznych i audiowizualnych powstałych w ramach wydarzenia, na zasadach określonych osobną umową i zobowiązuje się do zawierania wszelkich umów z uwzględnieniem tych zasad.
3. Wyłącznie do PZJ należą wszelkie prawa do sprzedaży praw do transmisji i retransmisji z zawodów mistrzowskich. Warunki sprzedaży praw za sprzedaż praw do transmisji i retransmisji określa PZJ w odrębnej umowie z organizatorem. Umowa ta dotyczy praw do transmisji i/lub retransmisji zawodów w mediach tradycyjnych lub/i w internecie oraz określa zasady realizacji, w tym warunki marketingowe.
4. Organizator w porozumieniu z PZJ może prowadzić rozmowy z potencjalnymi kontrahentami na temat realizacji rejestracji i transmisji zawodów.
5. PZJ wyznacza standardy realizacyjne i prowadzi działania z zakresu zarządzania prawami oraz spójną polityką medialną i promocyjno-marketingową.
6. Prawa sponsora strategicznego PZJ mają pierwszeństwo wobec praw sponsora, którego działalność jest konkurencyjna wobec sponsora strategicznego PZJ. Rozwiązania zostaną zaproponowane w drodze negocjacji po ogłoszeniu konkursie ofert i odpowiednio uregulowane w umowie.
7. PZJ pozyskuje wspólnie z organizatorami sponsorów na zawody celem popularyzacji jeździectwa polskiego i stworzenia możliwie najwyższych standardów rywalizacji sportowej. Sponsorzy PZJ będą traktowani jako sponsorzy całego polskiego jeździectwa.
8. Celem wdrażania strategii rozwoju polskiego jeździectwa organizator zapewni:
 - a. Warunki do obsługi medialnej zawodów, tj.:
 - Biuro prasowe dla dziennikarzy i osób chcących relacjonować przebieg zawodów z dostępem do Internetu, prądu i materiałów prasowych (minimum 10 stanowisk).
 - Akredytacje dziennikarskie określające medium i sposób relacji (prasa, radio, telewizja, Internet).
 - Przekaze listy akredytowanych przedstawicieli mediów do PZJ przed rozpoczęciem zawodów na adres pzi@pzi.pl i marketing@pzi.pl.
 - b. Dla potrzeb PZJ i dla potrzeb sponsorów lub partnerów PZJ w celach promocyjnych 20% całości ekspozycji na niżej wymienionych nośnikach:

- materiały poligraficzne (m. in. afisze, plakaty reklamujące wydarzenie, programy zawodów, listy startowe, wyniki konkursów, ulotki, broszury, zaproszenia, bilety, karty parkingowe, przepustki VIP, akredytacje, foldery itp.),
 - na stronie internetowej organizatora wraz z aktywnym linkiem do strony internetowej PZJ i strony podmiotu wskazanego przez PZJ, jak sponsorzy lub partnerzy,
 - w mediach społecznościowych,
 - billboardy, telebimy, bannery reklamowe, flagi, balony, roll up'y oraz innych, również nietypowe nośniki sponsora PZJ zamontowane na koszt organizatora, a dostarczone przez PZJ. Brak spełnienia tego warunku będzie skutkowało w przypadku zawodów, których dotyczy niniejszy dokument, opłatą organizatora na rzecz PZJ w wysokości 15 000 zł za każdy konkurs, w którym nie było ekspozycji wyżej wymienionych nośników.
 - ścianka sponsorska dla potrzeb wywiadów z dobrze widocznym logotypem PZJ i logotypami ewentualnych sponsorów i partnerów PZJ. Brak spełnienia tego warunku będzie skutkowało opłatą organizatora na rzecz PZJ w wysokości 2 000 zł za każdy wywiad w przypadku nieumieszczenia logo PZJ i jego sponsorów na ścianie sponsorskiej w podczas zawodów ogólnokrajowych i 10 000 zł. podczas zawodów międzynarodowych.
 - informacje przedstawiane przez spikera o PZJ i podmiocie wskazanym przez PZJ oraz o programach realizowanych przez PZJ.
- c. Zamieszczenie logo PZJ i sponsora lub partnera PZJ w reklamach prasowych, radiowych, telewizyjnych i w internecie przewidzianych w planach promocji wydarzenia.
 - d. Dedykowana przestrzeń VIP (np. stoliki w łoży) za zwrotem kosztów dla potrzeb PZJ i gości PZJ (partnerzy biznesowi związku, zawodnicy, trenerzy, właściciele ośrodków i koni, działacze, władze lokalne i samorządowe, sponsorzy, partnerzy).
 - e. Możliwość za zwrotem kosztów zorganizowania specjalnej „Strefy VIP – Sponsora PZJ”.
 - f. Dla potrzeb PZJ co najmniej 30 zwykłych wejściówek, 20 wejściówek do sektora VIP oraz adekwatnej ilości miejsc parkingowych dziennie.
 - g. Możliwość zakupu dodatkowych wejściówek/biletów po preferencyjnych cenach.
 - h. Dla potrzeb PZJ i podmiotu wskazanego przez PZJ, jak sponsorzy lub partnerzy, ekspozycji minimum dwóch przeszkód reklamowych we wszystkich konkursach pod warunkiem dostarczenia ich przez PZJ. Brak spełnienia tego warunku będzie skutkowało opłatą organizatora na rzecz PZJ w wysokości 5 000 zł za każdy konkurs, w którym nie było ekspozycji dwóch przeszkód Strony mogą w drodze dodatkowego porozumienia ustalić odpłatnie większą liczbę przeszkód reklamowych przysługujących PZJ i podmiotowi wskazanemu przez PZJ, jak sponsorzy lub partnerzy.
 - i. Dla potrzeb PZJ i podmiotu wskazanego przez PZJ, jak sponsorzy lub partnerzy, możliwość ustawienia odpłatnie stoisk promocyjnych lub handlowych.
 - j. Wsparcie dla PZJ i podmiotu wskazanego przez PZJ, jak sponsorzy lub partnerzy w reklamowaniu oraz czynnościach promocyjnych podczas wydarzenia.
 - k. Możliwość działań marketingowych oraz promocyjnych podczas i na terenie Imprezy PZJ oraz podmiotowi wskazanemu przez PZJ takich, jak np. dystrybucja własnych materiałów edukacyjnych czy reklamowych.
 - l. Prawo do wyznaczenia i wręczenia nagrody przez PZJ w dodatkowej klasyfikacji sportowej zaproponowanej przez PZJ.
 - m. Zapewni dla PZJ warunki do rejestracji i transmisji audiowizualnej.
 - n. Nieodpłatne dostarczenie do PZJ (na adres mailowy zdjecia@pzj.pl) w celach promocyjnych i informacyjnych PZJ, między innymi w mediach społecznościowych adres

mailowy zdjecia@pzj.pl odpowiedniej jakości dwóch zdjęć i – w miarę możliwości organizatora – po jednym trzyminutowym filmie oraz notatki prasowej (minimum 1000 znaków) z każdego dnia zawodów z podaniem autorów tych zdjęć i filmów oraz notatki prasowej. Zdjęcia i filmy oraz notatka prasowa muszą być przesłane jak najszybciej po wykonaniu i dotyczyć najważniejszego konkursu dnia. Zdjęcia i filmy mają obrazować przebieg zwycięzcy konkursu lub dekoracje konkursu.

- o. Przeprowadzenie konferencji prasowych, spotkań z zawodnikami, trenerami, działaczami czy prelekcji szkoleniowych.