


WIZERUNEK JUDOKI

Nowe zasady działania PZJudo w zakresie współpracy
z zawodnikami i wizerunku reprezentantów Polski

- 
- 1. Po co zajmujemy się regulacjami w zakresie wizerunku
 - 2. Jakie kroki planujemy podjąć
 - 3. Zasady dotyczące stroju sportowego
 - 4. Regulamin wizerunkowy członka kadry narodowej
 - 5. Sytuacje kryzysowe
 - 6. Współpraca – obopólna korzyść

CO CHCEMY ZROBIĆ

Planowane działania 2017-2018

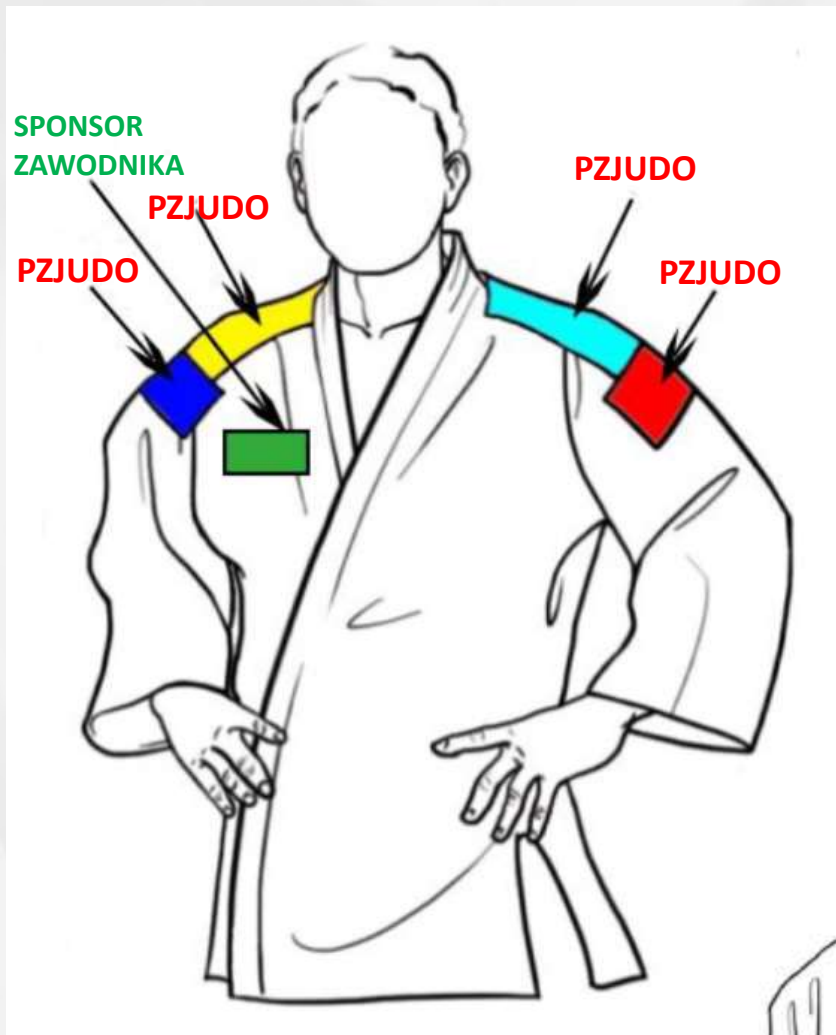




W trosce o dobry **wizerunek kadry narodowej** i dbałość o **atrakcyjność medialną i sponsorską kadry**, zawodnicy jak i kadra trenerska powinni dążyć do **unifikacji wyglądu strojów** w trakcie akcji szkoleniowych, oraz dążyć do ujednolicenia takich elementów jak **oznaczenia judog**.

W trosce o pielęgnowanie dobrego wizerunku judo zarówno w trakcie akcji szkoleniowych jak i w trakcie oficjalnych wydarzeń, na których reprezentują Polski Związek Judo, zawodnicy powinni dbać o schludny i odpowiedni wygląd.





JUDOGA W CZASIE AKCJI SZKOLENIOWYCH

- Logotyp sponsora PZJudo 10cmx10cm
- Logotyp sponsora PZJudo 10cmx10cm
- Dodatkowa powierzchnia reklamowa PZJudo 25cmx5cm
- Logotyp sponsora zawodnika 10cmx5cm
 - Logotyp sponsora indywidualnego nie może promować produktów alkoholowych, tytoniowych, ani jakichkolwiek niedozwolonych substancji
 - Logotyp nie może promować osób lub firm o negatywnej reputacji, które nie stosują się do przepisów prawa i zasad fair-play
 - Logotyp nie może nosić znamion agitacji politycznej
 - Logotyp nie może promować marki konkurencyjnej w stosunku do marki sponsora PZJudo
 - Logotyp każdorazowo, przed rozpoczęciem akcji szkoleniowej, musi zostać zaakceptowany przez wyznaczoną osobę z PZJudo
- Członek Kadry Narodowej w zawodach organizowanych przez IJF i EJU występuje z godłem państwowym
- Miejsce po lewej stronie judogi, na wysokości klatki piersiowej zarezerwowane jest wyłącznie na oznaczenie narodowości

CEL 2018: ujednolicenie strojów wszystkich zawodników startujących w zawodach międzynarodowych IJF.
 STARTUJĄC ZA GRANICĄ ZAWSZE REPREZENTUJESZ POLSKĘ,
 GRASZ Z ORŁEM NA PIERSI.



STRÓJ HOTELOWY

STRÓJ TRENINGOWY

Regulamin marketingowy członka kadry narodowej judo

USTAWA O SPORCIE z 25 czerwca 2010 roku

Art. 14. 1. Członek kadry narodowej udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez przepisy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danym sporcie.

2. Członek reprezentacji olimpijskiej udostępnia, na zasadach wyłączności, z chwilą powołania do reprezentacji olimpijskiej, swój wizerunek w stroju reprezentacji olimpijskiej Polskiemu Komitetowi Olimpijskiemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez swoje przepisy lub przepisy Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego.

3. Zawodnik przed zakwalifikowaniem do kadry narodowej lub reprezentacji olimpijskiej wyraża zgodę na rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju w rozumieniu art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631, z późn. zm.1)

GŁÓWNE POSTANOWIENIA

Prawa i obowiązki reprezentanta



Członek Kadry Narodowej udostępnia PZJudo na zasadach wyłączności swój wizerunek w Oficjalnym Stroju Kadry Narodowej.



PZJudo jest uprawniony do wykorzystania wizerunku Członka Kadry Narodowej w Oficjalnym Stroju Kadry Narodowej, do swoich celów gospodarczych na potrzeby działań promocyjnych, reklamowych i marketingowych. PZJudo jest uprawniony do przeniesienia tych praw na Sponsora.



Uczestniczenia w konferencjach prasowych mających miejsce przed, po i w trakcie zawodów, w których uczestniczy Członek Kadry Narodowej. Uczestniczenia w akcjach promujących judo i zdrowy tryb życia, w których bierze udział Polski Związek Judo takich jak np. Piknik Olimpijski lub inicjatywy popularyzujące sport wskazane przez Ministerstwo Sportu i Turystyki



Zawodnicy zobowiązują się do godnego reprezentowania barw narodowych, prowadzenia sportowego trybu życia i prezentowania postawy zgodnej z duchem fair play, zarówno w czasie akcji szkoleniowych, jak i poza nimi. W trosce o pielęgnowanie dobrego wizerunku judo będą wystrzegać się negatywnych komentarzy na temat swoich kolegów z drużyny, kadry trenerskiej, PZJudo i jego sponsorów.



Zawodnicy zobowiązują się do w pełni profesjonalnego realizowania swoich obowiązków względem mediów akredytowanych przez PZJudo, zespołu prasowego PZJudo oraz sponsorów, zgodnie z zobowiązaniami PZJudo zawartymi w umowach sponsorskich i ogólnie przyjętych zasad pozytywnych relacji z mediami.

KOMUNIKACJA KRYZYSOWA

1

Występuje sytuacja kryzysowa

Optymalnym rozwiązaniem jest wyprzedzenie kryzysu zanim trafi na zewnątrz. Czyli jeśli wiemy, że może wybuchnąć kryzys, albo właśnie się rozpoczyna

2

Trener

Kontakt z trenerem kadry, który uruchamia niezbędne kroki

3

Polski Związek Judo

Wraz z wytypowanymi osobami podejmuje działania i wspiera zawodnika w podejmowaniu decyzji i kolejnych działań

4

Komunikacja na zewnątrz

W zależności od sytuacji kroki podejmowane zgodnie z zaleceniami w pkt. 3

SYTUACJA KRYZYSOWA – najczęstszy błąd

Adrian Zieliński – RIO 2016

- Najpierw informacja o próbce Tomasza Zielińskiego.
- Medialne podejrzania i pierwsze wypowiedzi Adriana Zielińskiego. Wpisy na FB.
- Różne wersje i historie. Brak wiarygodności.
- Jeden przeciwko wszystkim. Media były po prostu tubą.
- Bez względu na orzeczenie, skala medialna nie pozwoliła na wygaszenie kryzysu wizerunkowego

The screenshot shows a news article from a Polish website. The main headline reads: "Nie mam żadnych wyrzutów sumienia". Zieliński pójdzie do prawnika. Below the headline is a video player showing Adrian Zieliński speaking to the media. To the right of the article is a sidebar with "Informacje sportowe" and "Klasyfikacja medalowa".

Informacje sportowe

Najnowsze Najważniejsze

- 21:17 Jeden, dwa, trzy - do wzięcia Pogrom Tworzyńców w Londynie
- 20:36 Real zainteresowany Lewandowskim: Hispańskie media spekulują
- 19:11 Piłkarz Realu podejrzany o krzywozręczność: Grozi mu pięć lat więzienia
- 18:30 Maradona obraża "Alves to idiota"
- 16:37 Polacy marzą o półfinale: Musi się spełnić kilka warunków
- 14:18 Memoriał Skolimowskiej pełen gwałtów "Ponownie powalczą o rekord świata"

Zobacz wszystkie >

Klasyfikacja medalowa

Por.	Kraj	Medale
1.	Stany Zjednoczone	46 37 20
2.	Wlk. Brytania	27 23 17
3.	Chiny	26 18 26
4.	Rosja	19 18 17
5.	Niemcy	17 10 15
6.	Japonia	12 8 20



NARZĘDZIA

- Sukcesywnie bo już od JUTRA, chcemy pokazywać więcej kadry z OFF
- Więcej od zawodników w czasie akcji szkoleniowych
- Współpraca przy imprezach, których zadaniem jest popularyzacja judo

BARDZO DUŻY ZASIĘGO SM JUDO –
ME 2017: 170 TYS. OSÓB



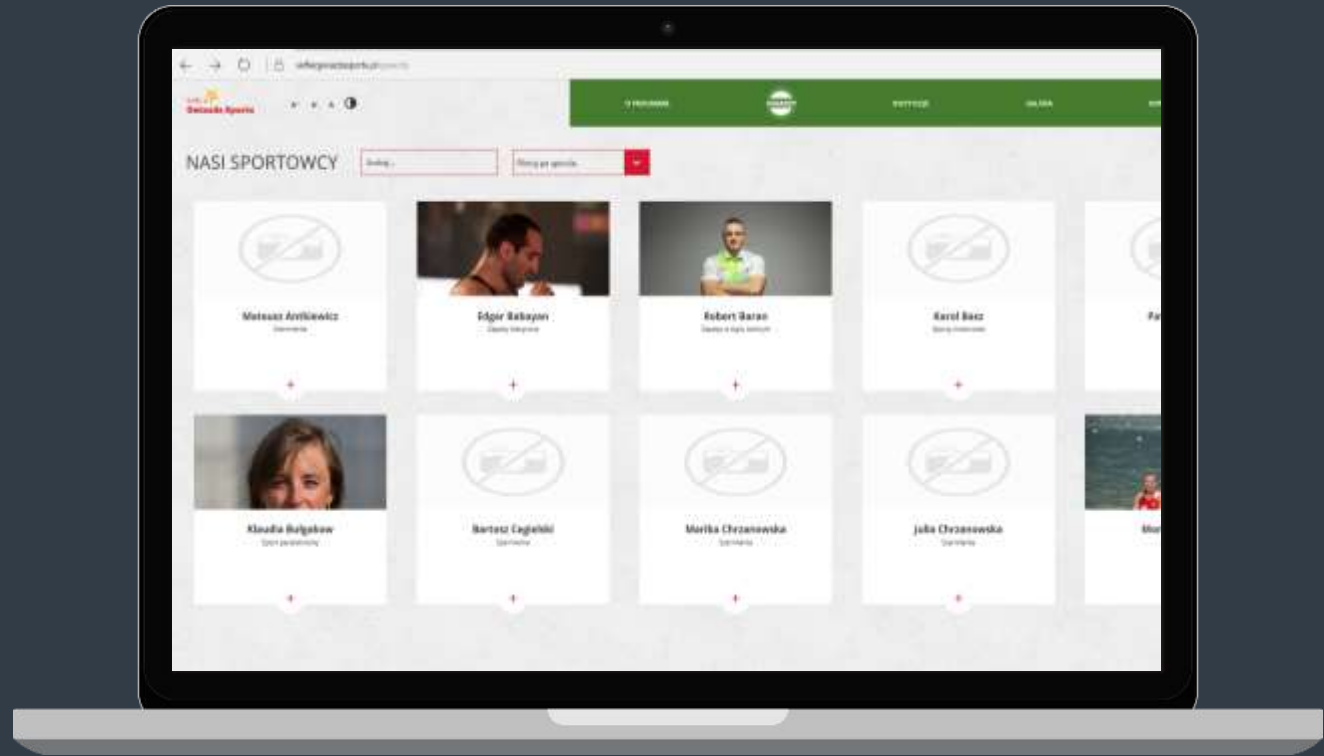
Współpraca przy tworzeniu pozytywnego wizerunku judo

- Ukryta powszechność judo. Im więcej osób mówi o tym, że jest judoką, tym lepszy efekt skali osiągamy. To się przekłada zarówno na sukces dyscypliny, ale również na kolejne możliwości dla indywidualnych zawodników
- PZJudo daje narzędzia i zasięg, ale też otwartość. Platforma do kreowania swojego wizerunku jako sportowca, reprezentanta Polski. Przykład to reprezentant Polski w piłce nożnej.
- Jesteście na zawodach jako reprezentant Polski, chcecie się podzielić zdjęciem, filmem z kulis zawodów czy zgrupowania?



SELFIE Z GWIAZDĄ SPORTU

Program upowszechniający sport i zdrowy tryb życia w najbliższym otoczeniu zawodników. Świetna okazja do promocji.



Rejestracja www.selfiezgwiazdasportu.pl

Zaproszenia do wspólnych treningów przez szkoły i organizacje samorządowe

Promocja przez Ministerstwo Sportu i Turystyki