



MARKETING OLÍMPICO

RELATÓRIO PORTUGAL **TÓQUIO 2020**

Atualização Dezembro 2021 © Comité Olímpico de Portugal



INTRODUÇÃO

O relatório de Marketing Olímpico de Portugal relativo ao Ciclo Olímpico Tóquio 2020 é um documento de referência da estratégia de marketing e dos programas do Comité Olímpico de Portugal. Neste documento o Comité Olímpico de Portugal apresenta uma visão clara e simplificada das suas atividades, receitas geradas e sua aplicação.

A estratégia de marketing do Comité Olímpico de Portugal tem por principal objetivo assegurar o reforço do financiamento privado ao Movimento Olímpico e aumentar a sua capacidade financeira de apoio à preparação dos atletas da Equipa Portugal aos Jogos Olímpicos e demais participações da responsabilidade do COP, bem como mobilizar apoios para diversas iniciativas e projetos do Comité Olímpico de Portugal.

Para além de integrar o programa de Marketing Olímpico do Comité Olímpico Internacional, o Comité Olímpico de Portugal desenvolve ainda um programa de marketing a nível nacional.

Neste relatório analisamos o desempenho da marca Comité Olímpico de Portugal e relatamos o trabalho desenvolvido na gestão, ativação e avaliação. A relevância da marca Olímpica em território nacional foi consequência de um trabalho estruturado na sua gestão bem como da evolução da arquitectura de marca com novas propriedades. A ativação regular da marca Comité Olímpico de Portugal com campanhas institucionais e com campanhas dos principais produtos de marketing, permitiu uma valorização significativa junto da sociedade, fruto de uma colaboração com os parceiros Olímpicos, federações desportivas e apoio dos parceiros de media.

Neste Ciclo Olímpico foram estruturados os produtos de marketing nas categorias de Participação Olímpica, Promoção do Olimpismo e Educação para os Valores Olímpicos, o que permite uma melhor percepção do mercado empresarial e consequente envolvimento.

No capítulo dos parceiros Olímpicos Internacionais, verificamos que o crescente alinhamento do Comité Olímpico de Portugal com a estratégia do marketing Olímpico do Comité Olímpico Internacional, permitiu uma melhor gestão e ativação dos parceiros Olímpicos no território nacional. Este trabalho foi valorizado pelo Comité Olímpico Internacional através do reforço da contribuição financeira pelos direitos de marketing para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020, e um crescimento assinalável para o novo contrato do programa TOP X relativo ao Ciclo Olímpico Paris 2024.

A consolidação dos programas de marketing a nível nacional, permitiu otimizar um conjunto de parceiros Olímpicos Nacionais, que se traduziu num aumento de apoio financeiro, de produtos e serviços e maior envolvimento com as iniciativas do Comité Olímpico de Portugal. A manutenção da relação com a maioria dos parceiros Olímpicos permitiu um conhecimento mútuo e uma maior eficiência do trabalho desenvolvido em conjunto na implementação dos apoios concedidos.

Acompanhando as orientações do Comité Olímpico Internacional na área da sustentabilidade, foi criado e aprovado o plano de sustentabilidade para o Comité Olímpico de Portugal, alinhado com a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

VISÃO GERAL MARKETING OLÍMPICO

Objetivos do marketing Olímpico
Estrutura dos programas de marketing
Aplicação de receitas de marketing

CAPÍTULO 2

MARCA COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL

Gestão
Ativação
Avaliação

CAPÍTULO 3

PRODUTOS DE MARKETING

Participação Olímpica
Educação pelos Valores Olímpicos
Promoção do Olimpismo

CAPÍTULO 4

PARCEIROS OLÍMPICOS INTERNACIONAIS

Programa Top IX
Licenciamento internacional
Direitos televisivos

CAPÍTULO 5

PARCEIROS OLÍMPICOS NACIONAIS

Programas de marketing para o território nacional
Programa de Patrocínios
Programa de Hospitalidade
Programa de Licenciamento
Programa de Responsabilidade Social
Programa Portugal Olímpico

CAPÍTULO 6

SUSTENTABILIDADE

Plano de Sustentabilidade
Ações

REFERÊNCIAS

A Comissão Executiva
A Comissão de Marketing e Financiamento
O Departamento Comercial e Marketing

CAPÍTULO 1

VISÃO GERAL

MARKETING OLÍMPICO



CAPÍTULO 1

VISÃO GERAL

MARKETING

OLÍMPICO

Este capítulo apresenta um resumo dos princípios fundamentais do marketing Olímpico, bem como a aplicação da receita nas atividades do Comité Olímpico de Portugal.

OBJETIVOS DO MARKETING OLÍMPICO

O Comité Olímpico de Portugal coordena os programas de marketing Olímpico com os seguintes objetivos:

- Gerar receita para as atividades do Comité Olímpico de Portugal no apoio às modalidades e preparação dos atletas para a participação nos Jogos Olímpicos
- Assegurar que os Jogos Olímpicos são divulgados junto do maior número possível de portugueses através da transmissão televisiva nas várias plataformas
- Promover e proteger o património inerente à marca e aos ideais Olímpicos
- Proteger e regular a associação comercial aos Jogos Olímpicos e propriedades Olímpicas
- Criar e manter programas de marketing de longo prazo
- Mobilizar os parceiros Olímpicos na promoção do Movimento Olímpico em Portugal

ESTRUTURA DOS PROGRAMAS DE MARKETING

As receitas do marketing Olímpico nacional são geradas através de diversos programas de

marketing: Top Partners, Patrocínios, Licenciamento, Hospitalidade, Responsabilidade Social e Portugal Olímpico.

PROGRAMAS DE MARKETING DO COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL



TOP PARTNERS



PATROCÍNIOS



HOSPITALIDADE



LICENCIAMENTO



RESPONSABILIDADE SOCIAL



PORTUGAL OLÍMPICO

APLICAÇÃO DAS RECEITAS DE MARKETING

As receitas geradas pelo marketing Olímpico contribuem para o reforço da capacidade financeira do Comité Olímpico de Portugal, com destaque para o apoio às participações desportivas, para além da promoção do desporto e Educação Olímpica.



As receitas de marketing permitiram ainda conceder apoios diretos e indiretos a atletas e às federações desportivas.

Contributo do marketing para as participações desportivas no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

As receitas de marketing que contribuem para as participações desportivas distribuem-se por várias tipologias de necessidades: Trajes, Equipamentos Desportivos e Técnicos, Saúde, Educação, Apoio Financeiro, Promoção e Logística e Viagens.

CAPÍTULO 2

MARCA COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL



CAPÍTULO 2

MARCA COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL

Neste capítulo são apresentadas as ações realizadas no âmbito da Gestão, Ativação e Avaliação da marca Comité Olímpico de Portugal.

GESTÃO

A marca Olímpica, enquanto um dos símbolos mais reconhecidos do mundo, tem um valor inestimável para todos os envolvidos no processo desportivo: organização dos Jogos Olímpicos, Comitês Olímpicos Nacionais, Parceiros Olímpicos, Federações desportivas, Atletas.



O Comité Olímpico Internacional é o detentor de todos os direitos, direta e indiretamente conexos com os Jogos Olímpicos, e das propriedades Olímpicas.

Propriedades Olímpicas

As propriedades Olímpicas incluem: o símbolo Olímpico (anéis Olímpicos), a bandeira Olímpica, o lema Olímpico, os emblemas Olímpicos (nos quais se incluem os logótipos do Comité Olímpico de Portugal), o hino Olímpico, a chama Olímpica, a tocha Olímpica e as designações Olímpicas e suas derivadas.

Cabe ao Comité Olímpico de Portugal proteger e regular a utilização da marca Olímpica em

Portugal, tendo por referência a Carta Olímpica e o Decreto-Lei nº 155/2012 de 18 de julho.

Marca Comité Olímpico de Portugal

A marca Comité Olímpico de Portugal estabelece uma relação entre os valores fundamentais do Olimpismo e os valores nacionais, obedecendo ao conceito “O Homem e a Nação que vencem obstáculos”.

No sentido de reforçar a identidade da marca e a consistência na sua aplicação, foi criado o Manual de Marca Comité Olímpico de Portugal.



Neste manual é apresentada a visão e posicionamento da marca, a arquitetura, especificações técnicas, formas de associação e os princípios de utilização e correta aplicação da marca Comité Olímpico de Portugal.

A marca tem representação através de dois logótipos, cuja aplicação varia de acordo com a circunstância.

Logótipo institucional: Sempre que estamos em presença de uma representação/peça de comunicação institucional do Comité Olímpico de Portugal.

Logótipo comercial e da Equipa Portugal: Situações de identificação da marca com atividades comerciais ou com acontecimentos de prática Olímpica e/ou fotografias/documentos relacionados, em exclusivo, com a Equipa Portugal.



LOGÓTIPO
INSTITUCIONAL DO
COMITÉ OLÍMPICO DE
PORTUGAL



LOGÓTIPO
COMERCIAL E DA
EQUIPA PORTUGAL

Formas de associação

Para além das formas de associação já estabelecidas (Institucional, Patrocinador, parceiro Olímpico ou Membro), foi criada a associação de modalidade. Desta forma procura-se disseminar uma imagem coerente e uniforme para todas as modalidades Olímpicas no contexto da Equipa Portugal.



Pictogramas de modalidades

Desenvolveram-se pictogramas para todas as modalidades Olímpicas, que passaram também a integrar o novo formato de associação de modalidade com o logótipo da Equipa Portugal.



Mascote Infante

Foi criado o **Infante**, a mascote oficial do Comité Olímpico de Portugal. Surgiu no âmbito do incentivo à prática desportiva dos mais jovens, bem como um reforço de apoio à Equipa Portugal.

A identificação do período histórico dos Descobrimientos e a figura do Infante D. Henrique, serviram de base para a construção do imaginário. Numa narrativa construída, o avô do Infante deixou-lhe um chapéu mágico onde tem guardado tudo o que precisa para praticar desporto, o seu passatempo favorito.

O Infante é o melhor amigo de todos os que praticam desporto e defende os três pilares do Movimento Olímpico: **Excelência, Amizade e Respeito.**



Propriedades do Comité Olímpico de Portugal

Durante o Ciclo Olímpico Tóquio 2020, o conjunto de propriedades do Comité Olímpico de Portugal foi alargado contemplando no total:

- Logótipo institucional do Comité Olímpico de Portugal
- Logótipo comercial e da Equipa Portugal
- Compósitos Equipa Portugal com modalidades
- Pictogramas das modalidades Olímpicas
- Mascote Infante
- Recursos gráficos para federações e parceiros Olímpicos se associarem a campanhas desenvolvidas pelo Comité Olímpico de Portugal

Utilização das propriedades do Comité Olímpico de Portugal | Cedência de direitos

Pré-autorizações

Foram concedidas pré-autorizações para utilização das designações e símbolos do Comité Olímpico de Portugal aos seus membros, parceiros Olímpicos e a um conjunto de entidades, durante os respetivos períodos de vigência dos contratos, para fins institucionais.

Associações à marca Comité Olímpico de Portugal de natureza comercial são analisadas caso a caso pelo Departamento Comercial e Marketing.

Autorizações pontuais

Foram recebidos e analisados mais de 70 pedidos de autorização da marca Comité Olímpico de Portugal.

Utilização das propriedades do Comité Olímpico de Portugal | Monitorização

No sentido de assegurar que a utilização das propriedades do Comité Olímpico de Portugal é feita estritamente pelas entidades autorizadas, é feita uma monitorização regular por forma a detetar situações de utilização abusiva.

Regra 40 | Formação

A Regra 40 da Carta Olímpica estabelece as regras de participação nos Jogos Olímpicos. O texto de aplicação nº 3 estabelece que os participantes nos Jogos Olímpicos podem autorizar que a sua imagem, nome ou performance desportiva seja utilizada para fins

publicitários durante o período dos Jogos Olímpicos (13 julho a 10 agosto 2021) desde que cumpridos os princípios definidos pela Comissão Executiva do Comité Olímpico Internacional.

Dada a relevância da aplicação da Regra 40.3 para atletas, federações, parceiros Olímpicos, e parceiros não Olímpicos, foram criados e distribuídos guias de apoio.

Ações de formação/esclarecimento aos atletas

- Regra 40 (Encontro de atletas ,15 nov 2021)
- Regra 40 e Regra 50 (Apresentação Equipa Portugal Tóquio 2020, 5 jul 2021)

Ações de formação/esclarecimento às Federações

- Regra 40 (Seminário de Marketing Olímpico 2017)
- Regra 40 (Seminário de Marketing Olímpico 2018)
- Regra 40, Regra 50, Campanha Equipa Portugal Tóquio 2020 (Seminário de Marketing e Comunicação 2019)
- Regra 40, Regra 50, Ativação com Equipa Portugal (Seminário de Marketing e Comunicação, plataforma Zoom, 2021)

Ações de formação/esclarecimento aos Parceiros Olímpicos

- Regra 40 e Marca Olímpica (Reunião parceiros Olímpicos, 29 mai 2019)
- Regra 40 e Marca Olímpica (Reunião parceiros Olímpicos, 20 fev 2020)
- Guias de apoio distribuídos
- Para além dos guias disponibilizados após as ações de formação/esclarecimento, foram distribuídos guias específicos para atletas, marcas e parceiros Olímpicos:
 - Guia Regra 40 Atletas (7 mai 2021)
 - Guia Regra 40 Marcas (9 jul 2021)
 - Guia Regra 40 Parceiros (29 jun 2021)

Regra 40 | Monitorização

Durante o período de aplicação da Regra 40 (13 julho a 10 de agosto) foi feita uma monitorização nas redes sociais e outras plataformas, para identificação de utilizações

indevidas da imagem dos participantes nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

Regra 50

A regra 50 da Carta Olímpica estabelece o princípio da neutralidade do desporto e dos Jogos Olímpicos.

Publicidade nos equipamentos desportivos

É estabelecido que não é permitida publicidade nos equipamentos dos participantes nos Jogos Olímpicos (apenas identificação do fabricante).

Dentro desde enquadramento foi feita a gestão de todo o processo de levantamento de requisitos, coordenação interna e externa, bem como aprovação junto do Comité Olímpico Internacional dos trajes e equipamentos para a Equipa Portugal em 7 eventos multidesportivos:

- Jogos Olímpicos de Inverno PeyongChang 2018
- XVIII Jogos do Mediterrâneo Tarragona 2018
- Jogos Olímpicos da Juventude de Verão Buenos Aires 2018
- Jogos de Praia do Mediterrâneo Patras 2019
- II Jogos Europeus Minsk 2019
- Jogos Olímpicos da Juventude de Inverno Lausanne 2020
- Jogos Olímpicos Tóquio 2020



- Trajes Tóquio 2020
Foram criadas as peças com um design em linha com a ligação de Portugal ao Japão, produzidos em Portugal com uma visão sustentável do processo produtivo. As peças destinaram-se às cerimónias de abertura e encerramento dos Jogos Olímpicos, ocasiões formais e dia-a-dia na Aldeia Olímpica.



- Equipamentos Tóquio 2020
Foram criadas as peças com um design inspirado nas cores da bandeira de Portugal, para as cerimónias de subida ao pódio, momentos de treino e dia-a-dia na Aldeia Olímpica. Na conceção foi tido em conta o clima de Tóquio, caracterizado por temperaturas e níveis de humidade elevados.



ATIVAÇÃO

Durante o Ciclo Olímpico foram realizadas dezenas de campanhas utilizando os suportes digitais do Comité Olímpico de Portugal: *website*, redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn) e banner de assinatura de email.



Ano 2018

Foram desenvolvidas 15 campanhas nos vários meios do Comité Olímpico de Portugal, com destaque para três missões desportivas e o evento 1 ano para Tóquio.

Jogos Olímpicos de Inverno PyeongChang 2018



Campo Olímpico 2018



Jogos do Mediterrâneo Tarragona 2018



Jogos Olímpicos da Juventude Buenos Aires 2018



Ano 2019

Foram desenvolvidas 15 campanhas nos vários meios do Comité Olímpico de Portugal, com destaque para as quatro missões desportivas: Minsk, Baku, Patras e Doha.

2^{os} Jogos Europeus Minsk 2019



Evento 1 Ano para Tóquio



Festival Olímpico da Juventude Baku 2019



Jogos do Mediterrâneo de Praia Patras 2019



Jogos Mundiais de Praia – Doha 2019



Ano 2020

Foram desenvolvidas 17 campanhas nos vários meios do Comité Olímpico de Portugal, destacando-se as campanhas: Missão Lausanne 2020, +Vontade de Vencer (de incentivo aos atletas em preparação para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 – adiados para 2021) e a campanha de reconhecimento dos parceiros Olímpicos nacionais e internacionais a 1 ano para Tóquio.

Jogos Olímpicos da Juventude de Inverno – Lausanne 2020



Campanha +Vontade de Vencer

O objetivo da campanha foi criar um movimento de apoio aos atletas, treinadores e federações envolvidos na preparação para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020 em ano de adiamento dos Jogos por consequência da pandemia de covid-19.

Foram desenvolvidos *posts* de reconhecimento aos atletas, federações e treinadores. A visibilidade das várias modalidades foi também procurada com a criação de um *post* por modalidade.

Post geral de campanha:



Posts específicos de modalidade:



Posts de reconhecimento dos atletas e treinadores:



Ano 2021

Continuaram a ser desenvolvidas as campanhas de marca nos vários meios do Comité Olímpico de Portugal, com destaque para Marcas Olímpicas, 100 Dias para Tóquio 2020, Trajes Olímpicos, Moeda comemorativa, Equipa Portugal e Orgulho na Equipa Portugal.

Marcas Olímpicas

Campanha de Reconhecimento dos parceiros Olímpicos nacionais e internacionais do Comité Olímpico de Portugal com 1 *post* por parceiro nas várias redes sociais, em ritmo semanal.

Post de reconhecimento Rangel:



Post de reconhecimento INCM:

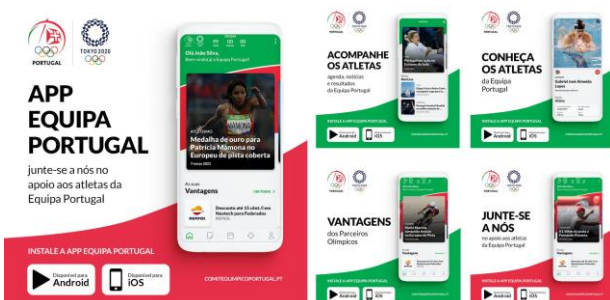


100 Dias para Tóquio 2020

Apresentação e divulgação da App Equipa Portugal entre 14 de abril (quando se assinalaram os 100 dias) e 19 de abril, com publicação de 1 *post* por dia, num total de 5 *posts*.

Foram feitas declinações dos *posts* personalizadas às federações e aos parceiros Olímpicos, e distribuídas para que publicassem nas respetivas redes sociais.

Desenvolveu-se ainda *spot* para *web* e para televisão (difundido na RTP) e *banners* para o *website* do Comité Olímpico de Portugal.



Declinação de um dos *posts* para a Federação de Judo:



Declinação de um dos *posts* para a Repsol:



Spot Web e TV com 20”:



Trajes Olímpicos:



Moeda comemorativa da participação de Portugal nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020:



Equipa Portugal Tóquio 2020

No sentido de envolver as federações e parceiros Olímpicos na campanha **Equipa Portugal Tóquio 2020** foram desenvolvidos recursos gráficos, fotos e vídeos ID dos atletas qualificados, bem como fotos dos atletas em prova, para aplicação nas redes sociais com uma uniformidade no tom e grafismo.



O envolvimento das federações e parceiros Olímpicos permitiu não só aumentar o alcance da campanha, mas também alargar os públicos e potenciar o efeito do conceito “Equipa Portugal”, não só dentro da comunidade desportiva, mas também nas restantes áreas da sociedade.

Vídeos ID

Vídeos curtos de apresentação de cada atleta qualificado.

Modelos de posts para redes sociais das federações

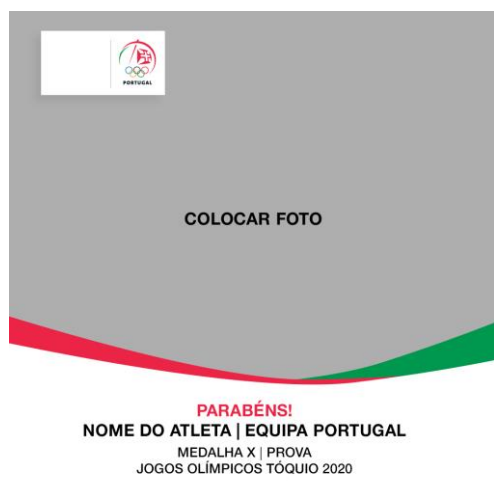
Com grafismo do Comité Olímpico de Portugal para 6 momentos da participação da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020:

- Apresentação do grupo com todos os atletas qualificados
- Apresentação de cada atleta qualificado
- Data e hora de entrada em prova de cada atleta
- Resultado da prova de cada atleta
- Parabéns a atleta medalhado
- Obrigado, Portugal

Exemplo de modelo de *post* personalizável para a apresentação dos atletas qualificados:



Exemplo de modelo de *post* personalizável para congratular atleta medalhado:



Post publicado nas redes sociais da Federação Portuguesa de Ciclismo a propósito do Diploma Olímpico conquistado pela atleta Maria Martins:



Post publicado nas redes sociais da Federação de Andebol de Portugal, divulgando a entrada em prova da Seleção Nacional de Andebol:



Modelos de Posts para Redes Sociais dos parceiros Olímpicos

Modelos de *posts* com grafismo do Comité Olímpico de Portugal para 4 momentos da participação da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020:

- Apresentação do grupo com todos os atletas qualificados
- Apresentação de cada atleta qualificado
- Parabéns a atleta medalhado
- Obrigado, Portugal

Post publicado nas redes sociais da Repsol de apresentação da Equipa Portugal:



Post publicado nas redes sociais da Rangel por ocasião da conquista da medalha de ouro de Pedro Pichardo:



Acompanhamento dos atletas em competição
Criação de *posts* diários com a Agenda de competição dos atletas da Equipa Portugal para serem publicados na véspera da sua entrada em prova.



Orgulho na Equipa Portugal



AVALIAÇÃO

Depois da avaliação da marca Comité Olímpico de Portugal, realizada no final do ciclo Rio 2016, decorreu nova avaliação para o ciclo Tóquio 2020, permitindo assim interpretar a evolução que a marca teve de um Ciclo Olímpico para o seguinte.

Avaliação de marca Ciclo Olímpico Rio 2016

O estudo foi composto por duas partes: avaliação do valor dos patrocínios e estudo de mercado.

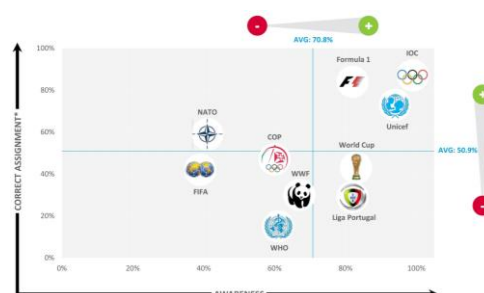
Avaliação do valor dos patrocínios

Concluiu-se que o valor total de patrocínio do Comité Olímpico de Portugal foi de 388k€, correspondente a um total de 17 parceiros Olímpicos.

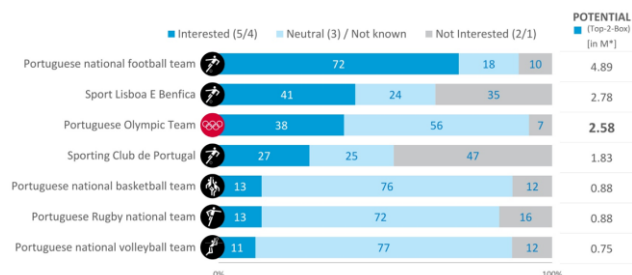
Estudo de mercado

3 milhões de portugueses estão interessados nos Jogos Olímpicos de Verão. Apenas o futebol atinge níveis de potencial mais elevados.

Os **anéis Olímpicos** obtiveram um reconhecimento de 99%, o que constitui uma oportunidade para os parceiros que se queiram associar à marca.



O nível de interesse na Equipa Olímpica de Portugal (apenas atrás da Seleção Portuguesa de Futebol e Sport Lisboa e Benfica) veio justificar a criação do conceito e marca **Equipa Portugal**, implementado no Ciclo Olímpico Tóquio 2020.



Avaliação de marca Ciclo Olímpico Tóquio 2020

O estudo elaborado pela Nielsen teve por objetivo uma avaliação completa dos diferentes ativos do Comité Olímpico de Portugal disponibilizados aos seus parceiros Olímpicos e também uma visão do ambiente Olímpico em Portugal.

O estudo foi composto por duas partes:

- **Avaliação do valor dos patrocínios** do Comité Olímpico de Portugal
- **Estudo de mercado** para avaliação do potencial e imagem dos Jogos Olímpicos, desempenho de atletas / embaixadores e patrocinadores.

Avaliação do valor dos patrocínios

O valor dos patrocínios é constituído por três indicadores:

- O **valor tangível** - somatório dos ativos relacionados com a exposição, exploração e ativação de patrocínios tais como media tradicional, redes sociais, *owned* media (redes sociais, *website*, app e revista Olimpo) e ações de marketing e ativações
- O **valor intangível** - significa o valor que cada marca obtém pelo facto de associar ao Comité Olímpico de Portugal
- A **propriedade intelectual** - corresponde aos direitos de utilização da imagem do Comité Olímpico de Portugal (direitos de associação e utilização e acesso aos atletas)

Estudo de mercado

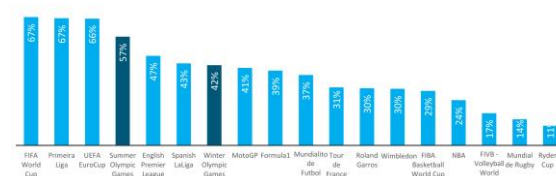
Foram realizadas entrevistas online a uma amostra representativa da população portuguesa de 1000 pessoas entre os 18 e 65 anos. Cada entrevista teve a duração de 15 minutos e foi feita durante o mês de setembro 2021.

Pretendeu-se avaliar o grau de envolvimento e/ou reconhecimento por parte da população dos Jogos Olímpicos, marcas Olímpicas, modalidades, atletas e parceiros Olímpicos.

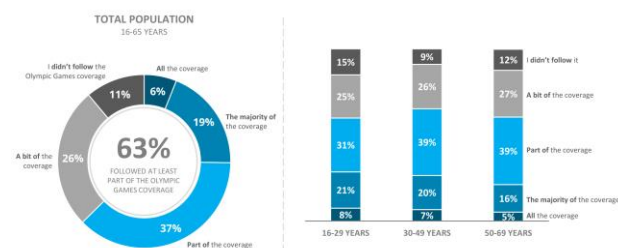
Resultados

O **desporto continua a ser uma das principais áreas de interesse** da população portuguesa, atingindo os **70% de interesse**, situando-se apenas atrás de outras áreas de entretenimento massivo como séries de televisão, cinema, compras online e música. O futebol continua a ser a modalidade mais popular em Portugal, com 71% da população interessada ou muito interessada, seguido do atletismo com 47% e o futsal com 45%.

Os **Jogos Olímpicos** são um dos eventos mais atrativos, registando um **interesse de 57% da população portuguesa**, apenas ultrapassados por algumas das maiores competições de futebol.



Os **Jogos Olímpicos Tóquio 2020** foram acompanhados por **63% da população portuguesa** sendo a TV o meio preferido para o consumo de conteúdos, seguida de perto pelos meios online.



Q: How much of the Tokyo Olympic Games coverage did you watch from any source, screen or device?

Os dados foram ainda complementados pelos relatórios de audiências para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020, fornecidos pela RTP, com uma audiência total de 6 milhões e EUROSPORT, com uma audiência total de 2,6 milhões.

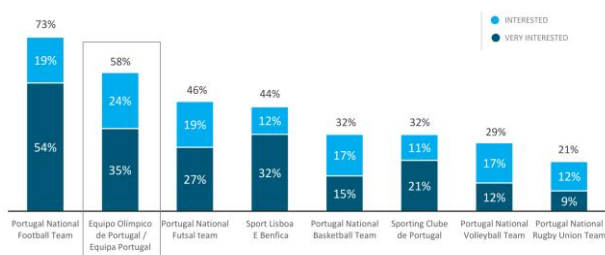
Fonte de dados RTP: Jogos Olímpicos Tokyo 2020 –Balanço de audiências TV e Web. Gabinete de Audiências e Estudos de Mercado da RTP segundo dados GFK (TV), Netscope e Google Analytics (Web)

Fonte de dados Eurosport: AudienceReviewTokio 2020 Eurosport Portugal. Instar AnalyticsKantar Media/Ind 4+

No universo digital, apurou-se que 26% dos inquiridos demonstraram conhecimento e/ou instalação da app Equipa Portugal, plataforma lançada já em 2021, que permitiu acompanhar a performance dos atletas na preparação e participação nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

Relativamente à marca Olímpica, revelou-se que **97% dos inquiridos conheciam os anéis Olímpicos**.

De destacar ainda o desempenho da marca Comité Olímpico de Portugal, que conquistou um **reconhecimento de 77%** e o **interesse na Equipa Portugal que se fixou em 58%** da população portuguesa.



Foi ainda estudada a relevância dos atletas Olímpicos e demonstrou-se que, de uma forma geral, **o interesse nos atletas aumentou após a sua participação nos Jogos Olímpicos**.

Patrícia Mamona, Telma Monteiro e Nelson Évora representam os 3 atletas mais reconhecidos, seguidos de Pedro Pichardo, Fernando Pimenta e João Sousa. Revelou-se que as páginas nas redes sociais dos atletas Olímpicos aumentaram os seus seguidores depois dos Jogos Olímpicos, exemplo de Pedro Pichardo (+95%), Jorge Fonseca (+79%) ou Patrícia Mamona (+67%).



Ficou demonstrado que os atletas Olímpicos têm a capacidade para transcender o universo desportivo, influenciando os utilizadores e constituindo uma oportunidade para as marcas se associarem.

Conclui-se ainda que tanto os Jogos Olímpicos como o Comité Olímpico e Portugal são interessantes para as marcas se associarem devido aos valores positivos que projetam.

Quando se questiona quais as palavras que os inquiridos associam aos Jogos Olímpicos e à Equipa Portugal, surgem sempre associações positivas, destacando-se nos primeiros lugares para Jogos Olímpicos: OS MELHORES, MUNDIAL, CORAGEM, DESPORTO e para Equipa Portugal: CORAGEM, OS MELHORES, ORGULHO, FORÇA.

De sublinhar que 69% dos fãs da Equipa Portugal reconhecem que **as marcas ao patrocinarem a Equipa Portugal tornam-se mais apelativas** demonstrando o seu compromisso de responsabilidade social.

Avaliação de marca Ciclo Olímpico Tóquio 2020 versus Ciclo Olímpico Rio 2016

Face ao estudo semelhante realizado para o Ciclo Olímpico Rio 2016 encontra-se, de uma maneira geral, uma evolução positiva no desempenho da marca olímpica.

A correta associação do símbolo Olímpico (anéis Olímpicos) aos Jogos Olímpicos **subiu de um ciclo para o outro de 86% para 91%**

Relativamente ao reconhecimento do logótipo do Comité Olímpico de Portugal, **registou-se um aumento significativo de 60% para 77%** embora a associação correta ao Comité



Olímpico de Portugal se tenha mantido nos 43%.

O **interesse nos Jogos Olímpicos** do Ciclo Olímpico Rio 2016 para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020 **subiu de 44% para 57% da população portuguesa** registando-se um aumento de 13 pontos percentuais.

No que diz respeito ao **interesse na Equipa Portugal** verificou-se que **aumentou de 38% para 58%**, ou seja, 20 pontos percentuais.

Tanto a marca Olímpica como a marca Comité Olímpico de Portugal, mantiveram-se de um Ciclo Olímpico para o outro sem quaisquer associações negativas, reforçando, portanto, a boa reputação em Portugal.

CAPÍTULO 3 PRODUTOS DE MARKETING



CAPÍTULO 3

PRODUTOS DE MARKETING

O desenvolvimento e valorização dos produtos de marketing constitui um dos instrumentos cruciais para captar o interesse e assegurar o retorno para os parceiros Olímpicos. Neste capítulo são resumidas as ações associadas aos vários produtos de marketing de que o Comité Olímpico de Portugal é detentor.

PARTICIPAÇÃO OLÍMPICA

Apresentação do Projeto Tóquio 2020

Assinalou-se o dia oficial de apresentação dos Contratos Programa Olímpico e Paralímpico Tóquio 2020 a 12 de março de 2018 no CAR Jamor – Atletismo

PORTUGAL A CAMINHO DE TÓQUIO 2020

Foi feita a conceção, gestão de fornecedores, produção e organização do evento, em coordenação com o Comité Paralímpico de Portugal e a Secretaria de Estado da Juventude e do Desporto, que contou com a presença e intervenção do Primeiro Ministro, do Ministro da Educação, do Presidente do Comité Olímpico de Portugal e do Presidente do Comité Paralímpico de Portugal.



O evento incluiu uma exposição de Tecnologia e Inovação para demonstrar o que de melhor se faz em Portugal no desenvolvimento tecnológico de apoio ao desporto, onde várias universidades e empresas tiveram oportunidade de apresentar os seus projetos.

Apresentação da Equipa Portugal Tarragona 2018

Foi feita a conceção, gestão de fornecedores, produção e organização do evento, decorrido a 12 de junho 2018 no Forte de São Julião da Barra, com a presença e intervenção do Ministro da Educação e do Presidente do Comité Olímpico de Portugal.

Foram apresentados os atletas participantes das várias modalidades.



Apresentação da Equipa Portugal Minsk 2019

Foi feita a conceção, gestão de fornecedores, produção e organização do evento, decorrido a 4 de junho de 2019, com a presença e intervenção do Secretário de Estado da Juventude e do Desporto e do Presidente do Comité Olímpico de Portugal.

Foram apresentados os atletas participantes das várias modalidades.

Durante o encontro, transmitido em direto na SportTV, foram apresentados os Trajes Decenio e Equipamentos Desportivos Joma num desfile com atletas.



1 Ano para Tóquio

Foi feita a conceção, gestão de fornecedores, produção e organização do evento de celebração de um ano para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020, decorrido a 24 de julho 2019, com a presença e intervenção do Ministro da Educação, Embaixador do Japão em Portugal e do Presidente do Comité Olímpico de Portugal.



Os parceiros Olímpicos Marinha Portuguesa, Cosmos, Saúde Prime e Scoop/Promo, apresentaram os seus projetos de parceria.

Foi lançada a Loja Equipa Portugal, com a passagem de modelos de merchandising com a coleção TOKYO desenvolvida para o Comité

Olímpico de Portugal. Desfilaram modelos e atletas como Patrícia Mamona, Evelise Veiga, David Varela, Paulo Conceição, Melanie Santos e Rui Bragança.

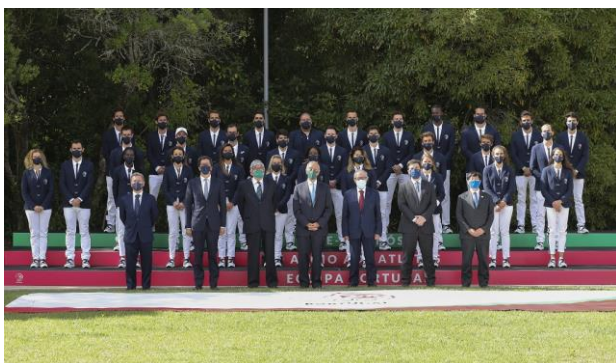


A terminar foi feita a contagem decrescente com o relógio Omega 1 ano para Tóquio.



Apresentação da Equipa Portugal aos Jogos Olímpicos Tóquio 2020

Foi feita a conceção, gestão de fornecedores, produção e organização do evento, que decorreu no dia 5 de julho de 2021, com a apresentação de cumprimentos ao Presidente da República dos atletas da Equipa Portugal Tóquio 2020.



A visibilidade de todos os Parceiros Olímpicos foi assegurada através de um painel de 8m x 2,5m, que serviu de *backdrop* para as entrevistas, e que continha a identificação dos atletas qualificados.



Durante a reunião com os atletas, o Departamento Comercial e Marketing contribuiu com uma apresentação sobre a Regra 40 e

Regra 50 e uma apresentação sobre a ativação com a Equipa Portugal.



Foram ainda recolhidas gravações da música oficial da Equipa Portugal com os atletas presentes.



Casa de Portugal

Foi desenvolvido o projeto da Casa de Portugal para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 com o NRP Sagres. No âmbito das Comemorações dos 500 anos da Viagem de Fernão de Magalhães, a Marinha Portuguesa largou no dia 5 de janeiro de 2020 em direção a Tóquio.

Estava inicialmente prevista a concretização da Casa de Portugal em Tóquio no interior do NRP Sagres, dando assim lugar a várias iniciativas de ativação para os parceiros Olímpicos do Comité Olímpico de Portugal. Devido à pandemia de covid-19, a viagem foi interrompida em final de março de 2020 e inviabilizada a execução do projeto.



Espaço Equipa Portugal Tóquio 2020

Foi concebido, produzido e instalado um espaço dedicado à Equipa Portugal Tóquio 2020 no ponto de encontro do Aeroporto de Lisboa entre as Partidas e as Chegadas.

Pretendeu-se com esta iniciativa não só acompanhar os atletas no início e fim da sua jornada de participação nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020, mas também dar o respetivo relevo, através dos órgãos de comunicação social, que realizaram entrevistas e fizeram a cobertura de todas as ações. Para além da RTP, que marcou presença permanente, estiveram presentes em diversas partidas e chegadas a SIC, TVI, SportTV, BenficaTV, SportingTV, CMTV, A Bola, Record, TSF, RR, Observador, Lusa, entre outros.



Composição do espaço

O espaço incluiu um painel com a fotografia, nome e modalidade dos 92 atletas qualificados, 2 ecrãs de televisão com a emissão dos Jogos Olímpicos na RTP e Eurosport, bem como a passagem de vídeos ID dos atletas e um mapa com a indicação de todas as edições do Jogos Olímpicos em que Portugal participou, com

indicação do número de atletas e respetivos medalhados.



Animação do espaço

Por este espaço passaram os atletas antes de embarcar a quem foi oferecida a mascote Infante. A presença dos Meios de Comunicação Social foi assegurada incluindo entrevistas aos atletas.



No dia 19 de julho a RFM assegurou uma emissão em direto, durante todo o dia, acompanhado as partidas de vários atletas e divulgando a música oficial da Equipa Portugal Tóquio 2020.



Nas chegadas, os atletas foram também recebidos neste espaço, com a respetiva cobertura dos media.



Sempre que regressou um medalhado (Pedro Pichardo, Patrícia Mamona, Fernando Pimenta e Jorge Fonseca), foi colocado um placard com a foto do atleta medalhado em Tóquio e que cada atleta autografou.



Todos os atletas medalhados receberam uma oferta do Parceiro Olímpico Scoop.



A chegada do campeão olímpico Pedro Pichardo contou com a presença de elementos da Orquestra Sinfónica da Polícia de Segurança Pública, que tocaram o hino nacional.



A visibilidade dos parceiros Olímpicos foi amplificada pela presença de um *backdrop* visível na cobertura mediática.



participantes tiveram a oportunidade de praticar diversas modalidades Olímpicas de Inverno e de Verão.

O objetivo desta iniciativa, apoiada pelo parceiro Olímpico internacional Bridgestone, foi o de divulgar as modalidades olímpicas junto dos mais jovens através da experimentação para os incentivar à prática desportiva e para difundir os valores do Movimento Olímpico: Excelência, Amizade e Respeito.

EDUCAÇÃO PELOS VALORES OLÍMPICOS

MEMOS Convention 2018

Foi organizado e produzido o encontro do Mestrado Executivo em Gestão Desportiva (MEMOS), que decorreu entre 5 e 7 de dezembro de 2018, no Centro de Congressos do Estoril, com a participação de mais de 400 pessoas.



A edição de inverno, decorreu entre 2 e 6 de abril e a edição de verão entre 1 e 7 de julho. Cada edição, que decorreu Penhas da Saúde – Serra da Estrela, contou com a participação de 25 jovens entre os 12 e os 16 anos, selecionados entre 32 inscrições para a edição de verão e 58 inscrições para a edição de inverno.



Campo Olímpico

Foram organizadas duas edições do Campo Olímpico em 2018, uma iniciativa da Bridgestone em parceria com o Comité Olímpico de Portugal. Durante uma semana os



Decorreu ainda participação de atletas Olímpicos, que falaram sobre as suas experiências, para além da contribuição do Departamento de Estudos e Projetos na área da Educação Olímpica e da AOP na área da história do Olimpismo.



PROMOÇÃO DO OLIMPISMO

Celebração Olímpica

Foram realizadas três edições da Celebração Olímpica (2017, 2018 e 2019). No ano de 2020 não se realizou devido às restrições impostas pela pandemia de covid-19.

Para cada edição foi atribuído um conceito em linha com o Plano de Marketing para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020 e feita a coordenação da conceção, orçamento, fornecedores, produção, alinhamento e gestão do evento.

Ano 2017 | Reconhecer e Unir

Reconhecer a história Olímpica portuguesa e unir os portugueses no apoio aos atletas.

A Celebração Olímpica foi um momento de reunião de todos os intervenientes na história do Movimento Olímpico em Portugal: atletas, treinadores, federações, patrocinadores e parceiros e outros convidados institucionais.



Ano 2018 | Acompanhar e Envolver

Acompanhar a preparação dos atletas na qualificação para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020 e os seus resultados desportivos nas grandes competições desportivas internacionais em 2019. Envolver os portugueses no apoio aos atletas e na prática desportiva regular.



Ano 2019 | Orgulhar e Celebrar

A Celebração Olímpica 2019 reforçou a construção da Equipa Portugal em preparação para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020.



De entre os vários prémios atribuídos, foi atribuído à Repsol o **Prémio Prestígio**, como forma de assinalar o compromisso do parceiro Olímpico Repsol.



Ano 2021 | Aplauso

O tema da Celebração Olímpica foi o “Aplauso”, refletindo assim o reconhecimento de todos os envolvidos no processo de preparação e participação dos atletas da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020: atletas, Equipa Portugal, treinadores, técnicos, equipas médicas, federações, árbitros e juizes, dirigentes desportivos, parceiros olímpicos e todos os portugueses.

Contou com a presença dos quatro medalhados olímpicos em Tóquio 2020, Patrícia Mamona, Jorge Fonseca, Fernando Pimenta e Pedro Pichardo, a quem foram atribuídas as Medalhas de Excelência Desportiva.

De entre os vários prémios atribuídos, foi atribuído à Lusíadas Saúde o **Prémio Prestígio**, como reconhecimento da excelência do serviço médico oficial aos atletas integrados no programa de preparação olímpica. De sublinhar ainda o apoio à realização do processo de testagem à covid-19 a todos os atletas da Equipa Portugal Tóquio 2020.



Loja Equipa Portugal

A Loja Equipa Portugal destina-se à comercialização de produtos exclusivos do Comité Olímpico de Portugal, de forma a que a compra dos produtos reverta, em parte, para apoiar a preparação dos atletas para os Jogos Olímpicos.



A Loja Equipa Portugal foi lançada no dia 23 julho de 2019, assinalando 1 ano até aos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 (tendo em conta a data inicialmente definida antes do adiamento para 2021) num evento que incluiu um desfile de apresentação da coleção TOKYO, desenvolvida pelo parceiro Olímpico Scoop para o Comité Olímpico de Portugal.



Os produtos disponibilizados na Loja Equipa Portugal foram desenvolvidos pelos parceiros Olímpicos Scoop (para os produtos lifestyle em têxtil), Promo (para os gifts, garrafas e marroquinaria), Joma (para os equipamentos desportivos) e Shamir (para os óculos). A gestão da operação logística é realizada pelo parceiro Olímpico Promo.



Foram desenvolvidas várias campanhas digitais de promoção dos produtos da Loja Equipa Portugal.

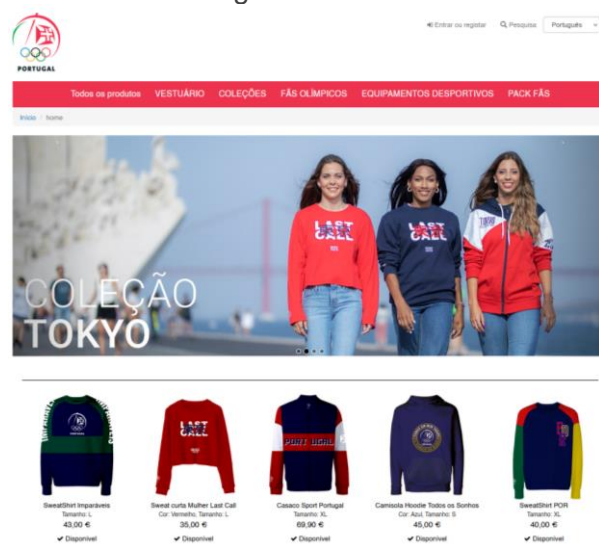
Os materiais de apoio às campanhas foram produzidos em duas sessões fotográficas com

atletas e modelos para cada coleção (TOKYO | 20 julho 2019 e PORTUGAL | 23 julho 2020), para além de fotografia de produto.



24 jul > 31 ago/2019

Lançamento da Loja Equipa Portugal e criação da página oficial da Loja Equipa Portugal no Facebook e Instagram.



<https://loja.equipaportugal.pt/home/>



<https://www.instagram.com/equipaportugal/>

<https://www.facebook.com/equipaportugalshop>

10 jun > 22 jul 2020

Campanha Loja Equipa Portugal, Coleção Tokyo, Equipamentos Desportivos e Fãs Olímpicos.



23 jul > 14 set 2020

365 Dias para Tóquio e Coleção Tokyo.

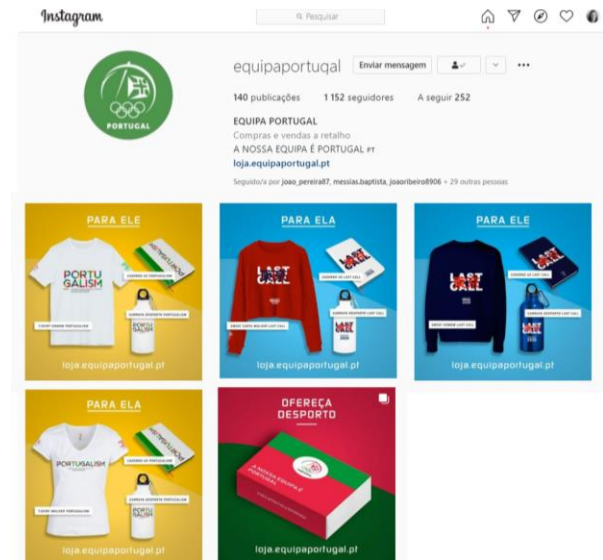
16 set > 4 dez 2020

Lançamento da Coleção Portugal.



15 dez > 24 dez 2020

Lançamento dos Packs Fãs.



11 mai > 22 jun 2021 e 28 jul > 07 ago 2021

Coleção Tokyo.



App Equipa Portugal

A App Equipa Portugal foi desenvolvida com o apoio do parceiro Olímpico Repsol e está disponível para Android e iOS. Destina-se a ser uma plataforma de valorização do Comité Olímpico de Portugal, dos atletas e dos parceiros Olímpicos, para os portugueses acompanharem os atletas nos períodos de preparação e participação em diversas competições, nomeadamente nos Jogos Olímpicos e Jogos Europeus.

APP EQUIPA PORTUGAL



<https://app.equipaportugal.pt/>

Permite uma comunicação imediata da atividade desportiva dos atletas da Equipa Portugal sob a forma de notícias, agenda individual de competições e resultados. Inclui a informação desportiva e biográfica dos atletas, a descrição das modalidades Olímpicas e a apresentação dos oficiais de cada missão desportiva.

Ao nível de **marketing** integra um programa de fidelização com a apresentação dos parceiros Olímpicos e a atribuição de vantagens aos vários tipos de utilizadores registados na App Equipa Portugal, com a oportunidade de monetização e retorno financeiro para os Parceiros Olímpicos e Comité Olímpico de Portugal.

Foram criados 9 tipos de utilizadores para permitir a segmentação das vantagens disponibilizadas pelos vários Parceiros Olímpicos: Apoiente, Atleta Tóquio 2020, Treinador Tóquio 2020, Atleta Esperanças, Atleta Olímpico, Federado, Associado, Parceiro Olímpico, Comité Olímpico de Portugal. Presentemente existem já 9 parceiros olímpicos com vantagens atribuídas aos utilizadores: Airbnb, Bridgestone, Cision, Cosmos, Joma, Repsol, Saúde Prime, Toyota e Vila Galé.



Destaca-se a evolução do cartão Repsol para a versão digital, integrada na App Equipa Portugal, e que está disponível para todos os utilizadores, com exceção dos Apoiantes.



Crescimento Orgânico

Numa primeira fase, que decorreu de janeiro a abril de 2021, foi desenvolvida uma área reservada às federações Olímpicas e aos parceiros Olímpicos, para que pudessem convidar os seus associados a ficarem registados na App Equipa Portugal com os benefícios específicos a eles atribuídos. O objetivo foi o de criar uma base significativa de utilizadores da App oferecendo os benefícios em primeira mão antes da divulgação pública.

Campanha de Lançamento

A App Equipa Portugal foi **divulgada no dia 14 de abril 2021**, num evento de apresentação organizado pelo Comité Olímpico de Portugal em parceria com a Repsol, data em que se iniciou a campanha de lançamento.



A campanha foi desenvolvida entre 14 e 22 de abril 2021 com o apoio da Repsol e outros Parceiros Olímpicos, federações Olímpicas e RTP.

Ao longo do ano de 2021, a App Equipa Portugal conseguiu atingir mais de 4000 utilizadores ativos e mais de 8000 transferências.



APP EQUIPA PORTUGAL
junte-se a nós no apoio aos atletas da Equipa Portugal

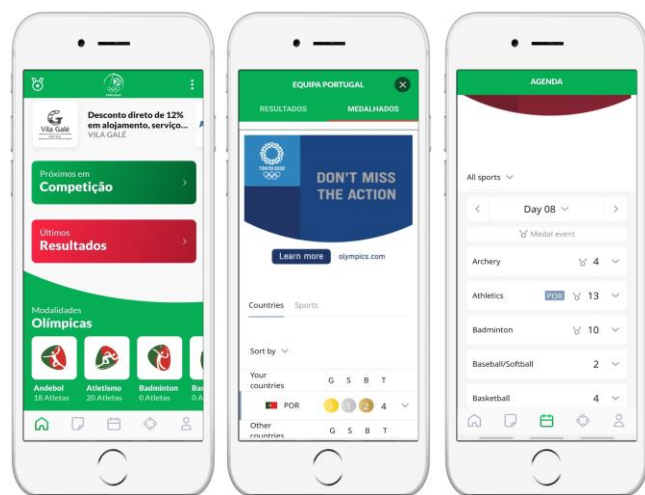
INSTALE A APP EQUIPA PORTUGAL

Disponível para Android e iOS

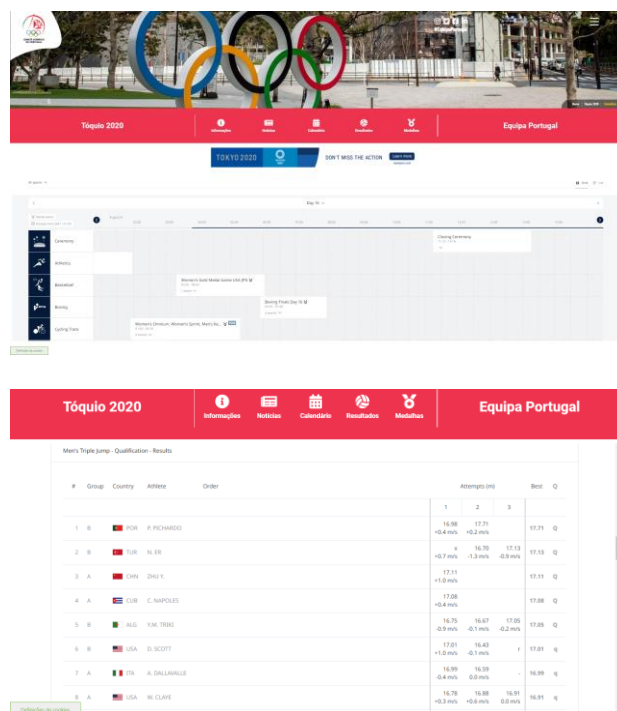
Widgets Tóquio 2020 do Olympic Channel

Já em 2021 foi desenvolvido um projeto de integração da agenda e resultados oficiais dos atletas da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020, em parceria com o Olympic Channel, que disponibilizou três *widgets*: Agenda, Resultados e Medalhados.

Desta forma os utilizadores da App Equipa Portugal tiveram a oportunidade de acompanhar a agenda de participação e resultados dos atletas em tempo real.



Os *widgets* foram igualmente integrados no *website* do Comité Olímpico de Portugal.



#	Group	Country	Athlete	Order	Attempts (m)			Best	Q
					1	2	3		
1	B	POR	F. RICHARDO		16,98 +0,4 m	17,71 +0,2 m		17,71	Q
2	B	USA	N. BIR			16,70 +0,7 m	17,13 +0,9 m	17,13	Q
3	A	CHN	ZHOU X.		17,11 +1,0 m			17,11	Q
4	A	CUB	C. NAPOLES		17,05 +0,4 m			17,05	Q
5	B	AUS	N. BIR		16,75 +0,9 m	16,67 +0,9 m	17,05 +0,2 m	17,05	Q
6	B	USA	D. SCOTT		17,01 +0,9 m	16,43 +0,3 m		17,01	F
7	A	FIN	A. SALLINEN		16,90 +0,4 m	16,59 +0,3 m		16,90	F
8	A	USA	W. CLAY		16,70 +0,3 m	16,89 +0,4 m	16,91 +0,4 m	16,91	F

Da utilização dos 3 *widgets* no *website* resultam os seguintes dados fornecidos pelo IOC que comparou o desempenho do *website* do Comité Olímpico de Portugal com os dos restantes Comités Olímpicos associados ao projeto de integração dos *widgets*.

DADOS DE UTILIZAÇÃO DOS WIDGETS NO WEBSITE DO COP ENTRE 20 JULHO E 10 AGOSTO



CAPÍTULO 4 PARCEIROS OLÍMPICOS INTERNACIONAIS



CAPÍTULO 4 PARCEIROS OLÍMPICOS INTERNACIONAIS

Esta capítulo apresenta os factos, números e informação histórica relativa ao programa TOP (programa de patrocínios mundial gerido pelo Comité Olímpico Internacional e ativado nos territórios nacionais), sobre os programas de Licenciamento internacional e ainda sobre os direitos televisivos para Portugal.

PROGRAMA TOP IX

Gestão e ativação em Portugal

No âmbito da relação contratual entre o Comité Olímpico Internacional e o Comité Olímpico de Portugal, o programa TOP - The Olympic Partners define a relação de aquisição de direitos de marketing no território de Portugal para um conjunto de categorias de negócio de produtos e serviços, que são negociados a nível global pelo Comité Olímpico Internacional para dois a três ciclos Olímpicos.

Allianz

O Grupo Allianz, criado em 1890, é um dos grupos seguradores e provedores de serviços financeiros mais importantes do mundo. Está presente em mais de 70 países pelos cinco continentes, com mais de 142.000 colaboradores que dão apoio a mais de 92 milhões de clientes.

A Allianz Portugal, pertencente ao grupo Allianz desde 1999, fez a sua estreia como Parceiro Olímpico mundial no ano de 2021, com a realização dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.

Gestão

Foi feito o acompanhamento e dado todo o apoio necessário ao processo de ativação em Portugal.

Ativação

Ativou a sua relação em Portugal com o desenvolvimento de um produto específico de seguro de acidentes pessoais, que incluiu a viagem e a protecção covid-19, para os duzentos elementos da Equipa Portugal Tóquio 2020.

Apresentou ainda os atletas da modalidade de surf, Frederico Morais e Teresa Bonvalot, como embaixadores da marca para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Seguros

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro desde 2021 até 2028

WEBSITE
allianz.pt



A Alibaba é uma empresa multinacional tecnológica especializada em e-commerce,

retalho, internet e tecnologia, possuindo um motor de busca para compras e serviços, sites de venda e compra para business-to-business e business-to-consumer, consumer-to-consumer e serviços de Cloud. Fundada em 1999, tornou-se numa das maiores e mais reconhecidas empresas de comércio digital a nível mundial, tendo em 2021 atingido mais de 1100 milhões de consumidores em todo o mundo.

Desde 2017 que a Alibaba é parceira TOP, trabalhando em conjunto com os comités organizadores dos Jogos Olímpicos em soluções de cloud, e-commerce, bilhética e plataformas de media digital.

Gestão

Foi feito o acompanhamento com a realização de reuniões e contactos regulares e dado todo o apoio necessário ao processo de ativação em Portugal. Pela natureza dos produtos e serviços da Alibaba foi identificada a oportunidade de apoio ao desenvolvimento e promoção da Loja Online do Comité Olímpico de Portugal.

Ativação

Ativou a sua relação em Portugal com a oferta e disponibilização de uma plataforma de comércio online Aliexpress para potenciar a promoção e venda de produtos oficiais do Comité Olímpico de Portugal, com acesso em <https://pt.aliexpress.com/store/5586224>



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Infraestrutura e Serviços Cloud, Serviços de Emissão de Bilhetes e E-commerce

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 2017 até 2028

WEBSITE

alibaba.com



O Grupo Bridgestone, estabelecido em 1931 no Japão, tem por missão apoiar a mobilidade das pessoas com pneus de alta qualidade e outros produtos de borracha. Está presente em 150 países e conta com mais de 138.000 colaboradores em todo o mundo. A Bridgestone Europe, subsidiária estratégica da Bridgestone Corporation, é líder global no fornecimento de soluções avançadas e mobilidade sustentável.

A Bridgestone é parceiro Olímpico mundial desde 2014.

Gestão

Foi feito o acompanhamento com a realização de reuniões e contactos regulares e dado todo o apoio necessário ao processo de ativação em Portugal. Na estratégia da Bridgestone identificou-se a oportunidade de desenvolver iniciativas associadas à promoção dos valores Olímpicos em cooperação com o Comité Olímpico de Portugal.

Ativação

Ativou a sua relação em Portugal com o desenvolvimento de um conceito de campos de férias para jovens para promoção dos ideais Olímpicos, que permitiu a realização em 2018 de um Campo Olímpico de Inverno e um Campo Olímpico de Verão na Serra da Estrela, que contaram com a participação de mais de 50 jovens dos 12 aos 16 anos.



No âmbito do apoio ao programa de Educação Olímpica, desenvolveu com o Comité Olímpico de Portugal o projeto Eu Sou Olímpico. Esta iniciativa contemplou um conjunto de três vídeos sobre os valores olímpicos da Amizade, Excelência e Respeito, protagonizados pelos atletas Olímpicos Naide Gomes, Emanuel Silva, Diogo Ganchinho e Diogo Abreu. Incluiu ainda o apoio a três ações de Educação Olímpica nas Escolas.



A apoio foi também concedido para a edição de um conjunto de 13 fascículos dedicados à Educação Olímpica.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Pneus e produtos derivados da borracha

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro desde 2014 até 2024

WEBSITE
bridgestone.pt



A The Coca-Cola Company nasceu em 1886 com o objetivo de refrescar o mundo, não apenas no sentido puramente físico, mas também no sentido espiritual. Hoje, é uma empresa de bebidas global, com mais de 500 marcas em quase todas as categorias, e mais de 700.000 pessoas, fazendo chegar diariamente essas bebidas a clientes e consumidores.

É parceiro Olímpico mundial desde 1928 tendo desde então apoiado todas as edições dos Jogos Olímpicos.

Gestão

Foi feito o acompanhamento com a realização de reuniões e contactos e dado todo o apoio necessário ao processo de ativação em Portugal.

Ativação

Ativou a sua relação em Portugal através da disponibilização regular dos seus produtos, bebidas para diversos eventos com atletas olímpicos e sede do Comité Olímpico de Portugal.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Bebidas não alcoólicas

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro desde 1928 até 2032

WEBSITE
cocacola.pt



A Procter & Gamble Company é uma corporação multinacional americana de bens de consumo sediada no centro de Cincinnati, Ohio, fundada em 1837. Dedicada a melhorar a vida dos consumidores em pequenas, mas significativas formas a cada dia que passa. A comunidade da P&G inclui aproximadamente 135.000 funcionários trabalhando em cerca de 80 países em todo o mundo.

Opera em Portugal desde 1989 e fez a sua estreia como parceiro Olímpico mundial no ano de 2010.

Gestão

Foi feito o acompanhamento com a realização de reuniões e contactos regulares e dado todo o apoio necessário ao processo de ativação em Portugal. De acordo com a estratégia da marca, a área da sustentabilidade foi identificada como principal oportunidade de cooperação.

Ativação

Disponibilização de conjunto de produtos de higiene pessoal para todos os participantes nos Jogos Europeus Minsk2019 e Jogos Olímpicos Tóquio 2020.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Produtos de higiene pessoal e domésticos

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 2010 até 2028

WEBSITE

pt.pg.com

SAMSUNG

A Samsung é uma empresa que opera em diversas áreas: da eletrónica à engenharia, da naval aos seguros. Atualmente os seus produtos são vendidos por todo o mundo a particulares e a empresas, desde telemóveis, televisões, tablets, computadores, impressoras, entre outros. A empresa aposta na inovação e no lançamento de tendências que marcam o panorama mundial, criando condições para o aceleração da sociedade e dos negócios.

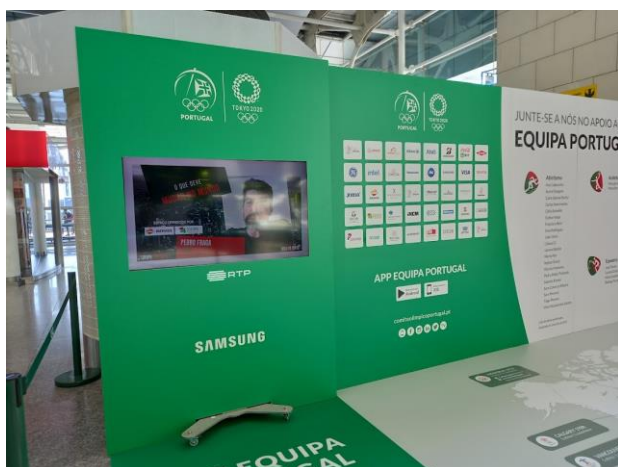
A Samsung teve a sua primeira parceria nos Jogos Olímpicos em 1988, em Seul, e desde então tem fornecido soluções de conectividade e tecnologia para o sucesso deste evento.

Gestão

Foi feito o acompanhamento com a realização de contactos regulares e dado todo o apoio necessário ao processo de ativação em Portugal.

Ativação

Para além da disponibilização de telemóveis Samsung para os atletas participantes nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020, entregues na Aldeia Olímpica em Tóquio 2020, foi possível mobilizar a Samsung para uma ativação pontual na iniciativa do Espaço Equipa Portugal no Aeroporto de Lisboa, através da oferta de 2 ecrãs Samsung para exibição de conteúdos e acompanhar a transmissão televisiva dos Jogos Olímpicos nos canais Eurosport e RTP.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Equipamento para comunicações wireless, tablets e computadores

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 1988 até 2028

WEBSITE

samsung.pt

TOYOTA

Pioneiros no mundo dos híbridos, a Toyota conta com mais de 80 anos de história e inovação automóvel. Desde o lançamento do primeiro Prius, em 1997, que já contam com mais de 14 milhões de condutores de híbridos, que fizeram da Toyota a marca líder na mobilidade eletrificada. Com mais de 340.000 colaboradores em fábricas nos 5 continentes, vendem os automóveis em mais de 160 países. Dedicados de coração, os colaboradores Toyota trabalham todos os dias para despertar o potencial humano de se superar. É por isso que são com enorme orgulho, parceiros dos Jogos Olímpicos.

A Toyota fez a sua estreia como parceiro Olímpico mundial no ano de 2015 e a sua primeira participação Olímpica é feita nos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.

Gestão

Foi feito o acompanhamento com a realização de reuniões e contactos regulares e dado todo o apoio necessário ao processo de ativação em Portugal. De acordo com a estratégia da marca,

a área da mobilidade foi identificada como principal oportunidade de cooperação.

A Toyota disponibilizou viaturas regulares e pontuais ao Comité Olímpico de Portugal durante o Ciclo Olímpico Tóquio 2020.



Ativação

Alinhada com a sua estratégia internacional a Toyota Portugal, identificou e apresentou dois atletas como embaixadores da marca Toyota: João Pereira e Patrícia Mamona.



Em fevereiro de 2020, promoveu a campanha multimeios Tudo por quem dá tudo, protagonizada pelos embaixadores Patrícia Mamona (triplo salto) e João Pereira (triatlo), lançada em 2020, reforçando a ligação da marca aos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 e incorporando a marca Equipa Portugal.



Dentro do programa de Hospitalidade, elementos do grupo Toyota marcaram presença nos Jogos Europeus Minsk 2019.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Mobilidade

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro desde 2015 até 2024

WEBSITE
toyota.pt

Outros parceiros do programa TOP

Apesar de não se terem registado iniciativas de ativação, fazem parte ainda dos Parceiros Olímpicos internacionais as seguintes empresas que, através do programa TOP, apoiam o Comité Olímpico de Portugal.



A Airbnb é uma das maiores plataformas digitais que oferece mais de 7 milhões de opções de acomodação e 40.000 atividades. Está presente em mais de 191 países e regiões, promovendo a ligação entre pessoas, comunidades e o mundo.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Hospedagem e Experiências

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro desde o Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
airbnb.pt

Atos

A Atos é líder global em transformação digital, com 110.000 funcionários e receita anual de 12.000 milhões de euros. Número um europeu em segurança cibernética, nuvem e computação de alto desempenho, o grupo oferece soluções personalizadas de ponta a ponta para todos os setores em 73 países.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Tecnologias de Informação

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro desde 1989

WEBSITE
atos.net



A Dow combina um dos mais amplos conjuntos de tecnologia do setor com integração de ativos, inovação focada e escala global para alcançar crescimento lucrativo e se tornar a empresa de ciência de materiais mais inovadora, centrada no cliente, inclusiva e sustentável. Opera em 113 fábricas espalhadas por 31 países e emprega aproximadamente 37.000 pessoas.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Produtos químicos, matérias-primas e compostos usados em setores selecionados

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro entre 2014 e 2020

WEBSITE
pt.dow.com/pt-pt



A GE é uma empresa de tecnologia e serviços avançados que enfrenta os desafios mais difíceis do mundo. Dedicada à inovação em energia, saúde, transporte e infraestrutura, a GE opera em mais de 100 países e emprega cerca de 300.000 pessoas em todo o mundo.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Equipamentos industriais para sistemas usados nas indústrias de energia, saúde, transporte, infraestruturas.

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 2005

WEBSITE

ge.com



A Intel é líder mundial em design e fabricação de produtos e tecnologias essenciais para um mundo cada vez mais inteligente e conectado, com a visão de enriquecer a vida de cada pessoa na Terra. A Intel está sediada em Santa Clara, Califórnia, e emprega 106.000 pessoas em todo o mundo por 600 instalações em 63 países.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Plataformas de tecnologia 5G, VR, plataformas de desenvolvimento de conteúdo 3D e 360, plataformas de inteligência artificial, plataformas de desempenho desportivo, drones e processadores.

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 1989

WEBSITE

atos.net



A Omega é uma empresa do Swatch Group, fabricante líder mundial de relógios. Desde 1848, a marca é sinónimo de excelência, inovação, design e precisão. Os seus relógios já estiveram presentes em momentos históricos da humanidade como as viagens à Lua.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Relógios, Cronometragem, Pontuação e Resultados

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 1932 até 2024

WEBSITE

omegawatches.com

Panasonic

A Panasonic Corporation é líder mundial no desenvolvimento de diversas tecnologias e soluções eletrónicas para clientes nos setores de eletrónica de consumo, habitação, automóvel e B2B. A empresa, fundada em 1918, opera 582 subsidiárias e 87 empresas associadas em todo o mundo.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Equipamento Áudio/TV/Vídeo

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 1987 até 2024

WEBSITE

panasonic.com

VISA

A Visa é o líder mundial em pagamentos digitais. Tem por missão conectar o mundo por meio da rede de pagamento mais inovadora, confiável e segura - permitindo que indivíduos, empresas e economias prosperem. A rede de processamento global avançada da Visa, VisaNet, oferece pagamentos seguros e confiáveis para mais de 3.500 milhões de titulares de cartões em mais de 200 países e territórios em todo o mundo.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Serviços de pagamento, segurança de transações, cartões pré-pagos.

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde 1986 até 2032

WEBSITE

visa.pt

LICENCIAMENTO INTERNACIONAL

Gestão e ativação em Portugal

Em complemento do programa Top Partners, o Comité Olímpico Internacional implementa um programa de licenciamento a nível global e

firmou com o Comité Olímpico de Portugal três acordos de licenciamento das seguintes áreas:

Plano Numismático dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020

Acordou-se com o Comité Olímpico Internacional a autorização de comercialização e distribuição de duas séries do programa numismático relativo aos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, com benefício de um valor mínimo garantido e uma percentagem de royalties sobre as vendas em território nacional.



Software de entretenimento interativo dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020

Foi acordado com o Comité Olímpico Internacional a autorização de comercialização e distribuição de dois jogos de vídeo, Tokyo 2020 Character Game e Tokyo 2020 Avatar Game, ambos relativos aos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, com benefício de uma percentagem de royalties sobre as vendas em território nacional.



Coleção Jogos Olímpicos de equipamentos desportivos e outros produtos

Acordou-se com o Comité Olímpico Internacional a autorização de comercialização

e distribuição de uma linha de produtos da categoria de equipamentos desportivos, associados aos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, com benefício de uma percentagem de royalties sobre as vendas em território nacional.

DIREITOS TELEVISIVOS

A integração da Televisão na estratégia de marketing do Comité Olímpico de Portugal assumiu desde o início uma prioridade do trabalho desenvolvido de ativação das estações televisivas oficiais dos Jogos Olímpicos e Jogos Europeus.

Os direitos televisivos dos Jogos Olímpicos constituem um dos mais importantes ativos na estratégia comercial e de marketing do Comité Olímpico Internacional. Através da sua empresa Television & Marketing Services S.A., são negociados a nível global, em mais de 200 territórios, os direitos televisivos para as edições dos futuros Jogos Olímpicos de Verão e Inverno com as principais estações televisivas mundiais.

Direitos Televisivos em Portugal

Para o território de Portugal, a Eurosport adquiriu ao Comité Olímpico Internacional os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos de Pequim 2008 até aos Jogos Olímpicos de Paris 2024.

Foi negociado pela Eurosport o sublicenciamento dos direitos televisivos para o mercado de Portugal, com um canal aberto, tendo a RTP adquirido os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.

★EUROSPORT

A Eurosport foi lançada em 1989 e é atualmente a maior rede de televisão desportiva da Europa por cabo. Em Portugal está presente nos pacotes de oferta televisiva de todos os prestadores de serviços audiovisuais do mercado nacional de todas as empresas de

telecomunicações. Através dos seus vários canais são transmitidos anualmente milhares de horas de provas desportivas que incluem os campeonatos do mundo das principais modalidades.

A Eurosport é oficialmente a Casa dos Jogos Olímpicos desde 2017, detendo os direitos exclusivos para a transmissão dos Jogos Olímpicos na Europa. Proporcionou a primeira experiência de uns Jogos em PeyongChang 2018, alcançando recordes de audiência nas diferentes plataformas do canal, tanto linear como digital. É igualmente a Casa do Ciclismo, dos torneios do Grand Slam de Ténis e dos Desportos de Inverno. Os seus canais - Eurosport 1 e Eurosport 2 - chegam cumulativamente a 242 milhões de subscritores em 75 mercados da Europa, Ásia, África e Médio Oriente.

A Eurosport fez a sua estreia como parceiro Olímpico no Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Gestão

Foi feito o acompanhamento com a realização de reuniões e contactos regulares e dado todo o apoio necessário ao processo de gestão dos direitos televisivos, quer no apoio editorial, com a área de Comunicação do Comité Olímpico de Portugal, quer ao nível de gestão das campanhas do Eurosport - para a transmissão dos Jogos Olímpicos de Inverno PeyongChang 2018 e, sobretudo, para a transmissão dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

De acordo com alinhamento internacional da Eurosport, foi possível ativar os direitos televisivos em Portugal, com um conteúdo local, através de uma série de 17 programas sobre a Equipa Portugal. Com 3 minutos de duração, cada programa era dedicado a uma edição dos Jogos Olímpicos, relatava a história da participação Olímpica portuguesa nos Jogos Olímpicos e contemplava ainda breves entrevistas aos atletas da Equipa Portugal Tóquio 2020.



A Eurosport ativou ainda uma campanha multimeios sobre os Jogos Olímpicos Tóquio 2020 no mês de julho de 2021.

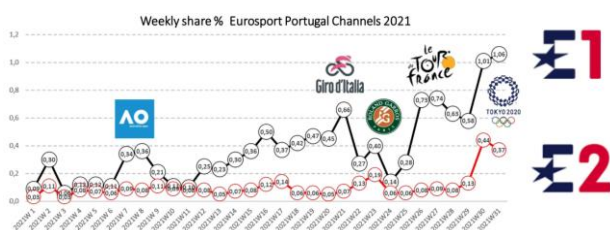
Dinamizou ainda a presença nas redes sociais com conteúdos relativos à participação dos atletas da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.



Ativação

Durante o período dos jogos (22 julho a 8 de agosto), destaca-se

- Um total de **+2,6 milhões de espectadores**
- O Eurosport 1 durante a 2ª parte dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 tem a sua 3ª melhor semana de sempre
- O Eurosport 2 tem durante a 1ª semana dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 o seu melhor registo de sempre



Fonte: Eurosport Audience Review Portugal (23 July-8 August, 2021)

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Televisão Oficial

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro desde 2018 até 2024

WEBSITE
Eurosport.com



A RTP - Rádio e Televisão de Portugal foi o primeiro canal televisivo português, com início das emissões a 7 de março de 1957. Todos os dias a RTP chega aos quatro cantos do mundo através dos seus canais de televisão e estações de rádio, principalmente com os seus canais internacionais: a RTP Internacional e RDP Internacional.

A RTP é desde sempre a estação televisiva oficial dos Jogos Olímpicos em Portugal, garantido a cada edição do evento uma cobertura exaustiva e completa da presença de todos os atletas em prova.

A RTP foi considerada formalmente parceiro Olímpico desde o Ciclo Olímpico Rio 2016 e manteve-se no Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Gestão

A transmissão dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020, entre 23 de julho e 8 de agosto de 2021, pela RTP teve em televisão um total 431 horas de emissão, com uma cobertura total para mais de 6 milhões e 220.000 espectadores. Acompanharam 35 modalidades e foram realizadas 531 emissões entre RTP1 e RTP2.

A nível de internet a cobertura foi superior a 5 milhões de acessos ao website da RTP, com 3 milhões através da RTP Play. A área de notícias teve mais de 1,5 milhões de acessos e a notícia da medalha de Ouro de Pedro Pichardo registou 390.000 visitas ao site da RTP.

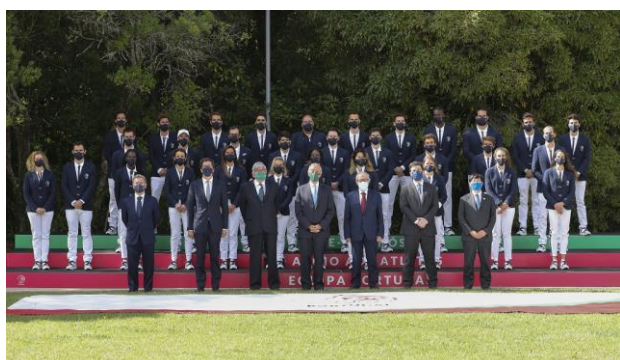


Ativação

Foi possível ativar um conjunto de ações com emissões especiais da RTP que permitiram valorizar a marca do Comité Olímpico de Portugal e os atletas da Equipa Portugal Tóquio 2020.

Emissão especial Apresentação Equipa Portugal a 5 de julho 2021

A RTP realizou uma operação de cobertura, em direto na RTP3, da cerimónia de apresentação da Equipa Portugal, com a mobilização de diversos meios de exteriores no espaço do evento no Clube Monsanto em Lisboa. Ao longo do dia a RTP acompanhou o evento nos diversos canais da estação, com destaque nos espaços informativos do Jornal da Tarde e Telejornal.



Emissão Especial Rumo a Tóquio a 23 de julho 2021

A RTP realizou uma emissão especial denominada Rumo a Tóquio no dia 23 de julho de 2021, dia da cerimónia de abertura dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020. Uma emissão em directo com cerca de 7h, com conteúdos dedicados à apresentação dos atletas da Equipa Portugal Tóquio 2020 incluindo um conjunto de convidados do Movimento Olímpico, com destaque para a participação de diversos atletas Olímpicos. Oportunidade ainda de promoção da App Equipa Portugal e mascote Infante, ao longo de toda a emissão, para além de referências ao apoio de diversos Parceiros Olímpicos.

Olímpico de Portugal: APP Equipa Portugal, em abril 2021 e Apresentação dos atletas Equipa Portugal, em julho de 2021. As campanhas de spots de 30", foram emitidas nos canais RTP1, RTP2, RTP3 e RTP Memória, num total de 247 spots televisivos.



Durante o período dos jogos (22 julho a 8 de agosto), destacam-se os **+6 milhões de espectadores** e os **+5 milhões de acessos ao website RTP**.



TV



431 horas de emissões



6 milhões 221 mil esp (cobertura total do evento)



37 modalidades



531 emissões na RTP1+RTP2



192 horas de emissões

316 emissões

5 milhões 212 mil esp (cov000)



238 horas de emissões

215 emissões

4 milhões 332 mil esp (cov000)

Fonte: RTP – Balanço de Audiências e Estudos de Mercado RTP Agosto 2021

A RTP disponibilizou ainda espaço publicitário para divulgação de campanhas do Comité

Web Resultados totais durante a competição



Mais de 5 milhões de acessos ao site RTP



3 milhões de visitas ao RTP Play



Mais de 1 milhão e meio de acessos à área de Notícias



Ouro de Pichardo: 390 mil visitas ao site RTP



983 mil visitas

1 milhão pageviews

211 mil visitantes



608 mil visitas

833 mil pageviews

126 mil visitantes

Fonte: RTP – Balanço de Audiências e Estudos de Mercado RTP Agosto 2021

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Televisão Oficial – canal aberto

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro desde o Ciclo Olímpico Rio 2016

WEBSITE

rtp.pt

resultados oficiais dos atletas portugueses no website comiteolimpicoportugal.pt e na app Equipa Portugal.

SPORT•TV

A relação com a Sport TV foi estabelecida no âmbito da transmissão televisiva oficial dos Jogos Europeus Minsk 2019.

Gestão e ativação

A gestão da relação foi feita com a realização de contactos regulares e agilização dos contatos a nível de acompanhamento editorial, com o departamento de Comunicação do Comité Olímpico de Portugal.

Foi ainda possível contar com o apoio da Sport TV para a realização de uma emissão especial, em direto, de apresentação dos atletas da Equipa Portugal aos Jogos Europeus Minsk 2019.



A relação com o Olympic Channel, canal de video em plataforma digital do Comité Olímpico Internacional, foi acompanhada ao longo do Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Gestão e ativação

A gestão da relação foi feita com a realização de contactos regulares e reuniões, com o objetivo de ativar as oportunidades de promoção no canal, com conteúdos dedicados ao Comité Olímpico de Portugal, e, sobretudo, na implementação de serviços de transmissão online de eventos Olímpicos.

A cooperação na implementação dos widgets de agenda, resultados e medalhas dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 foi muito relevante, para que fosse possível acompanhar em direto os

CAPÍTULO 5

PARCEIROS OLÍMPICOS NACIONAIS



CAPÍTULO 5 PARCEIROS OLÍMPICOS NACIONAIS

Neste capítulo são apresentados os parceiros Olímpicos nacionais. São também descritas as atividades de negociação e gestão da relação com cada parceiro Olímpico bem como as ações de ativação relacionadas com o Comité Olímpico de Portugal.

PROGRAMAS DE MARKETING PARA O TERRITÓRIO NACIONAL

Gestão e ativação em Portugal

Para além de integrar o **Programa TOP Partners** do Comité Olímpico Internacional na estratégia de marketing do Comité Olímpico de Portugal existem cinco programas de marketing para o território nacional: **Patrocínios, Licenciamento, Responsabilidade Social, Hospitalidade e Portugal Olímpico**, por forma a prosseguir os objetivos de rentabilizar financeiramente, e em produtos e serviços, a marca do Comité Olímpico de Portugal. Durante o Ciclo Olímpico Tóquio 2020 integraram nos programas de marketing 22 parceiros Olímpicos.



PROGRAMA DE PATROCÍNIOS

O objetivo global do programa de Patrocínios é o de promover e rentabilizar a imagem do Comité Olímpico de Portugal, através da associação e apoio de empresas e marcas de referência às diversas atividades regulares, com destaque para as representações da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos. Estruturado em programas plurianuais, o programa de Patrocínios comportou três níveis de investimento e contrapartidas, de forma a permitir atingir os objetivos e enquadrar as diferentes oportunidades e áreas de negócio com 9 empresas para o ciclo Tóquio 2020.



A Repsol é uma empresa multinenergética internacional comprometida com a transição energética e o desenvolvimento de soluções eficientes e sustentáveis, capazes de satisfazer as necessidades dos seus clientes. Estabelecida em mais de 34 países, conta com mais de 25.000 colaboradores e uma presença expressiva em Portugal desde 1990. A Repsol desenvolve a sua atividade nas áreas Industriais, mais concretamente na Química, onde é uma das 10 maiores exportadoras do país, nas áreas Comerciais, através das cerca de 500 Estações de Serviço, do GPL, dos Lubrificantes, Asfaltos e outros produtos especializados, Aviação e Marinha. Está ainda presente no setor das Renováveis, através do WindFloat Atlantic (primeiro parque eólico flutuante da Europa Continental).

A Repsol fez a sua estreia como parceiro Olímpico no ano de 2014 e manteve-se no ciclo Olímpico de Tóquio 2020.

Negociação

A negociação da relação de parceiro Olímpico na categoria de combustíveis e energia, garantiu um conjunto de direitos de marketing para o território nacional, por contrapartida de apoio financeiro, produtos e serviços e ativação.

O Comité Olímpico de Portugal integrou o programa de fidelização da Repsol, com um cartão de desconto imediato em combustíveis para o consumidor do universo desportivo e cartão frota.

Garante ainda uma contribuição financeira por consumo de litros de combustíveis para o Comité Olímpico de Portugal e universo das federações desportivas que integrem o programa.

Gestão

A gestão da relação com a Repsol, inclui o acompanhamento do programa de fidelização junto das federações desportivas, procurando o aumento da participação que se regista em 30 federações, com um valor de 850.684€ em desconto atribuído e de 159.922€ em apoio financeiro direto a federações e ao Comité Olímpico de Portugal, ao longo do presente Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Foi identificada a necessidade de evolução do programa de fidelização de um cartão físico, para uma aplicação com um cartão digital, que permitisse o contacto permanente com o utilizador e a dinamização de iniciativas de promoção e campanhas.

Ativação

A Repsol ativou a sua relação de parceiro Olímpico com o desenvolvimento da **App Equipa Portugal** e integração do cartão digital do programa de fidelização, para além de outras funcionalidades.



No período dos 100 dias para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, a Repsol promoveu a App Equipa Portugal em 400 estações de serviço da sua rede nacional.

O dia de apresentação da Equipa Portugal Tóquio 2020, a 5 de julho de 2021, foi assinalado pela Repsol com a colocação da bandeira de Portugal na rede de estações de serviço a nível nacional, que marcou o início da campanha **Superação** fazendo a ligação dos valores da marca aos atletas Olímpicos.



A Repsol ativou ainda a sua relação de parceiro Olímpico com o financiamento do projeto de desenvolvimento e promoção do lançamento da mascote oficial do Comité Olímpico de Portugal, designada **Infante**.

A mascote Infante foi colocada à venda na rede de estações de serviço Repsol na semana de início dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020. A venda das mascotes reverteu ainda em 2 euros por mascote para apoio à Associação Aldeias de Crianças SOS de Portugal, numa iniciativa de responsabilidade social.

A Repsol patrocinou ainda, conjuntamente com os Jogos Santa Casa, a série de 15 programas de televisão **Equipa Portugal**, produzidos e exibidos pelo canal Eurosport entre abril e julho de 2021, com um total de 380 inserções, bem como a transmissão dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 e o programa **The Cube** com a análise diária das competições e melhores momentos.

A Repsol apoiou ainda no canal **RTP** com o programa **Melhores Momentos dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020**, para além da cobertura global do evento entre 23 de julho e 10 de agosto de 2021.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Combustíveis e energia

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
repsol.pt

Joma®

A Joma Sport, fundada em 1965 em Espanha, é a empresa desportiva líder em Espanha e uma das principais marcas a nível internacional. Posicionando-se no top ten das empresas de desporto com mais sucesso do mundo, está presente mais de 120 países, detendo filiais em 8 países. Conta com mais de 300 equipas de futebol profissionais patrocinadas em todo o mundo, para além de seleções nacionais. Está presente em todas as modalidades desportivas, equipando seleções nacionais de rãguebi e andebol, federações de atletismo, como as do México, Espanha, Marrocos, Eslovénia e Bulgária, entre outras; e 8 Comitês Olímpicos Nacionais, que asseguraram a internacionalização da Joma em Tóquio 2020.

A Joma Sport fez a sua estreia como parceiro Olímpico no ano de 2015 e manteve-se no Ciclo Olímpico de Tóquio 2020.

Negociação

A negociação da relação de parceiro Olímpico na categoria de equipamentos desportivos com a empresa/marca Joma-Sport, garantiu um conjunto de direitos de marketing para o território nacional, por contrapartida de apoio principal no fornecimento e oferta de produtos ao Comité Olímpico de Portugal.

No Ciclo Olímpico Rio 2016 garantiu-se o fornecimento e oferta de um conjunto de mais de 7000 peças de equipamentos desportivos

para a delegação de 200 pessoas aos Jogos Olímpicos Rio 2016.

Para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020 garantiu o fornecimento e oferta de um conjunto de mais de 10 000 peças de equipamentos desportivos para a delegação de 200 pessoas aos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 e condições especiais de desconto de 50% para as seguintes participações desportivas: Festival Olímpico de Juventude Verão 2017 e 2019, Festival Olímpico da Juventude Inverno 2017 e 2019, Jogos da Lusofonia 2017, Jogos Olímpicos da Juventude de Verão-Buenos Aires 2018 Jogos Europeus Minsk 2019, Jogos Olímpicos da Juventude Inverno Lillehammer 2016 e Lausanne 2020.

Gestão

A gestão da relação com a Joma-Sport, ao longo deste Ciclo Olímpico, incluiu o acompanhamento do fornecimento dos equipamentos desportivos para os vários eventos, com uma proposta de design permanente para melhor identificação de Portugal ao longo do Ciclo Olímpico, e, reservando um novo design para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020, garantindo sempre a melhor qualidade dos materiais.

Foi assegurado o envio dos tamanhos necessários de cada participação desportiva, para que a produção fosse assegurada e entregue nos prazos definidos para cada evento. Nos anos de 2018 e 2019 foi concedido o apoio financeiro adicional da Joma-Sport para o armazenamento dos equipamentos ser feito em Lisboa de forma a facilitar a gestão do processo.

Ativação

Com o objetivo de apresentar uma peça exclusiva para a Equipa Portugal Tóquio 2020, foram desenvolvidos os Ténis Viper Portugal e promovida uma edição limitada de 1000 exemplares para o mercado em Portugal.



Ativou a sua relação em Portugal com a campanha **Desportistas Anónimos** para a retoma na pandemia com um spot vídeo, internet e imprensa.



A Joma Sport participou com o Comité Olímpico de Portugal no evento **Portugal Fashion**, um dos mais prestigiados eventos de moda nacionais, com o desfile de apresentação dos equipamentos desportivos para a Equipa Portugal aos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Equipamentos desportivos

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
joma-sport.com

X DECENIO MEDITERRANO

A Decenio pertence ao grupo têxtil Caês de Pedra. A Decenio Mediterraneo é uma marca clássica, no sentido moderno da palavra. Há mais de 25 anos que prova como é possível adaptar o estilo clássico ao *street style*. A etiqueta portuguesa é conhecida pelas suas distintas coleções para mulher e homem, sempre com materiais e tecidos nobres. Em Portugal, a Decenio tem uma loja online, está presente em 31 lojas, no El Corte Inglés, e em 50 espaços multimarca.

A Decenio fez a sua estreia como parceiro Olímpico no ano de 2019 vestindo a Equipa Portugal aos Jogos Europeus Minsk 2019 e aos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a marca Decenio, teve como objetivo o fornecimento dos trajes para os principais eventos do Ciclo Olímpico Tóquio 2020: Jogos Europeus Minsk 2019 e Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

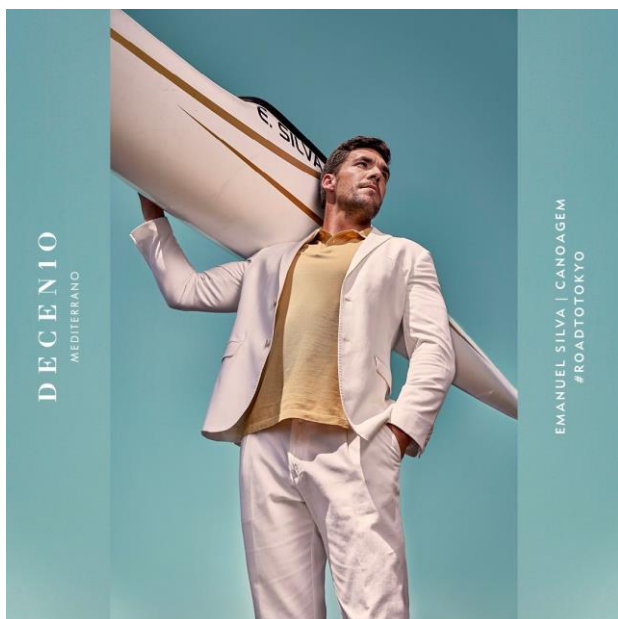
Gestão

A gestão da relação com a marca Decenio, incluiu o acompanhamento do fornecimento dos trajes com uma preocupação de cumprimento de objetivos de sustentabilidade, ao nível dos materiais e do processo produtivo, com fabrico em território nacional. Foi feita ainda uma proposta de design, que valorizava a relação histórica entre Portugal e o Japão, e combinava os valores da marca Comité Olímpico de Portugal e da marca Decenio.

Foi assegurado o envio dos tamanhos necessários para a produção dos trajes para cerca de 200 pessoas e cumpridos os prazos definidos de entrega.

Ativação

A Decenio ativou a sua relação em Portugal na sua comunicação de marca através das redes sociais e nas suas lojas a nível nacional, com recurso a atletas embaixadores da marca e com os recursos da Equipa Portugal Tóquio 2020.



Ativou com a participação no evento **Portugal Fashion**, com o desfile de apresentação dos trajes Olímpicos para a Equipa Portugal aos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Vestuário formal

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
decenio.com

Lusiadas

A Lusiadas Saúde é um grupo de referência no setor da saúde em Portugal, inserido no UnitedHealth Group – a maior organização de saúde do mundo. Desde a sua fundação em 1998, distingue-se por um forte espírito de melhoria contínua, excelência e rigor, sendo o primeiro grupo privado com hospitais e clínicas acreditados pela Joint Commission International. Centrado na personalização e qualidade dos cuidados de saúde, o Grupo Lusiadas proporciona uma oferta global, baseada numa rede que cobre o território nacional: Porto, Gaia, Braga, Lisboa, Amadora, Almada, Parque das Nações, Sacavém, Albufeira e Faro.

Os Lusiadas, que já tinham sido o serviço médico oficial no Ciclo Olímpico Rio 2016, voltaram a reforçar o seu apoio à Equipa Portugal neste Ciclo Olímpico, com destaque para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e os Lusíadas, teve como objetivo a disponibilização de serviços médicos para as os atletas integrados no programa de preparação Olímpica e participantes nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020, através de um *plafond* financeiro em serviços médicos.

Gestão

A gestão dos serviços médicos foi feita pela Direção de Medicina Desportiva do Comité Olímpico de Portugal ao longo do Ciclo Olímpico, para os atletas integrados no programa Olímpico, em coordenação com as equipas médicas das federações.

Os serviços médicos estavam disponíveis num sistema de acesso direto através de um coordenador de serviços médicos que direcionava para as diversas unidades hospitalares.

Com a situação da Pandemia de covid-19, e adiamento dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 para o período de 23 de julho a 8 de agosto de 2021, foi definido um conjunto de regras específicas de vacinação e realização de testes covid-19 que teriam de ser cumpridas pelos Comités Olímpicos Nacionais.

Os Lusíadas garantiram o apoio de realização de 400 testes covid-19 a todos os cerca de 200 participantes da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, com a realização de testes covid 96 horas e 72 horas antes da sua chegada ao Japão. Foi envolvido um número significativo de profissionais dos Lusíadas e do laboratório parceiro na gestão deste processo.

Ativação

Ativou com a campanha **É BOM VENCER lado a lado** com a participação de 3 atletas Olímpicos e 3 atletas Paralímpicos, na rede de espaços dos hospitais a nível nacional. Realizaram ainda a ativação da campanha nas plataformas digitais.



Diogo Cavaleira - Natação

É BOM VENCER lado a lado

Aos seus lugares... preparados... Lusíadas! Pela 3.ª vez consecutiva, a saúde dos atletas olímpicos de Portugal está em boas mãos. Desde agosto de 2019, as nossas equipas acompanham os atletas olímpicos, paralímpicos e surdolímpicos no caminho para Tóquio, o que mais do que uma prova da nossa dedicação, é uma vitória que nos enche de orgulho. Com percursos tão inspiradores, para nós estes atletas já são vencedores.



Ofereceram ainda um kit Lusíadas, com diversos produtos, a todos os atletas que integraram a Equipa Portugal Tóquio 2020.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Serviços Médicos

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro nos Ciclos Olímpicos Londres 2012, Rio 2016
e Tóquio 2020

WEBSITE
lusiadas.pt



A Rangel Logistics foi fundada em 1980. É um Parceiro Logístico com capacidade de integração de uma vasta gama de serviços, oferecendo ao mercado uma solução One Stop Shop para transportes e logística. Com cobertura mundial e apoiados por uma rede de parceiros globais, movimenta mercadoria entre mais de 220 países e territórios por terra, mar e ar. Para além de Portugal, estão diretamente presentes em Angola, Moçambique, Cabo Verde e Brasil. Apoiados por sistemas de informação inovadores, dispõem de equipas especializadas que desenvolvem continuamente ferramentas de IT para automatizar e melhorar os serviços prestados aos clientes.

A Rangel Logistics veio reforçar o seu apoio à Equipa Portugal, com a disponibilização de serviços de operação logística para as participações desportivas, com destaque para os Jogos Europeus Minsk 2019 e Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a marca Rangel, teve como objetivo o apoio ao fornecimento de serviços de transporte e logística para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020, para os principais eventos desportivos: Jogos Europeus Minsk 2019 e Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

Gestão

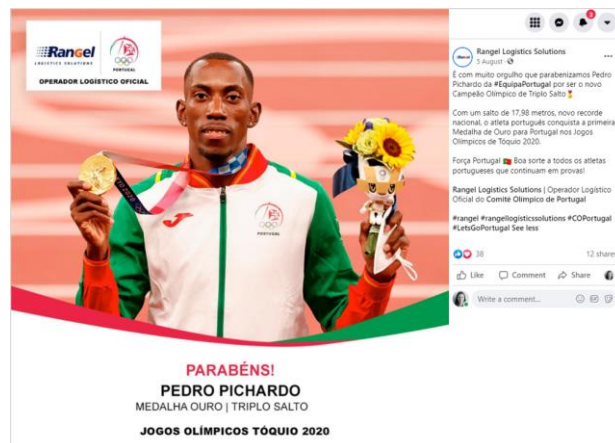
A operacionalização do apoio logístico para estes eventos foi implementada pela Rangel em ligação com o Comité Olímpico de Portugal, considerando a lista de equipamentos e produtos diversos a enviar para cada evento,

segundo as regras de cada comité organizador. Foi realizada com sucesso a entrega em 2 contentores de 40 pés com material, com o tratamento da respetiva documentação legal, nos prazos definidos, mesmo com as dificuldades acrescidas decorrentes da situação da pandemia, para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 e ultrapassado o caso de congestionamento no Canal do Suez em abril de 2021.



Ativação

Ativou a sua relação de parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respetivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Serviços de Logística

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
rangel.pt

CISION

A Cision é líder global no fornecimento de serviços para planeamento, contacto, monitorização e análise dos media. Fornece igualmente serviços de relações públicas para empresas e monitorização e dinamização de redes sociais. O software Cision está disponível em 7 línguas e é utilizado por empresas comerciais, ONGs, instituições educativas e governamentais.

A Cision, que já tinha sido o serviço de monitorização e clipping no Ciclo Olímpico Rio 2016, reforçou o seu apoio ao Comité Olímpico de Portugal para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a marca Cision, teve como objetivo o apoio gratuito no fornecimento de serviços de monitorização diária de clipping para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020, que é disponibilizado ao um conjunto de pessoas ligadas à organização e gestão do Comité Olímpico de Portugal.

Gestão

A gestão deste serviço foi realizada com a Cision, através da atualização de entidades, nomes de eventos desportivos e atletas a acompanhar diariamente, através das notícias publicadas em órgãos de comunicação social, e gerida numa plataforma da empresa.

Ativação

Ativou a sua relação de Parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respetivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal nas campanhas e durante o período dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.



PARABÉNS!
PATRÍCIA MAMONA | EQUIPA PORTUGAL
MEDALHA DE PRATA | TRIPLA SALTO
JOGOS OLÍMPICOS TÓQUIO 2020

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Serviços de Monitorização

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
cision.pt



SÓ GRANDES MÚSICAS.

Com mais de 3 milhões de ouvintes, a RFM é uma marca de gigantes que apaixonou e envolve os portugueses, diariamente, há anos, sempre com capacidade de inovação e disrupção. Mas a RFM é também a rádio que os portugueses conhecem: A rádio das grandes músicas! Das 10 músicas seguidas! Do Café da Manhã com Pedro Fernandes, Mariana Alvim, Luís Franco Bastos, Salvador Martinha e Duarte Pita Negrão. Do Que Barulho É Este, Na RFM? Do Top 25 RFM, do Wi-Fi, do Oceano Pacífico e muito mais! A RFM é um grupo de amigos ao qual apetece pertencer. A RFM é uma marca com marcas dentro e que marca as vidas dos portugueses há gerações!

A RFM reforçou o seu apoio ao Comité Olímpico de Portugal neste Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a marca RFM do grupo Renascença, teve como objetivo a promoção

da participação da Equipa Portugal Tóquio 2020, nomeadamente através da criação da música oficial e da emissão de spots promocionais no período dos 100 dias para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

Gestão

A gestão deste apoio foi feita ao longo de vários meses, com a RFM a escrever a letra de apelo à mobilização dos portugueses no apoio aos atletas da Equipa Portugal, o envolvimento do grupo **Da Weasel**, com a cedência dos direitos da música, gravação da música e produção do videoclip, que contou com os artistas Fernando Daniel, Nuno Ribeiro, Blaya, Syro e João Pedro Pais e alguns atletas Olímpicos. Foi preparado o lançamento música oficial em tempo de restrição imposto pela pandemia, que se concretizou no lançamento na antena da estação RFM no dia 14 de julho.

Ativação

Ativou a sua relação em Portugal na sua comunicação de marca e na campanha de promoção com a música oficial da Equipa Portugal, através de um videoclip com a participação de atletas e dos artistas convidados.



A RFM realizou uma emissão especial, em direto, no espaço Equipa Portugal no Aeroporto de Lisboa, no dia 17 de julho, acompanhando a partida dos atletas Olímpicos no local com entrevistas.



Ativou a sua relação de parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respectivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal nas campanhas e durante o período dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Rádio

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
rfm.sapo.pt



Dada a especificidade da parceria com a RTP, a informação encontra-se detalhada no Capítulo 4, secção Direitos Televisivos.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Media

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE

rtp.pt

★EUROSPORT

Dada a especificidade da parceria com a Eurosport, a informação encontra-se detalhada no Capítulo 4, secção Direitos Televisivos.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Media

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE

eurosport.pt

PROGRAMA DE HOSPITALIDADE

O objetivo global do programa de Hospitalidade é o de criar um movimento de apoio dos portugueses aos atletas, quando participam nos principais eventos Olímpicos, e o conhecimento da cultura e Movimento Olímpico.

Pretendeu-se mobilizar a indústria do turismo para a promoção dos destinos Olímpicos, com destaque para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020, tendo-se integrado 3 parceiros Olímpicos no programa de Hospitalidade.



A Marinha Portuguesa é o ramo das Forças Armadas que tem por missão cooperar de

forma integrada na defesa militar de Portugal no mar. A Marinha realiza missões de ação não-militar, nas suas funções de segurança e autoridade do Estado, e de investigação científica e cultural. A Marinha tem ainda uma dimensão cultural procurando contribuir no desenvolvimento e preservação, na sociedade, de uma vontade marítima, destacando a identificação das pessoas com o mar. Desempenha também missões no âmbito dos compromissos internacionais assumidos por Portugal em organizações como a NATO, bem como outras missões de interesse público e de apoio à política externa. Diariamente os militares, militarizados e civis da Marinha cumprem as suas missões nas mais variadas áreas, militares, científicas, culturais prosseguindo uma história de mais de 7 séculos ao serviço dos portugueses.

A Marinha Portuguesa que já tinha sido o Parceiro Olímpico no Ciclo Olímpico Rio 2016, constituindo-se através do Navio Escola Sagres como Casa de Portugal durante os Jogos Olímpicos Rio 2016, renovou o seu apoio ao Comité Olímpico de Portugal neste Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a Marinha Portuguesa, teve como principal objetivo a deslocação do Navio Escola Sagres aos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, no Japão, para ser novamente a Casa de Portugal.

Foi possível acordar esta participação do Navio Escola Sagres nos Jogos Olímpicos em Tóquio 2020 por um período de 10 dias, integrada numa viagem de circum-navegação.



Gestão

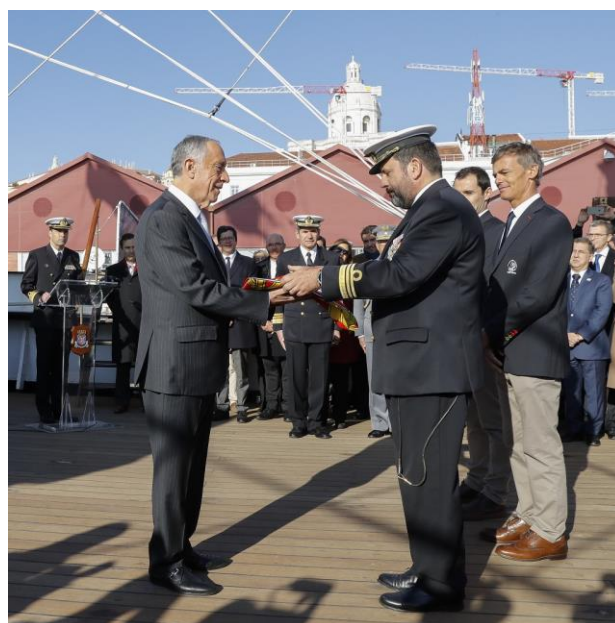
Foi acompanhado todo o processo de implementação da viagem do Navio Escola Sagres aos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, com reuniões regulares com a Marinha Portuguesa e com a Estrutura de Missão da Viagem de Circum-Navegação de Fernão Magalhães, onde esta viagem se integrou em termos de programa, operacionalização e financiamento.

Ativação

O Comité Olímpico de Portugal fez parte da organização da apresentação da Viagem de Circum-navegação de Fernão Magalhães, num evento realizado em dezembro de 2019 no espaço da Gare Marítima de Alcântara, em Lisboa.



A partida do Navio Escola Sagres aconteceu no dia 5 de janeiro de 2020, num evento transmitido em direto pela RTP, entre outros meios, que contou com a presença de diversas entidades oficiais. O Comité Olímpico de Portugal teve uma participação de destaque, com a entrega da bandeira de Portugal, pelo Chefe de Missão de Portugal e pelo Presidente da Comissão de Atletas Olímpicos, ao Presidente da República, que a confiou ao Comandante do NRP Sagres, para a transportar até Tóquio, onde seria utilizada pelo porta-estandarte da Equipa Portugal na Cerimónia de Abertura dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Institucional Forças Armadas

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
marinha.pt

COSMOS
VIAGENS

A Cosmos é uma empresa prestadora de serviços de viagem, que oferece serviços e produtos adaptados a quaisquer necessidade e especificidade de cliente. Fundada em 1986, ocupa um lugar de destaque nas áreas do turismo de lazer, desportivo, de viagens de negócio e incentivo. Atualmente opera em Portugal e Angola, contando com mais de 90 profissionais, altamente treinados e motivados, que procuram a satisfação do cliente, mantendo os mais altos níveis de qualidade e competitividade exigidos num mundo colocado à prova todos os dias.

A Cosmos é parceiro Olímpico nacional desde 2018, sendo responsável pelo transporte e viagens das missões Olímpicas portuguesas, como os Jogos Olímpicos, Jogos Europeus, Jogos Olímpicos da Juventude, entre outros.

Negociação

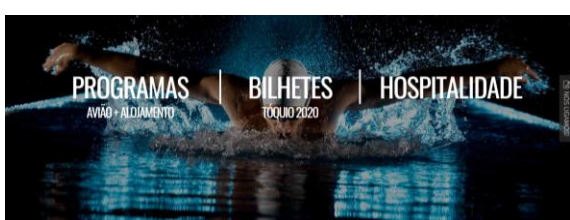
A negociação com a agência Cosmos Viagens para parceiro Olímpico surgiu na sequência dos procedimentos de seleção de agência de viagens oficial do Comité Olímpico de Portugal para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Gestão

Foi feito o levantamento das necessidades de deslocações das delegações do Comité Olímpico de Portugal aos eventos desportivos do Ciclo Olímpico Tóquio 2020, entre os anos 2018 e 2021, para assegurar o serviço de operação de viagens.

O processo de gestão de Ticketing dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 foi assegurado pela Cosmos Viagens, nomeada ATR (Authorised Ticketing Reseller) pelo Comité Organizador dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020. Foi acompanhado todo o processo de divulgação junto dos vários parceiros, federações, atletas e público em geral a possibilidade de aquisição de bilhetes e programas de hospitalidade através de contactos diretos e de uma plataforma online desenhada para o efeito.

Para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 foram vendidos cerca de 1000 bilhetes para assistir a competições e 100 programas de hospitalidade. Devido à pandemia por covid-19, e o conseqüente cancelamento de público nos Jogos Olímpicos, foram cancelados os bilhetes e os programas de hospitalidade.



Ativação

Foi criada pela Cosmos Viagens uma campanha e um concurso **Voo a Tóquio 2020** em 2018, com o objetivo de promover a relação de agência de viagens oficial aos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.



Ativou a sua relação de Parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respectivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal.



ANA CATARINA MONTEIRO | EQUIPA PORTUGAL
QUALIFICADO PARA OS JOGOS OLÍMPICOS TÓQUIO 2020

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Agência de Viagens

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
cosmos.viagens.pt

O Grupo Vila Galé, um dos principais grupos hoteleiros portugueses, faz parte do ranking das 182 maiores empresas hoteleiras a nível mundial. Opera desde 1986 e tem atualmente 36 unidades espalhadas entre Portugal e Brasil. Com serviço de excelência, conta com uma fantástica equipa de funcionários em todos os hotéis, cuja missão é proporcionar a melhor experiência hoteleira e de turismo a todos os hóspedes.

O Vila Galé, que já tinha sido parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016, voltou a reforçar o seu apoio à Equipa Portugal neste Ciclo Olímpico, com destaque para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.

Negociação

Foi acordada uma relação de parceria, que estabeleceu condições especiais de alojamento nos Hotéis Vila Galé, para além de ofertas anuais de espaços para eventos nas unidades do grupo para o Comité Olímpico de Portugal. Acordaram-se ainda condições especiais de alojamento para Federações Desportivas, para reservas de realização de estágios e competições. Através da App Equipa Portugal foram disponibilizadas condições para os diversos utilizadores como os atletas Olímpicos e treinadores Olímpicos.

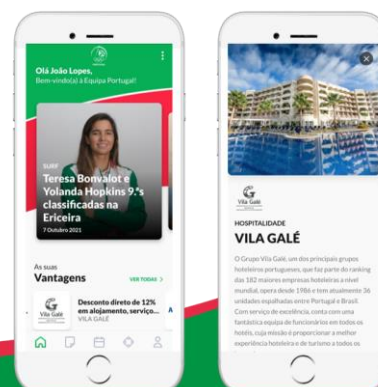
Gestão

Foi feita a gestão da relação com realização de reuniões e contactos regulares, no sentido de operacionalizar as condições especiais para alojamento nos Hotéis Vila Galé a nível nacional.

Ativação

Ativou a sua relação de parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respectivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal

Ativou ainda na App Equipa Portugal o seu pacote de descontos em Hotéis Vila Galé,



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Hotéis

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
vilagalé.pt

PROGRAMA DE LICENCIAMENTO

O objetivo global do programa de Licenciamento é a identificação e negociação com diversas empresas que tenham experiência de participação em programas de licenciamento nas áreas têxtil, material escolar, produtos tecnológicos, filatelia e amoeadação.

Pretende-se promover a marca Equipa Portugal através do licenciamento de produtos e gerar notoriedade para a marca, para além do benefício através dos royalties recebidos pelos direitos sobre licenciamento. Pretende-se ainda a regulação e gestão a nível nacional das categorias/áreas de negócio para o programa de licenciamento.

No Ciclo Olímpico Tóquio 2020 foram integrados no programa de Licenciamento 8 Parceiros, abrangendo os sectores têxtil, alimentar, retalho, equipamentos médicos, equipamentos desportivos e amoeadação.

INCM

Criada em 1972, INCM resulta da fusão da Imprensa Nacional com a Casa da Moeda. A empresa é responsável pela produção de bens e serviços como os documentos de identificação e viagem, a cunhagem de moeda metálica e a edição de publicações oficiais, como o Diário da República, assim como produtos e serviços mercantis visando fornecer outros países com bens essenciais, proteger marcas, identificar pessoas e bens, entre outros.

A INCM como parceiro Olímpico tem sido responsável pela emissão de uma moeda comemorativa alusiva a cada edição dos Jogos Olímpicos desde 1988, contribuindo para a valorização do Movimento Olímpico em Portugal. Para os Jogos Olímpicos Tóquio 2020 foi emitida uma moeda comemorativa com a representação estilizada do símbolo do Comité Olímpico de Portugal, evocativo das Descobertas, da autoria de Francisco Providência e Luc Luycx.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a INCM, tem como objetivo o licenciamento da marca e do símbolo Comité Olímpico de Portugal na emissão da moeda comemorativa da participação portuguesa nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

Gestão

Acompanhamento do processo criativo da moeda comemorativa da participação de Portugal nos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.



Ativação

Foi realizada uma cerimónia de apresentação da moeda comemorativa na sede do Comité Olímpico de Portugal no dia 18 de maio, dia em que a moeda entrou em circulação, com o valor facial de 2 euros.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Amoedação

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

WEBSITE

incm.pt



shamir

A Shamir, fundada em 1972, em Israel, como fabricante de lentes bifocais, converteu-se rapidamente ao desenvolvimento e produção de lentes progressivas, tornando-se num dos maiores produtores mundiais de lentes oftálmicas. Além de fábricas de produção e Investigação e Desenvolvimento em Israel, a Shamir conta com 16 laboratórios por todo mundo e com uma equipa de mais de 2100 colaboradores, presentes em 24 países dos 4 continentes. Em 2011 passa a ser parte do grupo Essilor, tendo sido adquirida em 50% pelo grupo francês e tornando-se numa joint venture de capital privado. A funcionar no nosso país desde 2001, a Shamir Optical tem neste momento três unidades de produção/laboratórios (Vila do Conde, Lisboa e Porto) equipadas com a

mais recente maquinaria e instrumentos utilizados na produção de lentes oftálmicas, sendo uma referência na indústria europeia.

A Shamir foi parceiro Olímpico nos Ciclos Olímpicos Rio 2016 e Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a marca Shamir, teve como objetivo o fornecimento de serviços de oftalmologia para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Gestão

Oferta e produção de lentes graduadas para os atletas Olímpicos e Comité Olímpico de Portugal.

Ativação

Ativou a sua relação em Portugal na sua comunicação de marca e na campanha nos pontos de venda. Ativou ainda com a oferta de óculos a todos os atletas da Equipa Portugal Tóquio 2020 e Comité Olímpico de Portugal.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Lentes

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE

shamir.pt

realização original e da articulação de coleções, em especial medalhas e moedas. A empresa é distribuidora em Portugal das Casas da Moeda estatais de França, Reino Unido, Espanha, entre outros países. Reconhecida pelo seu prestígio e confiança, a Philae é Parceiro Olímpico Nacional tendo a seu cargo a venda da moeda comemorativa a colecionadores estabelecidos nos quatro cantos do mundo.

A Philae tem uma ligação antiga ao Comité Olímpico de Portugal e foi parceiro Olímpico no Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a Sociedade Portuguesa de Moedas, teve como objetivo o licenciamento da marca Comité Olímpico de Portugal para utilização no material publicitário e promocional e no estojo de apresentação de uma coleção de moedas sobre os países anfitriões dos Jogos Olímpicos e da medalha alusiva à delegação portuguesa nos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020.

Iniciou ainda uma relação de apoio ao programa de atletas refugiados em preparação para os Jogos Olímpicos.



Gestão

Foi feito o acompanhamento do processo de comercialização das moedas oficiais dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020 no mercado nacional.

A Philae foi fundada em 1977 e desde então que se dedica a homenagear a história, as artes, as tradições e a cultura através da

Ativação

Ativou a sua relação com o Comité Olímpico de Portugal através do desenvolvimento de uma publicação editorial dedicada à Equipa Olímpica de Refugiados, com as histórias de diversos atletas e com ação de marketing direto para promoção e comercialização de moedas comemorativas.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Moedas

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE

moedas.pt



Ativação

Ativou a sua relação com o Comité Olímpico de Portugal através da colocação de vinhos em diversos eventos organizados pelo Comité Olímpico de Portugal.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Vinhos

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE

bairrada.pt



Bairrada
Terras de bem-viver

Criada em novembro de 2006, a Associação da Rota da Bairrada é uma associação de carácter regional, constituída sem fins lucrativos, que tem como objectivo a dinamização, promoção e valorização da actividade vitivinícola da Bairrada, e actividades afins, enquanto produtos turísticos e culturais da região. A Associação da Rota da Bairrada e a Comissão Vitivinícola da Bairrada são parceiros associados ao Comité Olímpico para licenciamento dos seus vinhos regionais.

A Bairrada fez a sua estreia como parceiro Olímpico nos Jogos Olímpicos Rio 2016 e continuou o seu apoio ao Comité Olímpico de Portugal para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a Associação da Rota da Bairrada teve como objetivo o licenciamento da marca Comité Olímpico de Portugal para produção de edições especiais de produtos.

Gestão

Foi realizado o acompanhamento do processo de desenvolvimento de produtos, e geridas as ofertas para fins institucionais.



A BTL é líder global na área do desenvolvimento e produção de dispositivos médicos para cardiologia. Os produtos são distribuídos sob a marca BTL para mais de 100 filiais e parceiros de negócios em todo o mundo. Desde a sua fundação em 1993, a empresa vem acumulando um complexo *know-how* tecnológico num amplo espectro de campos. A filosofia da empresa é criar produtos tecnologicamente únicos, com alto valor agregado, qualidade superior e design original.

A BTL tem uma forte ligação ao desporto e fez a sua estreia como parceiro Olímpico no Ciclo Olímpico Rio 2016 e reforçou a sua ligação à Equipa Portugal no Ciclo Olímpico de Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a BTL Portugal, teve como

objetivo garantir a disponibilização gratuita de equipamentos médicos de última geração para prestar apoio aos atletas nas diversas participações desportivas, com destaque para os Jogos Europeus Minsk 2019 e Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

Gestão

Foram realizadas diversas reuniões e contactos no sentido de estabelecer as necessidades de equipamentos médicos para cada evento, e garantida a entrega nos prazos necessários. Foi ainda disponibilizada a formação em equipamentos médicos BTL para os elementos das equipas médicas do Comité Olímpico de Portugal.



Ativação

Ativou a sua relação de parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respectivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Equipamentos Médicos

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
btlportugal.pt

DECATHLON

A Decathlon é uma empresa conceptora e distribuidora de artigos de desporto à escala mundial. Com mais de 1600 lojas espalhadas por mais de 50 países, oferece todo o equipamento para mais de 120 práticas desportivas. A Decathlon chegou a Portugal em 1993 com a equipa de produção e, em 2000, abriu a primeira loja, na Amadora. Conta hoje com 34 lojas em território nacional, um centro de produção, um centro logístico de aprovisionamento e um site de venda online. Emprega mais de 1400 colaboradores apaixonados por desporto e que trabalham todos os dias para dar resposta às necessidades dos desportistas, sendo responsável no total por cerca de 8000 empregos diretos e indiretos em Portugal.

A Decathlon fez a sua estreia como parceiro Olímpico no ano de 2021, com o apoio à Equipa Portugal no Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a Decathlon Portugal, teve como objetivo o fornecimento de equipamentos de ginásio e bicicletas no Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Gestão

Foram realizadas diversas reuniões e contactos no sentido de estabelecer as necessidades de equipamentos de ginásios e bicicletas, e foi garantida a entrega nos prazos necessários.





Ativação

Ativou a sua relação de parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respectivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal.



EQUIPA PORTUGAL TÓQUIO 2020

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE

Licenciamento

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO

Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE

decathlon.pt

É parceiro do Comité Olímpico de Portugal no programa de Licenciamento desde 2019.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a Scoop teve por objetivo a criação e produção de produtos da área Têxtil com a marca Equipa Portugal. Foi negociado o investimento no processo criativo e de produção de produtos oficiais, para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020 e Paris 2024, e acordado o modelo de promoção e distribuição. Pelo direito de licenciamento foram assegurados o pagamento de royalties sobre os produtos vendidos.

Gestão

Foram realizadas diversas reuniões e contactos para acompanhamento do processo de desenvolvimento de produto, promoção e distribuição. Foi possível concretizar a produção da coleção Tokyo e da coleção Portugal, com dezenas de produtos e centenas de referências em tamanhos e género masculino e feminino.



Realizaram ainda o investimento em duas produções fotográficas para as coleções Tokyo, em setembro de 2019, em Lisboa e no Porto, e com a coleção Portugal, em 2020 no Porto, que contaram com a participação de atletas Olímpicos e modelos fotográficos.

scoop

A Scoop é uma empresa exportadora, inserida no setor da indústria têxtil de vestuário, que se distingue pelo fator humano de elevada experiência e dedicação.



Ativação

Ativou a sua relação com a promoção dos produtos oficiais, disponíveis na loja oficial da Equipa Portugal, através de uma página de Instagram e uma página de Facebook da Equipa Portugal, onde foram promovidos os produtos com imagens das produções fotográficas.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Licenciado Têxtil

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
scoop.pt



A Promo é uma empresa que está no mercado há mais de 25 anos, especialista nas áreas de marketing e logística, abrangendo uma ampla gama de serviços o que permite apresentar aos seus clientes soluções integradas.

A Promo fez a sua estreia como parceiro Olímpico no Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e a Promo, teve como objetivo assegurar todo o investimento no processo da gestão, embalagem e distribuição dos produtos oficiais do Comité Olímpico de

Portugal através da loja online e outros pontos de venda.

Gestão

Foram realizadas diversas reuniões e contactos para acompanhamento do processo de desenvolvimento da plataforma de gestão da loja online, de definição de materiais de embalagem e envio dos produtos oficiais, e desenvolvimento de produtos da categoria de fãs olímpicos.

Com a responsabilidade de gestão financeira deste processo da loja online, a Promo estabeleceu a relação com os diversos parceiros e fornecedores de produtos para apuramento de resultados e pagamento de valores correspondentes às vendas realizadas.

Foi ainda responsável pelo processo de desenvolvimento e produção em peluche do Infante, a mascote oficial do Comité Olímpico de Portugal, garantindo a execução de acordo com a proposta gráfica e com as normas em vigor no mercado europeu.



Ativação

Ativou a sua relação de parceiro Olímpico em Portugal na sua comunicação institucional.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Licenciamento, logística

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
promo.pt

PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O objetivo global do programa de Responsabilidade Social é intervir na valorização humana dos atletas nas áreas da educação, emprego e saúde, através da associação e apoio de empresas e entidades de referência às diversas necessidades do universo dos atletas olímpicos.

Este programa visa estreitar relações com parceiros olímpicos no âmbito da sua responsabilidade social e corporativa, tendo o desporto, e em particular o Olimpismo e as actividades do Comité Olímpico de Portugal, como catalizador desse processo cada vez mais importante no relacionamento das empresas com a sua comunidade

No ciclo Olímpico Tóquio 2020 os 2 parceiros Olímpicos integrados no programa de Responsabilidade Social abrangeram as áreas da Educação e Saúde.



Os Jogos Santa Casa (JSC), são designados assim, em virtude das receitas, provenientes do Jogo, se destinarem integralmente a causas sociais - as chamadas Boas Causas. Estes constituem uma das principais fontes de financiamento das políticas sociais do Estado, em domínios tão variados como a saúde, a solidariedade social, o desporto, a cultura, proteção civil e promoção da cidadania e da igualdade. A estas Boas Causas, acresce o apoio que a marca Jogos Santa Casa tem dado ao desporto nacional. Ser o maior patrocinador

do desporto em Portugal é apoiar o talento e os grandes eventos desportivos nacionais. É promover a conciliação do desporto com a vida académica. É ir mais além em cada modalidade patrocinada, fazer crescer as competições nacionais, valorizar o desporto feminino e desenvolver o desporto adaptado. É tornar o desporto um fator de integração e coesão social. Porque, para os Jogos Santa Casa, o desporto não deixa ninguém de fora.

Os Jogos Santa Casa são parceiro Olímpico desde o ano de 2014, continuando para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020.

Negociação

A relação estabelecida entre o Comité Olímpico de Portugal e os Jogos Santa Casa foi enquadrada no âmbito do programa de Responsabilidade Social para a área da educação, com o objetivo de proporcionar bolsas de educação aos atletas que conciliem a sua preparação Olímpica e a carreira académica. O apoio financeiro anual assegurado permite a atribuição de uma bolsa de educação de cerca de 3000 Euros, para um universo base de 35 atletas, ajustado em função do regulamento em vigor. Foi negociado o apoio para o Ciclo Olímpico Tóquio 2020 e garantida a renovação do contrato para o Ciclo Olímpico Paris 2024, até ao ano letivo 2024/25.

Gestão

Foram realizadas diversas reuniões e contactos que permitiram implementar o programa de Bolsas de Educação Jogos Santa Casa, com a realização de 5 edições para os anos letivos 2016/17 a 2020/21.



COMITÉ OLÍMPICO
DE PORTUGAL



Ativação

Ativou a sua relação de parceiro Olímpico na sua comunicação institucional e respectivas redes sociais, com apoio dos recursos de fotografias e elementos gráficos relativos às Bolsas de Educação e, no período dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020, com recurso a fotografias e elementos gráficos da Equipa Portugal.



Os Jogos Santa Casa ativaram ainda, através do patrocínio, conjuntamente com a Repsol, a

série de 15 programas de televisão **Equipa Portugal**, produzidos e exibidos pelo canal Eurosport entre abril e julho de 2021, com um total de 380 inserções, bem como a transmissão dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 e o programa **The Cube** com a análise diária das competições e melhores momentos.

CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Responsabilidade Social Educação

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
scml.pt



SAÚDE[®] PRIME
Saúde para todos

A marca Saúde Prime pertence a uma sociedade privada de capitais portugueses que nasceu em 2003 com a missão de "proporcionar aos seus clientes acesso às melhores condições de saúde, vida e bem-estar". O Movimento Equipa Portugal corresponde a uma ideia original da Saúde Prime, que é hoje uma reconhecida marca de Planos de Saúde no nosso país. Esta iniciativa tem a pretensão de sensibilizar a sociedade portuguesa para a relevância do desporto em geral e da promoção da saúde, incentivando a prática desportiva e, naturalmente, propiciando o acesso a cuidados de saúde privada de alta qualidade. Somos Especialistas na área da saúde.

A Saúde Prime fez a sua estreia como parceiro Olímpico no ano de 2016, e continuou a a sua relação de apoio no Ciclo Olímpicos de Tóquio 2020.

Negociação

Foi assegurado desde o ano 2016 até ao final do Ciclo Olímpico Tóquio 2020, o apoio da Saúde Prime através da oferta anual de 435 planos de saúde para o universo de todos os atletas Olímpicos que já representaram Portugal nos Jogos Olímpicos, no âmbito do

programa de Responsabilidade Social na área de saúde do Comité Olímpico de Portugal.

Gestão

Operacionalização da oferta de planos de saúde aos atletas Olímpicos. Num universo de 435 foi possível garantir a oferta a mais de 280.



A partir do ano de 2017 foi possível acordar um apoio adicional da Saúde Prime através da oferta e desenvolvimento de uma plataforma médica de acesso aos médicos da direção clínica do Comité Olímpico de Portugal, das Federações para o registo clínico regular dos atletas da Equipa Portugal.

Ativação

Ativou a sua relação em Portugal com uma campanha e programa denominado Movimento Equipa Portugal, com o objetivo de promoção da prática desportiva junto dos portugueses.



CATEGORIA DE EXCLUSIVIDADE
Responsabilidade Social Saúde

HISTÓRIA DE PARCEIRO OLÍMPICO
Parceiro no Ciclo Olímpico Rio 2016 e Ciclo Olímpico Tóquio 2020

WEBSITE
saudeprime.pt

PROGRAMA PORTUGAL OLÍMPICO

O programa Portugal Olímpico do Comité Olímpico de Portugal tem por objetivo envolver todo o território nacional na promoção dos valores Olímpicos junto das suas populações, com recurso a parcerias com as Autarquias, principal agente local com capacidade de contribuir para os objetivos deste programa. O programa Portugal Olímpico pretende criar uma plataforma permanente de cooperação em iniciativas de promoção de divulgação de campanhas de marca do Comité Olímpico de Portugal, que promovam a participação de Portugal nos Jogos Olímpicos e os valores Olímpicos junto das comunidades locais, com particular incidência na população jovem.

Negociação

Foram iniciadas negociações com vários municípios portugueses em todos os 18 distritos de Portugal Continental e Regiões Autónomas, no sentido de apoiarem uma campanha de marca do Comité Olímpico de Portugal dedicada ao apoio da participação da Equipa Portugal nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020.

A partir de abril de 2020, dadas as restrições impostas pela pandemia por covid-19, optou-se por suspender a realização desta campanha.

CAPÍTULO 6 SUSTENTABILIDADE



CAPÍTULO 6

SUSTENTABILIDADE

Neste capítulo é demonstrada a abordagem do Comité Olímpico de Portugal ao tema da Sustentabilidade através da sua estratégia e ações.




PLANO DE SUSTENTABILIDADE


A estratégia de sustentabilidade do Comité Olímpico de Portugal está alinhada com a Agenda Olímpica 2020 do Comité Olímpico Internacional e com a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas.

Foi criado e aprovado o **Plano de Sustentabilidade** do Comité Olímpico de Portugal com um processo de implementação que se desenrola em três fases:




As áreas de atuação selecionadas são as Infraestruturas, Mobilidade, Gestão de Resíduos, Operações Internas e Colaboradores.

-  **INFRAESTRUTURAS**
Promover a eficiência energética da sede do Comité Olímpico de Portugal
-  **MOBILIDADE**
Reduzir o carbono e usar veículos híbridos
-  **GESTÃO DE RESÍDUOS**
Reduzir a utilização do plásticos e papel



OPERAÇÕES INTERNAS
Transformação digital das operações



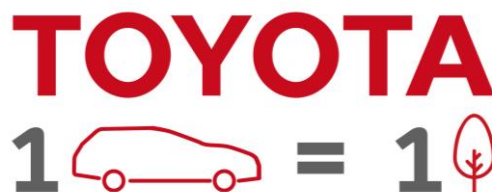
COLABORADORES
Mobilizar o público interno para ações de formação e realização de campanhas

O plano encontra-se em implementação gradual, tendo já sido iniciadas algumas ações, com destaque para a Auditoria Energética e a ação de reflorestação com o Parceiro Olímpico Toyota.

AÇÕES

Reflorestação

Com iniciativa do Parceiro Olímpico Toyota foi realizada a ação **1 Toyota 1 Árvore** celebrando o Dia da Árvore, no dia 21 de março de 2019, onde foram plantadas árvores no concelho de Mação.



Nesta ação participaram colaboradores do Comité Olímpico de Portugal, alunos das escolas locais e os atletas olímpicos Marta Onofre, Yahima Ramirez, Joaquim Videira, Nuno Barreto e Ricardo Pedroso.



Navio Escola Sagres | Casa de Portugal

O NRP Sagres foi constituído **Casa de Portugal** nos Jogos Olímpicos Tóquio 2020, projeto não concretizado na totalidade devido à pandemia por covid-19.

O navio partiu no dia 5 de janeiro de 2020 do Terminal de Cruzeiros de Santa Apolónia, iniciando uma viagem de Circum-Navegação enquadrada nas Comemorações do V Centenário da Circum-Navegação de Fernão Magalhães. Teve, no entanto, de interromper a viagem quando se encontrava na Cidade do Cabo, atracando no mês de maio no Alfeite.

Para além da presença em Tóquio como “Casa de Portugal” durante o período inicial dos Jogos Olímpicos Tóquio 2020, o NRP Sagres tinha também por missão a colaboração em projetos de investigação científica, onde se inclui o estudo da presença de plásticos e microplásticos nos oceanos através da recolha de amostras para análise posterior.

Trajes oficiais

O desenvolvimento dos trajes oficiais da Equipa Portugal revelou uma visão sustentável do processo de desenho e produção pelo Parceiro Olímpico Decenio. A produção foi toda realizada em Portugal e foram utilizados materiais como algodão 100% orgânico e poliéster reciclado em cerca de 30% das peças.

Merchadising

Os produtos têxteis desenvolvidos pelo Parceiro Olímpico Scoop, em exclusivo para a Loja Oficial Equipa Portugal, resultam também de preocupações de sustentabilidade.

Auditoria energética

Foi realizada uma auditoria energética com o objetivo de identificar possíveis ações de melhoria do desempenho energético do edifício

bem como o da Certificação Energética do edifício do Comité Olímpico de Portugal.

Após o trabalho de campo realizado, foi produzido o certificado energético provisório do edifício.

Indicadores de desempenho

- Aquecimento ambiente: 10% mais eficiente que a referência
- Arrefecimento ambiente: 158% menos eficiente que a referência
- Iluminação: 62% menos eficiente que a referência
- Água quente sanitária: 47% menos eficiente que a referência

Classe energética

De acordo com a ponderação dos indicadores de desempenho, foi atribuída a **Classe energética C** ao edifício do Comité Olímpico de Portugal.

Emissões de CO2

São emitidas 21,1 toneladas/ano

Medidas de melhoria

No sentido de melhorar o desempenho energético do edifício foi identificada a necessidade de substituição do sistema de iluminação para a tecnologia LED. Após implementação, o desempenho energético do edifício poderá evoluir para **B-** como Classe Energética.

Foi ainda recomendada a reformulação do sistema de ventilação. Dado que as Unidades de Tratamento de Ar se encontrarem degradadas é sugerida a sua substituição por outras que garantam a introdução de ar novo legal em cada espaço.

Ponto de situação

Encontra-se em processo de consulta e análise a implementação de ações de melhoria.

REFERÊNCIAS



REFERÊNCIAS

A COMISSÃO EXECUTIVA

A Comissão Executiva do Comité Olímpico de Portugal é constituída pelo Presidente, quatro Vice-Presidentes e nove Membros. Todos os elementos são eleitos pela Assembleia Plenária para um período de 4 anos, correspondente ao Ciclo Olímpico. Para além de outras responsabilidades, a Comissão Executiva acompanha e aprova a estratégia de marketing, desenvolvida e proposta pelo Departamento Comercial e Marketing, em cooperação com a Comissão de Marketing e Financiamento.

Presidente

José Manuel Constantino

Vice-Presidentes

Rosa Mota, António Aleixo, Artur Lopes, Vicente Araújo

Secretário-Geral

José Manuel Araújo

Tesoureiro

Joaquim Lopes

Vogais

João Paulo Villas-Boas, Ulisses Pereira, Beatriz Gomes, Jorge Viegas, Carla Ribeiro, Rafael Salgueiro, Pedro Farromba

Presidente da Academia Olímpica de Portugal

Tiago Viegas

Presidente da Comissão de Atletas Olímpicos

João Rodrigues

A COMISSÃO DE MARKETING E FINANCIAMENTO

A Comissão Consultiva de Marketing e Financiamento do Comité Olímpico de Portugal é constituída por um Presidente e nove Membros. É definida para um período de 4 anos, correspondente ao Ciclo Olímpico. Tem

por missão fazer recomendações ao Presidente e à Comissão Executiva em temas relacionados com o Marketing e Financiamento e acompanhar o trabalho desenvolvido pelo Departamento Comercial & Marketing.

Presidente

Nuno Galhardo Leitão

Membros

João Faria, Alcides Gama, Alfredo da Silva, Tiago Craveiro, Ricardo Andorinho, Miguel Frasquilho, António Cunha Vaz, Maria Areosa,

O DEPARTAMENTO COMERCIAL E MARKETING

O Departamento Comercial e Marketing tem por responsabilidade implementar a estratégia de marketing do Comité Olímpico de Portugal e prosseguir os objetivos de marketing definidos. O Departamento Comercial e Marketing faz parte da estrutura orgânica do Comité Olímpico de Portugal, e integra os seguintes colaboradores.

Diretor Comercial e Marketing

Pedro Sequeira Ribeiro

Responsabilidades de Direção e Coordenação geral do departamento, negociações de parceiros Olímpicos, gestão e ativação do programa IOC Marketing e Hospitalidade.

Gestor de Marketing

Pedro Rodrigues

Gestão dos Programas de Marketing de Patrocínios e Licenciamento. Gestão global dos parceiros Olímpicos e Loja Equipa Portugal.

Gestora de Marketing

Sofia Macedo

Gestão de Marca, Gestão dos Programas de Marketing de Responsabilidade Social e Portugal Olímpico. Ativação global dos parceiros Olímpicos e App Equipa Portugal.

Antigos colaboradores no período deste relatório

Natacha Cerdeira, Ana Silva, Tânia Garcia e Martim Portugal Ramôa.



Comité Olímpico de Portugal

Departamento Comercial e Marketing

+351 213 617 260
marketing@comiteolimpicoportugal.pt
www.comiteolimpicoportugal.pt

