



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA



## **OFERTA**

### **PROMOCYJNEGO PAKIETU TARGOWEGO**

#### **Międzynarodowe Targi Turystyczne FITUR 2020**

**Madryt 22-26.01.2020r.**

#### **Organizator polskiego stoiska narodowego**

Polska Organizacja Turystyczna

#### **Powierzchnia polskiego stoiska narodowego**

**121,5 m<sup>2</sup>** (stoisko z 4 stron otwarte, przy głównej alejce pawilonu nr 4, Europa)

#### **Udział w Polskim Stoisku Narodowym (PSN)**

Udział w PSN odbywać się będzie na warunkach określonych w „Zasadach uczestnictwa w polskich stoiskach narodowych na międzynarodowych targach turystycznych i przemysłu spotkań, poza granicami kraju”.

### **PROMOCYJNY PAKIET TARGOWY**

**Targi FITUR** to pierwsze w nadchodzącym roku branżowe, o znaczeniu światowym, spotkanie profesjonalistów z obszaru turystyki oraz największe wydarzenie turystyczne B2C w Hiszpanii. Targi FITUR odbywające się w stolicy kraju, będącej największym rynkiem generującym wyjazdy zagraniczne. W stosunku do edycji w 2019 roku, targi zarejestrowały wzrost liczby odwiedzających branżowych (o 1,8%, do poziomu ponad 142.642 tysięcy) oraz ogółem (253 tysięcy odwiedzających). Tendencja ta powinna utrzymać się w 2020 r. dając nadzieję na zwiększenie liczby spotkań biznesowych, także w przypadku polskiej branży. Fitur i Madryt to także nadal ważny punkt w agendzie przedsiębiorców turystycznych pochodzących z Ameryki Łacińskiej, dla których Półwysep Iberyjski jest naturalnym z punktu widzenia języka, historii i kultury, kanałem dystrybucji produktów turystycznych w Europie.

Polska jest coraz dojrzalszą destynacją cieszącą się zainteresowaniem ze strony hiszpańskich klientów podróżujących poprzez biura podróży, ale także tych, którzy samodzielnie organizują swoje wyjazdy. W tym znaczeniu, nasze wystąpienie na targach Fitur 2020 będzie miało także na celu wzmocnienie rozpoznawalności kraju jako kierunku wyjazdów oraz marek obecnych na polskim stoisku narodowym. Profil odwiedzających zarówno w dni branżowe i w dni otwarte, daje szansę na prezentację tradycyjnych i nowatorskich/innovacyjnych produktów turystycznych w Polsce. Dobra lokalizacja polskiego stoiska narodowego oraz planowane działania uzupełniające i wzbogacające naszą obecność na Fiturze 2020 są w stanie wzmocnić nasz przekaz promocyjny i rozpoznawalność.

W związku z powyższym, w kontekście spotkań biznesowych, udział w targach daje nie tylko możliwość utrzymania dotychczasowych kontaktów, ale także nawiązania nowych. Z punktu widzenia bezpośredniego odbiorcy, utrwala w mentalności i pamięci potencjalnych podróżujących wizerunek Polski jako kraju stabilnego, konsekwentnie promującego się w Hiszpanii i branżę pod uwagę jako kierunek przyszłej/przyszłych podróży.

**1. Działania promocyjne\* związane z uczestnictwem w targach FITUR i obecnością na rynku hiszpańskim, realizowane przez ZOPOT Madryt/ POT Warszawa:**

<b>Działanie</b>	<b>Podmiot odpowiedzialny za realizację zadania</b>	<b>Częstotliwość ukazywania się informacji</b>	<b>Odbiorcy / zasięg</b>
<b>ZAKŁADKA NA STRONIE INTERNETOWEJ</b> <a href="http://www.polonia.travel/es">www.polonia.travel/es</a> dedykowana polskiemu wystąpieniu na targach FITUR 2020	POT Warszawa/ ZOPOT Madryt	8 stycznia – 9 luty 2020	Dane będą dostępne w późniejszym terminie z powodu zmiany szaty graficznej strony
<b>REKLAMA</b> Banner ogłaszający obecność Polski i polskiej branży turystycznej na targach Fitur pod roboczym hasłem – wykorzystaj Fitur i poznaj Twojego partnera w Polsce. Banner podlinkowany do landing page (zakładka Fitur)	ZOPOT Madryt	8 stycznia – 9 luty 2020	Przewidywana liczba impresji 120.000
<b>NEWSLETTER</b> Dedykowany polskiemu wystąpieniu na targach FITUR 2020	ZOPOT Madryt	9 stycznia 2020 16 stycznia 2020	<b>Baza adresowa ZOPOT Madryt:</b> 6.000
<b>KAMPANIA na FB</b> Dwa <b>płatne</b> posty (profilowane z punktu widzenia odbiorcy) dedykowane obecności Polski na targach Fitur	ZOPOT Madryt	9 stycznia 2020 16 stycznia 2020 Daty mogą ulec zmianie	<b>Przewidywany zasięg w wyniku płatnej kampanii – 50.000</b>
<b>KAMPANIA na FB</b> Dwa <b>płatne</b> posty dedykowane obecności Polski na targach Fitur – dla regionów lub/i miast obecnych na Polskim Stoisku Narodowym	ZOPOT Madryt	w miesiącach kwiecień, maj lub czerwiec 2020 lub w terminie jesienno-zimowym dogodnym dla partnera biorącego udział w PSN	<b>Przewidywany zasięg w wyniku płatnej kampanii – 90.000</b>  <b>Wymaga współpracy ze strony partnera z punktu widzenia zawartości merytorycznej i graficznej</b>
<b>REKLAMA</b> , w specjalnym wydaniu El Viajero el Pais, dystrybuowanym w dni publiczności podczas targów.	ZOPOT Madryt	styczeń	350.000 (nakład całkowity)  /Do potwierdzenia/
<b>REKLAMA WYSTAWCÓW – URZĄDZENIA MULTIMEDIALNE</b> Prezentacja oferty wystawców na urządzeniach multimedialnych znajdujących się na terenie polskiego stoiska narodowego (ściana wizyjna).	POT Warszawa	Targi FITUR 22-26.01.2020	Osoby odwiedzające targi FITUR 2019 – 253 tys., w tym 142.642 profesjonalści (wzrost o 1,8% w stosunku do edycji 2018 r.).
<b>PROMOCJA OFERT WYSTAWCÓW</b> ZOPOT Madryt proponuje polskim podwystawcom stoiska oraz ich zagranicznym partnerom (działającym na rynkach hiszpańskojęzycznych) promocje nowych programów do Polski poprzez stronę na profilu FB oraz na stronie internetowej w wersji hiszpańskiej <a href="http://www.polonia.travel">www.polonia.travel</a>	ZOPOT Madryt	Działanie możliwe przy współpracy ze strony wymienionych obok podmiotów	
<b>IMPREZA PROMOCYJNA NA STOISKU</b> Skierowana do publiczności odwiedzającej targi	ZOPOT Madryt	25 stycznia i/lub 26 stycznia 2020	

\*Proponowane działania mogą ulec nieznacznym zmianom.

**2. Udostępnienie stoiska branżowego lub regionalnego na Polskim Stoisku Narodowym w tym:**

- rezerwację powierzchni wystawienniczej u organizatora targów,
- wykonania jednolitej zabudowy i wystroju stoisk (zgodnie z projektem PSN),
- wykonania podłączeń technicznych na terenie PSN (elektryczność, woda),
- montażu i demontażu PSN,
- przygotowania powierzchni wspólnej celem organizacji magazynku, ciągów komunikacyjnych itp.,
- rejestracja Wystawcy u organizatora targów,
- zapewnienia 1 szt. Wejściówki na tereny targowe. Koszt zakupu dodatkowych wejściówek jest płatny i nie jest objęty przedmiotem umowy,
- codzienne sprzątnięcie stoiska,
- transportu materiałów promocyjnych Wystawcy na PSN wg. limitów przyznanych w ofercie.

**KOSZT PROMOCYJNEGO PAKIETU TARGOWEGO**

Wystawca	Możliwa wielkość współfinansowania	Szacunkowy koszt brutto* pakietu z uwzględnieniem dofinansowania
Branża turystyczna – 4m <sup>2</sup>	0%	10 810 zł.
Lokalne Organizacje Turystyczne – 4m <sup>2</sup>	0%	10 810 zł.
	15%	9 265 zł.
Regionalne Organizacje Turystyczne – 10m <sup>2</sup>	0%	27 024 zł.
	30%	19 303 zł.
	35%	18 016 zł.

*W przypadku zakupu wielokrotności stoisk zakres pakietu będzie ustalany indywidualnie.*

Wystawca - Wielkość stoiska	Udostępnienie stoiska regionalnego/stoiska branżowego na Polskim Stoisku Narodowym
<p>Rezerwacja powierzchni, jednolita zabudowa i wystrój stoisk (zgodnie z projektem POT), podłączenia techniczne na stoisku narodowym (elektryczność, woda), montaż i demontaż stoiska.</p> <p><u>Dodatkowymi kosztami są:</u> Koszt zakupu dodatkowych kart wstępu na targi (wejściówek) jest płatny i nie został ujęty w podanej w ofercie.</p>	
Stoisko branżowe 4 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 lada, hoker, ekspozycja 1 logo,</li> <li>• miejsce do rozmów handlowych w części ogólnej.</li> <li>• transport materiałów promocyjnych (70kg),</li> <li>• Karta wstępu na targi (wejściówka) – 1 szt.</li> </ul>
Stoisko dla LOT/jst 4 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 lada, hoker, ekspozycja 1 logo,</li> <li>• miejsce do rozmów handlowych w części ogólnej.</li> <li>• transport materiałów promocyjnych (70kg),</li> <li>• Karta wstępu na targi (wejściówka) – 1 szt.</li> </ul>
Stoisko dla ROT 10 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 lada, 2 hokery, ekspozycja logo,</li> <li>• miejsce do prowadzenia rozmów handlowych w części ogólnej,</li> <li>• Karta wstępu na targi (wejściówka) – 2 szt.</li> <li>• transport materiałów promocyjnych (150kg),</li> </ul>

**Tabela pokazująca zasady wg. których przyznane zostanie dofinansowanie dla ROT I LOT**

Przedmiot dofinansowania		Procentowa wielkość dofinansowania dla ROT	Procentowa wielkość dofinansowania dla LOT
<b>Produkt</b> (wg. tabeli priorytetowe rynki emisyjne dla poszczególnych regionów Polski, Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 )	<b>priorytetowa aktywność</b> Regiony: Mazowsze, Wielkopolskie, Małopolska, Zachodniopomorskie, Podkarpackie, Lubelskie, Pomorskie.	<b>10%</b>	<b>0%</b>
	<b>podstawowa aktywność</b> Regiony: Warmińsko – Mazurskie, Opolskie, Lubuskie, Świętokrzyskie, Podlaskie, Łódzkie, Kujawsko – Pomorskie, Dolnośląskie, Śląskie.	<b>5%</b>	<b>0%</b>
<b>Katalog produktowy</b> (zgodnie z Marketingową Strategią Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020)		<b>20%</b>	<b>10%</b>
<b>Rynek uzupełniający ze strategii</b>		<b>5%</b>	<b>5%</b>
<b>Razem max. dofinansowanie</b>		<b>35%</b>	<b>15%</b>

**UWAGA:**

1. Maksymalna wielkość dofinansowania przyznawana będzie w momencie spełnienia przez ROT wszystkich kryteriów łącznie.
2. Wielkość dofinansowania za produkt nie łączy się. W przypadku wskazania aktywności priorytetowej i podstawowej przy ustalaniu wielkości dofinansowania brana jest pod uwagę wyłącznie aktywność priorytetowa.
3. Brak dofinansowania w kategorii produktu automatycznie skutkuje brakiem dofinansowania pozostałych kategorii.
4. Warunkiem otrzymania dofinansowania POT jest dostarczenie do POT katalogu produktowego.
5. Katalog/manual produktowy musi zawierać część opisową (ogólne informacje o regionie, prezentacja produktów turystycznych) i praktyczną (usługi turystyczne, transport, zakwaterowanie, przykłady podróży po regionie, ważne informacje przy organizacji podróży, telefony, strony internetowe i wykaz podmiotów organizujących tego typu usługi). Katalog/manual winien być opracowany wspólnie z lokalnymi organizacjami turystycznymi oraz lokalną branżą turystyczną. Aktualność katalogu/manuala: dwa okresy kalendarzowe. Wersje językowe: język danego rynku lub język powszechnie używany na danym rynku w przypadku języków innych niż niemiecki, angielski, hiszpański, rosyjski. Warunkiem otrzymania dofinansowania POT jest okazanie wydrukowanego egzemplarza katalogu.
6. W przypadku zgłoszenia LOT warunkiem współfinansowania będzie okazanie własnego katalogu produktowego lub katalogu produktowego regionu, w którym znajduje się oferta LOT.

**Wystawcy przyjmowani będą według kolejności zgłoszeń, aż do wyczerpania miejsc na stoisku narodowym. POT nie przewiduje zwiększenia powierzchni wystawienniczej.**

**Termin zgłoszenia udziału w polskim stoisku narodowym organizowanym przez POT na targach FITUR'2020**

**15 listopada 2019r.**

**Informacje dodatkowe**

Dodatkowych informacji na temat uczestnictwa w Polskim Stoisku Narodowym udziela:

Marzena Sarzyniak

tel. +48 22 536 70 47

e-mail: [marzena.sarzyniak@pot.gov.pl](mailto:marzena.sarzyniak@pot.gov.pl)

**PODCZAS TARGÓW FITUR 2020  
ODBĘDA SIĘ DWA SPOTKANIA BRANŻOWE**

- **PROGRAM B2B HOSTED BUYERS**

Zainteresowanych udziałem w programie B2B dla Hosted Buyers prosimy o PILNE zgłoszenie uczestnictwa i informacje mailową oraz kontakt mailowy z organizatorami, bezpośrednio z działem odpowiedzialnym za warsztat: [fiturb2b@ifema.es](mailto:fiturb2b@ifema.es)

**U W A G A!!**

**JEST TO OFERTA WYŁACZNIE DLA WYSTAWCÓW PSN.**

**Organizatorzy będą potwierdzali status Wystawcy.**

- **Second edition Fitur MICE – IFEMA, Madrid | January 21<sup>st</sup>/23<sup>rd</sup>, 2020**

Szczegóły oferty są dostępne na ich stronie <https://www.ifema.es/en/fitur/fitur-mice>

Deadline na rejestrację do **30 listopada br.**

**Ważne: sprzedawcy, czyli wszyscy DMCs, muszą wykupić przestrzeń, € 3,492 + VAT (cena ze zniżką, dla tych którzy mają główne stoisko na targach). Opłaty nie pobiera się od Hosted Buyers.**