



**ZASADY UCZESTNICTWA W POLSKICH STOISKACH NARODOWYCH  
ORGANIZOWANYCH NA MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH  
TURYSTYCZNYCH I PRZEMYSŁU SPOTKAŃ  
Aktualizacja z dnia 04.04.2018 r obowiązująca od 05.04.2018 roku**

**POSTANOWIENIA OGÓLNE**

- I. Niniejsze zasady zostały opracowane w oparciu o **Marketingową Strategię Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020**, ze szczególnym uwzględnieniem *priorytetowych rynków i produktów*. Zasady mają na celu usystematyzowanie wszelkich działań związanych z udziałem wystawców polskiego stoiska narodowego (PSN) w zagranicznych targach, w tym poszerzenie oferty udziału w PSN o dodatkowe działania promocyjne tzw. *promocyjne pakiety targowe*. Działania wchodzące w skład pakietów będą stanowiły wzmocnienie obecności Polski na danym rynku i w wybranej imprezie targowej.
- II. Zasady regulują sposób zgłaszania się, zasady uczestnictwa oraz współfinansowania udziału.
- III. Podstawowym wyznacznikiem wielkości współfinansowania jest produkt i rynek. Oznacza to, że kwota za współfinansowanie stoisk dla ROT i LOT ulegać będzie zmianie w zależności od:
  - a) zgodności produktu do rynku, na którym odbywa się dana impreza targowa<sup>1</sup>
  - b) posiadania przez ROT lub LOT katalogu/manuala produktowego<sup>2</sup>
  - c) określonych w Strategii rynków<sup>3</sup>, przy czym co dwa lata gradacja rynków może ulegać zmianie w wyniku aktualizacji Strategii w zależności od sytuacji rynkowej i ewolucji popytu.Niniejsze zasady mają na celu: zróżnicować współfinansowanie w zależności od produktu i rynku, docelowo upowszechniać promocję produktową, ujednoczyć w miarę możliwości wystrój i funkcjonalność PSN.
- IV. Jednostkami, które organizują PSN według niniejszych zasad są: Polska Organizacja Turystyczna (POT) z siedzibą w Warszawie wraz z Zagranicznymi Ośrodkami Polskiej Organizacji Turystycznej (ZOPOT-y) , zwanymi w dalszej części dokumentu „organizatorami stoisk”.
- V. W przypadku stoisk narodowych, których współorganizatorami są placówki dyplomatyczne, zagraniczne placówki instytucji rządowych (Ambasady, Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji, Instytuty Polskie) oraz inne Narodowe Organizacje Turystyczne niniejsze zasady nie mają zastosowania. W tych przypadkach warunki uczestnictwa określone są odrębnie.

<sup>1</sup> Zgodnie z tabelą „Priorytetowe rynki emisyjne dla poszczególnych regionów Polski”, Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012 – 2020 , str. 190-206

<sup>2</sup> Opis katalogu/manuala produktowego znajduje się w załączniku nr 4

<sup>3</sup> Rynki priorytetowe i uzupełniające określa załącznik nr 2 do niniejszych zasad



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

VI. Wystawcami PSN mogą być podmioty z sektora finansów publicznych, podmioty z sektora prywatnego oraz organizacje pozarządowe działające na rzecz rozwoju turystyki przyjazdowej, a w szczególności:

***W targach turystycznych:***

1. Regionalne Organizacje Turystyczne (ROT) **część A** niniejszych Zasad.
2. Lokalne Organizacje Turystyczne (LOT) oraz jednostki samorządu terytorialnego - **część B** niniejszych Zasad.
3. Branża turystyczna w postaci biur podróży, obiektów noclegowych, uzdrowisk, przewoźników, zarządzanych atrakcji turystycznych, samorządu gospodarczego, stowarzyszeń i organizacji branżowych, pól golfowych, wydawnictw i portali turystycznych działających w obszarze promocji turystyki przyjazdowej do Polski oraz innych jednostek związanych z organizacją i obsługą turystyki przyjazdowej - **część C** niniejszych Zasad.

***W targach przemysłu spotkań:***

1. Branża przemysłu spotkań w postaci miejskich biur kongresów, centrów wystawienniczych, obiektów hotelowo-konferencyjnych, rekomendowanych przez POT profesjonalnych organizatorów kongresów i podróży motywacyjnych (regulamin znajduje się na stronie: [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl), w grupie Poland Convention Bureau, kategoria: wykaz organizatorów PCO's) oraz innych jednostek zajmujących się obsługą turystyki biznesowej - **część D** niniejszych zasad



## Część A: REGIONALNE ORGANIZACJE TURYSTYCZNE ( ROT)

### 1. Zasady udostępnienia powierzchni wystawienniczej wraz z zabudową.

- 1.1. ROT jest głównym partnerem POT w promocji Polski i jest podstawową jednostką do ubiegania się o udział w prezentacji swojego regionu w ramach polskiego stoiska narodowego.
- 1.2. Powierzchnia PSN wraz z zabudową na poszczególnych targach udostępniane jest ROT w postaci stoisk regionalnych o wielkości:
  - 1.2.1. Imprezy targowe:
    - a) PSN o powierzchni 37-99m<sup>2</sup> – stoisko do 8m<sup>2</sup>
    - b) PSN o powierzchni powyżej 100m<sup>2</sup> – stoisko do 10m<sup>2</sup> i wielokrotność
    - c) PSN o powierzchni do 36m<sup>2</sup> –dostęp do lady,
  - 1.2.2. W przypadku organizacji **tematycznych wysp produktowych** ROT ma prawo do występowania o kilka stoisk regionalnych na różnych wyspach.
  - 1.2.3. Przez zabudowę stoiska regionalnego na PSN wymienionych w pkt. 1.2.1., lit.a rozumie się: 1 duża lada, 2 stołki barowe, stół do prowadzenia rozmów handlowych w części ogólnej, 2 krzesła, ekspozycja logo<sup>4</sup>;
  - 1.2.4. Polskie Stoisko Narodowe posiadać będzie tzw grafikę ogólną z możliwością wykorzystania zdjęć wystawców.
- 1.3. W przypadku PSN do 36m<sup>2</sup> informacja o wyposażeniu stoiska zostanie określona w ofercie udziału w danej imprezie targowej. Ostateczne wyposażenie stoiska wystawcy będzie ustalane w drodze konsultacji.
- 1.4. Branża turystyczna - członkowie ROT mają prawo do udziału w stoisku regionalnym poprzez prezentację własnych materiałów i katalogów z możliwością umieszczenia nazwy firmy na elemencie PSN wskazanym przez organizatora, przy czym liczba firm / branży turystycznej/ nie może przekroczyć 2 na jedną ladę. Branża turystyczna niebędąca członkiem ROT ma prawo do udziału w stoisku regionalnym poprzez prezentację własnych materiałów i katalogów, ale bez możliwości posiadania indywidualnej wizualizacji w postaci logo, znaku i nazwy na elementach PSN i osobistego udziału w PSN.
- 1.5. Powierzchnia wspólna PSN (zaplecze kuchenne, magazynowe, szatnia, miejsca do rozmów) wykorzystywana jest przez wszystkich wystawców PSN i jego organizatora. Koszty powierzchni wspólnej ponoszone są przez wszystkich uczestników PSN.
- 1.6. Ustala się maksymalną liczbę osób obsługujących stoisko ROT na poziomie 3 na stoisko 8 i 10-metrowe., których udział na PSN (korzystanie ze wszystkich funkcji PSN takich jak: zaplecze kuchenne oraz napoje i przekąski, magazyn, powierzchnia wspólna oraz podłączenia mediów – woda, prąd) jest nieodpłatny. W przypadku, gdy ROT zgłosi chęć obsługi swojego stoiska przez większą liczbę na odpowiednim formularzu, POT obciąży ROT opłatą zryczałtowaną za każdą dodatkową osobę w kwocie **350 zł brutto**, na którą składa się odpowiednio koszt cateringu i wykorzystanie powierzchni wspólnej PSN. Nie dopuszcza się przebywania na stoisku ROT ilości osób przewyższających powyższe limity i niezgłoszonych uprzednio przez

<sup>4</sup> Na elemencie z grafiką ogólną dopuszczalne jest umieszczenie nazwy regionu lub miasta oraz logotypu „marki” regionu”



ROT. Nieprzestrzeganie powyższej zasady może skutkować karą finansową do wysokości kosztu udostępnianego stoiska regionalnego..

## 2. Warunki współfinansowania udziału ROT:

Na kwotę współfinansowania stoisk ROT składać się będą następujące elementy:

- a) *zgodność produktu do rynku*, na którym odbywa się dana impreza targowa<sup>5</sup> w zestawieniu z produktami priorytetowymi obowiązującymi na danym rynku<sup>6</sup> przy czym :
  - *priorytetowa aktywność regionu* \*\* - współfinansowanie na poziomie 10%
  - *podstawowa aktywność regionu* \* - współfinansowanie na poziomie 5%
- b) posiadanie przez ROT *katalogu/manuala produktowego*<sup>7</sup> – współfinansowanie na poziomie 20%
- c) *określonych w Strategii rynków priorytetowych i uzupełniających*<sup>8</sup>
  - rynek priorytetowy – 10%
  - rynek uzupełniający – 5%

Wielkość współfinansowania będzie sumą pozycji a, b, c . Szczegółowe składowe współfinansowania opisane są w załączniku nr 3.

- 2.2. Powyższa zasada nie ma zastosowania w przypadku dostępu do lady, gdzie współfinansowanie nie obowiązuje, a jego koszt ustalany jest każdorazowo odrębnie.
- 2.3. Szczegółową listę imprez targowych na dany rok określa załącznik nr 1.

---

<sup>5</sup> Zgodnie z tabelą „Priorytetowe rynki emisyjne dla poszczególnych regionów Polski”, Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012 – 2020 , str. 190-206

<sup>6</sup> Zgodnie z Analizą Rynków , Strategia Marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012 – 2020, str. 105 – 181;

<sup>7</sup> Opis katalogu/manuala produktowego znajduje się w załączniku nr 4

<sup>8</sup> Rynki priorytetowe i uzupełniające określa załącznik nr 2 do niniejszych zasad



## **CZĘŚĆ B: Lokalne Organizacje Turystyczne ( LOT) oraz jednostki samorządu terytorialnego**

### **1. Zasady udostępnienia powierzchni wystawienniczej wraz z zabudową.**

- 1.1. LOT, urzędy marszałkowskie, urzędy miast zainteresowane uczestnictwem w PSN występują obligatoryjnie o udział do ROT.
- 1.2. Jedynie w przypadku, kiedy ROT nie bierze udziału w danej imprezie targowej, podmioty wymienione w pkt. 1.1 mogą zgłaszać się bezpośrednio do organizatora stoiska. Inne jednostki samorządu terytorialnego niż wymienione w pkt. 1.1. mogą wystąpić o udział bezpośrednio do organizatora stoiska po uzyskaniu rekomendacji właściwego ROT.
- 1.3. Powierzchnia PSN na poszczególnych imprezach targowych, podmiotom wymienionym w punkcie 1.1. niniejszej części, udostępniana jest w postaci stoisk dla LOT:
  - a) PSN o powierzchni powyżej 36 m<sup>2</sup> – stoisko do 4m<sup>2</sup>
  - b) PSN o powierzchni do 36m<sup>2</sup> – dostęp do lady.
- 1.4. Przez zabudowę stoiska rozumie się: 1 lada, stołek barowy, stolik do rozmów handlowych w części ogólnej, 2 krzesła, ekspozycja logo na elemencie PSN wskazanym przez organizatora.
- 1.5. Na elemencie z grafiką ogólną dopuszczalne jest umieszczenie logotypu „marki” wykorzystywanej w promocji
- 1.6. W przypadku PSN o powierzchni do 36m<sup>2</sup> informacja o wyposażeniu stoiska zostanie określona w ofercie udziału w danej imprezie targowej. Ostateczne wyposażenie stoiska wystawcy będzie ustalane w drodze konsultacji.
- 1.7. Stoisko dla LOT jest niepodzielne i stanowi jedną całość służącą prezentacji zgłoszonego podmiotu.
- 1.8. Powierzchnia wspólna PSN (zaplecze kuchenne, magazynowe, szatnia, miejsca do rozmów) wykorzystywana jest przez wszystkich wystawców PSN i jego organizatora. Koszty powierzchni wspólnej ponoszone są przez wszystkich uczestników PSN.
- 1.9. Ustala się maksymalną liczbę osób obsługujących stoisko LOT na poziomie 2, których udział na PSN (korzystanie ze wszystkich funkcji PSN takich jak: zaplecze kuchenne oraz napoje i przekąski, szatnia, magazyn, powierzchnia wspólna oraz podłączenia mediów) jest nieodpłatny. W przypadku, gdy LOT lub jednostka wymieniona w pkt.1.1. zgłosi chęć obsługi swojego stoiska przez większą liczbę osób, poprzez wypełnienie odpowiedniego formularza, POT obciąży LOT lub jednostkę wymienioną w pkt.1.1.opłatą zryczałtowaną za każdą dodatkową osobę w kwocie **350 zł brutto**, na którą składa się odpowiednio koszt cateringu i wykorzystanie powierzchni wspólnej PSN. Nie dopuszcza się przebywania na stoisku LOT ilości osób przewyższających powyższe limity i niezgłoszonych uprzednio przez LOT. Nieprzestrzeganie powyższej zasady może skutkować karą finansową do wysokości kosztu udostępnianego stoiska.



## 2. Warunki współfinansowania udziału LOT oraz jednostek samorządu terytorialnego:

- 2.1. Na kwotę współfinansowania stoisk LOT składać się będą następujące elementy:
- a) posiadanie przez LOT *katalogu/manuala produktowego*<sup>9</sup> lub prezentacja oferty LOT w katalogu ROT<sup>10</sup> – współfinansowanie na poziomie 10%
  - b) określonych w Strategii rynków priorytetowych i uzupełniających<sup>11</sup>
    - rynek priorytetowy – 10%
    - rynek uzupełniający – 5%
- Wielkość współfinansowania będzie sumą pozycji a i b . Szczegółowe składowe współfinansowania opisane są w załączniku nr 4
- 2.2 Powyższa zasada nie ma zastosowania w przypadku dostępu do lady, gdzie współfinansowanie nie obowiązuje, a jego koszt ustalany jest każdorazowo odrębnie.
- 2.3 Szczegółową listę imprez targowych na dany rok określa załącznik nr 1

---

<sup>9</sup> Opis katalogu/manuala produktowego znajduje się w załączniku nr 4

<sup>10</sup> ROT – z terenu działania LOT

<sup>11</sup> Rynki priorytetowe i uzupełniające określa załącznik nr 2 do niniejszych zasad



## CZĘŚĆ C: Branża turystyczna

### 1. Zasady udostępniania powierzchni wystawienniczej wraz z zabudową.

- 1.1. Polscy przedsiębiorcy tj. biura podróży, obiekty noclegowe, uzdrowiska, przewoźnicy, zarządzane atrakcje turystyczne, samorząd gospodarczy, stowarzyszenia i organizacje branżowe, pola golfowe, wydawnictwa i portale turystyczne działające w obszarze promocji turystyki przyjazdowej do Polski oraz inne jednostki związane z organizacją i obsługą turystyki przyjazdowej o przydział powierzchni wystawienniczej występują bezpośrednio do organizatora stoiska.
- 1.2. Dopuszcza się udział podmiotów zagranicznych w PSN po uprzednim uzyskaniu akceptacji Prezesa POT.
- 1.3. Powierzchnia PSN, podmiotom wymienionym w punkcie 1.1. i 1.2. niniejszej części, udostępniana jest odpłatnie w postaci stoisk branżowych jn:
  - a) PSN o powierzchni 37-99m<sup>2</sup> – stoisko do 2m<sup>2</sup> i jego wielokrotność;
  - b) PSN o powierzchni 100m<sup>2</sup> i powyżej – stoisko do 4m<sup>2</sup> i jego wielokrotność;
  - c) PSN o powierzchni do 36m<sup>2</sup> – dostęp do lady.
- 1.4. Stoisko branżowe jest niepodzielne i stanowi jedną całość służąc prezentacji zgłoszonego podmiotu.
- 1.5. Przez zabudowę stoiska branżowego rozumie się: 1 lada, stółek barowy, ekspozycja logo na elemencie PSN wskazanym przez organizatora, stolik do rozmów handlowych w części ogólnej stoiska.
- 1.6. W przypadku PSN o powierzchni do 36m<sup>2</sup> informacja o wyposażeniu stoiska zostanie określona w ofercie udziału w danej imprezie targowej. Ostateczne wyposażenie stoiska wystawcy będzie ustalane w drodze konsultacji.
- 1.7. Organizator dopuszcza możliwość organizacji „strefy biznesowej – stolikowej”, w obrębie PSN wg odrębnych zasad określonych w ofercie udziału.
- 1.8. Powierzchnia wspólna PSN (zaplecze kuchenne, magazynowe, szatnia, miejsca do rozmów) wykorzystywana jest przez wszystkich wystawców PSN i jego organizatora. Koszty powierzchni wspólnej ponoszone są przez wszystkich uczestników PSN.
- 1.9. Ustala się maksymalną liczbę osób obsługujących stoisko podmiotów wymienionych w pkt. 1.1. na poziomie 2, których koszt udziału na PSN (korzystanie ze wszystkich funkcji PSN takich jak: zaplecze kuchenne oraz napoje i przekąski, szatnia, magazyn, powierzchnia wspólna oraz podłączenia mediów) jest udostępniany nieodpłatnie. W przypadku, gdy podmiot wymieniony w pkt. 1.1. zgłosi chęć obsługi swojego stoiska przez większą liczbę osób na odpowiednim formularzu, POT obciąży podmiot wymieniony w pkt. 1.1. opłatą zryczałtowaną za każdą dodatkową osobę w kwocie **350zł brutto**, na którą składa się odpowiednio koszt cateringu i wykorzystanie powierzchni wspólnej PSN
- 1.10. Udostępnienie powierzchni wystawienniczej wraz z zabudową podmiotom wymienionym w części C pkt 1.1. odbywa się na zasadach pełnego pokrycia kosztów. zgodnie z ofertą każdorazowo ogłaszaną na stronach internetowych [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl) lub w oparciu o zapisy porozumienia o wspólnych działaniach promocyjnych, które realizowane są w oparciu o odrębne przepisy .





## Część D: Targi przemysłu spotkań

### 1. Zasady udostępniania powierzchni wystawienniczej wraz z zabudową.

- 1.1. Wszystkie podmioty zajmujące się turystyką biznesową w tym Miejskie Biura Kongresów, centra wystawiennicze, obiekty hotelowo-konferencyjne, rekomendowane przez Poland Convention Bureau profesjonalni organizatorzy kongresów i podróży motywacyjnych oraz inne jednostki zajmujące się obsługą turystyki biznesowej wnioskuje o udział w imprezie bezpośrednio do organizatora stoiska.
- 1.2. Na targach przemysłu spotkań wszystkie stoiska mają charakter handlowo-promocyjny.
- 1.3. Powierzchnia PSN, podmiotom wymienionym w punkcie 1.1. niniejszej części, udostępniana jest odpłatnie w postaci stoisk branżowych.
- 1.4. Stoisko branżowe jest niepodzielne i stanowi jedną całość służąc prezentacji zgłoszonego podmiotu/miasta. Przez zabudowę stoiska rozumie się: 1 lada, 2 stołki barowe, ekspozycja logo na ladzie lub w przypadku dużej ilości zgłoszeń: stolik do rozmów wraz z krzesłami i ekspozycja logotypu na specjalnie przygotowanej tabliczce ustawionej na stoliku.
  - a) W przypadku PSN o powierzchni do 36m<sup>2</sup> informacja o wyposażeniu stoiska zostanie określona w ofercie udziału w danej imprezie targowej. Ostateczne wyposażenie stoiska wystawcy będzie ustalane w drodze konsultacji.
  - b) Organizator dopuszcza możliwość organizacji „strefy biznesowej – stolikowej„ w obrębie PSN wg odrębnych zasad określonych w ofercie udziału.
- 1.5. Powierzchnia wspólna PSN (zaplecze kuchenne, magazynowe, szatnia, miejsca do rozmów) wykorzystywana jest przez wszystkich wystawców PSN i jego organizatora.
- 1.6. W przypadku dużej ilości zgłoszeń na daną imprezę targową organizator PSN zastrzega sobie prawo limitowania powierzchni wystawienniczej dla poszczególnych zainteresowanych, zgłoszenia będą przyjmowane według kolejności do momentu wyczerpania miejsc.





## Zasady zgłaszania i udziału w PSN.

1. Informacje o organizowanych PSN zawierające charakterystykę targów, ofertę i zgłoszenie udziału–umowa, znajdują się na stronie internetowej POT [www.pot.gov.pl/działalność/targi](http://www.pot.gov.pl/działalność/targi) i wystawy. POT będzie okresowo informował na swojej stronie internetowej, a także za pośrednictwem wysyłki mailowej, o stanie działań podejmowanych w zakresie organizacji PSN. Każdorazowo oferta udziału w PSN zawierać będzie informację o promocyjnych pakietach targowych realizowanych w ramach danej imprezy targowej.
2. W przypadku PSN organizowanych na targach turystycznych pakiety będą stanowić nieodłączny element oferty udziału w PSN. Pakiety oferowane w ramach targów przemysłu spotkań będą fakultatywne.
3. ROT i LOT, w pierwszej kolejności, aplikują o udział i współfinansowanie udziału w PSN, przesyłając zgłoszenie wstępne wraz z jednym egzemplarzem katalogu / manuala produktowego (wersja drukowana i elektroniczna) zgodnie z opisem w załączniku nr 4. POT, na podstawie niniejszych zasad oraz nadesłanych dokumentów określa wielkość współfinansowania udziału ROT i LOT, i przygotowuje zgłoszenie udziału – umowa dla konkretnego podwystawcy ROT lub LOT. Zgłoszenia udziału – umowy z ROT lub LOT, w miarę możliwości będą podpisywane na cały rok. W przypadku braku takiej możliwości dopuszcza się podpisywanie zgłoszeń udziału – umów każdorazowo przed imprezami targowymi, w terminach określonych w dokumentach. POT może odmówić przyznania współfinansowania za posiadanie katalogu/manuala w przypadku gdy nie odpowiada on merytorycznie wystąpieniu na danym rynku lub gdy zawiera rażące błędy językowe.
4. Branża turystyczna dokonuje zgłoszenia do udziału w PSN bezpośrednio na formularzu zgłoszenia udziału – umowy.
5. Zgłoszenie udziału – umowa jest podpisywane w dwóch egzemplarzach. Na podstawie otrzymanego i podpisanego zgłoszenia udziału – umowy, POT ma prawo obciążyć wystawcę kosztami udziału wg zasad określonych w zasadach uczestnictwa.
6. Termin podany w zgłoszeniu udziału oznacza datę, do kiedy zgłoszenie musi wpłynąć do organizatora.
7. ROT zobligowane są do zgłoszenia wszystkich uczestników stoiska regionalnego, we wskazanym przez organizatora stoiska terminie. Wszelkie zgłoszenia przekazane po terminie zostaną rozpatrzone indywidualnie przez organizatora w zależności od wolnej powierzchni wystawienniczej.
8. Organizator stoiska zastrzega sobie prawo do korekty wielkości powierzchni poszczególnych stoisk jeśli układ całego stoiska lub liczba wystawców będzie tego wymagała po wcześniejszych konsultacjach z wystawcami.



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

9. Podziału powierzchni PSN dokonuje organizator stoiska, kierując się przede wszystkim zapisami „Marketingowej Strategii polski w sektorze turystyki na lata 2012 - 2020” warunkami techniczno – projektowymi PSN, logicznym rozlokowaniem stoisk (wg regionów lub produktowo) oraz wielkością zamawianych modułów. Projekt podziału powierzchni zostanie przesłany do wszystkich wystawców w terminie umożliwiającym zapoznanie się z nim i zgłoszenie ewentualnych uwag. Wszelkie zmiany w zaproponowanym podziale będą rozpatrywane przez organizatora stoiska w trybie indywidualnym i realizowane w miarę możliwości.
10. Projektant stoiska wykona projekt podstawowy z podziałem na poszczególnych wystawców, a także projekt indywidualny stoiska wystawcy przedstawiający lokalizację jego stoiska, metraż, rozstawienie sprzętu i innych elementów, wizualizację grafiki i napisów w przypadku stoisk powyżej 30m<sup>2</sup> oraz stoisk na targach przemysłu spotkań.
11. Projekt indywidualny musi uzyskać pisemną akceptację wystawcy we wskazanym przez organizatora stoiska terminie.
12. Po uzyskaniu akceptacji wystawcy wszelkie zmiany w projekcie indywidualnym możliwe będą jedynie po uzyskaniu zgody organizatora stoiska.
13. Zabudowa PSN jest realizowana przez organizatora stoiska według przyjętego przez niego projektu.
14. Wykonywanie zabudowy własnej, a także umieszczanie na stoiskach elementów wystroju nieprzewidzianych w koncepcji plastycznej polskiego stoiska narodowego, /np. napisy, plakaty, kalendarze, zdjęcia, banery, roll-up itd./ nie jest możliwe.
15. Zamówienia na powierzchnię wystawienniczą wraz z zabudową przyjmowane są tylko od wystawców, którzy terminowo regulują płatności za udział we wcześniejszych targach.
16. Płatności za udział w imprezie precyzuje dokument zgłoszenie udziału-umowa.



## Zasady funkcjonowania stoisk

1. Organizator PSN zapewnia, że stoiska poszczególnych wystawców zostaną wykonane zgodnie z wcześniej zaakceptowanym projektem.
2. Stoiska są odbierane przez wystawców na podstawie protokołu zdawczo-odbiorczego w przeddzień otwarcia imprezy targowej. W tym dniu przyjmowane są uwagi dotyczące niezgodności wystroju stoiska z wcześniej zaakceptowanym projektem.
3. Odbiór stoiska może nastąpić w dniu otwarcia targów, lecz nie później niż w czasie poprzedzającym otwarcie imprezy, jednak w takim przypadku uwagi dotyczące wystroju nie będą uwzględnione, jako niezgodność z projektem.
4. Wszyscy wystawcy są zobowiązani do obsługi własnego stoiska przez cały okres trwania targów, a także zapewnienia profesjonalnej, merytorycznej i rzeczowej obsługi. Pozostawienie stoiska bez obsługi przez Wystawcę może spowodować cofnięcie współfinansowania POT w danej imprezie targowej.
5. Obsługa stoiska winna władać biegle językiem kraju obowiązującym lub powszechnie znanym w danym kraju, w którym odbywa się dana impreza targowa oraz minimum językiem angielskim.
6. Obsługa stoiska winna cechować się także głęboką wiedzą merytoryczną, wysoką kulturą osobistą i schludnym ubraniem.
7. Na stoiskach mogą być rozpowszechniane aktualne materiały promocyjne dobrane do charakteru imprezy targowej i rynku, na którym odbywa się ta impreza (zgodnie z zapisami „Marketingowej Strategii polski w sektorze turystyki na lata 2012 - 2020„, wyszczególnionymi w załączniku nr 1 do niniejszych zasad).
8. Wystawcy są odpowiedzialni za zapewnienie wysokiego poziomu dystrybuowanych materiałów promocyjnych prezentowanych na własnych stoiskach.
9. Podmiotowi nieposiadającemu własnego stoiska (dotyczy także stoisk regionalnych) nie przysługuje prawo odbywania rozmów handlowych, a także prezentowania własnej oferty na stoisku.
10. W przypadku stoisk regionalnych za ich uczestników i prezentowane materiały promocyjne odpowiada ROT.
11. Na ładach informacyjnych polskich stoisk narodowych prezentowane i dystrybuowane są materiały POT oraz materiały regionalne współfinansowane przez POT. Inne materiały oraz specjalne wydania targowe magazynów i gazet turystyczno – gospodarczych mogą być eksponowane na głównej ładzie informacyjnej polskiego stoiska narodowego, na podstawie indywidualnej decyzji organizatora stoiska. Treść i szata graficzna tych wydawnictw musi uzyskać wcześniej akceptację organizatora stoiska.



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

12. Niedopuszczalne jest prowadzenie wszelkich akcji promocyjnych i agitacji potencjalnych kontrahentów w miejscach innych niż własne stoiska lub miejsca do tego wyznaczone.
13. Dodatkowe animacje kulturalno – rozrywkowe, takie jak: występy folklorystyczne, prezentacje twórców ludowych, konkursy, itp. mogą mieć miejsce wyłącznie po uzgodnieniu z organizatorami stoiska.
14. Przyjmuje się, że PSN na międzynarodowych targach turystycznych i przemysłu spotkań są objęte zakazem palenia tytoniu, jako tymczasowe miejsce pracy.
15. Organizator stoiska nie ponosi odpowiedzialności za wartościowe przedmioty pozostawione bez opieki na terenie PSN podczas godzin otwarcia targów i poza godzinami.
16. W stoiskach narodowych na wybranych targach przemysłu spotkań prezentacje ogólne o polskiej turystyce biznesowej dla grup Hosted Buyers są prowadzone przez przedstawiciela POT- Poland Convention Bureau.
17. Warunki dostępu do podłączenia internetu, wody, ekranu plazmowego dla wystawców PSN są ustalane na podstawie odrębnych ustaleń z organizatorem stoiska.
18. Po zakończeniu danej imprezy targowej wystawcy PSN poproszeni zostaną przez organizatora stoiska o wypełnienie ankiety informacyjnej podsumowującej udział w targach.

**Opracowanie: Polska Organizacja Turystyczna,  
Departament Instrumentów Marketingowych**

**Warszawa, 04.04.2018r.**



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

**Załącznik nr 1**

**Tabela z targami**



### Wykaz rynków priorytetowych i uzupełniających

Rok	Rynek PRIORYTETOWY	Rynek UZUPEŁNIAJACY
2012	Francja, Niemcy, Wielka Brytania	Belgia, Dania, Holandia, Szwecja
2013	Belgia, Dania, Holandia, Szwecja	Rosja, Ukraina (*)
2014	Rosja, Ukraina (*)	Włochy
2015	Włochy	Rynki azjatyckie (**)
2016	Rynki azjatyckie (**)	USA
2017	USA	Czechy, Austria, Węgry
2018	Czechy, Austria, Węgry	Francja, Niemcy, Wielka Brytania
2019	Francja, Niemcy, Wielka Brytania	Belgia, Holandia, Kraje skandynawskie
2020	Belgia, Holandia, Kraje skandynawskie	Hiszpania

(\*) – nie dotyczy przemysłu spotkań

(\*\*) – Decyzja dotycząca wyboru rynków oraz zakresu i skali działań promocyjnych zostanie podjęta w późniejszym czasie, ponieważ efektywność działań promocyjnych realizowanych na tych rynkach zależy od dostępności komunikacyjnej (bezpośrednie połączenia lotnicze), partnerstwa z podmiotami z branży turystycznej oraz strategii działań na poziomie promocji gospodarczej.

**Rynek priorytetowy** rozumiany jest jako rynek, na którym prowadzone są działania promocyjne szersze niż te realizowane ze środków statutowych.

**Rynek uzupełniający** to rynek, dla potrzeb którego będą prowadzone przede wszystkim działania krajowe przygotowujące do realizacji poszerzonych działań promocyjnych (m.in. przygotowanie materiałów promocyjnych, partnerstwo z regionami itp.)



**Załącznik nr 3**

Szczegółowe składowe współfinansowania udziału przez POT w PSN dla  
**Regionalnych Organizacji Turystycznych**

<b>Przedmiot dofinansowania</b>		<b>Procentowa wielkość dofinansowania</b>
<b>Produkt</b>  (wg. tabeli priorytetowe rynki emisyjne dla poszczególnych regionów Polski, Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 ) w zestawieniu z produktami priorytetowymi obowiązującymi na danym rynku	<b>priorytetowa aktywność</b>	<b>10%</b>
	<b>podstawowa aktywność</b>	<b>5%</b>
<b>Katalog produktowy</b> (zgodnie z Marketingową Strategią Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020)		<b>20%</b>
<b>Rynek</b>	<b>Priorytetowy</b>	<b>10 %</b>
	<b>Uzupełniający</b>	<b>5 %</b>

**UWAGA:**

1. Maksymalna wielkość współfinansowania przyznawana będzie w momencie spełnienia przez ROT wszystkich kryteriów łącznie.
2. Wielkość współfinansowania za produkt nie łączy się. W przypadku wskazania aktywności priorytetowej i podstawowej przy ustalaniu wielkości współfinansowania brana jest pod uwagę wyłącznie aktywność priorytetowa.
3. Brak współfinansowania w kategorii produktu automatycznie skutkuje brakiem współfinansowania pozostałych kategorii.



Szczegółowe składowe współfinansowania udziału przez POT w PSN dla  
**Lokalnych Organizacji Turystycznych**

<b>Przedmiot dofinansowania</b>		<b>Procentowa wielkość dofinansowania</b>
<b>Katalog produktowy własny lub ROT z ofertą LOT</b> (zgodnie z Marketingową Strategią Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020)		<b>10%</b>
<b>Rynek</b>	<b>Priorytetowy</b>	<b>10 %</b>
	<b>Uzupełniający</b>	<b>5 %</b>

**UWAGA:**

1. Brak współfinansowania w kategorii katalogu automatycznie skutkuje brakiem dofinansowania pozostałych kategorii.
2. Warunkiem otrzymania współfinansowania POT jest okazanie wydrukowanego egzemplarza katalogu.



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

## Załącznik nr 4

### **Katalog/manual produktowy – ogólne założenia\*:**

1. Część opisowa – przygotowana wspólnie z LOT-ami
    - ogólne informacje o regionie
    - prezentacja produktów
  2. część praktyczna - przygotowana wspólnie z branżą turystyczną:
    - Przykładowe oferty – np. pogrupowane w zależności od rodzaju turystyki; ze wskazaniem organizatora;
    - Ważne informacje przy organizacji podróży.
- 
- aktualność katalogu/manuala: dwa lata
  - wersje językowe: język danego rynku lub język powszechnie używany na danym rynku w przypadku języków innych niż niemiecki, angielski, hiszpański, rosyjski.
  - Katalog może mieć formę drukowaną („książkową” lub ulotek tematycznych) lub może być zapisany i powszechnie rozdawany na PSN na pendrive lub CD.
- 
- ❖ W celu uniknięcia odmowy przyznania współfinansowania za katalog niezgodny z powyższymi założeniami oraz niniejszymi Zasadami sugeruje się przesłanie jego ostatecznej wersji przed drukiem/powieleniem do Departamentu Instrumentów Marketingowych lub odpowiedniego ZOPOT do konsultacji.