



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Zaprojektowanie
modułowego polskiego stoiska narodowego
organizowanego przez Polską Organizację Turystyczną
na wybranych międzynarodowych targach
turystycznych w latach 2015-2018

Warszawa, lipiec 2014

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

INFORMACJE OGÓLNE

Polska Organizacja Turystyczna (POT) jest państwową osobą prawną powołaną do promocji atrakcji turystycznych Polski w kraju i poza jego granicami. Jedną z wielu form promocji prowadzonej, w ramach realizacji zadań statutowych, jest organizacja polskich stoisk narodowych (PSN) na międzynarodowych targach turystycznych organizowanych poza granicami kraju. Przez PSN rozumie się stoiska o minimalnej powierzchni 30 m² i więcej.

Polskie stoiska narodowe organizowane są w celu:

- prezentacji Polski i jej atrakcji turystycznych (prezentacja broszur i folderów oraz grafika ogólna stoiska, prezentacja materiałów multimedialnych),
- umożliwienia polskim podmiotom zaprezentowania swojej oferty i nawiązania kontaktów handlowych (organizacja stanowisk dla wystawców na terenie PSN),
- kreowanie pozytywnego wizerunku Polski na arenie międzynarodowej.



PSN – ITB Berlin 2014



PSN – WTM Londyn 2013



Targi FITUR Madryt 2013





Lada Główna PSN



Występy artystyczne

Każde ze stoisk (niezależnie od wielkości) posiada następujące funkcje:

Lada główna PSN - miejsce pierwszego kontaktu klienta z polskim stoiskiem. Na ladzie prezentowane są ogólne foldery promujące atrakcje turystyczne Polski. Lada obsługiwana jest przez hostessy zatrudnione przez POT.

Stanowiska wystawców - regionalne organizacje turystyczne (promujące poszczególne regiony Polski, podmioty związane z obsługą przyjazdowego ruchu turystycznego do Polski (przewoźnicy, touroperatorzy, hotele, muzea, stowarzyszenia, miejskie biura kongresów i konferencji),

Magazyn – pomieszczenie na materiały promocyjne POT i wystawców PSN

Bar i zaplecze gastronomiczne – miejsca związane z organizacją poczęstunków i degustacji dla wystawców PSN i zaproszonych gości.

Miejsce na występy artystyczne i promocję tzw. „kotwic medialnych” – wyodrębniane są w zależności od potrzeb i aktualnej wielkości PSN.

Ponadto na stoiskach przemysłu spotkań :

Miejsce na przeprowadzenie prezentacji multimedialnych z udziałem ok. 25 gości (układ teatralny, z miejscem do siedzenia dla gości oraz miejscem dla prelegenta).

Wszystkie PSN posiadają wystawców.

Największym ze wszystkich stoisk jest PSN organizowane na targach ITB Berlin. Zajmuje ono całą halę i liczy 1.476m² powierzchni wystawienniczej. Pozostałe stoiska liczą od ok. 30m² do 300m² powierzchni wystawienniczej.

ZAŁOŻENIA TECHNICZNE DLA NOWEGO PROJEKTU POLSKIEGO STOISKA NARODOWEGO

ZAŁOŻENIA OGÓLNE

Celem postępowania jest wypracowanie, uniwersalnego, modułowego stoiska narodowego, które będzie prezentowane na wybranych międzynarodowych targach turystycznych w latach 2015 – 2018 przez POT i Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej. Projekt powinien być opracowany w następujących wariantach:

- a) polskie stoisko narodowe organizowane na międzynarodowych targach turystycznych ITB Berlin – 1476m² powierzchni wystawienniczej,
- b) Polskie stoiska narodowe, o mniejszych powierzchniach (30m² - 300m²), organizowane na wybranych międzynarodowych targach turystycznych oraz targach przemysłu kongresowego.

Podstawą obu wariantów jest ta sama idea architektoniczno-graficzna. Wariant a) to opcja pełna lub nawet w pewnych częściach bardziej rozbudowana. Wariant b) to opcja zmniejszona, zawierająca wybrane najważniejsze elementy wariantu a).

Wszystkie polskie stoiska narodowe są stoiskami parterowymi. Kolorystyka stoiska jest dowolna, ale musi ona współgrać z turystycznym logo POT oraz elementami graficznymi opisanymi w brandbooku. Kształt działek polskich stoisk narodowych jest różny i każdego roku może ulec zmianie (zwykle są to stoiska typu „wyspa” lub z trzech stron otwarte). Wyjątkiem stoisko na targach ITB Berlin, które liczy 1476m² i zajmuje całą halę (15.1). Maksymalna, dopuszczalna wysokość stoisk waha się pomiędzy 5m a 6m.

Aspekt wizerunkowy

Stoisko powinno prezentować Polskę jako nowoczesną i atrakcyjną destynację turystyczną, wykorzystywać nowoczesne polskie wzornictwo i sztukę użytkową, uwzględniać zastosowanie nowoczesnych technik multimedialnych, zdjęcia i wydruki wielkoformatowe.

Aspekt architektoniczny, funkcjonalny

stoisko powinno być przestrzenne, lekkie, otwarte, powinno być uniwersalne i prezentować się atrakcyjnie zarówno na stoiskach małych z niewielką ilością wystawców jak i na stoiskach dużych z dużą ilością wystawców. Elementy stoiska powinny wyglądać estetycznie z każdego punktu z jakiego może być ono oglądane (w tym również górna część), powinno stwarzać dogodne warunki do pracy dla jego uczestników, umożliwiać profesjonalną prezentację wystawy, stwarzać komfort dla osób, które pracują na stoiskach przez cały dzień.

Stylistyka: nowocześnie, przestronnie, przytulnie, ekologicznie, gościnnie. Meble – wzornictwo - wykorzystanie motywów folkowych w nowoczesnej (new folk design) i ekologicznej formie – drewno, wykorzystanie palet, rośliny, ew. lekki metal i folk, wykorzystanie elementów podświetlanych (zdjęcia podświetlane od środka, zabawa geometrią).

Aspekt logistyczny

Stoisko powinno być łatwe w montażu i demontażu (bez konieczności prowadzenia na miejscu skomplikowanych prac stolarskich, malarskich) umożliwiać samodzielne ustawienie na otwartej

przestrzeni, bez konieczności skomplikowanego i fachowego montażu (w swojej działalności promocyjnej POT często bierze udział w akcjach plenerowych i innych gdzie potrzebuje np. wyłącznie ładę informacyjną), być łatwe i ekonomiczne w transporcie.

Wszystkie elementy stoiska muszą spełniać europejskie normy dotyczące bezpieczeństwa stawianych konstrukcji, a także przepisy przeciwpożarowe.

ZAŁOŻENIA SZCZEGÓŁOWE

WARIANT A - Polskie stoisko narodowe organizowane na międzynarodowych targach turystycznych *ITB Berlin*

Polskie stoisko narodowe (PSN) na targach ITB Berlin liczy 1476m² i zajmuje całą halę 15.1. Hala podzielona jest na działki. Techniczny plan hali stanowi załącznik nr 1 do niniejszego opisu. Wszelkie odstępstwa od planu działki (np. kształt poszczególnych działek) muszą uzyskać organizatora targów, niedopuszczalne jest natomiast jakiegokolwiek naruszenie ciągów komunikacyjnych i ewakuacyjnych. Za początek i bardziej reprezentacyjną część stoiska uznaje się część leżącą bliżej przejścia do hali 14.1 (na planie hali oznaczona napisem „passage to hall 14.1”). Hala 15.1 jest halą o różnych wysokościach. Początek hali (przy przejściu do hali 14.1) jest niższy niż jej dalsza część.

Stoisko już na wejściu powinno wyraźnie komunikować, że jest to stoisko polskie. Najważniejsze elementy wizualizacji to napis Polska, turystyczne logo Polski oraz adres internetowy narodowego portalu turystycznego www.polen.travel

Polskie wystąpienie na ITB to wystąpienie produktowe. Na stoisku powinny zostać wyodrębnione strefy produktowe (informacje na ten temat znajdują się w tabeli poniżej).

Poniżej w tabeli przedstawiamy najważniejsze założenia jakimi należy się kierować przy opracowywaniu projektu PSN.

Funkcje stoiska		Opis funkcji	Obowiązkowe wyposażenie	Informacje dodatkowe
Lada główna PSN		To miejsce pierwszego kontaktu osób odwiedzających polskie stoisko narodowe. Lada obsługiwana jest przez hostessy zatrudnione przez POT. Na ladzie prezentowane są wyłącznie ogólne materiały promocyjne dotyczące turystyki przyjazdowej do Polski.	Lada duża, 2 hockery, lista wystawców PSN oraz aranżacja / dekoracja prezentująca w atrakcyjny i nowoczesny sposób Polskę.	
Stanowiska dla wystawców – strefy produktowe				
a/	strefa zwiedzania, odkrywania i rozrywki	Strefa przeznaczona do prezentacji ofert podróży po Polsce, zwiedzania nowoczesnych i historycznych miejsc/obiektów, krótkich pobytów w miastach, udziału w wydarzeniach	Stanowiska Regionalnych Organizacji Turystycznych: duża lada do prezentacji materiałów promocyjnych danego regionu, hockery – 2 szt., branding (nazwa	Szacunkowa liczba stanowisk wyspy: - ok. 10 stanowisk dla Regionalnych Organizacji Turystycznych - 10 stanowisk dla branży turystycznej

		kulturalnych itp.	regionu i jego logo znak, zaznaczona lokalizacja regionu na konturowej mapie Polski). <i>Stanowiska dla branży turystycznej:</i> mała lada do prezentacji oferty i dwustronnych rozmów handlowych, nazwa wystawcy umieszczona w widocznym miejscu. <i>cała strefa:</i> wizualizacja tematyczna, dekoracja, wspólne dla wszystkich uczestników miejsca do prowadzenia rozmów, podejmowania gości, dziennikarzy.	Preferowane są lady lekkie, otwarte lub częściowo otwarte. W ladzie lub nieopodal lady powinny być przewidziane szafki zamykane na klucz na podręczne materiały. Informacje takie jak nazwa, logo wystawcy powinny być umieszczone w miejscach widocznych. Mogą być one prezentowane w sposób standardowy (napisy na fryzach) lub w sposób nowoczesny (np. w formie elektronicznej).
b/	strefa aktywnego wypoczynku	Strefa przeznaczona do prezentacji ofert aktywnego spędzania czasu w Polsce	<i>Stanowiska Regionalnych Organizacji Turystycznych:</i> duża lada do prezentacji materiałów promocyjnych danego regionu, hockery – 2 szt., branding (nazwa regionu i jego logo znak, zaznaczona lokalizacja regionu na konturowej mapie Polski). <i>Stanowiska dla branży turystycznej:</i> mała lada do prezentacji oferty i dwustronnych rozmów handlowych, nazwa wystawcy umieszczona w widocznym miejscu. <i>cała strefa:</i> wizualizacja tematyczna, dekoracja,	Szacunkowa liczba stanowisk - ok. 10 stanowisk dla Regionalnych Organizacji Turystycznych - ok. 10 stanowisk dla branży turystycznej Preferowane są lady lekkie, otwarte lub częściowo otwarte. W ladzie lub nieopodal lady powinny być przewidziane szafki zamykane na klucz na podręczne materiały. Informacje takie jak nazwa, logo wystawcy powinny być umieszczone w miejscach widocznych. Mogą być one prezentowane w sposób standardowy (napisy na fryzach) lub w sposób

			wspólne dla wszystkich uczestników miejsca do prowadzenia rozmów, podejmowania gości, dziennikarzy.	nowoczesny (np. w formie elektronicznej).
c/	strefa wypoczynku i relaksu	Strefa przeznaczona do prezentacji ofert szczególnie z zakresu turystyki uzdrowiskowej spa & wellness	<i>Stanowiska Regionalnych Organizacji Turystycznych:</i> duża lada do prezentacji materiałów promocyjnych danego regionu, hockery – 2 szt., branding (nazwa regionu i jego logo znak, zaznaczona lokalizacja regionu na konturowej mapie Polski). <i>Stanowiska dla branży turystycznej:</i> mała lada do prezentacji oferty i dwustronnych rozmów handlowych, nazwa wystawcy umieszczona w widocznym miejscu. <i>cała strefa:</i> wizualizacja tematyczna, dekoracja, wspólne dla wszystkich uczestników miejsca do prowadzenia rozmów, podejmowania gości, dziennikarzy.	Szacunkowa liczba stanowisk - ok. 5 stanowisk dla Regionalnych Organizacji Turystycznych - ok. 10 stanowisk dla branży turystycznej Preferowane są lady lekkie, otwarte lub częściowo otwarte. W ladzie lub nieopodal lady powinny być przewidziane szafki zamykane na klucz na podręczne materiały. Informacje takie jak nazwa, logo wystawcy powinny być umieszczone w miejscach widocznych. Mogą być one prezentowane w sposób standardowy (napisy na fryzach) lub w sposób nowoczesny (np. w formie elektronicznej).
d/	strefa eko i dobrego jedzenia	Strefa przeznaczona do prezentacji ofert podróży kulinarnych, pobytów w gospodarstwach agroturystycznych, obiektów i produktów ekologicznych.	<i>Stanowiska Regionalnych Organizacji Turystycznych:</i> duża lada do prezentacji materiałów promocyjnych danego regionu, hockery – 2 szt., branding (nazwa regionu i jego logo znak, zaznaczona lokalizacja regionu na konturowej mapie Polski).	Szacunkowa liczba stanowisk - ok. 8 stanowisk dla Regionalnych Organizacji Turystycznych - ok. 10 stanowisk dla branży turystycznej Preferowane są lady lekkie, otwarte lub częściowo otwarte. W ladzie lub

			<i>Stanowiska dla branży turystycznej:</i> mała lada do prezentacji oferty i dwustronnych rozmów handlowych, nazwa wystawcy umieszczona w widocznym miejscu. <i>cała strefa:</i> wizualizacja tematyczna, dekoracja, wspólne dla wszystkich uczestników miejsca do prowadzenia rozmów, podejmowania gości, dziennikarzy.	nieopodal lady powinny być przewidziane szafki zamykane na klucz na podręczne materiały. Informacje takie jak nazwa, logo wystawcy powinny być umieszczone w miejscach widocznych. Mogą być one prezentowane w sposób standardowy (napisy na fryzach) lub w sposób nowoczesny (np. w formie elektronicznej).
e/	strefa biznesowa	strefa przeznaczona wyłącznie do rozmów handlowych i obecności touroperatorów, hoteli, przewoźników (oznaczone stoliki do rozmów)		- ok. 10 stanowisk do rozmów handlowych
Wyposażenie stanowisk dla wystawców				
stanowisko Regionalnej Organizacji Turystycznej		stanowisko, które prezentuje ofertę turystyczną całego regionu na danej wyspie tematycznej	lada do prezentacji materiałów promocyjnych danego regionu, siedziska, branding (nazwa regionu i jego logo znak, zaznaczona lokalizacja regionu na konturowej mapie Polski).	Niezależnie od strefy.
stanowiska branży turystycznej		stanowisko, które prezentuje ofertę polskich touroperatorów, hoteli, pensjonatów, na danej wyspie tematycznej.	mała lada do prezentacji oferty i rozmów handlowych, nazwa wystawcy umieszczona w widocznym miejscu. W ladzie lub nieopodal lady	Niezależnie od strefy. Lady umieszczone są po zewnętrznych stronach stoiska. Ustawienie lad musi zostać przedstawione w dwóch opcjach: frontem i prostopadle od

		powinny być przewidziane szafki zamykane na klucz na podręczne materiały. W każdym module wbudowane są gniazdka elektryczne.	krawędzi stoiska, z miejscem do rozmów po dwóch/trzech stronach (wygodne wysokie stołki, z podparciem i miękkim siedziskiem). Preferowane są lada lekkie, otwarte lub częściowo otwarte. Informacje takie jak nazwa, logo wystawcy powinny być umieszczone w miejscach widocznych.
stanowisko biznesowej strefy	Stanowisko do prezentacji ogólnej oferty polskich touroperatorów, hoteli, pensjonatów, przewoźników. Udział może odbywać się także na zasadzie rotacji (np. zmiana podmiotu co 2 dni).	stolik i dwa krzesła do rozmów, nazwa wystawcy umieszczona na prostym ekspozytorze dającym możliwość wymiany firmy podczas trwania targów. W każdym module wbudowane są gniazdka elektryczne.	
Restauracja Polska	To miejsce spotkań polskiej branży turystycznej ze swoimi kontrahentami. To miejsce gdzie goście mogą spróbować specjałów kuchni polskiej. W restauracji serwowane są także kawa, herbata, napoje zimne i ciepłe, drobne przekąski.	- stoliki bankietowe oraz wyodrębnioną strefę dla gości VIP (stoły i krzesła.). - lada barowa. Za ladą barową półki do dekoracji i prezentacji polskich produktów - miejsce do organizacji poczęstunków (typu szwedzki stół) - zaplecze dla ekipy obsługującej restaurację (przyłącze wody i prądu, duże stoły do przygotowywania dań, półki)	Wejście do Restauracji odbywa się za pomocą kart kodowanych. Restauracja polska liczy ok. 100m².
Biuro POT			
recepcja	To miejsce, w którym wystawcy mogą dopełnić niezbędnych formalności w związku z ich udziałem w targach oraz gdzie	lada, szafki zamykane na klucz, hockery 2 szt. meble do prowadzenia spotkań lub	ok. 23m²

	POT podejmuje swoich gości.	oczekiwana na spotkanie. pomieszczenie powinno posiadać dekorację i estetyczny wygląd, estetyczne i wygodne meble.	
pokój prasowy	miejsce przeznaczone do spotkań pracowników POT z dziennikarzami	Stół, krzesła. Pomieszczenie powinno posiadać dekorację i estetyczny wygląd, ładne, estetyczne i wygodne meble	ok. 10m ²
salki konferencyjne (dwie)	Miejsce spotkań z gośćmi VIP	wyposażone w stoły i krzesła. Pomieszczenie powinno posiadać dekorację i estetyczny wygląd, ładne, estetyczne i wygodne meble	każda po ok. 10m ²
zaplecze kuchenne		wyposażone w dopływ wody, lodówkę, półki na produkty spożywcze, blat do przygotowywania drobnego poczęstunku, miejsce na ekspres do kawy, lustro, wieszaki, miejsce dla obsługi (1 osoba).	ok. 8m ²
Zaplecza i pomieszczenia techniczne			
magazyny na foldery i rzeczy podręczne wystawców		szafki zamykane na klucz (celem przechowywania torebek, aparatów fotograficznych itp), 1 przyłączy wody, lodówkę, stół i krzesła, Podłączenie prądu (gniazdka elektryczne), półki na materiały promocyjne.	Zaplecza powinny być rozplanowane w taki sposób, aby każdy wystawca miał do nich swobodny dostęp. Dostęp za pomocą kodowanych systemów. Zaplecza mogą znajdować się przy każdej ze stref lub mogą to być magazyny zbiorcze w min. 3 miejscach stoiska.
magazyn na foldery POT	Znajdujący się поблизу ludy głównej	Wyposażony w półki ma materiały promocyjne	

zaplecze techniczne dla firmy budującej PSN	Niewielkie miejsce gdzie firma budująca stoisko może przechować podręczne narzędzia i gdzie może przebywać ok. 4 osób.		
Oprawa graficzna i nowoczesna wizualizacja polskiego stoiska narodowego			
grafika ogólna PSN	rozmieszczone w widocznych miejscach stoiska. Szczególnie dobrze i wyraźnie musi być oznakowana lada główna PSN	turystyczne logo Polski, napis POLSKA, internetowy adres narodowego portalu turystycznego: polen.travel, elementy graficzne opisane w „Zasadach identyfikacji materiałów promocyjnych Zamawiającego”.	
strefy produktowe	każda strefa posiada dostosowaną tematycznie grafikę ogólną (mogą to być zdjęcia wydruki wielkoformatowe, ekrany wizyjne lub innego rodzaju ekspozitory). Poszczególni wystawcy nie posiadają wizualnej grafiki własnej.		
podwieszenia	Podwieszenia lub podwyższenia niektórych części stoiska są możliwe. Muszą być one dostosowane do technicznych warunków hali 15.1		
Multimedia PSN	Zakres zastosowanie multimediiów pozostaje dowolny i zależy od idei projektanta. Planując multimedia należy się kierować ich uniwersalnością, funkcjonalnością nieskomplikowaną obsługą oraz aspektem ekonomicznym.	Zaleca się aby multimedia znajdowały się przy ladzie głównej stoiska narodowego oraz na każdej ze stref (prezentacja poszczególnych ofert, wizualizacja danej strefy).	

WARIANT B - Polskie stoiska narodowe organizowane na *targach turystycznych i targach przemysłu spotkań*

Polskie stoiska narodowe organizowane na pozostałych międzynarodowych targach turystycznych (rynk europejskie) liczą od 30-300m² powierzchni wystawienniczej. Część stoisk to wyspy, część z nich jest otwarta z trzech stron.

Stoiska znajdują się w halach targowych pośród innych destynacji turystycznych. Muszą zatem być bardzo dobrze oznakowane aby były widoczne niemal z każdej części hali targowej (system podwieszów lub elementy wkomponowane w stoisko ale na max. wysokości) - wysokie elementy i widoczny z daleka napis POLSKA. Najważniejsze elementy wizualizacji to napis Polska, turystyczne logo Polski oraz adres internetowy narodowego portalu turystycznego www.poland.travel

Niewielkie (w stosunku do PSN na targach ITB Berlin) powierzchnie stoisk nie pozwalają na produktowe wystąpienia. Dodatkowo stoiska polskie na targach przemysłu spotkań posiadają swoją odrębną specyfikę. Jednak wymaga się aby wszystkie stoiska posiadały tę samą ideę i myśl, były wykonane z tych samych elementów i aby goście odwiedzający różne imprezy targowe kojarzyli i rozpoznawali polskie stoisko narodowe. Zalecamy aby PSN na targach ITB Berlin było stoiskiem podstawowym a pozostałe stoiska jego modyfikacją z ew. dodanymi detalami.

Poniżej w tabeli przedstawiamy najważniejsze założenia jakimi należy się kierować przy opracowywaniu projektu PSN.

Funkcje stoiska	Opis funkcji	Obowiązkowe wyposażenie	Informacje dodatkowe
Lada główna	To miejsce pierwszego kontaktu osób odwiedzających polskie stoisko narodowe. Lada obsługiwana jest przez hostessy zatrudnione przez POT. Na ladzie prezentowane są wyłącznie ogólne materiały promocyjne dotyczące turystyki przyjazdowej do Polski.	Lada duża, 2 hockery, lista wystawców PSN, aranżacja / dekoracja prezentująca w atrakcyjny i nowoczesny sposób Polskę.	
Stanowiska dla wystawców			
Stanowiska Regionalnej Organizacji Turystycznej	stanowisko, które prezentuje ofertę turystyczną całego regionu	duża lada, hockery – 2 szt., branding (nazwa regionu i jego logo znak, zaznaczona lokalizacja regionu na konturowej mapie Polski).	Preferowane są lada lekkie, otwarte lub częściowo otwarte. W ladzie lub nieopodal lada powinny być przewidziane szafki zamykane na klucz na podręczne materiały. Informacje takie jak nazwa, logo

			wystawcy powinny być umieszczone w miejscach widocznych. Mogą być one prezentowane w sposób standardowy (napisy na fryzach) lub w sposób nowoczesny (np. w formie elektronicznej).
Stowiska dla branży turystycznej / Miejskie Biura Convention	stowisko, które prezentuje ofertę polskich touroperatorów, hoteli, przewoźników .	mała lada do prezentacji oferty i rozmów handlowych, nazwa wystawcy umieszczona w widocznym miejscu. W ladzie lub nieopodal lady powinny być przewidziane szafki zamykane na klucz na podręczne materiały. W każdym module wbudowane są gniazdka elektryczne.	Lady umieszczone są po zewnętrznych stronach stoiska. Ustawienie lad musi zostać przedstawione w dwóch opcjach: frontem i prostopadle od krawędzi stoiska, z miejscem do rozmów po dwóch/trzech stronach (wygodne wysokie stołki, z podparciem i miękkim siedziskiem). Preferowane są lady lekkie, otwarte lub częściowo otwarte. Informacje takie jak nazwa, logo wystawcy powinny być umieszczone w miejscach widocznych. Mogą być one prezentowane w sposób standardowy (napisy na fryzach) lub w sposób nowoczesny (np. w formie elektronicznej).
Bar i zaplecze kuchenne	Bar to miejsce gdzie serwowane są napoje i poczęstunki dla wystawców i gości PSN. Bar musi być połączony z zapleczem kuchennym tak, aby dostęp do zaplecza kuchennego miała wyłącznie obsługa. Na zapleczu kuchennym przygotowane są przekąski, napoje, składowane są produkty spożywcze.	Bar: duża lada barowa z półkami wewnątrz. Zaplecze kuchenne: przyłącze wody ze zlewozmywakiem, stół do krojenia, duża lodówka, półki, szafki, mikrofalówka.	ok. 20m ² na stoiskach powyżej 200m ² oraz 10m ² na stoiskach 80-100m ² . Na stoiskach mniejszych zaplecza kuchenne łączone są z magazynami na foldery i zawierają podstawowe wyposażenie – lodówka mała, podłączenie wody, nieduży blat, szafka, lodówka mała, podłączenie prądu wody ze zlewozmywakiem, nieduży

			blat, szafka, półki na foldery i materiały promocyjne
Miejsce spotkań	To miejsce gdzie POT podejmuje swoich gości, dziennikarzy. Miejsce to nie musi być zamknięte. może być półotwarte lub wydzielone.	lada, szafki zamykane na klucz, hockery 2 szt. meble do prowadzenia spotkań lub oczekiwana na spotkanie. pomieszczenie powinno posiadać dekorację i estetyczny wygląd, estetyczne i wygodne meble.	ok. 12m ²
Zaplecza i pomieszczenia techniczne			
magazyny na foldery i rzeczy podręczne wystawców		- szafki zamykane na klucz (celem przechowywania torebek, aparatów fotograficznych itp), półki na materiały promocyjne.	Dostęp za pomocą kodowanych systemów.
magazyn na foldery POT	Znajdujący się poblizu lady głównej	Półki na materiały promocyjne.	ok. 10m ² na stoiskach powyżej 200m ² . Na stoiskach mniejszych POT korzysta z ogólnego magazynu.
Grafika polskiego stoiska narodowego			
grafika ogólna PSN	rozmieszczone w widocznych miejscach stoiska - zdjęcia, wydruki wielkoformatowe, ekrany wizyjne lub innego rodzaju ekspozytory). Poszczególni wystawcy nie posiadają grafiki własnej.	turystyczne logo Polski, napis POLSKA, internetowy adres narodowego portalu turystycznego: pland.travel, elementy graficzne opisane w „Zasadach identyfikacji materiałów promocyjnych Zamawiającego”.	
podwieszenia	W przypadku tej grupy stoisk bardzo istotny element PSN. Dzięki właściwe zaplanowanym podwieszeniom stoiska są widocznej w halach targowych i wyróżniają się pośród innych stoisk. Podwieszenia		

	mogą być montowane z sufitu hali targowej lub mogą stanowić podwyższenia PSN.		
Multimedia	Zakres zastosowanie multimediiów pozostaje dowolny i zależy od idei projektanta. Planując multimedia należy się kierować ich uniwersalnością, funkcjonalnością nieskomplikowaną obsługą oraz aspektem ekonomicznym.	Multimedia mogą odnosić się ogólnie do PSN (np. znajdować się w centralnym punkcie stoiska, przy ladzie głównej, lub funkcjonować na zasadzie podwieszeń. Oprócz tego w niewielkie media mogą być wyposażeni wystawcy PSN celem prezentacji swojej oferty.	
Powierzchnia wspólna	To miejsce, które zwykle znajduje się w środku stoiska, gdzie nie są ustawiane stanowiska wystawców.	Miejsce to może zostać przeznaczone na ekspozycję wizerunkową i strefę odpoczynku/d dodatkowych spotkań z eleganckimi, nowoczesnymi i wygodnymi siedziskami, pufami lub kanapami. Meble lekkie, łatwe do przesunięcia. Z miejsca tego korzystają głównie wystawcy PSN.	
strefa do przeprowadzenia prezentacji grupowych	Dotyczy do wyłącznie PSN na targach przemysłu spotkań.	Strefa wydzielona, duża plazma np. przekątna 50 cali, zestaw słuchawkowy dla 25 osób (na stałym wyposażeniu stoiska dla hosted buyer),siedziska	

Przykładowy projekt winien być wykonany w następujących metrażach i z następującą ilością wystawców

- 308m² (28 x 11 front) - stoisko wyspa (lada informacyjna POT, 3 stoiska dla ROT, 11 stoisk dla branży turystycznej, zaplecza)
- 80m² (8 x 10 front) - stoisko wyspa (lada informacyjna POT, 5 stoisk dla ROT i 3 stoiska dla branży turystycznej, małe zaplecze)

- 100m² (10 x 10 front) – stoisko wyspa, targi turystyki przemysłu spotkań (lata informacyjna POT, stoiska dla miejskich biur convention 10 wystawców, zaplecza)

WARIANT C

W grupie polskich stoisk narodowych jakie organizuje POT lub jego zagraniczne ośrodki znajdują się również stoiska małe lub takie, których zabudowa, z różnych względów, wykonywana jest przez lokalne firmy wystawiennicze, na bazie standardowych systemów typu maxima, octanorm itp. W takim przypadku elementem łączącym tę grupę stoisk z pozostałymi winną być kolorystyka i grafika, przy standardowych elementach zabudowy (dowolny system wskazany przez projektanta) .

Przykładowy projekt winien być wykonany w następujących metrażach i z następującą ilością wystawców

- 80m² (8 x 10 front) - stoisko wyspa (lata informacyjna POT, 2 stoiska dla ROT i 3 stoiska dla branży turystycznej, małe zaplecze)
- 40m² (4 x 10 front) – stoisko z trzech stron otwarte (lata informacyjna POT, 2 stoiska branżowe, niewielkie zaplecze).

Projekt powinien zakładać również możliwość jego dostosowania do mniejszych powierzchni.

