**Inauguracja Tygodnia Polskiej Turystyki podczas EXPO Mediolan**

Wydarzenie promocyjne 3D (z wykorzystaniem rozbudowanej scenografii teatralnej)

**Założenia:**

Scenografia - odpowiada promowanym produktom turystycznym, miastom, regionom. Scenografia stała wzbogacona eksponatami ruchomymi;

Światło – subtelne, dopasowane do elementów scenografii, dyskretne; podkreślające
w trakcie prezentacji wybrane promowane elementy aranżacji - dynamiczne;

Obraz – przekaz multimedialny – prezentacja filmowa dotycząca każdego z promowanych miast/regionów/produktów; ekran 2 x 3,3 m;

Dźwięk – surround; scenografii oraz przekazowi promocyjnemu towarzyszą naturalne dźwięki oraz subtelna muzyka w tle np. dźwięki owadów w sadzie, dźwięki wielkiego miasta, krakowskiego rynku podczas prezentacji szopek noworocznych;

Zapach – przekaz wydarzenia jest dodatkowo podbudowany, wzmocniony, podkreślony zapachem (aromamarketing – świeżo skoszona trawa)

**Struktura wydarzenia:**

Wydarzenie jest swoistą „podróżą” do Polski. Ideą nawiązuje do polskiego pawilonu. Przekaz wzmocniony światłem, dźwiękiem i zapachem.

Wydarzenie składa się z 3 części:

1. Rozpoczęcie z udziałem Ministra Sportu i Turystyki oraz Prezesa POT; prowadzone przez przedstawiciela POT w języku angielskim;
2. Część główna – film promocyjno-informacyjny dotyczący regionów/miast/produktów; rozmowy dwojga prowadzących (dyrektor ZOPOT Rzym oraz podróżnik), swobodne rozmowy prowadzącego
z uczestnikami i przedstawicielami regionów/miast; język włoski i angielski
3. Zakończenie - przedstawiciel POT, informacje organizacyjne, catering;

**Opis:**

Sala główna wydarzenia – zaaranżowana scenografia z najpiękniejszymi, najbardziej charakterystycznymi elementami promowanych miejsc/produktów np. Podlasie – lasy, zwierzyna; Warszawa – Wisła; scenografia ustawiona w części Sali pod ścianami; doświetlona światłem ledowym dolnym, punktowym górnym, z możliwością regulacji natężenia - wraz ze zmianą obrazu filmowego na ekranie (region/miasto) dedykowany mu element scenografii zostaje mocniej podświetlony, reszta oświetlenia nieco przygasa; jeden z wydruków wielkoformatowych będzie jednocześnie ekranem tj. biały kwadrat pośrodku obrazu; obraz wyświetlany będzie z projektora

goście po przejściu do Sali głównej zapraszani będą do zajęcia miejsc przy stolikach , wolnostojących krzesłach lub przy stołach koktajlowych; na stołach z krzesłami (6-osobowe) stoją małe lampki z dyskretnym światłem, stoliki przykryte obrusami;

wydarzenie prowadzone jest w konwencji spontanicznej, swobodnej, dowcipnej rozmowy, prowadzący musi nawiązać interakcję z publicznością - krótkie dialogi z przypadkowo wybranymi z widowni osobami np. na wstępie: *Czy był Pan w Polsce ? Nie ? Tym bardziej cieszymy się, ze możemy Pana gościć dziś tutaj. Po tym spotkaniu z pewnością odrobi Pan tę stratę ☺*; *A Pani ? Czy Pani była już w Polsce ? Tak, a co najbardziej zapadło w Pani pamięci ?* itp. itd.. 2-, 3-zdaniowe dialogi z 2-, 3-ma osobami.

Kiedy wszyscy uczestnicy są już na sali pierwszy prowadzący, po zakończeniu dialogów, zaprasza na scenę Prezesa POT Rafała Szmytke i prowadzi z nim krótką rozmowę w języku angielskim
w odniesieniu do wcześniejszych swoich rozmów, mówiąc np. *Panie Prezesie słyszał Pan ? Na sali są osoby, które jeszcze nie były w Polsce ? Jak Pan zamierza to zmienić bo chyba Pan zamierza ? ☺.* Prezes ma krótką, dynamiczną wypowiedź w języku angielskim; po zakończeniu wypowiedzi Prezesa prowadzący swobodnie, płynnie, w nawiązaniu do wypowiedzi Prezesa, przechodzi do zaproszenia na scenę Ministra Sportu i Turystyki, zapraszając go pytaniem do wypowiedzi; wypowiedź Ministra jest nieco dłuższa i bardziej oficjalna. Po zakończeniu tej części wystąpienia prowadzący zaprasza wszystkich do obejrzenia krótkiej reklamy Polski na poparcie słów obydwu Panów; film (2-3 min.), przedstawiający to z czym (wg badań i naszej wiedzy) Włochom najbardziej kojarzy się Polska, poprzez dynamiczny rozwój infrastruktury turystycznej i jakość i styl życia; film z włoskim lektorem; w tym czasie wszyscy troje zajmują miejsca na widowni;

po zakończeniu „reklamy” Polski prowadzący zaprasza na scenę p. dyr. Małgorzatę Furdal (ZOPOT Rzym) i oddaje jej głos - ta część prowadzona w języku włoskim i polskim

Dyrektor ZOPOT przedstawia się i zaprasza wszystkich gości do odbycia podróży do Polski, w której to podróży wraz ze współprowadzącym będą przewodnikami – zaprasza do siebie współprowadzącego; do uczestników zwraca się słowami *A teraz proszę Państwa o wygodne zajęcie miejsc, zrelaksowanie się – udajemy się w podróż do niepowtarzalnej Polski*;

na sali roznosi się wzmocniony zapach (aromamarketing); światła nieco przygasają; słyszymy dźwięk samolotu; na ekranie widzimy pierwszy film – Polska z lotu ptaka, zbliżenie na pierwszy region – Małopolska, Kraków (z każdego regionu wyselekcjonujemy najbardziej charakterystyczne
i sugestywne w przekazie elementy promocyjne; każda podróż musi trwać maksymalnie 3-4 minuty):

- ICE – nowoczesne architektonicznie i technologicznie centrum kongresowe; obrazowi towarzyszy gwar uczestników konferencji;

- krakowski rynek – sukiennice, podziemia, restauracje, kawiarnie; obrazowi towarzyszy gwar uliczny, szum rozmów w restauracjach;

- szopki noworoczne – obrazy z wystawy szopek bożonarodzeniowych; dźwięki dzwonków świątecznych, gwar, śmiech, muzyka świąteczna

Podczas filmu opowieść snuje współprowadzący, okraszając opowieść anegdotami lub ciekawostkami z regionu; może też rozmawiać z uczestnikami; całość jednej części promocyjnej dla regionu trwać nie dłużej niż 5 minut;

Dolnośląskie, Wrocław:

- Wrocław – Europejska Stolica Kultury (z uwzględnieniem europejskiego Szlaku Zamków i Pałaców); dźwięki miasta, gwar uliczny; kawałek sztuki teatralnej itp.;

- tradycja – Fabryka ceramiki w Bolesławcu; dźwięki charakterystyczne manufaktury ceramicznej typu stukot naczyń, szczęk, brzękanie naczyń

Podlaskie, Lublin; szlak Green Velo:

- przyroda, natura – dźwięki lasu, szum, ptaki, odgłosy zwierząt; odgłosy dzwonków rowerowych, wesołej rozmowy podróżujących;

- Carnaval Sztuk-Mistrzów – dźwięk towarzyszący wydarzeniu

Miasta i gminy Morskie:

- Gdańsk – Światowa Stolica Bursztynu; szum morza, cisza, zaczarowany świat – adekwatna muzyka; prezentujemy biżuterię, lampy, żyrandole, witraże z bursztynu.

Każdej części promocyjnej towarzyszy ten sam zamysł co opisanemu wyżej pierwszemu etapowi dot. Małopolski, schemat postępowania tj. opowieść, rozmowa, zakończenie.

Film może zakończyć scena – szum morza, rozległa plaża; zbliżenie na malutki bursztynek w piasku plaży, cisza. Koniec.

**Koncert** – trio KROKE z Krakowa – ok. 20 min.

**Catering** – urozmaicony pokazem lokalnych alkoholi (Dwór Świeraków)

Każdy z uczestników dostanie program wydarzeń promocyjnych zaplanowanych na Tydzień Polskiej Turystyki;