



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

ZAŁĄCZNIK NR 4

do Regulaminu Programu Działań Promocyjnych Wspierających Segment Turystyki Przyjazdowej REALIZACJA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH

1. Postanowienia ogólne:

- 1.1. Program obejmuje możliwość nabywania przez Polską Organizację Turystyczną (POT) usług prowadzonych na rynkach zagranicznych, zgodnie z zapisami Regulaminu Programu Działań Promocyjnych Wspierających Segment Turystyki Przyjazdowej.
- 1.2. Koszty, które zostaną uwzględnione w ramach składanych Ofert obejmują wyłącznie wydatki:
 - a) bezpośrednio związane z realizacją Programu;
 - b) racjonalne i niezbędne do osiągnięcia celu Programu;
 - c) poniesione w okresie wskazanym w umowie;
 - d) udokumentowane zgodnie z obowiązującymi przepisami.
- 1.3. POT zastrzega sobie prawo do weryfikacji zasadności, rynkowości oraz wysokości przedstawionych kosztów.
- 1.4. W przypadku gdy więcej niż dwa podmioty złożą Ofertę na realizację świadczeń związanych z tym samym projektem/wydarzeniem, POT zastrzega sobie prawo do ograniczenia łącznej kwoty przeznaczonej na dany projekt do 169 000 złotych netto.

2. Realizacja działań promocyjnych na rynkach zagranicznych:

- 2.1. Na czym polega działanie:
 - a) Realizacja kampanii promocyjnych oraz działań sprzedażowych na rynkach zagranicznych, samodzielnie lub we współpracy z partnerami branżowymi, w celu zwiększenia sprzedaży przyjazdów turystycznych do Polski.
- 2.2. Koszty kwalifikowane:
 - a) Kampanie digital:

Polska Organizacja Turystyczna
ul. Młynarska 42, 01-171 Warszawa, Polska
tel. +48 666 842 696, +48 785 802 187, e-mail: pot@pot.gov.pl
Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej:

Amsterdam, Berlin, Bruksela, Kijów, Londyn, Madryt, Moskwa, Nowy Jork, Paryż, Pekin, Rzym, Sztokholm, Tokio, Wiedeń.

portale: www.pot.gov.pl; www.polska.travel; www.poland-convention.pl; www.aktualnosciturystyczne.pl; www.edenpolska.pl;
www.pieknywschod.pl; www.ppr.pot.gov.pl; www.zarabiajnaturystyce.pl; www.polskapodajdalej.pl

- Reklama w serwisach Internetowych;
 - Social media;
 - SEM;
 - Remarketing;
 - Kampanie leadowe.
- a) Kampanie w mediach:
- Prasa branżowa;
 - Portale turystyczne;
 - Outdoor;
 - Radio i telewizja (jeśli dotyczy rynku).
- b) Produkcja materiałów promocyjnych:
- Video;
 - Grafiki;
 - Sesje zdjęciowe;
 - Katalogi;
 - Landing page.
- c) Wspólne kampanie z partnerami zagranicznymi.
- d) Webinary, szkolenia online.
- e) Prezentacje sprzedażowe.
- f) Zakup i wykorzystanie narzędzi marketingowych (np. mailing, CRM w zakresie kampanii).
- g) Monitoring i analiza efektów działań promocyjnych.
- h) Tłumaczenia materiałów na języki rynków docelowych.

3. Postanowienia końcowe

- 3.1. Ostateczna kwalifikowalność kosztów, zasadność ich poniesienia oraz wysokość zamówionych usług, każdorazowo podlegają ocenie POT, z uwzględnieniem zasad określonych w niniejszym Załączniku nr 4 oraz limitów finansowania, o których mowa w pkt 4.2. Regulaminu Programu Działań Promocyjnych Wspierających Segment Turystyki Przyjazdowej.
- 3.2. Nabywanie usług uzależnione jest od dostępności środków finansowych przeznaczonych na realizację Programu, w szczególności w ramach limitów budżetowych określonych w pkt 4.2. Regulaminu Programu Działań Promocyjnych Wspierających Segment Turystyki Przyjazdowej.
- 3.3. POT zastrzega sobie prawo do wezwania Oferenta do przedstawienia dodatkowych wyjaśnień, dokumentów lub kalkulacji dotyczących planowanego działania, w szczególności w celu weryfikacji zgodności kosztów z limitami, o

których mowa w pkt 4.2. oraz w Załącznikach nr 1 - 4 do Regulaminu Programu Działań Promocyjnych Wspierających Segment Turystyki Przyjazdowej.

- 3.4. Koszty nieuwzględnione w niniejszym załączniku mogą zostać uznane za kwalifikowane wyłącznie za zgodą POT, jeżeli są bezpośrednio związane z realizacją umowy i niezbędne do osiągnięcia jej celu.
- 3.5. Interpretacja postanowień niniejszego załącznika należy do POT.