



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

ZAŁĄCZNIK NR 5

do Regulaminu Programu Działań Promocyjnych Wspierających Segment Turystyki Przyjazdowej KATALOG FORMATÓW DO WYKORZYSTANIA W PROMOCJI POLSKI

1. Postanowienia ogólne

- 1.1. Niniejszy załącznik określa katalog działań służących zapewnieniu widoczności polskiej turystyki i promocji Polski jako celu podróży w ramach realizowanych aktywności branżowych na rynkach zagranicznych.
- 1.2. Elementy widoczności mają charakter informacyjny, promocyjny i wizerunkowy oraz służą zwiększeniu rozpoznawalności Polski jako kierunku turystycznego.
- 1.3. Elementy wizualne powinny wykorzystywać logo/znak do tej pory wykorzystywany jako turystyczne logo Polski, uzupełnione odpowiednimi hasłami i nazwami, nazwany dalej (logiem). Zestaw standardowych grafik zostanie przekazany Wykonawcom w ramach podpisanych umów. Zasady akceptacji projektów zawarte zostaną w umowie.
- 1.4. Zakres i forma zastosowania elementów widoczności powinny być dostosowane do specyfiki danego działania, jego skali oraz warunków organizacyjnych.

2. Organizacja warsztatów branżowych i wydarzeń B2B:

- 2.1. Elementy widoczności:
 - a) ekspozycja logo na:
 - materiałach promocyjnych (katalogi, prezentacje, identyfikatory);
 - zaproszeniach i rejestracji uczestników;
 - roll-upach i elementach brandingowych wydarzenia;
 - b) prezentacja materiałów wideo POT (np. filmy promujące Polskę jako kierunek turystyczny);
 - c) emisja spotów lub prezentacji multimedialnych POT podczas wydarzenia;

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

- d) umieszczenie oznaczenia logo i POT na ściankach medialnych i przestrzeniach networkingowych;
- e) dystrybucja materiałów informacyjnych POT wśród uczestników;
- f) krótkie wystąpienie lub prezentacja przedstawiciela POT (jeśli obecny);
- g) uwzględnienie POT jako instytucji współuczestniczącej w komunikacji wydarzenia (np. zaproszenia, agenda, komunikaty branżowe);
- h) współautorstwo w mediach społecznościowych.

3. Wizyty studyjne dla zagranicznych touroperatorów i agentów turystycznych:

3.1. Elementy widoczności:

- a) oznaczenie programu wizyty jako działania realizowanego przy udziale POT (np. w materiałach informacyjnych);
- b) ekspozycja logo w:
 - programie wizyty;
 - materiałach dla uczestników;
 - prezentacjach i briefingach;
- c) przekazanie uczestnikom materiałów promocyjnych POT;
- d) prezentacja filmów i materiałów promujących Polskę przygotowanych przez POT;
- e) oznaczenie miejsc i atrakcji odwiedzanych w ramach programu jako elementów promocji Polski;
- f) możliwość organizacji krótkiego spotkania z przedstawicielem POT lub lokalnego biura POT;
- g) dokumentacja wizyty (foto/video) z uwzględnieniem identyfikacji POT.

4. Udział w targach turystycznych i warsztatach branżowych:

4.1. Elementy widoczności:

- a) ekspozycja logo na stoisku wystawcy (jeżeli stosowane);
- b) umieszczenie materiałów promocyjnych POT w przestrzeni stoiska;
- c) prezentacja filmów promocyjnych POT na ekranach multimedialnych;
- d) wykorzystanie identyfikacji wizualnej Polski jako destynacji (np. „Poland Travel” z odniesieniem do POT);
- e) udział materiałów POT w pakietach dystrybuowanych do kontrahentów;
- f) oznaczenie udziału Polski jako kierunku promowanego we wspólnych katalogach i materiałach targowych;
- g) obecność informacji o POT w komunikacji B2B prowadzonej podczas wydarzenia.

5. Działania promocyjne na rynkach zagranicznych:

5.1. Elementy widoczności:

- a) umieszczanie logo w materiałach kampanii (digital, video, print);
- b) oznaczanie POT podmiotem współrealizującym działania w kampaniach online i offline;
- c) wykorzystanie materiałów wideo i graficznych POT w kampaniach promocyjnych;
- d) oznaczenie POT w działaniach social media (jeśli dotyczy);
- e) współbrandowanie materiałów promocyjnych (co-branding POT + podmiot);
- f) wykorzystanie treści promocyjnych POT w webinarach, szkoleniach online i prezentacjach sprzedażowych;
- g) wskazanie POT jako współtwórcy materiałów informacyjnych.

6. Postanowienia końcowe

- 6.1. Zakres zastosowania elementów widoczności logo i POT może być dostosowany do specyfiki danego działania oraz warunków organizacyjnych.
- 6.2. Ostateczny sposób prezentacji elementów widoczności podlega uzgodnieniu z POT.
- 6.3. Elementy widoczności nie mogą naruszać spójności komunikacyjnej wydarzenia ani ograniczać jego efektywności sprzedażowej.