

POLSKA
KRAJEM PARTNERSKIM
ITB BERLIN 2011

08-13 MARCA 2011



Jest mi niezmiernie miło przedstawić koncepcję projektu „Polska Krajem Partnerskim ITB Berlin 2011”. Projektu niezwykle istotnego, nie tylko dla Polskiej Organizacji Turystycznej, ale przede wszystkim dla promocji Polski na rynku niemieckim i arenie międzynarodowej oraz rozwoju przyjazdowego ruchu turystycznego do Polski w najbliższych latach.

Realizacja projektu nastąpi podczas Międzynarodowych Targów Turystycznych ITB 2011 odbywających się w dniach 9-13.03.2011r. Najistotniejszym dniem będzie 8.03.2011r., kiedy to odbędzie się uroczyste otwarcie targów. Polska jako jedyny kraj w tym roku, będzie gospodarzem tego niezwyklego wieczoru i to wówczas na naszym kraju skupi się uwaga międzynarodowej branży turystycznej, mediów i środowisk opiniotwórczych.

Partnerstwo Polski na targach ITB 2011 poprzedzi ważne dla naszego kraju wydarzenia – Polską Prezydencję oraz Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej EURO 2012.

Polska musi wykorzystać ten czas jak najlepiej i pokazać to, co ma do zaoferowania najlepszego.

Rafał Szmytke
Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej

INFORMACJE OGÓLE

Targi ITB to najważniejsze i najbardziej prestiżowe targi turystyczne na świecie. Co roku przyciągają rekordową liczbę wystawców i zwiedzających. Odwiedzane są przez ponad 160.000 osób, w tym ambasadorów, ministrów oraz parlamentarzystów z całego świata.

W uroczystych ceremoniach otwarcia targów brali udział między innymi Kanclerze: Helmut Kohl i Gerhard Schroeder, Burmistrz Berlina Klaus Wowereit, a także ministrowie niemieckiego rządu.

Targi ITB to ponad 150.000 m² i 26 hal wystawienniczych. Na targach ITB Polska obecna jest od ponad dwudziestu lat. Od dziewięciu lat polskie stoisko narodowe zajmuje rekordową powierzchnię – 1.472m² zajmując tym samym całą halę 15.1 .

Głównym celem polskiego wystąpienia na ITB 2011 jest budowa pozytywnego obrazu Polski – gospodarza Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO'2012, jako kraju, który stawia na młodość i kreatywność oraz charakteryzuje się niezwykłą różnorodnością kulturową i przyrodniczą.

W polskim stoisku narodowym udział biorą: polskie regiony, których wystąpienia przygotowuje 16 Regionalnych Organizacji Turystycznych, polska branża turystyczna (hotele, obiekty spa, biura podróży) i inne podmioty związane z turystyką przyjazdową do naszego kraju. Na polskim stoisku narodowym prezentowane są filmy, spoty reklamowe oraz nowoczesne foldery i materiały promocyjno-informacyjne o Polsce. Na scenie usytuowanej na terenie stoiska organizowane są pokazy i występy artystyczne.

Ze względu na międzynarodowe znaczenie targów ITB zasięg tej części kampanii będzie o wiele szerszy i obejmie publiczność z całego świata.

Główne cele polskiego wystąpienia na ITB:

- ✓ kształtowanie wizerunku Polski jako kraju nowoczesnego i interesującego. Kraju perspektywicznego, a więc atrakcyjnego, intrygującego, a wręcz fascynującego;
- ✓ budowa wizerunku atrakcyjności turystycznej Polski, jako kraju docelowego krótkich i długich podróży;
- ✓ budowa turystycznej marki POLSKA, poprzez markowy produkt turystyczny;
- ✓ promocja polskich miast, szczególnie tych, w których odbywać się będą rozgrywki piłkarskie;
- ✓ promocja wydarzeń specjalnych/kotwic medialnych „Polska Prezydencja” oraz „Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej EURO 2012”;
- ✓ promocja polskiej kultury

Hasło, którym Polska Organizacja Turystyczna będzie promowała Polskę przez najbliższe lata brzmi: **MOVE YOUR IMAGINATION**



Najważniejsze wydarzenia
targów ITB'2011 w Berlinie

wtorek, 08 marca 2011

- **godz.11.00**
konferencja prasowa zarządu Messe Berlin przed otwarciem ITB Berlin 2011, z udziałem przedstawiciela Kraju Partnerskiego
- **godz.18.00**
uroczysta ceremonia otwarcia targów ITB Berlin 2011
- **godz.20:00**
Bankiet wydany przez Kraj Partnerski dla uczestników uroczystej ceremonii otwarcia targów

środa, 09 marca 2011 – pierwszy dzień targów (wyłącznie dla branży)

- **godz.11.00**
briefing dla polskich dziennikarzy na terenie Polskiego Stoiska Narodowego
- **ok.godz.11.30-13.00**
wizyta oficjalnej delegacji na Polskim Stoisku Narodowym z udziałem federalnego ministra gospodarki, pełnomocnika rządu federalnego ds turystyki, burmistrza Berlina, dyrekcji Messe Berlin, mediów - Polskie Stoisko Narodowe
- **godz.19.00**
otwarcie wystawy fotografii turystycznej pt. „Nieznana Polska” (wspólna wystawa POIT i Fundacji Współpracy Polsko-Niemieckiej) - foyer hotelu Steigenberger Berlin
- **godz.19.30**
otwarcie Dni Kuchni Polskiej - restauracja „Berliner Stube” hotelu Steigenberger Berlin
- **godz.20.00**
Wieczór Regionów, spotkanie przedstawicieli polskich i niemieckich miast i regionów – Hotel Steigenberger Berlin

czwartek, 10 marca 2011- drugi dzień targów (wyłącznie dla branży)

- **godz. 11.00**
seminarium miast gospodarzy EURO'2012
- **godz.15.00**
konferencja prasowa Kraju Partnerskiego ITB Berlin 2011

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE O PROJEKCIE „POLSKA KRAJEM PARTNERSKIM”

W związku z przyznanym statusem Kraju Partnerskiego, Polska Organizacja Turystyczna przygotowała, wraz ze studiem Platige Image, kampanię skierowaną do mieszkańców Berlina oraz uczestników Międzynarodowych Targów Turystycznych ITB.

Biała kostka mieszcząca się na dłoni, jako symbol Polski.

Sympatyczne stwory uśmiechające się do przechodniów na ulicach Berlina.

Najnowocześniejsze technologie 3D i spektakularny pokaz filmowy na otwarciu targów ITB. INTRYGUJĄCO I NOWOCZEŚNIE.

Tak będziemy promować w Niemczech polską turystykę.

Główne wątki tej kampanii, to polska różnorodność, kreatywność i nowoczesność.

Mówimy wprost - Polska to kraj w dobrym stylu.

Celem kampanii jest przedstawienie Polski, jako kraju intrygującego i oryginalnego, mającego unikatowe w skali Europy walory turystyczne kraju, który jest młody duchem, stawia na kreatywność i odważnie stosuje nowoczesne rozwiązania. Chcemy pokazać, że Polska to kraj inspirujący i w dobrym stylu.

ELEMENTY KAMPANII

KOSTKA

Symbolem Polski w kampanii jest biała kostka mieszcząca się w dłoni. Używając tego powszechnego i prostego przedmiotu, komunikujemy, że jesteśmy krajem dostępnym, otwartym i trafiającym ze swoim przekazem do wszystkich.



KAMPANIA WIZERUNKOWA W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ BERLINA

Bohaterami kampanii na targach ITB będzie pięć sympatycznych i intrygujących postaci tzw. stworki. Inspirowane są modą na „urban toys”, które robią na świecie prawdziwą furorę.

Sympatyczne stworki będą symbolizować Polskę i w niestandardowy sposób promować jej cechy: kreatywność, nowoczesność oraz witalność. Każda z postaci będzie miała na swoim korpusie jedną z liter słowa POLEN oraz wkomponowane w sylwetki w różnych konfiguracjach, piłki futbolowe, przez co chcemy jeszcze intensywniej promować polskie przygotowania do Euro 2012.

Barwne stworki to wybuchowa mieszanka stylów. Chcemy, by postaci te uruchamiały wyobraźnię odbiorcy i były jak kolorowe szkiełka, przez które każdy będzie mógł obejrzeć Polskę w nowym, oryginalnym wydaniu.

Bohaterowie kampanii pokazują, że Polska to kraj niezwyklej różnorodności: kulturowej, krajobrazowej i rozrywkowej. Miejsce, które kojarzone jest z witalnością, pasją i twórczą energią. Wizerunek każdej z pięciu postaci będzie kluczowym elementem spójnej kampanii promocyjnej obejmującej działania outdoorowe, prasowe i co najistotniejsze, działania w przestrzeni publicznej Berlina.

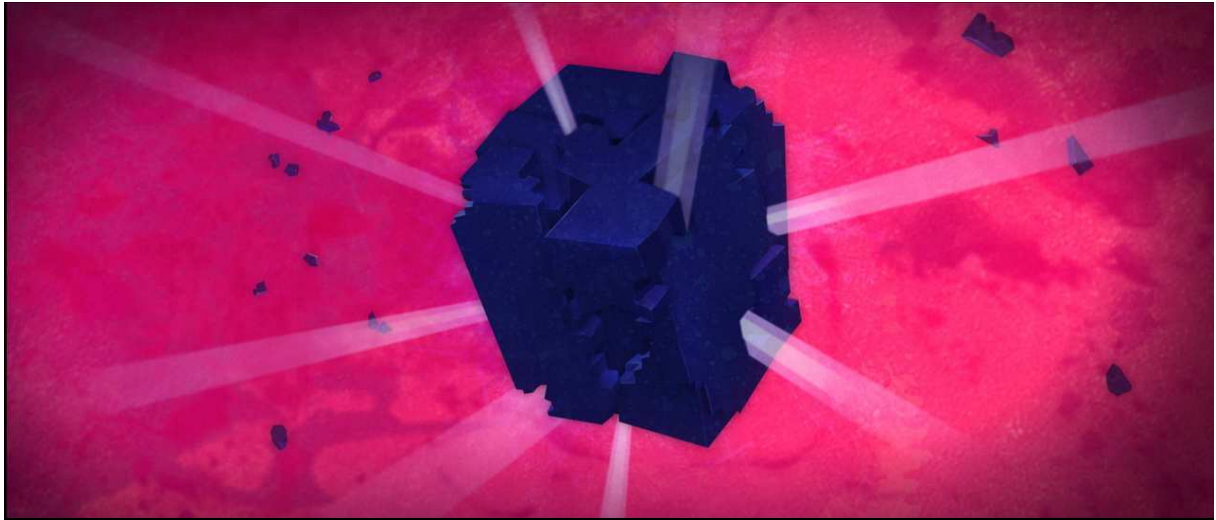
WIECZÓR OTWARCIA

Kluczowym elementem kampanii wizerunkowej w Berlinie jest przygotowanie uroczystości otwierającej targi ITB, z udziałem 4500 gości - przedstawicieli branży turystycznej z całego świata. Polska, jako gość honorowy: Oficjalny Kraj Partnerski ITB, odpowiada za przygotowanie widowiska otwierającego targi.

Głównym punktem wieczornej gali jest, przygotowany przez Platige Image, pod kierunkiem znanego artysty i reżysera Tomasza Bagińskiego, multimedialny pokaz - opowieść o Polsce, w 3D. Każdy z widzów, poruszając białą kostką, będzie mógł wejść w interakcję ze światem 3D, stworzonym za pomocą komputerowej animacji. Ruch kostki wyzwałać będzie reakcję trójwymiarowych elementów na ekranie, dzięki czemu widownia będzie mogła samodzielnie wybierać sposób zwiedzania Polski, uruchamiając filmy przedstawiające jej walory.

FILMY 3D

Filmy będą elementem widowiska przygotowanego na wieczór otwarcia targów ITB. Ich tematem jest m.in.: polska przyroda, kultura, turystyka oraz Euro 2012 w Polsce. W zależności od zagadnienia, różna będzie ich stylistyka. M.in. współczesny komiks; bardzo malarski i poetycki spot pokazujący Polskę „od morza do Tatr”; zrealizowaną na podobieństwo reklam sportowych etiudę na temat EURO 2012; zadziwiający film o kulturze i duże taneczne przedstawienie oparte na motywie zmiany pór roku, gdzie równie ważną rolę jak taniec, będą odgrywały ogromny ekran i animacje w technice 3D.



Puentą widowiska będzie spektakularny pokaz taneczny grupy VOLT oraz tancerzy poszczególnych edycji programu „You Can Dance” w choreografii Agustina Egurroli.

Będzie to mini spektakl o czterech porach roku, pokazanych przez ruch i ekspresję tancerzy. Widowisko połączone będzie z trójwymiarową projekcją graficzną, która będzie odzwierciedlać i multiplikować ich ruchy.

Polskim akcentem w tanecznym show będą również nawiązania do folkloru i tańców narodowych w nowoczesnym wydaniu.

Po oficjalnej uroczystości, wszyscy uczestnicy zostaną zaproszeni na typowo polski poczęstunek przygotowany pod kierunkiem znakomitego polskiego kucharza Roberta Sowę. Atmosferę poczęstunku umilą występy artystyczne.



POZOSTAŁE DZIAŁANIA PROMOCYJNE KRAJU PARTNERSKIEGO

Partnerstwo Polski na ITB 2011 to także wiele innych działań promocyjnych, z których najważniejsze to:

- ✓ reklama na terenach targowych i w najważniejszych miejscach Berlina (reklama na budynku Ambasady RP w Berlinie, Dworcu Kolejowym Hauptbahnhof i wielu innych wybranych miejscach)
- ✓ liczne konferencje prasowe
- ✓ działalność polskiego centrum prasowego na stoisku
- ✓ informacje prasowe i newslettery
- ✓ szeroka obecność Polski na terenach targowych i promocja w halach młodzieżowej, kulturowej, wellness i spa
- ✓ Dni Kuchni Polskiej w Hotelu Steigenberger Berlin
- ✓ Wioska sportowa w centrum Berlina
- ✓ Liczne wystawy, prezentacje, seminaria

