

Koncepcja programowa udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju

- aktualizacja

**Komisarz Generalny Sekcji Polskiej
Światowej Wystawy EXPO 2020 w Dubaju**

Dokument przyjęty przez Radę Ministrów na posiedzeniu w dniu 15 grudnia 2020 r.
(RM-24-271-20)

Niniejszy dokument stanowi uaktualnioną wersję *Koncepcji Programowej udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju* przyjętej przez Radę Ministrów w dniu 20 grudnia 2018 r. (RM-24-251-18). Koncepcja została opracowana przez Zespół EXPO w Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. i uwzględnia efekty prac przygotowawczych przeprowadzonych do 10 lipca 2020 r., zarówno w sferze programowej, jak i organizacyjnej.

Aktualizacji dokonano w związku z decyzją Zgromadzenia Ogólnego Międzynarodowego Biura Wystaw w Paryżu, podyktowaną pandemią koronawirusa, a dotyczącą przesunięcia o rok terminu organizacji Światowej Wystawy EXPO 2020 w Dubaju. Nowe ramy czasowe Wystawy to: 1 października 2021 r. – 31 marca 2022 r. Jednocześnie podjęto decyzję o zachowaniu pierwotnej nazwy wydarzenia „EXPO 2020”.

Ze względu na zaistniałą sytuację niezbędne stało się przemodelowanie Koncepcji programowej i uwzględnienie w niej obecnych realiów gospodarczych oraz nowych zasad funkcjonowania społecznego, a także dokonanie zmian w harmonogramie realizacji projektu.

Ważną osią zmian w Koncepcji programowej, wychodzącą naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom polskich przedsiębiorców, jest zaktualizowana propozycja programu gospodarczego, który został rozbudowany oraz przystosowany do nowych warunków.

Koncepcję uzupełniono również o propozycje następujących resortów i instytucji: Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, Ministerstwo Klimatu i Środowiska oraz Polska Organizacja Turystyczna.

Spis treści

Spis treści.....	3
1. WSTĘP	6
1.1 EXPO 2020 w Dubaju – idea i założenia Wystawy	6
1.2 Sytuacja na świecie a EXPO 2020 w Dubaju.....	7
1.3 Temat przewodni i podtematy EXPO 2020 w Dubaju.....	9
1.4 Teren Wystawy	9
1.5 Goście Wystawy	10
1.6 Organizacja EXPO – współpraca z MŚP	10
2. POLSKA NA WYSTAWACH ŚWIATOWYCH EXPO	11
3. CELE UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020 W DUBAJU	12
4. POLSKA INTERPRETACJA TEMATU PRZEWODNIEGO: HASŁO PRZEWODNIE	12
5. GRUPY DOCELOWE	13
6. ORGANIZACJA UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020	14
6.1. Zespół EXPO w PAIH.....	14
6.2. Współpraca z instytucjami	14
6.3. Obsługa Pawilonu Polski	16
7. PAWILON I EKSPOZYCJA	16
7.1. Wątki merytoryczne.....	18
7.2. Projekt architektoniczny i scenograficzny.....	18
7.3. Założenia narracyjne i ścieżka zwiedzania w Pawilonie Polski	19
7.4. Strefa komercyjna	22
7.5. Strefa dzieci.....	23
8. PROGRAM GOSPODARCZY: WSPARCIE POLSKICH FIRM W RAMACH UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020 W DUBAJU	24
8.1. Założenia programu gospodarczego	24
8.2. PZEA – podstawowe informacje gospodarcze	25
8.3. Ramy czasowe programu gospodarczego.....	26
8.4. Instytucje zaangażowane w realizację programu gospodarczego.....	26
8.5. Formy wsparcia przedsiębiorców przed EXPO 2020 w Dubaju	27
8.5.1. Współpraca z polskimi firmami - tworzenie ekspozycji Pawilonu Polski	28
8.5.2. Program partnerstwa komercyjnego	29
8.5.3. Wsparcie finansowo-organizacyjne: Polskie Mosty Technologiczne.....	31
8.5.4. Wsparcie finansowo-organizacyjne: <i>Go to Brand</i>	32
8.5.5. Cykl webinarów - przygotowanie do ekspansji na rynki bliskowschodnie	35
8.5.6. Katalog przedsiębiorców on-line	35
8.5.7. Wspólna Komisja ds. Współpracy Gospodarczej	36
8.6. Formy wsparcia przedsiębiorców w trakcie EXPO 2020 w Dubaju.....	36
8.6.1. Polsko-Emirackie Forum Gospodarcze	37

8.6.2.	Polish Games Show	37
8.6.3.	Organizacja promocyjnych wydarzeń branżowych.....	38
8.6.4.	Rezerwacja przestrzeni biznesowych w Pawilonie	38
8.6.5.	Program partnerstwa komercyjnego	38
8.7.	Formy wsparcia przedsiębiorców po EXPO 2020 w Dubaju	38
8.7.1.	Wykorzystanie budynku Pawilonu Polski	39
9.	WYDARZENIA ORAZ PROGRAMY TOWARZYSZĄCE	40
9.1.	Narodowy Dzień Polski	41
9.2.	Program polityczno-dyplomatyczny	41
9.2.1.	Stan relacji dwustronnych Polska - PZEA.....	41
9.2.2.	Relacje Polski z państwami regionu	42
9.2.3.	Komponenty programu polityczno- dyplomatycznego	42
9.2.4.	Podmioty zaangażowane	44
9.3.	Program promocji kultury	44
9.4.	Program promocji nauki	45
9.5.	Program promocji turystycznej.....	45
9.6.	Program promocji polskich rozwiązań w zakresie urbanistyki i polityki miejskiej, w tym promocja Światowego Forum Miejskiego w Katowicach w 2022 r.....	46
9.7.	Program promocji regionalnej	47
9.8.	Założenia i cele programów regionalnych	47
9.8.1.	Ramy czasowe i formy promocji regionów.....	48
9.8.2.	Komponenty gospodarcze w programach regionalnych	49
9.8.3.	Regionalne programy promocji kulturalnej i komunikacji.....	49
9.8.4.	Zakres poszczególnych programów regionalnych	50
10.	DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE	51
10.1.	Cele w obszarze komunikacji	52
10.2.	Fazy realizacji działań komunikacyjnych.....	53
10.2.1.	Faza przygotowawcza: styczeń 2018 – czerwiec 2021	53
10.2.2.	Faza realizacji (lipiec 2021 – marzec 2022).....	54
10.2.3.	Faza podsumowań: kwiecień 2022 - grudzień 2022	54
10.3.	Grupy docelowe.....	54
10.4.	Wyzwania w obszarze komunikacji.....	55
10.5.	Kluczowe przekazy	56
10.5.1.	Faza przygotowawcza: styczeń 2018 – czerwiec 2021	56
10.5.2.	Faza realizacji: lipiec 2021 – kwiecień 2022.....	56
10.5.3.	Faza podsumowań: kwiecień 2022-grudzień 2022.....	57
10.6.	Narzędzia	57
10.6.1.	Media relations	57

Expo2020.Dubai

10.6.2.	Digital/content marketing.....	58
10.6.3.	Współpraca komunikacyjna z Organizatorem EXPO 2020.....	58
10.6.4.	Materiały promocyjne	59
10.6.5.	Kampania online promująca Pawilon Polski	59
10.7.	Komunikacja bezpośrednia w Pawilonie Polski	59
10.8.	Wydawnictwa specjalne i materiały promocyjne	60
10.9.	Model realizacji działań komunikacyjnych.....	60
11.	HARMONOGRAM PRZYGOTOWANIA UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020 W DUBAJU	60
12.	EWALUACJA UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020	62
13.	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA PROJEKTU	63
13.1.	Budżet projektu	64

1 WSTĘP

Organizatorzy Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju (dalej: EXPO 2020 w Dubaju lub EXPO 2020 lub Wystawa) pragną, by Wystawa ta, organizowana po raz pierwszy w kraju arabskim, stała się nie tylko miejscem prezentacji niezwykłych projektów architektonicznych czy wynalazków na miarę telewizji czy telefonii, ale przede wszystkim była okazją do zaprezentowania globalnych innowacji oraz sposobem

na zaangażowanie globalnej społeczności do inicjowania osiągnięć i innowacyjnych rozwiązań, które pozwolą na pozostawienie przyszłym pokoleniom wartościowej spuścizny społecznej i gospodarczej.

1.1 EXPO 2020 w Dubaju – idea i założenia Wystawy

EXPO 2020 w Dubaju ma stanowić powrót do pierwotnych założeń wystaw światowych. Organizowane od 1751 r. (a w formie zbliżonej do obecnej od 1851 r.) wystawy EXPO początkowo były forum prezentacji osiągnięć naukowych oraz dzielenia się wiedzą i nowymi możliwościami techniki, ale też miejscem wspólnej debaty światowej dotyczącej prezentowanych technologii, materiałów i pomysłów oraz poszukiwania odpowiedzi na globalne problemy świata. EXPO tworzyły też przestrzeń dla wielokulturowych spotkań, podczas których uczestnicy i odwiedzający mogli dzielić się pomysłami, uczyć się wzajemnie od siebie oraz współpracować w celu rozwiązania wspólnych problemów. Z czasem nastąpił zwrot prezentacji na wystawach EXPO w kierunku trendów społecznych i kulturowych. Ekspozycje coraz bardziej odpowiadały potrzebom promocji krajów, stały się narzędziem marketingu nowych idei kulturowych, otwierały drzwi do promowania różnych dziedzin życia oraz nowych obszarów zainteresowań. Punkt ciężkości z osiągnięć w dziedzinie inżynierii czy nauki przesunął się w kierunku promocji marki kraju czy zwiększania zysków z turystyki.

EXPO 2020 w Dubaju ma być wystawą integrującą. Stąd dążenie Organizatorów by zaprosić do udziału jak największą liczbę krajów, dbałość o stworzenie równych warunków dla prezentacji dorobku wszystkich krajów, także tych uboższych (zasada jeden kraj – jeden pawilon), jak również planowanie przyciągnięcia najwyższego w historii wystaw EXPO odsetka zagranicznych gości (70%). Swój udział w Wystawie potwierdziło ponad 200 państw i organizacji. Gospodarze podkreślają, że organizacja Wystawy w tej części świata umożliwi prezentację dorobku krajów (m.in. z terenów Afryki, Azji i Bliskiego Wschodu), które dotychczas miały utrudniony dostęp - ze względu na odległość oraz czynniki finansowe - do rzeczywistego (merytorycznego) udziału w EXPO.

Organizatorzy EXPO 2020 w Dubaju podkreślają, że wychodzą do świata z prostym przesłaniem. W świecie, który jest coraz bardziej niezależny, wyzwania, które stoją przed każdym państwem czy regionem są globalne. Często rozwiązanie tych problemów jest poza zasięgiem jednego państwa czy regionu, dlatego warto działać wspólnie, ponadnarodowo, aby razem osiągnąć sukces. Wspólne cele i aspiracje, mogą być osiągnięte tylko wtedy, gdy połączymy siły i będziemy pracować razem.

Ze względu na bezprecedensową sytuację związaną z pandemią COVID-19, Zgromadzenie Ogólne Międzynarodowego Biura Wystaw (BIE) w Paryżu podjęło decyzję o zmianie terminu Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju. Głosowanie krajów członkowskich BIE trwało od 24 kwietnia do 29 maja 2020 r. i było następstwem rekomendacji rządu Zjednoczonych Emiratów Arabskich oraz Komitetu Sterującego Wystawy Światowej EXPO 2020. Nowe ramy czasowe dla EXPO 2020 to: 1 października 2021 r. – 31 marca 2022 r. Polska, podobnie jak wszystkie kraje, które wzięły udział w głosowaniu zagłosowała za przesunięciem Wystawy o rok. Choć pandemia wywiera ogromny wpływ – nie tylko na światową gospodarkę i gospodarki wszystkich krajów, ale także na relacje i zachowania społeczne, żaden kraj nie zrezygnował z udziału w EXPO 2020. Zarówno jednak dla Organizatorów, jak

i uczestników Wystawy oczywistym stało się, że niezbędne jest zrewidowanie wielu dotychczasowych założeń i celów.

W odniesieniu do udziału Polski w Wystawie główny nacisk został położony na zrewidowanie obszaru promocji gospodarczej. Kryzys gospodarczy, będący skutkiem pandemii, wymusił na przedsiębiorcach poszukiwanie nowych klientów i nowych rynków zbytu z powodu zubożenia i spłylenia rynku wewnętrznego. W tej sytuacji niezbędne jest przemodelowanie wszelkich dotychczas planowanych działań w obszarze gospodarczym i ukierunkowanie ich na maksymalne zniwelowanie strat i wsparcie indywidualnych przedsiębiorców w sposób systemowy. Szczęólnego znaczenia nabiera tworzenie nowych szans, jakie dla polskich przedsiębiorców stwarza udział Polski w EXPO 2020 w Dubaju w kontekście walki z gospodarczymi skutkami pandemii.

1.2 Sytuacja na świecie a EXPO 2020 w Dubaju

Wystawy Światowe swój unikatowy charakter i niezwykłą popularność zawdzięczają skupieniu w jednym miejscu szerokiej publiczności międzynarodowej, której dorobek kulturalny, techniczny oraz naukowy przedstawić mogą wszystkie kraje oraz narody świata. Ten ściśle międzynarodowy charakter oznacza, że zarówno kształt oraz przebieg Wystawy jest determinowany przez bieżącą sytuację polityczną, społeczną oraz gospodarczą na świecie. Ten aspekt funkcjonowania Wystaw Światowych nabiera szczególnego znaczenia ze względu na bezprecedensową sytuację, w której znaleźli się nie tylko Organizatorzy i uczestnicy EXPO Dubaj 2020, ale wszystkie kraje i narody świata.

W dniu 11 marca 2020 r. Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) ogłosiła, że spowodowana koronawirusem SARS-CoV-2 choroba COVID-19 może być określana jako pandemia, a skala rozprzestrzeniania się koronawirusa na świecie w czerwcu 2020 r. przekroczyła 7 mln zakażonych osób. Wirus dotarł do wszystkich krajów świata w tempie i skali dotychczas niespotykanej, co wymusiło poważne zmiany w funkcjonowaniu nie tylko w obszarze gospodarczym, ale przede wszystkim społecznym, znacząco zmieniając codzienne funkcjonowanie wszystkich ludzi. O przesunięciu imprez na późniejsze terminy zdecydowali się organizatorzy Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, Copa America, Festiwalu w Cannes, Eurowizji, Igrzysk Olimpijskich w Japonii oraz imprez targowych na świecie (m.in. Targi ITB, Hannover Messe, Salon Motoryzacyjny w Genewie).

Decyzja o przesunięciu Wystawy o rok wynika z obaw, zarówno Zjednoczonych Emiratów Arabskich, jak i krajów-uczestników, związanych z wpływem pandemii na podstawową miarę sukcesu każdej Wystawy, jaką jest liczba odwiedzających, a w szczególności gości zagranicznych. O ile kwestie podróży międzynarodowych z czasem zostaną dostosowane do nowych, post-pandemicznych realiów, to jednak kwestie gotowości ludzi do swobodnego podróżowania, uczestniczenia w dużych zgromadzeniach czy przeznaczenia środków finansowych na potrzeby dalszego rządu, może stanowić poważne wyzwanie dla Organizatorów Wystawy. Bez zwiedzających – zarówno zwykłych turystów, rodzin, grup szkolnych, ale także tych instytucjonalnych – przedstawicieli państw, instytucji międzynarodowych, biznesu – nie będzie możliwa realizacja celów (promocyjnych, edukacyjnych, gospodarczych), dla jakich Wystawy Światowe są organizowane. Konieczne zatem jest dostosowanie szeregu proponowanych rozwiązań do rzeczywistości „post-covidowej”, co w przypadku EXPO oznacza zadbanie o procedury bezpieczeństwa dla obsługi pawilonu, aktualizację koncepcji programowej w wymiarze działań wymagających bezpośrednich relacji na miejscu oraz przede wszystkim uwzględnienia nowych zasad społecznych przy projektowaniu contentu pawilonu. Należy zatem uwzględnić przede wszystkim bezpieczeństwo poprzez dystans, które przełoży się na komfort zwiedzających i pozwoli na utrzymanie wysokiej liczby zwiedzających.

Poza skutkami związanymi z bezpośrednim zagrożeniem życia, diametralną zmianą w sposobie organizacji życia społecznego (wprowadzenie obostrzeń zmieniających działanie w przestrzeniach publicznych) oraz poważnymi ograniczeniami w transporcie międzynarodowym, ogromne straty poniosła światowa oraz polska gospodarka. Wiele państw stanęło przed podobnym dylematem wyboru pomiędzy zapewnieniem bezpieczeństwa swoim obywatelom a ratowaniem krajowej gospodarki.

Ze względu na bezprecedensową skalę rozprzestrzeniania się wirusa reakcje wielu państw różniły się od siebie znacząco: od zupełnych zakazów poruszania się oraz całkowitego zawieszenia działalności gospodarczej, po brak reakcji i stosowanie zaleceń i rekomendacji w zakresie zachowania w przestrzeni publicznej. Niestety, żadna strategia nie zagwarantowała zahamowania liczby zakażeń oraz zabezpieczenia gospodarek.

Kryzys gospodarczy, będący skutkiem pandemii, wymusił na przedsiębiorcach poszukiwanie nowych klientów i nowych rynków zbytu z powodu zubożenia i spłylenia rynku wewnętrznego.

Bezpośrednim skutkiem walki z pandemią jest i będzie niespotykany w ostatnich latach spadek międzynarodowej wymiany gospodarczej. Z uwagi na zamknięcie granic, centrów handlowych, restauracji, obiektów kulturalnych i sportowych, w najbliższych miesiącach drastycznie spadnie konsumpcja prywatna. Część sektorów gospodarczych, jak branża rozrywkowa, restauracyjna, a przede wszystkim branża turystyczna i transportowa, musi przygotować się na gwałtowne spowolnienie. W Polsce w pierwszej kolejności koronawirus dotknął branżę eventową i turystyczną. Kolejne restrykcje, które dotyczyły zamknięcia galerii handlowych, wpłynęły na cały sektor sprzedaży detalicznej oraz usługowej. Odczuwają to zarówno poszczególne przedsiębiorstwa, jak i krajowy budżet, który zostanie pozbawiony znaczącej wartości wpływów podatkowych.

Skutki długofalowe dla gospodarki zależą od czasu trwania pandemii, ale należy przygotować się na spowolnienie gospodarcze, a nawet recesję. Z kolei skutki społeczne mogą być ogromne ze względu na zwolnienia wymuszone okresem pandemii, co oznacza dla części społeczeństwa utratę źródła utrzymania. Dotyczyć to będzie szczególnie osób zatrudnionych w sektorze MŚP, który może doświadczyć ogromnej fali bankructw.

Polskie firmy dotychczas przejawiały niską skłonność do poszukiwania szans na rynkach zagranicznych i tylko niewielki odsetek firm uwzględniał w swych planach rozwoju ekspansję międzynarodową. Było to spowodowane w dużej mierze silnym popytem wewnętrznym, który nie wymuszał na przedsiębiorcach konieczności poszukiwania nowych nabywców oraz nowych rynków zbytu. Firmy, które decydowały się na ekspansję w zdecydowanej większości kierowały się do krajów europejskich, gdyż te oferowały oprócz bliskości geograficznej, również wysokie marże, bezpieczeństwo prawne, ograniczone ryzyko kursowe, czy też podobną kulturę biznesu.

Prawdopodobny scenariusz powstania kryzysu gospodarczego w efekcie pandemii wymusi na przedsiębiorcach poszukiwanie nowych klientów i nowych rynków zbytu z powodu zubożenia i spłylenia rynku wewnętrznego, czy dotychczasowych rynków docelowych. W tej sytuacji niezbędne jest przemodelowanie wszelkich dotychczas planowanych działań w obszarze gospodarczym i ukierunkowanie ich na maksymalne zniwelowanie strat i wsparcie indywidualnych przedsiębiorców w sposób systemowy. Warto w tych planach uwzględnić udział Polski w Wystawie Światowej, przy czym niezbędna jest zmiana pierwotnych założeń i celów projektu.

1.3 Temat przewodni i podtematy EXPO 2020 w Dubaju

„Connecting Minds, Creating the Future - łącząc umysły, tworzymy przyszłość” to temat przewodni EXPO 2020, który podkreśla zbliżenie narodów i ludzi poprzez współpracę. Hasło EXPO 2020 zwraca uwagę, że wyzwania dzisiejszego świata są tak złożone i skomplikowane, że nie sposób ich rozwiązać w izolacji. Aby sprostać globalnym problemom, należy działać razem, bez względu na szerokość geograficzną, bariery instytucjonalne czy różnice kulturowe. EXPO 2020 ma być platformą współpracy, przykładem na to, jak wiele można osiągnąć, łącząc siły w celu sprostania globalnym wyzwaniom.

Hasło przewodnie EXPO 2020 złożone jest z trzech podtematów: Opportunity (Szanse), Mobility (Mobilność) i Sustainability (Zrównoważony Rozwój).

Uczestnicy EXPO 2020 mają dowolność w wyborze hasła przewodniego i interpretacji wszystkich lub wybranego podtematu. Organizatorzy EXPO 2020 zachęcają uczestników, aby hasła EXPO 2020 przełożyli kreatywnie zarówno na całość swojej ekspozycji, jak i wszystkie swoje działania podczas Wystawy. By ich w tym wesprzeć, Organizatorzy dokonali własnej interpretacji znaczeniowej podtematów:

- Opportunity (szanse) – wezwanie do odnalezienia potencjału kreatywności, która drzemie w ludziach i w społeczeństwach. Ten obszar obejmuje takie zagadnienia jak edukacja, zatrudnienie, nowe technologie, kapitał finansowy czy zarządzanie.
- Mobility (mobilność) - skupia się na mądrzejszym i bardziej efektywnym wykorzystaniu mobilności ludzi oraz wymiany dóbr i idei. To propozycja dyskusji poświęconej transportowi, podróżom, badaniom, logistyce czy i łączności cyfrowej.
- Sustainability (zrównoważony rozwój) – manifest życia w zgodzie i w równowadze z naszą planetą. Inspiracja dla działań dla ochrony ekosystemów, efektywnego zarządzania zasobami, ochrony środowiska naturalnego, łagodzenia zmian klimatycznych

Niezależnie od przyjętej strategii, wybór tematyki ekspozycji jest traktowany przez Organizatorów bardzo formalnie. Teren EXPO został bowiem podzielony na strefy wyznaczone przez podtematy. Lokalizacja pawilonu narodowego została wskazana przez Organizatorów po zadeklarowaniu przez kraj – uczestnika tematu przewodniego ekspozycji.

1.4 Teren Wystawy

Teren EXPO 2020 w Dubaju zajmuje obszar ponad 4 km². Dostęp do niego będzie możliwy przez 4 główne bramy wejściowe. Dojazd z centrum miasta odbywać się będzie metrem, specjalnym transportem autobusowym, taksówkami oraz samochodami prywatnymi. Kształt terenów Wystawy został podporządkowany trójpodziałowi na podtematy. W każdej ze stref tematycznych Organizatorzy przewidzieli cztery rodzaje przestrzeni ekspozycyjnych, w których uczestnicy Wystawy będą mogli zaprezentować swoje osiągnięcia.

Pawilony budowane samodzielnie przez kraje uczestniczące w Wystawie o największych powierzchniach (typ 1) zlokalizowane będą na zewnątrz obszarów tematycznych (Opportunity, Mobility, Sustainability) na działkach o wielkości od 1500 m² do 6000 m². Jest ich 71, przy czym tylko 50 będzie przeznaczona dla oficjalnych uczestników. Mniejsze pawilony budowane samodzielnie przez uczestników (typ 2) oraz pawilony budowane przez Organizatorów i dzierżawione przez uczestników (typ 3) zlokalizowane są w środkowej części każdej ze stref.

W każdej ze stref planowana jest lokalizacja pawilonów najlepszych praktyk (typ 4), które będą udostępniane nieoficjalnym uczestnikom (firmom, organizacjom pozarządowym). Teren EXPO 2020 został tak zaprojektowany, by dojście pieszo z każdego z czterech wejść na EXPO do centralnego

miejsca Wystawy – tj. placu Al Wasl Plaza (eng: Connection Plaza) nie zajmowało więcej niż 13 minut. Zgodnie z zapowiedziami Organizatorów ponad 80% infrastruktury zbudowanej na EXPO 2020 będzie efektywnie wykorzystywana w celach biznesowych po zakończonej Wystawie. Co do zasady pawilony wybudowane przez oficjalnych uczestników będą musiały zostać rozebrane, a działki zwrócone Organizatorom w stanie przywróconym do pierwotnego. Z roboczych kontaktów z Organizatorami EXPO wynika, że wytypowali oni 12 pawilonów, które mają pozostać po zakończeniu Wystawy, jako rodzaj upamiętnienia organizacji Wystawy Światowej w Państwie Zjednoczonych Emiratów Arabskich. W tej ekskluzywnej grupie znalazł się także Pawilon Polski, który ze względu na unikalne walory architektoniczne od początku wzbudzał ogromne zainteresowanie wśród Organizatorów i pozostałych uczestników Wystawy.

1.5 Goście Wystawy

Pierwotne szacunki Organizatora podawały¹, że ogólna liczba unikalnych odwiedzających EXPO 2020 osiągnie ok. 18,4 mln, z czego 12,7 mln to goście zagraniczni (69%), a 5,7 mln to goście krajowi (31%). Przeciętny zwiedzający spędzi średnio na wystawie 1,3 dnia, co daje łącznie 25 mln wizyt na EXPO. Goście krajowi spędzą średnio na EXPO więcej czasu (1,9 wizyty), co oznacza 11 mln wizyt (56%). Goście zagraniczni wygenerują 14 mln wizyt (44% ich ogółu oraz średnio 1,1, wizyty). Są to jednakże dane sprzed wybuchu pandemii. Estymacje te będą musiały zostać zweryfikowane. Goście krajowi przybędą głównie z terenu emiratu Dubaj. Z pozostałych emiratów spodziewane są znacząco mniejsze liczby zwiedzających.

Wśród gości zagranicznych największą grupę stanowią będą przyjeżdżający docelowo na EXPO 2020. Znacznie mniejszą grupą będą zaś przyjezdni tranzytowi, zwiedzający Wystawę przy okazji przejazdu przez Dubaj. Największy ich odsetek dotrze na EXPO transportem lotniczym (poprzez Dubaj International Airport – 84%).

Największą grupę zagranicznych zwiedzających stanowią będą mieszkańcy szeroko rozumianego Półwyspu Indyjskiego – 22% (Indie, Pakistan, Bangladesz, Nepal, Sri Lanka, Afganistan). Na drugim miejscu znajdują się przyjezdni z obszaru Europy Zachodniej – 18% (Wielka Brytania, Irlandia, Francja, Niemcy, Szwajcaria, Austria, Włochy, Hiszpania, Portugalia, Belgia, Holandia, Norwegia, Szwecja, Dania, Finlandia). Trzecia pod względem liczebności grupa to mieszkańcy krajów Zatoki Perskiej – 16% (Arabia Saudyjska, Oman, Kuwejt, Bahrajn, Katar). Na kolejnych miejscach znajdują się zwiedzający z terenu Afryki (10%), Azji (9%), Bliskiego Wschodu (6,8%). Z terenu Europy Wschodniej spodziewane jest tylko 2,3 % gości EXPO.

1.6 Organizacja EXPO – współpraca z MŚP

Organizatorzy EXPO 2020 w Dubaju deklarują dużą otwartość na współpracę przy realizacji projektu EXPO z firmami z sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). To właśnie MŚP mają realizować poszczególne zamówienia związane z tworzeniem infrastruktury czy obsługą Wystawy. Współpraca będzie przebiegać za pomocą interaktywnej platformy internetowej służącej nawiązywaniu współpracy handlowej i gospodarczej, dla B2B, B2C czy B2G (Interactive on-line market place supporting business connectivity and growth). Platforma ma za zadanie służyć rozwojowi współpracy gospodarczej, handlowej oraz internacjonalizacji małych i średnich firm poprzez promocję, prezentację ofert czy udział w zamówieniach publicznych związanych z EXPO 2020. Organizatorzy EXPO 2020 deklarują, że ponad 20% budżetu o wartości ponad 5 mld złotych przeznaczony jest na zamówienia na roboty

¹ BIE Registration Document „Connecting Minds, Creating the Future”, Expo 2020 Dubai, United Emirates.

i usługi dla zarejestrowanych małych i średnich firm. Zamówienia będą udzielane z zastosowaniem procedury zamówień publicznych.

2. POLSKA NA WYSTAWACH ŚWIATOWYCH EXPO

Polska zapisała piękne karty historii udziału w wystawach światowych. Na Wystawie Paryskiej w 1867 r. prezentowało się kilka polskich firm: warszawska fabryka fortepianów i pianin Małeckiego, atelier fotograficzne Maksymiliana Fajansa, fabryka narzędzi metalowych Troetzera oraz fabryka Lilpop i Rau z Warszawy. Byliśmy obecni i nagradzani na wystawach: wiedeńskiej w 1873 r., paryskiej w 1878 r. i 1889 r. oraz w Chicago w 1893 r.

Pierwsze w swej historii udziału w wystawach światowych pawilony Polska wybudowała w okresie dwudziestolecia międzywojennego. Polskie ekspozycje charakteryzowały nie tylko ciekawe formy architektoniczne pawilonów i ich rozmach, ale także interesujące ekspozycje wewnętrzne prezentujące zarówno naszą historię, jak i współczesne dokonania gospodarcze oraz wyroby polskich firm.

Hasłem wystawy w Paryżu w 1937 r. było: "Sztuka i technika w nowoczesnym życiu". Pawilon Polski zbudowany został z kilku konstrukcji połączonych portykami i szerokimi galeriami. Znaczną część powierzchni wystawowej zajął Pawilon Gospodarczy, w którym prezentowane były wyroby wielu polskich firm. Na terenie ekspozycji funkcjonowała także polska restauracja.

Wystawa w 1939 r. w Nowym Jorku zorganizowana została pod hasłem: „Budowanie świata jutra”. Pawilon Polski wzniesiono na terenie o powierzchni 2 tys. metrów kwadratowych. Akcentem wejściowym była ażurowa wieża o wysokości 50 m, wzorowana na polskich basztach średniowiecznych i przystosowana do modernistycznego charakteru Wystawy. U wejścia stał pomnik Władysława Jagiełły.

Wybuch II wojny światowej pokrzyżował plany organizacji w Polsce (w Warszawie) wystawy światowej w 1944 r. Wystawa miała się odbyć na terenie zajmowanym obecnie przez Stadion PGE Narodowy i otaczające go błonia.

Z oczywistych przyczyn powrót Polski na EXPO po II wojnie światowej okazał się bardzo trudny. Pojawiliśmy się dopiero w 1992 r. w Sewilli. Od tamtej pory jesteśmy stałymi uczestnikami wystaw, a kolejne polskie ekspozycje zyskują zasłużoną światową renomę. Po EXPO w Sewilli, Polska uczestniczyła w wystawach w: Lizbonie (1998), Hanowerze (2000), Aichi (2005), Saragossie (2008), Szanghaju (2010), Mediolanie (2015), Astanie (2017).

W okresie powojennym pierwszy własny pawilon narodowy wybudowaliśmy na EXPO w Hanowerze w 2000 r. Tematem przewodnim wystawy było przesłanie „Człowiek – Przyroda – Technika”. Polski pawilon miał powierzchnię ponad 1,4 tys. m². Kolejne pawilony były budowane na wszystkich tzw. dużych wystawach EXPO. W 2005 r. w Aichi w Japonii (temat przewodni „Macierz natury – sztuka życia – ekologia”) powstał pawilon z ratanową fasadą o powierzchni blisko 800 m². Na wystawie w Szanghaju w 2010 r. pawilon Polski miał powierzchnię 1200 m², a fasada nawiązywała do wzorów wycinanki ludowej (hasło wystawy: „Lepsze miasto – lepsze życie”). Kolejne EXPO w 2015 r. w Mediolanie zorganizowane zostało pod hasłem „Wyżywienie planety, energia dla życia”, a polska ekspozycja o powierzchni ok. 2000 m² kryła się za ażurową fasadą, nawiązującą do drewnianej skrzynki na jabłka. Zwiedzający rozpoczynali swoją podróż przez pawilon od dachu, gdzie znajdował się jabłoniowy sad.

3. CELE UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020 W DUBAJU

Tematyka wystaw się zmienia, niemniej główne cele udziału w tych wydarzeniach pozostają niezmiennie. W przypadku EXPO 2020 w Dubaju i ery pocovidowej przedstawiają się one następująco:

- promocja gospodarcza: wzmocnienie kontaktów gospodarczych Polski z PZEA, krajem-gospodarzem Wystawy oraz całym rejonem Bliskiego Wschodu, w szczególności w zakresie wspierania polskich przedsiębiorców w poszukiwaniu nowych rynków zbytu oraz budowaniu trwałych relacji handlowych, a także w zakresie współpracy naukowej;
- wsparcie polskich przedsiębiorców w walce z gospodarczymi skutkami pandemii COVID-19;
- budowa wizerunku: kształtowanie wizerunku Polski w obszarach związanych z tematem przewodnim Wystawy, w odniesieniu do nowych, w porównaniu z poprzednimi wystawami - grup docelowych;
- efekt „halo”: zbudowanie marki i rozpoznawalności Polski poprzez inicjowanie działań z wielu obszarów i dotarcie tym samym do różnych grup docelowych.

Na tak ogólnie zarysowanym tle, określone zostały także cele szczegółowe wyznaczające zakres działań w poszczególnych obszarach promocji tj. w odniesieniu do działań programu gospodarczego, programu polityczno-dyplomatycznego, promocji kultury, turystyki oraz programów regionalnych. Ich opis znajduje się w dalszych częściach dokumentu, dedykowanych poszczególnym obszarom.

4. POLSKA INTERPRETACJA TEMATU PRZEWODNIEGO: HASŁO PRZEWODNIE

Spośród trzech zaproponowanych przez Organizatorów podtematów, najciekawsze możliwości zaprezentowania polskiej oferty w odniesieniu do tematu przewodniego Wystawy oraz celów udziału Polski w EXPO 2020, dają podtematy **Zrównoważony Rozwój (Sustainability)** i **Mobilność (Mobility)**.

Pozwalają one na szeroką prezentację zarówno najbardziej perspektywicznych branż polskiej gospodarki, jak i polskiej oferty odpowiadającej na najważniejsze wyzwania rozwojowe świata, postrzegane przez pryzmat regionalnej specyfiki kraju gospodarza EXPO, tj. kwestie oszczędnego gospodarowania zasobami wodnymi oraz upowszechnienia dostępu do taniej i bezpiecznej dla środowiska energii, czerpanej z odnawialnych źródeł.

W Dubaju będziemy kontynuować opowieść o Polsce jako kraju, którego główny potencjał stanowią ludzie – kreatywni, pracowici, wykształceni, pełni energii i sprytu, umiejący stawić czoła wszelkim nowym wyzwaniom. Cechy te nabierają szczególnego znaczenia w nowym kontekście, jaki stworzyła pandemia COVID-19.

Hasło Polskiego Pawilonu, łączące motyw ludzkiego potencjału oraz rekomendowane przez Organizatorów tematy: zrównoważony rozwój i mobilność, brzmi: *Poland. Creativity inspired by nature.*

Hasło przewodnie udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju będziemy interpretować przez pryzmat trzech wątków tematycznych: natura, technologia, współpraca międzynarodowa.

Natura: traktujemy ją jako unikalny zasób naszego kraju, który inspiruje, z którego czerpiemy, tworząc nowe technologie, który szanujemy, rozwijając gospodarkę; przedstawiając bogactwo polskiej natury, zmienność pór roku oraz różnorodność krajobrazów, prezentujemy ofertę turystyczną naszego kraju, zapraszając do wizyty w Polsce gości z całego świata.

Technologia: pokazujemy Polskę jako kraj innowacji, kraj nowoczesnej myśli technologicznej i spektakularnego rozwoju gospodarczego; podkreślamy, że potrafimy tworzyć biznes, korzystając w sposób zrównoważony z dostępnych zasobów; prezentujemy w szczególności te obszary technologii, które wpisują się w dwa podtematy Wystawy: mobilność i zrównoważony rozwój oraz branże strategiczne z punktu widzenia rozwoju polskiego biznesu na rynkach Bliskiego Wschodu.

Współpraca międzynarodowa: tworzymy opowieść o tym, co Polacy dali światu – w kontekście biznesu, nauki, kultury, sportu, urbanistyki i polityki miejskiej i innych dziedzin; chcemy, aby każdy gość naszego pawilonu na EXPO 2020 Dubai mógł w nim odnaleźć związki z własnym krajem; z dumą prezentujemy Polaków, którzy zmieniają bieg historii i mają realny wpływ na to, w jakim świecie żyjemy.

5. GRUPY DOCELOWE

Każda kolejna wystawa światowa definiuje na nowo grupy docelowe, do których potencjalnie można dotrzeć z przekazem, biorąc w niej udział. Wpływ na to ma zarówno temat przewodni Wystawy, jak i położenie geograficzne czy poziom rozwoju gospodarczego kraju, w którym jest organizowana. W przypadku EXPO 2020 w Dubaju Organizatorzy założyli, że przyciągnie ona największy w historii wystaw światowych odsetek zwiedzających, którzy przybędą na EXPO spoza terenu PZEA. Z reguły największą grupę odwiedzających zagranicznych stanowią mieszkańcy kraju-gospodarza oraz państw ościennych i nieodległych od kraju Organizatora. W odniesieniu do grup społeczno-demograficznych warto wyróżnić zwiedzających, którzy przychodzą na EXPO w celach poznawczo-rozrywkowych (rodziny z dziećmi, młodzież, zorganizowane grupy wycieczkowe), zwiedzających szczególnie zainteresowanych merytoryką ekspozycji (naukowcy, studenci) oraz przedstawicieli szeroko rozumianego biznesu. Ponadto wystawy EXPO przyciągają także przedstawicieli mediów, organizacji społecznych i branżowych czy osoby związane z administracją rządową.

W przypadku EXPO 2020 w Dubaju Organizatorzy przedstawili szczegółowe estymacje w odniesieniu do części grupy zwiedzających krajowych, przybywających na EXPO z emiratu Dubaj, stanowiących ok. 12% ogółu unikalnych gości Wystawy². W tej grupie największy odsetek stanowią będą przedstawiciele administracji rządowej, urzędnicy wyższego szczebla, menedżerowie, specjaliści (40%), pracownicy fizyczni (np. rybacy, rzemieślnicy, operatorzy maszyn – 31%), pracownicy sfery usługowej i handlu (15%), pracownicy biurowi, eksperci szczebla od średniego do niższego (10%), osoby związane z wojskowością oraz studenci (w obu przypadkach poniżej 1% zwiedzających).

Powyższe estymacje nie mogą być traktowane jako reprezentatywne dla całej grupy zwiedzających Wystawę. Ukazują natomiast, jak bardzo zróżnicowana jest ta grupa. Tak szeroki i różnorodny przekrój zwiedzających EXPO powoduje, że przekazy komunikacyjne w ramach ekspozycji muszą zostać skonstruowane w sposób zrozumiały i atrakcyjny dla jak najszerszego kręgu odbiorców. Ponadto warto organizować wydarzenia sprofilowane, o charakterze i tematyce dopasowanej do konkretnej, wybranej grupy odbiorców.

Dodatkowo Organizatorzy przeprowadzili badania, których efektem było stworzenie opisów czterech modelowych profili gości Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju. Każdy z nich charakteryzuje inne cechy społeczno-demograficzne oraz inne motywacje, będące powodem wizyty na EXPO 2020

² BIE Registration Document „Connecting Minds, Creating the Future”, Expo 2020 Dubai, United Emirates.

(wypoczynek, rozrywka, edukacja, kultura). Analiza Organizatorów wskazuje na cztery profile odwiedzających:

- Fun Seekers – aktywni, lubiący kontakt z ludźmi, często podróżujący, średnio zamożni. Odwiedzają EXPO dla rozrywki, by uczestniczyć w ekscytujących wydarzeniach – koncertach, eventach sportowych, etc.
- Experience Seekers – żyjący intensywnie, zamożni, poszukujący wielu wrażeń, organizujący podróże samodzielnie. Przyjeżdżają na EXPO świadomie, aby poznać kultury innych krajów oraz dla rozrywki. Najlicniejsza grupa wśród gości zagranicznych.
- Self Enrichers – młodzi, aspirujący, lubiący nowości, ciekawi innowacji. Przyjeżdżają na EXPO dla bogatej oferty kulturalnej oraz możliwości zakupów. Najlicniejsza grupa wśród gości krajowych.
- Passives – ostrożnie zarządzający budżetem, nieprzepadający za nowościami, pozostający w swojej strefie komfortu. Najmniej liczna grupa gości.

6. ORGANIZACJA UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020

Dotychczas organizacja udziału Polski w kolejnych wystawach EXPO była powierzana różnym podmiotom: Krajowej Izbie Gospodarczej, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, czy poprzedniczce Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu (dalej: PAIH) – Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych. Wskazanie PAIH jako instytucji odpowiedzialnej za to zadanie – także w odniesieniu do kolejnych EXPO – może przyczynić się do profesjonalizowania procesu organizacji udziału Polski w wystawach EXPO.

6.1. Zespół EXPO w PAIH

W rezultacie przeprowadzonej w 2016 r. integracji instytucji rozwojowych zostały doprecyzowane ich obszary kompetencji, PAIH stała się wiodącą instytucją odpowiadającą za promocję polskiego eksportu, wspieranie napływu do naszego kraju bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz polskich inwestycji za granicą. Tak określony obszar odpowiedzialności Agencji spowodował przeniesienie do niej całości zadań związanych z organizacją udziału Polski w wystawach EXPO.

W dniu 7 marca 2018 r. Rada Ministrów podjęła *uchwałę nr 44/2018 w sprawie powołania Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej Światowej Wystawy EXPO 2020 w Dubaju w Zjednoczonych Emiratach Arabskich*. Funkcja ta została powierzona Panu Tomaszowi Pisuli, Prezesowi PAIH. W dniu 7 lutego 2019 r. na stanowisko Komisarza Generalnego został powołany Pan Tadeusz Kościński – ówczesny podsekretarz Stanu w Ministerstwie Przedsiębiorczości i Technologii, a następnie w dniu 25 lutego 2020 r. na stanowisko powołany został Pan Adrian Malinowski. W PAIH został utworzony Zespół EXPO działający pod nadzorem Komisarza Sekcji Polskiej, który koordynuje wszystkie prace związane z organizacją udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju. Swoje zadania PAIH realizuje pod nadzorem Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii (dalej także „MR” lub „Ministerstwo”).

Zespół EXPO jest wspierany przez Zagraniczne Biuro Handlowe w Dubaju działające przy Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu oraz pozostałe zespoły i biura obsługowe PAIH.

6.2. Współpraca z instytucjami

W celu zapewnienia na poziomie resortowym koordynacji prac nad tworzeniem założeń oraz późniejszej realizacji wielowątkowej koncepcji tematycznej oraz programowej udziału Polski

w EXPO 2020 w Dubaju organizowano spotkania obejmujące konsultacje programowe oraz prezentacje postępu prac Zespołu EXPO w PAIH w zakresie realizacji projektu.

Spotkania te dotyczyły m.in.:

- Prezentacja założeń projektu na posiedzeniu Komitetu Sterującego ds. promocji Polski na szczeblu samorządowym i obywatelskim (MSWiA), 30.01.2018
- Prezentacja założeń projektu na posiedzeniu Zespołu Zadaniowego ds. promocji gospodarki i dyplomacji ekonomicznej (MPiIT), 16.03.2018
- Omówienie założeń Koncepcji Programowej udziału Polski w EXPO Dubaj 2020 na posiedzeniu Komitetu Sterującego ds. promocji Polski na szczeblu samorządowym i obywatelskim (MSWiA), 24.04.2018
- Omówienie założeń projektu na posiedzeniu Zespołu Zadaniowego ds. promocji gospodarki i dyplomacji ekonomicznej (MPiIT), 24.05.2018
- Omówienie stanu realizacji projektu na posiedzeniu Zespołu Zadaniowego ds. promocji gospodarki i dyplomacji ekonomicznej (MPiIT), 21.03.2019
- Omówienie stanu realizacji projektu, w tym w szczególności w zakresie programów regionalnych na spotkaniu z przedstawicielami urzędów marszałkowskich (MPiIT), 21.03.2019
- Prezentacja propozycji działań promocyjnych w ramach programu edukacyjnego EXPO 2020 w Dubaju, w tym możliwości organizacji staży dla studentów polskich uczelni w Pawilonie Polski podczas spotkania dla przedstawicieli uczelni wyższych oraz Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej, (MPiIT), 27.05.2019
- Omawianie stanu prac w projekcie podczas spotkań z udziałem kierownictwa MR, Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej, Ambasadora RP w ZEA, przedstawicieli PAIH, MR i Generalnego Wykonawcy Pawilonu Polski. Na spotkaniach podejmowane były decyzje dotyczące istotnych zagadnień w projekcie. W I półroczu 2020 r. odbyło się 10 takich spotkań.
- Omawianie zweryfikowanego zakresu programu promocji gospodarczej podczas spotkań grupy ds. promocji gospodarczej powołanej w czerwcu 2020 r. z inicjatywy Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej. Do udziału w jej pracach zostali zaproszeni m.in. przedstawiciele PARP, POT, KOWR oraz innych instytucji zaangażowanych w promocję gospodarczą.

Istotnym wsparciem dla Zespołu EXPO w PAIH są współpracujące instytucje, które angażują się w poszczególne aspekty udziału w Wystawie EXPO 2020 np. w program promocji gospodarczej, kulturalnej i turystycznej. Wśród nich należy wymienić:

- Ambasada RP w Abu Zabi
- Instytucje samorządowe
- Instytut Adama Mickiewicza
- Narodowy Instytut Fryderyka Chopina
- Lasy Państwowe
- Poczta Polska
- Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa
- Narodowe Centrum Badań i Rozwoju
- Narodową Agencję Wymiany Akademickiej
- Centrum Nauki Kopernik
- Polską Organizację Turystyczną

Ponadto w PZEA żyje i pracuje obecnie ok. 2,5 tys. Polaków. Zaangażowanie środowiska Polaków w realizację programu udziału Polski w EXPO 2020 jest ważnym elementem w rozpoznaniu przestrzeni, warunków i oczekiwań kraju – gospodarza Wystawy, a jednocześnie dobrą okazją dla zaakcentowania promocji Polaków i polskich instytucji działających na terenie PZEA, w tym m.in. Szkoły Polskiej im. Wacława Seweryna Rzewuskiego z siedzibą w Dubaju. Przedstawiciele Zespołu EXPO zorganizowali spotkanie dla Polaków mieszkających w PZEA, które miało miejsce w siedzibie ZBH Dubaj w grudniu

2019 r. W trakcie spotkania ze strony uczestników padła deklaracja chęci współpracy i wsparcia zespołu w realizacji wydarzeń na miejscu w trakcie Wydarzenia.

6.3. Obsługa Pawilonu Polski

Elementem dopełniającym obecność Polski na EXPO 2020 w Dubaju, a jednocześnie istotnym wyzwaniem organizacyjnym, będzie zapewnienie odpowiedniej obsługi Pawilonu Polski. Poza realizacją zadań związanych z przekazywaniem istotnych informacji o Polsce i o założeniach merytorycznych ekspozycji, osoby zapewniające obsługę Pawilonu Polski uczestniczą czynnie w realizacji programu wydarzeń towarzyszących, stanowiąc jednocześnie wizytówkę Polski oraz istotny nośnik przekazu pozytywnych skojarzeń z naszym krajem. Stąd też kluczowym zadaniem będzie właściwa selekcja takich osób. Rekomendowanym rozwiązaniem jest nawiązanie współpracy pomiędzy Zespołem EXPO a polskimi uczelniami wyższymi i zaangażowanie do obsługi Pawilonu studentów polskich uczelni, w ramach np. realizowanych przez uczelnie programów stażowych. Taki model organizacji obsługi Pawilonu Polski został pozytywnie zweryfikowany podczas udziału Polski w Międzynarodowej Wystawie EXPO w Astanie w 2017 r. Daje on obu stronom wiele korzyści. Promując Polskę na EXPO, podkreślamy nasz największy atut – ludzi (dobrze wykształconych, przyjaznych, otwartych), a jednocześnie zapewniamy młodym ludziom możliwość zdobycia unikalnego doświadczenia zawodowego w środowisku międzynarodowym, zwiększającego ich szanse na rynku pracy.

Ponadto środki pozyskane przez uczelnie z funduszy europejskich na realizację projektów, w tym programów stażowych mogą zostać wykorzystane na pokrycie części kosztów związanych np. z transportem i zakwaterowaniem ich uczestników, pozwalając ograniczyć wydatki z budżetu projektu niezbędne na ten cel. Dlatego też Zespół EXPO zwrócił się z zaproszeniem do współpracy do Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (dalej „MNiSW”) oraz uczelni, które znalazły się na liście rankingowej konkursu organizowanego przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach programu PO WER, działanie 3.5 Zintegrowane programy uczelni (tzw. II i III ścieżka naborów przeprowadzonych w 2017 r.). Oferta współpracy w zakresie organizacji staży została skierowana do wszystkich polskich uczelni za pośrednictwem m.in. Konferencji Rektorów Akademickich Szkół Polskich. Ze względu na szeroki wachlarz działań planowanych w ramach programu udziału Polski w EXPO Dubaj 2020 na staże zaproszono studentów wszystkich kierunków, w tym ze szczególnym akcentem na: stosunki międzynarodowe, turystyka, orientalistyka, arabistyka. Zainteresowani studenci powinni dysponować określonymi kompetencjami językowymi oraz osobowościowymi. MNiSW zadeklarowało wsparcie finansowe działań związanych z organizacją staży dla studentów podczas trwania EXPO 2020. Środki zostaną przekazane wybranym uczelniom (innym niż uczelnie wyłonione w konkursie organizowanym przez NCBiR) na zorganizowanie wyjazdów stażowych wyłonionym kandydatom i pokrycie kosztów związanych z ich pobytem w Dubaju.

7. PAWILON I EKSPOZYCJA

Organizatorzy EXPO 2020 w Dubaju zaproponowali krajom uczestniczącym w Wystawie kilka możliwości ukształtowania swych przestrzeni ekspozycyjnych. Na obrzeżach 3 stref tematycznych przewidziano miejsce na ok. 50 pawilonów narodowych tzw. dużych i bardzo dużych. Ich powierzchnia użytkowa, zlokalizowana na dwóch piętrach, mieści się w przedziale 6,5 tys. – 10 tys. m². Mniejsze pawilony (tzw. średnie i małe) zostaną zlokalizowane w centralnych częściach każdej ze stref tematycznych. Ich powierzchnia użytkowa zlokalizowana także na dwóch kondygnacjach mieścić się będzie w przedziale 2,7 tys. - 3 tys. m². Do dyspozycji krajów rozwijających się Organizatorzy udostępniają ok. 90 gotowych pawilonów o powierzchni ok. 800 m² (rozmieścionych

na 2 kondygnacjach). Kraje te otrzymają także asystę przy projektowaniu i wykonaniu swoich ekspozycji narodowych. Istnieje również możliwość wydzierżawienia od Organizatorów gotowego pawilonu.

Z punktu widzenia budowy wizerunku kraju, jako najkorzystniejsze rozwiązanie dla Polski, została wybrana budowa własnego pawilonu narodowego. Nawiązuje ono do tradycji obecności Polski na wystawach światowych. Daje ponadto swobodę w kształtowaniu architektury zewnętrznej i rozmieszczenia ekspozycji wewnętrznej. Pawilony udostępniane przez Organizatora charakteryzuje relatywnie niewielka powierzchnia, na której trudno skonstruować ekspozycję zapewniającą wszystkie pożądane funkcje użytkowe.

Poza decyzją o wyborze wielkości pawilonu, istotne jest miejsce jego ulokowania na terenie wystawy. Dobra lokalizacja jest jednym z czynników, które ułatwiają przyciągnięcie dużej liczby zwiedzających. Wskaźnik dotyczący liczby zwiedzających jest obecnie jedynym wymiernym kryterium, stosowanym do badania efektywności działań promocyjnych realizowanych przez Polskę podczas EXPO, stąd istotna jest analiza wszystkich czynników mających na niego wpływ. Biorąc pod uwagę rozległość terenów wystawowych oraz estymowany średni czas pobytu zwiedzających na wystawie (1,9 wizyty w przypadku zwiedzających krajowych oraz 1,1 wizyty w przypadku zwiedzających zagranicznych) należy mieć na uwadze, że w przypadku znacznej większości zwiedzających mamy szansę tylko raz gościć ich w swoim pawilonie, w danym konkretnym dniu. Duża liczba krajów uczestniczących w Wystawie zwiększa dodatkowo konkurencję o uwagę zwiedzających. Lokalizacjami preferowanymi są miejsca w niedalekiej odległości od wejść (w przypadku Dubaju ma ich być 4, bez wskazania, które jest główne), miejsca przy węzłach komunikacyjnych (według planów Organizatorów mają być 4 stacje przesiadkowe dla wewnętrznej linii autobusowej), jak również przy największych atrakcjach dla zwiedzających (plac centralny Al Wasl Plaza, pawilon gospodarczy). Powyższe czynniki zostały szczegółowo przeanalizowane po otrzymaniu od Organizatorów propozycji lokalizacji Polskiego Pawilonu. Działka o powierzchni ok. 1870 m² przekazana Polsce spełnia powyższe wymogi. Znajduje się w części Wystawy poświęconej podtematowi „Mobilność”, w strategicznym miejscu – na przecięciu głównych szlaków komunikacyjnych, niedaleko od centralnej części Wystawy i najważniejszych obiektów na EXPO (np. pawilon gospodarczy).

Rysunek 1. Lokalizacja Pawilonu Polski na EXPO 2020 w Dubaju



7.1. Wątki merytoryczne

Cele udziału Polski w EXPO 2020 koncentrują się wokół kwestii gospodarczych. Budżet udziału Polski w Wystawie powinien zatem być traktowany jako inwestycja, która w przyszłości przyniesie korzyści polskiej gospodarce i polskim firmom. Jest to inwestycja tym bardziej cenna, że występuje w okresie walki o utrzymanie wskaźników wzrostu gospodarczego w obliczu światowego spowolnienia gospodarczego wywołanego skutkami pandemii.

Aby Pawilon Polski na EXPO 2020 spełnił właściwie swój cel, to znaczy promował pożądany wizerunek naszego kraju w kontekście tematu przewodniego wystawy, a także służył celom szeroko rozumianej promocji gospodarczej, wspierając w najbardziej efektywny sposób polskie firmy, określone zostały wątki tematyczne oraz branże, które powinny zostać zaprezentowane w trakcie naszej obecności na Wystawie. Wątki te, opisane szerzej w kolejnych punktach Koncepcji, umożliwią prezentację branż, a w ich ramach produktów i technologii polskich firm, które mają największy potencjał eksportowy na rynek gospodarza Wystawy oraz rynki krajów, z których spodziewana jest największa liczba zwiedzających.

Na wstępie, w oparciu o analizy przygotowane na potrzeby programów promocji w ramach projektu Go to Brand, wybrano branże o największym potencjale eksportowym na rynki Bliskiego Wschodu:

- branża sprzętu medycznego,
- branża kosmetyczna,
- branża tzw. „Moda Polska” obejmująca sektor odzieżowy, obuwniczy, galanteryjny oraz jubilerski,
- branża IT/ICT (w tym gamedev),
- branża meblarska,
- branża biotechnologii i farmaceutyków,
- branża usług prozdrowotnych,
- branża polskich specjalności żywnościowych,
- branża budowy i wykańczania budowli,
- branża jachtów i łodzi rekreacyjnych.

Wystawy światowe nie są jednakże targami skierowanymi do profesjonalistów i ekspertów, ale wydarzeniami prezentującymi dorobek kulturalny, naukowy i techniczny krajów i narodów świata, adresowanymi do szerokiej publiczności. Dlatego ważne jest, aby wybrane wątki zostały w odpowiedni sposób zaprezentowane. Polska ekspozycja – nawiązując do najlepszych wzorów historycznych – będzie łączyć walory merytoryczne z walorami estetycznymi, walory poznawcze z funkcją rozrywkową. Duży nacisk położony jest na zachęcanie zwiedzających do interaktywności, przy jednoczesnym zachowaniu wszelkich wymogów sanitarnych, wprowadzonych w związku z walką z pandemią.

7.2. Projekt architektoniczny i scenograficzny

Projekt architektoniczny Pawilonu oraz projekt scenografii ekspozycji wewnętrznej stanowią kluczowe elementy dla całości przedsięwzięcia oraz główną wizytówkę Polski. Kierowaliśmy się założeniem, by zarówno konstrukcja pawilonu, jego bryła jak i wnętrze stanowiły jedną, spójną całość, odpowiadającą określonym w koncepcji tematycznej i programowej celom.

W celu wyłonienia kompleksowej koncepcji architektoniczno-scenograficznej został rozpisany konkurs, do którego zostali zaproszeni czołowi polscy architekci i projektanci. Konkurs trwał od 19 lipca do 20 września 2018 r. Chęć udziału zgłosiło 68 polskich i zagranicznych pracowni architektonicznych. Do konkursu zostało zakwalifikowanych 55 podmiotów, a prace złożyło 30 zespołów. Partnerem merytorycznym było Stowarzyszenie Architektów Polskich. 5 października 2018 r. nastąpiło rozstrzygnięcie konkursu. Pierwsza nagroda została przyznana zespołowi pracowni WXCA. Drugie miejsce zajął zespół JAZ+Architekci oraz Paweł Lipiński, Marcin Fejca i Kalina Piłat. Natomiast trzecie miejsce zajął projekt autorstwa zespołu 307kilo + R&D.

Sąd Konkursowy oceniał prace w oparciu o cztery kryteria:

- atrakcyjność rozwiązań architektonicznych, ekspozycji wewnętrznej dla wszystkich grup zwiedzających wystawę i zagospodarowania terenu przyległego oraz ich zgodność z wymogami Organizatora Wystawy,
- czytelność i zbieżność pracy konkursowej, w tym w szczególności treści ekspozycji, z wytycznymi konkursu,
- funkcjonalność proponowanych rozwiązań wewnątrz budynku projektowanego oraz zagospodarowania terenu przyległego,
- realność i ekonomika proponowanych rozwiązań technicznych na etapie budowy, eksploatacji, rozbioru oraz zaproponowanego w pracy konkursowej sposobu ponownego wykorzystania budynku lub jego elementów.

Zwycięska koncepcja architektoniczno-tematyczna w największym stopniu nawiązała do obu tematów przewodnich Koncepcji tematycznej udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju, czyli mobilności i zrównoważonego rozwoju. Zrównoważony rozwój jest obecny w projekcie poprzez połączenie w bryle pawilonu naturalnego i odnawialnego zasobu, jakim jest drewno, z bardzo nowoczesną formą architektoniczną. Architektura pawilonu odnosi się także w sposób czytelny do hasła mobilności, zarówno poprzez motyw Polski jako siedliska naturalnego dla większości gatunków europejskich ptaków migrujących, poprzez nawiązanie do przepływu idei oraz do stosunków handlowych. Pawilon w tym kształcie będzie nie tylko atrakcyjnym opakowaniem dla interesującej ekspozycji wewnętrznej, ale również samoistnym nośnikiem promocyjnym wielu wywodzących się z Polski nowoczesnych technologii.

Architektura Pawilonu tworzy otwartą, rozrastającą się ku górze, modułową konstrukcję, która zaprasza odwiedzających do odpoczynku w cieniu rozłożystego zadaszenia i kontemplacji unoszącej się ponad głowami gości instalacji – rzeźby kinetycznej wyobrażającej lecące stado ptaków.

Zaproszenie odwiedzających do towarzyszenia tej wędrownicy i przyjrzenia się obfitości polskiej awifauny, stanowi okazję do rozwinięcia intrygującej, wielowątkowej opowieści nie tylko o pięknie polskiej natury, ale przede wszystkim wymianie międzynarodowej, mobilności, eksporcie idei i myśli technologicznej. Polska zostanie zaprezentowana jako silny ośrodek współpracy, który poprzez rozwój nauki oferuje światu zrównoważone, przyjazne środowisko, inspirowane naturą technologie.

W myśl tematu przewodniego EXPO – „Łącząc umysły, tworzymy przyszłość”, naszą ofertę kierujemy również do młodszych pokoleń, które będą tworzyć przyszłość naszego świata. Strefa dzieci jest jednym z wyróżników Polski na tle innych pawilonów. Jest ona podzielona na część dedykowaną dzieciom młodszym oraz część warsztatową dla dzieci starszych.

Projekt ekspozycji przeszedł przez trzy etapy akceptacji ze strony Organizatora Wystawy: akceptację tzw. „*Theme Statement*” – ogólnej koncepcji uczestnictwa; akceptację tzw. „*Exhibition Proposal – Concept Design*” – projektu koncepcyjnego pawilonu i ekspozycji oraz akceptację tzw. „*Exhibition Proposal – Final Design*” – projektu wykonawczego zgodnego z lokalnym prawem, w szczególności budowlanym, obowiązującym w Dubaju, w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, ale także z międzynarodowymi standardami.

7.3. Założenia narracyjne i ścieżka zwiedzania w Pawilonie Polski

Pawilon Polski jest główną areną prezentacji naszego kraju. Za stworzenie ostatecznej koncepcji narracji i budującego ją całościowego doświadczenia Pawilonu Polski oraz projektowanie interakcji i realizację treści multimedialnych, odpowiada laureat konkursu, konsorcjum składające się z dwóch polskich firm Science Now i Stellar Fireworks oraz amerykańsko-holenderskiego studia Tellart. Konkurs na „Opracowanie koncepcji materiałów multimedialnych w Pawilonie Polski” został przeprowadzony w oparciu o przepisy art. 110 ustawy Prawo Zamówień Publicznych w latach 2019-2020. W konkursie udział wzięło sześciu uczestników, którzy przedstawili prace złożone z części strategicznej

i artystycznej. Autorzy najlepszej pracy konkursowej zostali zaproszeni do negocjacji i zawarcia umowy z wolnej ręki na „Content management: uszczegółowienie koncepcji materiałów multimedialnych w Pawilonie Polski na Wystawie Światowej EXPO Dubaj 2020 i ich produkcję”.

Ekspozycja będzie uniwersalnym przekazem o Polsce - zbiorem opowieści wyróżniających Polskę i Polaków – naszą gospodarkę, kulturę i naukę zaprezentowaną poprzez przedstawienie wybitnych polskich osiągnięć, produktów i postaci. Rolą narracji jest czytelne połączenie tych dziedzin i zbudowanie szerszego przesłania dotyczącego polskich idei, wartości i postaw.

Opowieść przedstawiona w Pawilonie Polski będzie budowana w ramach jednej osi narracyjnej i zachowa wewnętrzną spójność.

Narracja zaoferuje czytelny rytm: otwarcie, rozwinięcie i finał oraz będzie stymulowała zaangażowanie odwiedzających poprzez budowanie odpowiedniej dramaturgii i emocji. Wizyta w Pawilonie Polski będzie tworzyła okazje nie tylko do prezentacji poszczególnych treści, ale również do współdziałania w ich tworzeniu.

Doświadczenie Pawilonu Polski będzie budowane poprzez nośniki i treści multimedialne oraz ekspozycje analogowe. Przy tworzeniu doświadczeń interaktywnych zakładamy wykorzystanie nie tylko podstawowych urządzeń (ekrany, tablety, głośniki, etc.), ale i autorskich pomysłów na wykorzystanie różnych form interakcji. Budowę całościowego doświadczenia Pawilonu będzie wspierała życzliwa i dobrze przygotowana obsługa.

Punktem wyjścia dla stworzenia koncepcji narracyjnej Pawilonu Polski i jego całościowego doświadczenia, w tym treści multimedialnych, jest hasło przewodnie polskiej obecności na EXPO: „Poland. Creativity inspired by nature”. W treściach dostępnych w Pawilonie będzie ono rozwijane w trzech obszarach tematycznych: natura, technologia i współpraca międzynarodowa. Osią narracyjną Pawilonu Polski stanie się kreatywność, interpretowana i przedstawiana na różne sposoby w czterech rozdziałach opowieści o Polsce, które odpowiadają czterem strefom ekspozycji Pawilonu. Kreatywność rozumiana jest jako podstawa dla tworzenia prawdziwie nowych, przełomowych rozwiązań w każdej sferze działalności - gospodarczej, naukowej, kulturalnej.

7.3.1. Sekwencja narracji – strefy Pawilonu

Narrację polskiej ekspozycji budujemy wokół myśli przewodniej udziału Polski w Expo 2020 Dubai: „Poland. Creativity inspired by nature”. Na pełną opowieść o Polsce składa się pięć rozdziałów, odpowiadających pięciu strefom Pawilonu Polski, które tworzą serię wynikających z siebie doświadczeń i treści. W każdej z nich przewija się zaproponowany przez organizatora Wystawy motyw mobilności – w odniesieniu do ludzi, idei, kultury czy technologii.

I Poland. Inspired by nature

Przed wejściem do Pawilonu Polski, jeszcze w strefie kolejki, zwiedzający poznają bogactwo polskiej natury oraz atrakcyjność turystyczną naszego kraju. Roślinność charakterystyczna dla różnych regionów Polski będzie przeplatana artystyczną prezentacją polskich krajobrazów w artystycznych interpretacjach m.in. ilustratorów, i plakacistów, poetów i typografów

II Poland. A home for creativity

Polska zostanie zaprezentowana jako otwarty i gościnny dom kreatywności. Jego manifestacją będzie multimedialna instalacja artystyczna „Polski Stół”, która stanie się miejscem międzykulturowego spotkania oraz powitania gości Pawilonu, a jednocześnie, poprzez interaktywną, świetlną projekcję, miejscem kontaktu z językiem polskim. Instalacja „Polski stół” będzie unikalnym obiektem artystycznym, stworzonym z charakterystycznych dla naszego kraju surowców, takich jak miedź, szkło,

drewno, ceramika czy włókna węglowe, przy wspólnym wysiłku polskich rzemieślników, artystów i inżynierów.

III Poland. Spirit of ingenuity

Rozdział Pawilonu Polski dedykowany najbardziej spektakularnym polskim sukcesom z obszarów nauki, kultury i turystyki. Prezentację osiągnięć stanowiących rezultat różnych przejawów kreatywności organizujemy w ramach imponującej, drewnianej rzeźby przestrzennej, w której zatopione są nośniki multimedialne i artefakty. Interdyscyplinarność treści uporządkuje pięć klastrow-motywów tematycznych, które w połączeniu z artystyczną formą tej części ekspozycji podkreślą inwencję, przedsiębiorczość i bogactwo inicjatyw podejmowanych przez Polaków.

IV Poland. Land of plenty

Przestrzeń wystaw czasowych dedykowana ekspozycjom przygotowywanym przez regiony oraz partnerów instytucjonalnych. Każdy z nich zaprezentuje własną interpretację hasła przewodniego obecności Polski na Expo 2020 w Dubaju. Ekspozycje będą zmieniały się w cyklach tygodniowych, ukazując przez pryzmat polskiej kreatywności różnorodność natury, kultury, turystyki, nauki i gospodarki.

V Poland. Landscapes of creativity

Ostatnia strefa Pawilonu, która poprzez wielkoformatowe projekcje multimedialne i muzykę tworzy spektakularny finał ekspozycji, będący autorską interpretacją hasła przewodniego Wystawy „Łącząc umysły, tworzymy przyszłość”. Goście Pawilonu zostaną zaproszeni do współtworzenia polskich „pejzaży kreatywności” oraz zanurzenia w pięciu rozbudowanych motywach, które wyróżniają Polskę i Polaków na arenie międzynarodowej.

Przy projektowaniu i tworzeniu treści multimedialnych zostaną wykorzystane materiały źródłowe łączące inspirujące zagadnienia merytoryczne. Proces ich doboru będzie realizowany we współpracy z resortami, polskimi firmami, startupami, instytucjami naukowymi i jednostkami badawczo-rozwojowymi, organizacjami wspierającymi rozwój innowacji, samorządami, instytucjami kultury, organizacjami związanymi z przemysłem kreatywnym, a także organizacjami trzeciego sektora.

Ze względu na zmianę zachowań społecznych powodowaną pandemią COVID-19, oprócz stworzenia ekspozycji w Pawilonie, przygotowana zostanie atrakcyjna prezentacja Pawilonu w sferze on-line oraz szersza kampania, która zapowie polską obecność na EXPO w Dubaju. Dla wielu osób „wirtualna wizyta” w Pawilonie będzie jedyną okazją do zapoznania się z treściami, prezentowanymi przez Polskę na EXPO w Dubaju i dlatego tworzeniu ekspozycji multimedialnej w Pawilonie towarzyszyć będzie praca nad wartościowymi treściami w sferze online, które będą dokumentować proces powstawania ekspozycji i przedstawiać kluczowe założenia naszego udziału w Expo 2020 Dubai.

Ze względu na okoliczności związane z pandemią COVID-19, tj. zmiana terminu Wystawy oraz konieczność dostosowania ekspozycji wewnętrznej do nowych warunków sanitarnych, Wykonawca umowy na „Content management: uszczegółowienie koncepcji materiałów multimedialnych w Pawilonie Polski na Wystawie Światowej EXPO Dubaj 2020 i ich produkcję” w dniu 07 września 2020 r. przedstawił w Ministerstwie Rozwoju koncepcję materiałów multimedialnych wraz z kompletną listą doświadczeń multimedialnych i interaktywnych Pawilonu Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju, która była efektem prac realizowanych w ramach Zadania I niniejszej umowy.

Koncepcja została zaakceptowana podczas spotkania w Ministerstwie Rozwoju oraz przyjęta Protokołem zdawczo-odbiorczym podpisanym przez Ministerstwo Rozwoju i PAIH 7 września 2020 r.

Decyzja o przyjęciu koncepcji materiałów multimedialnych wraz z kompletną listą doświadczeń multimedialnych i interaktywnych Pawilonu Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju pociąga za sobą konieczność realizacji dodatkowych elementów ekspozycji.

Do pełnej realizacji przyjętej 7 września koncepcji materiałów multimedialnych wraz z kompletną listą doświadczeń multimedialnych i interaktywnych Pawilonu, planowana jest realizacja dodatkowych postępowań, które obejmą stworzenie szczegółowych koncepcji oraz wykonanie dodatkowych elementów, a także wykonanie dodatkowej infrastruktury technicznej.

7.4. Strefa komercyjna

Tradycją udziału Polski w Wystawach EXPO już od czasów dwudziestolecia międzywojennego jest obecność w pawilonie polskiej restauracji. Podczas EXPO w Mediolanie w 2015 r. goście polskiego pawilonu mogli skosztować zarówno tradycyjnych dań, jak pierogi, placki ziemniaczane, śledź po kaszubsku, pasztet z dziczyzny, kurki w śmietanie, jak i dań reprezentujących polską sztukę kulinarną w nowoczesnym i kreatywnym wydaniu, jak np. carpaccio z buraka.

Na EXPO w Astanie w 2017 r. wystrój restauracji inspirowany był wnętrzami łódzkiego kultowego pubu Łódź Kaliska, a dania nawiązywały do łódzkich tradycji kulinarnych. Taka koncepcja restauracji związana była z ideą promocji kandydatury Polski i Łodzi do organizacji wystawy EXPO w 2022 r.

Pierwotnym założeniem restauracji na EXPO 2020 w Dubaju była piekarnio-cukiernia. Zapach na miejscu wypiekanego chleba stanowić miał dodatkową zachętę dla gości EXPO 2020 do zwiedzenia Pawilonu Polski. Możliwość jego zakupu „na wynos” pozwalałaby na zabranie części Polski ze sobą. Polski chleb słynie w świecie z wysokiej jakości, dobrego smaku oraz bardzo dużej różnorodności. Chleb ponadto dobrze się kojarzy: z domem, z gościnnością, dobrym życiem. Chleb może stanowić bazę lub dodatek do kilku prostych dań, z wykorzystaniem wielu polskich produktów (warzyw, wędlin etc.)

Uzupełnieniem asortymentu cukierni byłyby polskie ciasta, w oparciu o które można skonstruować wielowątkowe opowieści: o polskiej tradycji czy polskich regionach (pierniki toruńskie, obwarzanki krakowskie, podlaskie sękacze). Za pomocą słodkich deserów można wypromować polskie produkty i smaki (np. lody truskawkowe, rabarbarowe, z czarnej porzeczki, lemoniadę z ogórkiem i miętą etc.). Promocji polskiej żywności mogłoby towarzyszyć wydanie specjalnej książki kucharskiej na EXPO 2020 z przepisami promującymi produkty, które mają największy potencjał eksportowy na rynki dalekowschodnie.

Ostateczne założenia restauracji zostaną określone w drodze wyłonienia najlepszej koncepcji w planowanym do ogłoszenia w II połowie 2020 r. konkursie na operatora restauracji. Ze względu na fakt, że operator poprowadzi restaurację na swój koszt i ryzyko biznesowe, konieczne jest uwzględnienie jego strategii – nie tylko na promocję polskich produktów i polskich potraw, ale także na wypracowanie zysku, który pozwoli na pokrycie wszelkich kosztów funkcjonowania restauracji w pawilonie. Taka formuła wyłonienia operatora i prowadzenia restauracji stanowi kolejną szansę, jaką oferuje projekt EXPO dla polskich firm zainteresowanych ekspansją na rynek ZEA, w zdobyciu niezbędnego doświadczenia oraz wiedzy o realiach prowadzenia podobnego biznesu na lokalnym rynku. Idealną konsekwencją prowadzenia polskiej restauracji podczas EXPO, byłaby kontynuacja tej działalności także po zakończeniu Wystawy. Restauracji oferującej w sposób stały w swym menu potrawy oparte o polski kunszt kulinarny oraz polskie produkty, dotychczas brakuje na mocno rozwiniętej mapie kulinarnej Dubaju. Zdobyte doświadczenia podczas EXPO przez polski podmiot, mogłoby zmienić tę sytuację i zachęcić kolejnych przedsiębiorców znad Wisły do podboju emirackiego rynku w tym zakresie.

Uzupełnieniem strefy komercyjnej jest sklep oferujący, nie tylko polskie słodczyce cieszące się zarówno na rynkach arabskich, jak i azjatyckich dużym powodzeniem (np. krówki, śliwki w czekoladzie, ptasie mleczko), jak i drobne wyroby rękodzielnicze o wysokich walorach wzorniczych i jakościowych, płyty z polską muzyką i inne artykuły promujące polskie wzornictwo i wyroby regionalne (ceramika, biżuteria, kosmetyki naturalne etc.). Sklep powinien pełnić funkcję nie tylko „pamiątkarską”, ale stanowić spójny z pozostałymi elementami promocji polskich produktów i usług oraz uzupełnienie opowieści o Polsce w kontekście tematu przewodniego wystawy, z którą zwiedzający mogli zapoznać się w Pawilonie Polski.

Ze względu na ograniczoną przestrzeń przewidzianą w projekcie architektonicznym Pawilonu na strefę sklepu, planowane jest jego prowadzenie w formule showroomu, natomiast właściwa sprzedaż ma się odbywać poprzez platformę sprzedażową (e-sklep). Formuła ta pozwoli ponadto na nieograniczoną możliwość poszerzania asortymentu oferowanego towaru, uwzględniając także produkty wielkogabarytowe (np. meble, artykuły wyposażenia wnętrz). Szczegółowe zasady prowadzenia sprzedaży on-line polskich produktów poprzez platformę sprzedażową, zostaną określone w zwycięskiej koncepcji wyłonionej w konkursie na operatora sklepu, planowanego do przeprowadzenia w II połowie 2020 r. Podobnie jak w przypadku restauracji, konkurs, a następnie możliwość poprowadzenia sprzedaży polskich towarów przy okazji Wystawy Światowej EXPO w Dubaju, stanowi wsparcie w realizacji planów ekspansji międzynarodowej dla polskich firm. Zakładamy możliwość kontynuacji funkcjonowania polskiej platformy sprzedażowej – wypromowanej podczas EXPO, także po zakończeniu Wystawy jako istotnej formy wspierania eksportu wysokiej jakości polskich produktów za granicę.

7.5. Strefa dzieci

Ideą Strefy dzieci i wszystkich działań zaplanowanych w tej przestrzeni będzie zabawa i kreatywność przeplatana z prezentacją rozwiązań i produktów dla tej właśnie grupy zwiedzających. Strefa Dzieci z założenia ma być miejscem, w którym prostym językiem, w ciekawy i dostępny sposób poruszane będą wątki, które chcemy prezentować w trakcie naszej obecności na Wystawie EXPO 2020.

Strefa dzieci będzie składała się z dwóch części – pierwsza, dostępna w przestrzeni przed Pawilonem, w której będzie plac zabaw dla dzieci młodszych, oraz druga – strefa warsztatowa, wpisana w budynek.

Strefa będzie ciekawym sposobem na przyciągnięcie do Pawilonu Polski rodzin z dziećmi, a także zapewni możliwość skierowania do szkół w PZEA specjalnego zaproszenia do jego odwiedzenia.

O ile strefa przed Pawilonem będzie niezmienna przez cały okres Wystawy, o tyle w strefie warsztatowej zaplanowano szeroki wachlarz zajęć edukacyjnych dla dzieci. Warsztaty te będą okazją do prezentacji produktów oraz rozwiązań polskich firm i instytucji, które mają specjalną ofertę dla dzieci w wieku szkolnym. W strefie tej także regiony biorące udział w Wystawie będą organizowały warsztaty prezentujące ofertę regionalnych przedsiębiorców. Jest to o tyle ważne, że Organizatorzy Wystawy przewidują codzienne wycieczki szkolne i Pawilony oferujące specjalne atrakcje dla dzieci będą dodatkowo promowane.

8. PROGRAM GOSPODARCZY: WSPARCIE POLSKICH FIRM W RAMACH UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020 W DUBAJU

8.1. Założenia programu gospodarczego

Program gospodarczy towarzyszący EXPO 2020 w Dubaju składa się z szeregu działań, które w centrum swojego zainteresowania niezmiennie stawiają polskiego przedsiębiorcę. Obecna sytuacja na świecie, związana z pandemią koronawirusa, postawiła przedsiębiorców w trudnej sytuacji, nie tylko ze względu na bezpośredni wpływ na ich bieżące przychody, ale przede wszystkim ze względu na istotne zmiany wśród konsumentów, związane z zaufaniem, poczuciem bezpieczeństwa oraz komfortem zakupu towarów i usług. W tej znacząco utrudnionej sytuacji najważniejszym celem programu pozostaje promocja rodzimych firm i produktów, a postawione cele sprzedażowe skoncentrowane są na wsparciu polskich firm w promocji ich innowacyjnych produktów i technologii.

Program gospodarczy towarzyszący udziałowi Polski w EXPO 2020 Dubaj ma również na celu wzmocnienie kontaktów gospodarczych Polski z PZEA – gospodarzem Wystawy, całym rejonem Bliskiego Wschodu (kraje Zatoki Perskiej), oraz szerzej, regionu MEASA (Middle East, Africa and South Asia - Bliski Wschód, Afryka i Azja Południowa), w szczególności w zakresie rozwoju wymiany handlowej, inwestycyjnej i naukowej, jak również promocję na tym obszarze wizerunku Polski jako kraju nowoczesnego, który dysponuje produktami i usługami o unikalnej jakości i innowacyjności. Ważnym elementem promocji gospodarczej będzie również obszar poświęcony promocji turystycznej.

Do celów szczegółowych uczestnictwa Polski w EXPO 2020 w Dubaju – w obszarze wspierania polskiej gospodarki – można zaliczyć:

- budowę trwałego zaufania do marki POLSKA i Marki Polskiej Gospodarki poprzez szeroką, wielopłaszczyznową promocję polskich przedsiębiorców;
- zwiększenie umiędzynarodowienia polskiej gospodarki oraz rozwój współpracy z rynkami pozaeuropejskimi (dywersyfikacja geograficzna relacji gospodarczych);
- rozwój współpracy gospodarczej z PZEA – Organizatorem Wystawy, które jest pozaunijnym rynkiem perspektywicznym (podobnie jak wszystkie państwa Zatoki Perskiej) wskazanym we wszystkich 12 branżowych programach promocji realizowanych w latach 2020 – 2022 w ramach poddziałania 3.3.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, tj. programach branżowych dotyczących: biotechnologii i farmaceutyków, sprzętu medycznego, usług prozdrowotnych, budowy i wykańczania budowli, kosmetyków, IT/ICT, jachtów i łodzi, mebli, polskich specjalności żywnościowych, polskiej mody, maszyn i urządzeń oraz części samochodowych i lotniczych. Przedsiębiorcy mogą pozyskać wsparcie na udział w imprezach targowych oraz na organizację misji wyjazdowych na ten rynek.

Tworzenie programu gospodarczych wydarzeń towarzyszących poprzedziła analiza najistotniejszych, z punktu widzenia ww. promowanych branż, imprez targowo-wystawienniczych organizowanych w PZEA. Ponadto zostały przeanalizowane wydarzenia o charakterze społecznym, kulturalnym czy religijnym, zaanonsowane przez gospodarzy, które mają odbywać się podczas Wystawy i mogą jednocześnie stanowić sprzyjający kontekst merytoryczny dla realizacji strategii programowej obecności Polski na EXPO 2020. Na bieżąco analizowane są także wszelkie nowe trendy wskazujące na kierunki rozwoju postaw konsumpcyjnych w erze pociwideovej. Celem powyższych działań jest

stworzenie spójnego, trafiającego w potrzeby polskich przedsiębiorców programu wsparcia wykorzystującego każdy element obecności Polski na EXPO w Dubaju dla promocji polskich firm i ich produktów.

8.2. PZEA – podstawowe informacje gospodarcze

Państwo Zjednoczonych Emiratów Arabskich odgrywa istotną rolę dla gospodarki światowej. Dzięki swojej strategicznej pozycji, aktywnej dywersyfikacji gospodarki oraz stosunkom handlowym i prestiżowi, federacja 7 emiratów jest doskonałym miejscem dla wszystkich zainteresowanych ekspansją lub inwestycją, zwłaszcza na rynkach Bliskiego Wschodu, Afryki Północnej i Azji Południowej. Każdy inwestor w PZEA posiada dostęp do rozbudowanej i nowoczesnej infrastruktury.

Wśród Emiratów Arabskich najbardziej rozpoznawalnym jest Dubaj – Organizator EXPO 2020. Szybka ekspansja i reputacja innowacyjności przedsiębiorców sprawiły, że stał się on jednym z najwyższej cenionych miejsc do inwestowania. Charakteryzuje się otwartym rynkiem i atrakcyjnymi zachętami podatkowymi, które wzmacniają pozycję Dubaju jako centrum biznesowego.

Gospodarka PZEA bazuje przede wszystkim na korzyściach płynących z eksportu ropy naftowej oraz pracy napływowych emigrantów. Jednak w celu zmniejszenia wkładu z sektorów związanych z ropą, PZEA dąży do dywersyfikacji gospodarki poprzez rozwój turystyki, handlu detalicznego, handlu i nieruchomości. Strategiczną podstawą długoterminowej strategii na rzecz dywersyfikacji gospodarki narodowej jest National Innovation Strategy. Jej celem jest przekształcenie kraju w ciągu siedmiu lat w najbardziej innowacyjne państwo świata. Program obejmuje siedem priorytetowych obszarów innowacji, uznanych jako kluczowe obszary do osiągnięcia doskonałości – są to:

- energia odnawialna,
- transport,
- technologia,
- edukacja,
- opieka zdrowotna,
- gospodarka wodna,
- eksploracja kosmosu.

Zjednoczone Emiraty Arabskie w okresie przedcovidowym należały do jednej z najdynamiczniej rozwijających się gospodarek na świecie. Kraj ten plasuje się w ścisłej dwudziestce importerów i eksporterów. W zakresie rozwoju kraju najczęściej emiraty Dubaj i Abu Dhabi są pionierami, a pozostałe emiraty wdrażają sprawdzone rozwiązania.

Najważniejsze sektory gospodarki ZEA to wydobywanie ropy naftowej i gazu ziemnego (34,3%), handel hurtowy i detaliczny (11,3%), usługi naprawcze (11,3%), nieruchomości (10,3%), usługi biznesowe (10,3%), konstrukcje budowlane (9,0%), produkcja (9,0%).

ZEA utrzymują wysokie rezerwy finansowe i posiadają stabilny sektor bankowy, dzięki czemu są bezpieczne dla inwestycji. Zgodnie z danymi Sovereign Wealth Fund Institute z sierpnia 2018 r., w Emiratach istnieje 6 rządowych funduszy inwestycyjnych. Abu Dhabi Investment Authority jest największym funduszem inwestycyjnym na Bliskim Wschodzie i drugim co do wielkości na świecie z 683 mld USD. Brak barier finansowych i administracyjnych ograniczających dostęp do rynku oraz możliwość korzystania z bogatych tradycji handlowych i rozbudowanej, nowoczesnej infrastruktury sprawia, że ZEA są bardzo atrakcyjnym partnerem handlowym.

Według najnowszych danych w 2020 r. zaobserwować można wzrost eksportu z Polski do ZEA. W pierwszym kwartale 2020 r. (w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego), Polska

zanotowała wzrost eksportu do ZEA o 21,2 %, z poziomu 145,9 mln EUR do 176.8 mln EUR, a w samym tylko ujęciu miesięcznym, porównując marzec 2020 do marca 2019, eksport Polski do ZEA wzrósł o 40% z poziomu 43,5 mln EUR do 61 mln EUR.³

8.3. Ramy czasowe programu gospodarczego

Aby w pełni wykorzystać potencjał, jaki daje udział Polski w EXPO 2020 w Dubaju należy zaplanować działania odpowiednio:

- w okresie poprzedzającym otwarcie Wystawy, w latach 2018-2021,
- w trakcie trwania Wystawy, w latach 2021-2022,
- po zakończeniu Wystawy, w latach 2022<.

Dlatego też zakładamy, że realizacja programu promocji gospodarczej będzie miała znacznie szersze ramy czasowe, niż sama Wystawa i obejmie 3 fazy. Taka konstrukcja programu gospodarczego pozwoli na systematyczną rozbudowę więzi gospodarczych oraz powinna przełożyć się na osiągnięcie trwałego wzrostu wolumenu eksportu polskich towarów i usług, jak również na intensyfikację pozostałych obszarów współpracy, realizowanej nie tylko na poziomie relacji państwowych, ale przede wszystkim regionalnych oraz B2B.

Szczególnie obecnie, w sytuacji pandemii koronawirusa, warto rozpocząć działania programowe jeszcze przed terminem otwarcia Wystawy. Dodatkowy rok jaki zyskaliśmy, w związku z decyzją o przesunięciu terminu Wystawy na 2021 r., należy wykorzystać na podjęcie działań zmierzających do przygotowania przedsiębiorców do aktywnego uczestnictwa w wydarzeniach gospodarczych towarzyszących Wystawie, a także mających na celu odbudowanie zaufania przedsiębiorców oraz przygotowanie ich do aktywnego uczestnictwa w post-covidowej wymianie handlowej.

Ponadto biorąc pod uwagę doświadczenia z dwóch poprzednich wystaw – tj. w Mediolanie w 2015 r. oraz w Astanie w 2017 r., jak również specyfikę współpracy z przedsiębiorcami z krajów dalekowschodnich, w tym w szczególności z regionu Zatoki Perskiej, proponujemy kontynuację realizacji działań promocyjnych także po zakończeniu Wystawy.

8.4. Instytucje zaangażowane w realizację programu gospodarczego

Nadzór nad realizacją programu gospodarczego, jak i całego projektu sprawuje Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii natomiast w ramach Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu w tworzenie oraz realizację programu gospodarczego zaangażowany jest przede wszystkim Zespół EXPO 2020 Dubai, a także Zagraniczne Biuro Handlowe w Dubaju. Projekt oferuje szerokie pole do współpracy, dlatego też w realizację programu gospodarczego zaangażowanych jest szereg współpracujących instytucji takich jak:

- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości,
- Agencja Rozwoju Przemysłu oraz ARP Games,
- Polska Organizacja Turystyczna,
- Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (jako agenda wykonawcza MRiRW),
- Narodowe Centrum Badań i Rozwoju,

³ Materiały wewnętrzne Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii.

jak również ministerstwa realizujące w ramach swych podstawowych obszarów działalności komponenty promocyjne oraz inne instytucje zaangażowane w promocję gospodarczą. Są to głównie instytucje, które realizowały bądź realizują programy branżowe.

W celu koordynacji działań od czerwca 2020 r. organizowane są cykliczne spotkania koordynacyjne mające na celu wymianę informacji oraz wypracowanie najlepszych rozwiązań do promocji polskich przedsiębiorców oraz synchronizację działań na rynkach docelowych. Wiele z planowanych działań w ramach promocji gospodarczej może zostać sfinansowanych z funduszy europejskich, stąd istotną rolę w projekcie odgrywa także Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej - instytucja koordynująca wydatkowanie środków pomocowych dla przedsiębiorców z funduszy unijnych, w tym w ramach PO IR.

8.5. Formy wsparcia przedsiębiorców przed EXPO 2020 w Dubaju

W związku z sytuacją pandemii nie jest możliwe na obecnym etapie wypracowanie jednolitego modelu organizacji wydarzeń o charakterze gospodarczym. Powodem jest ogromna liczba niewiadomych, determinujących takie kwestie jak zachowanie społecznego dystansu, możliwości odbywania podróży międzynarodowych. W związku z tym jedną z form rozważanych- w szerszym zakresie niż dotychczas - jest organizacji wydarzeń w formule zdalnej, z wykorzystaniem innowacji z branży IT/ICT. Już w tej chwili jedno z czołowych wydarzeń branżowych tj. Electronic Entertainment EXPO (tzw. E3), będące największą coroczną wystawą przemysłu gier komputerowych, są realizowane w formie zdalnej. W przypadku wystawy E3 zorganizowane zostanie "Summer of Gaming", z którego transmisja będzie dostępna w 112 krajach na ponad 20 platformach, a obejrzeć ją będzie można m.in. na Twitterze, Facebooku, Instagramie, YouTube, Twitchu, TikToku i Mixerze.

W związku z powyższym, przewidujemy trzy sposoby realizacji poszczególnych komponentów programu gospodarczego: na miejscu, zdalnie oraz "hybrydowo", łącząc obecność na miejscu z formami zdalnymi i właśnie w takim formacie będą proponowane zmiany w programie.

Drugą ważną osią zmian w koncepcji jest wyjście naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom polskich przedsiębiorców, dla których udział w wydarzeniach gospodarczych towarzyszących EXPO 2020 w Dubaju może stanowić unikalną szansę otworzenia się na chłonne rynki bliskowschodnie. Zważywszy na sytuację przedsiębiorców w okolicznościach będących rezultatem globalnej pandemii konieczne jest otoczenie polskich przedsiębiorców kompleksową opieką, poprzez zapewnienie m.in. dostępu do informacji, doradztwa oraz finansowania.

Zgodnie z dotychczasowymi założeniami Koncepcji programowej, by w pełni wykorzystać potencjał, jaki daje udział Polski w EXPO 2020 w Dubaju działania programowe skierowane do przedsiębiorców trwają od początku prac nad projektem tj. od 2018 r. Są one realizowane zarówno przez Zespół EXPO w PAIH, Zespół Polskich Mostów Technologicznych w PAIH, jak i Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. W ramach już zrealizowanych działań znalazły się te ukierunkowane na wsparcie promocyjne, doradcze jak również pomoc finansową. Działania te zostały tak zaprojektowane, by przenikały każdą sferę realizacji projektu – od zaprojektowania, budowy, wyposażania Pawilonu, poprzez realizację programu wydarzeń towarzyszących na działaniach komunikacyjnych kończąc.

Zespół EXPO zorganizował w 2018 r. konkurs dla przedsiębiorców, służący identyfikacji i uwzględnieniu w założeniach koncepcji architektonicznej Pawilonu Polski, wykorzystania polskich wynalazków, produktów i technologii z dziedziny budownictwa. Konkurs przyczynił się do rozpropagowania wiedzy o polskich innowacyjnych rozwiązaniach z tej dziedziny wśród architektów z międzynarodowych ekip biorących udział w konkursie na opracowanie projektu Pawilonu Polski.

Kolejnym działaniem było ogłoszenie dwóch edycji konkursu na firmy – Partnerów udziału Polski w EXPO (w 2018 r. i 2019 r.). Wyłonione w ramach Programu Partnerskiego firmy uzyskały możliwość współwypożyczenia polskiego Pawilonu, czy też współpracy przy organizacji wydarzeń w Pawilonie w zamian za szczególne możliwości promocji swoich marek, produktów i usług.

Ważnym elementem promocji przed EXPO była organizacja konkursów grantowych w ramach programu Polskie Mosty Technologiczne, ukierunkowanych na rynek ZEA. W ramach dwóch dotychczasowych edycji – w 2018 r. oraz 2019 r. zostało łącznie złożonych przeszło 140 wniosków, a wsparcie finansowo-doradcze uzyskało blisko 50 firm.

W I połowie 2020 r. roku została ogłoszona I edycja konkursu dotacyjnego dedykowanego EXPO 2020 w ramach programu Go to Brand. W ramach zakończonego w maju 2020 r. konkursu wpłynęło 121 wniosków o wsparcie finansowe dla różnego rodzaju przedsięwzięć promocyjnych na rynku ZEA (głównie dofinansowanie do udziału w targach i misjach). Kolejna edycja konkursu jest wstępnie planowana w II półroczu 2020 r.

Kolejne działania zaplanowane przed EXPO to organizacja w II półroczu 2020 r. cyklu edukacyjnych webinarów dla przedsiębiorców dotyczących tematyki EXPO, programu gospodarczego towarzyszącego udziałowi Polski w EXPO oraz uwarunkowań prowadzenia biznesu w ZEA, a także opracowanie katalogu promocyjnego polskich firm zainteresowanych ekspansją na rynku ZEA.

Podsumowaniem działań promocyjnych realizowanych na rzecz polskich przedsiębiorców przed EXPO będzie organizacja spotkania międzyrządowej Komisji ds. Współpracy Gospodarczej Polska – ZEA.

Wsparcie przedsiębiorców podczas EXPO to nie tylko stała obecność polskich mebli, zastawy stołowej, elementów wyposażenia wnętrz w polskim Pawilonie, który pełnić będzie rolę swoistego showroomu polskiego designu. To także obecność polskich produktów w menu restauracji, możliwość zakupu polskich towarów poprzez platformę sprzedażową (e-sklep), możliwość rezerwacji przez polskich przedsiębiorców sal konferencyjnych w Pawilonie na spotkania biznesowe, udział w Polsko – Emirackim Forum Gospodarczym, udział w konferencjach i forach biznesowych organizowanych w pawilonie czy innych miejscach na EXPO lub na terenie Dubaju, obecność na stoiskach narodowych na targach branżowych w ZEA podczas Wystawy, czy wreszcie promocja w ramach katalogu polskich firm zamieszczonym na stronach www projektu oraz dystrybuowanym na targach.

Przedsiębiorcy będą także obecni w ramach zaplanowanych równolegle do realizacji w Polsce i ZEA działaniach komunikacyjnych – w ramach wielowątkowej kampanii.

8.5.1. Współpraca z polskimi firmami - tworzenie ekspozycji Pawilonu Polski

W II kwartale 2018 r. PAIH zorganizował konkurs na promocję nowoczesnych technologii polskich firm i instytucji związanych ze zrównoważonym rozwojem oraz mobilnością, który wyłonił firmy i instytucje, oferujące najciekawsze technologie i rozwiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju oraz mobilności. Wyłoniono 51 laureatów konkursu. Listę firm oraz produktów załączono do dokumentacji przetargowej na wybór wykonawcy koncepcji tematyczno-architektonicznej polskiej ekspozycji. Ustalono, że zespoły projektowe na etapie prac nad koncepcjami polskiej ekspozycji w szerokim zakresie uwzględniały technologie zaproponowane przez firmy/instytucje. Poprzez kanały komunikacji PAIH – Organizatora konkursu na wykonawcę koncepcji tematyczno-architektonicznej Pawilonu Polski – przekazane zostało zaproszenie otwarte do wszystkich firm zainteresowanych współpracą w ramach tworzenia ekspozycji w Pawilonie Polski. Przedsiębiorcy mogli zgłaszać swoje propozycje wykorzystania własnych, istniejących już technologii, wpisujących się w założenia udziału Polski w EXPO 2020,

do potencjalnych wykonawców – autorów koncepcji tematyczno-architektonicznej, za pośrednictwem PAIH. Lista zawierająca informację o wszystkich zakwalifikowanych technologiach stała się załącznikiem do konkursu na opracowanie koncepcji architektonicznej Pawilonu Polski do wykorzystania w pracach konkursowych.

8.5.2. Program partnerstwa komercyjnego

Czerpiąc z doświadczeń organizacji udziału Polski w poprzednich wystawach światowych, dostrzegamy potrzebę stworzenia możliwości zaangażowania polskich firm, zarówno tych dużych, jak i mniejszych, dla których nie było miejsca w dotychczasowej formule współpracy z przedsiębiorcami (programy wsparcia skierowane są z reguły do małych i średnich przedsiębiorców reprezentujących wybrane branże).

Firmy, chcąc wykorzystać unikalny na skalę światową kontekst promocyjny, jakim są wystawy światowe EXPO, zgłaszały od wielu lat sygnały świadczące o chęci zaangażowania własnych zasobów oraz wsparcia organizacji udziału Polski w EXPO.

Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, stworzony został program partnerski wraz z ofertą sponsoringu oraz wyposażenia Pawilonu Polski, a także wydarzeń towarzyszących. Procedura wyłonienia partnerów ma charakter otwarty, do czerwca 2020 r. przeprowadzono już dwie edycje programu, kolejna jest planowana do ogłoszenia przed końcem 2020 roku. Partnerzy w obu dotychczasowych edycjach byli selekcyonowani między innymi na podstawie kryteriów zgodności z *Koncepcją Programową udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju* oraz adekwatności branży partnera do publicznego charakteru projektu. Łącznie wybrano ponad 80 projektów, wśród których znajdują się m.in. partnerzy strefy warsztatowej i gastronomicznej, sponsorzy wydarzeń i projektów specjalnych, wyposażenia strefy biznesowej czy też partnerzy wydarzeń merytorycznych.

Środki pozyskane od partnerów prywatnych zasilą budżet projektu i zostaną przeznaczone na organizację udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju.

Podstawowe cele programu partnerskiego:

- Uatrakcyjnienie oraz wzbogacenie polskiej ekspozycji oraz wydarzeń towarzyszących obecności Polski na EXPO 2020 w Dubaju.
- Stworzenie możliwości promocji oraz wzmocnienia współpracy gospodarczej dla kolejnych polskich firm z potencjałem eksportowym – zgodność z jednym z podstawowych celów gospodarczych obecności Polski na EXPO 2020 w Dubaju. Realizacja celów biznesowych i wizerunkowych firmy dzięki maksymalizacji korzyści bazującej na skupieniu w jednym miejscu bardzo dużej grupy ludzi, w tym potencjalnych partnerów biznesowych.
- Wzmocnienie przekazu promocyjnego Polski – szczególnie duże przedsiębiorstwa ze względu na skalę swojej działalności oraz ugruntowany wizerunek są uznawane nierzadko za „wizytówki” polskiej gospodarki.
- Profesjonalizacja programu komunikacji towarzyszącego udziałowi Polski w EXPO 2020 – sponsoring jako jedno z głównych narzędzi komunikacji rynkowej umożliwia zwielokrotnienie kanałów przekazu.

Biorąc pod uwagę różnorodność form zaangażowania Polski w obecność na EXPO 2020 w Dubaju, przygotowano zróżnicowaną ofertę współpracy dla firm, która umożliwi współudział w finansowaniu i/lub współorganizacji różnych inicjatyw oraz na różnym poziomie zaangażowania finansowego.

Sponsoring wyposażenia Pawilonu

W ramach tej kategorii zapraszamy polskie firmy do współpracy polegającej na udostępnieniu ich produktów, które zostaną wykorzystane w przestrzeni Pawilonu, zarówno w pomieszczeniach biurowych, jak i na głównej ekspozycji oraz w części gastronomicznej. Przed pierwszą edycją programu partnerskiego został stworzony katalog produktów, które mogą zostać wykorzystane w Pawilonie, obejmujący m.in. meble, zastawę kuchenną, oświetlenie, wyposażenie łazienkowe. Zaproponowany przez nas katalog produktów nie będzie zamknięty – będziemy otwarci na sugestie potencjalnych partnerów, oceniając ich przydatność oraz zgodność z koncepcją wyposażenia pawilonu.

W ramach tej kategorii zakładamy przygotowanie oferty w jednej wersji, pozwalającej na uzyskanie tytułu **Partnera Pawilonu**. Do współpracy zapraszamy nieograniczone grono firm, które spełnią wskazane przez nas kryteria współpracy partnerskiej.

Sponsoring wydarzeń towarzyszących

Nieodłączną częścią polskiej obecności na Wystawach EXPO są wydarzenia towarzyszące o charakterze kulturalnym, sportowym, edukacyjnym czy gospodarczym. Każde z nich stanowi unikalną okazję do promocji i wzmocnienia wizerunku dla dużych polskich przedsiębiorstw. Stąd też propozycja uczestnictwa w organizacji oraz współfinansowania wydarzeń, które znajdują się w oficjalnym kalendarzu działań. Kulminacyjnym dla Polski dniem podczas EXPO 2020 w Dubaju będzie Dzień Narodowy oraz towarzyszące mu inicjatywy kulturalne i gospodarcze. Oprócz tego w kalendarzu znalazły się inne wydarzenia o różnym profilu, skierowane do różnych grup odbiorców, które stworzą pełną ofertę partnerstwa dla przedsiębiorców. Opracowany został kalendarz wydarzeń, do których sponsorowania mogli zgłaszać się zainteresowani uczestnicy programu partnerskiego. Kalendarz ten będzie teraz zaktualizowany do zmienionego terminu Wystawy. Oprócz zaplanowanych przez nas wydarzeń dopuszczamy możliwość przyjęcia propozycji organizacji dodatkowych, wskazanych przez potencjalnych Partnerów, jeżeli będą one zgodne z *Koncepcją Programową* oraz możliwe do realizacji ze względów organizacyjnych.

W ramach tej kategorii, w zależności od poziomu zaangażowania finansowego, przedsiębiorcy będą mogli otrzymać tytuł:

- Złoty Partner wydarzenia
- Srebrny Partner wydarzenia
- Partner wydarzenia

Limity liczby Partnerów są określone oddzielnie dla każdego wydarzenia.

Sponsoring łączony

Za najbardziej prestiżowe oraz najbardziej kosztowne uznajemy oferty sponsoringu łączące zarówno finansowanie projektów specjalnych lub też elementów ekspozycji w Pawilonie Polski wraz ze sponsoringiem wybranych wydarzeń. Jedną z kategorii programu partnerskiego to **Partnerstwo Strategiczne udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju**.

Współpraca przy organizacji wydarzeń

Dodatkową kategorią wprowadzoną przy okazji II edycji programu partnerskiego jest możliwość wspólnej organizacji wydarzeń branżowych. Firmy i instytucje zainteresowane organizacją wydarzeń w Pawilonie nie będą kontrybuowały bezpośrednio do budżetu projektu, jednakże po ich stronie będzie np. pokrycie kosztów prelegentów, prezenterów czy specjalistów danej branży. Kategoria ta została wprowadzona w odpowiedzi na prośby z rynku m.in. od firm kosmetycznych i modowych, które chciałyby zorganizować w Pawilonie Polski pokaz mody czy warsztaty kosmetyczne dla wyselekcjonowanych gości.

Przykłady przywilejów partnerów – uczestników Programu partnerstwa komercyjnego:

- Stała ekspozycja logotypu na stronie EXPO.gov.pl
- Ekspozycja logotypu w materiałach informacyjnych publikowanych na stronie oraz dystrybuowanych do mediów
- Możliwość publikacji artykułu sponsorowanego na stronie www.EXPO.gov.pl w sekcji „Partnerzy”
- Informacja o Partnerstwie w kanałach social media udziału Polski w EXPO 2020
- Ekspozycja logotypu na materiałach promocyjnych wykorzystywanych przez cały czas trwania EXPO (np. oficjalne broszury, publikacje książkowe, upominki dla gości VIP, materiały video)
- Informacja o partnerze oraz możliwość ekspozycji własnych materiałów promocyjnych podczas konferencji prasowych
- Ekspozycja logotypu na materiałach promocyjnych wydarzenia
- Możliwość udostępnienia własnych materiałów promocyjnych do dystrybucji w recepcji głównej Pawilonu
- Możliwość udostępnienia własnych materiałów promocyjnych podczas wydarzenia – zgodnie z ustaleniami z Organizatorem
- Możliwość udostępnienia własnych gadżetów promocyjnych do gift-packów wręczanych gościom VIP
- Dodatkowy potencjał informacyjny – przeszkolenie obsługi Pawilonu z podstawowych informacji nt. firmy
- Możliwość wykorzystania Salonu VIP – specjalnego pomieszczenia w Pawilonie dedykowanego Partnerom
- Możliwość wykorzystania sali konferencyjnej Pawilonu do organizacji własnych spotkań biznesowych
- Dodatkowa forma udziału Partnera w wydarzeniu (np. merytoryczne wystąpienie, ufundowanie nagród, etc.- ustalane każdorazowo z organizatorem)
- Bilety wstępu na teren EXPO 2020 dla przedstawicieli Partnera pula biletów dla każdego rodzaju Partnerstwa do ustalenia na późniejszym etapie)
- Udział przedstawicieli Partnera w ceremonii oficjalnej Dnia Polski, wydarzeniu kulturalnym, oficjalnym bankiecie oraz ew. innych zaplanowanych na ten dzień atrakcjach (pula „biletów” dla każdego rodzaju Partnerstwa do ustalenia na późniejszym etapie)

W II połowie 2020 r. planowane jest uruchomienie III edycji Programu Partnerskiego. Dopuszczamy możliwość prowadzenia przez Partnerów własnych kampanii promocyjnych w czasie trwania EXPO 2020 w Dubaju, zarówno w Polsce, jak i PZEA. Oferujemy możliwość umieszczenia na materiałach promocyjnych logotypu udziału Polski w EXPO 2020 oraz ustalone przez obie strony wsparcie organizacyjne.

8.5.3 Wsparcie finansowo-organizacyjne: Polskie Mosty Technologiczne

Jednym z działań umożliwiających ekspansję na rynki zagraniczne jest realizowany przez PAIH projekt pn. Polskie Mosty Technologiczne (PMT). PMT to przede wszystkim doradztwo i wsparcie w procesie umiędzynarodowienia na wybranych pozaunijnych rynkach dla: mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z wszystkich sektorów kwalifikujących się do otrzymania pomocy *de minimis* i posiadających innowacyjny produkt, usługę bądź technologię. Jest to jeden z programów, który umożliwi zainteresowanym przedsiębiorcom wykorzystanie kontekstu EXPO 2020 w Dubaju w celu wsparcia działań proeksportowych. Korzystając z pomocy oferowanej przez PMT przedsiębiorca zyska wiedzę potrzebną do podjęcia decyzji, a także z pomocą doradców zoperacjonalizuje ją i wdroży.

W ramach projektu PMT przedsiębiorca może otrzymać wsparcie w wysokości do 200 tys. PLN – *de minimis* (w formie bezgotówkowej i gotówkowej) oraz:

- 3-dniowe warsztaty na temat wybranego rynku (praktyczne informacje),
- 40 h konsultacji z ekspertem w celu stworzenia strategii ekspansji,
- strategia ekspansji produktu/usługi/technologii na wybrany rynek,
- 120 tys. PLN do wydatkowania na rynku zagranicznym,
- na 30 dni udostępnione miejsce do pracy i urzędzenia biurowe w Zagranicznym Biurze Handlowym PAIH w wybranym kraju,
- wsparcie merytoryczne i operacyjne pracowników Centrali i ZBH, którzy m.in. umówią spotkania z potencjalnymi partnerami/kontrahentami/inwestorami.

Poza edycjami już ogłoszonymi w 2018 r. i 2019 r. planowane są jeszcze minimum dwa nabory: w lipcu 2020 r. oraz w 2021 r.

8.5.4 Wsparcie finansowo-organizacyjne: *Go to Brand*

Kolejnym źródłem umożliwiającym uzyskanie wsparcia finansowego, jest poddziałanie 3.3.3 POIR „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – *Go to Brand*”, dzięki któremu przedsiębiorcy pozyskują środki finansowe na realizację działań promocyjnych m.in. na rynku PZEA w ramach branż wskazanych w projekcie pozakonkursowym „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki – Brand” (poddziałanie 3.3.2 POIR).

Przedsiębiorcy mogą ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych objętych programem zgodnie z katalogiem kosztów kwalifikowanych określonych w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury i Rozwoju z dnia 10 lipca 2015 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (Dz. U. z 2018 r. poz. 871 z późn.zm.).

Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do realizacji określonej liczby wydarzeń promocyjnych, w tym do realizacji jednego działania na imprezie targowej, na której jest zorganizowane narodowe stoisko promocyjno-informacyjne.

W I kw. 2020 r. ogłoszona została specjalna edycja programu *Go to Brand* – EXPO 2020 obejmująca swym zakresem działania związane z uczestnictwem firm w wydarzeniach towarzyszących EXPO 2020 w Dubaju. Uwzględniając konieczność dostosowania programu do zmieniających się warunków związanych z pandemią powstała zweryfikowana wersja programu, którą MR ogłosiło 1 czerwca 2020r.

Poniższa tabela prezentuje wykaz targów branżowych w PZEA objętych dofinansowaniem ze środków programu *Go to Brand* EXPO 2020⁴.

Branża	Nazwa wydarzenia	Termin wydarzenia	Narodowe stoisko informacyjno - promocyjne
Biotechnologia i farmaceutyka	CPhI Middle East & Africa	2021	TAK
	CPhI Middle East & Africa	2022	NIE

⁴Wykaz może ulegać zmianie w trakcie realizacji programu.

Budowa i wykańczanie budowli / Maszyny i urządzenia	BIG 5 / BIG 5 Heavy	2020	TAK (BIG 5)
	BIG 5 / BIG 5 Heavy	2021	TAK (BIG 5)
Części samochodowe i lotnicze	Automechanika Dubai	2020	NIE
	Automechanika Dubai	2021	NIE
	Automechanika Dubai	2022	NIE
Energetyka / Ochrona środowiska	Water, Technology and Environment Exhibition (WETEX) i Dubai Solar Show	2020	NIE
	Water, Technology and Environment Exhibition (WETEX) i Dubai Solar Show	2021	NIE
	Middle East Energy	2021	NIE
	Middle East Energy	2022	TAK
IT/ICT	GITEX	2020	TAK
	GITEX	2021	TAK
	Seamless Middle East	2021	NIE
	Seamless Middle East	2022	NIE
	Gulf Information Security EXPO (GISEC)	2021	NIE
	Gulf Information Security EXPO (GISEC)	2022	NIE
Jachty i łodzie	Dubai International Boat Show	2021	TAK
	Dubai International Boat Show	2022	TAK
Jeździectwo i hodowla koni	Al-Fares	2020	NIE
	Dubai International Horse Fair	2021	NIE
	Dubai International Horse Fair	2022	NIE
Kosmetyki	Beauty World Middle East	2020	TAK
	Beauty World Middle East	2021	TAK
	Beauty World Middle East	2022	NIE
Maszyny i urządzenia	Gulfood Manufacturing	2020	NIE
	Gulfood Manufacturing	2021	NIE

Meble	INDEX International Design	2020	TAK
	INDEX International Design	2021	NIE
	INDEX International Design	2022	NIE
	Hotel Show Dubai	2020	NIE
	Hotel Show Dubai	2021	TAK
	Hotel Show Dubai	2022	NIE
Moda Polska	Arab Fashion Week	2020	TAK (edycja jesienna)
	Arab Fashion Week	2021	NIE
	International Fashion Week Dubai	2020	NIE
	International Fashion Week Dubai	2021	NIE
	International Fashion Week Dubai	2022	NIE
	Bride Show (Dubaj i Abu Dhabi)	2021	NIE
	Bride Show (Dubaj i Abu Dhabi)	2022	TAK (Dubaj)
Polskie specjalności żywnościowe	Gulfood	2021	TAK
	Gulfood	2022	TAK
Sprzęt medyczny / Usługi prozdrowotne	Arab Health	2021	TAK
	Arab Health	2022	TAK
Usługi prozdrowotne	Arabian Travel Market	2021	TAK
	Arabian Travel Market	2022	NIE

W latach 2016-2018 PARP zorganizowała cztery Konkursy w ramach I tury programu Go to Brand i otrzymała 1999 wniosków o dofinansowanie. Wsparcie przyznała dla 935 projektów.

W piątym naborze wniosków, który odbył się w 2019 r. i dotyczył nowej edycji branżowych programów promocji do PARP wpłynęło ok. 1400 wniosków o dofinansowanie. W wyniku dokonanej oceny wniosków do wsparcia rekomendowanych zostało 770 projektów na łączną kwotę dofinansowania w wysokości ok. 212 mln zł. Kolejny, szósty nabór wniosków o dofinansowanie został zorganizowany na początku 2020 r. Do PARP wpłynęła rekordowa liczba wniosków. Przedsiębiorcy złożyli 1575 wniosków na łączną kwotę dofinansowania w wysokości ok. 467 mln zł. W wyniku dokonanej oceny wniosków, wsparcie na promocję swoich wyrobów i usług na rynkach zagranicznych otrzyma 1117 przedsiębiorstw, a łączną kwotę dofinansowania ze środków unijnych wyniesie ok. 326,7 mln zł.

W 7. Konkursie, który był dedykowany udziałowi w EXPO 2020 zostało złożonych 121 wniosków o dofinansowanie na łączną kwotę dofinansowania w wysokości ok. 27,6 mln zł.

PARP planuje ogłosić kolejne nabory, pod warunkiem dostępności środków na ten cel.

Działania skierowane bezpośrednio do przedsiębiorców mogą być także finansowane z Regionalnych Programów Operacyjnych.

8.5.5 Cykl webinarium - przygotowanie do ekspansji na rynki bliskowschodnie

Dodatkowy rok przed rozpoczęciem EXPO warto wykorzystać na zwiększenie zainteresowania i przygotowanie jak najszerzej grupy przedsiębiorców do ekspansji na rynki krajów Zatoki Perskiej. Dotyczy to nie tylko kraju gospodarzy EXPO 2020 Dubaj, ale również Arabii Saudyjskiej, Bahrajnu, Kataru, Kuwejtu czy Omanu.

Mając na uwadze obawy przedsiębiorców związane z rynkami arabskimi, przygotowano dla nich dedykowany cykl webinarium. Narzędzia tego typu pozwolą na włączenie w proces przygotowań jak najszerzej grupy przedsiębiorców.

Cykl rozpocznie webinarium zawierające podstawowe informacje na temat wystaw światowych w kontekście historycznym oraz współczesnym, ze szczególnym uwzględnieniem zaangażowania Polski. Podczas webinarium wprowadzającego zostaną również zaprezentowane różne formy wsparcia dla przedsiębiorców, oferowane przez PAIH oraz instytucje współpracujące, które zostaną następnie rozwinięte w kolejnych częściach cyklu. W ramach webinarium omówione zostaną poszczególne kraje Zatoki Perskiej i zaprezentowane jako potencjalne kierunki ekspansji zagranicznej dla polskich przedsiębiorców.

Poruszone zostaną kwestie dotyczące np. etykiety czy netykiety w krajach arabskich oraz właściwe dla poszczególnych krajów, praktyczne kwestie dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, związane z danym systemem prawnym.

Każdy przedsiębiorca zainteresowany uczestnictwem w webinarium otrzyma możliwość uczestnictwa na podstawie zgłoszenia, a także dostęp do zamieszczonych na stronie materiałów. Przedsiębiorcom zapewniona zostanie także możliwość omówienia poszczególnych indywidualnych przypadków.

Każdy z zaplanowanych webinarium zostanie nagrany, a następnie udostępniony w formie podcastu na stronach expo.gov.pl, dzięki czemu będzie można z nich skorzystać i dołączyć do cyklu w dowolnym momencie.

Dzięki organizacji cyklu webinarium zostanie zapewniony przedsiębiorcom jak najszerzy dostęp do praktycznej wiedzy, którą w trakcie trwania Wystawy będą mogli wykorzystać uczestnicząc w proponowanych działaniach i wydarzeniach.

8.5.6 Katalog przedsiębiorców on-line

Katalog przedsiębiorców stanowi stały element programów gospodarczych towarzyszących udziałowi Polski w wystawach światowych. Do tej pory katalog wydawany był w formie papierowej broszury. Zmieniona forma katalogu przedsiębiorców na wersję on-line, która będzie systematycznie aktualizowana, zapewni znacznie szerszą i stałą promocję oferty polskich przedsiębiorców, również w okresie poprzedzającym otwarcie Wystawy oraz po jej zamknięciu.

Katalog on-line będzie narzędziem, które zapewni przedsiębiorcom możliwość przedstawienia swojej oferty usługowo-produktowej na dedykowanej platformie, gdzie znajdą się ich wizytówki zawierające

dane kontaktowe do przedstawicieli firm, informację o usługach i towarach oferowanych przez daną firmę oraz materiały promocyjne. Każda wizytówka zostanie opracowana w trzech wersjach językowych – polskim, angielskim oraz arabskim w celu dotarcia do jak największej liczby odbiorców. W kontekście wykorzystania katalogu jako dodatkowego kanału komunikacji warto będzie rozważyć rozszerzenie jego treści również o takie formy komunikacji jak czat lub wideoczat.

Katalog on-line może zostać również powiązany z innym działaniem dedykowanym promocji produktów polskich przedsiębiorców, jakim będzie sklep internetowy. Dzięki stworzeniu interakcji między obiema platformami rozszerzony zostanie zasięg oddziaływania.

W celu zapewnienia ciągłości rozpoczętych rozmów biznesowych w ramach powyższych działań, kolejny krok stanowić będzie umożliwienie przedsiębiorcom ich pogłębienia poprzez udostępnienie dodatkowego, dedykowanego w tym celu kanału. Takie narzędzie udostępnione zostanie w ramach współpracy instytucjonalnej, dzięki Agencji Rozwoju Przemysłu, w formie tzw. wirtualnych pokoi spotkań. Założeniem wirtualnych pokoi jest zapewnienie komfortowych i bezpiecznych warunków do przeprowadzenia rozmów w formie on-line.

Funkcjonalność wirtualnych pokoi może zostać rozszerzona również do organizacji wydarzeń on-line.

8.5.7. Wspólna Komisja ds. Współpracy Gospodarczej

W okresie poprzedzającym otwarcie Wystawy jednym z kluczowych wydarzeń będzie posiedzenie międzyrządowej Komisji ds. współpracy gospodarczej. Realizacji wydarzenia przewodzić będzie Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii a towarzyszący posiedzeniu komisji komponent gospodarczy zorganizuje PAIH. Komisja została powołana na podstawie umowy o współpracy gospodarczej między Rządem Rzeczypospolitej Polskiej a Rządem Zjednoczonych Emiratów Arabskich, podpisanej 22 kwietnia 2012 r. (weszła w życie 28.01.2013 r.). Dotychczas odbyły się dwa posiedzenia Komisji - ostatnie w Abu Zabi w dniach 29-30.04.2015 r. Mając na celu ożywienie relacji gospodarczych między Polską z PZEA kolejne spotkanie Komisji planowane jest jeszcze przed otwarciem Wystawy, w pierwszym kwartale 2021 r. w Polsce, co pozwoli na zorganizowanie kolejnego spotkania Komisji jeszcze w trakcie trwania Wystawy, w Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Spotkaniu Komisji towarzyszyć będą wydarzenia o charakterze kulturalnym, które swoim programem będą wspierać i uzupełniać wydarzenia o charakterze gospodarczym.

8.6. Formy wsparcia przedsiębiorców w trakcie EXPO 2020 w Dubaju

Wsparcie przedsiębiorców w trakcie Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju będzie naturalną kontynuacją działań rozpoczętych w poprzednich latach. W ramach kontynuacji współpracy z przedsiębiorcami będą realizowane następujące, opisane w rozdziale 8.6. inicjatywy:

- wypełnienie zobowiązań promocyjnych względem partnerów w programie partnerskim,
- organizacja stoisk narodowych na targach branżowych w ramach programu promocji,
- promocja katalogu przedsiębiorców on-line, powiązanego z funkcjonowaniem sklepu internetowego.

W dalszej części tego rozdziału opisane zostały pozostałe inicjatywy realizowane w trakcie EXPO 2020.

8.6.1. Polsko-Emirackie Forum Gospodarcze

Jednym z kluczowych elementów programu gospodarczego jest Polsko-Emirackie Forum Gospodarcze, które pierwotnie planowano zorganizować w marcu 2021 r. Forum w oryginalnym założeniu miało przyjąć formę spotkań dwustronnych między przedstawicielami rządu oraz biznesu, a także paneli dyskusyjnych nawiązujących do podtematów Wystawy, tj.: Opportunity (Szanse), Mobility (Mobilność) i Sustainability (Zrównoważony Rozwój).

Z uwagi na obecną sytuację oraz prognozy specjalistów, przy planowaniu Forum konieczne będzie uwzględnienie nie tylko zmian dotyczących organizacji EXPO, ale również nowe zasady funkcjonowania społecznego oraz podróżowania. Przede wszystkim Forum zostanie przesunięte na koniec 2021 r. i, zgodnie z pierwotnymi założeniami, **będzie połączone z Dniem Narodowym Polski na EXPO w nowej dacie (początek grudnia 2021).**

Jednocześnie, biorąc pod uwagę specyfikę kontaktów biznesowych w świecie arabskim, które wymagają większego niż w krajach europejskich, także osobistego, zaangażowania, warto jest rozważyć wykorzystanie pierwotnego terminu planowanego Forum, na organizację konferencji gospodarczej wychodzący naprzeciw nowym okolicznościom związanym z pandemią. Oznacza to konieczność zmodyfikowania nie tylko formuły, ale także tematyki wydarzenia. W związku z tym proponujemy po pierwsze: zaakcentowanie obecności branż wspierających działalność firm w dobie kryzysu związanego z pandemią, tj. IT/ICT, w tym telemedycyny, fintech, AI, cyberbezpieczeństwa oraz branży dronowej, robotyki, a także e-commerce i cross-border Logistics. Po drugie proponujemy zorganizowanie w formie zdalnej paneli dyskusyjnych z wykorzystaniem innowacyjnych technologii komunikacyjnych, a także zorganizowanie hackatonu zmierzającego do wspólnego wypracowania rozwiązań potrzebnych do walki z pandemią oraz pozwalających na wypracowanie bezpiecznych metod działania nie tylko w obszarze współpracy gospodarczej, ale również dedykowanych funkcjonowaniu Wystawy.

Samo wydarzenie może zostać zorganizowana wg trzech scenariuszy, które zależą będą od sytuacji związanej z rozwojem pandemii, a więc możemy założyć wersję stacjonarną, zdalną oraz mieszaną. W przypadku każdej z wersji akcentowane będzie wykorzystanie innowacji w branży IT/ICT oraz wykorzystanie rozwiązań proponowanych przez polskie firmy w celu organizacji konferencji.

8.6.2. Polish Games Show

Jedną z bardzo istotnych branż, którą chcemy promować w trakcie Wystawy EXPO jest branża gamedev. Polska branża gier to niezwykle kreatywna i dynamicznie rozwijająca się gałąź gospodarki. Polskie gry odnoszą sukcesy nie tylko komercyjne, ale również w sferze artystycznej na skalę globalną, zdobywając najbardziej prestiżowe nagrody i wyróżnienia. Sukcesy polskich firm produkujących gry komputerowe, takich jak CD Projekt, Techland, 11bit studios, Ten Square Games, czy SUPERHOT sprawiły, że na polską branżę gier patrzy cały świat – zarówno gracze, jak i inwestorzy. Ponad 2 miliardy graczy na świecie, około 16 milionów graczy w Polsce, to są czynniki, dzięki którym ta gałąź gospodarki globalnie w 2016 r. wygenerowała według analiz Newzoo 101,1 mld dolarów, a w samej Polsce 1,85 mld złotych. Warto także wskazać na rozwój tej branży - polski eksport gier, konsoli i urządzeń do gier wideo w latach 2013-2018 wzrósł o 3810,5 proc. Jesteśmy dziś czwartym największym eksporterem w tej branży na świecie.

Pod względem produkcji branżę można podzielić na 3 segmenty:

- gry wysokobudżetowe (seria Wiedźmin, seria Sniper Ghost Warrior, Dying Light, etc.)
- gry niskobudżetowe oraz niezależne (tzw. indie games – This War of Mine, Kholat, SUPERHOT, Bound, etc.)

- gry mobilne (Real Boxing, Timberman, 60 seconds, etc.)

Na znaczeniu powoli zyskuje także segment gier związanych z rzeczywistością rozszerzoną (AR) i wirtualną (VR). Obecna wartość rynku Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) i Mixed Reality (MR) na świecie to około 11 miliardów dolarów. Szacuje się, że rynek VR w najbliższych latach będzie rósł w tempie około 13%, a AR/MR ponad 20% rocznie.

Specjalnie dla tej branży w Pawilonie Polski zorganizowany zostanie **Polish Game Show** – tygodniowe wydarzenie obejmujące zarówno prezentację polskich gier, producentów, jak i konkursu czy warsztaty z projektowania gier. W Pawilonie powstanie specjalne wydzielona strefa gamingu, gdzie zainteresowane osoby będą mogły daną grę przetestować. Wydarzenie zostało wpisane w *Program promocji o charakterze ogólnym w związku z udziałem Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju* MR. Przedsiębiorcy biorący udział w Programie będą mogli otrzymać dofinansowanie na zaprezentowanie swojej oferty podczas Polish Game Show w ramach programu Go to Brand.

8.6.3. Organizacja promocyjnych wydarzeń branżowych

Nie tylko branża gamingowa znajdzie swoje specjalne miejsce w kalendarzu wydarzeń w trakcie Wystawy EXPO. Polska ma wiele projektów, które warto zaprezentować na arenie międzynarodowej. Rozwiązania z branży FINTECH, GOVTECH czy IT/ICT będą prezentowane zarówno poprzez wplatanie tych wątków w ekspozycję, jak również w trakcie dedykowanych danej branży wydarzeń promocyjnych (konferencji, seminariów czy pokazów). Zespół EXPO prowadzi rozmowy zarówno z instytucjami oraz przedsiębiorcami, przygotowując wspólnie założenia prezentacji osiągnąć m.in. branż: producentów robotów oraz pojazdów bezobsługowych, elektro mobilności, w tym np. rozwiązań branży elektrycznych pojazdów miejskich, FINTECH, GOVTECH, IT/ICT.

8.6.4. Rezerwacja przestrzeni biznesowych w Pawilonie

Chcąc wesprzeć firmy w ekspansji zagranicznej, szczególnie w nowej pocovidowej sytuacji, planujemy udostępnienie przedsiębiorcom możliwości **organizacji spotkań biznesowych** w Pawilonie Polski. Zostanie w tym celu uruchomiony otwarty nabór pod hasłem „Zorganizuj swoje spotkanie w Pawilonie na EXPO 2020”. Przedsiębiorcy, zainteresowani spotkaniem ze swoimi partnerami lub potencjalnymi partnerami gospodarczymi, poprzez proste narzędzie on-line będą mieli możliwość rezerwacji przestrzeni biznesowej w blokach dwugodzinnych. Do dyspozycji przedsiębiorców oddane zostaną przestrzenie w strefie biznesowej: salon VIP oraz reprezentacyjne pokoje spotkań.

8.6.5. Program partnerstwa komercyjnego

Program Partnerski, opisany w 8.5.2 będzie aktywny także w trakcie Wystawy EXPO, głównie w ramach kategorii współorganizacji wydarzeń oraz sponsoringu wydarzeń organizowanych przez Zespół EXPO. Zakładamy bowiem, że biorąc pod uwagę zmienność warunków gospodarczych i innowacyjność polskich przedsiębiorców do czasu Wystawy, ale także w trakcie, mogą powstać nowe rozwiązania i produkty, które warto będzie zaprezentować np. w ramach specjalnego wydarzenia zorganizowanego w Pawilonie Polski.

8.7. Formy wsparcia przedsiębiorców po EXPO 2020 w Dubaju

Wsparcie przedsiębiorców po zakończeniu Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju będzie naturalną kontynuacją działań rozpoczętych przed i podczas Wystawy. W ramach kontynuacji współpracy z przedsiębiorcami będą realizowane inicjatywy opisane w rozdziałach 8.5. i 8.6.:

- organizacja stoisk narodowych na targach branżowych w ramach programu promocji, realizowanego przez MR,
- promocja katalogu przedsiębiorców on-line, powiązanego z funkcjonowaniem sklepu internetowego.

8.7.1. Wykorzystanie budynku Pawilonu Polski

Organizatorzy Expo wystąpili do Polski z zapytaniem o możliwość pozostawienia Pawilonu po zakończeniu Wystawy Światowej. Pawilon Polski, jako jeden z 12 pawilonów narodowych wybranych przez gospodarzy, miałby stanowić swoiste dziedzictwo – upamiętniające organizację Wystawy Światowej w Zjednoczonych Emiratach Arabskich.

Warto zatem rozważyć możliwość przemodelowania Pawilonu Polski już na etapie wykonawczym na budynek o charakterze trwalszym niż pierwotnie zakładany okres 6-miesięcznej eksploatacji.

Ponadto Politechnika Białostocka – jako jeden z sygnatariuszy porozumienia regulującego zagospodarowanie budynku Pawilonu po EXPO (pozostałe strony to: Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, PAIH) i podmiot, który miał przejąć budynek Pawilonu po zakończeniu Wystawy, zasygnalizowała pod koniec marca br., że jej plany w tym zakresie ulegają zmianie. W trakcie pracy nad programem funkcjonalnym obiektu niezbędne okazały się zmiany aktualnej dokumentacji projektowej w celu spełnienia obowiązujących w Polsce przepisów techniczno-budowlanych, uwarunkowań lokalizacyjnych na terenie kampusu Politechniki Białostockiej oraz spełnienia potrzeb funkcjonalnych, w tym w szczególności modernizację koncepcji bryły budynku (jej powiększenie). Zatem dosłowne przeniesienie budynku nie będzie miało racji bytu, tym bardziej, że koszty przeniesienia budynku i jego późniejsza adaptacja do potrzeb Politechniki, okazały się wyższe niż koszt zmodernizowania projektu i budowy budynku od podstaw. Co za tym idzie, nie ma przeszkód merytorycznych dla zmiany koncepcji wykonania i zagospodarowania budynku Pawilonu, tj. wybudowania go jako obiektu o charakterze trwałym i pozostawienia go na terenie ZEA po zakończeniu Wystawy.

Budynek Pawilonu mógłby również po EXPO pełnić funkcję showroomu dla polskich produktów i technologii. Plany stworzenia takiej przestrzeni w ZEA na potrzeby promocji polskich firm z branży meblarsko-wykończeniowej powstały w PAIH już w 2019 r. Obecna sytuacja gospodarcza spowodowana pandemią COVID-19 i okoliczności towarzyszące organizacji Wystawy (budowa własnego Pawilonu, potencjalna możliwość pozostawienia go w Dubaju po EXPO), stwarzają dla tej idei nowe możliwości realizacyjne.

Dzielnica Dubaju, w której powstaje infrastruktura dla EXPO 2020 jest nowo zagospodarowanym terenem miasta z nowoczesną infrastrukturą drogową i dedykowaną stacją kolejki Dubai Metro. Jest to teren strategicznie położony w pobliżu lotniska Al Maktoum International o dużym potencjale rozwoju oraz Portu Jebel Ali, jednego z największych portów kontenerowych na świecie. Dzielnica, na terenie której znajduje się EXPO 2020 ma zostać przekształcona w biznesową strefę miasta o nazwie District2020 (www.district2020.ae), dającą wiele możliwości kontynuowania działań promocyjnych gospodarczych i edukacyjnych, a także ekspansji indywidualnych firm zagranicznych.

Inne formy wykorzystania budynku to: organizacja spotkań branżowych, spotkań B2B, czy możliwość organizacji konsultacji on-line z ekspertami branżowymi w Polsce. W związku z pandemią koronawirusa możliwe jest wykorzystanie do tych celów zasobów Pawilonu, na które składa się m.in. sala konferencyjna ze sprzętem przeznaczonym do tele- i wideokonferencji. Chcąc zagwarantować komfort i bezpieczeństwo emirackim partnerom biznesowym, można uczynić z Pawilonu miejsce

spotkań on-line, co pozwoli na realizację programu gospodarczego i podtrzymania relacji polsko-emirackich przy zachowaniu bezpieczeństwa uczestników spotkań.

W dalszej perspektywie istnieje również możliwość stworzenia w Pawilonie swojego rodzaju centrum wsparcia polskiego biznesu, w którym odbywać się będą spotkania biznesowe, prezentacje przedsiębiorców, a także spotkania realizowane w ramach misji gospodarczych. W projekcie widzimy potencjał na zaangażowanie firm zrekrutowanych poprzez program Polskie Mosty Technologiczne. Do działań promocyjnych proponujemy włączenie także pozostałych podmiotów Grupy PFR.

Rozwinięciem powyższej koncepcji jest również udostępnienie przestrzeni Pawilonu jako miejsca prezentacji ofert inwestycyjnych z Polski, np. z regionów ukierunkowanych na branże i projekty sprofilowane pod inwestorów arabskich (inwestycje o charakterze kapitałowym). Przestrzeń Pawilonu może być w tym przypadku udostępniana instytucjom na poziomie samorządowym, jak i centralnym.

Kolejnym elementem, szczególnie ważnym w kontekście zapobiegania oraz walki z konsekwencjami pandemii COVID-19 jest wykorzystanie przestrzeni w Pawilonie w celu prezentacji oferty turystycznej. Sektor turystyczny jest obecnie jednym z najczęściej dotkniętych w wyniku pandemii, dlatego wszelkie działania zmierzające do jego ożywienia są istotne. W tym wypadku możliwe jest wykorzystanie przestrzeni Pawilonu do prezentacji oferty turystycznej również w oparciu o branże. Choć element ten uzależniony jest od przywrócenia swobodnego ruchu międzynarodowego, to już na tym etapie, mając świadomość trudności z jakimi mierzy się i będzie mierzyć się branża turystyczna, należy wypracować działania promujące tę branżę.

9. WYDARZENIA ORAZ PROGRAMY TOWARZYSZĄCE

Swoistą „polską specjalnością” na poprzednich wystawach EXPO była organizacja dużej liczby wydarzeń towarzyszących. Podobny model udziału powinien towarzyszyć obecności Polski na EXPO 2020 w Dubaju. Jest to tym bardziej uzasadnione, że w przypadku tej Wystawy Organizatorzy wprost zachęcają kraje do inicjowania własnych wydarzeń.

Główną oś harmonogramu stanowić będą wydarzenia o charakterze gospodarczym. Na tak stworzonej podstawie planowane będą wydarzenia z pozostałych obszarów promocji. Polski plan wydarzeń towarzyszących uwzględni w sposób kontekstowy wydarzenia zaplanowane i nagłaśniane przez Organizatorów. Celem takiej konstrukcji programu jest wykorzystanie do celów promocji Polski działań komunikacyjnych inicjowanych przez Organizatorów.

Kolejną cechą jest grupowanie wątków w moduły tematyczne. Organizatorzy stworzyli platformę do współpracy uczestników przygotowując tygodnie tematyczne. Kalendarz Organizatora obejmuje:

- 17 dni międzynarodowych (Światowy Dzień Żywności, Światowy Dzień Miast, Międzynarodowy Dzień Tolerancji, Dzień powszechnego ubezpieczenia zdrowotnego, Międzynarodowy Dzień Praw Dziecka, Międzynarodowy Dzień Osób Niepełnosprawnych, Międzynarodowy Dzień Wolontariuszy, Dzień Praw Człowieka, Dzień Języka Arabskiego, Międzynarodowy Dzień Edukacji, Światowy Dzień Dzikiej Przyrody, Międzynarodowy Dzień Szczęścia, Światowy Dzień Kobiet i Dziewcząt, Światowy Dzień Wody, Światowy Dzień Zdrowia, Międzynarodowy Dzień Szczęścia, Dzień Matki).
- 6 dni specjalnych (Diwali, Święto Narodowe ZEA, Boże Narodzenie, Nowy Rok, Chiński Nowy Rok, Międzynarodowy Dzień Kobiet.)
- 6 ważnych dni (Dzień otwarcia Wystawy, Halloween, Dzień flagi ZEA, Walentynki, Karnawał, Dzień zamknięcia Wystawy).
- 10 tygodni tematycznych obejmujących następujące zakresy:
 - Kosmos

- o Klimat i różnorodność biologiczna
- o Rozwój miast i wsi
- o Tolerancja i poczucie przynależności
- o Złoty jubileusz
- o Wiedza i nauka
- o Podróże i łączność
- o Globalne cele
- o Zdrowie i uroda
- o Żywność, rolnictwo i środki do życia

Każde z wyżej wymienionych wydarzeń, zarówno tygodni, jak i dni specjalnych daje możliwość zakotwiczenia promocji danej branży czy też tematyki, którą będziemy prezentować w czasie naszej obecności na EXPO. Wskazany kalendarz dotyczył co prawda wydarzeń planowanych w pierwotnych ramach czasowych Wystawy i zapewne Światowy Dzień Zdrowia, który wypada w kwietniu docelowo zniknie, ale z dużym prawdopodobieństwem pojawią się nowe ważne daty. Proponujemy organizację podczas trwania Wystawy około 10 tzw. dużych wydarzeń, w tym wydarzenie inauguracyjne pracę Pawilonu Polski, Polski Dzień Narodowy, ceremonię zamknięcia Pawilonu Polski oraz ok. 6 wydarzeń o charakterze gospodarczym i/ lub promocyjnym organizowanych w powiązaniu np. z tygodniami tematycznymi.

Tradycją udziału Polski w wystawach EXPO jest uhonorowanie wydarzenia specjalną emisją znaczka pocztowego. Podobnie, jak w przypadku Wystawy Światowej w Mediolanie w 2015 r. oraz Astana Expo 2017, Poczta Polska upamiętniła Wystawę Światową EXPO 2020 w Dubaju walorami filatelistycznymi – wydaniem znaczka pocztowego w formie bloku oraz koperty Pierwszego Dnia Obiegu FDC i datownika FDC.

9.1. Narodowy Dzień Polski

Jednym z najważniejszych wydarzeń na EXPO dla kraju-uczestnika jest jego Dzień Narodowy na EXPO. Jest to okazja do zaprezentowania się szerokiemu gronu międzynarodowej publiczności zwiedzającej Wystawę. Tego dnia część obchodów ma miejsce w specjalnie do tego przygotowanej przestrzeni – scenie dni narodowych w Al Wasl Plaza.

Warto wykorzystać Dzień Narodowy do organizacji oficjalnej wizyty państwowej z udziałem Prezydenta lub Premiera, nadając w ten sposób wydarzeniom organizowanym w ramach obchodów Dnia Polski najwyższą rangę – zarówno poprzez obecność przedstawicieli najwyższych władz państwowych Polski i PZEA, organizację prestiżowych wydarzeń kulturalnych oraz inicjatyw gospodarczych (np. Forum Gospodarczego). W związku z przełożeniem terminu Wystawy Narodowy Dzień Polski na EXPO 2020 w Dubaju proponujemy zorganizować na początku grudnia 2021 r. W tym roku bowiem będziemy obchodzili 30-lecie ustanowienia przedstawicielstwa dyplomatycznego Polski w PZEA oraz założenia Szkoły Polskiej im. Wacława Seweryna Rzewuskiego.

9.2. Program polityczno-dyplomatyczny

9.2.1. Stan relacji dwustronnych Polska - PZEA

Relacje polsko-emirackie charakteryzuje stosunkowo wysoka (w porównaniu z relacjami z innymi państwami Zatoki Perskiej) intensywność kontaktów politycznych, także na wysokim szczeblu.

- W czerwcu 2015 r. wizytę w Polsce złożył wiceprezydent, premier, minister ON i władca Dubaju szejk Mohammed Bin Rashid Al Maktoum.
- Prezydent RP Bronisław Komorowski odwiedził Abu Zabi i Dubaj w grudniu 2013 r.

- W kwietniu 2012 r. wizytę w Dubaju złożył premier RP Donald Tusk. Ministrowie SZ obu krajów spotkali się w Nowym Jorku na marginesie 71. sesji ZO ONZ (wrzesień 2016 r.).
- Wcześniej, minister SZ PPZEA złożył wizyty w Polsce w 2014 i 2012 r.
- W kwietniu 2015 r. w PZEA odbyło się II posiedzenie Polsko-Emirackiej Komisji Mieszanej (przewodniczył wicepremier J. Piechociński). Pierwsze, inauguracyjne posiedzenie Komisji miało miejsce w 2013 r. w Warszawie.
- W grudniu 2016 r. odbyła się wizyta Wicepremiera, Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w PZEA (udział w międzynarodowej konferencji pod patronatem UNESCO, spotkanie z Ministrem Kultury i Rozwoju Wiedzy oraz Ministrem Spraw Wewnętrznych).
- W kwietniu 2018 r. odbyła się wizyta Wicepremiera, Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w PZEA na Międzynarodowych Targach Książki, podczas której został złożony list Premiera RP potwierdzający udział Polski w EXPO 2020.
- W lutym 2019 r. odbyła się wizyta oficjalna Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Jana Krzysztofa Ardanowskiego z delegacją w Dubaju oraz Emiracie Ras Al Khaimah, w związku z udziałem w Targach GulfFood 2019.
- W listopadzie 2019 r. odbyła się wizyta Ministra Infrastruktury i Rozwoju, Abdullaha Belhaif Al Nuaimi w Warszawie, podczas której podpisano Umowę o transporcie morskim
- W lutym 2020 r. odbyła się wizyta Minister Funduszy i Polityki Regionalnej w ZEA związana z udziałem w Światowym Forum Miejskim (World Urban Forum) w Abu Dhabi (organizowanym pod auspicjami agendy ONZ ds. osiedli Ludzkich UN Habitat), w tym uczestnictwem w oficjalnej ceremonii przekazania organizacji WUF 11 Katowicom. Dodatkowo odbyło się spotkanie z Przewodniczącym Departamentu Miast i Transportu Emiratu Abu Dhabi.
- Wskazane jest przeprowadzenie III posiedzenia Polsko – Emirackiej Komisji Mieszanej w Warszawie w okresie poprzedzającym EXPO 2020 z programem uwzględniającym profil polskiego udziału w Wystawie. Wstępnie posiedzenie to zaplanowano na marzec 2021 r. w powiązaniu z organizacją konferencji gospodarczej.

9.2.2. Relacje Polski z państwami regionu

Z uwagi na możliwość wykorzystania EXPO 2020 do promocji polskiej oferty gospodarczej nie tylko w regionie Zatoki i Bliskiego Wschodu, ale również jej prezentacji przed kontynentem afrykańskim i azjatyckim, wskazana jest intensyfikacja wizyt na szczeblu ministra oraz wiceministrów właściwych ds. promocji gospodarczej oraz odpowiedzialnych za współpracę z regionem Bliskiego Wschodu. Wizyty te powinny obejmować okres przygotowawczy do imprezy i kulminować w okresie jej trwania. Partnerami spotkań powinni być nie tylko odpowiednicy z PZEA, ale również z pozostałych państw BW i regionów najsilniej zaangażowanych w EXPO, przy wykorzystaniu lub wykreowaniu (np. przez polską placówkę w Abu Zabi) płaszczyzn do spotkań w formacie wielostronnym/regionalnym /międzyregionalnym (V4 – RWZP) na odpowiednim szczeblu.

Proponowane jest przygotowanie kalendarza wizyt w porozumieniu MR i MSZ z PAIH oraz innymi zaangażowanymi resortami w celu uzyskania najbardziej korzystnych efektów, w ścisłym powiązaniu z przedsięwzięciami planowanymi podczas EXPO 2020 oraz przy najważniejszych etapach przygotowań do imprezy.

9.2.3. Komponenty programu polityczno- dyplomatycznego

W nawiązaniu do programu polskiego uczestnictwa w EXPO 2020, udział przedstawicieli polskich władz powinien zostać wstępnie zaplanowany w odniesieniu do:

Głównych wydarzeń EXPO 2020, tj.:

- otwarcie Wystawy (październik 2021 r.): minister/członek kierownictwa Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii;
- Narodowe Święto Niepodległości (listopad 2021 r.): Wicepremier, Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego;
- Dzień Polski (grudzień 2021 r.): Prezydent RP, marszałek Sejmu/Senatu, przedstawiciele Rady Ministrów;
- zamknięcie Wystawy (marzec 2022 r.): minister/członek kierownictwa Ministerstwa Spraw Zagranicznych.

Wydarzeń towarzyszących zaplanowanych przez Organizatorów udziału w EXPO 2020:

W zależności od charakteru planowanych wydarzeń i w nawiązaniu do hasła przewodniego polskiego uczestnictwa oraz polskich priorytetów podczas EXPO 2020 wskazany jest udział ministrów/członków kierownictwa: Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwa Klimatu i Środowiska, Ministerstwa Zdrowia, Ministerstwa Sportu, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej, Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Ministerstwa Infrastruktury.

Kluczowych imprez targowo-wystawienniczych zaplanowanych w Dubaju podczas EXPO 2020:

Koordinacja działalności Pawilonu Polski z charakterem najważniejszych imprez targowych realizowanych podczas trwania EXPO 2020 w Dubaju przy jednoczesnym zaangażowaniu przedstawicieli właściwych polskich ministerstw, wzmocni polską aktywność w ramach EXPO 2020, a tym samym ofertę polskich wystawców uczestniczących w głównych dubajskich wydarzeniach targowych. Na szczególną uwagę w tym kontekście zasługują: GULFOOD (luty) – udział Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, ATM (Arabian Travel Market - kwiecień) – udział Ministra lub Wiceministra odpowiedzialnego za turystykę, THE INTERNATIONAL MEDICAL TRAVEL EXHIBITION AND CONFERENCES (październik) – udział Ministra Zdrowia.

Ewentualnych propozycji programów wydarzeń promujących wspólne relacje kulturalne, historyczne polityczne, gospodarcze Polski i PZEA, mogących stanowić dopełnienie programu polityczno-dyplomatycznego EXPO 2020 z udziałem Polski (w tym dotyczące organizacji Dnia Polski w Dubaju) - warto tu zwrócić uwagę na zasadność zaangażowania Ambasady RP w Abu Zabi, znającej lokalne uwarunkowania.

Pozostałe propozycje wydarzeń towarzyszących w ramach programu polityczno-dyplomatycznego:

- Włączenie się w ew. organizację Dialogu Międzykulturowego w Dubaju, podczas którego zaprezentowana zostałaby tradycja Polski wieloetnicznej i wielokulturowej, kraju tolerancyjnego i przyjaznego. Jest to zgodne z priorytetami dyplomacji publicznej. Spotkanie w swym założeniu bazowałoby na udanych przykładach dotychczasowych dialogów religijnych (m.in. dialogu Polski z państwami Bliskiego Wschodu lub polsko-indonezyjskiego dialogu międzykulturowego, który był realizowany w otwartym formacie, tj. z udziałem naukowców, teologów i duchownych również spoza Polski i Indonezji, tj. z Arabii Saudyjskiej, Egiptu, Jordanii, Libanu). DDPK dysponuje narzędziem – publikacją dotyczącą dialogu międzykulturowego i międzyreligijnego.
- Wstępną gotowość włączenia się Departamentu Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej (DDPK) MSZ w organizację Dnia Polskiego w Dubaju poprzez wsparcie placówki na miejscu ew. dodatkowymi środkami na wartościowe projekty zgłoszone przez placówkę w kontekście Wystawy.
- Gotowość wskazania narzędzi dyplomacji publicznej pozostających w dyspozycji DDPK MSZ, które mogłyby być przydatne do wykorzystania przed i podczas wystawy EXPO, w szczególności ukazujących Polskę innowacyjną, zdobycze polskiej nauki i techniki, polskich odkrywców i wynalazców, osiągnięcia polskiej architektury i wzornictwa, a także publikacji promujących polską gastronomię, wypieki, chleb. Również możliwość wskazania do wykorzystania narzędzi o charakterze historycznym, np. wystawy o polskich Tatarach.

- „Innowacja” jest jedną z czterech głównych wartości, które należy przyjąć budując markę Polska, a „nauka i innowacyjność” zostały wyszczególnione w dokumencie „Kierunki promocji Polski na lata 2017 – 2027” jako jeden z głównych obszarów promocji naszego kraju za granicą. Założenia te są zgodne z Koncepcją programową udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju, zgodnie z którą wystawa ma „stanowić powrót do pierwotnych założeń wystaw światowych. Organizowane od 1751 r. wystawy EXPO początkowo były forum prezentacji osiągnięć naukowych oraz dzielenia się wiedzą i nowymi możliwościami techniki”. Warto skorzystać z dotychczasowych doświadczeń. W 2017 r. Polska zaprezentowała dokonania polskiej branży gier komputerowych podczas piętnastej edycji ChinaJoy – odbywających się pod koniec lipca 2017 r. w Szanghaju, największych targów gier komputerowych w Chinach. Wydarzenie przygotowano było m.in. we współpracy z Instytutem Polskim w Pekinie i Konsulatem Generalnym RP w Szanghaju. Podczas imprezy uczestnicy mogli obejrzeć wystawę "Digital Dreamers" prezentującą osiągnięcia polskiej branży gier komputerowych.
- Włączenie się DDPK MSZ do ewentualnych projektów promujących język polski jako język obcy (poprzez realizowanie np. lekcji pokazowych na miejscu) we współpracy z Narodową Agencją Wymiany Akademickiej. W obszarze kultury resort rozważa współpracę z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego lub jemu podległymi instytucjami, w szczególności podczas Dnia Narodowego. Podczas realizacji Dnia Narodowego warto bazować na doświadczeniach Tygodni Polskich organizowanych przez poszczególne placówki.
- Do rozważenia pozostaje również wykorzystanie do promowania udziału Polski w EXPO 2020 bieżących wydarzeń realizowanych w ramach wzmacniania relacji dwustronnych Polski z PZEA jeszcze w okresie przed samym EXPO.

9.2.4. Podmioty zaangażowane

Realizacja założeń polskiego udziału w EXPO 2020 powinna uzyskać właściwe wsparcie polityczne zarówno ze strony MSZ, jak i innych resortów oraz przedstawicieli najwyższych władz państwowych.

Udział Polski w EXPO 2020 pozwoli na kontynuację bezpośrednich kontaktów Polska - PZEA. Szczególne znaczenie mają kontakty międzyrządowe, zwłaszcza w szeroko rozumianej dziedzinie gospodarki (Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, Ministerstwo Klimatu i Środowiska, Ministerstwo Infrastruktury, Ministerstwo Aktywów Państwowych, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwo Sportu). Należy oczekiwać, iż wizyty przedstawicieli polskich władz w Państwie PZEA w okresie EXPO przyniosą długofalowe rezultaty i skutkować będą zwiększeniem aktywności strony emirackiej i intensyfikacją relacji także po zakończeniu Wystawy.

9.3. Program promocji kultury

W ramach udziału Polski w EXPO 2020 opracowany został na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego program promocji kultury polskiej. Do opracowania programu Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego wyznaczył Instytut Adama Mickiewicza. Z uwagi na przesunięcie Wystawy o rok program pierwotnie zgłoszony przez IAM musiał ulec dostosowaniu do warunków pandemicznych i obostrzeń sanitarnych. Zmieniony program został zaakceptowany przez MKiDN. Aktualne założenia przewidują wykonanie przez Instytut do 5 projektów, obecnie trwają prace nad opracowaniem szczegółowych zakresów zaproponowanych przez IAM projektów. Ponadto, z inicjatywy horyzontalnej, narodową instytucją kultury (tj. zorganizowaną i prowadzoną przez ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego) zaangażowaną w budowanie

programu promocji kultury polskiej jest Narodowy Instytut Fryderyka Chopina. NIFC podtrzymałe założenia programowe sprzed epidemii COVID-19, tj. dążenie do organizacji:

- Koncertu galowego z udziałem laureata XVIII Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina.
- Kilkudziesięciu recitali w Pawilonie Polski, w wykonaniu młodych polskich pianistów.
- Prezentacji filmu o Fryderyku Chopinie w nowoczesnej technologii audiowizualnej.
- prezentacji i dystrybucji płyt z kompozycjami Fryderyka Chopina oraz faksymile jego utworów.

Cały program chopinowski realizowany przez NIFC ma zostać sfinansowany ze środków pochodzących od mecenasa Instytutu – koncernu PKN ORLEN.

9.4. Program promocji nauki

Program promocji nauki polskiej będzie obejmował działania Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego i realizowane przy współpracy m.in. z Centrum Nauki Kopernik oraz Narodową Agencją Wymiany Akademickiej. W ramach programu przewiduje się organizację tygodnia poświęconego polskiej nauce, skorelowanego w czasie z przypadającym na 19 lutego Dniem Nauki Polskiej. Umożliwi to połączenie obchodów organizowanych w Polsce z tymi w Dubaju, z udziałem wiceministra resortu odpowiedzialnego za dział „szkolnictwo wyższe i nauka”.

W tygodniu poświęconym polskiej nauce zostanie zorganizowane mobilne laboratorium „Naukobus”, które umożliwi w praktyczny sposób, poprzez eksperymenty, poznawanie tajników różnych dziedzin nauki. Ponadto doskonałą formą promocji nauki i polskich naukowców będą materiały informacyjno-promocyjne oraz prezentacje udostępniane podczas tygodnia poświęconego nauce.

W ramach tygodnia nauki polskiej Narodowa Agencja Wymiany Akademickiej zaprezentuje multimedialną wystawę pokazującą dokonania polskiej nauki. Na ten temat dostarczone zostaną również artykuły promocyjne oraz publikacje. Dodatkowo Agencja wesprze najlepsze polskie uczelnie na odbywających się równocześnie Targach GESS w Dubaju dając im możliwość promocji i obecności na EXPO 2020. Wszystkie szczegóły i aspekty techniczne wystawy zostaną zaprezentowane po konsultacjach we współpracy z Zespołem EXPO.

Dodatkową inicjatywą integrującą studentów polskich oraz studentów z ZEA będzie organizacja debaty międzyuczelnianej w języku arabskim z udziałem studentów arabistyki z kilku polskich uczelni oraz uczelni ZEA.

9.5. Program promocji turystycznej

Program Promocji Turystycznej zostanie przygotowany we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną. POT przygotowuje szereg aktywności, które w korespondencji z tematem przewodnim obecności Polski na Wystawie promować będą potencjał turystyczny Polski. Ponadto POT jest realizatorem programu promocji usług prozdrowotnych, które znajdują się na liście marek produktowych uznanych za priorytetowe na rynku PZEA. POT planuje przygotowanie programu wydarzeń do realizacji, zarówno na terenie EXPO 2020 jak i poza terenem Wystawy. POT przewiduje przeprowadzenie działań zarówno B2C jak i B2B. Głównym motywem przewodnim będzie natura, turystyka medyczna oraz atrakcje turystyczne dla dzieci.

Rynek Krajów Zatoki Perskiej jest dla Polski rynkiem nowym i dość trudnym, ale bardzo perspektywnym. Polska jest jeszcze stosunkowo słabo rozpoznawalną marką turystyczną i z tego względu, ważnym jest rozpoczęcie działań promocyjnych jak najwcześniej i możliwie maksymalne przedłużenie ich w czasie. Obecnie w przyjazdach turystycznych do Polski z tej części świata największą grupę stanowią turyści ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Turyści z Krajów Zatoki Perskiej

najczęściej odwiedzają Warszawę, Kraków i Zakopane. Postrzegają oni Polskę jako miejsce nieodkryte i bezpieczne. Zwłaszcza latem, cenią sobie zieleń oraz górskie widoki. Zwracają uwagę, że poziom usług jest bardzo wysoki, a cena niższa niż w górskich kurortach Europy Zachodniej. Wybierają hotele w najwyższych standardach, a ich wydatki na wyżywienie i pozostałe atrakcje są wysokie. Przyjeżdżają całymi rodzinami. Dlatego polskie miasta, regiony i branża turystyczna coraz częściej i intensywniej zabiegają o pozyskanie gości z tej części świata.

Wstępny program promocji turystycznej przewiduje:

- **Udział POT w imprezach targowych**
POT planuje udział w majowych targach Arabian Travel Market (16-19 maja 2021 r. – I faza programu gospodarczego), na które pozyska polskich podwystawców działających w obszarze turystyki oraz wsparcie merytoryczne odbywających się w lutym targów Arab Health;
- **Podróże studyjne i prasowe**
O ile sytuacja epidemiologiczna pozwoli w 2021 r. POT zorganizuje podróże studyjne i prasowe dla wyselekcjonowanych grup z PZEA i Bliskiego Wschodu, budując tym samym grupę podmiotów polskich działających w obszarze turystyki zainteresowanych promocją na rynku PZEA i Bliskiego Wschodu;
- **Obecność stała w Pawilonie Polski**
W zaplanowanych przestrzeniach Pawilonu Polski prezentowane będą przygotowane przez POT filmy/spoty promocyjne, prezentacje multimedialne, zdjęcia z Polski, a także foldery i broszury w języku angielskim/arabskim;
- **Polska: Na zdrowie!**
Na styczeń lub marzec 2022 r. zaplanowano organizację wydarzenia, skierowanego do wybranych grup odbiorców, pod nazwą Polska: Na zdrowie! W ramach wydarzenia zorganizowane zostaną warsztaty branżowe, których celem będzie promocja Polski jako atrakcyjnej destynacji oferującej wysokiej jakości usługi medyczne za konkurencyjną cenę. To kontynuacja dotychczasowych działań POT na tym rynku m.in. w ramach programu Go to Brand;
- **Strefa dzieci**
POT zaangażuje się w przygotowanie specjalnego programu promującego polską turystykę dedykowanego najmłodszym zwiedzającym Pawilon Polski. Będzie się on opierał o zasoby regionów obecnych w Pawilonie.

9.6. Program promocji polskich rozwiązań w zakresie urbanistyki i polityki miejskiej, w tym promocja Światowego Forum Miejskiego w Katowicach w 2022 r.

Zagadnienia dot. rozwoju miast i smart cities stanowią stały element agendy współpracy Polski na arenie międzynarodowej. Polska dostrzega rosnącą rolę miast w stymulowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego i aktywnie włącza się w realizację Celu 11 Zrównoważonych Celów Rozwoju ONZ (*Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu*). Na poziomie krajowym, Polska realizuje ten cel głównie poprzez wdrażanie: Krajowej Polityki Miejskiej (KPM) oraz Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju (SOR). Ponadto Polska aktywnie włącza się w inicjatywy na poziomie Unii Europejskiej, głównie poprzez udział w realizacji Agendy Miejskiej UE.

Dodatkowo Polska (miasto Katowice) została wybrana przez agendę ONZ ds. Osiedli Miejskich – UN Habitat na organizatora 11 edycji. Światowego Forum Miejskiego (World Urban Forum) w 2022 r. To jedno z największych wydarzeń organizowanych w ramach systemu ONZ – uczestniczy w nim

zazwyczaj od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy ludzi z ok. 170 krajów świata. W Katowicach spodziewanych jest ok. 25 tys. osób. 10. edycja tej imprezy odbyła się w lutym 2020 r. w Abu Dhabi.

Mając na uwadze powyższe dokonania i zamierzenia Polski w zakresie polityki miejskiej, które można by zaprezentować podczas EXPO, Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, przy współpracy z Miastem Katowice, wstępnie planuje następujący program promocji dot. tematów związanych z szeroko rozumianą polityką miejską i urbanistyką:

- udział w aktywnościach podczas Dnia Polskiego;
- organizację wydarzenia/wydarzeń i/lub aktywności w trakcie: Światowego Dnia Miast, Tygodnia „Rozwoju urbanistyki i miast”, Tygodnia „Klimatu”, Tygodnia „Celów zrównoważonego rozwoju”, a także podczas innych wydarzeń powiązanych z kompetencjami MFiPR (m.in. Dniem Osób z Niepełnosprawnościami)
- organizację wydarzenia/aktywności w trakcie Dnia ONZ (we współpracy z UN Habitat)
- włączenie promocji Światowego Forum Miejskiego w program promocji regionalnej na EXPO przygotowywany przez UM Woj. Śląskiego.

Wybór wydarzeń, które ostatecznie zostaną zrealizowane podczas EXPO będzie uzależniony od terminów i możliwości zakresu zaangażowania.

Rozważane jest również przygotowanie ekspozycji nt. Światowego Forum Miejskiego podczas EXPO w Dubaju. Do uzgodnienia pozostaje jednak temat, miejsce i termin takiej ekspozycji.

Do rozważenia organizacja części wydarzeń w formule on-line.

9.7. Program promocji regionalnej

Program regionalny towarzyszący obecności Polski na Wystawach EXPO służy zaprezentowaniu potencjału poszczególnych regionów, co w efekcie staje się opowieścią o Polsce. Punkt ciężkości promocji w zakresie wizerunkowym przenosi się z optyki: kraj-region-miasto, na postrzeganie: miasto region-kraj. Oznacza to, że miasta i regiony odgrywają coraz istotniejszą rolę w promocji państw. Już dziś zdarza się, że miasta i regiony są bardziej rozpoznawalne niż państwa, w których się znajdują.

Wychodząc naprzeciw tym zjawiskom zachęcamy regiony do budowania marki POLSKA za pomocą indywidualnych programów regionalnych towarzyszących udziałowi Polski w EXPO 2020 w Dubaju.

Na dzień pisania niniejszej koncepcji udział w Wystawie zadeklarowało **12 województw**.

Każdy z regionów przygotował koncepcje programów z uwzględnieniem: promocji gospodarczej, kulturalnej, turystycznej, edukacyjnej.

9.8. Założenia i cele programów regionalnych

Programy regionalne powinny wpisywać się w ogólne założenia tematyczne udziału Polski w EXPO 2020, tj. promować regiony w zakresie tematów zrównoważonego rozwoju oraz mobilności i prezentować kompleksową ofertę potencjału gospodarczego, turystycznego i kulturalnego regionu. Poszczególne programy regionalne powinny prezentować potencjał gospodarczy, w tym w zakresie nawiązywania współpracy gospodarczej, kojarzenia przedsiębiorców regionalnych i poszukiwania nowych rynków zbytu dla lokalnych przedsiębiorców. Nieodłącznym ich elementem powinna być także prezentacja turystyczna regionu, w tym charakterystycznych walorów krajobrazowych.

Regiony zostały zaproszone do współpracy już na etapie opracowywania koncepcji polskiej ekspozycji. Uzyskane od jednostek samorządowych informacje o działaniach regionu w powyższych zakresach,

ciekawych osiągnięciach, projektach realizowanych w instytutach badawczych czy uczelniach, będą uwzględniane podczas pracy nad treścią merytoryczną ekspozycji i programem wydarzeń towarzyszących.

9.8.1. Ramy czasowe i formy promocji regionów

Współpraca z regionami w ramach przygotowań do udziału w EXPO 2020 w Dubaju przebiegać będzie w 3 etapach:

I etap - okres przygotowawczy - poprzedzający Wystawę:

- współpraca przy opracowaniu koncepcji tematycznej i założeń ekspozycji;
- współpraca przy opracowaniu założeń działań promocyjnych i programu komunikacji;
- realizacja działań z zakresu promocji gospodarczej oraz komunikacji (organizacja misji przedsiębiorców i dziennikarzy, udział w imprezach wystawienniczych, i in.).

II etap - okres trwania Wystawy:

- realizacja przyjętych programów regionalnych.

III etap - okres po zamknięciu Wystawy:

- działania sprawozdawcze;
- utrwalanie efektów.

Tabela 5. Harmonogram tworzenia i realizacji programów regionalnych

Etapy realizacji	Kalendarz działań
Etap I	I kwartał 2018 – oficjalne zaproszenie przedstawicieli województw do współpracy przy opracowaniu i udziału w realizacji Programu regionalnego udziału Polski EXPO 2020 w Dubaju
	II kwartał 2018 – przesłanie wstępnej deklaracji udziału w Programie regionalnym, przekazanie informacji o instytucji oraz składzie zespołów powołanych do współpracy z PAIH w ramach Programu regionalnego
	III kwartał 2018 Opracowanie Kalendarza Programu promocji regionalnej
	I kwartał 2019 Przekazanie PAIH projektów programów promocji gospodarczej regionów
	II kwartał 2019 Przekazanie PAIH projektów programów promocji kulturalnej regionów
	III kwartał 2019 Przekazanie projektów koncepcji ekspozycji regionalnych
	IV kwartał 2019 Weryfikacja propozycji zgłoszonych przez regiony
	I kwartał 2020 Przygotowanie projektów porozumień o współpracę
	II-III kwartał 2020 Podpisanie Porozumień o współpracy PAIH - UM
Etap II	X 2021 – III 2022 - działania w ramach poszczególnych programów regionalnych: - udział w zaplanowanych na okres X 2021 – III 2022 imprezach targowych - wynikające z programu organizacji dnia/ dni regionu - działania komunikacyjne - inicjatywy dodatkowe w ramach programu promocji kulturalnej przygotowanego przez Zespół EXPO w PAIH
Etap III	V 2022 – przekazanie do PAIH sprawozdań z realizacji programów regionalnych

XII 2022 – przekazanie do PAIH informacji o realizacji celów programów regionalnych w ramach współpracy nawiązanej podczas EXPO 2020 w Dubaju

Przy realizacji przygotowania obecności Polski na EXPO 2020 w Dubaju regiony zostały na bardzo wczesnym etapie prac koncepcyjnych zaproszone do współtworzenia jego założeń. Regiony brały czynny udział w kształtowaniu założeń przestrzennych polskiego pawilonu, programu wydarzeń towarzyszących, jak i tworzeniu własnych programów promocyjnych, wykorzystujących wszystkie elementy programowe związane z obecnością Polski na EXPO 2020.

Tabela 6. Potencjalne formy promocji w ramach programów regionalnych

Planowane przestrzenie	Proponowane formy promocji regionu
Strefa regionów w ramach polskiej ekspozycji/ pawilonu – obecność stała	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacja filmów promocyjnych powstałych według jednej ustalonej reguły, • wystawy stałe
Strefa wystaw czasowych (dni/tygodnie regionu)	<ul style="list-style-type: none"> • wystawy w ramach promocji gospodarczej, turystycznej • animacje edukacyjne, warsztaty • pokazy kulinarne i degustacje
Scena przed Pawilonem Polski (dni/tygodnie regionu)	<ul style="list-style-type: none"> • Wydarzenia artystyczne: • występy muzyczne • występy taneczne • prezentacje umiejętności sportowych • inne formy realizowane w formule sztuki ulicznej
Sala konferencyjna (dni/ tygodnie regionu, misje gospodarcze)	<ul style="list-style-type: none"> • konferencje • seminaria • spotkania B2B • inne działania matchmakingowe

9.8.2. Komponenty gospodarcze w programach regionalnych

Regiony będą mogły realizować działania z zakresu promocji gospodarczej wynikające zarówno z indywidualnych regionalnych programów promocyjnych, jak i poprzez udział w ogólnym programie promocji gospodarczej. Regiony dysponują środkami na działania promocyjne w ramach regionalnych programów operacyjnych. W ich ramach planowana jest realizacja działań promocyjnych obejmująca firmy z sektorów wpisujących się w regionalne inteligentne specjalizacje.

Przedsiębiorcy regionalni za pośrednictwem jednostek samorządowych zostaną zaproszeni do współtworzenia katalogu firm, organizacji forum gospodarczego i konferencji branżowych, jak również do promocji własnych marek, produktów i technologii w ramach programu partnerskiego.

9.8.3. Regionalne programy promocji kulturalnej i komunikacji

Kalendarz wydarzeń towarzyszących obecności Polski na EXPO 2020 w Dubaju zaplanowano w ścisłej korelacji z cyklicznymi imprezami targowymi w Dubaju, podczas których Polska zamierza promować branże priorytetowe na rynku PZEA, ale również z wydarzeniami wynikającymi z kalendarza polskich świąt i tradycji wypadających w okresie trwania EXPO 2020. Na tej podstawie regiony zostały zaproszone do współtworzenia założeń i udziału w programie wydarzeń towarzyszących, w tym w zakresie promocji kultury. Oczekujemy na wszelkie inicjatywy promujące lokalnych artystów

regionalnych, w tym już rozpoznawalnych w Dubaju, których występy mogą wzbogacić promocję polskich świąt, tradycji i wydarzeń kulturalnych.

Do najważniejszych wydarzeń wystaw EXPO należą dni narodowe krajów uczestników. Narodowy Dzień Polski na EXPO 2020 w Dubaju zostanie zaplanowany jako wydarzenie o szczególnie wysokiej randze z udziałem przedstawicieli najwyższych władz Polski. Jego organizacja planowana jest w grudniu 2021 r.). Termin ten pozwoli na podkreślenie 30-lecia otwarcia pierwszej Ambasady Polskiej w stolicy PZEA – Abu Zabi.

Regiony zostały zaproszone ponadto do współpracy przy opracowaniu założeń programu komunikacji i promocji udziału Polski w EXPO 2020, m.in. w zakresie ujednoczenia treści przekazów, integrowania informacji o elementach programów regionalnych do komunikacji w mediach ogólnopolskich, tworzenia contentu do serwisów prasowych, na stronę internetową www.EXPO.gov.pl a także organizacji misji dziennikarskich z udziałem dziennikarzy regionalnych.

9.8.4. Zakres poszczególnych programów regionalnych

Projekty, a następnie poszczególne programy regionalne przedstawione do akceptacji PAIH, zgodnie z założeniem będą zgodne z przyjętą *Koncepcją programową udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju* i przygotowane według ustalonego schematu prezentującego zakres rzeczowy programu:

1. Nazwa województwa
2. Nazwa programu
3. Informacja o działaniach realizowanych dotychczas na terenie PZEA (misje gospodarcze, inwestycje przedsiębiorców regionalnych, udział lokalnych artystów w festiwalach, wystawach organizowanych w kraju Organizatora Wystawy)
4. Opis celów strategicznych i operacyjnych programu regionalnego
5. Narzędzia promocji regionu oraz przestrzenie wymagane dla planowanych form aktywności z podziałem na:
 - Program gospodarczy (imprezy targowe, w których region planuje udział)
 - Program kulturalny
 - Program promocji turystycznej
 - Program działań komunikacyjnych
6. Propozycja terminu realizacji programu
7. Planowany skład delegacji regionu (delegacja urzędu, przedsiębiorcy)
8. Dane osób bezpośrednio odpowiedzialnych za realizację programu (imię, nazwisko, stanowisko, kontakt)

Zgodnie z przyjętym harmonogramem działań, wspólnie z urzędami marszałkowskimi opracowany został Kalendarz Programu promocji regionalnej. Kluczem doboru terminu był kalendarz cyklicznych wydarzeń targowych w Dubaju, kalendarz wydarzeń Organizatora EXPO 2020 oraz inne działania kontekstowe wynikające z programu obecności Polski na Wystawie. Na bazie bieżącej korespondencji oraz cyklicznych spotkań w MR Urzędy marszałkowskie opracowały koncepcje programów promocji regionalnych w tym przedstawiły do akceptacji propozycje treści merytorycznych ekspozycji w Strefie Wystaw Czasowych Pawilonu Polski. Zaproponowane koncepcje w trafny sposób realizują cele promocji poszczególnych regionów - akcentują potencjał gospodarczy poprzez umiejętną konsolidację oferty przedsiębiorców, wątków kultury regionalnej, osiągnięć naukowych oraz walorów turystycznych. Zgodnie z założeniem koncepcje regionów pozostają spójne z przekazem polskiej ekspozycji i tematami przewodnimi obecności Polski na EXPO 2020.

Zmiana terminu EXPO powoduje potrzebę modyfikacji Kalendarza Programu promocji regionalnej, niemniej zaproponowane przez regiony treści merytoryczne ekspozycji pozostają w mocy.

Przykładowe prezentacje regionów:

Podlaskie – Wystawa XYLOPOLIS to początek opowieści o podlaskiej naturze, ludziach i miłości do przyrody, stworzonej przy współpracy Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego,

Politechniki Białostockiej, Fundacji Unitalent, Ministerstwa Klimatu i Środowiska oraz Instytutu Ochrony Środowiska. Silne i merytoryczne partnerstwo pozwala na atrakcyjną i innowacyjną formę zaprezentowania regionu na Wystawie Światowej, stając się preludium do utworzenia Centrum Sztuki i Nauki o Drewnie – XYLOPOLIS w Białymstoku na terenie Politechniki Białostockiej. Wśród wspólnych celów strategicznych wszystkich partnerów należy wymienić wykreowanie wizerunku Polski i regionu jako miejsca skutecznie łączącego wiedzę o wszystkich perspektywach naturalnego surowca jakim jest drewno, edukację przyszłych pokoleń w zakresie gospodarowania na obszarach przyrodniczo cennych, troskę

o klimat w kontekście bezpieczeństwa energetycznego i jakości życia ludzi, zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji oraz inwestowania w nowoczesne technologie.

W ramach ekspozycji zaplanowano prezentację wizji i misji „puszczy krzemowej” oraz potencjału naukowo-badawczego podlaskich uczelni.

Planowane są seminarium biznesowe prezentujące ofertę inwestycyjną i potencjał handlowy województwa podlaskiego oraz misja gospodarcza przedsiębiorców zainteresowanych rynkami krajów Bliskiego Wschodu.”

Łódzkie – *Historia i osiągnięcia polskiej branży włókienniczej*. Interaktywna ekspozycja przekrojowo prezentująca tradycje branży włókienniczej oraz nowoczesne osiągnięcia naukowców z łódzkich uczelni w obszarze projektowania tkanin funkcyjnych. W ramach ekspozycji zaplanowano dodatkowo promocję produktów przetwórstwa spożywczego z regionu.

Dolnośląskie – *Hydropolis* – interaktywna ekspozycja przygotowana we współpracy z wrocławskim Centrum wiedzy o wodzie HYDROPOLIS. Prezentacja znaczenia wody w życiu człowieka i jej wpływu na klimat ziemi. Temat wody w ramach ekspozycji stanowić będzie tło dla prezentacji potencjału Dolnego Śląska, w tym w kontekście turystyki medycznej.

Podkarpackie - *Ignacy Łukasiewicz - podkarpacki wynalazca*. Multimedialna ekspozycja nt. początków historii przemysłu naftowego i jego znaczenia w obszarze logistyki. W ramach ekspozycji zaplanowano prezentację osiągnięć z zakresu lotnictwa i eksploracji kosmosu.

10. DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE

Wystawy światowe EXPO to największe i najbardziej prestiżowe wydarzenia promocyjne na świecie. Ich skala porównywalna jest do Igrzysk Olimpijskich oraz Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej. Wystawa Światowa EXPO 2020 w Dubaju stanowić będzie doskonałą okazję do budowy wizerunku uczestniczących w niej państw. Według pierwotnych szacunków, Organizatorzy spodziewają się, że przez 6 miesięcy Wystawę Światową odwiedzi 18 milionów gości, którzy złożą 25 milionów wizyt. W związku z pandemią koronawirusa założenia te zostaną zapewne zweryfikowane, a zarówno Organizatorzy, jak i uczestnicy, poświęcą więcej uwagi na gromadzenie publiczności on-line. Potencjał komunikacyjny wzmacniają prowadzone na niespotykaną dotąd skalę działania komunikacyjne Organizatora, które już w latach 2018-2020 osiągały wielomilionowe zasięgi.

Stawiamy sobie cel, by w potoku komunikatów, jakie płynąć będą z Dubaju w 2020, 2021 i 2022 roku, Polska wyróżniała się jako aktywny uczestnik dyskusji, by zachwycała profesjonalizmem i jakością przekazu, a tym samym by Pawilon Polski był w czołówce pawilonów narodowych odwiedzanych przez gości EXPO 2020 Dubai. Zakładamy, że działania komunikacyjne będą prowadzone równolegle na rynku polskim i emirackim, a także – ze względu na obecność na terenie Wystawy przedstawicieli innych państw (w tym dziennikarzy) – selektywnie na innych rynkach. Mimo różnorodności kanałów oraz odbiorców przekazu, a także licznych wyzwań, chcemy prowadzić komunikację kompleksowo i profesjonalnie, w modelu dwustronnej komunikacji symetrycznej. Ze względu na szeroki zasięg komunikacji oraz zróżnicowanie kulturowe, w relacjach z każdą grupą docelową podstawowym założeniem jest dialog i dostosowywanie formy i jakości przekazu do potrzeb odbiorcy.

Decyzja o przesunięciu terminu EXPO wydłuża czas realizacji projektu do 2022 r. Zakładamy, że dodatkowy rok trwania projektu to z jednej strony wyzwanie: komunikacja zmiany oraz zbudowanie rzetelnego przekazu w trudnym kontekście globalnym; z drugiej strony – dodatkowy potencjał na dłuższą i bardziej efektywną realizację założonych celów komunikacyjnych.

Zakładamy, że podstawą komunikacji będą działania public relations. Komunikacja oparta o długofalowe budowanie relacji z otoczeniem jest najbardziej wiarygodnym oraz efektywnym, również kosztowo, sposobem dotarcia do interesariuszy i realizację założonych celów. Zakładamy realizację działań o charakterze podstawowym, takich jak media relations czy digital marketing, które będą solidną platformą przekazywania komunikatów o Polsce. Oprócz tego, zakładamy realizację działań dodatkowych, kreatywnych i mniej standardowych, przy współpracy z partnerem lokalnym, który posiada doświadczenie w realizacji działań w Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Ze względu na ograniczenia budżetowe oraz niższą efektywność działań rezygnujemy ze standardowych, wysokokosztowych działań reklamowych. Udział Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju jest przedsięwzięciem, którego głównym celem jest budowanie wizerunku naszego kraju na arenie międzynarodowej. Dlatego każdy element – od koncepcji architektoniczno-tematycznej Pawilonu Polski, przez proces budowy, program wydarzeń towarzyszących, tworzenie wystaw czasowych czy zaangażowanie w inicjatywy Organizatora – rozumiemy jako nośnik informacji o Polsce, traktując go jako narzędzie komunikacji.

W komunikacji EXPO 2020 w Polsce szczególnie istotne jest zbudowanie szerokiej koalicji wśród partnerów projektu, którzy będą stanowić swego rodzaju grupę Ambasadorów udziału Polski w Wystawie Światowej. Zakładamy ścisłą współpracę z otoczeniem instytucjonalnym, resortami, urzędami, regionami, firmami, sponsorami i strategicznymi partnerami komercyjnymi projektu, a także twórcami – przedstawicielami świata nauki, kultury, liderami opinii. W całym procesie komunikacji podkreślamy rolę współpracy: EXPO 2020 to projekt oparty na współdziałaniu, angażujący wielu partnerów.

10.1. Cele w obszarze komunikacji

Cele w obszarze komunikacji zostały opracowane w oparciu o cele obecności Polski na EXPO 2020 w Dubaju. Zakładamy ich ewentualną modyfikację oraz uzupełnienie po doprecyzowaniu polskiej interpretacji tematu przewodniego Wystawy oraz stworzeniu hasła polskiej ekspozycji.

1. Wsparcie realizacji celów gospodarczych udziału Polski w EXPO 2020 poprzez długofalową komunikację z polskimi przedsiębiorcami, dotarcie z informacją o możliwościach wsparcia w ramach udziału Polski w EXPO 2020 oraz przedstawienie potencjału EXPO 2020 jako szans dla polskich firm na rozwijanie współpracy handlowej z partnerami z Bliskiego Wschodu.
2. Prezentacja osiągnięć Polski oraz polskich firm w dziedzinach będących tematami Wystawy (poprzez prezentacje polskich rozwiązań, produktów i usług), w szczególności z zakresu rozwiązań dla otoczenia (Solutions for environment) oraz rozwiązań dla dobrego życia (Good life solutions). Cel realizowany w ramach komunikacji bezpośredniej kierowanej do gości Wystawy, a także w ramach komunikacji pośredniej, gwarantującej prezentację polskiej obecności na EXPO 2020, przy pomocy nowych i tradycyjnych mediów, szerokiemu gronu odbiorców w Polsce i zagranicą.
3. Prezentacja Polski na arenie międzynarodowej, zgodnie z ogólnymi założeniami polskiej polityki zagranicznej oraz zasadami budowania marki naszego kraju, wraz z prezentacją potencjału Polaków jako społeczeństwa kreatywnych, przedsiębiorczych, pracowitych, zaradnych i wykształconych ludzi.
4. Komunikacja funkcjonalna – bieżące informowanie grona zainteresowanych odbiorców o planowanych wydarzeniach i projektach specjalnych oraz programach promocyjnych, realizowanych na terenie Wystawy, w przestrzeni miejskiej, a także on-line.

5. Komunikacja bezpośrednia z Partnerami projektu – merytorycznymi i komercyjnymi – jako podstawa dobrej współpracy i wykorzystanie synergii działań sprzyjającej pomyślnej realizacji projektu. Stworzenie grupy Partnerów Merytorycznych oraz Ambasadorów projektu.

10.2. Fazy realizacji działań komunikacyjnych

Ramy czasowe kolejnych faz komunikacji wyznacza dynamika całego projektu, który jest realizowany na przestrzeni kilku lat w sposób kaskadowy. Wstępny harmonogram działań komunikacyjnych to:

10.2.1. Faza przygotowawcza: styczeń 2018 – czerwiec 2021

Działania wstępne

- Opracowanie strategii działań komunikacyjnych oraz jej aktualizacja (ze względu na zmianę terminu Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju oraz zmianę okoliczności powodowanych pandemią COVID-19).
- Konsultacje z partnerami merytorycznymi, uczestniczącymi w tworzeniu polskiej ekspozycji oraz innych form obecności na EXPO 2020 – ustalenie wspólnej linii komunikacji oraz zasad współpracy przy projekcie.
- Wypracowanie zasad współpracy komunikacyjnej z Organizatorem EXPO 2020 w Dubaju.
- Stworzenie Systemu Identyfikacji Wizualnej udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju (system identyfikacji wizualnej został stworzony przez firmę Leniva Sp. z o.o., która została wyłoniona w 2019 roku w postępowaniu publicznym).
- Zaplanowanie modelu działań służących zapobieganiu sytuacjom kryzysowym oraz zarządzania informacją podczas ewentualnego kryzysu komunikacyjnego.
- Pozyskanie patronów medialnych udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju.
- Przygotowanie materiałów multimedialnych typu *branded content*
- Wdrożenie nowej wersji strony internetowej www.expo.gov.pl
- Przeprowadzenie postępowań oraz wybór wykonawców wspierających Zespół EXPO w realizacji działań komunikacyjnych.

Komunikacja aktywna przed rozpoczęciem Wystawy

- Prezentacja oferty dla przedsiębiorców w ramach programu gospodarczego: dotarcie z informacją o programie do zainteresowanych firm oraz skuteczna rekrutacja, a w szczególności: promocja inicjatyw on-line (sklep on-line + katalog + webinaria); działania edukacyjno-motywuujące wskazujące dlaczego wciąż warto rozpoczynać i rozwijać ekspansję na rynki Bliskiego Wschodu + jak to skutecznie robić.
- Informowanie opinii publicznej o stanie przygotowań Polski do EXPO 2020 w Dubaju oraz wpływie pandemii COVID-19 na te przygotowania.
- Informowanie opinii publicznej o przygotowaniach Organizatora do rozpoczęcia Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju.
- Poprawa stanu wiedzy nt. wystaw światowych w polskim społeczeństwie.
- Prezentacja najważniejszych momentów przygotowań Polski do udziału w EXPO 2020 w Dubaju (np. wybór projektu architektonicznego Pawilonu Polski, rozpoczęcie budowy, postępy i zakończenie prac).
- Promocja Pawilonu Polski i zdobycie uwagi zwiedzającego przed rozpoczęciem Wystawy („wirtualna wizyta” w formie zapowiedzi uczestnictwa Polski w EXPO jako alternatywa do tradycyjnej wizyty w Pawilonie).
- Zacieśnienie współpracy komunikacyjnej z Organizatorem.

10.2.2 Faza realizacji (lipiec 2021 – marzec 2022)

Najbardziej intensywna komunikacyjnie faza, która obejmie równolegle prowadzone działania w Polsce oraz PZEA. Główny cel komunikacyjny w tej fazie to rzetelna, szybka i ciekawa informacja o przebiegu Wystawy oraz polskim uczestnictwie. W tej fazie następuje więc zmiana strategicznej grupy docelowej – z polskich przedsiębiorców na szeroko pojętą opinię publiczną w Polsce oraz PZEA.

ZEA

- Promocja Polski wśród gości odwiedzających EXPO – osiągnięcie zaplanowanej liczby wizyt w Pawilonie Polski (tj. 1,8 mln gości) lub jej zwiększenie.
- Poprawa widoczności oraz dotarcia komunikatów o Polsce w kontekście udziału w EXPO 2020 Dubai do opinii publicznej w Zjednoczonych Emiratach Arabskich (zarówno mieszkańców, jak i turystów (wyróżnienie Polski na tle innych krajów-uczestników EXPO 2020 Dubai).
- Komunikacja wydarzeń specjalnych (w tym wsparcie rekrutacji uczestników wybranych wydarzeń), w tym w szczególności: Narodowy Dzień Polski na EXPO 2020 Dubai, Koncerty Chopinowskie, inne wydarzenia kulturalne.
- Uczestnictwo w inicjatywach komunikacyjnych i eventowych Organizatora (np. udział w wydarzeniach na terenie EXPO, projekcja multimedialna na kopule Al Wasl podczas Narodowego Dnia Polski, wykorzystanie kanałów komunikacyjnych Organizatora).
- Promocja Pawilonu Polski i zdobycie uwagi zwiedzającego przed rozpoczęciem Wystawy („wirtualna wizyta” jako alternatywa do tradycyjnej wizyty w Pawilonie).

Polska

- Informowanie opinii publicznej o inicjatywach związanych z udziałem Polski w EXPO 2020 w Dubaju.
- Informowanie opinii publicznej o efektach działań gospodarczych i dyplomatycznych, w szczególności realizowanych podczas Narodowego Dnia Polski oraz Forum Gospodarcze.
- Informowanie opinii publicznej o promocji polskich przedsiębiorców w kontekście udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju.
- Promocja Pawilonu Polski i zdobycie uwagi zwiedzającego przed rozpoczęciem Wystawy („wirtualna wizyta” jako alternatywa do tradycyjnej wizyty w Pawilonie). Poprawa stanu wiedzy nt. znaczenia wystaw światowych w polskim społeczeństwie.

10.2.3. Faza podsumowań: kwiecień 2022 - grudzień 2022

Czerpiąc z doświadczeń organizacji udziału Polski w poprzednich wystawach światowych, proponujemy zamknięcie działań komunikacyjnych szeroką klamrą, nie kończąc ich w dniu zamknięcia EXPO, a kontynuując przez kolejne miesiące, w trosce o podtrzymanie i wzmocnienie zrealizowanych celów komunikacyjnych i gospodarczych. Głównym odbiorcą komunikatów podsumowujących polską obecność na EXPO 2020 w Dubaju będzie, podobnie jak w poprzedniej fazie, szeroko pojęta polska i zagraniczna opinia publiczna, a także – w komunikacji bezpośredniej – liczni partnerzy wspierający realizację projektu.

10.3. Grupy docelowe

Grupy docelowe działań komunikacyjnych pokrywają się z listą odbiorców, do których kierowane będą wszystkie inicjatywy podejmowane w ramach udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju, a które zostały wymienione na wstępie niniejszego dokumentu. W zależności od fazy projektu zmieniać się będzie strategiczne na dany moment grono odbiorców komunikacji. Kompletna lista grup docelowych przedstawia się następująco:

- przedsiębiorcy, w szczególności reprezentujący branże wskazane w Programie Gospodarczym oraz potencjalni Partnerzy Komercyjni projektu; grupy szczególnie zainteresowane wykorzystaniem potencjału rozwijania współpracy międzynarodowej z krajami Bliskiego Wschodu,
- polska, emiracka oraz międzynarodowa opinia publiczna, w szczególności liderzy opinii oraz goście odwiedzający Pawilon Polski oraz uczestnicy wydarzeń towarzyszących,
- Partnerzy Merytoryczni projektu, w tym przedstawiciele instytucji publicznych organizacji branżowych oraz instytucji otoczenia biznesu,
- studenci, kadra naukowa, władze uczelni, a także środowiska akademickie zainteresowane tematem Wystawy,
- odbiorcy instytucjonalni w Polsce i zagranicą: politycy, dyplomaci, przedstawiciele administracji centralnej oraz jednostek samorządu terytorialnego.

Grupy docelowe należy rozpatrywać także ze względu na obszar geograficzny. Komunikacja będzie prowadzona w językach:

- polskim (na rynek krajowy)
- angielskim (PZEA, odbiorcy międzynarodowi)
- arabskim (PZEA, region Bliskiego Wschodu)

10.4. Wyzwania w obszarze komunikacji

Udział Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju ze względu na poziom skomplikowania oraz międzynarodowe środowisko projektu, łączy się z szeregiem wyzwań, które należy uwzględnić przy projektowaniu działań komunikacyjnych.

- Zbudowanie prostego, **uniwersalnego kulturowo** i czytelnego dla zagranicznego odbiorcy przekazu poświęconego udziałowi Polski w EXPO 2020 w Dubaju.
- Stworzenie **przekazu wyróżniającego się** na tle innych uczestników EXPO 2020 w Dubaju: silna konkurencja ze strony innych państw oraz natłok informacji właściwy tego rodzaju masowym wydarzeniom o charakterze międzynarodowym.
- Uzpełnienie założeń o **nowy kontekst zagrożenia epidemiologicznego**, przy zachowaniu przewagi uniwersalnych przekazów o Polsce, które zostały dotychczas wypracowane
- Efektywne **połączenie komunikacji bezpośredniej prowadzonej w Pawilonie Polski oraz komunikacji pośredniej** prowadzonej poprzez działania media relations czy w obszarze digital i social media.
- **Koordinacja działań**: wyzwania związane ze skutecznym prowadzeniem równoległej komunikacji na dwóch rynkach – konieczność zachowania spójności komunikacji przy jednoczesnej rozsądnej selekcji informacji przekazywanych w Polsce i PZEA.
- Zachowanie **ciągłości** przekazu, budowania właściwej jego dynamiki, zarządzania informacją oraz jego dystrybucją we właściwym czasie (wyzwania związane z kilkuletnim okresem realizacji projektu, ze szczególnym uwzględnieniem okresu, o który przedłużony został projekt z uwagi na przeniesienie terminu Wystawy EXPO)
- Wyzwania związane z realizacją komunikacji we współpracy z **licznymi partnerami** w Polsce i zagranicą (m.in. instytucje centralne, organizacje tematyczne, przedstawiciele regionów, wykonawcy) – konieczność pogodzenia interesów komunikacyjnych partnerów w kontekście celów komunikacyjnych projektu.
- **Specyfika miejsca** organizacji EXPO 2020: Wystawa po raz pierwszy organizowana w kraju arabskim; wyzwania związane z przełamaniem istniejących w polskim społeczeństwie i mediach stereotypów związanych z tym regionem świata; szczególna uwaga na brak dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, wyznanie, niepełnosprawność czy inne różnice między ludźmi.
- **Różnorodność etniczna** oraz demograficzna grup odbiorców komunikatu (zgodnie ze wskazaniem Organizatora – od rodzin z dziećmi, przez przedstawicieli środowiska biznesu, po polityków czy dyplomatów).
- **Aktualna sytuacja międzynarodowa**, szczególnie w rejonie Bliskiego Wschodu.

- Globalne wyzwania związane z pandemią koronawirusa oraz jego skutkami – funkcjonowanie w nowej, nieprzewidywalnej rzeczywistości.

10.5. Kluczowe przekazy

10.5.1. Faza przygotowawcza: styczeń 2018 – czerwiec 2021

- Postępy na placu budowy Pawilonu Polski. Pawilon Polski jako ikona architektury.
- Zakończenie budowy Pawilonu Polski oraz wstępna prezentacja Pawilonu (wirtualna wizyta – teaser).
- Przygotowania do udziału w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju jako złożone przedsięwzięcie, w które zaangażowanych jest wiele podmiotów: resorty, instytucje, partnerzy, sponsorzy, etc.
- Nowe otwarcie programu gospodarczego - oferta dla polskich przedsiębiorców ze szczególnym uwzględnieniem nowych inicjatyw, wspierających przedsiębiorców w walce ze skutkami ekonomicznymi pandemii.
- Dlaczego udział Polski w EXPO 2020 w Dubaju jest realnym wsparciem dla przedsiębiorców w walce z ekonomicznymi skutkami pandemii COVID-19?
- Komunikacja działań Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej + komunikacja aktualizacji Koncepcji Programowej.
- Prezentacja założeń udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju.
- Jak Organizator przygotowuje się do otwarcia EXPO?
- Informacje o zamówieniach publicznych realizowanych w związku z udziałem Polski w EXPO 2020 Dubai.

10.5.2. Faza realizacji: lipiec 2021 – kwiecień 2022

ZEA

- Jak Polska zaprezentuje się na EXPO 2020 w Dubaju (bezpośrednio przed rozpoczęciem Wystawy): podsumowanie przygotowań i prezentacja planu wydarzeń i programów promocji turystyki, nauki, kultury?
- Prezentacja Polski przez pryzmat hasła przewodniego Pawilonu oraz narracji zaprezentowanej w Pawilonie Polski.
- Jak Polska przygotowała się do EXPO w kontekście pandemii COVID19?
- Co wyróżnia Polskę spośród innych uczestników Wystawy? Dlaczego warto odwiedzić Pawilon Polski?
 - Pawilon Polski jako budynek ikoniczny, perła nowoczesnej architektury.
 - Rozbudowana oferta dla dzieci.
 - Dwa rodzaje ekspozycji w Pawilonie Polski: stała i zmienna – cotygodniowa zmiana w strefie wystaw czasowych.
 - Kompleksowa oferta sklepu w Pawilonie Polski.
 - Restauracja w Pawilonie Polski i polskie kulinaria.
 - Dostępność Pawilonu dla osób z niepełnosprawnościami.
- Co wyróżnia Polskę spośród innych uczestników Wystawy? Promocja inicjatyw wyróżniających Polskę wśród innych uczestników EXPO, w szczególności:
 - Wydarzenia kulturalne, a w szczególności: Koncert laureatów XVIII Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina w Dubai Opera (TBC).
 - Obchody Narodowego Dnia Polski na Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju
 - Forum Gospodarcze Polska-ZEA

- Szeroka oferta wydarzeń w Pawilonie Polski.
- Rozbudowany program gospodarczy dla przedsiębiorców towarzyszący udziałowi Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju.
- Bieżąca obsługa newsowa Pawilonu Polski (zakładamy ok.3 newsów dziennie), w tym m.in.:
 - Relacjonowanie wizyt gości specjalnych (delegacji oficjalnych, przedstawicieli świata biznesu i rozrywki).
 - Zapowiedzi i relacje online wydarzeń w Pawilonie Polski (odbywających się na scenie zewnętrznej oraz w przestrzeni konferencyjnej).
 - Zapowiedzi i relacje tygodni regionalnych.
 - Prezentacja potencjału Pawilonu Polski.
 - Informacje „z życia Pawilonu”, w tym informacje „od kuchni”.
 - Prezentacja innych Pawilonów w kontekście udziału Polski w EXPO.
 - Wywiady z przedstawicielami Pawilonu Polski oraz innych pawilonów.

Polska

- Status przygotowań Polski do EXPO 2020 w Dubaju (bezpośrednio przed rozpoczęciem Wystawy): podsumowanie przygotowań i prezentacja planu wydarzeń i programów promocji turystyki, nauki, kultury.
- Jak Polska prezentuje się na EXPO?
- Jakie są korzyści z udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju w kontekście współpracy gospodarczej, kulturalnej, naukowej?
- Jakie są korzyści z udziału polskich przedsiębiorców w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju?
- Relacje z kluczowych, najbardziej prestiżowych wydarzeń, tj. Narodowy Dzień Polski na EXPO 2020, Forum Gospodarcze Polska-ZEA, Koncert laureatów XVIII Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina w Dubai Opera (TBC).

10.5.3. Faza podsumowań: kwiecień 2022-grudzień 2022

- Podsumowanie obecności Polski na Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju.
- Jakie korzyści dla gospodarki, nauki i kultury płyną z udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju?
- Plany udziału Polski w kolejnych Wystawach Światowych.

10.6. Narzędzia

Komunikację zamierzamy budować poprzez profesjonalne narzędzia z zakresu public relations i marketingu (w tym digital marketing, influencer marketing i marketing bezpośredni). Kluczem doboru narzędzi będzie ich efektywność, różna w Polsce i Dubaju. W obliczu pandemii COVID19 szczególnie nacisk chcemy położyć na skuteczną komunikację on-line.

10.6.1. Media relations

- Partnerstwa medialne - planujemy nawiązanie współpracy z czołowymi polskimi mediami, które będą pełniły funkcję partnera medialnego.
- Press office w Zespole EXPO 2020 Dubai (obsługa prasowa Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej EXPO 2020 Dubai). Biuro prasowe projektu jest odpowiedzialne za nawiązywanie i rozwijanie relacji z dziennikarzami w Polsce i w ZEA, szczególnie z dziennikarzami akredytowanymi przy EXPO. Za relacje z dziennikarzami w Polsce odpowiadać będzie zespół PAIH - Koordynator działań komunikacyjnych w Zespole EXPO 2020 Dubai, przy wsparciu Biura Rzecznika Prasowego PAIH, we współpracy z wybranym w przetargu Wykonawcą; w ZEA za relacje z dziennikarzami odpowiadać będzie Press Officer Pawilonu Polski we współpracy z Wykonawcą działań komunikacyjnych (pod

nadzorem PAIH). Biuro prasowe realizuje swoje zadania w ścisłej współpracy z Biurem Prasowym Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii oraz biurami prasowymi innych instytucji.

- Press tripy - w 2021 i 2022 r. planujemy organizację 5 wyjazdów prasowych dla polskich dziennikarzy (ostateczne plany zostaną zweryfikowane w zależności od rozwoju pandemii COVID-19).
- Wydarzenia prasowe - uzupełnieniem bieżących kontaktów z prasą będą konferencje i briefingi prasowe, w Polsce (w siedzibie PAIH lub w innych lokalizacjach, 3 wydarzenia, których celem będzie prezentacja założeń i podsumowań naszego udziału w EXPO) oraz w Dubaju (w Pawilonie Polski lub w EXPO Media Center; 6 wydarzeń towarzyszących najważniejszym momentom Wystawy);
ze względu na ograniczenia w gromadzeniu i poruszaniu się, wydarzenia prasowe powinny mieć formułę on-line bądź formułę mieszaną (wydarzenie stacjonarne+on-line).

10.6.2. Digital/content marketing

- Stworzenie nowej strony EXPO.gov.pl - planowane jest wdrożenie nowej strony internetowej w wersji polsko-angielskiej, która będzie wizytówką projektu. Strona internetowa powinna być spójna z narracją ekspozycji w Pawilonie Polski. Z jednej strony powinna być formą teaseru, tj. zachęcać do wizyty w Pawilonie Polski, z drugiej strony powinna być miejscem, które pozwala na pogłębienie informacji o Polsce względem treści prezentowanych na ekspozycji. Zdając sobie sprawę, że dla wielu „wirtualna wizyta” w Pawilonie będzie jedyną okazją do zapoznania się z treściami, które chcemy przekazać poprzez udział Polski w EXPO w Dubaju, tworząc ekspozycję multimedialną w Pawilonie, będziemy równolegle pracować nad stworzeniem jego wirtualnego odpowiednika w sferze on-line (jako część serwisu internetowego EXPO.gov.pl). Zakładamy, że ta pełna, interaktywna prezentacja będzie stwarzała możliwość poszerzenia wiedzy o Polsce i dawała namiastkę realnej wizyty w Pawilonie Polski. Ekspozycja multimedialna, która fizycznie znajdzie się w Pawilonie będzie zawierała również jasne odniesienia do możliwości dalszej eksploracji treści o Polsce w serwisie on-line oraz tworzenia materiałów multimedialnych typu *branded content*.
- Realizacja strategii content marketingowej poprzez stronę internetową www.expo.gov.pl. Strona będzie stanowić źródło podstawowych informacji nt. udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO w Dubaju, w tym informacji o inicjatywach skierowanych do przedsiębiorców, aktualnościach i partnerach projektu. Za stworzenie i realizację strategii content marketingowej odpowiadać będzie Wykonawca działań komunikacyjnych.
- Realizacja strategii content marketingowej poprzez kanały społecznościowe Poland at EXPO:
 - Facebook (kanał istniejący)
 - Twitter (kanał istniejący)
 - LinkedIn (kanał istniejący)
 - Instagram (nowy kanał)
 - Tik Tok (nowy kanał)

10.6.3. Współpraca komunikacyjna z Organizatorem EXPO 2020

Aby wykorzystać potencjał komunikacyjny, jaki stwarza udział w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju, planujemy ścisłą współpracę z Organizatorem Wystawy w zakresie:

- Przekazywania komunikatów prasowych do biura prasowego Wystawy (do dystrybucji wśród dziennikarzy akredytowanych przy EXPO).
- Dostarczania tematów do publikacji w social media Organizatora (viralowy potencjał wydarzeń w Pawilonie).
- Korzystania z przestrzeni EXPO Media Center (np. na potrzeby organizacji wydarzeń prasowych).

- Współpracy z ramach tworzenia contentu o Polsce na potrzeby Digital EXPO oraz projekcji AI Wasl Plaza podczas Narodowego Dnia Polski na EXPO 2020 w Dubaju.

10.6.4. Materiały promocyjne

- Publikacja promocyjna – ekskluzywne wydawnictwo, będące podsumowaniem narracji prezentowanej w Pawilonie Polski// dodatek do pakietów VIP.
- Gadżet masowy – jako uzupełnienie doświadczenia tworzonego w Pawilonie Polski.
- Gadżet premium – wybrany w konkursie we współpracy ze stowarzyszeniem branżowym jako partnerem merytorycznym.

10.6.5. Kampania online promująca Pawilon Polski

Uwaga: dodatkowe narzędzia zostaną opracowane we współpracy z wybranym w przetargu wykonawcą działań komunikacyjnych. Zestaw narzędzi zaproponowanych przez wybraną w przetargu agencję PR (ich dobór będzie oceniany na etapie przetargu). Zadaniem agencji będzie zaproponowanie narzędzi w ramach dostępnego budżetu, które w najlepszy sposób posłużą realizacji postawionych celów i będą dostosowane do specyfiki komunikacji w Dubaju. Zaproponowane działania powinny mieć charakter kreatywny i niestandardowy. Ze względu na ograniczenia budżetowe, rezygnujemy ze standardowych działań reklamowych, stawiając na mniej standardowe formy promocji, które będą wpisywać się w kluczowe założenia udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju, tj. kreatywność, spryt, efektywność. Działania realizowane w ramach kampanii powinny wyróżnić Polskę na tle innych krajów-uczestników EXPO 2020 Dubai i poprawić widoczność i dotarcie komunikatów o Polsce do opinii publicznej w Zjednoczonych Emiratach Arabskich (zarówno mieszkańców, jak i turystów).

10.7. Komunikacja bezpośrednia w Pawilonie Polski

Specyfika wystaw światowych sprawia, że najważniejszym i najbardziej spektakularnym nośnikiem komunikatów prezentowanych przez poszczególnych uczestników są Pawilony Narodowe. Stąd też szczególnie istotne jest, by w procesie powstawania projektu architektonicznego Pawilonu Polski, prócz warstwy merytorycznej, zadbać o jasność i spójność przekazu, czyniąc go łatwym w odbiorze i wyróżniającym się na tle innych ekspozycji.

Zakładamy, że spójność komunikacji prowadzonej w Pawilonie oraz poza nim zagwarantuje przygotowywany System Identyfikacji Wizualnej projektu, inspirowany koncepcją tematyczną Pawilonu.

Szczególnie istotne w kontekście komunikacji elementy funkcjonowania Pawilonu to:

- jasna ścieżka zwiedzania, czytelny przekaz oraz proste i funkcjonalne informacje na temat elementów ekspozycji,
- merytoryczne przeszkolenie obsługi Pawilonu, przygotowujące do udzielania gościom pełnej informacji na temat Polski, polskiej ekspozycji oraz projektu,
- przygotowanie zestawów prezentowych dla gości specjalnych VIP; zestawy będą zawierać materiały informacyjne, materiały promocyjne (w tym ew. materiały promocyjne Partnerów Strategicznych) oraz upominki przygotowane z okazji udziału Polski w EXPO 2020,
- komunikacja zaangażowania Partnerów – dyskretne i estetyczne oznaczenia oraz informacje na temat Partnerów komercyjnych przedsięwzięcia, opracowane zgodnie z Systemem Identyfikacji Wizualnej projektu.

10.8. Wydawnictwa specjalne i materiały promocyjne

Czerpiąc z doświadczeń płynących z organizacji udziału Polski w poprzednich Wystawach EXPO, rozważamy przygotowanie kilku wydawnictw specjalnych oraz materiałów promocyjnych, które uatrakcyjnią komunikację z wybranymi, kluczowymi grupami odbiorców.

- Publikacja promocyjna – ekskluzywne wydawnictwo, będące podsumowaniem narracji prezentowanej w Pawilonie Polski// dodatek do pakietów VIP.
- Gadżet masowy – jako uzupełnienie doświadczenia tworzonych w Pawilonie Polski.
- Gadżet premium – wybrany w konkursie we współpracy ze stowarzyszeniem branżowym jako partnerem merytorycznym.

10.9. Model realizacji działań komunikacyjnych

Komunikacja udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju to przedsięwzięcie wielowymiarowe. Za koordynację działań odpowiada Zespół EXPO 2020 Dubai w Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu. Aby zapewnić spójność i profesjonalizm działań na obu rynkach, komunikację zamierzamy realizować we współpracy z Partnerem, który posiadać będzie doświadczenie w realizacji działań public relations zarówno w Polsce, jak i Dubaju (agencja PR wybrana w przetargu nieograniczonym). Na czas trwania Wystawy w Pawilonie Polski pracował zespół Media Team odpowiedzialny za obsługę newsową wydarzeń w zakresie relacji z mediami oraz tworzenia contentu na potrzeby mediów społecznościowych.

11. HARMONOGRAM PRZYGOTOWANIA UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020 W DUBAJU

Harmonogram działań projektu został przygotowany na podstawie dotychczasowych doświadczeń z realizacji uczestnictwa Polski w Wystawach EXPO w Mediolanie w 2015 r. oraz w Astanie w 2017 r.

Realizację projektu formalnie rozpoczęło przyjęcie przez Radę Ministrów uchwały w sprawie powołania Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej (7 marca 2018 r.).

Kolejnym krokiem było powiadomienie Organizatorów o decyzji polskiego rządu. Miało to miejsce w dniu 25 kwietnia 2018 r. podczas wizyty Wicepremiera, Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego prof. Piotra Glińskiego w PZEA, który w obecności Komisarza Sekcji Polskiej złożył pismo od Premiera Mateusza Morawieckiego na ręce Sekretarza Stanu ds. Współpracy Narodowej Pani Reem Al Hashimi, która jest także dyrektorem EXPO 2020.

W dniu 10 maja 2018 r. Polska otrzymała potwierdzenie dla lokalizacji swego pawilonu narodowego (działka nr C. 78 w części Mobility).

Kolejnym kluczowym kamieniem milowym projektu było przygotowanie wstępnej wersji dokumentu programowego (tzw. *Theme statement, koncepcja tematyczna*) i jego akceptacja przez Organizatorów w czerwcu 2018 r.

W oparciu o zaakceptowaną Koncepcję tematyczną, w lipcu 2018 r. został ogłoszony konkurs na opracowanie projektu koncepcyjnego Pawilonu Polski. Po raz pierwszy w ramach jednego postępowania miały zostać opracowane projekt pawilonu, ekspozycji wewnętrznej oraz zagospodarowania terenu przyległego. Chęć udziału w konkursie zgłosiło 68 polskich i zagranicznych pracowni architektonicznych. Do konkursu zostało zakwalifikowanych 55 podmiotów, a prace złożyło 30 zespołów. Na początku października 2018 r. jury wyłoniło zwycięską koncepcję – warszawskiej pracowni WXCA. Zwycięski zespół opracował m.in. uszczegółowioną koncepcję

ekspozycji wewnętrznej oraz projektu pawilonu, zgodne z lokalnymi przepisami budowlanymi w Zjednoczonych Emiratach Arabskich.

W grudniu 2018 r. Rada Ministrów przyjęła Koncepcję programową udziału Polski w EXPO 2020, stanowiącą określenie warunków brzegowych projektu. Przyjęcie koncepcji poprzedziło przeprowadzenie konsultacji międzyresortowych.

W kwietniu 2019 r. został ogłoszony przetarg na budowę Pawilonu Polski. Rozstrzygnięcie nastąpiło w sierpniu tego samego roku. Po raz kolejny w historii polskiego udziału wystawach światowych za wybudowanie Pawilonu jest odpowiedzialne konsorcjum polskich firm, tym razem są to Międzynarodowe Targi Poznańskie oraz FM Aldentro.

W kwietniu 2019 r. PAIH ogłosiła zapytanie ofertowe na stworzenie znaku graficznego (logo) i systemu identyfikacji wizualnej udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO Dubaj 2020 oraz systemu informacji wizualnej w Pawilonie Polski. Konkurs został rozstrzygnięty we wrześniu 2019 r., a twórcami projektów została firma Leniva Sp. z o.o.

Logo udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju

Poland.
Creativity inspired
by nature

Expo2020.Dubai

W październiku 2019 r. został ogłoszony konkurs na opracowanie koncepcji materiałów multimedialnych w Pawilonie Polski na Wystawie Światowej EXPO Dubaj 2020. Jego uczestnicy zostali zaproszeni do przygotowania pracy złożonej z dwóch części: strategicznej, polegającej na stworzeniu koncepcji prezentacji Polski poprzez materiały multimedialne w Pawilonie Polski, a także części artystycznej obejmującej opracowanie dwóch próbek materiałów multimedialnych (materiału video oraz animacji). W czerwcu 2020 r. konkurs został rozstrzygnięty, a zwycięzcą zostało konsorcjum firm: Science Now, Stellar Fireworks i Tellart, które przygotuje opowieść o naszym kraju w Pawilonie Polski na EXPO 2020 w Dubaju.

Równolegle z pracami związanymi z zakontraktowaniem wykonawców poszczególnych zadań, toczyły się prace programowe. Najważniejszym z komponentów programowych jest program promocji gospodarczej, który przenika wszystkie inne obszary projektu. We współpracy z partnerami w regionach powstawały założenia programów regionalnych, obejmujących komponenty gospodarcze, turystyczne, z zakresu promocji kultury i in. W koordynacji z wydarzeniami kontekstowymi zaplanowanymi przez Organizatorów EXPO powstawały założenia programu wydarzeń towarzyszących, program Dnia Polski.

W kwietniu 2018 r. PAIH ogłosiła konkurs dla firm na innowacyjne technologie i produkty, które mają potencjał, by stać się wizytówką pawilonu narodowego, a jednocześnie posłużyć do jego budowy. W konkursie mogły wziąć udział firmy, których oferta nawiązuje do założeń zrównoważonego rozwoju oraz szeroko rozumianego sektora mobilności – ideom przyświecającym polskiej prezentacji na Światowej Wystawie w Dubaju. Na ogłoszonej w czerwcu 2018 r. liście laureatów znalazło się 51 produktów i technologii z branży budowlanej, IT, energetyki, medycznej, spożywczej oraz wyposażenia wnętrz, które następnie zostały uwzględnione w załącznikach konkursu architektonicznego

na zaprojektowanie pawilonu Polski na EXPO 2020. Podmioty biorące udział w konkursie architektonicznym mogły wykorzystać technologie i produkty z listy referencyjnej do tworzenia treści ekspozycji oraz budowy budynku pawilonu Polski.

We wrześniu 2018 r. został ogłoszony Program Partnerski dla firm, które chcą w szczególności sposób zaistnieć podczas EXPO 2020 w Dubaju. Program stworzył krajowym przedsiębiorcom jedyną w swoim rodzaju możliwość promocji, wzmocnienia planów ekspansji zagranicznej i współtworzenia polskiej prezentacji podczas najbardziej prestiżowego wydarzenia promocyjno-gospodarczego na świecie.

Program Partnerski to narzędzie do międzynarodowej promocji polskich marek przy okazji EXPO 2020 i jedyna w swoim rodzaju okazja do współtworzenia Wystawy Światowej w Dubaju.

W listopadzie 2018 r. ruszył nabór do programu Polskie Mosty Technologiczne dla MŚP zainteresowanych ekspansją na rynek Zjednoczonych Emiratów Arabskich i Kenii. Nabór wniosków trwał do 20 grudnia 2018 r.

Na koniec 2018 r. Zespół EXPO w PAIH promował konkurs Organizatorów EXPO pt. EXPO Live. W jego ramach startupy, osoby fizyczne i małe organizacje mogą pozyskać granty o wartości do 100 tys. dolarów na dofinansowanie innowacyjnych rozwiązań.

Kolejną inicjatywą Organizatorów, promowaną pod koniec 2018 r. przez Zespół EXPO, był konkurs pn. Global Best Practice Programme dla organizacji non-profit, ośrodków naukowych i przedsiębiorców, które mogą pochwalić się na Wystawie Światowej w Dubaju autorską inicjatywą społeczną, projektem czy kampanią CSR, nawiązujących do idei zrównoważonego rozwoju.

W I połowie 2020 r. PARP zorganizowała nabór wniosków do konkursu „Go to brand EXPO 2020”, w ramach którego przedsiębiorcy mogli ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych, wykorzystując udział Polski w EXPO 2020 w Dubaju, jako szansę do budowania relacji z partnerami biznesowymi w Zjednoczonych Emiratach Arabskich i całej Zatoce Perskiej. Program „Go to brand EXPO 2020” zapewnia wsparcie finansowe na realizację następujących działań promocyjnych: organizacja stoisk na targach branżowych, organizacja misji wyjazdowych, udział w Polsko – Emirackim Forum Gospodarczym, organizacja misji przyjazdowych, udział w Polish Games Show.

Szanse dla polskich przedsiębiorców oferują także planowane do ogłoszenia w II połowie 2020 r. konkursy dla przedsiębiorców – na operatora restauracji w Pawilonie Polski oraz operatora e-sklepu. W IV kwartale 2020 r. planowane jest ogłoszenie postępowania przetargowego na wykonawcę komunikacji oraz operatora wydarzeń w programie gospodarczym (Organizatora m.in. stoisk narodowych, konferencji gospodarczych, w tym Polsko-Emirackiego Forum Gospodarczego).

W 2021 r. niezbędne będzie m.in. zakontraktowanie operatora Pawilonu, personelu Pawilonu Polski, zakup strojów.

12. EWALUACJA UDZIAŁU POLSKI W EXPO 2020

Dane, w oparciu o które przeprowadzona będzie ocena działań, będą zbierane przez cały czas trwania projektu zarówno za pomocą dostępnych mechanicznych narzędzi analitycznych, jak i poprzez bieżącą analizę prowadzoną przez członków Zespołu EXPO oraz wykonawców zewnętrznych. W ocenie efektów projektu pod uwagę brane będą zarówno wskaźniki ilościowe, jak i jakościowe. Należą do nich:

- Liczba gości Pawilonu Polski.
- Liczba uczestników wydarzeń towarzyszących.

- Liczba firm zaangażowanych w Program Gospodarczy (w tym liczba uczestników targów, wydarzeń towarzyszących, Forum Gospodarczego).
- Liczba Partnerów Komercyjnych projektu wraz z opisem zaangażowania oraz realizacji celów osiągniętych dzięki udziałowi w projekcie.
- Ewaluacja działań komunikacyjnych.

13. ŹRÓDŁA FINANSOWANIA PROJEKTU

Budżet uczestnictwa Polski w EXPO 2020 w Dubaju został pierwotnie zaplanowany na kwotę 84 470 000,- zł, w tym: 1 500 000,- zł ze środków własnych PAIH S.A. przeznaczonych na działania w 2018 r. oraz 82 970 000,- zł na lata 2019-2021 ze środków programu wieloletniego.

W 2018 r. poniesiono wydatki ze środków własnych PAIH w wysokości ok. 650 000,- zł na realizację działań przygotowawczych, w tym w szczególności organizację konkursu architektonicznego.

W 2019 r. sfinansowano koszty przejęcia działki oraz rozpoczęcia prac budowlanych Pawilonu Polski, opracowania logotypu oraz systemu identyfikacji wizualnej udziału Polski w EXPO 2020, prowadzenia i bieżącej aktualizacji strony internetowej dotyczącej EXPO 2020 www.expo.gov.pl oraz koszty operacyjne projektu.

Zakłada się, że pomimo wydłużenia okresu realizacji projektu wartość programu wieloletniego pozostanie na pierwotnie zaplanowanym poziomie tj. 82 970 000,- zł. Przewidywana łączna wartość budżetu projektu (łącznie ze środkami własnymi PAIH) wyniesie 83 624 000,- zł.

Środki programu wieloletniego w wysokości 82 970 000,- zł zostaną przeznaczone na:

- działania związane z zaprojektowaniem, wybudowaniem, utrzymaniem i funkcjonowaniem oraz rozbiórką Pawilonu Polski wraz z ekspozycją wewnętrzną oraz terenem przyległym – 54 654 350,- zł (65,87% całości środków),
- działania związane z realizacją programów promocji gospodarczej – 11 080 000,- zł (13,25%),
- zapewnienie systemu informacji i komunikacji - 6 508 930,- zł (7,85%).
- koszty zarządzania projektem – 10 726 720,- zł (12,93%).

Na obecnym etapie zakłada się, że część działań projektu będzie finansowana ze środków unijnych (np. w ramach poddziałania 3.3.2 POIR „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe - Marka Polskiej Gospodarki – Brand”). Planowane jest także pozyskanie dodatkowych środków finansowych w ramach programu sponsorskiego dla przedsiębiorstw zainteresowanych promocją w ramach obecności Polski na EXPO 2020. Tak pozyskane środki pozwolą na zmniejszenie obciążenia budżetu państwa i/lub poszerzenie działań promocyjnych.

13.1. Budżet projektu

ZADANIE	Budżet [zł]	2018 [zł]	2019 [zł]	2020 [zł]	2021 [zł]	2022 [zł]
		[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
	[1]=[2]+[3]+[4]+[5]+[6]	Środki własne PAIH	Program wieloletni			
1. Pawilon Polski: Koncepcja Tematyczno-Architektoniczna; Zaprojektowanie, zabudowa, utrzymanie techniczne i rozbiórka; Nadzór inwestorski; Funkcjonowanie Pawilonu w czasie wystawy	54 832 350	178 000	3 159 950	27 400 000	14 190 000	9 904 400
2. Działania Programowe: Program Promocji Gospodarczej, Narodowy Dzień Polski, Programy promocji kultury, turystyki oraz działania dyplomatyczne	11 080 000	0	0	60 000	7 990 000	3 030 000
3. System informacji i komunikacji: działania medialne i PR, kompleksowe działania w Internecie, współpraca z mediami tradycyjnymi, konferencje prasowe	6 522 930	14 000	128 930	40 000	4 460 000	1 880 000
4. Koszty operacyjne realizacji projektu: wynagrodzenia, koszty eksploatacyjne, wyposażenie, delegacje, transport i logistyka, tłumaczenia, archiwizacja	11 188 720	462 000	944 120	2 500 000	4 331 000	2 951 600
ŁĄCZNIE:	83 624 000	654 000	4 233 000	30 000 000	30 971 000	17 766 000