



*Oferta dla Patronów Medialnych
The Tall Ships' Races 2007 w Szczecinie*

Największe wydarzenie plenerowe 2007 r. w Polsce





Krótką historią

The Tall Ships' Races to regaty i zlot wielkich żaglowców, jedna z najstarszych i największych imprez żeglarskich na świecie. Od 1956 r. odbywają się na wodach wokół Europy (morza: Bałtyckie, Północne, Śródziemne oraz Atlantyckie). Do 2003 r. organizowane były pod nazwą *The Cutty Sark Tall Ships' Races*, a w Polsce znane jako „Operacja Żagiel”. Są formą realizacji idei „sail training” – szkolenia i wychowania morskiego młodzieży na pokładach żaglowców – połowa załogi startującej w regatach musi mieć 15-25 lat. Regaty składają się z wyścigów i etapów towarzyskich, w czasie których młodzież wymienia się w załogach z innymi jednostkami.

Organizator regat: *Sail Training International* – międzynarodowe stowarzyszenie, do którego należy również Polska

Organizator zlotu żaglowców i jachtów w Szczecinie:
Gmina Miasto Szczecin – Biuro ds. Organizacji Regat 2007

Biuro ds. Organizacji Regat 2007
Urząd Miasta Szczecin
pl. Armii Krajowej 1
70-456 Szczecin
tel./fax +48 91 42 45 992
e-mail: regaty@um.szczecin.pl



Cel regat

- 1 Integracja młodzieży świata
- 2 Wymiana doświadczeń
- 3 Doskonalenie żeglarskiego rzemiosła

Cel zlotu żaglowców w Szczecinie

- 1 Promocja miasta przyjaznego żeglarzom i turystom
- 2 Prezentacja tradycji i współczesnego dorobku Szczecina oraz regionu
- 3 Popularyzacja tematyki morskiej i żeglarskiej



Trasa, termin regat pobyty w portach:

- Århus (Dania) 5/8 lipca
- Kotka (Finlandia) 18/21 lipca
- Sztokholm (Szwecja) 27/30 lipca
- Szczecin (Polska) 4/7 sierpnia

Szczecin

Miejsce, czas i spodziewana liczba gości

Waly Chrobrego,
Łasztownia: Nabrzeże Starówka i Nabrzeże Bułgarskie

Rejon złoty przewidziano w centrum miasta
- między Wałami Chrobrego i Łasztownią,
połączonymi mostem pontonowym obok Trasy Zamkowej

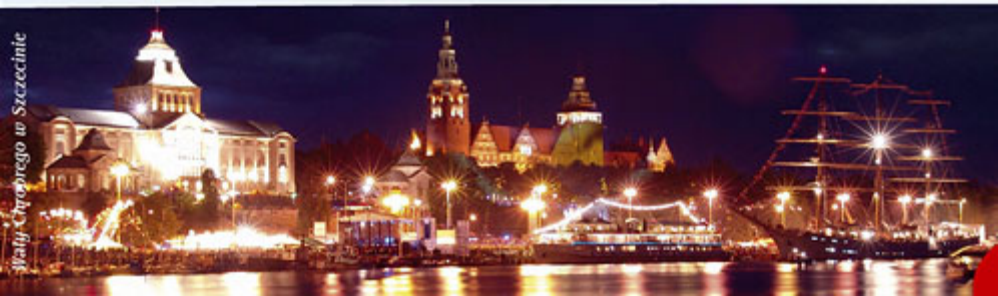
Największe żaglowce (klasa A)
zaczumują przy Wałach Chrobrego oraz Nabrzeżu Bułgarskim,
mniejsze (klasa B) oraz jachty (klasa C i D)
przy Nabrzeżu Starówka

Termin: 4/7 sierpnia 2007

Spodziewana liczba gości i uczestników:

100 jednostek: żaglowców różnych klas oraz jachtów

3-4 tys. żeglarzy, 1.5 mln turystów z kraju i zagranicy



Ramowy program imprezy

4 sierpnia 2007 (sobota):

- przybycie jednostek do Szczecina i uroczyste powitanie na nabrzeżach
- uroczystość otwarcia zlotu, przyjęcie dla kapitanów
- imprezy dla publiczności, koncert gwiazdy

5 sierpnia 2007 (niedziela):

- podniesienie bandery na jednostkach, zwiedzanie jednostek
- nabożeństwo ekumeniczne
- zawody sportowe dla załóg, imprezy dla publiczności
- parada załóg w mieście, uroczystość wręczenia głównych nagród
- dyskoteka dla załóg
- koncerty gwiazd i zespołów, nocna parada jednostek wokół Wyspy Grodzkiej

6 sierpnia 2007 (poniedziałek):

- podniesienie bandery na jednostkach, zwiedzanie jednostek
- wycieczki dla załóg, imprezy dla publiczności, obiad dla kapitanów
- przyjęcie dla kadry oficerskiej
- koncert pożegnalny – widowisko plenerowe, sztuczne ognie

7 sierpnia 2007 (wtorek):

- podniesienie bandery na jednostkach i pożegnanie żaglowców na nabrzeżach
- parada na Odrze i wyjście w morze





załoga Daru Młodzieży

Grupa docelowa imprezy

Miłośnicy żeglarstwa &
Rodziny z dziećmi &
Młodzi ludzie
na wakacjach/wyjeździe weekendowym

Wiek: szeroki przekrój wiekowy (grupa 15-55)
Narodowość: Polacy i cudzoziemcy
(głównie Niemcy, Szwedzi i Duńczycy)

Analiza grupy docelowej

- Badanie zostało wykonane na grupie 15 – 55 lat, przy pomocy TGI, na falach kwiecień 2004-marzec 2005
- Odrzucono młodszych niż 15 lat, oraz osoby powyżej 55 roku życia – wg. statystyk podróżują rzadziej
- Przy badaniu nie brano pod uwagę kategorii płci (tak samo podróżują mężczyźni i kobiety)
- Otrzymana wielkość grupy wyniosła 23 446 646 osób
 - Reprezentanci grupy docelowej najczęściej wyjeżdżają w miesiącach letnich: maj, czerwiec, lipiec, sierpień i wrzesień



3 argumenty dla Patronów Medialnych

- 1 Największe wydarzenie plenerowe 2007 r. w Polsce
Spodziewana liczba gości: 1,5 mln
- 2
- 3 Szeroka grupa docelowa

barkentyna *Iskra*, bark *Towariszcz*, fregata *Libertad*





gąbion trójmasztowego barku Eagle



kpt. Władimir Martus
żaglowiec Shtandard

Planowane działania

Prasa (ogólnopolska, lokalna, branżowa oraz zagraniczna)

Radio (ogólnopolskie, stacje lokalne regionu Pomorza i Wybrzeża)

Telewizja (ogólnopolska i stacje lokalne)

Outdoor (kampania outdoorowa obejmująca Pomorze, Wybrzeże oraz największe miasta Polski zachodniej i południowej)

Internet www.szczecin2007.pl, www.szczecinsail.pl
(kampania w portalach tematycznych i głównych portalach polskich oraz reklama poprzez komunikatory internetowe)

fregata Dar Młodzieży



Działania BTL

Materiały promocyjne: Magazyn „The Tall Ships’ Races 2007”, folder informacyjny z programem imprezy, okolicznościowa okładka miejskiego informatora turystycznego, teczka prasowa, płyty CD z materiałami promocyjnymi, zaproszenia DL, banery z logo 2x1 m, 3x1,5 m, 4x2 m, banery z logo 8x1 m - informacyjne, banery sponsorskie 4x2 m, flagi z logo 3x1 m, plakaty B1, billboardy, megaboardy, pamiątkowe dyplomy dla uczestników

Gadżety do otwartej sprzedaży: maskotki imprezy, koszulki – T-shirty, czapeczki, kubki z logo

Promocyjne materiały poligraficzne - album ze zdjęciami żaglowców



Podział budżetu pomiędzy Patronów Medialnych

TV ogólnopolska	50.000,00 zł
TV regionalna	20.000,00 zł
Radio ogólnopolskie	300.000,00 zł
Radio lokalne	50.000,00 zł
Prasa ogólnopolska	400.000,00 zł
Dzienniki	250.000,00 zł
Outdoor	600.000,00 zł
Internet	50.000,00 zł
SUMA	1.720.000,00 zł

(kwota brutto)

Działania

INFORMACJA w spotach radiowych ogólnopolskich

INFORMACJA w spotach radiowych regionalnych

LOGO w reklamie prasowej ogólnopolskiej

LOGO w reklamie prasowej regionalnej

LOGO w reklamie prasowej branżowej ogólnopolskiej

LOGO na billboardach i citylightach

INTERNET

Materiały BTL (m. in. foldery, teczki prasowe, CD, zaproszenia, banery, flagi, plakaty)

Materiały dla prasy



*Patron
Medialny*

