

I. ПАКЕТ ИНФОРМАЦИОННОГО ПАРТНЕРА

Для всех СМИ – официальных информационных партнеров

2. Официальному Информационному Партнеру предоставляется следующий пакет возможностей и услуг:

- 2.1.** Аккредитация представителей Партнера (в количестве, согласованном с дирекцией конгресса) на все заседания конгресса. (3 человека).
- 2.2.** Размещение логотипа Партнера на внутренней странице Интернет-сайта конгресса, в информационном блоке «Официальный информационный партнер», с переходом на Интернет-сайт Информационного партнера.
- 2.3.** Для печатных СМИ – производство и установка стоек для печатной продукции Информационного партнера с логотипом Партнера, на площадке конгресса (2 шт). Печатная продукция предоставляется Партнером, доставляется, размещается самостоятельно.
- 2.4.** Размещение логотипа и краткой информации Официального информационного партнера в брошюре конгресса в блоке «Официальные Информационные Партнеры» (1/4)
- 2.5.** Присвоение официального статуса. Предоставление права использования статуса «Официальный информационный партнер» во всех собственных маркетинговых коммуникациях

3. Информационному партнеру конгресса предоставляется следующий пакет возможностей и услуг:

- 3.1.** Аккредитация представителей Партнера (в количестве, согласованном с дирекцией конгресса) на все заседания конгресса. (1-2).
- 3.2.** Размещение логотипа Партнера на отдельной странице Интернет-сайта конгресса, в разделе «Медиацентр», с переходом на Интернет-сайт Информационного партнера
- 3.3.** Производство и установка стоек (1 шт.) для размещения печатной продукции Информационного партнера, брендированная логотипом Информационного партнера Печатная продукция предоставляется Партнером, доставляется, размещается самостоятельно. Стойки размещаются на площадке конгресса, в зоне.
- 3.4.** Размещение логотипа Информационного партнера в брошюре конгресса.

II. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

2.1. Информационный партнер может внести на рассмотрение в дирекцию Конгресса предложения по дополнительным мероприятиям продвижения и популяризации подготовительных и основных мероприятий конгресса, включающими так же дополнительные опции и возможности, предоставляемые Информационному партнеру дирекцией конгресса.

III. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПАРТНЕРА

3.1. Информационный Партнер оказывает рекламно- информационную поддержку Конгрессу и обеспечивают размещение редакционных материалов и рекламных сообщений.

3.2. Информационный Партнер осуществляет подготовку и публикацию интервью с ключевыми спикерами Конгресса и новостей о Конгрессе в рамках подготовительных и презентационных мероприятий Конгресса.

3.3. Информационный Партнер обеспечивает участие журналистов в работе конгресса, подготовку и публикацию материалов с комментариями участников конгресса непосредственно в дни проведения конгресса.

3.4. Информационный партнер обеспечивает подготовку и публикацию редакционных материалов по итогам конгресса.

3.5. По окончании конгресса Информационный Партнер предоставляет в распоряжение дирекции конгресса все фото и видеоматериалы, сделанные аккредитованными журналистами Информационного Партнера во время проведения конгресса и опубликованные Информационным партнером; печатные издания, в количестве, необходимом для отчета перед Организационным комитетом конгресса.

3.5. Информационный Партнер конгресса предоставляет свои площадки для проведения пресс-конференций, предшествующих конгрессу, и итоговых пресс-конференций по завершении конгресса.

3.6. Информационный Партнер конгресса предоставляет возможность представителям дирекции конгресса участвовать в мероприятиях Информационного Партнера, раздавать информационные буклеты о конгрессе и пресс-релизы.

IV. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПАРТНЕРА

4.1. Настоящим Положением определяется объем партнерских возможностей конгресса в соответствии со статусом Информационного Партнера.

4.2. Условия партнерского участия и перечень возможностей, предоставляемых Информационным Партнерам, могут изменяться и дополняться по результатам переговоров с потенциальными Информационными Партнерами.

4.3. Статус Генерального Информационного Партнера предоставляется СМИ дирекцией конгресса при оказании рекламно-информационной поддержки конгресса в согласованном объеме на сумму не менее 250 тыс. рублей.

4.4. Статус Официального Информационного Партнера предоставляется СМИ дирекцией конгресса при оказании рекламно-информационной поддержки конгресса в согласованном объеме на сумму не менее:

- для Интернет-СМИ – 50 тыс. рублей;

- для печатных СМИ – 100 тыс. рублей.

4.5. Статус Информационного партнера предоставляется СМИ дирекцией конгресса при оказании рекламно-информационной поддержки конгресса в согласованном объеме на сумму не менее 10 тыс. рублей

4.6. Рекламно-информационная поддержка конгресса предусматривает информационное и рекламное сопровождение процесса подготовки и проведения конгресса в части:

- размещения информационных материалов о предстоящем мероприятии;
- публикации графического рекламно-информационного модуля конгресса.
- размещения баннера конгресса на сайте СМИ со ссылкой на сайт конгресса;
- размещения анонсов о предстоящем событии на информационных лентах новостей;
- рассылки сообщений о мероприятии по электронной почте;
- развернутых выступлений (интервью) участников конгресса, авторитетных российских и зарубежных экспертов по повестке дня конгресса профильной рубрики в Интернет и печатных СМИ;
- развернутых информационно-аналитических и аналитических публикаций, интервью участников по итогам мероприятия.

4.7. Выбор инструментов и объемов информационной поддержки определяются статусом Информационного партнера, в процессе переговоров Информационного партнера с дирекцией конгресса.

V. СТАТУС ИНФОРМАЦИОННОГО ПАРТНЕРА

5.1. Настоящим Положением определяются следующие категории и количество Информационных Партнеров Международного конгресса травматологов и ортопедов «Повреждения при дорожно-транспортных происшествиях и их последствия: нерешенные вопросы, ошибки и осложнения».

5.1.1. Генеральный Информационный Партнер – не больше 1 СМИ в России и за рубежом, с учетом целевой аудитории Информационного партнера, периодичности СМИ;

5.1.2. Официальный информационный Партнер – не больше пяти из своего

сегмента СМИ в России и за рубежом, с учетом целевой аудитории Информационного партнера, периодичности СМИ;

5.1.3. Информационный партнер – СМИ в России и за рубежом, вне зависимости от сегмента;

5.1.4. Информационная поддержка (без указания статуса в промо - материалах конгресса) – не ограничено, вне зависимости от сегмента.

5.2. Дирекция Конгресса имеет право окончательного решения о присвоении статуса Информационного партнера.