

# REGULAMIN KONKURSU

NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY  
- CERTYFIKAT  
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

(XVI EDYCJA - 2018 R. )



## REGULAMIN KONKURSU

na

### Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej (XVI edycja)

#### **SPIS TREŚCI:**

- § 1. Informacje ogólne
- § 2. Idea Konkursu
- § 3. Zakres Konkursu
- § 4. Przebieg Konkursu
- § 5. Kapituła Konkursu
- § 6. Warunki zgłoszenia
- § 7. Terminy
- § 8. Nagrody
- § 9. Inne postanowienia
- §10. Informacje organizacyjne

#### **§ 1**

#### **INFORMACJE OGÓLNE**

1. Głównym organizatorem Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej zwanego dalej „Konkuresem” jest Polska Organizacja Turystyczna we współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi, zwanymi dalej ROT-ami.
2. Polska Organizacja Turystyczna, zwana dalej POT, jest administratorem Konkursu oraz wyłącznym właścicielem praw do logo i nazwy Konkursu.
3. ROT-y pełnią rolę strategicznych partnerów Konkursu, w ścisłej współpracy z POT.
4. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje Polskiej Organizacji Turystycznej, Regionalnym i Lokalnym Organizacjom Turystycznym, samorządom terytorialnym i gospodarczym, instytucjom, twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom, fundacjom turystycznym, przedsiębiorcom prywatnym, a także organizatorom turystyki.
5. Partnerami Konkursu mogą być media ogólnopolskie, regionalne i lokalne oraz przedsiębiorstwa turystyczne posiadające ofertę przyjazdową do Polski. Media promują ideę Konkursu, pretendentów do Certyfikatu POT i laureatów, a poprzez to Polskę jako destynację turystyczną.
6. POT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współorganizacji, innych niż wymienieni w Regulaminie partnerów, celem zapewnienia najwyższego poziomu merytorycznego Konkursu.
7. Partnerzy zobowiązują się do jak najszerszej dystrybucji informacji i promocji Konkursu oraz laureatów, jako elementu wspólnych działań prowadzonych w ramach bieżącej współpracy.
8. POT i ROT-y dbają o właściwą organizację i wysoki poziom merytoryczny Konkursu.

## § 2

### IDEA KONKURSU

1. Konkurs ma na celu wyłonienie w danym roku kalendarzowym, w XVI edycji za rok 2018, najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych oraz ich promocję, a także wspieranie inicjatyw regionalnych i lokalnych, których efektem jest tworzenie produktów turystycznych.
2. Wyłonionym w Konkursie produktem turystycznym zostaną przyznane za dany rok, w danym roku kalendarzowym Certyfikaty POT.

Certyfikaty POT przyznawane są w 4 rodzajach:

- 1) Certyfikat POT,
  - 2) Złoty Certyfikat POT,
  - 3) Certyfikat Internautów,
  - 4) Certyfikat Specjalny.
3. Certyfikat POT oraz Złoty Certyfikat POT przyznawane są przez Kapitułę, (o której mowa w § 5).
  4. Certyfikaty POT przyznawane są przez Kapitułę produktom istniejącym na rynku, nie krócej niż dwa lata, w maksymalnej liczbie 10 w danej edycji Konkursu.
  5. Złoty Certyfikat POT, w liczbie 1, zostanie wybrany przez Kapitułę spośród wszystkich produktów turystycznych wyróżnionych dotychczas Certyfikatem POT i zgłoszonych przez ROT jako kandydat do Złotego Certyfikatu POT.
    - 1) Złoty Certyfikat POT będzie mógł uzyskać tylko ten produkt turystyczny, który otrzymał w latach ubiegłych Certyfikat POT i następnie twórczo rozwinął swoją działalność,
    - 2) Złoty Certyfikat POT może być przyznany produktowi nie wcześniej niż po upływie 3 lat od daty otrzymania Certyfikatu POT
    - 3) Otrzymanie Złotego Certyfikatu POT łączy się z przyznaniem nagrody głównej, o której mowa w § 8.
  6. Certyfikat Internautów, w liczbie 1, zostanie wyłoniony w drodze głosowania internetowego przeprowadzonego na portalu informacyjnym o zasięgu ogólnopolskim.
  7. Certyfikat Specjalny, w liczbie 1, może zostać przyznany przez Kapitułę produktowi, który posiada niezwykle potężny potencjał, jest mało znany i istnieje na rynku nie dłużej niż dwa lata. Twórcy takiego produktu turystycznego powinni wykazać się oryginalnością i kreatywnością.

## § 3

### ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące produktu turystycznego, zgodne z przyjętą przez organizatorów definicją<sup>1</sup> pojęcia „**produktu turystycznego**”:
  - 1) Produkt turystyczny – **Wydarzenie cykliczne** – charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni.
  - 2) Produkt turystyczny – **Pakiet usług turystycznych - Impreza turystyczna** – składa się z kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy) oferowanych przez organizatorów turystyki.
  - 3) Produkt turystyczny – **Obiekt** – charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie) mający z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy.
  - 4) Produkt turystyczny – **Szlak** – składa się z wielu miejsc lub obiektów związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą.
  - 5) Produkt turystyczny – **Miejsce - obszar** – wewnątrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.
  
2. Po sprawdzeniu zgodności zgłoszenia z przyjętą definicją produktu turystycznego i po etapie regionalnym, rozpoczyna się etap ogólnopolski - Kapituła przeprowadza ocenę merytoryczną zgłoszeń, wyrażoną w punktacji, na podstawie poniższych kryteriów:

KRYTERIA OCENY	Ocena
<p><b>Opis produktu</b></p> <p><i>Opisz produkt turystyczny i udowodnij jego zgodność z jedną z poniższych definicji</i></p> <p>Produkt turystyczny jest tym wszystkim, co turyści kupują oddzielnie (np. transport lub zakwaterowanie) lub w formie pakietu usług a także kompozycja tego, co turyści robią oraz walorów urządzeń i usług, z których w tym celu korzystają. Z perspektywy turysty to całość przeżytego doświadczenia od chwili opuszczenia domu do chwili powrotu.</p> <hr/> <p><i>Produkt turystyczny kategoria „szlak turystyczny”</i>  <i>Składa się z szeregu „miejsc” lub „obiektów” związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną, trasą (pieszą, wodną, samochodową etc.) oraz z różnorodnej infrastruktury turystycznej zlokalizowanej wzdłuż szlaku. Przykładami tego typu produktów są szlaki: Orlich Gniazd, Piastowski, Europejski Szlak Cysterski, Europejska Sieć Dróg Rowerowych EUROVELO.</i></p>	0-5

<sup>1</sup> Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk, *Produkt turystyczny*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s.75.

<p>Produkt turystyczny kategoria „miejsce” / „obszar” (region, powiat, miejscowość) jest szczególnym, zdefiniowanym geograficznie, rodzajem produktu turystycznego. Jest to wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.</p> <p>W sprzedaży takiego produktu oferowane są nie tylko walory przyrodnicze i antropogeniczne, ale także usługi świadczone przez różne podmioty gospodarcze w oparciu o istniejące zagospodarowanie turystyczne i paraturystyczne, dziedzictwo historyczne i kulturowe, gościnność i przychylność mieszkańców, a nawet wizerunek obszaru czy ogół zdarzeń, które dopiero zajądą podczas pobytu turysty.</p>	
<p>Produkt turystyczny kategoria „ impreza” – to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez turoperatorów lub agentów najczęściej w postaci pakietu turystycznego. Przykładami tego typu produktów mogą być: wycieczki, wczasy, rajdy itp.</p>	
<p>Produkt turystyczny w kategorii „wydarzenie” charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni. Typowa dla tego produktu jest niecodziennosc, wyjątkowość a także cykliczność, np. pokazy, prezentacje, wystawy, festiwale filmowe, muzyczne, imprezy sportowe. Produkt turystyczny wydarzenie może egzystować samodzielnie, może też być częścią składową produktu turystycznego impreza lub produktu turystycznego miejsce. Jako przykład można wymienić: Dymarki Świętokrzyskie, Jarmark Dominikański w Gdańsku, Festiwal Wikingów w Wolinie.</p>	
<p>Produkt turystyczny „obiekt” charakteryzuje się występowaniem jednej wiodącej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie) mającym z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy (muzeum, zabytek, hala widowiskowo-sportowa, centrum konferencyjne, hotel, jaskinia, pomnik przyrody). Przykładami tego typu produktów mogą być: kompleks hotelowo-rekreacyjno-leczniczo-rehabilitacyjny, zamek, jaskinia itp.</p>	
<p><b>Perspektywy dalszego rozwoju (jakie działania są planowane w celu dalszego rozwoju produktu (plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach)</b></p>	0-10
<p><b>Opis atrakcyjności produktu turystycznego z punktu widzenia turystów (mi.n. główne atrakcje, USP - unique selling proposition, jakie unikalne cechy motywują turystów do skorzystania z oferty produktu? Jakie walory krajobrazu, cechy klimatu, obiekty dziedzictwa, zagospodarowania przestrzennego przyciągają turystów na dany teren i obszar? Opis segmentacji rynku docelowego)</b></p>	0-10
<p><b>Podjęte działania na rzecz komercjalizacji produktu turystycznego</b> działania związane z wprowadzeniem produktu turystycznego na rynek, m.in. pakietowanie usług i ofert, korzystanie z różnych kanałów dystrybucji, wspólna strategia marketingowa, liczba oraz nazwy biur podróży, portali sprzedażowych mających w swojej ofercie ten produkt, etc. Opcjonalnie można posłużyć się danymi finansowymi lub statystycznymi z ostatnich 2 lat (liczba turystów, przychody, zysk netto)</p>	0-10
<p><b>Zastosowane innowacje w rozwoju produktu</b> jakie nowatorskie i innowacyjne rozwiązania zastosowano w zakresie: samej oferty (np. oferowanie usług / produktów dotychczas na rynku nieznanymi, zupełnie nowych), zarządzania (np. funkcjonowanie w ramach innowacyjnej formuły partnerstwa z innymi podmiotami), marketingu (stosowanie nowatorskich metod promocji, badań, komunikacji z rynkiem, etc )</p>	0-5
<p><b>Wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji</b> przykłady narzędzi nowych technologii to: beacons, QR kody, aplikacje mobilne, zastosowanie technologii web 2.0, planery podróży, geotagowanie, platformy multimedialne, multimedialne / interaktywne ekspozycje, systemy teleinformatyczne, rezerwacja / zakup on-line, e-booki, ekspozycje 3D, hologramy, wirtualne wycieczki, etc</p>	0-5

<p><b>Gospodarcze, społeczne i ekonomiczne znaczenie produktu turystycznego dla rozwoju regionu</b>  <i>potencjał ekonomiczny produktu, w tym zdolność do generowania miejsc pracy, obraz produktu - postrzeganie oferty na rynku turystycznym, stopień komercjalizacji, efekt ekonomiczny, integrowanie społeczności lokalnej, szacunkowa wielkość ruchu turystycznego, możliwość recepcyjna produktu</i></p>	0-5
<p><b>Zgodność z kierunkami działania POT</b>  <i>Czy produkt jest niszowy? Wizerunkowy? Czy jest zgodny z tematami wiodącymi w planie działania POT, np. wellbeing, turystyka kulturowa z rozszerzeniem na zamki i pałace, turystyka aktywna, w tym wodna, rowerów itp.</i></p>	0-5
<p><b>Opis podjętych działań promocyjnych</b>  <i>reklama w TV, reklama w prasie, reklama w radiu, wydawnictwa promocyjne, udział w targach, internet, outdoor, eventy, działania PR, inne oryginalne formy promocji</i></p>	0-5
<p><b>Ocena materiałów promocyjnych załączonych do niniejszej aplikacji (jakość filmów, zdjęć i innych materiałów)</b></p>	0 – 10
<b>SUMA</b>	70
<b>Dodatkowe kryteria dla kandydata do Złotego Certyfikatu</b>	
<p><b>Twórcze rozwinięcie działalności produktu od otrzymania Certyfikatu POT</b>  <i>twórcze rozwinięcie działalności produktu ( liczba współpracujących touroperatorów, kanałów dystrybucji, liczba imprez / targów / przedsięwzięć promocyjnych, w których uczestnik konkursu brał udział, liczba sprzedanych biletów / uczestników / ofert / uczestników</i></p>	0-30
<b>ŁĄCZNA PUNKTACJA</b>	100

#### § 4

#### PRZEBIEG KONKURSU

1. Konkurs zostanie ogłoszony na stronach internetowych administrowanych przez POT oraz ROT.
2. Zawiadomienia o ogłoszeniu Konkursu zostaną dodatkowo wysłane do ROT drogą elektroniczną.
3. Konkurs składa się z dwóch etapów:

##### A. Etap I - regionalny

- 1) ROT prowadzi akcję informacyjną i wyłania kandydatów do Certyfikatu ze swoich regionów, we własnej formule organizacyjnej (półfinał Konkursu), na podstawie regulaminu POT.

- 2) ROT przyjmuje zgłoszenia za pośrednictwem aplikacji konkursowej, przygotowanej i dostarczonej przez POT.
- 3) Po oficjalnym ogłoszeniu Konkursu przez POT, ROT w swoich regionach ogłosi I etap Konkursu za pośrednictwem mediów regionalnych i lokalnych, własnych stron internetowych oraz za pomocą innych środków przekazu i jednocześnie informuje, jakie formalności należy spełnić, aby zgłosić produkt turystyczny na tym etapie Konkursu.
- 4) Kapituła powołana przez ROT dokonuje oceny otrzymanych zgłoszeń i wskazuje maksymalnie 3 produkty turystyczne z całego regionu do udziału w etapie ogólnopolskim, w tym jeden z nich do rankingu internetowego.
- 5) Do etapu ogólnopolskiego, ROT przesyła również zgłoszenie 1 kandydata do miana Złotego Certyfikatu POT.
- 6) Region reprezentowany przez najbardziej aktywny i zaangażowany w przebieg I etapu Konkursu ROT, może zostać nagrodzony specjalnym wyróżnieniem Prezesa POT, wg. zasad ustalonych przez POT, których zakres obejmuje zarówno merytoryczną precyzję treści informacji zawartych w przygotowanym wniosku konkursowym, jak również ocenę poziomu profesjonalizmu przeprowadzenia I etapu Konkursu, w tym skali jego efektów przyczyniających się do promocji procesu tworzenia produktów turystycznych i idei ogólnopolskiego Konkursu przyznającego Certyfikaty POT.

## **B. Etap II - ogólnopolski**

- 1) POT przedstawia członkom Kapituły Konkursu wszystkie zgłoszenia przesłane przez ROT, spełniające warunki określone w Regulaminie.
- 2) Kapituła Konkursu zapoznaje się z kandydaturami konkursowymi i dokonuje ich oceny na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu.
- 3) W drodze indywidualnej oceny punktowej, o której mowa w pkt. 2), Kapituła Konkursu wybiera maksymalnie 15 kandydatów do Certyfikatu z najwyższą liczbą punktów, a następnie spośród nich w drodze wyboru jawnego, na podstawie kryteriów z § 3, wybiera, maksymalnie 10 kandydatów, którym przyznaje Certyfikaty POT.
- 4) Spośród kandydatów, którym nie przyznano Certyfikatów POT, Kapituła Konkursu może wybrać maksymalnie 3, którym przyzna wyróżnienia w konkursie.
- 5) Spośród zgłoszonych do miana Złotego Certyfikatu POT produktów turystycznych, Kapituła Konkursu na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3, oraz po prezentacji Kapitulie nominowanych produktów turystycznych, w drodze tajnego głosowania wybiera jeden produkt turystyczny, któremu nada miano – Złotego Certyfikatu POT.
- 6) Dwóm pozostałym z nominowanych 3 kandydatów, którym nie przyznano Złotego Certyfikatu POT, Kapituła Konkursu może przyznać symboliczne tytuły „Nominowany do Złotego Certyfikatu POT”.
- 7) Sekretarz Kapituły Konkursu przygotowuje oficjalny protokół z wynikami, który będzie przedstawiony do wiadomości publicznej podczas Gali Wręczenia Certyfikatów POT, będącej podsumowaniem XVI edycji Konkursu z udziałem laureatów, gości, partnerów Konkursu oraz mediów.

## § 5

### KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do II etapu Konkursu – (etap ogólnopolski), produkty turystyczne ocenia Kapituła Konkursu, powołana przez Prezesa POT, działająca zgodnie z regulaminem prac Kapituły Konkursu.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w podejściu do oceny zgłoszonych produktów turystycznych do udziału w pracach Kapituły zarówno na poziomie regionalnym jak i ogólnopolskim zaproszeni zostaną eksperci w zakresie turystyki, budowy i promocji produktów turystycznych, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawiciele środowisk akademickich związanych z turystyką, przedstawiciele mediów oraz przedstawiciele izb branżowych. Wskazane jest, aby w składzie kapituły na poziomie regionalnym byli przedstawiciele izb branżowych, w tym szczególnie osoby pozostające poza strukturami członków zarządów ROT i członków zwyczajnych organizacji w celu wzmocnienia relacji z branżą w regionach, oraz stworzenia nowego kanału promocji konkursu.
3. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Kapituły Konkursu na poziomie ogólnopolskim, dokonuje Prezes POT, który podejmuje również decyzję o liczbie członków Kapituły Konkursu.
4. ROT-y mają prawo wyłonić jednego przedstawiciela spośród wszystkich ROT-ów, który będzie reprezentował Regiony w Kapitulce Konkursu na poziomie ogólnopolskim.
5. Tryb pracy Kapituły Konkursu na poziomie ogólnopolskim:
  - 1) Członkowie Kapituły Konkursu oceniają produkty turystyczne na podstawie kart ocen, za pośrednictwem aplikacji przygotowanej przez POT, w terminie wskazanym w § 7. Na podstawie ich indywidualnych ocen powstanie ranking 15 produktów z największą liczbą punktów, który stanowić będzie podstawę do dalszej oceny. Lista ta zostanie przedstawiona na posiedzeniu Kapituły Konkursu,
  - 2) W przypadku, jeśli większa niż 15 liczba kandydatów otrzyma równą liczbę głosów, wszyscy zakwalifikowani zostają do kolejnego etapu głosowania.
  - 3) Każdy członek Kapituły konkursu wybiera 10 kandydatów spośród wybranych 15 kandydatów, o których mowa w punk. 1 i 2.. Certyfikat POT przyznawany jest 10 kandydatom, którzy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu uzyskali największą liczbę punktów. W sytuacji, gdy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu, większa niż 10 liczba kandydatów otrzyma tę samą liczbę głosów, o wyborze 10 decyduje Kapituła Konkursu w dodatkowym głosowaniu. W przypadku nierozstrzygniętego dodatkowego głosowania, rozstrzygającą decyzję podejmuje Przewodniczący Kapituły.
  - 4) Każdy członek Kapituły konkursu wybiera 1 kandydata spośród 3 nominowanych do Złotego Certyfikatu POT. Złoty Certyfikat POT przyznawany jest kandydatowi, który po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu uzyskał największą liczbę punktów. W sytuacji, gdy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu więcej niż jeden z kandydatów z największą liczbą punktów będzie miał taką samą liczbę punktów to głos decydujący co do wyboru jednego z nich przysługuje Przewodniczącemu Kapituły Konkursu.



- 5) Każdy członek Kapituły konkursu może oddać 1 głos na 1 kandydata na Złoty Certyfikat. Oddając swój głos na danego kandydata, członek Kapituły Konkursu uwzględnia kryteria, o których mowa w § 3 Regulaminu.
- 6) Kapituła Konkursu ma prawo w drodze głosowania odstąpić od przyznania Złotego Certyfikatu POT, na uzasadniony i pisemny wniosek Członka Kapituły Konkursu.
- 7) Na pisemny wniosek Sekretarza Konkursu, w przypadku stwierdzenia rażąco niskiego poziomu zgłoszonego produktu turystycznego lub nienależycie przygotowanych materiałów zgłoszeniowych, Przewodniczącemu Kapituły przysługuje prawo odrzucenia zgłoszenia z Konkursu na każdym etapie Konkursu.
- 8) Szczegółowy Regulamin prac Kapituły Konkursu zostanie przedstawiony wszystkim ROT-om w terminie poprzedzającym termin rozpoczęcia przyjmowania zgłoszeń do Konkursu Ogólnopolskiego.

## § 6

### WARUNKI ZGŁOSZENIA

#### 1. Etap I - regionalny

- 1) Podmioty biorące udział w etapie regionalnym, zgłaszają swoje kandydatury do ROT poprzez formularz zgłoszeniowy dostępny w aplikacji internetowej,
- 2) ROT zgłasza do etapu ogólnopolskiego maksymalnie 3 wybrane produkty turystyczne do miana Certyfikatu (w tym jeden z nich do konkursu internetowego) oraz maksymalnie 1 produkt turystyczny do miana Złotego Certyfikatu. Łącznie liczba wszystkich zgłoszonych produktów turystycznych przez dany ROT nie może przekroczyć 4.

#### 2. Etap II - ogólnopolski

Prawo zgłaszania produktów turystycznych do etapu II Konkursu przysługuje ROT po wcześniejszym przeprowadzeniu, wg. niniejszego Regulaminu, etapu regionalnego w obrębie swoich regionów (województw), za pomocą formularza zgłoszeniowego dostępnego w aplikacji internetowej POT.

3. Prawo zgłaszania kandydatów do Konkursu o Złoty Certyfikat POT mają ROT-y.
4. Wypełniony formularz zgłoszeniowy należy przesłać drogą internetową za pomocą aplikacji wraz z wszelkimi załącznikami (materiałami promocyjnymi) zgodnie z poniższymi wymaganiami:
  - a) Każda zgłoszona kandydatura powinna zawierać zdjęcia oraz inne materiały multimedialne poświadczające atrakcyjność produktu turystycznego i potwierdzające spełnienie kryteriów, o których mowa w §3. Formularz aplikacyjny należy wypełnić starannie, podając jak najwięcej informacji opisujących produkt turystyczny,
  - b) Rozpatrywane będą kandydatury, które dotrą do POT w wyznaczonym terminie, o którym mowa w § 7,
  - c) Regulamin znajduje się na stronach internetowych POT: [www.konkurs.pot.gov.pl](http://www.konkurs.pot.gov.pl), [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl), [www.polskapodajdalej.pl](http://www.polskapodajdalej.pl),
  - d) Dodatkowych informacji udziela Koordynator Konkursu: Anna Zbrożek – Polska Organizacja Turystyczna, tel: 22 536-70-25, e-mail: [anna.zbrozek@pot.gov.pl](mailto:anna.zbrozek@pot.gov.pl),

## § 7

### TERMINY

1. **Etap I - regionalny:**

Termin rozpoczęcie tego etapu – **22 czerwca 2018 r.**

Termin przyjmowania zgłoszeń od ROT-ów przez POT drogą on-line – **do 5 października 2018 r.**

2. **Etap II – ogólnopolski:**

Okres trwania tego etapu – **od 8 października do 30 października 2018 r.**

3. Gala wręczenia Certyfikatów – **druga połowa listopada 2018 r.**, w Warszawie.

4. Terminy powyższe w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianie.

## § 8

### NAGRODY

1. Nagrodą główną w Konkursie dla produktu turystycznego, który został wyróżniony „Złotym Certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej”, będzie zrealizowanie przez POT krajowej kampanii promocyjnej w roku 2019, o wartości nie mniejszej niż 100 000 PLN. Harmonogram działań przygotowawczych do kampanii zostanie opracowany przez POT w terminie 1 miesiąca od daty ogłoszenia wyników Złotego Certyfikatu POT. Zasady, termin i sposób realizacji kampanii promocyjnej oraz jej zasięg określi POT w konsultacji z właściwym ROT i zarządcą (właścicielem) nagrodzonego produktu. Kampania realizowana będzie przez POT.
2. Produkty turystyczne wyróżnione Certyfikatem POT (w tym Certyfikat Internautów), zostaną włączone w wybrane działania promocyjne prowadzone przez POT na rynku krajowym oraz rynkach objętych działaniami Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej, na zasadach określonych przez POT, do końca następnego roku kalendarzowego. POT może zdecydować o wydłużeniu tego terminu.
3. Ponadto wszystkie produkty turystyczne, którym przyznane zostały Certyfikaty POT (w tym Certyfikat Internautów i Certyfikat Specjalny) oraz laureat Złotego Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej otrzymają zgodę na posługiwanie się logo Certyfikatu POT 2018 w swoich materiałach promocyjnych, na zasadach określonych przez POT.

## § 9

### INNE POSTANOWIENIA

1. Przesłane na Konkurs ogólnopolski materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez POT i nie będą zwracane.
2. ROT-y przejmują od POT wszelką odpowiedzialność z tytułu roszczeń osób trzecich dotyczących praw autorskich lub/i praw własności do produktów turystycznych, jakie mogą wyniknąć w związku ze zgłoszeniem ich do Konkursu.
3. Wypełnienie zgłoszenia jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego regulaminu.

4. Poprzez dokonanie zgłoszenia produktów turystycznych do Konkursu, uczestnik udziela POT i ROT niewyłącznej, nieodpłatnej i nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie przez POT i ROT z utworów załączonych do produktu turystycznego w szczególności zdjęć, filmów, itp. Powyższa licencja obejmuje prawo do wykorzystania utworów w celach promocyjnych w ramach działalności statutowej POT i ROT, w tym m.in. poprzez wprowadzania utworów lub poszczególnych elementów do pamięci komputera i sieci wewnętrznych typu Intranet oraz Internet, jak również przesyłania utworu w ramach wyżej wymienionej sieci; upubliczniania utworów w formie elektronicznej; trwałe lub czasowe zwielokrotnienia jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie; w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworów - wytwarzania określoną techniką egzemplarzy oraz w zakresie obrotu egzemplarzami, na których zostały one utrwalone; użyczenia lub najmu egzemplarzy; wykorzystanie utworów lub ich dowolnych części do prezentacji.
5. Decyzja Kapituły Konkursu jest ostateczna.

## **§ 10**

### **INFORMACJE ORGANIZACYJNE**

1. Zadania ROT-u biorącego udział w Konkursie w roli strategicznego Partnera:
  - 1) ROT po potwierdzeniu współpracy przy organizacji Konkursu komunikuje rozpoczęcie naboru zgłoszeń do lokalnej branży turystycznej, również niebędącej członkiem ROT-u, oraz do mediów danego regionu,
  - 2) Po zakończeniu Konkursu ROT monitoruje w swoim regionie produkty turystyczne, które zostały uhonorowane Certyfikatem. ROT informuje POT, o ewentualnym naruszeniu przez zarządcę produktu kryteriów „produktu turystycznego” lub wystąpienia innych nieprawidłowości.
2. Zadania POT:
  - 1) Koordynacja przeprowadzenia Konkursu (w tym konkursu internetowego),
  - 2) Relacjonowanie na łamach stron administrowanych przez POT przebiegu Konkursu,
  - 3) Stworzenie właściwych warunków pracy Kapituły, w szczególności umożliwienie jej członkom pełnego zapoznania się z ofertą wybranych produktów turystycznych wytypowanych do etapu ogólnopolskiego,
  - 4) Organizacja finałowej Gali wręczenia Certyfikatów,
  - 5) Przygotowanie i realizacja działań promocyjnych dla zdobywców Certyfikatów oraz Złotego Certyfikatu POT oraz Certyfikatu Internautów według zasad ustalonych przez POT.

## **§ 11**

### **OCHRONA INFORMACJI**

1. Polska Organizacja Turystyczna stosuje zapisy Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych”).

2. Przetwarzanie danych osobowych wymaga podstawy prawnej. Ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych przewiduje kilka rodzajów takich podstaw prawnych dla przetwarzania danych, a w przypadkach udziału w konkursie, co do zasady jest to zgoda.
3. Uczestnik konkursu wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celu rejestracji zgłoszenia udziału w konkursie, przeprowadzenia głosowania na produkt certyfikowany, opublikowania danych zwycięzców i upublicznienia wizerunku zwycięzcy na stronach internetowych administrowanych przez POT oraz ROT, przygotowania i realizacji działań promocyjnych dla zwycięzców oraz w celach sprawozdawczych.
4. Zgoda jest dobrowolna i może zostać cofnięta w dowolnym momencie przez wysłanie wiadomości e-mail na adres naszego inspektora ochrony danych ([dpo@pot.gov.pl](mailto:dpo@pot.gov.pl)). Jednakże brak zgody uniemożliwia rejestrację zgłoszenia i przeprowadzenie głosowania a z uwagi na charakter promocyjny nagród brak zgody powoduje, że POT nie może wywiązać się ze zobowiązań określonych w § 8 Regulaminu.
5. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i ust. 2 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. informujemy, iż:
  - 1) administratorem danych osobowych uczestnika konkursu jest Polska Organizacja Turystyczna z siedzibą w Warszawie, ul. Chałubińskiego 8 reprezentowana przez Prezesa;
  - 2) administrator wyznaczył inspektorem ochrony danych w Polskiej Organizacji Turystycznej, z którym można się kontaktować pod adresem [dpo@pot.gov.pl](mailto:dpo@pot.gov.pl);
  - 3) dane osobowe przetwarzane będą w celu rejestracji zgłoszenia do konkursu i dalej jak w § 11 ust. 3 na podstawie wyrażonej przez uczestnika zgody (art. 6 ust 1 pkt a) ogólnego rozporządzenia o ochronie danych);
  - 4) dane osobowe będą pozyskiwane od Partnerów i przekazywane Partnerom konkursu wymienionym w § 1 Regulaminu w celach jak w § 11 ust. 3. oraz wykonawcom kampanii promocyjnych.
  - 5) dane osobowe nie będą przekazywane do państwa trzeciego/organizacji międzynarodowej;
  - 6) dane osobowe laureatów Konkursu będą przechowywane przez okres 5 lat lub do czasu cofnięcia zgody na przetwarzanie, z tym, że działania przetwarzania podjęte przed cofnięciem zgody pozostają w zgodzie z prawem, w tym w szczególności z ogólnym rozporządzeniem o ochronie danych osobowych; dane pozostałych uczestników Konkursu będą przechowywane do czasu rozstrzygnięcia edycji Konkursu;
  - 7) uczestnik konkursu ma prawo dostępu do treści swoich danych oraz prawo ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych, prawo wniesienia sprzeciwu, prawo do cofnięcia zgody w dowolnym momencie bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej cofnięciem;
  - 8) uczestnik konkursu ma również prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna, iż przetwarzanie jego danych osobowych narusza przepisy ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r.;