

**REGULAMIN KONKURSU  
NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY  
WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO 2024 R.**

**§ 1**

**INFORMACJE OGÓLNE**

1. Głównym organizatorem Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej, zwanym dalej „Konkursem ogólnopolskim” jest Polska Organizacja Turystyczna (zwana dalej „POT”) we współpracy z regionalnymi organizacjami turystycznymi.
2. Konkurs składa się z dwóch etapów – regionalnego i ogólnopolskiego.
3. Organizatorem etapu regionalnego na terenie województwa mazowieckiego (Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Mazowieckiego – Certyfikat MROT, zwanym dalej „Konkursem”) jest Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna (dalej „Organizator”, „MROT”).
4. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje MROT, lokalnym organizacjom turystycznym, jednostkom samorządu terytorialnego, twórcom produktów turystycznych, instytucjom kultury, organizacjom zrzeszającym przedsiębiorców z dziedziny turystyki, w tym samorządu gospodarczego i zawodowego oraz stowarzyszeniom działającym w tej dziedzinie i innym podmiotom z branży turystycznej (m. in. przedsiębiorcom turystycznym).
5. Partnerami Konkursu mogą być media ogólnopolskie, regionalne i lokalne oraz przedsiębiorstwa turystyczne posiadające ofertę przyjazdową na Mazowsze (obszar woj. mazowieckiego). Zadaniem mediów (partnerów Konkursu) jest promowanie idei Konkursu, pretendenta do Certyfikatu MROT oraz laureatów, przez co następuje popularyzacja Konkursu oraz województwa mazowieckiego jako destynacji turystycznej.
6. MROT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współorganizacji innych niż wymienieni w Regulaminie partnerów, celem zapewnienia najwyższego poziomu merytorycznego Konkursu.
7. Partnerzy Konkursu zobowiązani są do jak najszerszej dystrybucji informacji nt. Konkursu oraz jego laureatów jako elementu wspólnych działań, prowadzonych w ramach bieżącej współpracy.

## § 2

### IDEA KONKURSU

1. Konkurs ma na celu wyłonienie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych w woj. mazowieckim oraz ich promocję, a także wspieranie inicjatyw lokalnych, których efektem jest tworzenie nowych regionalnych produktów turystycznych.
2. Wyłonionym w Konkursie produktem turystycznym zostaną przyznane Certyfikaty MROT w roku 2024. W kolejnym roku kalendarzowym, tj. w roku 2025, będzie miała miejsce kampania promocyjna laureatów. Certyfikaty MROT przyznawane są w 2 kategoriach:
  - 1) Certyfikat MROT;
  - 2) Super Certyfikat MROT.
3. Certyfikat MROT i Super Certyfikat MROT przyznawane są przez Kapitułę Konkursu, o której mowa w § 5 Regulaminu.
4. Certyfikaty MROT przyznawane są produktom turystycznym w maksymalnej liczbie 6.
5. Super Certyfikat MROT, w liczbie 1, przyznawany jest produktowi turystycznemu, wybranemu spośród wszystkich produktów turystycznych wyróżnionych w poprzednich edycjach Konkursu Certyfikatem MROT i zgłoszonych do Super Certyfikatu MROT, który dodatkowo spełnia następujące warunki:
  - 1) po otrzymaniu Certyfikatu MROT produkt turystyczny rozszerzył swoją ofertę o nowe usługi oraz w sposób znaczący rozwinął zakres swojej działalności;
  - 2) produkt turystyczny otrzymał Certyfikat MROT w roku 2021 lub wcześniejszym.
6. Otrzymanie Super Certyfikatu MROT łączy się z przyznaniem nagrody głównej, o której mowa w § 8 Regulaminu.

## § 3

### ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące produktu turystycznego, z podziałem na kategorie wynikające z przyjętej przez Organizatora definicji<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;

---

<sup>1</sup> Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk, Produkt turystyczny – Pomysł – Organizacja - Zarządzanie, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010.

- 3) Produkt turystyczny – **Obiekt** – charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie), mających 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** – wewnątrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.
2. Po sprawdzeniu przez Organizatora wymogów formalnych oraz zgodności zgłoszenia z przyjętą definicją produktu turystycznego, Kapituła Konkursu 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> <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, np. Mazowsze Chopina.</i></p> <p><i>Produkt turystyczny – kategoria „miejsce” (region, powiat, miejscowość) jest szczególnym, zdefiniowanym geograficznie rodzajem produktu turystycznego. Jest to wewnątrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.</i>  <i>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.</i></p> <p><i>Produkt turystyczny – kategoria „ impreza” – to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez organizatora turystycznego touroperatorów lub agentów najczęściej w postaci pakietu turystycznego. Przykładami tego typu produktów mogą być: wycieczki, wczasy, rajdy itp.</i></p> <p><i>Produkt turystyczny – kategoria „wydarzenie” charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni. Typowa dla tego produktu jest niecodziennność, wyjątkowość, a także cykliczność, np. pokazy, prezentacje, wystawy, festiwale filmowe, muzyczne, imprezy sportowe. Produkt turystyczny wydarzenie</i></p>	<p>0-5</p>

<p>może egzystować samodzielnie, może też być częścią składową produktu turystycznego impreza lub produktu turystycznego miejsce. Jako przykład można wymienić: Festiwal Kultury Żydowskiej Warszawa Singera, Miodobranie Kurpiowskie Polana w Zawodziu koło Myszyńca.</p> <p>Produkt turystyczny - kategoria „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>Ocena materiałów promocyjnych załączonych do niniejszej aplikacji (jakość filmów, zdjęć i innych materiałów)</b></p> <p>Ocenie podlegają wyłącznie zdjęcia, a nie wizualizacje graficzne danego miejsca (prosimy o przesyłanie wyłącznie zdjęć wiarygodnych). Mile widziane załączenie materiałów promocyjnych np. ulotek, broszur i innych w postaci PDF. Prosimy o przesłanie materiałów, do których posiadacie Państwo prawa autorskie.</p>	0-15
<p><b>Perspektywy dalszego rozwoju (jakie działania są planowane, by produkt nadal się rozwijał) - plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach.</b></p>	0-10
<p><b>Opis atrakcyjności produktu turystycznego z punktu widzenia turystów (m. in. 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></p> <p>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 oraz wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji</b></p> <p>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>	0-10
<p><b>Działania na rzecz zrównoważonego rozwoju</b></p> <p><b>Czy</b> prowadzone są działania i inwestycje proekologiczne (dot. np. gospodarowania odpadami, zasobami naturalnymi, wykorzystania odnawialnych źródeł energii, respektowania zasad zrównoważonego rozwoju przy rozbudowie infrastruktury, ochronie środowiska naturalnego)?</p> <p><b>Czy i w jaki sposób</b> turyści odwiedzający produkt turystyczny są informowani i zachęceni do odpowiedzialnego/zrównoważonego korzystania z zasobów naturalnych i kulturowych produktu turystycznego?</p> <p>Czy prowadzone są działania mające na celu zachowanie i promocję dziedzictwa kulturowego oraz lokalnych tradycji, a jeśli tak, <b>to jakie?</b></p>	0-15

<p><b>Czy i w jaki sposób</b> wspiera się lub angażuje społeczność lokalną/mieszkańców do rozwoju i promocji produktu turystycznego?</p> <p><b>Czy i jakie</b> działania podejmowane są w celu przedłużenia sezonu turystycznego i zmniejszenia sezonowości popytu?</p>	
<p><b>Gospodarcze, społeczne i ekonomiczne znaczenie produktu turystycznego dla rozwoju regionu</b></p> <p>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.</p>	0-10
<p><b>Opis podjętych działań promocyjnych</b></p> <p>Opis zrealizowanych projektów promocyjnych w ostatnich dwóch latach. Przez projekt promocyjny rozumie się min. 2 lub 3 działania w ramach jednej koncepcji z wykorzystaniem różnych form promocji. Przez formę promocji rozumie się m.in. następujące narzędzia – reklama w TV, reklama w prasie, reklama w radiu, reklama w Internecie, wydawnictwa promocyjne, udział w targach, outdoor, eventy, działania PR, Influencer Marketing, inne oryginalne formy promocji.</p>	0-5
<p><b>Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami</b></p> <p><b>Opis udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami.</b></p> <p>Udogodnienia dla osób <b>niepełnosprawnych ruchowo</b> (dostosowanie infrastruktury, ciągi komunikacyjne podjazdy dla wózków, winda, parking, pokoje, toalety).</p> <p><b>Udogodnienia dla osób niesłyszących</b> (pętle indukcyjne, współpraca z przewodnikami turystycznymi, którzy posługują się językiem migowym).</p> <p><b>Udogodnienia dla osób niewidzących</b> (audio przewodnik po zabytkach z wykorzystaniem audiodeskcrypcji, prowadnice w podłodze, wydawnictwa w alfabecie Braille'a lub w druku powiększonym, możliwość zwiedzania z psem przewodnikiem).</p>	0-10
<b>ŁĄCZNA PUNKTACJA</b>	max 100
<b>Dodatkowe kryteria dla kandydata do Super Certyfikatu MROT</b>	
<p><b>Rozwój produktu od czasu otrzymania Certyfikatu MROT. Rozszerzenie oferty o nowe usługi. Nowy zakres działalności</b></p> <p>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).</p>	0-25
<p><b>Autoprezentacja wideo</b></p> <p>Ocenić podlega krótki spot video - prezentacja w formie elevator pitch przedstawiającej produkt turystyczny, w zwięzły syntetyczny sposób, zawierającej najistotniejsze informacje dotyczące zgłaszanego projektu promocyjnego; wykonanej w formie 30-90 sekundowego filmiku wgranego do aplikacji lub przekazanego Organizatorowi w formie linku do odtworzenia lub/i z możliwością ściągnięcia.</p>	0-5
<b>ŁĄCZNA PUNKTACJA</b>	max 130

## **§ 4**

### **PRZEBIEG KONKURSU**

1. Konkurs zostanie ogłoszony na stronach internetowych i w mediach społecznościowych administrowanych przez MROT.
2. Zawiadomienia o ogłoszeniu Konkursu zostaną dodatkowo wysłane do Członków MROT drogą elektroniczną.
3. MROT przyjmuje zgłoszenia za pośrednictwem aplikacji konkursowej, przygotowanej i dostarczonej przez POT.
4. MROT, po dokonaniu wstępnej weryfikacji zgłoszeń, przedstawia członkom Kapituły Konkursu zgłoszenia spełniające warunki określone w Regulaminie. MROT ma prawo do odrzucenia zgłoszeń niekompletnych, nie spełniających warunków formalnych oraz niezgodnych z przyjętą definicją produktu turystycznego.
5. Kapituła Konkursu zapoznaje się z kandydaturami konkursowymi i dokonuje ich oceny na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu.
6. W drodze indywidualnej oceny punktowej i kryteriów, o których mowa § 3, Kapituła Konkursu wybiera maksymalnie 10 kandydatów do Certyfikatu MROT z najwyższą liczbą punktów, a następnie spośród nich w drodze wyboru jawnego, wybiera maksymalnie 6 kandydatów, którym przyznaje Certyfikaty MROT.
7. Spośród zgłoszonych do miana Super Certyfikatu MROT produktów turystycznych, Kapituła Konkursu na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu, oraz po prezentacji Kapitulie nominowanych produktów turystycznych, w drodze tajnego głosowania wybiera jeden produkt turystyczny, któremu przyznany zostaje tytuł Super Certyfikatu MROT.
8. Zarząd MROT wskazuje Sekretarza Konkursu spośród pracowników MROT, którego zadaniem jest zapewnienie obsługi Konkursu i Kapituły Konkursu.
9. Sekretarz Konkursu m.in. udziela informacji zgłaszającym produkty turystyczne do Konkursu, weryfikuje nadsyłane zgłoszenia pod względem formalnym i przygotowuje oficjalny protokół z wynikami, będący podsumowaniem Konkursu.

## **§ 5**

### **KAPITUŁA KONKURSU**

1. Produkty turystyczne zgłoszone do Konkursu, ocenia Kapituła Konkursu, powołana przez Zarząd MROT.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i profesjonalizmu w ocenie zgłoszonych produktów turystycznych do udziału w pracach Kapituły Konkursu, zaproszeni mogą być eksperci w zakresie turystyki, budowy i promocji produktów turystycznych, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawiciele lokalnych organizacji

turystycznych będących członkami MROT, przedstawiciele środowisk akademickich związanych z turystyką, przedstawiciele kultury, przedstawiciele mediów oraz przedstawiciele izb branżowych. Dopuszcza się osoby pozostające poza strukturami Zarządu MROT 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 dokonuje Zarząd MROT, który podejmuje również decyzję o liczbie członków Kapituły Konkursu.
4. Członkowie Kapituły Konkursu wykonują swoją pracę nieodpłatnie.
5. Tryb pracy Kapituły Konkursu:
  - 1) Członkowie Kapituły Konkursu oceniają produkt turystyczny na podstawie karty oceny, za pośrednictwem aplikacji przygotowanej przez POT, w terminie wskazanym w § 7 Regulaminu. Na podstawie indywidualnych ocen członków Kapituły Konkursu powstaje ranking maksymalnie 10 produktów turystycznych z największą liczbą punktów, który stanowi podstawę do dalszej oceny. Lista 10 najwyżej ocenionych produktów turystycznych przedstawiana jest na posiedzeniu Kapituły Konkursu.
  - 2) W przypadku równej liczby punktów, do kolejnego etapu głosowania zakwalifikowane zostają wszystkie produkty turystyczne, których punktacja mieści się w najlepszej „dziesiątce”.
  - 3) Produkt oceniany jest tylko jeden raz i tylko w jednej kategorii, nawet jeśli zostanie zgłoszony przez więcej niż jeden podmiot (np. szlak przechodzący przez granice powiatów czy gmin).
  - 4) Certyfikat MROT przyznawany jest maksymalnie 6 kandydatom, którzy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu uzyskali największą liczbę punktów. W sytuacji, gdy zsumowana liczba głosów daje ten sam wynik dla więcej niż jednego produktu turystycznego, Kapituła Konkursu przeprowadza dodatkowe głosowanie, w którym uczestniczą produkty turystyczne z taką samą liczbą głosów. W przypadku nierozstrzygniętego dodatkowego głosowania, ostateczną decyzję o wyniku podejmuje Przewodniczący Kapituły.
  - 5) Wybór laureata Super Certyfikatu MROT następuje w dwóch etapach – najpierw członkowie Kapituły Konkursu indywidualnie oceniają zgłoszone produkty, a następnie spośród trzech (3) produktów, które uzyskały największą liczbę głosów, każdy członek Kapituły Konkursu wybiera 1 kandydata do Super Certyfikatu MROT. Super Certyfikat MROT 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, największą liczbą punktów otrzyma więcej niż jeden produkt, głos decydujący co do wyboru jednego z nich przysługuje Przewodniczącemu Kapituły Konkursu.

- 6) Podczas wyboru laureata Super Certyfikatu MROT, każdy Członek Kapituły Konkursu może oddać swój głos tylko na 1 kandydata. Oddając swój głos na danego kandydata, Członek Kapituły Konkursu uwzględnia kryteria, o których mowa w § 3 Regulaminu.
- 7) Kapituła Konkursu ma prawo w drodze głosowania odstąpić od przyznania Super Certyfikatu MROT, na uzasadniony wniosek Członka Kapituły Konkursu.
- 8) W przypadku stwierdzenia rażąco niskiego poziomu zgłoszonego produktu turystycznego lub nienależycie przygotowanych materiałów zgłoszeniowych, Kapituła Konkursu ma prawo odrzucić zgłoszenie na każdym etapie Konkursu.
- 9) Decyzje Kapituły Konkursu podejmowane są w drodze głosowania i są ostateczne.

## **§ 6**

### **WARUNKI ZGŁOSZENIA**

1. Zgłoszenia do Konkursu dokonuje się za pomocą formularza zgłoszeniowego dostępnego w aplikacji internetowej POT.
2. Wypełniony formularz zgłoszeniowy należy przesać drogą internetową za pomocą aplikacji wraz z wszelkimi załącznikami (materiałami promocyjnymi), zgodnie z poniższymi wymaganiami:
  - 1) Formularz aplikacyjny należy wypełnić starannie, podając jak najwięcej informacji opisujących produkt turystyczny,
  - 2) Każda zgłoszona kandydatura musi zawierać zdjęcia oraz powinna zawierać inne materiały multimedialne potwierdzające atrakcyjność produktu turystycznego i spełnienie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu.
  - 3) Rozpatrywane będą wyłącznie kandydatury, które zostaną dostarczone do MROT (skutecznie zostaną umieszczone w aplikacji, o której mowa w ust. 1) w terminie przyjmowania zgłoszeń, o którym mowa w § 7 ust. 2 Regulaminu.
3. Spośród 6 produktów turystycznych wyróżnionych Certyfikatem MROT, Kapituła Konkursu może wybrać maksymalnie 3 produkty turystyczne, które zgłosi do etapu ogólnopolskiego jako kandydatów do miana Certyfikatu POT (w tym 1 z nich do miana Certyfikatu Internautów).
4. Kapituła Konkursu zgłasza do POT także 1 produkt turystyczny do tytułu Turystyczne Odkrycie Roku oraz 1 do tytułu Złoty Certyfikat POT, spełniające kryteria określone w Regulaminie POT.



5. Łączna liczba wszystkich zgłoszonych produktów turystycznych przez MROT nie może przekroczyć 5 (3 Certyfikaty POT, w tym Certyfikat Internautów, 1 Turystyczne Odkrycie Roku, 1 Złoty Certyfikat).
6. Decyzje Kapituły Konkursu podejmowane są w drodze głosowania i są ostateczne.

## **§ 7**

### **TERMINY**

1. Termin rozpoczęcia Konkursu od 08.07.2024 r.
2. Termin przyjmowania zgłoszeń do 09.09.2024 r.
3. Ceremonia wręczenia Certyfikatów do 31.12.2024 r.
4. W uzasadnionych przypadkach terminy wskazane w ust. 1-3 mogą ulec zmianie. Informacja o zmianie terminu zostanie podana na stronie internetowej [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl).

## **§ 8**

### **NAGRODY**

1. Nagrodą główną w Konkursie dla produktu turystycznego, który został wyróżniony Super Certyfikatem MROT będzie zrealizowanie przez MROT ogólnopolskiej kampanii promocyjnej w roku 2025. Harmonogram działań przygotowawczych do kampanii zostanie opracowany przez MROT w terminie 1 miesiąca od daty ogłoszenia wyników Super Certyfikatu MROT. Zasady, termin i sposób realizacji kampanii promocyjnej oraz jej zakres określi MROT w konsultacji z zarządcą (właścicielem) nagrodzonego produktu. Kampania realizowana będzie przez MROT.
2. Produkty turystyczne wyróżnione Certyfikatem MROT zostaną włączone w wybrane działania promocyjne prowadzone przez MROT, przede wszystkim w mediach społecznościowych prowadzonych przez MROT na zasadach określonych przez MROT, do końca następnego roku kalendarzowego. MROT może zdecydować o wydłużeniu tego terminu.
3. Wszystkie produkty turystyczne, którym przyznane zostały Certyfikaty MROT oraz laureat Super Certyfikatu MROT otrzymają zgodę na posługiwanie się logo Certyfikatu MROT 2024 w swoich materiałach promocyjnych, na zasadach określonych przez MROT.

## **§ 9**

### **INNE POSTANOWIENIA**

1. Przesłane na Konkurs materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez MROT i nie będą zwracane.
2. Podmioty zgłaszające produkty do Konkursu przejmują od MROT wszelką odpowiedzialność z tytułu roszczeń osób trzecich dotyczących praw autorskich lub/i

- praw własności do produktów turystycznych, jakie mogą wynikać w związku ze zgłoszeniem ich do Konkursu.
3. Wypełnienie zgłoszenia jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego Regulaminu.
  4. Organizator zastrzega, że nie ponosi odpowiedzialności za zdarzenia uniemożliwiające prawidłowe przeprowadzenie Konkursu, których nie był w stanie przewidzieć lub którym nie mógł zapobiec, w szczególności w przypadku zaistnienia zdarzeń losowych, w tym siły wyższej.
  5. Organizator zastrzega sobie prawo zmiany niniejszego Regulaminu, przy zastosowaniu odpowiednich form informacji i zawiadomień uczestników Konkursu.
  6. Organizator ma prawo podjąć decyzję o zakończeniu Konkursu w każdym momencie bez rozstrzygania Konkursu. Informacja o tym zostanie podana na stronie internetowej [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl).
  7. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za podanie przez uczestnika niewłaściwych lub nieprawdziwych danych uniemożliwiających lub opóźniających wręczenie przez Organizatora nagrody w związku z prowadzeniem Konkursu.
  8. Konkurs nie podlega przepisom ustawy z dnia 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych (tj. Dz. U. z 2023 r., poz. 227).
  9. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne roszczenia osób trzecich, w szczególności wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej, w tym za nieprzestrzeganie przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2022 r., poz. 2509, z późn. zm.). W przypadku zgłoszenia jakichkolwiek roszczeń przez osoby trzecie, uczestnik Konkursu zobowiązany jest zwolnić Organizatora Konkursu z tego tytułu.
  10. Organizator zastrzega sobie prawo do żądania od uczestników udzielania informacji lub wyjaśnień, przedłożenia oświadczeń, dokumentów lub innych materiałów (w tym na piśmie, także po zakończeniu Konkursu) mających znaczenie dla Konkursu – pod rygorem wykluczenia z Konkursu, nieprzyznania nagrody, nie wydania przyznanej nagrody lub utraty prawa do przyznanej nagrody.
  11. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia uczestnika z Konkursu lub nie przyznania nagrody, nie wydania przyznanej nagrody lub stwierdzenia utraty prawa do przyznanej nagrody w przypadku, gdyby Uczestnik nie spełniał warunków Regulaminu, dokonał zgłoszenia produktu turystycznego niezgodnie z obowiązującym prawem lub Regulaminem, podał lub złożył w związku z Konkursem nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje, dane, wyjaśnienia, oświadczenia, zgody, dokumenty lub inne materiały.

12. Prawo wskazane w ust. 11 zastrzeżone jest także w przypadku, gdy zgłoszony produkt turystyczny nie będzie spełniać warunków Regulaminu lub będzie obciążony wadami prawnymi.
13. W przypadku jakichkolwiek wątpliwości dotyczących stosowania niniejszego Regulaminu, Organizatorowi przysługuje prawo dokonania wiążącej wykładni jego postanowień.
14. Organizator w przypadku otrzymania uzasadnionego zgłoszenia o nieetycznych albo bezprawnych działaniach właścicieli i zarządców produktów turystycznych rości sobie prawo do wykluczenia produktu z Konkursu.
15. W przypadku odnotowania nieetycznych albo bezprawnych działań, które zaistnieją w produktach certyfikowanych nagrodzonych w latach poprzednich lub zapadnięcia wobec tych podmiotów prawomocnych orzeczeń nie będą one mogły ubiegać się o ponowną certyfikację w ramach Konkursu i/lub nominację do etapu ogólnopolskiego Konkursu
16. W przypadku zwycięskiego produktu nagrodzonego Certyfikatem wskazanym w § 2 ust. 2, dokonanie zgłoszenia produktu turystycznego do Konkursu, jest równoznaczne z tym, że uczestnik udziela MROT niewyłącznej, nieodpłatnej i nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie przez MROT z załączonych do zgłoszenia produktu turystycznego utworów (materiałów promocyjnych, w szczególności zdjęć, filmów, itp.). Powyższa licencja obejmuje prawo do wykorzystania utworów w celach promocyjnych w ramach działalności statutowej MROT, 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 w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp do utworów i przedmiotów praw pokrewnych w miejscu i czasie przez siebie wybranym (m.in. udostępniania w internecie), publicznego odtwarzania; trwałe lub czasowe zwielokrotnienia jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie; w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworów – wytwarzania określonej techniką egzemplarzy oraz w zakresie obrotu egzemplarzami, na których zostały one utrwalone; użyczenia lub najmu egzemplarzy; wykorzystanie utworów lub ich dowolnych części do prezentacji.
17. Wraz z udzieleniem licencji niewyłącznej, o której mowa w ust. 16, uczestnik przenosi na Organizatora prawo własności nośnika, na którym utwory zostały utrwalone.
18. Uczestnik potwierdza, że nabyta przez Organizatora licencja niewyłączna do utworów, o której mowa w ust. 16, może zostać przeniesiona na dowolną osobę trzecią, wyznaczoną lub wskazaną przez Organizatora, w tym Organizator może udzielić sublicencji lub upoważnić dowolną osobę trzecią do wykonywania praw w jego imieniu.

## **§ 10**

### **INFORMACJE ORGANIZACYJNE**

1. Zadania MROT w zakresie organizacji Konkursu obejmują w szczególności:
  - 1) koordynację przeprowadzenia Konkursu,
  - 2) relacjonowanie przebiegu Konkursu na łamach stron internetowych administrowanych przez MROT,
  - 3) stworzenie właściwych warunków pracy Kapituły Konkursu, w szczególności umożliwienie jej Członkom pełnego zapoznania się z ofertą zgłoszonych produktów turystycznych,
  - 4) organizację finałowej Ceremonii wręczenia Certyfikatów MROT,
  - 5) przygotowanie i realizację działań promocyjnych dla zdobywców Certyfikatów MROT oraz Super Certyfikatu MROT.
2. Regulamin Konkursu dostępny będzie na stronach internetowych MROT i POT: [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl), [www.konkurs.pot.gov.pl](http://www.konkurs.pot.gov.pl) przez cały czas trwania Konkursu.
3. Dodatkowych informacji dotyczących Konkursu udziela Sekretarz Konkursu: Renata Konewecka, e-mail: [r.konewecka@mrot.pl](mailto:r.konewecka@mrot.pl).

## **§ 11**

### **OCHRONA INFORMACJI**

1. Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna stosuje zapisy Rozporządzenia 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 MROT, 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 MROT ([biuro@mrot.pl](mailto:biuro@mrot.pl)). Jednakże brak zgody uniemożliwia rejestrację zgłoszenia i przeprowadzenie głosowania, a z uwagi na charakter promocyjny nagród, brak zgody spowoduje, że MROT wobec braku możliwości

wywiązania się ze zobowiązań określonych w § 8 Regulaminu, wykluczy uczestnika z konkursu.

5. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i ust. 2 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. MROT informuje, iż:
  - 1) administratorem danych osobowych uczestnika Konkursu jest Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Warszawie, ul. Nowy Świat 27 reprezentowana przez Zarząd;
  - 2) 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);
  - 3) 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;
  - 4) dane osobowe nie będą przekazywane do państwa trzeciego/organizacji międzynarodowej, z wyjątkiem wizerunku, ponieważ wizerunek upubliczniony może być przekazywany do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej;
  - 5) dane osobowe w postaci wizerunku udostępniamy wszystkim, ponieważ wizerunek będzie podany do publicznej wiadomości;
  - 6) wycofanie zgody na upublicznienie wizerunku wiąże się z brakiem możliwości przetwarzania wizerunku przez administratora od dnia złożenia wycofania zgody, usunięciem wizerunku z materiałów wewnętrznych, stron internetowych i mediów administrowanych przez MROT oraz innych materiałów promocyjno-informacyjnych; nie będzie możliwe zebranie materiałów, które zostały upublicznione przed wycofaniem zgody;
  - 7) dane osobowe laureatów Konkursu będą przechowywane przez okres 1 roku 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;
  - 8) przetwarzane dane osobowe dotyczyć będą następujących kategorii osób:
    - a) członkowie Kapituły Konkursu,
    - b) administratorzy poszczególnych podmiotów,
    - c) osoby reprezentujące produkt turystyczny i zgłaszające produkt do Konkursu;
  - 9) przetwarzane będą dane następujących kategorii:
    - a) imię i nazwisko,
    - b) adres e-mail,
    - c) numer telefonu komórkowego;

- 10) 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;
- 11) 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 lub ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2019 r., poz. 1781, z późn. zm.).