

REGULAMIN KONKURSU

§ 1

INFORMACJE OGÓLNE

1. Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego (zwana dalej „ROTWŁ”) jest organizatorem regionalnego etapu ogólnopolskiego Konkursu Polskiej Organizacji Turystycznej na „Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT” (Edycja XXII). Konkurs regionalny, prowadzony we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną (zwaną dalej „POT”), nosi nazwę: **„Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Łódzkiego 2025 – Certyfikat ROTWŁ”**. ROTWŁ pełni w nim rolę strategicznego partnera POT.
2. Patronat medialny nad Konkursem sprawują wybrane media regionalne i lokalne, których zadaniem jest promowanie idei Konkursu, kandydatów do Certyfikatu oraz laureatów, a także wspieranie wizerunku województwa łódzkiego jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.
3. ROTWŁ odpowiada za prawidłową organizację oraz wysoki poziom merytoryczny regionalnego etapu Konkursu.
4. Konkurs zostaje ogłoszony na stronie internetowej administrowanej przez ROTWŁ: <https://lodzkie.travel>.
5. Podmioty zainteresowane udziałem w regionalnym etapie Konkursu zgłaszają swoje kandydatury do ROTWŁ za pośrednictwem formularza zgłoszeniowego dostępnego w aplikacji konkursowej na stronie: <https://konkurs.pot.gov.pl/konkurs/>.

§ 2

IDEA I PRZEBIEG KONKURSU

1. Konkurs ma na celu wyłonienie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych z terenu województwa łódzkiego oraz ich popularyzację. Celem Konkursu jest również wspieranie inicjatyw prowadzących do tworzenia i rozwoju produktów turystycznych. Produkty wyróżnione w Konkursie otrzymają w danym roku Certyfikaty ROTWŁ.
2. Etap regionalny Konkursu w województwie łódzkim trwa od **19 maja 2025 r. do 30 czerwca 2025 r. do godz. 23:59**.
3. Produkty turystyczne certyfikowane przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Łódzkiego (ROTWŁ) mogą zostać nominowane do ogólnopolskiego Konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej” (Edycja XXII), w jednej z następujących kategorii:
 - a) Certyfikat POT
 - b) Złoty Certyfikat POT
 - c) Certyfikat Internautów
 - d) Turystyczne Odkrycie Roku
4. Certyfikaty ROTWŁ przyznawane są przez Kapitułę Konkursu, o której mowa w § 4 niniejszego Regulaminu.
5. Certyfikaty ROTWŁ przyznawane są przez Kapitułę Konkursu produktom turystycznym funkcjonującym na rynku nie krócej niż dwa lata, z wyjątkiem kandydatur zgłaszanych

- w kategorii „Turystyczne Odkrycie Roku”. Kapituła Konkursu, w danym roku, decyduje o liczbie przyznanych regionalnych Certyfikatów ROTWŁ i Wyróżnień. Do ogólnopolskiej edycji Konkursu Polskiej Organizacji Turystycznej może zostać zgłoszonych maksymalnie pięć produktów turystycznych z regionu.
6. Nominację do Złotego Certyfikatu POT w ogólnopolskiej edycji Konkursu może otrzymać wyłącznie produkt turystyczny reprezentujący województwo łódzkie, który w poprzednich latach został nagrodzony Certyfikatem Regionalnym ROTWŁ oraz Certyfikatem ogólnopolskim POT. Kapituła Konkursu spośród takich produktów wybiera jednego kandydata do Złotego Certyfikatu POT.
 7. Kapituła Konkursu spośród laureatów etapu regionalnego, którzy zostali nominowani do ogólnopolskiego etapu Konkursu, może wybrać jeden produkt turystyczny i zgłosić go jako kandydata do Certyfikatu Internautów. Certyfikat Internautów POT, przyznawany w liczbie jednej nagrody, jest wybierany w ogólnopolskiej edycji Konkursu w drodze głosowania internetowego, przeprowadzanego na portalu www.polska.travel.
 8. Certyfikat ROTWŁ w kategorii „Turystyczne Odkrycie Roku”, w liczbie jednej nagrody, może zostać przyznany przez Kapitułę Konkursu produktowi turystycznemu, który posiada wyjątkowy potencjał rozwojowy, jest mało znany oraz funkcjonuje na rynku nie dłużej niż dwa lata (licząc od daty jego udostępnienia turystom). Twórcy takiego produktu powinni wykazać się oryginalnością i kreatywnością.
 9. Weryfikacja zgłoszenia produktu turystycznego odbywa się na podstawie pisemnego wniosku złożonego przez jego właściciela lub zarządcę za pośrednictwem formularza aplikacyjnego dostępnego w systemie konkursowym.

§ 3

KRYTERIUM OCENY

1. Na etapie regionalnym Kapituła Konkursu dokonuje weryfikacji spełnienia wymogów formalnych oraz zgodności zgłoszenia z przyjętą definicją produktu turystycznego, przedstawionego przez jego właściciela lub zarządcę.
2. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia zgodnie z definicją¹ produktu turystycznego w poniższych kategoriach:
 - a) Produkt turystyczny – **Wydarzenie cykliczne** – charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni.
 - b) Produkt turystyczny – **Pakiet usług turystycznych** – **Impreza Turystyczna** – składa się z kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy) oferowanych przez organizatorów turystyki.
 - c) 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.
 - d) Produkt turystyczny – **Szlak** – składa się z wielu miejsc lub obiektów związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą.
 - e) Produkt turystyczny – **Miejsce** – wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującej się walorami turystycznymi.
3. Po sprawdzeniu zgodności zgłoszenia z definicją produktu turystycznego wyrażoną w powyższych kategoriach Kapituła przeprowadza ocenę merytoryczną zgłoszeń, wyrażoną w punktach na podstawie poniższych kryteriów:

¹ Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk – „Produkt Turystyczny – Pomysł – Organizacja – Zarządzanie”, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010.

KRYTERIA OCENY	Ocena
Opis produktu Opisz produkt turystyczny i udowodnij jego zgodność z jedną z poniższych definicji - 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. Produkt turystyczny - kategoria „szlak” - 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. Produkt turystyczny - kategoria „miejsce” - (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. 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. 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. Produkt turystyczny - kategoria „wydarzenie cykliczne” - 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. 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.	0-5
Ocena materiałów promocyjnych załączonych do niniejszej aplikacji (jakość filmów, zdjęć i innych materiałów) 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. Niedozwolone są materiały wygenerowane przez AI.	0-10
Perspektywy dalszego rozwoju (jaki działania są planowane, by produkt nadal się rozwijał) Plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach.	0-10

Opis atrakcyjności produktu turystycznego z punktu widzenia turystów <i>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.</i>	0-10
Podjęte działania na rzecz komercjalizacji produktu turystycznego <i>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).</i>	0-10
Zastosowane innowacje w rozwoju produktu oraz wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji <i>Jakie nowatorskie i innowacyjne rozwiązania zastosowano w zakresie: samej oferty (np. oferowanie usług / produktów dotychczas na rynku nieznanymi, zupełnie nowych) zarządzania (funkcjonowanie w ramach innowacyjnej formuły partnerstwa z innymi podmiotami), marketingu (stosowanie nowatorskich metod promocji, badań komunikacji z rynkiem, etc.</i>	0-10
Zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko <i>Czy podmiot podejmuje działania na rzecz zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko naturalne, np. działania na rzecz zmniejszenia zużycia energii i wykorzystania energii z odnawialnych źródeł; działania na rzecz zmniejszenia zużycia wody; efektywna gospodarka odpadami i wdrażanie zasad gospodarki obiegu zamkniętego; działania na rzecz klimatu; wspieranie ochrony przyrody i dobrostanu zwierząt; edukacja ekologiczna, etc.</i>	0-10
Wspieranie lokalnej kultury i tradycji <i>Czy podmiot podejmuje działania na rzecz wspierania i promocji dziedzictwa kulturowego, np. poprzez: wykorzystanie elementów kultury designie; promowanie lokalnych zwyczajów; promowanie lokalnej kuchni; współpraca z instytucjami kultury; kodeksy postępowania dla turystów na terenach wrażliwych historycznie lub kulturowo (np. jak się zachować w kościele, w miejscach pamięci)? Czy prowadzone są działania mające na celu zachowanie i promocję dziedzictwa kulturowego oraz lokalnych tradycji, a jeśli tak, to jakie?</i>	0-10
Działania na rzecz społeczności lokalnej <i>Czy podejmowane są działania na rzecz wspierania społeczności lokalnej, np. poprzez: tworzenie dobrych warunków zatrudnienia; lokalne zatrudnienie; zakup produktów lokalnych; wspieranie lokalnych przedsiębiorców; wspieranie lokalnych inicjatyw lub organizacji pozarządowych; kampanie promujące mniej popularne trasy/atrakcje i podróżowanie poza sezonem; zachęcanie odwiedzających do wspierania lokalnej społeczności. Czy i w jaki sposób wspiera się lub angażuje społeczność lokalną/mieszkańców do rozwoju i promocji produktu turystycznego?</i>	0-10
Opis podjętych działań promocyjnych <i>Opis zrealizowanych projektów promocyjnych w ostatnich dwóch latach. Przez projekt promocyjny rozumie się m.in. 2 lub 3 działania w ramach jednej koncepcji wykorzystania 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, inne oryginalne formy promocji.</i>	0-5
Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami <i>Opis udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami. Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych ruchowo (dostosowanie infrastruktury, ciągi komunikacyjne podjazdy dla wózków, winda, parking, pokoje, toalety). Udogodnienia dla osób niesłyszących (pętle indukcyjne, współpraca z przewodnikami turystycznymi, którzy posługują się językiem migowym). Udogodnienia dla osób niewidzących (audio przewodnik po zabytkach z wykorzystaniem audiodeskrypcji, prowadnice w podłogach, wydawnictwa w alfabecie Braille'a lub w druku powiększonym, możliwość zwiedzania z psem przewodnikiem).</i>	0-10

SUMA	100
Dodatkowe kryteria dla kandydata do Złotego Certyfikatu	
Rozwój produktu od czasu otrzymania Certyfikatu POT. Rozszerzenie oferty o nowe usługi. Nowy zakres działalności <i>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>	0-30
Certyfikat rozwoju zrównoważonego <i>Czy podmiot posiada jeden z międzynarodowo uznawanych certyfikatów ekologicznych lub rozwoju zrównoważonego, np. EU Ecolabel, , ISO 140001, Green Globe, Green Kay, Travelife, Good Travel Seal, Green Sign, Biosphere, Earth Check, Green Destinations, TourCert.</i> <i>Należy załączyć link do strony z info o certyfikacji lub załączyć certyfikat w formularzu w pliku pdf</i>	0-15
3 pkt za każdy certyfikat max. Liczba punktów do zdobycia 15 Opublikowana polityka rozwoju zrównoważonego <i>Czy podmiot posiada na swojej stronie opublikowaną politykę rozwoju zrównoważonego rozwoju, która opisuje działania w zakresie zarządzania środowiskowego, działania na rzecz tworzenia dobrych warunków zatrudnienia i wspierania społeczności lokalnych, działania z zakresu ochrony i promocji kultury lokalnej?</i> <i>Należy załączyć link do strony z polityką lub załączyć politykę w pliku pdf</i> 0 – brak dokumentu 5 – podmiot posiada politykę rozwoju zrównoważonego	0 lub 5
ŁĄCZNA PUNKTACJA	150

§ 4

KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do Konkursu produkty turystyczne oceniane są przez Kapitułę Konkursu (zwaną dalej „Kapitułą”).
2. Skład Kapituły oraz liczbę jej członków ustala Prezes Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego (ROTWL), który kieruje zaproszenia do udziału w pracach Kapituły.
3. W celu zapewnienia wysokiego poziomu merytorycznego i profesjonalizmu oceny, do prac Kapituły zapraszani są eksperci z zakresu turystyki, tworzenia i promocji produktów turystycznych, audytu i inwestycji turystycznych, komunikacji społecznej i marketingu, a także przedstawiciele środowisk akademickich oraz mediów publicznych.
4. Kapituła zapoznaje się ze zgłoszonymi kandydaturami i przeprowadza proces ich oceny.
5. W wyniku oceny Kapituła wyłania najlepsze produkty turystyczne i przyznaje im Certyfikaty ROTWL w ramach Konkursu „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Łódzkiego 2025”.
6. Kapituła określa liczbę przyznanych Certyfikatów ROTWL i Wyróżnień w danym roku.
7. Kapituła może przyznać również wyróżnienia produktom turystycznym niespełniającym wszystkich kryteriów certyfikacji, ale zasługującym na szczególne uznanie.

8. W przypadku stwierdzenia niskiego poziomu zgłoszonego produktu turystycznego lub nieprawidłowo przygotowanych materiałów zgłoszeniowych, Kapituła ma prawo wydać ocenę negatywną i odstąpić od dalszej oceny danego zgłoszenia, co skutkuje jego wykluczeniem z Konkursu.
9. W przypadku równej liczby punktów przyznanych kandydatom, ostateczną decyzję podejmuje Przewodniczący Kapituły.
10. Na wniosek Przewodniczącego Kapituły może zostać przeprowadzona wizytacja zgłoszonych produktów turystycznych w celu dokonania dodatkowej oceny.
11. Po zakończeniu prac Kapituła sporządza protokół zawierający wyniki oceny, stanowiący oficjalne rozstrzygnięcie Konkursu.
12. Decyzja Kapituły Konkursu jest ostateczna.
13. Wyniki etapu regionalnego Konkursu zostaną ogłoszone we wrześniu 2025 r.

§ 5

WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Prawo do zgłoszenia kandydatury w Konkursie przysługuje jednostkom samorządu terytorialnego i gospodarczego, lokalnym organizacjom turystycznym, instytucjom i twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom i fundacjom działającym w obszarze turystyki, przedsiębiorcom prywatnym oraz organizatorom turystyki.
2. Zgłoszenia należy dokonać poprzez aplikację online dostępną na stronie: <https://konkurs.pot.gov.pl>, w terminie od **19 maja 2025 r. do 30 czerwca 2025 r., do godziny 23:59.**
3. Formularz zgłoszeniowy należy wypełnić rzetelnie i szczegółowo, załączając wymagane materiały promocyjne, w tym:
 - a) zdjęcia oraz inne materiały multimedialne potwierdzające atrakcyjność zgłaszanego produktu turystycznego,
 - b) informacje opisujące produkt oraz jego zgodność z kryteriami konkursowymi.
4. Do oceny będą dopuszczone wyłącznie zgłoszenia złożone za pośrednictwem aplikacji internetowej w terminie określonym w ust. 2.
5. Kapituła Konkursu wybierze maksymalnie trzy produkty turystyczne, które zostaną zgłoszone przez ROTWŁ do ogólnopolskiego etapu Konkursu jako kandydaci do Certyfikatu POT (w tym jeden do Certyfikatu Internautów), a także – dodatkowo – maksymalnie jeden produkt do tytułu „Turystyczne Odkrycie Roku” oraz jeden do tytułu „Złoty Certyfikat POT”. Łącznie liczba kandydatur przekazywanych przez ROTWŁ do etapu ogólnopolskiego nie może przekroczyć pięciu.
6. ROTWŁ, jako organizator etapu regionalnego, posiada wyłączne prawo do zgłaszania produktów turystycznych do ogólnopolskiego Konkursu Polskiej Organizacji Turystycznej.
7. Informacje dotyczące terminu i miejsca ogłoszenia wyników zostaną przekazane zainteresowanym podmiotom drogą mailową.
8. Dodatkowych informacji na temat Konkursu udziela: Edyta Buchelt e-mail: ebuchelt@rotwl.pl, tel. 791 270 622.

§ 6

NAGRODY

1. Produkty turystyczne wyróżnione w Konkursie zostaną nagrodzone Certyfikatem ROTWŁ „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Łódzkiego 2025”.
2. Produkty, które otrzymają Certyfikat ROTWŁ, zostaną objęte działaniami promocyjnymi prowadzonymi przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Łódzkiego, w szczególności poprzez:
 - a) możliwość nieodpłatnego posługiwania się logo Certyfikatu ROTWŁ oraz logo ROTWŁ w materiałach promocyjnych dotyczących wyróżnionego produktu,
 - b) publikację informacji o nagrodzonych produktach na stronach internetowych ROTWŁ,
 - c) promocję poprzez rozsyłkę materiałów informacyjnych do bazy mailingowej ROTWŁ,
 - d) prezentację w materiałach i wydawnictwach promocyjnych ROTWŁ,
 - e) rekomendację produktu w kontaktach z przedstawicielami branży turystyki przyjazdowej.

§ 7

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Zgłoszenie udziału w Konkursie jest równoznaczne z akceptacją niniejszego Regulaminu oraz wyrażeniem zgody na przetwarzanie danych osobowych przez Organizatora w celu przeprowadzenia Konkursu, jego rozstrzygnięcia, identyfikacji zgłaszających i laureatów, wydania nagród oraz publicznego ogłoszenia wyników – zgodnie z obowiązującymi przepisami o ochronie danych osobowych.
2. Wszelkie materiały przesłane w ramach Konkursu pozostają w zasobach ROTWŁ i nie podlegają zwrotowi.
3. Zarządca produktu turystycznego wyraża zgodę na wykorzystanie przez Organizatora jego imienia i nazwiska (lub nazwy obiektu) w celach informacyjnych i promocyjnych związanych z Konkursem oraz działalnością statutową ROTWŁ. Ponadto zgłaszający zrzeka się jakiegokolwiek wynagrodzenia za korzystanie przez Organizatora ze zdjęć i materiałów promocyjnych nadesłanych w ramach Konkursu, w szczególności za ich publikację na stronach internetowych oraz w innych kanałach informacyjnych i promocyjnych.
4. Zgłaszając produkt turystyczny do Konkursu, zgłaszający oświadcza, że przysługują mu pełne autorskie prawa osobiste i majątkowe do przesłanych materiałów.
5. W przypadku wystąpienia wobec Organizatora przez osoby trzecie z roszczeniami wynikającymi z naruszenia praw autorskich lub dóbr osobistych, związanych z materiałami zgłoszonymi do Konkursu, zgłaszający zobowiązuje się do pokrycia wszelkich kosztów i odszkodowań wynikających z tych roszczeń.
6. Udział w Konkursie jest całkowicie bezpłatny i dobrowolny. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za żadne koszty poniesione przez zarządców lub zgłaszających w związku z udziałem w Konkursie.
7. Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzenia zmian w Regulaminie w przypadku zaistnienia okoliczności od niego niezależnych. Jednocześnie zobowiązuje się do poinformowania zgłaszających o wprowadzonych zmianach z odpowiednim wyprzedzeniem – poprzez ogłoszenie na stronie internetowej ROTWŁ lub innym odpowiednim kanałem komunikacji.
8. Wszelkie kwestie sporne, dotyczące zapisów Regulaminu oraz przebiegu Konkursu, będą rozpatrywane przez Kapitułę Konkursu po uprzednim pisemnym zgłoszeniu zastrzeżeń lub uwag przez zgłaszającego.

9. Niniejszy Regulamin jest zgodny z Regulaminem ogólnopolskiego Konkursu Polskiej Organizacji Turystycznej „Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT”, Edycja XXII, organizowanej w 2025 roku. Wszelkie kwestie nieuregulowane niniejszym dokumentem muszą pozostawać w zgodzie z zasadami określonymi przez Polską Organizację Turystyczną i podlegają przepisom prawa polskiego.

Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania danych osobowych przez Organizatora regionalnego etapu konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Łódzkiego 2025”.

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 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 RODO) Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego z siedzibą w Łodzi, ul. Sienkiewicza 67 90-009 Łódź informuje, że:

1. Administratorem danych osobowych jest Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego z siedzibą w Łodzi (ROTWL), ul. Sienkiewicza 67 90-009 Łódź.
2. W sprawie przetwarzania danych osobowych można kontaktować się pod adresem e-mail: biuro@rotwl.pl.
3. Dane osobowe będą przetwarzane w celu realizowania zadań ROTWL związanych przeprowadzeniem regionalnego etapu konkursu na „**Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Łódzkiego 2025 r.**”, w szczególności celu: spełnienia obowiązków prawnych ciążących na Organizatorze w celu rejestracji zgłoszenia do Konkursu oraz w celu informacyjnym i promocyjnym w tym utrwalenie w postaci fotograficznej przebiegu regionalnego etapu Konkursu i uroczystości wręczenia nagród dla laureatów i publikacji tych materiałów na stronach internetowych i profilach społecznościowych ROTWL lub Województwa Łódzkiego – zgodnie z Art. 6 ust. 1 lit. a, b, c i f ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO).
4. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych osób zgłaszających udział w Konkursie jest art. 6 RODO.
5. Dane osobowe mogą być przekazywane innym niezależnym odbiorcom wyłącznie w celach związanych z organizacją Konkursu.
6. Dane osobowe mogą być przekazywane Policji, Prokuraturze oraz innym organom ścigania na podstawie obowiązujących przepisów prawa.
7. Dane osobowe uczestników wycieczek będą przechowywane przez ROTWL przez okres niezbędny do zrealizowania Konkursu oraz do czasu przedawnienia ewentualnych roszczeń związanych z udziałem w Konkursie.
8. Każda osoba fizyczna działająca we własnym imieniu lub podmiot upoważniony do działania w cudzym imieniu posiada prawo żądania dostępu do treści swoich danych osobowych, prawo ich sprostowania, prawo do ograniczenia ich przetwarzania oraz prawo do ich usunięcia w całości lub części.
9. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednak niezbędne do udziału w Konkursie.

10. Dostęp do Państwa danych osobowych mogą mieć:
- 1) pracownicy i współpracownicy ROTWŁ upoważnieni do przetwarzania danych osobowych,
 - 2) podmioty, którym ROTWŁ powierzył przetwarzanie danych osobowych,
 - 3) podmioty prowadzące działalność pocztową lub kurierską,
 - 4) podmioty i kancelarie prawne wspomagające działalność statutową ROTWŁ,
11. W związku z przetwarzaniem przez ROTWŁ danych osobowych przysługuje Państwu:
- 1) prawo dostępu do Państwa danych osobowych (art. 15 RODO);
 - 2) prawo do sprostowania Państwa danych osobowych (art. 16 RODO);
 - 3) prawo do żądania usunięcia danych w przypadkach określonych w art. 17 ust. 1, z uwzględnieniem wyjątków określonych w przepisie art. 17 ust. 3 RODO;
 - 4) prawo do żądania ograniczenia przetwarzania danych w przypadkach określonych w art. 18 RODO;
 - 5) prawo do sprzeciwu wobec danych przetwarzanych na podstawie prawnie uzasadnionego interesu z zachowaniem odpowiednich terminów przetwarzania danych (art. 21 RODO);
 - 6) prawo do przenoszenia danych w przypadkach określonych w przepisach art. 20 RODO;
 - 7) prawo do cofnięcia zgody na przetwarzanie danych przez Administratora w dowolnym momencie, bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej cofnięciem (w przypadkach, gdy przesłanką legalizującą przetwarzanie danych była wyrażona zgoda);
 - 8) prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego (Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa), w przypadku uznania, że przetwarzanie danych osobowych Państwa dotyczących narusza przepisy RODO.
12. Państwa dane osobowe nie będą podlegały profilowaniu skutkującemu podejmowaniem decyzji opierających się wyłącznie na zautomatyzowanym przetwarzaniu (bez udziału personelu), wywołujących wobec Państwa skutki prawne lub w podobny sposób istotnie na nie wpływających.

