



VISIT  
**OPOLSKIE**



**REGULAMIN KONKURSU**  
**NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY WOJEWÓDZTWA OPOLSKIEGO -**  
**CERTYFIKAT OROT**  
**(XXII EDYCJA OGÓLNOPOLSKA, XVI EDYCJA REGIONALNA – 2025 R.)**

**§ 1**

**INFORMACJE OGÓLNE**

1. Organizatorem Konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Opolskiego – Certyfikat OROT 2025 r.”, zwanym dalej „Konkursem”, jest Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną (zwaną dalej POT).
2. Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna (zwana dalej OROT) pełni rolę strategicznego partnera Konkursu dla POT. Konkurs jest etapem regionalnym ogólnopolskiego konkursu na „Najlepszy produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej” (Edycja XXII).
3. Patronem Konkursu są wybrane media regionalne i lokalne. Media promują ideę konkursu, pretendentów do certyfikatu i laureatów, a poprzez to Województwo Opolskie, jako destynację turystyczną.
4. OROT dba o właściwą organizację i wysoki poziom merytoryczny Konkursu.

**§ 2**

**IDEA KONKURSU**

1. Konkurs ma na celu wyłonienie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych w województwie opolskim oraz ich popularyzację, a także wspieranie inicjatyw, których efektem jest tworzenie produktów turystycznych. Wyróżnionym produktom turystycznym zostaną przyznane w danym roku Certyfikaty OROT.
2. Certyfikowane przez OROT Produkty Turystyczne mogą być nominowane do ogólnopolskiego Konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny - Certyfikaty Polskiej Organizacji Turystycznej” (Edycja XXII) w kategoriach:
  - a) Certyfikat POT
  - b) Złoty Certyfikat POT
  - c) Certyfikat Internautów
  - d) Turystyczne Odkrycie Roku.
3. Certyfikat OROT przyznawany jest bezterminowo.



VISIT  
OPOLSKIE



### §3

#### KRYTERIUM OCENY

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia zgodnie z definicją<sup>1</sup> 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.
2. Po sprawdzeniu zgodności zgłoszenia z definicją produktu turystycznego wyrażoną w powyższych kategoriach Kapituła przeprowadza ocenę merytoryczną zgłoszeń, wyrażoną w punktach 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><b>Produkt turystyczny - kategoria „szlak”</b></p> <p><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>                    |       |

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



VISIT  
OPOLSKIE



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <p><b>Produkt turystyczny - kategoria „miejsce”</b> (region, powiat, miejscowość) jest szczególnym, zdeteterminowanym 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 przychyłność mieszkańców, a nawet wizerunek obszaru czy ogół zdarzeń, które dopiero zająd podczas pobytu turysty.</p> |      |
| <p><b>Produkt turystyczny kategoria „ impreza”</b> – 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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 0-5  |
| <p><b>Produkt turystyczny - kategoria „wydarzenie cykliczne”</b> 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 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><b>Produkt turystyczny - kategoria „obiekt”</b> 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. certyfikatów, ulotek, broszur i innych w postaci PDF. Prosimy o przesłanie materiałów, do których posiadacie Państwo prawa autorskie. Niedozwolone są materiały wygenerowane przez AI.</p>                                                                                                                                                                                                                                | 0-10 |
| <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 |



VISIT  
OPOLSKIE



OPOLSKA  
REGIONALNA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <p><b>Opis atrakcyjności produktu turystycznego z punktu widzenia turystów</b> (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).</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>Zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko</b></p> <p>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.</p>                                                                                           | 0-10 |
| <p><b>Wspieranie lokalnej kultury i tradycji</b></p> <p>Czy podmiot podejmuje działania na rzecz ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego, np. poprzez: wykorzystanie elementów kultury w dizajnie; promowanie lokalnych zwyczajów i tradycji; 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?</p> | 0-10 |
| <p><b>Działania na rzecz społeczności lokalnej</b></p> <p>Czy podejmowane są działania na rzecz wspierania społeczności lokalnej, np. poprzez: tworzenie dobrych warunków zatrudnienia; lokalne zatrudnienie; zakup produktów lokalnych; wspieranie</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 0-10 |



VISIT  
OPOLSKIE



Najlepszy Produkt Turystyczny  
Certyfikat OROT



OPOLSKA  
REGIONALNA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <p>lokalnych przedsiębiorców; wspieranie lokalnych inicjatyw lub organizacji pozarządowych; kampanie promujące mniej popularne trasy/ atrakcje i podróżowanie poza sezonem; zachęcanie odwiedzających do wspierania lokalnej społeczności.</p> <p>Czy i w jaki sposób wspiera się lub angażuje społeczność lokalną/mieszkańców do rozwoju i promocji produktu turystycznego?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |      |
| <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>Udogodnienia dla osób <b>niestyszających</b> (pętle indukcyjne, współpraca z przewodnikami turystycznymi, którzy posługują się językiem migowym).</p> <p>Udogodnienia dla osób <b>niewidzących</b> (audio przewodnik po zabytkach z wykorzystaniem audiodeskrypcji i prowadnice w podłodze, wydawnictwa w alfabecie Braille'a lub w druku powiększonym, możliwość zwiedzania z psem przewodnikiem).</p> | 0-10 |
| <p><b>SUMA</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 100  |
| <p><b>Dodatkowe kryteria dla kandydata do Złotego Certyfikatu</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |      |
| <p><b>Rozwój produktu od czasu otrzymania Certyfikatu POT. 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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 0-30 |
| <p><b>Certyfikat rozwoju zrównoważonego</b></p> <p>Czy podmiot posiada jeden z międzynarodowo uznawanych certyfikatów ekologicznych lub rozwoju zrównoważonego, np. EU Ecolabel, ISO 140001, Green Globe, Green Key, Travelife, Good Travel Seal, Green Sign, Biosphere, Earth Check, Green Destinations, TourCert.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 0-15 |



VISIT  
OPOLSKIE



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <p>Należy załączyć link do strony z info o certyfikacie lub załączyć certyfikat w formularzu w pliku PDF.</p> <p><b>3 pkt za każdy certyfikat max. liczba punktów do zdobycia 15</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                |
| <p><b>Opublikowana polityka rozwoju zrównoważonego</b></p> <p>Czy podmiot posiada na swojej stronie opublikowaną politykę rozwoju zrównoważonego, 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?</p> <p>Należy załączyć link do strony z polityką lub załączyć politykę w pliku PDF.</p> <p><b>0 – brak dokumentu</b></p> <p><b>5 – podmiot posiada politykę rozwoju zrównoważonego</b></p> | <p>0 lub 5</p> |
| <p><b>ŁĄCZNA PUNKTACJA</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>150</p>     |

#### §4

### KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do konkursu produkty turystyczne ocenia Kapituła.
2. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Kapituły, dokonują pracownicy biura OROT, którzy podejmują również decyzję o liczbie członków Kapituły.
3. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w ocenie zgłoszonych produktów turystycznych zaproszeni zostaną do wzięcia udziału w pracach Kapituły, eksperci w zakresie turystyki, budowy i promocji produktów turystycznych, audytu turystycznego, inwestycji turystycznych, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawiciele środowisk akademickich oraz przedstawiciele mediów publicznych.
4. Kapituła zapozna się z kandydaturami konkursowymi i przeprowadzi proces selekcji zgłoszeń.
5. W drodze oceny Komisja wyróżni najlepsze produkty turystyczne i przyzna Certyfikaty na „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Opolskiego – Certyfikat OROT 2025 r.”
6. Kapituła określa liczbę certyfikatów w danym roku.
7. Kapituła ma prawo przyznać nie tylko certyfikaty, ale też wyróżnienia wraz z uzasadnieniem ich nadania.
8. W przypadku stwierdzenia przez członków Kapituły niskiego poziomu zgłaszanego produktu turystycznego lub nienależycie przygotowanych materiałów zgłoszeniowych, Kapituła przysługuje prawo wydania oceny negatywnej i odstąpienia od dalszej oceny kandydata, co oznacza wyeliminowanie zgłoszenia z konkursu.
9. W przypadku równej liczby punktów o rozstrzygnięciu decyduje Przewodniczący Kapituły.



VISIT  
OPOLSKIE



10. Na wniosek Przewodniczącego Kapituły może być dokonana wizytacja produktów turystycznych w celu dokonania dodatkowej oceny.
11. Kapituła przygotowuje specjalny protokół z wynikami, który jest rozstrzygnięciem Konkursu.
12. Wyniki zostaną umieszczone na stronie internetowej [www.orot.pl](http://www.orot.pl).

## §5

### WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Prawo zgłaszania kandydata do konkursu przysługuje: samorządom terytorialnym i gospodarczym, lokalnym organizacjom turystycznym, instytucjom i twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom i fundacjom turystycznym, przedsiębiorcom prywatnym, a także organizatorom turystyki.
2. Zgłoszenia kandydatur odbywają się poprzez aplikację online na stronie <https://konkurs.pot.gov.pl> w terminie od **10 lipca 2025 r.** do **25 lipca 2025 r.**
3. Wypełniony formularz zgłoszeniowy należy przesłać drogą internetową za pomocą aplikacji wraz z wszelkimi załącznikami (materiałami promocyjnymi) zgodnie z poniższymi wymaganiami: każda zgłoszona kandydatura powinna zawierać zdjęcia oraz inne materiały multimedialne poświadczające atrakcyjność produktu turystycznego i potwierdzające spełnienie wymaganych kryteriów. Formularz aplikacyjny należy wypełnić starannie, podając jak najwięcej informacji opisujących produkt turystyczny.
4. Rozpatrywane będą kandydatury, które zostaną zgłoszone do aplikacji online <https://konkurs.pot.gov.pl> o określonym terminie do 25 lipca 2025 r.
5. Prawo do zgłoszenia produktu turystycznego do ogólnopolskiego konkursu Polskiej Organizacji Turystycznej posiada OROT, korzystając z przywileju organizatora.
6. O miejscu i dacie ogłoszenia wyników zainteresowane podmioty zostaną poinformowane drogą mailową i pocztową.
7. Dodatkowych informacji udzieli Koordynatorka konkursu Magdalena Zmarzły (tel. 77 44 12 521, [m.zmarzly@orot.pl](mailto:m.zmarzly@orot.pl)).

## §6

### CERTYFIKATY

1. Wyróżnione produkty turystyczne zostaną nagrodzone Certyfikatem na „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Opolskiego – Certyfikat OROT 2025”.
2. Kapituła, spośród nagrodzonych Certyfikatem OROT produktów turystycznych wybiera, maksymalnie 3, które będą reprezentować Województwo Opolskie i zostaną zgłoszone przez OROT do ogólnopolskiego Konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT” oraz może wskazać 1 (zgodnie z regulaminem POT) do konkursu „Złoty Certyfikat POT”. Spośród tych 3 produktów turystycznych OROT może zgłosić 1 produkt turystyczny do Certyfikatu Internautów.
3. Poza tymi produktami turystycznymi wymienionymi w § 6 punkt 2, OROT w 2025 roku może zgłosić dodatkowo 1 produkt do kategorii Turystyczne Odkrycie Roku.



VISIT  
OPOLSKIE



- a) Turystyczne Odkrycie Roku, w liczbie 1, może zostać przyznane przez Kapitułę Konkursu produktowi turystycznemu, który posiada niezwykły potencjał, jest mało znany i istnieje na rynku nie dłużej niż dwa lata (licząc od daty udostępnienia produktu dla turystów). Twórcy takiego produktu turystycznego powinni wykazać się oryginalnością i kreatywnością.
4. Produkty wyróżnione Certyfikatem OROT zostaną objęte następującymi działaniami promocyjnymi prowadzonymi przez OROT:
  - a) posługiwanie się nieodpłatnie logo Certyfikatu i logo OROT w materiałach promocyjnych produktu turystycznego,
  - b) umieszczenie informacji na stronach internetowych OROT,
  - c) promocja mailowa wśród odbiorców poczty internetowej,
  - d) wyróżnienie/reklama w wydawnictwach OROT,
  - e) rekomendacja przez OROT wśród przedsiębiorstw prowadzących turystykę przyjazdową,
  - f) promocja w mediach oraz w mediach społecznościowych.

## §7

### POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Przystąpienie do konkursu oznacza wyrażenie zgody na treść niniejszego regulaminu oraz na przetwarzanie danych osobowych Uczestników przez Organizatora w celu przeprowadzenia i rozstrzygnięcia Konkursu oraz identyfikacji Uczestników i Laureatów konkursu, przyznania Certyfikatów i wyróżnień oraz publicznego podania imion i nazwisk osób nagrodzonych, zgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych.
2. Przesłane na Konkurs materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez OROT i nie będą zwracane.
3. Uczestnik zgadza się na posługiwanie się przez Organizatora jego imieniem i nazwiskiem – nazwą obiektu w celach informacji o konkursie i działalności Organizatora. Ponadto Uczestnik zrzeka się jakiegokolwiek wynagrodzenia za korzystanie przez Organizatora ze zdjęć, materiałów promocyjnych nadesłanych na konkurs, w tym w szczególności wynagrodzenia za rozpowszechnianie zdjęć na stronie internetowej oraz innych przypadków publicznego udostępniania zdjęć i materiałów promocyjnych.
4. Uczestnik konkursu poprzez dokonanie zgłoszenia produktu turystycznego oświadcza, że przysługują mu do niego autorskie prawa osobiste i nieograniczone prawa majątkowe.
5. W przypadku wystąpienia wobec Organizatora przez osoby trzecie z roszczeniami z tytułu naruszenia praw autorskich lub dóbr osobistych osób trzecich związanych z wykorzystywaniem zdjęć, materiałów promocyjnych (ulotek, broszur i innych) zawartych w dokumentacji zgłoszenia Uczestnik pokryje koszty odszkodowania związane z roszczeniami takich osób.
6. Udział w konkursie jest bezpłatny i dobrowolny. Organizator nie pokrywa żadnych kosztów związanych z uczestnictwem w konkursie.
7. Organizator – w razie wystąpienia przeszkód z przyczyn od niego niezależnych – zastrzega sobie prawo do zmiany postanowień Regulaminu. Równocześnie organizator zobowiązuje się do powiadomienia Uczestników o wszystkich dokonanych zmianach z odpowiednim



VISIT  
OPOLSKIE



wyprzedzeniem poprzez ogłoszenie na stronie internetowej Organizatora lub w jakikolwiek inny odpowiedni sposób.

8. Kwestie sporne, dotyczące niniejszego regulaminu oraz przebieg Konkursu będą rozstrzygnięte przez Kapitułę Konkursową po wcześniejszym pisemnym zgłoszeniu zastrzeżeń bądź uwag.

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

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) Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, ul. S. Żeromskiego 3, 45-053 Opole, informuje, że:

1. Administratorem danych osobowych jest Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna (OROT), ul. S. Żeromskiego 3, 45-053 Opole.
2. W sprawie przetwarzania danych osobowych można kontaktować się pod adresem e-mail: [info@orot.pl](mailto:info@orot.pl).
3. Dane osobowe będą przetwarzane w celu realizowania zadań OROT związanych z przeprowadzeniem regionalnego etapu konkursu na „**Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Opolskiego – Certyfikat OROT 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 OROT lub Województwa Opolskiego – 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 konkursu będą przechowywane przez OROT 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:



VISIT  
OPOLSKIE



Najlepszy Produkt Turystyczny  
Certyfikat OROT



OPOLSKA  
REGIONALNA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

- a) pracownicy i współpracownicy OROT upoważnieni do przetwarzania danych osobowych,
  - b) podmioty, którym OROT powierzył przetwarzanie danych osobowych,
  - c) podmioty prowadzące działalność pocztową lub kurierską,
  - d) podmioty i kancelarie prawne wspomagające działalność statutową OROT.
11. W związku z przetwarzaniem przez OROT danych osobowych przysługuje Państwu:
- a) prawo dostępu do Państwa danych osobowych (art. 15 RODO),
  - b) prawo do sprostowania Państwa danych osobowych (art. 16 RODO),
  - c) prawo do żądania usunięcia danych w przypadkach określonych w art. 17 ust. 1, z uwzględnieniem wyjątków określonych w przepisie art. 17 ust. 3 RODO,
  - d) prawo do żądania ograniczenia przetwarzania danych w przypadkach określonych w art. 18 RODO;
  - e) prawo do sprzeciwu wobec danych przetwarzanych na podstawie prawnie uzasadnionego interesu z zachowaniem odpowiednich terminów przetwarzania danych (art. 21 RODO),
  - f) prawo do przenoszenia danych w przypadkach określonych w przepisach art. 20 RODO,
  - g) 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),
  - h) 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.
  - i) 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.