

**REGULAMIN KONKURSU
NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY
WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO 2026 R.**

§ 1

INFORMACJE OGÓLNE

1. Głównym organizatorem **„Konkursu na Najlepsy Produkt Turystyczny – CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej”**, zwanym dalej „Konkuresem ogólnopolskim” jest Polska Organizacja Turystyczna (zwana dalej „POT”). Konkurs ogólnopolski organizowany jest przez Polską Organizację Turystyczną we współpracy z regionalnymi organizacjami turystycznymi.
2. Konkurs składa się z dwóch etapów – regionalnego i ogólnopolskiego.
3. Organizatorem etapu regionalnego na terenie województwa mazowieckiego, prowadzonego pod nazwą **„Konkursu na Najlepsy Produkt Turystyczny Województwa Mazowieckiego – Certyfikat MROT”**, zwanego dalej „Konkuresem”, jest Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna zwana dalej „Organizatorem” lub „MROT”.
4. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje MROT, lokalnym organizacjom turystycznym, jednostkom samorządu terytorialnego, twórcom produktów turystycznych, instytucjom kultury, organizacjom zrzeszającym przedsiębiorców z branży turystycznej, w tym organizacjom 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, jako partnerów Konkursu, jest promowanie idei Konkursu, zgłoszonych produktów turystycznych oraz laureatów, przez co następuje popularyzacja Konkursu oraz województwa mazowieckiego jako destynacji turystycznej.
6. MROT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współpracy przy realizacji Konkursu innych partnerów niż wymienieni w Regulaminie, celem zapewnienia wysokiego poziomu merytorycznego i promocyjnego 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 2026. W kolejnym roku kalendarzowym, tj. w roku 2027, zostanie przeprowadzona kampania promocyjna laureatów Konkursu.
3. W Konkursie przyznawane są następujące wyróżnienia:
 - 1) Certyfikat MROT;
 - 2) Super Certyfikat MROT.
4. Certyfikat MROT i Super Certyfikat MROT przyznawane są przez Kapitułę Konkursu, o której mowa w § 5 Regulaminu.
5. Certyfikaty MROT przyznawane są produktom turystycznym w maksymalnej liczbie 6.
6. Super Certyfikat MROT, w liczbie 1, może zostać przyznany produktowi turystycznemu zgłoszonemu do Super Certyfikatu MROT, który został wyróżniony Certyfikatem MROT w roku 2023 lub wcześniejszym oraz po otrzymaniu Certyfikatu MROT rozszerzył swoją ofertę o nowe usługi lub w sposób znaczący rozwinął zakres swojej działalności.
7. Otrzymanie Super Certyfikatu MROT łączy się z przyznaniem nagrody głównej dla laureata Super Certyfikatu MROT, o której mowa w § 8 Regulaminu.

§ 3

ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące **produktów turystycznych**, rozumianych zgodnie z definicją¹ przyjętą w Regulaminie, w ramach następujących kategorii określonych przez Organizatora na potrzeby Konkursu:
 - 1) Produkt turystyczny – **Wydarzenie cykliczne** – charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni;
 - 2) Produkt turystyczny – **Pakiet usług turystycznych** – impreza turystyczna – składa się z kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy) oferowanych przez organizatorów turystyki;
 - 3) Produkt turystyczny – **Obiekt** – charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym

¹ Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk, *Produkt turystyczny – Pomysł – Organizacja – Zarządzanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010.

miejscu (obiekcie), mających z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy;

- 4) Produkt turystyczny – **Szlak/ sieć** – 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>Opis produktu</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/sieć”</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, zdeteminowanym 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 zajdą podczas pobytu turysty.</i></p> <p><i>Produkt turystyczny – kategoria „pakiet usług turystycznych/impreza turystyczna” – to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez organizatora turystyki najczęściej w postaci pakietu turystycznego. Przykładami tego typu produktów mogą być: wycieczki, pobyt, rajdy itp.</i></p> <p><i>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</i></p>	<p>0-10</p>

<p>turystycznego impreza lub produktu turystycznego miejsce. Jako przykład można wymienić: Festiwal Kultury Żydowskiej Warszawa Singera, Miodobranie Kurpiowskie Polana w Zawodziu koło Myszynca.</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>Ocena materiałów promocyjnych załączonych do niniejszej aplikacji (jakość filmów, zdjęć i innych materiałów)</p> <p>Ocenię podlegają wyłącznie zdjęcia, a nie wizualizacje graficzne danego miejsca (prosimy o przesyłanie wyłącznie zdjęć wiarygodnych). Mile widziane jest załączenie materiałów promocyjnych, takich jak ulotki, broszury, foldery lub inne materiały w postaci PDF. Certyfikaty potwierdzające spełnienie dodatkowych kryteriów należy załączyć w części dotyczącej danego kryterium. Prosimy o przesłanie materiałów, do których posiadacie Państwo prawa autorskie. Niedozwolone jest załączanie materiałów wygenerowanych przez AI, w szczególności zdjęć, filmów lub grafik przedstawianych jako rzeczywiste materiały dokumentujące produkt turystyczny. Powyższe nie wyłącza możliwości opisanie wykorzystania narzędzi AI w rozwoju, zarządzaniu lub promocji produktu, o ile ich zastosowanie nie narusza praw osób trzecich i nie wprowadza odbiorców w błąd.</p>	0-10
<p>Perspektywy dalszego rozwoju (jakie działania są planowane, by produkt nadal się rozwijał) – plan działań, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach.</p>	0-5
<p>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 głównych grup docelowych, do których jest kierowany produkt) W jakich językach jest dostępna oferta oraz w jakich formach prezentowane są informacje w poszczególnych wersjach językowych? (przewodnicy, audio przewodniki, broszury, kody QR, strona www itp.). Tu proszę wymienić również inne udogodnienia dla turysty zagranicznego.</p>	0-10
<p>Podjęte działania na rzecz komercjalizacji produktu turystycznego</p> <p>Działania związane z wprowadzeniem produktu turystycznego na rynek, m.in. pakietowanie usług i ofert, korzystanie z różnych kanałów dystrybucji, strategia marketingowa, liczba oraz nazwy touroperatorów, biur agencyjnych, portali sprzedażowych mających w swojej ofercie ten produkt, etc. Opcjonalnie można posłużyć się liczbą odwiedzających; lub danymi statystycznymi, ewentualnie finansowymi etc. z ostatnich 2 lat</p>	0-10
<p>Zastosowane innowacje w rozwoju produktu oraz wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji</p> <p>Jakie nowatorskie i innowacyjne rozwiązania zastosowano w zakresie: samej oferty (np. usług / produktów dotychczas na rynku nieznanymi, oryginalnymi), zarządzania (np. funkcjonowanie w ramach formuły partnerstwa z różnymi podmiotami), marketingu (stosowanie nowatorskich metod promocji, badań, komunikacji z rynkiem, wykorzystanie narzędzi AI w działaniach etc.).</p>	0-10
<p>Zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko</p>	

<p><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></p>	0-5
<p>Wspieranie lokalnej kultury i tradycji <i>Czy podmiot odpowiedzialny za produkt 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?</i></p>	0-10
<p>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></p>	0-10
<p>Opis podjętych działań promocyjnych <i>Opis zrealizowanych projektów promocyjnych w ostatnich dwóch latach. Przez projekt promocyjny rozumie się co najmniej 2 działania realizowane 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.</i></p>	0-10
<p>Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami Opis udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami. <i>Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami ruchowymi (dostosowanie infrastruktury, ciągi komunikacyjne podjazdy dla wózków, winda, parking, pokoje, toalety). Udogodnienia dla osób głuchych i słabosłyszących (pętle indukcyjne, dostęp do informacji tekstowej, napisy, współpraca z przewodnikami turystycznymi, którzy posługują się polskim lub innym językiem migowym). Udogodnienia dla osób niewidomych i słabowidzących (audio przewodnik po zabytkach z wykorzystaniem audiodeskrypcji, prowadnice w podłodze, wydawnictwa w alfabecie Braille'a lub w druku powiększonym, możliwość zwiedzania z psem asystującym).</i></p>	0-10
ŁĄCZNA PUNKTACJA	max 100
Dodatkowe kryteria dla kandydata do Super Certyfikatu MROT	
<p>Rozwój produktu od czasu otrzymania Certyfikatu MROT. 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</i></p>	0-40

<i>brał udział, liczba sprzedanych biletów / uczestników / ofert / uczestników, dostępność oferty u partnerów zagranicznych).</i>	
<p>Certyfikat rozwoju zrównoważonego</p> <p><i>Czy podmiot posiada jeden z międzynarodowo uznawanych certyfikatów ekologicznych lub rozwoju zrównoważonego, np. EU Ecolabel, ISO 14001, Green Globe, Green Key, Travelife, Good Travel Seal, Green Sign, Biosphere, Earth Check, Green Destinations, TourCert, GSTC lub inne.</i></p> <p><i>Należy załączyć link do strony produktu turystycznego z informacją o certyfikacie lub załączyć certyfikat w formularzu w pliku PDF.</i></p> <p>0 pkt – brak certyfikatu</p> <p>5 pkt – posiadanie co najmniej jednego aktualnego certyfikatu</p> <p>Punkty przyznaje się za posiadanie co najmniej jednego aktualnego certyfikatu na dzień złożenia zgłoszenia.</p>	0-5
<p>Opublikowana polityka rozwoju zrównoważonego</p> <p><i>Czy produkt 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?</i></p> <p><i>Należy załączyć link do strony produktu turystycznego z polityką lub załączyć politykę w pliku PDF.</i></p> <p>0 pkt – brak dokumentu</p> <p>5 pkt – podmiot posiada politykę rozwoju zrównoważonego</p> <p>Kryterium ma charakter zero-jedynkowy. Nie przyznaje się punktów pośrednich.</p>	0 lub 5
ŁĄCZNA PUNKTACJA	max 150

§ 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, niespełniających 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. Na podstawie indywidualnej oceny punktowej dokonanej według kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu, Kapituła Konkursu wyłania kandydatów do Certyfikatu

MROT, którzy uzyskali najwyższą liczbę punktów. Do dalszego etapu kwalifikuje się 10 kandydatów do Certyfikatu MROT, z zastrzeżeniem że w przypadku równej liczby punktów na ostatnim miejscu uprawniającym do udziału w dalszym etapie kwalifikują się wszystkie produkty turystyczne z tą samą liczbą punktów. Spośród kandydatów zakwalifikowanych do dalszego etapu Kapituła Konkursu, w głosowaniu jawnym, wybiera maksymalnie 6 laureatów, którym przyznaje Certyfikaty MROT.

7. Spośród produktów turystycznych zgłoszonych do Super Certyfikatu MROT Kapituła Konkursu, na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu, wyłania 3 kandydatów, którzy uzyskali najwyższą liczbę punktów. Po prezentacji kandydatów Kapituła Konkursu, w głosowaniu tajnym, wybiera jednego laureata, któremu przyznaje Super Certyfikat MROT.
8. Zarząd MROT wskazuje Sekretarza Konkursu spośród pracowników MROT, którego zadaniem jest zapewnienie obsługi Konkursu i Kapituły Konkursu.
9. Sekretarz Konkursu w szczególności udziela informacji zgłaszającym produkty turystyczne do Konkursu, weryfikuje nadsyłane zgłoszenia pod względem formalnym i przygotowuje protokół z wynikami 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 mogą zostać zaproszeni w szczególności 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. Do udziału w pracach Kapituły Konkursu mogą zostać zaproszone również inne osoby, w tym pozostające poza strukturami MROT 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 produktów turystycznych, uszeregowanych według uzyskanej liczby punktów.
- 2) Do dalszego etapu kwalifikują się produkty turystyczne, które uzyskały jedną z 10 najwyższych not punktowych w rankingu. Jeżeli tę samą notę punktową uzyska więcej niż jeden produkt turystyczny, wszystkie produkty turystyczne z tą samą notą kwalifikują się do dalszego etapu.
- 3) Produkt turystyczny oceniany jest tylko jeden raz i tylko w jednej kategorii, nawet jeśli zostanie zgłoszony przez więcej niż jeden podmiot, w szczególności w przypadku produktu obejmującego obszar więcej niż jednej gminy lub powiatu.
- 4) Certyfikat MROT przyznawany jest maksymalnie 6 kandydatom wybranym przez Kapitułę Konkursu w głosowaniu jawnym spośród kandydatów zakwalifikowanych do dalszego etapu. Każdy członek Kapituły Konkursu może oddać głos na maksymalnie 6 kandydatów. Certyfikaty MROT przyznawane są kandydatom, którzy uzyskali największą liczbę głosów. W przypadku uzyskania takiej samej liczby głosów przez więcej niż jednego kandydata na ostatnim miejscu uprawniającym do otrzymania Certyfikatu MROT Kapituła Konkursu przeprowadza dodatkowe głosowanie z udziałem tych kandydatów. W przypadku nierozstrzygnięcia dodatkowego głosowania ostateczną decyzję podejmuje Przewodniczący Kapituły Konkursu.
- 5) Wybór laureata Super Certyfikatu MROT następuje w dwóch etapach. W pierwszym etapie członkowie Kapituły Konkursu dokonują indywidualnej oceny punktowej produktów turystycznych zgłoszonych do Super Certyfikatu MROT według kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu. Do drugiego etapu kwalifikują się 3 produkty turystyczne, które uzyskały największą liczbę punktów. Po prezentacji kandydatów zakwalifikowanych do drugiego etapu Kapituła Konkursu przeprowadza głosowanie tajne.
- 6) W głosowaniu tajnym, o którym mowa w pkt 5, każdy członek Kapituły Konkursu może oddać głos tylko na 1 kandydata do Super Certyfikatu MROT. Super Certyfikat MROT przyznawany jest kandydatowi, który uzyskał największą liczbę głosów. W przypadku uzyskania największej liczby głosów przez więcej niż jednego kandydata głos decydujący przysługuje Przewodniczącemu Kapituły Konkursu.
- 7) Kapituła Konkursu może, w drodze głosowania, odstąpić od przyznania Super Certyfikatu MROT na uzasadniony wniosek członka Kapituły Konkursu.

- 8) Kapituła Konkursu może odstąpić od dalszej oceny zgłoszenia, jeżeli stwierdzi rażąco niski poziom zgłoszonego produktu turystycznego lub taki poziom materiałów zgłoszeniowych, który uniemożliwia przeprowadzenie rzetelnej oceny merytorycznej.
- 9) Decyzje Kapituły Konkursu podejmowane są w drodze głosowania i są ostateczne.

§ 6

WARUNKI ZGŁOSZENIA ORAZ ZGŁOSZENIA DO ETAPU OGÓLNOPOLSKIEGO

1. Zgłoszenia do Konkursu dokonuje się za pomocą formularza zgłoszeniowego dostępnego w aplikacji internetowej POT.
2. Wypełniony formularz zgłoszeniowy należy przesłać drogą elektroniczną za pomocą aplikacji wraz z wymaganymi załącznikami, w szczególności materiałami promocyjnymi, zgodnie z poniższymi wymaganiami:
 - 1) formularz zgłoszeniowy należy wypełnić starannie, podając możliwie pełne informacje opisujące 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 skutecznie umieszczone w aplikacji, o której mowa w ust. 1, w terminie przyjmowania zgłoszeń, o którym mowa w § 7 ust. 2 Regulaminu.
3. Spośród produktów turystycznych wyróżnionych Certyfikatem MROT Kapituła Konkursu może wybrać maksymalnie 3 produkty turystyczne, które zostaną zgłoszone do etapu ogólnopolskiego jako kandydaci do Certyfikatu POT, w tym 1 produkt turystyczny jako kandydat do Certyfikatu Internautów.
4. Kapituła Konkursu może zgłosić do POT także 1 produkt turystyczny jako kandydata do tytułu „Turystyczne Odkrycie Roku” oraz 1 produkt turystyczny jako kandydata do „Złotego Certyfikatu POT”, o ile produkty te spełniają kryteria określone w regulaminie Konkursu ogólnopolskiego.
5. Łączna liczba produktów turystycznych zgłoszonych przez MROT do etapu ogólnopolskiego nie może przekroczyć 5, tj. maksymalnie 3 kandydatów do Certyfikatu POT, w tym 1 kandydata do Certyfikatu Internautów, oraz 1 kandydata do „Turystycznego Odkrycia Roku” i 1 kandydata do „Złotego Certyfikatu POT”.

§ 7

TERMINY

1. Konkurs rozpoczyna się w dniu 25 czerwca 2026 r.
2. Zgłoszenia do Konkursu przyjmowane są do dnia 25 sierpnia 2026 r.
3. Ceremonia wręczenia Certyfikatów odbędzie się do dnia 30 września 2026 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.

§ 8

NAGRODY

1. Nagrodę główną w Konkursie dla produktu turystycznego wyróżnionego Super Certyfikatem MROT stanowi realizacja przez MROT ogólnopolskiej kampanii promocyjnej w roku 2027. Harmonogram działań przygotowawczych do kampanii zostanie opracowany przez MROT w terminie 1 miesiąca od dnia ogłoszenia laureata Super Certyfikatu MROT. Zasady, termin i sposób realizacji kampanii promocyjnej oraz jej zakres określi MROT, w konsultacji z podmiotem odpowiedzialnym za nagrodzony produkt turystyczny. 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 MROT, na zasadach określonych przez MROT, do końca następnego roku kalendarzowego. MROT może zdecydować o wydłużeniu tego terminu.
3. Podmioty odpowiedzialne za produkty turystyczne, którym przyznane zostały Certyfikaty MROT, oraz podmiot odpowiedzialny za produkt turystyczny wyróżniony Super Certyfikatem MROT, otrzymają zgodę na posługiwanie się logo Certyfikatu MROT 2026 w materiałach promocyjnych tych produktów, 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 ponoszą pełną odpowiedzialność za treść zgłoszenia oraz za zgodność zgłoszenia z obowiązującymi przepisami prawa, w tym za posiadanie praw do materiałów przekazanych w ramach zgłoszenia.
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 rozstrzygnięcia Konkursu. Informacja o tym zostanie podana na stronie internetowej 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 2025 r., poz. 595).
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 2025 r., poz. 24, 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, niewydania przyznanej nagrody lub utraty prawa do przyznanej nagrody.
11. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia uczestnika z Konkursu lub nie przyznania nagrody, niewydania 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 spełniał warunków Regulaminu lub będzie obciążony wadami prawnymi.
13. W przypadku wątpliwości dotyczących stosowania niniejszego Regulaminu, Organizator dokonuje jego interpretacji, z uwzględnieniem celu Konkursu, zasad równego traktowania uczestników oraz przejrzystości procedury konkursowej.
14. Organizator może wykluczyć produkt z Konkursu w przypadku otrzymania uzasadnionego zgłoszenia o nieetycznych albo bezprawnych działaniach właścicieli i zarządców produktów turystycznych.
15. W przypadku odnotowania nieetycznych albo bezprawnych działań podmiotów odpowiedzialnych za produkty turystyczne nagrodzone w latach poprzednich lub wydania wobec tych podmiotów prawomocnych orzeczeń dotyczących takich działań,

- produkty te mogą zostać wyłączone z możliwości ubiegania się o ponowną certyfikację w ramach Konkursu lub nominację do etapu ogólnopolskiego Konkursu.
16. Dokonanie zgłoszenia produktu turystycznego do Konkursu jest równoznaczne z oświadczeniem uczestnika, że przysługują mu prawa do materiałów przekazanych w ramach zgłoszenia, w zakresie umożliwiającym ich wykorzystanie przez MROT zgodnie z Regulaminem, oraz że korzystanie z tych materiałów przez MROT nie będzie naruszać praw osób trzecich.
 17. Dokonanie zgłoszenia produktu turystycznego do Konkursu jest równoznaczne z udzieleniem MROT niewyłącznej, nieodpłatnej, nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie z utworów przekazanych w ramach zgłoszenia, w szczególności zdjęć, filmów, opisów, grafik, prezentacji oraz innych materiałów promocyjnych, w celach związanych z organizacją, przeprowadzeniem, promocją i dokumentacją Konkursu, promocją produktów turystycznych oraz realizacją działalności statutowej MROT.
 18. Licencja, o której mowa w ust. 17, obejmuje następujące pola eksploatacji:
 - 1) utrwalanie i zwielokrotnianie utworów dowolną techniką, w tym techniką drukarską, reprograficzną, cyfrową, fotograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką audiowizualną;
 - 2) wprowadzanie utworów do pamięci komputera, systemów informatycznych, sieci wewnętrznych oraz sieci Internet;
 - 3) publiczne udostępnianie utworów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, w szczególności w Internecie, mediach społecznościowych, serwisach internetowych oraz aplikacjach mobilnych;
 - 4) publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie, nadawanie i reemitowanie;
 - 5) wykorzystywanie utworów lub ich fragmentów w materiałach promocyjnych, informacyjnych, edukacyjnych, sprawozdawczych i dokumentacyjnych MROT;
 - 6) wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem egzemplarzy utworów, jeżeli utwory zostały utrwalone na egzemplarzach;
 - 7) dokonywanie opracowań utworów w zakresie niezbędnym do ich technicznego dostosowania do formatów, nośników, kanałów komunikacji lub materiałów promocyjnych MROT, w szczególności poprzez kadrowanie, zmianę formatu, kompresję, montaż, skracanie, łączenie z innymi materiałami, dodanie oznaczeń graficznych lub opisów.
 19. Uczestnik wyraża zgodę na wykonywanie przez MROT praw zależnych do opracowań utworów, o których mowa w ust. 18 pkt 7, oraz upoważnia MROT do udzielania dalszych zgód w tym zakresie.

20. MROT jest uprawniona do udzielania sublicencji oraz do upoważniania osób trzecich do korzystania z utworów w zakresie niezbędnym do realizacji celów, o których mowa w ust. 17, w szczególności POT, partnerów Konkursu, wykonawców działań promocyjnych oraz podmiotów obsługujących Konkurs.

§ 10

INFORMACJE ORGANIZACYJNE

1. Zadania MROT w zakresie organizacji Konkursu obejmują w szczególności:
 - 1) koordynację przeprowadzenia Konkursu,
 - 2) relacjonowanie przebiegu Konkursu na stronach 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 laureatów Certyfikatu MROT oraz Super Certyfikatu MROT.
2. Regulamin Konkursu dostępny będzie na stronach internetowych MROT i POT: www.mrot.pl oraz 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.

§ 11

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

1. Administratorem danych osobowych przetwarzanych w związku z organizacją i przeprowadzeniem Konkursu jest Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Warszawie, ul. Nowy Świat 27/2, 00-029 Warszawa.
2. Kontakt z Administratorem możliwy jest za pośrednictwem poczty elektronicznej pod adresem: biuro@mrot.pl lub pisemnie na adres siedziby Administratora.
3. Dane osobowe będą przetwarzane w następujących celach:
 - 1) przyjęcia i rejestracji zgłoszenia do Konkursu;
 - 2) weryfikacji zgłoszenia oraz oceny zgłoszonego produktu turystycznego;
 - 3) kontaktu organizacyjnego z uczestnikami Konkursu;
 - 4) przeprowadzenia Konkursu, w tym prac Kapituły Konkursu;
 - 5) ogłoszenia wyników Konkursu;
 - 6) wydania wyróżnień i realizacji nagród;
 - 7) promocji Konkursu, jego laureatów oraz wyróżnionych produktów turystycznych;
 - 8) dokumentacji, sprawozdawczości i archiwizacji działań związanych z Konkursem;

- 9) ustalenia, dochodzenia lub obrony roszczeń.
4. Dane osobowe będą przetwarzane:
- 1) na podstawie art. 6 ust. 1 lit. b RODO — w zakresie niezbędnym do przyjęcia zgłoszenia, przeprowadzenia Konkursu oraz realizacji postanowień Regulaminu wobec uczestnika Konkursu;
 - 2) na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO — w zakresie, w jakim przetwarzanie jest niezbędne do wykonania obowiązków prawnych ciążących na Administratorze;
 - 3) na podstawie art. 6 ust. 1 lit. f RODO — w zakresie wynikającym z prawnie uzasadnionego interesu Administratora, polegającego na organizacji Konkursu, prowadzeniu komunikacji, dokumentowaniu jego przebiegu, promocji działalności statutowej MROT, zapewnieniu ochrony prawnej Administratora oraz dochodzeniu lub obronie roszczeń;
 - 4) na podstawie art. 6 ust. 1 lit. a RODO — w zakresie, w jakim osoba, której dane dotyczą, wyraziła zgodę na przetwarzanie danych osobowych, w szczególności na rozpowszechnianie wizerunku, jeżeli taka zgoda jest wymagana.
5. Dane osobowe mogą obejmować w szczególności: imię i nazwisko, adres e-mail, numer telefonu, nazwę reprezentowanego podmiotu, funkcję lub stanowisko, dane korespondencyjne, dane zawarte w formularzu zgłoszeniowym, dane zawarte w przekazanych materiałach, a także wizerunek, jeżeli został utrwalony lub przekazany w związku z Konkursem.
6. Dane osobowe mogą dotyczyć w szczególności osób zgłaszających produkt turystyczny do Konkursu, osób reprezentujących uczestników Konkursu, osób wskazanych w zgłoszeniu lub materiałach promocyjnych, osób odpowiedzialnych za zgłoszony produkt turystyczny, laureatów, osób reprezentujących laureatów oraz członków Kapituły Konkursu.
7. Odbiorcami danych osobowych mogą być podmioty upoważnione do ich otrzymania na podstawie przepisów prawa, POT, partnerzy Konkursu, członkowie Kapituły Konkursu, podmioty świadczące na rzecz Administratora usługi informatyczne, hostingowe, prawne, księgowość, promocyjne, marketingowe, organizacyjne, fotograficzne, filmowe, archiwizacyjne lub inne usługi związane z organizacją i promocją Konkursu, przy czym dane będą udostępniane wyłącznie w zakresie niezbędnym do realizacji celów przetwarzania.
8. Dane osobowe będą przechowywane przez okres niezbędny do przeprowadzenia Konkursu, ogłoszenia jego wyników, realizacji nagród, prowadzenia działań promocyjnych, dokumentacyjnych i sprawozdawczych, a następnie przez okres wymagany przepisami prawa lub okres przedawnienia ewentualnych roszczeń. Dane przetwarzane na podstawie zgody będą przetwarzane do czasu jej cofnięcia, chyba że istnieje inna podstawa prawna dalszego przetwarzania.

9. Osobie, której dane dotyczą, przysługuje prawo dostępu do danych, sprostowania danych, usunięcia danych, ograniczenia przetwarzania, przenoszenia danych, wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych przetwarzanych na podstawie art. 6 ust. 1 lit. f RODO oraz cofnięcia zgody w dowolnym momencie, jeżeli dane są przetwarzane na podstawie zgody. Cofnięcie zgody nie wpływa na zgodność z prawem przetwarzania dokonanego przed jej cofnięciem.
10. Osobie, której dane dotyczą, przysługuje prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, jeżeli uzna, że przetwarzanie jej danych osobowych narusza przepisy RODO.
11. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednak niezbędne do dokonania zgłoszenia, udziału w Konkursie, kontaktu organizacyjnego oraz realizacji nagród. Niepodanie danych może uniemożliwić udział w Konkursie lub realizację nagrody.
12. Dane osobowe co do zasady nie będą przekazywane do państw trzecich ani organizacji międzynarodowych. Jeżeli jednak dane, w szczególności wizerunek lub dane identyfikacyjne osób reprezentujących laureatów, zostaną opublikowane w Internecie lub mediach społecznościowych, mogą być dostępne dla odbiorców spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego, zgodnie z zasadami działania tych usług i platform.
13. Dane osobowe nie będą przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w tym nie będą podlegały profilowaniu.