

**REGULAMIN KONKURSU**

**NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY  
- CERTYFIKAT  
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ**

**(XXII EDYCJA - 2025 R.)**

## REGULAMIN KONKURSU

na

### Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej

(XXII edycja)

#### SPIS TREŚCI:

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

#### § 1

##### INFORMACJE OGÓLNE

1. Głównym organizatorem Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej zwanym dalej „Konkuresem” jest Polska Organizacja Turystyczna („Organizator”, „POT”) we współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi, dalej jako: „ROT-y”.
2. ROT-y pełnią rolę strategicznych partnerów Konkursu, w ścisłej współpracy z POT. POT i ROT-y dbają o właściwą organizację i wysoki poziom merytoryczny Konkursu.
3. Konkurs składa się z dwóch etapów – regionalnego i ogólnopolskiego.
4. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje Polskiej Organizacji Turystycznej, regionalnym i lokalnym organizacjom turystycznym, jednostkom samorządu terytorialnego, twórcom produktów turystycznych, podmiotom z branży turystycznej (m. in. przedsiębiorcom turystycznym), organizacjom zrzeszającym przedsiębiorców z dziedziny turystyki, w tym samorządu gospodarczego i zawodowego oraz stowarzyszeniom działającym w tej dziedzinie.
5. Partnerami Konkursu mogą być media ogólnopolskie, regionalne i lokalne oraz przedsiębiorstwa turystyczne posiadające ofertę przyjazdową do Polski. Media promują ideę Konkursu, pretendentów do Certyfikatu POT oraz laureatów, przez co popularyzują Polskę jako destynację turystyczną.
6. POT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współorganizacji innych niż wymienieni w Regulaminie partnerów, celem zapewnienia najwyższego poziomu merytorycznego Konkursu.
7. Partnerzy zobowiązują się do jak najszerzej 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 Polsce oraz ich promocję, a także wspieranie inicjatyw regionalnych i lokalnych, których efektem jest tworzenie nowych, polskich produktów turystycznych.
2. Wyłonionym w Konkursie produktem turystycznym zostaną przyznane nagrody w roku 2025. W kolejnym roku kalendarzowym tj. roku 2026 będzie miała miejsce kampania promocyjna laureatów.

Certyfikaty POT przyznawane są w 4 kategoriach:

- 1) **Certyfikat POT,**
- 2) **Złoty Certyfikat POT,**
- 3) **Certyfikat Internautów,**
- 4) **Turystyczne Odkrycie Roku.**

3. Certyfikat POT, Złoty Certyfikat POT oraz Turystyczne Odkrycie Roku przyznawane są przez Kapitułę Konkursu, o której mowa w § 5 Regulaminu.
4. Certyfikaty POT przyznawane są przez Kapitułę produktom turystycznym istniejącym na rynku, nie krócej niż dwa lata, w maksymalnej liczbie 10 w danej edycji Konkursu.
5. Złoty Certyfikat POT, w liczbie 1, zostanie wybrany przez Kapitułę spośród wszystkich produktów turystycznych wyróżnionych w poprzednich edycjach Konkursu Certyfikatem POT i zgłoszonych przez ROT jako kandydat do Złotego Certyfikatu POT. Ponadto:
  - 1) Złoty Certyfikat POT będzie mógł uzyskać tylko ten produkt turystyczny, który otrzymał w latach ubiegłych Certyfikat POT i następnie rozszerzył swoją ofertę o nowe usługi oraz w sposób znaczący rozwinął zakres swojej działalności.
  - 2) Złoty Certyfikat POT może być przyznany produktowi nie wcześniej niż po upływie 3 lat od daty otrzymania Certyfikatu POT. Upływ 3 lat liczony jest od momentu otrzymania Certyfikatu POT (miesiąc oraz rok),
  - 3) Otrzymanie Złotego Certyfikatu POT łączy się z przyznaniem nagrody głównej, o której mowa w § 8 Regulaminu.
6. Certyfikat Internautów, w liczbie 1, zostanie wyłoniony w drodze głosowania internetowego przeprowadzonego na portalu [www.polska.travel](http://www.polska.travel).
7. Turystyczne Odkrycie Roku, w liczbie 1, może zostać przyznane przez Kapitułę Konkursu produktowi turystycznemu, który posiada niezwykle 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.

## § 3

### ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące produktu turystycznego, z podziałem na kategorie wynikające z przyjętej przez Organizatora definicji<sup>1</sup> pojęcia „**produktu turystycznego**”:

---

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

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

KRYTERIA OCENY	Ocena
<p><b>Opis produktu</b></p> <p><i>Opisz produkt turystyczny i udowodnij jego zgodność z jedną z poniższych definicji</i></p> <p>Produkt turystyczny jest tym wszystkim, co turyści kupują oddzielnie (np. transport lub zakwaterowanie) lub w formie pakietu usług, a także kompozycja tego, co turyści robią oraz walorów, urządzeń i usług, z których w tym celu korzystają. Z perspektywy turysty to całość przeżytego doświadczenia od chwili opuszczenia domu do chwili powrotu.</p>	0-5
<p><i>Produkt turystyczny - kategoria „szlak”</i>  <i>Składa się z szeregu „miejsc” lub „obiektów” związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą (pieszą, wodną, samochodową etc.) oraz z różnorodnej infrastruktury turystycznej zlokalizowanej wzdłuż szlaku. Przykładami tego typu produktów są szlaki: Orlich Gniazd, Piastowski, Europejski Szlak Cysterski, Europejska Sieć Dróg Rowerowych EUROVELO.</i></p>	
<p><i>Produkt turystyczny - kategoria „miejsce” (region, powiat, miejscowość) jest szczególnym, zdeterminowanym geograficznie rodzajem produktu turystycznego. Jest to wewnętrznie 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 „ impreza” – to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez organizatora turystycznego turoperatorów lub agentów najczęściej w postaci pakietu turystycznego. Przykładami tego typu produktów mogą być: wycieczki, wczasy, rajdy itp.</i></p>	
<p><i>Produkt turystyczny - kategoria „wydarzenie cykliczne” charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni. Typowa dla tego produktu jest</i></p>	

<p>niecodzienność, wyjątkowość, a także cykliczność, np. pokazy, prezentacje, wystawy, festiwale filmowe, muzyczne, imprezy sportowe. Produkt turystyczny wydarzenie może egzystować samodzielnie, może też być częścią składową produktu turystycznego impreza lub produktu turystycznego miejsce. Jako przykład można wymienić: Dymarki Świętokrzyskie, Jarmark Dominikański w Gdańsku, Festiwal Wikingów w Wolinie.</p>	
<p>Produkt turystyczny - kategoria „obiekt” charakteryzuje się występowaniem jednej wiodącej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie) mającym z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy (muzeum, zabytek, hala widowiskowo-sportowa, centrum konferencyjne, hotel, jaskinia, pomnik przyrody). Przykładami tego typu produktów mogą być: kompleks hotelowo-rekreacyjno-leczniczo-rehabilitacyjny, zamek, jaskinia itp.</p>	
<p><b>Ocena materiałów promocyjnych załączonych do niniejszej aplikacji (jakość filmów, zdjęć i innych materiałów)</b>  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)</b> - plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach.</p>	0-10
<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>  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>  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>  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>  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 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>	0-10
<p><b>Opis podjętych działań promocyjnych</b></p> <p>Opis zrealizowanych projektów promocyjnych w ostatnich dwóch latach. Przez projekt promocyjny rozumie się min. 2 lub 3 działania w ramach jednej koncepcji z wykorzystaniem różnych form promocji. Przez formę promocji rozumie się m.in. następujące narzędzia - reklama w TV, reklama w prasie, reklama w radiu, reklama w Internecie, wydawnictwa promocyjne, udział w targach, outdoor, eventy, działania PR, Influencer Marketing inne oryginalne formy promocji.</p>	0-5
<p><b>Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami</b></p> <p><b>Opis udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami.</b></p> <p>Udogodnienia dla osób <b>niepełnosprawnych ruchowo</b> (dostosowanie infrastruktury, ciągi komunikacyjne podjazdy dla wózków, winda, parking, pokoje, toalety).</p> <p><b>Udogodnienia dla osób niesłyszących</b> (pętle indukcyjne, współpraca z przewodnikami turystycznymi, którzy posługują się językiem migowym).</p> <p><b>Udogodnienia dla osób niewidzących</b> (audio przewodnik po zabytkach z wykorzystaniem audiodeskrypcji, 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> <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>	0-15
<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>  <b>5 – podmiot posiada politykę rozwoju zrównoważonego</b></p>	0 lub 5
<p><b>ŁĄCZNA PUNKTACJA</b></p>	150

## § 4

### PRZEBIEG KONKURSU

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

#### A. Etap I – regionalny

- 1) Po oficjalnym ogłoszeniu Konkursu przez POT, każdy ROT ogłosi w swoim regionie I etap Konkursu za pośrednictwem mediów regionalnych i lokalnych, własnych stron internetowych oraz za pomocą innych środków przekazu i jednocześnie poinformuje, jakie formalności należy spełnić, aby zgłosić produkt turystyczny na tym etapie Konkursu.
- 2) ROT-y prowadzą akcję informacyjną i wyłaniają kandydatów do Certyfikatu POT ze swoich regionów, w własnej formule organizacyjnej (etap regionalny). ROT-y mogą przyjąć odrębne regulaminy, które będą szczegółowo regulować zasady przeprowadzenia etapu regionalnego, przy czym regulaminy te powinny być spójne z niniejszym Regulaminem.
- 3) ROT-y przyjmują zgłoszenia za pośrednictwem aplikacji konkursowej, przygotowanej i dostarczonej przez POT.
- 4) Kapituła Konkursu na szczeblu regionalnym powołana przez dany ROT dokonuje oceny otrzymanych zgłoszeń pod względem formalnym i merytorycznym.
- 5) ROT zgłasza do etapu ogólnopolskiego maksymalnie 3 produkty turystyczne dedykowane do Certyfikatu POT. Spośród tych 3 produktów, ROT zgłasza 1 produkt do kategorii Certyfikat Internautów. Poza tymi produktami turystycznymi, ROT może zgłosić dodatkowo 1 produkt do kategorii Turystyczne Odkrycie Roku.
- 6) Do etapu ogólnopolskiego, ROT przesyła również zgłoszenie 1 kandydata do miana Złotego Certyfikatu POT.
- 7) Najbardziej aktywny i zaangażowany w przebieg I etapu Konkursu ROT, może zostać nagrodzony specjalnym wyróżnieniem Prezesa POT, według zasad ustalonych przez POT, których zakres obejmuje zarówno merytoryczną precyzję treści informacji zawartych w przygotowanym wniosku konkursowym, jak również ocenę poziomu profesjonalizmu przeprowadzenia I etapu Konkursu, w tym skali jego efektów przyczyniających się do promocji procesu tworzenia produktów turystycznych i idei ogólnopolskiego Konkursu przyznającego Certyfikaty POT.

#### B. Etap II – ogólnopolski

- 1) POT, po dokonaniu wstępnej weryfikacji nadesłanych przez ROT-y zgłoszeń, przedstawia członkom Kapituły Konkursowej zgłoszenia przesłane przez ROT-y spełniające warunki określone w Regulaminie. POT ma prawo do odrzucenia zgłoszeń nie spełniających warunków formalnych oraz niezgodnych z przyjętą definicją produktu turystycznego.
- 2) Kapituła Konkursowa zapoznaje się z kandydaturami konkursowymi i dokonuje ich oceny na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu.

- 3) W drodze indywidualnej oceny punktowej i kryteriów, o których mowa § 3, Kapituła Konkursowa wybiera maksymalnie 15 kandydatów do Certyfikatu POT z najwyższą liczbą punktów, a następnie spośród nich w drodze wyboru jawnego, wybiera maksymalnie 10 kandydatów, którym przyznaje Certyfikaty POT.
- 4) Spośród kandydatów, którym nie przyznano Certyfikatów POT, Kapituła Konkursu może wybrać maksymalnie 3 kandydatów, którym przyzna wyróżnienia w Konkursie.
- 5) Spośród zgłoszonych do miana Złotego Certyfikatu POT produktów turystycznych, Kapituła Konkursu na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu, oraz po prezentacji Kapitulie nominowanych produktów turystycznych, w drodze tajnego głosowania wybiera jeden produkt turystyczny, któremu przyzna tytuł Złotego Certyfikatu POT. Dwóm kolejnym w rankingu punktowym kandydatom, którym nie przyznano Złotego Certyfikatu POT, Kapituła Konkursowa może przyznać tytuły „Nominowany do Złotego Certyfikatu POT”.
- 6) Sekretarz Kapituły Konkursowej przygotowuje oficjalny protokół z wynikami, będący podsumowaniem XXI edycji Konkursu.

## § 5

### KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do II etapu Konkursu (etap ogólnopolski), produkty turystyczne ocenia Kapituła Konkursu, powołana przez Prezesa POT, działająca zgodnie z „Regulaminem prac Kapituły Konkursu”. Szczegółowy Regulamin prac Kapituły Konkursu zostanie przedstawiony wszystkim ROT-om w terminie poprzedzającym dzień rozpoczęcia przyjmowania zgłoszeń do etapu ogólnopolskiego.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w podejściu do oceny zgłoszonych produktów turystycznych do udziału w pracach Kapituły Konkursu, zaproszeni zostaną eksperci w zakresie turystyki, budowy i promocji produktów turystycznych, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawiciele środowisk akademickich związanych z turystyką, przedstawiciele kultury, przedstawiciele mediów oraz przedstawiciele izb branżowych. Wskazane jest, aby w składzie Kapituły Konkursu na poziomie regionalnym byli przedstawiciele izb branżowych, w tym szczególnie osoby pozostające poza strukturami członków zarządów ROT i członków zwyczajnych organizacji w celu wzmocnienia relacji z branżą w regionach oraz stworzenia nowego kanału promocji konkursu.
3. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Kapituły Konkursu na poziomie ogólnopolskim, dokonuje Prezes POT, który podejmuje również decyzję o liczbie członków Kapituły Konkursu.
4. ROT-y mają prawo wyłonić jednego przedstawiciela spośród wszystkich ROT-ów, który będzie reprezentował regiony w Kapitulce Konkursu.
5. Tryb pracy Kapituły Konkursu:
  - 1) Członkowie Kapituły Konkursu ocenią produkty turystyczne na podstawie kart ocen, za pośrednictwem aplikacji przygotowanej przez POT, w terminie wskazanym w § 7 Regulaminu. Na podstawie ich indywidualnych ocen powstanie ranking maksymalnie 15 produktów turystycznych z największą liczbą punktów, który stanowić będzie podstawę do dalszej oceny. Lista ta zostanie przedstawiona na posiedzeniu Kapituły Konkursu.



- 2) W przypadku, jeśli większa niż 15 liczba kandydatów, lub niektórzy spośród nich otrzymają równą liczbę głosów, wszyscy zakwalifikowani zostają do kolejnego etapu głosowania.
- 3) W przypadku, kiedy ten sam produkt turystyczny zostanie zgłoszony przez więcej niż jeden ROT (np. szlak przechodzący przez granice województw), wtedy oceniany jest ten sam produkt dla obu ROT-ów.
- 4) Certyfikat POT przyznawany jest maksymalnie 10 kandydatom, którzy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu uzyskali największą liczbę punktów. W sytuacji, gdy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu, większa niż 10 liczba kandydatów, lub niektórzy spośród nich, otrzymają tę samą liczbę głosów, o wyborze 10 kandydatów decyduje Kapituła Konkursu w dodatkowym głosowaniu. W przypadku nierozstrzygniętego dodatkowego głosowania, rozstrzygającą decyzję w tym zakresie podejmuje Przewodniczący Kapituły.
- 5) Złoty Certyfikat POT – każdy członek Kapituły Konkursu wybiera 1 kandydata spośród 3 nominowanych do Złotego Certyfikatu POT. Złoty Certyfikat POT przyznawany jest kandydatowi, który po zsumowaniu głosów poszczególnych Członków Kapituły Konkursu uzyskał największą liczbę punktów. W sytuacji, gdy po zsumowaniu głosów poszczególnych Członków Kapituły Konkursu więcej niż jeden z kandydatów z największą liczbą punktów będzie miał taką samą liczbę punktów, głos decydujący co do wyboru jednego z nich przysługuje Przewodniczącemu Kapituły Konkursu.
- 6) Każdy Członek Kapituły Konkursu może oddać 1 głos na 1 kandydata na Złoty Certyfikat. Oddając swój głos na danego kandydata, Członek Kapituły Konkursu uwzględnia kryteria, o których mowa w § 3 Regulaminu.
- 7) Kapituła Konkursu ma prawo w drodze głosowania odstąpić od przyznania Złotego Certyfikatu POT, na uzasadniony i pisemny wniosek Członka Kapituły Konkursu.
- 8) Na pisemny wniosek Sekretarza Konkursu, w przypadku stwierdzenia rażąco niskiego poziomu zgłoszonego produktu turystycznego lub nienależycie przygotowanych materiałów zgłoszeniowych, Przewodniczącemu Kapituły przysługuje prawo odrzucenia zgłoszenia z Konkursu na każdym etapie Konkursu.
- 9) Decyzja Kapituły Konkursu jest ostateczna.

## § 6

### WARUNKI ZGŁOSZENIA

#### 1. Etap I – regionalny

- 1) Podmioty biorące udział w etapie regionalnym zgłaszają swoje kandydatury do właściwego ROT poprzez formularz zgłoszeniowy dostępny w aplikacji internetowej na stronie <https://konkurs.pot.gov.pl/konkurs/>
- 2) ROT wybiera maksymalnie 3 produkty turystyczne, które zgłasza do etapu ogólnopolskiego jako kandydatów do miana Certyfikatu POT (w tym 1 z nich do miana Certyfikatu Internautów) oraz dodatkowo maksymalnie 1 produkt turystyczny do tytułu Turystycznego Odkrycia Roku oraz 1 do tytułu Złoty Certyfikat POT. Łącznie liczba wszystkich zgłoszonych produktów turystycznych przez dany ROT nie może przekroczyć 5 (3 Certyfikaty POT, w tym Certyfikat Internautów, 1 Turystyczne Odkrycie Roku, 1 Złoty Certyfikat).

#### 2. Etap II – ogólnopolski

- 1) Prawo zgłaszania produktów turystycznych do etapu ogólnopolskiego Konkursu przysługuje ROT-om po wcześniejszym przeprowadzeniu etapu regionalnego w obrębie swoich regionów (województw), za pomocą formularza zgłoszeniowego dostępnego w aplikacji internetowej POT,
- 2) Prawo zgłaszania kandydatów do Konkursu o Złoty Certyfikat POT mają ROT-y.
- 3) Wypełniony formularz zgłoszeniowy należy przesłać drogą internetową za pomocą aplikacji wraz z wszelkimi załącznikami (materiałami promocyjnymi) zgodnie z poniższymi wymaganiami:
  - a) Każda zgłoszona kandydatura powinna zawierać zdjęcia oraz inne materiały multimedialne poświadczające atrakcyjność produktu turystycznego i potwierdzające spełnienie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu. Formularz aplikacyjny należy wypełnić starannie, podając jak najwięcej informacji opisujących produkt turystyczny,
  - b) Rozpatrywane będą wyłącznie kandydatury, które dotrą do POT w wyznaczonym terminie, o którym mowa w § 7 Regulaminu,
  - c) Regulamin znajduje się na stronach internetowych POT: [www.konkurs.pot.gov.pl](http://www.konkurs.pot.gov.pl), [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl),
  - d) Dodatkowych informacji udziela Koordynator Konkursu-mail: [konkurs@pot.gov.pl](mailto:konkurs@pot.gov.pl).

## § 7

### TERMINY

#### 1. Etap I – regionalny:

Termin rozpoczęcia etapu regionalnego – **6.05.2025**

Termin przyjmowania zgłoszeń od ROT-ów przez POT drogą on-line – **14.08.2025 godz. 23.59**

#### 2. Etap II – ogólnopolski:

Okres trwania etapu ogólnopolskiego – **15.08.2025 – 11.09.2025**

#### 3. Ceremonia wręczenia Certyfikatów **03.10.2025**

#### 4. Terminy powyższe w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianie.

## § 8

### NAGRODY

1. Nagrodą główną w Konkursie dla produktu turystycznego, który został wyróżniony „Złotym Certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej” będzie zrealizowanie przez POT krajowej kampanii promocyjnej w roku 2026, o wartości nie mniejszej niż 250 000 zł. Harmonogram działań przygotowawczych do kampanii zostanie opracowany przez POT w terminie 3 miesięcy od daty ogłoszenia wyników Złotego Certyfikatu POT. Zasady, termin i sposób realizacji kampanii promocyjnej oraz jej zasięg określi POT w konsultacji z właściwym ROT i zarządcą (właścicielem) nagrodzonego produktu. Kampania realizowana będzie przez POT.
2. Produkty turystyczne wyróżnione Certyfikatem POT (w tym Certyfikat Internautów oraz Turystyczne Odkrycie Roku), zostaną włączone w wybrane działania promocyjne prowadzone przez POT przede wszystkim na rynku krajowym oraz rynkach objętych działaniami Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej, na zasadach określonych przez POT, do końca następnego roku kalendarzowego (przykładowymi narzędziami promocji w ramach ww. działań promocyjnych mogą być m.in. – kampania promocyjna w social mediach,

prasie, Internecie – b2b/b2c, współpraca z influencerami, produkcja programów TV, obecność na targach i imprezach promocyjnych) . POT może zdecydować o wydłużeniu tego terminu. Nasilenie oraz realizacja ww. działań będą zależne od aktualnej sytuacji epidemicznej.

3. Wszystkie produkty turystyczne, którym przyznane zostały Certyfikaty POT (w tym Certyfikat Internautów i Turystyczne Odkrycie Roku) oraz laureat Złotego Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej otrzymają zgodę na posługiwanie się logo Certyfikatu POT 2025 w swoich materiałach promocyjnych, na zasadach określonych przez POT.

## § 9

### INNE POSTANOWIENIA

1. Przesłane na Konkurs ogólnopolski materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez POT i nie będą zwracane.
2. ROT-y przejmują od POT wszelką odpowiedzialność z tytułu roszczeń osób trzecich dotyczących praw autorskich lub/i praw własności do produktów turystycznych, jakie mogą wyniknąć w związku ze zgłoszeniem ich do Konkursu.
3. Wypełnienie zgłoszenia jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego Regulaminu.
4. 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.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.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 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych (t.j. Dz. U. z 2023 r., poz. 227).
9. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne roszczenia osób trzecich, w szczególności wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej, w tym za nieprzestrzeganie przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2022 r. , poz. 2509). W przypadku zgłoszenia jakichkolwiek roszczeń przez osoby trzecie, uczestnik Konkursu zobowiązuje się zwolnić Organizatora Konkursu z tego tytułu.
10. Organizator zastrzega sobie prawo do żądania od uczestników udzielania informacji lub wyjaśnień, przedłożenia oświadczeń, dokumentów lub innych materiałów (w tym na piśmie, także po zakończeniu Konkursu) mających znaczenie dla Konkursu - pod rygorem wykluczenia z Konkursu, nieprzyznania nagrody, nie wydania przyznanej nagrody lub utraty prawa do przyznanej nagrody.

11. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia uczestnika z Konkursu lub nie przyznania nagrody, nie wydania przyznanej nagrody lub stwierdzenia utraty prawa do przyznanej nagrody w przypadku, gdyby Uczestnik nie spełniał warunków Regulaminu, dokonał zgłoszenia pracy konkursowej 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. Prawo powyższe zastrzeżone jest także w przypadku, gdy praca konkursowa nie będzie spełniać warunków Regulaminu lub będzie obciążona wadami prawnymi.
12. W przypadku jakichkolwiek wątpliwości dotyczących stosowania niniejszego Regulaminu, Organizatorowi przysługuje prawo dokonania wiążącej wykładni jego postanowień.
13. Przedstawiciele ROT poza samym produktem, na miarę swoich kompetencji powinni oceniać także podmioty odpowiedzialne za zarządzanie produktem i w przypadku pojawienia się zarzutów o nieetycznych albo bezprawnych działaniach tych podmiotów lub zapadnięcia wobec nich prawomocnych orzeczeń – wykluczyć ich z postępowania konkursowego, na którymkolwiek etapie.
14. POT w przypadku otrzymania uzasadnionego zgłoszenia o nieetycznych albo bezprawnych działaniach właścicieli i zarządców produktów turystycznych rości sobie prawo do wykluczenia podmiotu z konkursu.
15. Ponadto w przypadku odnotowania nieetycznych albo bezprawnych działań, które zaistnieją w produktach certyfikowanych nagrodzonych w latach poprzednich, lub zapadnięcia wobec tych podmiotów prawomocnych orzeczeń nie będą one mogły ubiegać się o ponowną certyfikację w ramach konkursu.
16. Poprzez dokonanie zgłoszenia produktów turystycznych do Konkursu, zwycięzca, który otrzyma tytuł wskazany w § 2 ust. 2, udziela POT i ROT niewyłącznej, nieodpłatnej i nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie przez POT i ROT z utworów załączonych do produktu turystycznego w szczególności zdjęć, filmów, itp. Powyższa licencja obejmuje prawo do wykorzystania utworów w celach promocyjnych w ramach działalności statutowej POT i ROT, w tym m.in. poprzez wprowadzania utworów lub poszczególnych elementów do pamięci komputera i sieci wewnętrznych typu Intranet oraz Internet, jak również przesyłania utworu w ramach wyżej wymienionej sieci; upubliczniania utworów w formie elektronicznej; trwałe lub czasowe zwielokrotnienia jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie; w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworów - wytwarzania określoną techniką egzemplarzy oraz w zakresie obrotu egzemplarzami, na których zostały one utrwalone; użyczenia lub najmu egzemplarzy; wykorzystanie utworów lub ich dowolnych części do prezentacji.

## **§ 10**

### **INFORMACJE ORGANIZACYJNE**

1. Zadania ROT-u biorącego udział w Konkursie w roli strategicznego Partnera to w szczególności:
  - 1) komunikacja rozpoczęcia naboru zgłoszeń do lokalnej branży turystycznej, również niebędącej członkiem ROT-u oraz do mediów danego regionu,
  - 2) monitorowanie w danym regionie, po zakończeniu Konkursu, produktów turystycznych, które zostały uhonorowane Certyfikatem POT. ROT informuje POT o ewentualnym naruszeniu przez zarządcę produktu kryteriów „produktu turystycznego” lub wystąpienia innych nieprawidłowości.
2. Zadania POT to w szczególności:

- 1) koordynacja przeprowadzenia Konkursu (w tym konkursu internetowego),
- 2) relacjonowanie przebiegu Konkursu na łamach stron internetowych administrowanych przez POT,
- 3) stworzenie właściwych warunków pracy Kapituły Konkursu, w szczególności umożliwienie jej Członkom pełnego zapoznania się z ofertą wybranych produktów turystycznych wytypowanych do etapu ogólnopolskiego,
- 4) organizacja finałowej Ceremonii wręczenia Certyfikatów POT,
- 5) przygotowanie i realizacja działań promocyjnych dla zdobywców Certyfikatów oraz Złotego Certyfikatu POT oraz Turystycznego Odkrycia Roku i Internautów według zasad ustalonych przez POT.

## § 11

### OCHRONA INFORMACJI

1. Polska Organizacja Turystyczna stosuje zapisy Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej: „ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych”).
2. Przetwarzanie danych osobowych wymaga podstawy prawnej. Ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych przewiduje kilka rodzajów takich podstaw prawnych dla przetwarzania danych, a w przypadkach udziału w konkursie, co do zasady jest to zgoda.
3. Uczestnik Konkursu wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celu rejestracji zgłoszenia udziału w Konkursie, przeprowadzenia głosowania na produkt certyfikowany, opublikowania danych zwycięzców i upublicznienia wizerunku zwycięzcy na stronach internetowych administrowanych przez POT oraz ROT, przygotowania i realizacji działań promocyjnych dla zwycięzców oraz w celach sprawozdawczych.
4. Zgoda jest dobrowolna i może zostać cofnięta w dowolnym momencie przez wysłanie wiadomości e-mail na adres naszego inspektora ochrony danych ([dpo@pot.gov.pl](mailto:dpo@pot.gov.pl)). Jednakże brak zgody uniemożliwia rejestrację zgłoszenia i przeprowadzenie głosowania a z uwagi na charakter promocyjny nagród brak zgody powoduje, że POT nie może wywiązać się ze zobowiązań określonych w § 8 Regulaminu.
5. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i ust. 2 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. informujemy, iż:
  - 1) administratorem danych osobowych uczestnika Konkursu jest Polska Organizacja Turystyczna z siedzibą w Warszawie, ul. Młynarska 42 (01-171 Warszawa) reprezentowana przez Prezesa;
  - 2) administrator wyznaczył inspektorem ochrony danych w Polskiej Organizacji Turystycznej, z którym można się kontaktować pod adresem [dpo@pot.gov.pl](mailto:dpo@pot.gov.pl);
  - 3) dane osobowe przetwarzane będą w celu rejestracji zgłoszenia do Konkursu i dalej jak w § 11 ust. 3 na podstawie wyrażonej przez uczestnika zgody (art. 6 ust 1 pkt a) ogólnego rozporządzenia o ochronie danych);
  - 4) dane osobowe będą pozyskiwane od Partnerów i przekazywane Partnerom Konkursu wymienionym w § 1 Regulaminu w celach jak w § 11 ust. 3. oraz wykonawcom kampanii promocyjnych;

- 5) dane osobowe nie będą przekazywane do państwa trzeciego/organizacji międzynarodowej, z wyjątkiem wizerunku, ponieważ wizerunek upubliczniony może być przekazywany do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej;
- 6) dane osobowe w postaci wizerunku udostępniamy wszystkim, ponieważ wizerunek będzie podany do publicznej wiadomości;
- 7) wycofanie zgody na upublicznienie wizerunku wiąże się z brakiem możliwości przetwarzania wizerunku przez administratora od dnia złożenia wycofania zgody, usunięciem wizerunku z materiałów wewnętrznych, stron internetowych i mediów administrowanych przez POT i ROT oraz innych materiałów promocyjno-informacyjnych; nie będzie możliwe zebranie materiałów, które zostały upublicznione przed wycofaniem zgody;
- 8) dane osobowe laureatów Konkursu będą przechowywane przez okres 1 roku lub do czasu cofnięcia zgody na przetwarzanie, z tym, że działania przetwarzania podjęte przed cofnięciem zgody pozostają w zgodzie z prawem, w tym w szczególności z ogólnym rozporządzeniem o ochronie danych osobowych; dane pozostałych uczestników Konkursu będą przechowywane do czasu rozstrzygnięcia edycji Konkursu;
- 9) przetwarzane dane osobowe dotyczyć będą następujących kategorii osób:
  - a) członkowie Kapituły Konkursu,
  - b) administratorzy poszczególnych ROT-ów,
  - c) osoby reprezentujące produktu turystycznego i zgłaszające produkt do Konkursu;
- 10) przetwarzane będą dane następujących kategorii:
  - a) imię i nazwisko,
  - b) adres e-mail,
  - c) numer telefonu komórkowego;
- 11) uczestnik konkursu ma prawo dostępu do treści swoich danych oraz prawo ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych, prawo wniesienia sprzeciwu, prawo do cofnięcia zgody w dowolnym momencie bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej cofnięciem;
- 12) uczestnik konkursu ma również prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna, iż przetwarzanie jego danych osobowych narusza przepisy ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r.