

REGULAMIN KONKURSU

na Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, który jest jednocześnie regionalnym etapem XXII edycji Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej

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. Ochrona informacji

§ 1

INFORMACJE OGÓLNE

1. Organizatorem Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 zwanego dalej „Konkursem” jest Wielkopolska Organizacja Turystyczna („Organizator”, „WOT”).
2. Konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 jest jednocześnie I etapem - regionalnym (dla województwa wielkopolskiego) Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej (edycja XXII), organizowanego przez Polską Organizację Turystyczną.
3. Regulamin Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 jest spójny z Regulaminem Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej (XXII edycja).
4. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, 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 Wielkopolskę jako destynację turystyczną.
6. WOT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współorganizacji innych niż wymienieni w Regulaminie partnerów, celem zapewnienia najwyższego poziomu merytorycznego Konkursu.
7. Partnerzy zobowiązują się 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 Wielkopolsce oraz ich promocję, a także wspieranie inicjatyw regionalnych i lokalnych, których efektem jest tworzenie nowych produktów turystycznych.
2. Wyłonionym w Konkursie produktem turystycznym zostaną przyznane nagrody w roku 2025. W kolejnym roku kalendarzowym tj. roku 2026 będą miały miejsce działania promocyjne dla laureatów.

Nagrody przyznawane są w 3 kategoriach:

- 1) **Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025,**
- 2) **Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025,**
- 3) **Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025.**

3. Tytuły Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 oraz Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 przyznawane są przez Kapitułę Konkursu, o której mowa w § 5 Regulaminu.
4. Tytuł Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 przyznawany jest przez Kapitułę produktom turystycznym istniejącym na rynku, nie krócej niż dwa lata, w maksymalnej liczbie 3 w danej edycji Konkursu.
5. Tytuł Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, w liczbie 1, zostanie wybrany przez Kapitułę spośród wszystkich produktów turystycznych z Wielkopolski wyróżnionych w poprzednich edycjach Konkursu Certyfikatem POT i zgłoszonych jako kandydat do Złotego Produktu Turystycznego Wielkopolski 2025. Ponadto:
 - 1) Tytuł Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 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) Tytuł Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 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 tytułu Złotego Produktu Turystycznego Wielkopolski 2025 łączy się z przyznaniem nagrody głównej, o której mowa w § 8 Regulaminu.
6. Tytuł Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 , w liczbie 1, może zostać przyznany 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.

7. Zdobywcy tytułów Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 oraz Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 otrzymują jednocześnie nominację z regionu Wielkopolski do etapu ogólnopolskiego Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej:
- 1) Zdobywcy tytułu Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 otrzymują nominację do kategorii „Certyfikat POT”;
 - 2) Zdobywca tytułu Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 otrzymuje nominację do kategorii „Złoty Certyfikat POT”;
 - 3) Zdobywca tytułu Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 otrzymuje nominację do kategorii „Turystyczne Odkrycie Roku”.
8. Jeden z trzech Najlepszych Produktów Turystycznych Wielkopolski 2025 otrzymuje nominację do kategorii Certyfikat Internautów POT, w drodze wyboru jawnego przez Kapitułę Konkursu.
9. Spośród kandydatów, którym nie przyznano tytułu Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, Kapituła Konkursu może wybrać maksymalnie 2 podmioty, którym przyzna wyróżnienia w Konkursie. Wyróżnione produkty turystyczne otrzymają tytuł „Wyróżniony Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025”.

§ 3

ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące produktu turystycznego, z podziałem na kategorie wynikające z przyjętej przez Organizatora definicji¹ pojęcia „**produktu turystycznego**”:
- 1) Produkt turystyczny – **Wydarzenie cykliczne** – charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni.
 - 2) Produkt turystyczny – **Pakiet usług turystycznych – Impreza turystyczna** – składa się z kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy) oferowanych przez organizatorów turystyki.
 - 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.

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

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”</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, zdefiniowanym geograficznie rodzajem produktu turystycznego. Jest to wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi. W sprzedaży takiego produktu oferowane są nie tylko walory przyrodnicze i antropogeniczne, ale także usługi świadczane przez różne podmioty gospodarcze w oparciu o istniejące zagospodarowanie turystyczne i paraturystyczne, dziedzictwo historyczne i kulturowe, gościnność i przychylność mieszkańców, a nawet wizerunek obszaru czy ogół zdarzeń, które dopiero zajądą podczas pobytu turysty.</i></p>	0-5
<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 niecodziennosc, wyjątkowość, a także cykliczność, np. pokazy, prezentacje, wystawy, festiwale filmowe, muzyczne, imprezy sportowe. Produkt turystyczny wydarzenie może egzystować samodzielnie, może też być częścią składową produktu turystycznego impreza lub produktu turystycznego miejsce. Jako przykład można wymienić: Dymarki Świętokrzyskie, Jarmark Dominikański w Gdańsku, Festiwal Wikingów w Wolinie.</i></p>	
<p><i>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.</i></p>	
<p>Ocena materiałów promocyjnych załączonych do niniejszej aplikacji (jakość filmów, zdjęć i innych materiałów)</p> <p><i>Ocenie podlegają wyłącznie zdjęcia, a nie wizualizacje graficzne danego miejsca (prosimy o przesyłanie wyłącznie zdjęć wiarygodnych). Mile widziane załączenie materiałów promocyjnych np. certyfikatów, ulotek,</i></p>	0 – 10

<p>broszur i innych w postaci PDF. Prosimy o przesłanie materiałów, do których posiadacie Państwo prawa autorskie. Niedozwolone są materiały wygenerowane przez AI,</p>	
<p>Perspektywy dalszego rozwoju (jakie działania są planowane, by produkt nadal się rozwijał) - plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach.</p>	0-10
<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 segmentacji rynku docelowego).</p>	0-10
<p>Podjęte działania na rzecz komercjalizacji produktu turystycznego 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>Zastosowane innowacje w rozwoju produktu oraz wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji 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>Zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko 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>Wspieranie lokalnej kultury i tradycji 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>Działania na rzecz społeczności lokalnej 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?</p>	0-10
<p>Opis podjętych działań promocyjnych 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</p>	

<p>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>Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami</p> <p>Opis udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami. <i>Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych ruchowo (dostosowanie infrastruktury, ciężki komunikacyjne podjazdy dla wózków, winda, parking, pokoje, toalety).</i> Udogodnienia dla osób niesłyszących (pętle indukcyjne, współpraca z przewodnikami turystycznymi, którzy posługują się językiem migowym). Udogodnienia dla osób niewidzących (audio przewodnik po zabytkach z wykorzystaniem audiodeskrypcji, prowadnice w podłodze, wydawnictwa w alfabecie Braille'a lub w druku powiększonym, możliwość zwiedzania z psem przewodnikiem).</p>	0-10
SUMA	100
Dodatkowe kryteria dla kandydata do Złotego Certyfikatu	
<p>Rozwój produktu od czasu otrzymania Certyfikatu POT. Rozszerzenie oferty o nowe usługi. Nowy zakres działalności <i>Rozwinięcie działalności produktu (liczba współpracujących touroperatorów, kanałów dystrybucji, liczba imprez / targów / przedsięwzięć promocyjnych, w których uczestnik konkursu brał udział, liczba sprzedanych biletów / uczestników / ofert / uczestników).</i></p>	0-30
<p>Certyfikat rozwoju zrównoważonego <i>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.</i></p> <p><i>Należy załączyć link do strony z info o certyfikacie lub załączyć certyfikat w formularzu w pliku PDF.</i></p> <p>3 pkt za każdy certyfikat max. liczba punktów do zdobycia 15</p>	0-15
<p>Opublikowana polityka rozwoju zrównoważonego <i>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?</i></p> <p><i>Należy załączyć link do strony z polityką lub załączyć politykę w pliku PDF.</i></p> <p>0 – brak dokumentu 5 – podmiot posiada politykę rozwoju zrównoważonego</p>	0 lub 5
ŁĄCZNA PUNKTACJA	150

§ 4

PRZEBIEG KONKURSU

1. WOT ogłosi Konkurs 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 do Konkursu.
2. WOT prowadzi akcję informacyjną i wyłania laureatów Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 i jednocześnie kandydatów do Certyfikatu POT, na podstawie Regulaminu spójnego z regulaminem Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej.
3. WOT przyjmuje zgłoszenia za pośrednictwem aplikacji konkursowej, przygotowanej i dostarczonej przez Polską Organizację Turystyczną: <https://konkurs.pot.gov.pl/konkurs/>.
4. WOT, po dokonaniu wstępnej weryfikacji nadesłanych zgłoszeń, przedstawia członkom Kapituły Konkursowej zgłoszenia spełniające warunki określone w Regulaminie.
5. Kapituła Konkursu powołana przez Prezesa WOT dokonuje oceny otrzymanych zgłoszeń pod względem formalnym i merytorycznym na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu i w trybie wskazanym w § 5 Regulaminu. WOT ma prawo do odrzucenia zgłoszeń nie spełniających warunków formalnych oraz niezgodnych z przyjętą definicją produktu turystycznego.
6. Sekretarz Kapituły Konkursowej przygotowuje oficjalny protokół z wynikami, będący podsumowaniem Konkursu.
7. WOT na podstawie protokołu z wynikami ogłasza laureatów nagród, o których mowa w par. 2 ust. 2 i 7 i zgłasza ich do etapu ogólnopolskiego jako kandydatów w poszczególnych kategoriach poza nominacjami, o których mowa w par. 2 ust. 7 WOT może zgłosić dodatkowo 1 produkt do kategorii Turystyczne Odkrycie Roku. Do etapu ogólnopolskiego, WOT przesyła również zgłoszenie 1 kandydata do miana Złotego Certyfikatu POT.
8. WOT przesyła zgłoszenia do Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej do Polskiej Organizacji Turystycznej za pomocą aplikacji konkursowej.
9. Ogłoszenie wyników Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 nastąpi w trakcie Wielkopolskich Obchodów Światowego Dnia Turystyki 26 września 2025 r.
10. Ogłoszenie wyników Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej nastąpi w trakcie Ceremonii wręczenia Certyfikatów POT 3.10.2025 r.
11. Terminy w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianie.

§ 5

KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do Konkursu produkty turystyczne ocenia Kapituła Konkursu, powołana przez Prezesa WOT, działająca zgodnie z „Regulaminem prac Kapituły Konkursu”.

2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w podejściu do oceny zgłoszonych produktów turystycznych do udziału w pracach Kapituły Konkursu, zaproszeni mogą zostać 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.
3. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Kapituły Konkursu dokonuje Prezes WOT, który podejmuje również decyzję o liczbie członków Kapituły Konkursu.
4. Tryb pracy Kapituły Konkursu:
 - 1) Członkowie Kapituły Konkursu oceniają produkty turystyczne na podstawie kart ocen, za pośrednictwem aplikacji mobilnej oraz na Posiedzeniu.
 - 2) Posiedzenie Kapituły odbywa się po zakończeniu oceny zgłoszeń przez Kapitułę w aplikacji konkursowej, w terminie zaproponowanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną w porozumieniu z Przewodniczącym Kapituły.
 - 3) Tytuł Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 przyznawany jest maksymalnie 3 podmiotom, które po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu z głosowania w trakcie posiedzenia Kapituły Konkursu uzyskali największą liczbę głosów.
 - 4) Spośród trzech Najlepszych Produktów Turystycznych Wielkopolski 2025 Kapituła Konkursu wybiera jeden produkt turystyczny, który będzie nominowany w etapie ogólnopolskim do kategorii Certyfikat Internautów POT.
 - 5) Kapituła Konkursu może przyznać maksymalnie 2 wyróżnienia produktom turystycznym, które nie otrzymały tytułu Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, a uzyskały od 1 do 6 wyników w trakcie głosowania w aplikacji mobilnej.
 - 6) Tytuł Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 przyznawany jest jednemu produktowi spośród podmiotów z największą ilością głosów, wyłonionych w trakcie głosowania w aplikacji mobilnej.
 - 7) Tytuł Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 przyznawany jest jednemu produktowi spośród podmiotów z największą ilością głosów, wyłonionych w trakcie głosowania w aplikacji mobilnej.
 - 8) Kapituła Konkursu ma prawo w drodze głosowania odstąpić od przyznania Tytułu Złotego Produktu Turystycznego Wielkopolski 2025, na uzasadniony i pisemny wniosek Członka Kapituły Konkursu.
 - 9) Na pisemny wniosek Sekretarza Konkursu, w przypadku stwierdzenia rażąco niskiego poziomu zgłoszonego produktu turystycznego, Przewodniczącemu Kapituły przysługuje prawo odrzucenia zgłoszenia z Konkursu na każdym etapie Konkursu.
 - 10) Decyzja Kapituły Konkursu jest ostateczna.

§ 6

WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Podmioty biorące udział w etapie regionalnym zgłaszają swoje kandydatury do WOT poprzez formularz zgłoszeniowy dostępny w aplikacji internetowej na stronie: <https://konkurs.pot.gov.pl/konkurs/>
2. 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 WOT w wyznaczonym terminie, o którym mowa w § 7 Regulaminu,
 - c) Regulamin znajduje się na stronie internetowej WOT: www.wot.org.pl,
 - d) Dodatkowych informacji udziela Koordynator Konkursu: Monika Cieślewicz (tel. 660 559 254, e-mail: monika.cieslewicz@wot.org.pl).

§ 7

TERMINY

2.07-27.07.2025 (do 23:59)	Zbieranie zgłoszeń
28.07-10.08 (do 23:59)	Głosowanie Kapituły Konkursu w aplikacji konkursowej
12.08	Posiedzenie Kapituły
14.08	Przekazanie zgłoszeń z regionu do POT
15.08-11.09	Etap ogólnopolski
26.09	Gala konkursu wielkopolskiego podczas Wielkopolskich Obchodów Światowego Dnia Turystyki
03.10	Ceremonia wręczenia Certyfikatów POT

§ 8

NAGRODY

1. Nagrodą główną w Konkursie dla produktu turystycznego, który został wyróżniony tytułem „Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025” będzie zrealizowanie przez WOT działań promocyjnych w roku 2026, o wartości 7 000 zł. Harmonogram działań przygotowawczych zostanie opracowany przez WOT w terminie 3 miesięcy od daty ogłoszenia wyników. Zasady, termin i sposób realizacji działań promocyjnych oraz ich zasięg określi WOT w konsultacji z zarządcą (właścicielem) nagrodzonego produktu. Działania promocyjne realizowane będą przez WOT.
2. Nagrodą w Konkursie dla produktów turystycznych, które zostały wyróżnione tytułami „Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025” będzie zrealizowanie przez WOT działań promocyjnych w roku 2026,

o wartości 5 000 zł. Harmonogram działań przygotowawczych zostanie opracowany przez WOT w terminie 3 miesięcy od daty ogłoszenia wyników. Zasady, termin i sposób realizacji działań promocyjnych oraz ich zasięg WOT określi w konsultacji z zarządcą (właścicielem) nagrodzonego produktu. Działania promocyjne realizowane będą przez WOT.

3. Produkt turystyczny wyróżniony tytułem „Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025” zostanie włączony w wybrane działania promocyjne prowadzone przez WOT na zasadach określonych przez WOT, 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, obecność na targach i imprezach promocyjnych).
4. Wszystkie produkty turystyczne, którym przyznane zostały tytuły Najlepszy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, Złoty Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025, Najlepszy Nowy Produkt Turystyczny Wielkopolski 2025 oraz Wyróżniony Produkt Turystyczny 2025 otrzymają zgodę na posługiwanie się logo otrzymanego tytułu, zgodnie z projektem znajdującym się w załączniku, w swoich materiałach promocyjnych, na zasadach określonych przez WOT.

§ 9

INNE POSTANOWIENIA

1. Przesłane na Konkurs materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez WOT i nie będą zwracane.
2. Wypełnienie zgłoszenia jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego Regulaminu.
3. 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.
4. Organizator zastrzega sobie prawo zmiany niniejszego Regulaminu, przy zastosowaniu odpowiednich form informacji i zawiadomień uczestników Konkursu.
5. Organizator ma prawo podjąć decyzję o zakończeniu Konkursu w każdym momencie bez rozstrzygnięcia Konkursu. Informacja o tym zostanie podana na stronie internetowej www.wot.org.pl.
6. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za podanie przez uczestnika niewłaściwych lub nieprawdziwych danych uniemożliwiających lub opóźniających wręczenie przez Organizatora nagrody w związku z prowadzeniem Konkursu.
7. Konkurs nie podlega przepisom ustawy 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych (t.j. Dz. U. z 2023 r., poz. 227).
8. 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.

9. 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.
10. 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.
11. W przypadku jakichkolwiek wątpliwości dotyczących stosowania niniejszego Regulaminu, Organizatorowi przysługuje prawo dokonania wiążącej wykładni jego postanowień.
12. WOT w przypadku otrzymania uzasadnionego zgłoszenia o nieetycznych albo bezprawnych działaniach właścicieli i zarządców produktów turystycznych rości sobie prawo do wykluczenia podmiotu z konkursu.
13. Ponadto w przypadku odnotowania nieetycznych albo bezprawnych działań, które zaistnieją w produktach nagrodzonych w latach poprzednich, lub zapadnięcia wobec tych podmiotów prawomocnych orzeczeń nie będą one mogły ubiegać się o ponowną certyfikację w ramach konkursu.
14. Poprzez dokonanie zgłoszenia produktów turystycznych do Konkursu, zwycięzca, który otrzyma tytuł wskazany w § 2 ust. 2, udziela POT i WOT niewyłącznej, nieodpłatnej i nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie przez POT i WOT 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 WOT, 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.
15. W przypadku sprzeczności treści niniejszego regulaminu z Regulaminem Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej (XXII edycja) zastosowanie ma Regulamin Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej (XXII edycja)

§ 10

OCHRONA INFORMACJI

1. Wielkopolska 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, opublikowania danych zwycięzców i upublicznienia wizerunku zwycięzcy na stronach internetowych administrowanych przez POT oraz WOT, 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). Jednakże brak zgody uniemożliwia rejestrację zgłoszenia i przeprowadzenie głosowania a z uwagi na charakter promocyjny nagród brak zgody powoduje, że WOT 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:
 - 2) Administratorem danych osobowych uczestnika Konkursu jest Polska Organizacja Turystyczna z siedzibą w Warszawie, ul. Młynarska 42 (01-171 Warszawa) reprezentowana przez Prezesa;
 - 3) Administrator wyznaczył inspektorem ochrony danych w Polskiej Organizacji Turystycznej, z którym można się kontaktować pod adresem: dpo@pot.gov.pl;
 - 4) 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);
 - 5) 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;
 - 6) 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;
 - 7) Dane osobowe w postaci wizerunku udostępniamy wszystkim, ponieważ wizerunek będzie podany do publicznej wiadomości;

- 8) 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 WOT oraz innych materiałów promocyjno-informacyjnych; nie będzie możliwe zebranie materiałów, które zostały upublicznione przed wycofaniem zgody;
- 9) 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;
- 10) Przetwarzane dane osobowe dotyczyć będą następujących kategorii osób:
 - a) członkowie Kapituły Konkursu,
 - b) administratorzy poszczególnych regionalnych organizacji turystycznych,
 - c) osoby reprezentujące produkt turystyczny i zgłaszające produkt do Konkursu;
- 11) Przetwarzane będą dane następujących kategorii:
 - a) imię i nazwisko,
 - b) adres e-mail,
 - c) numer telefonu komórkowego;
- 12) 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;
- 13) 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.