

REGULAMIN KONKURSU

NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY
- CERTYFIKAT

POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

(XIV EDYCJA - 2016 R.)

Warszawa, czerwiec 2016 r.



Move Your Imagination



REGULAMIN KONKURSU

na

Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej (XIV 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 zwanego dalej „Konkuresem” jest Polska Organizacja Turystyczna we współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi, zwanymi dalej ROT.
2. Polska Organizacja Turystyczna, zwana dalej POT, jest administratorem Konkursu oraz wyłącznym właścicielem praw majątkowych do logo i nazwy Konkursu.
3. ROT-y pełnią rolę strategicznych partnerów Konkursu, w ścisłej współpracy z POT.
4. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje Polskiej Organizacji Turystycznej, Regionalnym i Lokalnym Organizacjom Turystycznym, samorządom terytorialnym i gospodarczym, instytucjom, twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom, fundacjom turystycznym, przedsiębiorcom prywatnym, a także organizatorom turystyki.
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 i laureatów, a poprzez to Polskę jako destynację turystyczną.

6. POT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współorganizacji, innych niż wymienionych w Regulaminie partnerów, celem zapewnienia najwyższego poziomu merytorycznego Konkursu.
7. Partnerzy zobowiązują się do jak najszerszej dystrybucji informacji i promocji Konkursu oraz laureatów, jako elementu wspólnych działań prowadzonych w ramach bieżącej współpracy.
8. POT i ROT-y dbają o właściwą organizację i wysoki poziom merytoryczny Konkursu.

§ 2

IDEA KONKURSU

1. Konkurs ma na celu wyłonienie w danym roku kalendarzowym, w XIV edycji za rok 2016, najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych oraz ich promocję, a także wspieranie inicjatyw regionalnych i lokalnych, których efektem jest tworzenie produktów turystycznych.
2. Wyłonionym w Konkursie produktem turystycznym zostaną przyznane w danym roku kalendarzowym Certyfikaty POT.
3. Certyfikaty POT przyznawane są w 3 formach:
 - 1) Certyfikat POT,
 - 2) Złoty Certyfikat POT,
 - 3) Certyfikat Internautów.
4. Certyfikat POT oraz Złoty Certyfikat POT przyznawany jest przez Kapitułę, (o której mowa w § 5).
5. Certyfikaty POT przyznawane są przez Kapitułę w maksymalnej liczbie 10.
6. Złoty Certyfikat POT, w liczbie 1, zostanie wybrany przez Kapitułę spośród wszystkich produktów turystycznych wyróżnionych dotychczas Certyfikatem POT i zgłoszonych przez ROT jako kandydat do Złotego Certyfikatu POT
 - 1) Złoty Certyfikat POT będzie mógł uzyskać tylko ten produkt turystyczny, który otrzymał w latach ubiegłych Certyfikat POT i następnie twórczo rozwinął swoją działalność,
 - 2) Złoty Certyfikat POT może być przyznany produktowi nie wcześniej niż po upływie 5 lat od daty otrzymania Certyfikatu POT,
 - 3) Otrzymanie Złotego Certyfikatu POT łączy się z przyznaniem nagrody głównej, o której mowa w § 8.
7. Certyfikat Internautów, w liczbie 1, zostanie wyłoniony w drodze konkursu internetowego przeprowadzonego na portalu informacyjnym o zasięgu ogólnopolskim wg regulaminu znajdującego się na portalu.

ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące produktu turystycznego, zgodne z przyjętą przez organizatorów definicją¹ pojęcia „**produktu turystycznego**”:
 - 1) Produkt turystyczny – **Wydarzenie cykliczne** – charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni. *Jako przykłady można wymienić: Festiwal Przystanek Woodstock, Dymarki Świętokrzyskie, Jarmark Dominikański, festiwale filmowe, muzyczne (wydarzenie o dużej skali, dużej liczbie osób biorących w nim udział),*
 - 2) Produkt turystyczny – **Pakiet usług turystycznych - Impreza turystyczna** – składa się z kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy) oferowanych przez organizatorów turystyki. *Jako przykłady można wymienić: Małopolska Wieś dla Dzieci, Podziemna eskapada czyli wycieczka z przygodami,*
 - 3) Produkt turystyczny – **Obiekt** – charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie) mający z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy. *Jako przykłady można wymienić: Centrum Słowian i Wikingów, Manufaktura w Łodzi,*
 - 4) Produkt turystyczny – **Szlak** – składa się z wielu miejsc lub obiektów związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą. *Jako przykłady można wymienić: Szlak Orlich Gniazd, Szlak Piastowski, Szlak Architektury Drewnianej.*
 - 5) Produkt turystyczny – **Obszar** – wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi. *Jako przykłady można wymienić: Beskidzka 5, Park Rowerowy Wierchomla.*
2. Po sprawdzeniu zgodności zgłoszenia z przyjętą definicją produktu turystycznego i etapie regionalnym, rozpoczyna się etap ogólnopolski - Kapituła przeprowadza ocenę merytoryczną zgłoszeń, wyrażoną w punktacji, na podstawie poniższych kryteriów.

¹ Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk, *Produkt turystyczny*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s.75.

KRYTERIA OCENY	Ocena
<p>Opis produktu <i>idea, główne atrakcje, grupa docelowa, infrastruktura turystyczna</i></p>	0-5
<p>Perspektywy dalszego rozwoju <i>plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach</i></p>	0-5
<p>Opis atrakcyjności produktu turystycznego z punktu widzenia turystów <i>USP - unique selling proposition, jakie unikalne cechy motywują turystów do skorzystania z oferty produktu? Jakie walory krajobrazu, cechy klimatu, obiekty dziedzictwa, zagospodarowania przestrzennego przyciągają turystów na dany teren i obszar? Opis segmentacji rynku docelowego</i></p>	0-10
<p>Podjęte działania na rzecz komercjalizacji produktu turystycznego <i>działania związane z wprowadzeniem produktu turystycznego na rynek, m.in. pakietowanie usług i ofert, korzystanie z różnych kanałów dystrybucji, wspólna strategia marketingowa, liczba oraz nazwy biur podróży, portali sprzedażowych mających w swojej ofercie ten produkt, etc. Opcjonalnie można posłużyć się danymi finansowymi lub statystycznymi z ostatnich 2 lat (liczba turystów, przychody, zysk netto)</i></p>	0-10
<p>Zastosowane innowacje w rozwoju produktu <i>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)</i></p>	0-5
<p>Wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji <i>przykłady narzędzi nowych technologii to: beacons, QR kody, aplikacje mobilne, zastosowanie technologii web 2.0, planery podróży, geotagowanie, platformy multimedialne, multimedialne / interaktywne ekspozycje, systemy teleinformatyczne, rezerwacja / zakup on-line, e-booki, ekspozycje 3D, hologramy, wirtualne wycieczki, etc</i></p>	0-5
<p>Gospodarcze, społeczne i ekonomiczne znaczenie produktu turystycznego dla rozwoju regionu <i>potencjał ekonomiczny produktu, w tym zdolność do generowania miejsc pracy, obraz produktu - postrzeganie oferty na rynku turystycznym, stopień komercjalizacji, efekt ekonomiczny, integrowanie społeczności lokalnej, szacunkowa wielkość ruchu turystycznego, możliwość recepcyjna produktu</i></p>	0-5

<p>Zgodność z „Marketingową strategią w sektorze turystyki na lata 2012 – 2020” oraz „Planem Działania POT na lata 2016-2017” czy produkt jest niszowy? Wizerunkowy? Czy jest zgodny z tematami wiodącymi w planie działania POT, np. wellbeing, turystyka kulturowa z rozszerzeniem na zamki i pałace, turystyka aktywna, w tym wodna, rowerowa etc</p>	0-5
<p>Opis podjętych działań promocyjnych reklama w TV, reklama w prasie, reklama w radiu, wydawnictwa promocyjne, udział w targach, internet, outdoor, eventy, działania PR, inne oryginalne formy promocji</p>	0-10
SUMA	60
Dodatkowe kryteria dla kandydata do Złotego Certyfikatu	
<p>Twórcze rozwinięcie działalności produktu od otrzymania Certyfikatu POT <i>twórcze 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
ŁĄCZNA PUNKTACJA	90

§ 4

PRZEBIEG KONKURSU

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

A. Etap I - regionalny

- 1) ROT prowadzi akcję informacyjną i wyłania kandydatów do Certyfikatu ze swoich regionów we własnej formule organizacyjnej (półfinał Konkursu) na podstawie własnego regulaminu,

- 2) ROT przyjmuje zgłoszenia za pośrednictwem aplikacji konkursowej, przygotowanej i dostarczonej przez POT,
- 3) Po oficjalnym ogłoszeniu Konkursu przez POT, ROT w swoich regionach ogłosi I etap Konkursu za pośrednictwem mediów regionalnych i lokalnych, własnych stron internetowych oraz za pomocą innych środków przekazu i jednocześnie informuje, jakie formalności należy spełnić, aby zgłosić produkt turystyczny na tym etapie Konkursu,
- 4) Kapituła powołana przez ROT dokonuje oceny otrzymanych zgłoszeń i wskazuje 3 produkty turystyczne z całego regionu do udziału w etapie ogólnopolskim, w tym jeden z nich do rankingu internetowego,
- 5) Do etapu ogólnopolskiego, ROT przesyła również zgłoszenie 1 kandydata do miana Złotego Certyfikatu POT,
- 6) Region reprezentowany przez najbardziej aktywny i zaangażowany w przebieg I etapu Konkursu ROT, może zostać nagrodzony specjalnym wyróżnieniem Prezesa POT, wg zasad ustalonych przez POT.

B. Etap II - ogólnopolski

- 1) POT przedstawia członkom Kapituły Konkursu wszystkie zgłoszenia przesłane przez ROT, spełniające warunki określone w Regulaminie,
- 2) Kapituła Konkursu zapoznaje się z kandydaturami konkursowymi i dokonuje ich oceny na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3 Regulaminu,
- 3) W drodze indywidualnej oceny punktowej, o której mowa w pkt. 2), Kapituła Konkursu wybiera maksymalnie 15 kandydatów do Certyfikatu z najwyższą liczbą punktów, a następnie spośród nich w drodze wyboru jawnego, na podstawie kryteriów z § 3, wybiera, maksymalnie 10 kandydatów, którym przyznaje Certyfikaty POT,
- 4) Spośród pozostałych 5 kandydatów, którym nie przyznano Certyfikatów POT, Kapituła Konkursu może przyznać maksymalnie 3 wyróżnienia,
- 5) Spośród zgłoszonych do miana Złotego Certyfikatu POT produktów turystycznych, Kapituła Konkursu wybiera na podstawie kryteriów, o których mowa w § 3, 3 nominowane produkty turystyczne, a następnie, w drodze tajnego głosowania wybiera jeden produkt turystyczny, któremu nada miano – ZŁOTEGO CERTYFIKATU POT,
- 6) Sekretarz Kapituły Konkursu przygotowuje oficjalny protokół z wynikami, który będzie przedstawiony do wiadomości publicznej podczas Gali Wręczenia Certyfikatów POT, będącej podsumowaniem XIV edycji Konkursu z udziałem laureatów, gości, partnerów Konkursu oraz mediów.

§ 5

KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do II etapu Konkursu – ogólnopolskiego, produkty turystyczne ocenia Kapituła Konkursu, powołana przez Prezesa POT, 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 zarówno na poziomie regionalnym jak i ogólnopolskim zaproszeni zostaną eksperci w zakresie turystyki, budowy i promocji produktów turystycznych, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawiciele środowisk akademickich związanych z turystyką, przedstawiciele mediów oraz przedstawiciele izb branżowych. Wskazane jest, aby w składzie kapituły 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 mają prawo wyłonić jednego niezależnego przedstawiciela spośród wszystkich ROT, który będzie reprezentował Regiony w Kapitulce Konkursu na poziomie ogólnopolskim.
5. Tryb pracy Kapituły Konkursu na poziomie ogólnopolskim:
 - 1) Członkowie Kapituły Konkursu oceniają produkty turystyczne na podstawie kart ocen, za pośrednictwem aplikacji przygotowanej przez POT, w terminie wskazanym w § 7. Na podstawie ich indywidualnych ocen powstanie ranking 15 z największą liczbą punktów, który stanowić będzie podstawę do dalszej oceny. Lista ta zostanie przedstawiona na posiedzeniu Kapituły Konkursu,
 - 2) W przypadku, jeśli na miejscu 15 znajduje się więcej niż jeden kandydat z taką samą liczbą punktów, to głos decydujący co do wyboru jednego z nich przysługuje Przewodniczącemu Kapituły,
 - 3) Każdy członek Kapituły konkursu wybiera 10 kandydatów spośród wybranych 15 kandydatów, o których mowa w ust. 1 i 2.. Certyfikat POT przyznawany jest 10 kandydatom, którzy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu uzyskali największą liczbę punktów. W sytuacji, gdy po zsumowaniu głosów poszczególnych członków Kapituły Konkursu na miejscu 10 będzie kilku kandydatów z taką samą liczbą punktów to głos decydujący co do wyboru jednego z nich przysługuje Przewodniczącemu Kapituły,

- 4) Każdy członek Kapituły konkursu wybiera 1 kandydata spośród nominowanych do Złotego Certyfikatu POT 3 kandydatów. 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 ilość punktów to głos decydujący co do wyboru jednego z nich przysługuje Przewodniczącemu Kapituły Konkursu.
- 5) Każdy członek Kapituły konkursu może oddać 1 głos na 1 kandydata na danym etapie wybierania kandydata do Certyfikatów. Oddając swój głos na danego kandydata, członek Kapituły Konkursu uwzględnia kryteria, o których mowa w § 3 Regulaminu,
- 6) Kapituła Konkursu ma prawo w drodze głosowania, odstąpić od przyznania Złotego Certyfikatu POT, na uzasadniony i pisemny wniosek Członka Kapituły Konkursu,
- 7) 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,
- 8) Szczegółowy Regulamin prac Kapituły Konkursu zostanie przedstawiony wszystkim ROT w terminie poprzedzającym termin rozpoczęcia przyjmowania zgłoszeń do Konkursu Ogólnopolskiego.

§ 6

WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Etap I - regionalny

- 1) Podmioty biorące udział w etapie regionalnym, zgłaszają swoje kandydatury do ROT poprzez formularz zgłoszeniowy dostępny w aplikacji internetowej,
- 2) ROT zgłasza do etapu ogólnopolskiego maksymalnie 3 wybrane (wyselekcjonowane) produkty turystyczne do miana Certyfikatu (w tym jeden z nich do konkursu internetowego) oraz maksymalnie 1 produkt turystyczny do miana Złotego Certyfikatu. Łącznie liczba wszystkich zgłoszonych produktów turystycznych przez dany ROT nie może przekroczyć 4.

2. Etap II - ogólnopolski

Prawo zgłaszania produktów turystycznych do etapu II Konkursu przysługuje ROT po wcześniejszym przeprowadzeniu, wg swojego Regulaminu, etapu regionalnego w obrębie swoich regionów (województw), za pomocą formularza zgłoszeniowego dostępnego w aplikacji internetowej,

3. Prawo zgłaszania kandydatów do Konkursu o Złoty Certyfikat POT mają ROT-y.
4. 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. Formularz aplikacyjny należy wypełnić starannie, podając jak najwięcej informacji opisujących produkt turystyczny,
 - b) Rozpatrywane będą kandydatury, które dotrą do POT w wyznaczonym terminem, o którym mowa w § 7,
 - c) Regulamin znajduje się na stronach internetowych POT: www.konkurs.pot.gov.pl, www.pot.gov.pl, www.polskapodajdalej.pl,
 - d) Dodatkowych informacji udziela Koordynator Konkursu: Anna Książnik – Polska Organizacja Turystyczna, tel: 22 536-70-25, 22 536-70-70, e-mail: anna.ksieznik@pot.gov.pl.

§ 7

TERMINY

1. Etap I - regionalny:

Termin rozpoczęcie tego etapu – **27 czerwca 2016 r.**

Termin przyjmowania zgłoszeń od ROT przez POT drogą on-line – **do 4 listopada 2016 r.**

2. Etap II – ogólnopolski:

Okres trwania tego etapu – **od 5 listopada do 16 grudnia 2016 r.**

3. Gala wręczenia Certyfikatów – **17 lutego 2017 r.**, podczas targów Tour Salon w Poznaniu.

4. Terminy powyższe w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianie, o czym POT poinformuje, co najmniej z miesięcznym wyprzedzeniem.

§ 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 2017, o wartości nie mniejszej niż 100 000 PLN. Harmonogram działań przygotowawczych do kampanii zostanie opracowany przez POT w terminie 1 miesiąca od daty przyznania 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), zostaną włączone w wybrane działania promocyjne prowadzone przez POT na rynku krajowym oraz rynkach objętych działaniami Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej, na zasadach określonych przez POT, do końca roku kalendarzowego, w którym rozstrzygnięto Konkurs. POT może zdecydować o wydłużeniu tego terminu.
 3. Ponadto wszystkie produkty turystyczne wyróżnione Certyfikatem POT (w tym Certyfikat Internautów) oraz laureat Złotego Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej otrzymają zgodę na posługiwanie się logo Certyfikatu POT w swoich materiałach promocyjnych, na zasadach określonych przez POT i przekazanych laureatowi w dniu otrzymania Certyfikatu w formie zasad posługiwania się nim.

§ 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, jakie mogą powstać w związku ze zgłoszeniem.
3. Wypełnienie zgłoszenia jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego regulaminu.
4. Poprzez dokonanie zgłoszenia produktów turystycznych do Konkursu, uczestnik 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 jakiejkolwiek 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.
5. Decyzja Kapituły Konkursu jest ostateczna.

§ 10

INFORMACJE ORGANIZACYJNE

1. Zadania ROT-u biorącego udział w Konkursie w roli strategicznego Partnera:
 - 1) ROT po potwierdzeniu współpracy przy organizacji Konkursu komunikuje rozpoczęcie naboru zgłoszeń do lokalnej branży turystycznej, również nie będącej członkami ROT-u, oraz mediów danego regionu,
 - 2) Po zakończeniu Konkursu ROT monitoruje w swoim regionie produkty turystyczne, które zostały uhonorowane Certyfikatem. ROT informuje POT, o ewentualnym naruszeniu przez zarządcę produktu kryteriów „produktu turystycznego” lub wystąpienia innych nieprawidłowości.
2. Zadania POT:
 - 1) Koordynacja przeprowadzenia Konkursu (w tym konkursu internetowego),
 - 2) Relacjonowanie na łamach stron administrowanych przez POT przebiegu Konkursu,
 - 3) Wysyłanie do mediów w formie elektronicznych newsletterów informacji o produktach turystycznych,
 - 4) Stworzenie właściwych warunków pracy Kapituły, w szczególności umożliwienie jej członkom pełnego zapoznania się z ofertą wybranych produktów turystycznych wytypowanych do etapu ogólnopolskiego,
 - 5) Organizacja finałowej Gali wręczenia Certyfikatów,
 - 6) Przygotowanie i realizacja działań promocyjnych dla zdobywców Certyfikatów oraz Złotego Certyfikatu POT oraz Certyfikatu Internautów według zasad ustalonych przez POT.