

REGULAMIN

Konkursu na „Najlepsze Europejskie Destynacje” – (European Destinations of Excellence) - EDEN

(Edycja Polska)

§ 1

INFORMACJE OGÓLNE

1. Głównym organizatorem konkursu na Najlepsze Europejskie Destynacje – EDEN jest Komisja Europejska przy współdziałaniu Państw Członkowskich.
2. Destynacja turystyczna to obszar atrakcyjny dla odwiedzających, obejmujący zakwaterowanie, atrakcje turystyczne i usługi wspomagające. Może być określona za pomocą granic fizycznych, tematycznych lub administracyjnych i obejmować grupę charakterystycznych wyobrażeń i jakości, które dają jej tożsamość/rozpoznawalność marki. Destynacje powinny być miejscami, z którymi partnerzy turystyczni są w naturalny sposób powiązani i w ramach których możliwa jest współpraca.
3. Tematy przewodnie kolejnych edycji konkursu oraz podstawowe kryteria są ustalane przez Komisję Europejską przy współdziałaniu Państw Członkowskich.
4. Wybrany temat jest ściśle związany z poszczególnymi aspektami zrównoważonego rozwoju oraz umożliwia pokazanie wartości i różnorodności europejskich destynacji turystycznych.
5. Każde Państwo Członkowskie biorące udział w konkursie organizuje konkurs wewnętrzny, którego celem jest wybranie, w oparciu o ustalone kryteria, jednej destynacji i zgłoszenia jej do Komisji Europejskiej, która dokonuje weryfikacji prawidłowości przeprowadzenia wyboru .
6. W Polsce na poziomie krajowym organizatorem konkursu wewnętrznego - jest Polska Organizacja Turystyczna, zwana dalej POT, działająca we współpracy z Ministerstwem Sportu i Turystyki, zwanym dalej MSiT.
7. Przy wyłanianiu kandydatów POT współpracuje z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi, zwanymi dalej ROT.
8. POT, MSiT i ROT dbają o właściwą organizację, przebieg i wysoki poziom merytoryczny Konkursu.

§ 2

IDEA KONKURSU

1. Konkurs jest ważnym narzędziem realizacji takich celów polityki turystycznej Unii Europejskiej i Państw Członkowskich jak: zapewnienie zrównoważonego rozwoju turystyki, usuwania barier hamujących ten rozwój, zmniejszenie koncentracji czasowej i przestrzennej turystyki (promowanie miejscowości i obszarów oferujących atrakcje w okresach posezonowych oraz kierowanie ruchu turystycznego do mniej znanych miejscowości turystycznych); działanie na rzecz zacieśnienia współpracy między destynacjami wyłoniionymi w drodze konkursu (włączenie ich w sieć)
2. Konkurs ma na celu promowanie najlepszych wzorców zrównoważonego rozwoju turystyki, a także zwrócenie uwagi na:
 - atrakcyjność, różnorodność oraz wspólne cechy destynacji biorących udział w konkursie;
 - mniej znane miejscowości i obszary turystyczne, posiadające unikatowe atrakcje turystyczne;
 - możliwości organizowania wyjazdów turystycznych w okresach posezonowych i tym samym zmniejszenie negatywnych konsekwencji zjawiska sezonowości w turystyce;
 - usuwanie barier hamujących zrównoważony rozwój turystyki;
 - możliwość bardziej równomiernego rozmieszczenia ruchu turystycznego poprzez kierowanie jego strumieni do mniej znanych miejscowości i obszarów;
 - potrzebę wymiany dobrych praktyk, poprzez powiązanie destynacji biorących udział w konkursie w sieć i tym samym ułatwienie wymiany dobrych praktyk i informacji;
 - aktywizację i wskazanie możliwości rozwoju społeczno-gospodarczego destynacji, w tym budowę pozytywnego i rozpoznawalnego wizerunku, poprzez i dzięki rozwojowi turystyki, wykorzystującej endogenny potencjał obszaru;
 - włączenie polskich mniej znanych lub nieznanymi destynacji turystycznych w europejską sieć uznanych i rozpoznawanych obszarów turystycznych charakteryzujących się wyjątkowymi walorami dla dziedzictwa Europy;

- wzmocnienie znaczenia turystyki w wybranych destynacjach – zwiększenie zaangażowania różnorodnych podmiotów turystycznych w proces podnoszenia konkurencyjności produktów i atrakcji turystycznych występujących na danym obszarze przy zachowaniu ich unikatowego charakteru.
3. Szczegółowe informacje o kolejnej edycji Konkursu, w tym temat przewodni, kryteria oraz procedura przeprowadzenia konkursu wewnętrznego, będą podawane w komunikacie wydanym przez POT oraz w oficjalnych materiałach informacyjno-promocyjnych.

§ 3

KRYTERIA OCENY

1. Do udziału w Konkursie zakwalifikowane zostaną wyłącznie zgłoszenia respektujące ideę konkursu opisaną w § 2 niniejszego Regulaminu.
2. Zgłoszenia będą oceniane zgodnie z przyjętymi kryteriami stanowiącymi załącznik 1 do Regulaminu.

§ 4

PRZEBIEG KONKURSU

1. Informacje o konkursie – a w szczególności temat przewodni, konkursu, warunki uczestnictwa - są ogłaszane na stronach internetowych POT oraz MSiT (m.in. www.pot.gov.pl, www.msport.gov.pl).
2. Zawiadomienia o ogłoszeniu Konkursu są dodatkowo wysłane do ROT i innych partnerów drogą elektroniczną.
3. POT od chwili ogłoszenia rozpoczęcia Konkursu przyjmuje zgłoszenia uczestnictwa na kartach uczestnictwa za pośrednictwem ROT.
4. Jednostka przyjmująca zgłoszenie (ROT) dokonuje wstępnej weryfikacji formalnej zgłoszeń i przekazuje wszystkie zgłoszenia spełniające warunki określone w Regulaminie do POT-u wraz z listą odrzuconych zgłoszeń.
5. POT dokonuje oceny merytorycznej zgłoszeń (czy spełniają kryteria określone w regulaminie) i na tej podstawie dokonuje ich zakwalifikowania do konkursu. Wszystkie zakwalifikowane zgłoszenia POT przekazuje Sądowi Konkursowemu.
6. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje samorządom terytorialnym, regionalnym i lokalnym organizacjom turystycznym, instytucjom i

twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom i fundacjom turystycznym, przedsiębiorcom prywatnym, a także innym zainteresowanym podmiotom.

§ 5

SĄD KONKURSOWY

1. Zakwalifikowane do udziału w Konkursie destynacje turystyczne ocenia Sąd Konkursowy, powołany przez Prezesa POT, w porozumieniu z MSiT.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości niezbędnej do dokonania prawidłowej oceny zgłoszonych kandydatur, do udziału w pracach Sądu Konkursowego zapraszani są eksperci z zakresu problematyki objętej konkursem.
3. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Sądu Konkursowego dokonuje Prezes POT, po zasięgnięciu opinii MSiT, ROT oraz innych partnerów. Prezes POT podejmuje również decyzję o liczbie członków Sądu Konkursowego.
4. Pracami Sądu Konkursowego kieruje Przewodniczący wybierany na pierwszym posiedzeniu Sądu Konkursowego.
5. Zadaniem Sądu Konkursowego będzie dokonanie oceny zgłoszonych destynacji i wybór najlepszej. Przy dokonywaniu oceny i wyborze Sąd Konkursowy będzie stosował następujące zasady:
 - a) Stosowana będzie ocena punktowa zgłoszonych destynacji - zgodnie z punktacją określoną w warunkach zgłoszenia.
 - b) Tytuł najlepszej uzyska destynacja, która otrzymała największą liczbę punktów.
 - c) W przypadku równej liczby punktów o rozstrzygnięciu zadecyduje Przewodniczący Sądu Konkursowego.
6. W przypadku stwierdzenia rażąco niskiego poziomu zgłoszonej kandydatury Sądowi Konkursowemu przysługuje prawo wydania oceny negatywnej, co oznacza wyeliminowanie zgłoszenia z Konkursu.
7. Po zakończeniu oceny Sąd Konkursowy przygotowuje oficjalny protokół z wynikami, który jest podawany do wiadomości publicznej podczas oficjalnego rozstrzygnięcia Konkursu z udziałem laureatów, gości, partnerów Konkursu oraz mediów.
8. W protokole Sąd Konkursowy podaje liczbę punktów uzyskanych przez poszczególne destynacje zgłoszone do udziału w Konkursie.

§ 6

WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Podmiot zgłaszający wypełnia formularz zgłoszeniowy (Karta Zgłoszenia), który drogą elektroniczną i pocztową przesyła do ROT w terminie ustalonym w regulaminie. Formularz zgłoszeniowy stanowi załącznik nr 2 do niniejszego Regulaminu.
2. Każda kandydatura musi być zgłoszona na osobnym formularzu zgłoszeniowym, a także powinna zawierać fotografie oraz inne materiały potwierdzające spełnienie warunków konkursu. Formularz należy wypełnić starannie, podając jak największą ilość informacji opisowych.
3. W przypadku braków formalnych zgłoszenia ROT wzywa podmiot zgłaszający do uzupełnienia wniosku w wyznaczonym terminie pod rygorem niedopuszczenia do udziału w konkursie.
4. Wszystkie zgłoszenia spełniające warunki formalne ROT przesyła drogą e-mailową (email: eden@pot.gov.pl), a także drogą pocztową wraz z wszelkimi załącznikami (materiałami promocyjnymi) na adres siedziby POT: **Polska Organizacja Turystyczna, 00-613 Warszawa, ul. Chałubińskiego 8**, z dopiskiem na kopercie „EDEN 2009”, przy zachowaniu następujących wymagań:
 - a. Rozpatrywane będą zgłoszenia, które dotrą skutecznie do POT w wyznaczonym terminie w formie drukowanej i elektronicznej.
 - b. Regulamin oraz Karta Zgłoszenia znajdują się na stronie internetowej POT: www.pot.gov.pl
 - c. Dodatkowych informacji udziela koordynator Konkursu: Pani Dorota Zadrożna – Polska Organizacja Turystyczna, tel: 22 536-70-70, fax: 22 536-70-86, e-mail: dorota.zadrozna@pot.gov.pl lub eden@pot.gov.pl .

§ 7

TERMINY

1. Rozpoczęcie Konkursu: **3 marca 2009**
2. Termin przyjmowania zgłoszeń przez ROT drogą on-line i drogą pocztową: **15 marca-30 kwietnia 2009**
3. Termin przekazania zgłoszeń do POT: **9 maja 2009 r.**
4. Oficjalne rozstrzygnięcie: **czerwiec 2009 r.**

§ 8

NAGRODY

1. Nagrodą główną w Konkursie jest nominacja do etapu europejskiego konkursu. Komisja Europejska sprawdza prawidłowość przeprowadzenia konkursu na szczeblu krajowymi oraz zatwierdza wybór Sądu Konkursowego.
2. Zwycięzcy przysługuje prawo posługiwania się tytułem „Najlepsze Europejskie Destynacje - EDEN”, a także zostaje on włączony w sieć Najlepszych Europejskich Destynacji Turystycznych, promowanych m.in. za pośrednictwem europejskiego portalu Visit Europe.
3. Nagrodą dodatkową dla laureata oraz nominatów jest włączenie destynacji do działań promocyjnych POT w zakresie przewidzianym dokumentami strategicznymi oraz planem POT.

§ 9

INNE POSTANOWIENIA

1. Przesłane na Konkurs materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez POT i nie będą zwracane.
2. Złożenie podpisu na zgłoszeniu stanowi oświadczenie o przekazaniu majątkowych praw autorskich do załączonych materiałów i fotografii dla potrzeb POT w zakresie obrotu oryginałem – wprowadzaniem do obrotu, użyczeniem.
3. Złożenie podpisu jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego Regulaminu.
4. POT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współorganizacji innych niż wymienionych w Regulaminie partnerów instytucjonalnych, celem zapewnienia najwyższego poziomu merytorycznego Konkursu.
5. Partnerzy zobowiązują się do jak najszerszej dystrybucji informacji i promocji Konkursu, jako elementu wspólnych działań prowadzonych w ramach bieżącej współpracy.

Kryteria konkursu
na Najlepsze Europejskie Destynacje (EDEN)
– Edycja Polska

Kryteria podstawowe (podstawa dopuszczenia): aplikująca destynacja stanowi obszar, który spełnia łącznie wszystkie niżej wymienione kryteria:

- nie jest kojarzony przez turystów jako powszechnie znane miejsce uprawiania turystyki, rekreacji i wypoczynku - na poziomie regionu i kraju;
- obejmuje i wykorzystuje w zakresie turystyki, rekreacji i wypoczynku przyrodnicze tereny prawnie chronione, w tym obszary należące do sieci NATURA 2000;
- proponuje własną ofertę turystyczną przygotowaną zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju i w porozumieniu z władzami odpowiedzialnymi za ochronę przyrodniczą danego obszaru.

!!! UWAGA !!! Termin „*destynacja turystyczna*” nie jest związana z żadnymi uwarunkowaniami administracyjnymi (granicami gmin, powiatów, województw), lecz stanowi obszar terytorium Polski, na którym prowadzone są wspólne działania na rzecz rozwoju określonego produktu turystycznego w oparciu o obszary cenne przyrodniczo, zgodne z ww. kryteriami podstawowymi.

Kryteria szczegółowe (podstawa oceny):

Lp	Kryterium	Punktacja
I	Charakterystyka produktu turystycznego destynacji tworzonego w oparciu o walory obszarów chronionych	
1	Produkt turystyczny destynacji wykorzystujący walory obszarów chronionych. Wskaż główne walory obszaru chronionego wykorzystane do jego utworzenia (np. krajobraz, różnorodność biologiczna, woda itd.).	0-10
2	Główne grupy interesariuszy (np. władze lokalne, przedsiębiorcy, organizacje społeczne, społeczność lokalna) oraz ich rolę w proces tworzenia i rozwoju produktu (np. kto dokonuje oceny możliwości wykorzystania waloru dla potrzeb tworzenia i rozwoju produktu, kto uczestniczy w procesie tworzenia produktu turystycznego destynacji z wykorzystaniem tych walorów, kto dokonuje oceny wpływu turystyki na obszary chronione wykorzystane do tworzenia produktu, czy prowadzone są działania edukacyjne dla turystów i społeczności lokalnych dotyczące potrzeby właściwego korzystania z obszarów chronionych).	0-10
3	Główne grupy interesariuszy oraz ich rolę w procesie zarządzania i sprzedaży produktu (np. czy stworzono strukturę zarządzania w ramach której współpracują interesariusze zaangażowani w proces tworzenia produktu, jaka	0-10

	jest rola poszczególnych grup interesariuszy w działaniach marketingowych i sprzedaży).	
4	Dostępność destynacji (infrastruktura transportowa)	0-5
5	Rodzaj i jakość oferowanych usług (np. rodzaje i kategorie obiektów hotelarskich i gastronomicznych), w tym ułatwienia dla osób niepełnosprawnych.	0-5
6	Infrastruktura turystyczna (ścieżki rowerowe, punkty widokowe, szlaki turystyczne i ich oznakowanie) oraz jej dostępność dla osób niepełnosprawnych.	0-5
	Suma (max 45)	
II	Gospodarcze i społeczne znaczenie turystyki destynacji	
1	Znaczenie turystyki dla gospodarki regionalnej (np. czy prowadzone są badania mające na celu oszacowanie liczby turystów odwiedzających destynację oraz wpływów uzyskiwanych z ich obsługi, czy istnieją dane nt wykorzystania bazy noclegowej, gastronomicznej i uzupełniającej, czy prowadzone są badania mające na celu określenie znaczenia turystyki w gospodarce regionu).	0-5
2	Znaczenie turystyki dla lokalnej społeczności (np. czy odnotowano wzrost liczby miejsc pracy, zwiększanie się dochodów mieszkańców, powstanie nowych placówek kulturalnych, poprawę infrastruktury, czy zaobserwowano negatywne skutki rozwoju turystyki dla lokalnej społeczności np. komercjalizacja kultury, tradycji)	0-10
3	Zaangażowanie społeczności lokalnej w rozwój i ochronę destynacji (np. czy społeczność uczestniczy w procesie tworzenia i zarządzania produktem, a jeśli tak to w jaki sposób, czy podejmowane są działania mające na celu wzrost tego zaangażowania, a jeśli tak to jakie).	0-5
4	Ocena rozwoju turystycznego w oczach turystów (np. czy są prowadzone badania wśród turystów dotyczące oceny oferowanych usług oraz innych elementów wchodzących w skład produktu, a jeśli tak to czy i w jaki sposób wyniki te są wykorzystywane).	0-5
	Suma (max 25)	
III	Główne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju	
1	Czy opracowano strategię na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki oraz plan działania (jakie są jej cele i sposoby realizacji)?	0-5
2	Czy istnieją plany i strategie przewidujące tworzenie nowych produktów w oparciu o walory obszarów chronionych. Jeśli tak to jakie produkty planuje się stworzyć?	0-5

3	Czy w destynacji prowadzone są działania i inwestycje proekologiczne (np. gospodarowanie odpadami, zasobami naturalnymi, wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, czy respektowane są zasady zrównoważonego rozwoju przy rozbudowie infrastruktury, czy określono pojemność turystyczną, czy prowadzone są działania na rzecz zmniejszenia sezonowości popytu, poprawy jakości zatrudnienia – stanowiska całoroczne objęte ochroną socjalną itp)?	0-10
4	Czy prowadzone są działania mające na celu zachowanie i promocję kultury i tradycji lokalnej, a jeśli tak to jakie?	0-5
	Suma (max 25)	
IV	Działania marketingowe	
1	Sposoby informowania potencjalnych turystów o istnieniu destynacji (np. punkty informacji, wydawnictwa informacyjne, przewodniki, mapy).	0-5
2	Wykorzystanie Internetu dla promocji i rozpowszechniania informacji (np. strony www, dostępność językowa, internetowy system rezerwacji).	0-5
3	Sposoby promocji destynacji (np. reklama w internecie, tv, prasie, radiu, wydawnictwa promocyjne, udział w targach).	0-5
4	Czy organizowane są imprezy mające na celu przyciągnięcie turystów do destynacji (np. festyny, wystawy, koncerty itp)?	0-5
	Suma (max 20)	

Kryteria dodatkowe:

1. Spójność działań prowadzonych w zakresie zarządzania produktem turystycznym z polityką regionalną i krajową
2. wykorzystanie innowacji w rozwoju destynacji
3. Produkt turystyczny jako element promocji turystycznej na poziomie krajowym.



KARTA ZGŁOSZENIA
EDEN
KONKURS NA NAJLEPSZE EUROPEJSKIE DESTYNACJE
Edycja Polska

1. ZGŁASZAJĄCY

nazwa	
--------------	--

Ulica			
Kod		miastowość	
województwo			
nr telefonu		nr faxu	
strony www		e-mail	
Osoba do kontaktów			

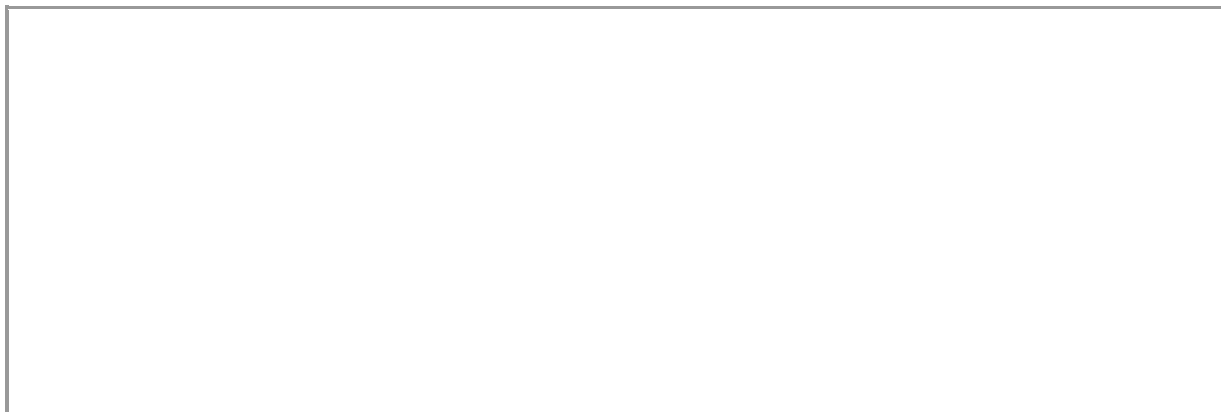
2. NAZWA DESTYNACJI

--

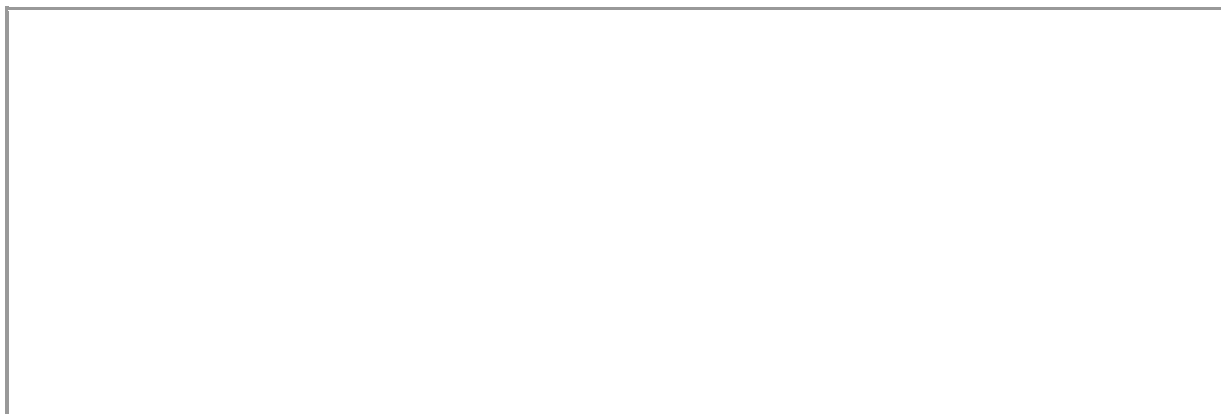
**3. CHARAKTERYSTYKA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO DESTYNACJI
TWORZONEGO W OPARCIU O WALORY OBSZARÓW CHRONIONYCH**



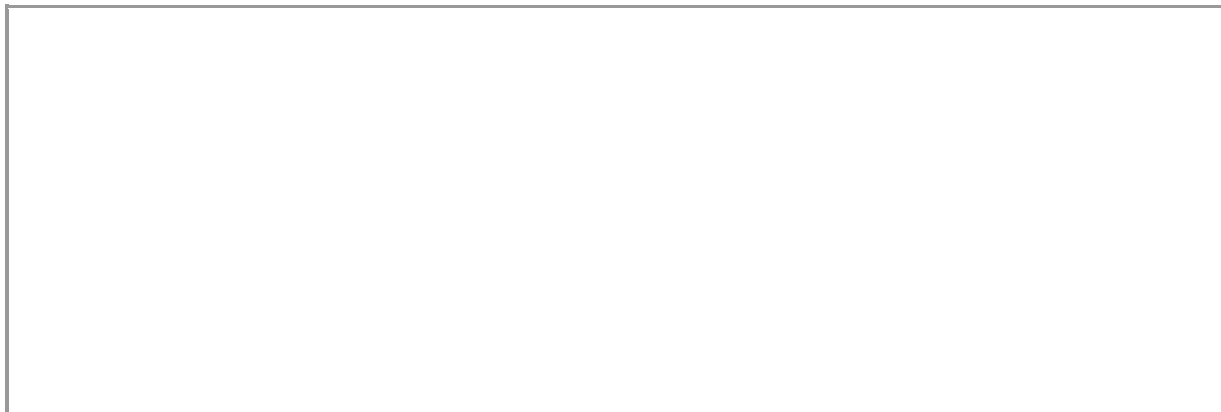
4. GOSPODARCZE I SPOŁECZNE ZNACZENIE DESTYNACJI



5. GŁÓWNE DZIAŁANIA NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



6. DZIAŁANIA MARKETINGOWE



7. SPÓJNOŚĆ DZIAŁAŃ PROWADZONYCH W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA PRODUKTEM TURYSTYCZNYM Z POLITYKĄ REGIONALNĄ I KRAJOWĄ



8. WYKORZYSTYWANIE INNOWACJI W ROZWÓJ DESTYNACJI



9. PRODUKT TURYSTYCZNY JAKO ELEMENT PROMOCJI TURYSTYCZNEJ NA POZIOMIE KRAJOWYM

10. MATERIAŁY DODATKOWE

W załączeniu przekazujemy następujące materiały dodatkowe:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby konkursu z zgodnie z przepisami Ustawy z dnia 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2002 r Nr 101, poz.926 z późn. zm.)

.....
Pieczęć zgłaszającego

.....
Pieczęć i podpis osoby odpowiedzialnej

.....
Miejsce i data zgłoszenia