

## REGULAMIN KONKURSU

### „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego 2019”

- etap regionalny konkursu -

### „Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej”

(XVII 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. Ochrona informacji

#### § 1

##### INFORMACJE OGÓLNE

1. Głównym organizatorem Konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego ‘2019’” jest Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną.
2. Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna, zwana dalej LROT, jest administratorem Konkursu oraz wyłącznym właścicielem praw do logo i nazwy Konkursu.
3. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje LROT, Lokalnym Organizacjom Turystycznym, samorządom terytorialnym i gospodarczym, instytucjom, twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom, fundacjom turystycznym, przedsiębiorcom prywatnym, a także organizatorom turystyki.
4. Partnerami Konkursu mogą być media ogólnopolskie, regionalne i lokalne oraz przedsiębiorstwa turystyczne posiadające ofertę przyjazdową do województwa lubelskiego.
5. Partnerzy zobowiązują się do jak najszerszej dystrybucji informacji i promocji Konkursu oraz laureatów, jako elementu wspólnych działań prowadzonych w ramach bieżącej współpracy.
6. LROT dba o właściwą organizację i wysoki poziom merytoryczny Konkursu.

#### § 2

##### IDEA KONKURSU

1. Konkurs ma na celu wyłonienie w danym roku kalendarzowym 2019, najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych w województwie lubelskim oraz ich promocję, a także wspieranie inicjatyw lokalnych, których efektem jest tworzenie nowych produktów turystycznych.
2. Wyłonionym w Konkursie produktem turystycznym zostaną przyznane w 2019 roku 3 nagrody i do 5-ciu wyróżnień.

### § 3

#### ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące produktu turystycznego, zgodnie z przyjętą przez Organizatora definicją 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 (obiektcie) mający 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 - obszar** – wewnątrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.
2. Po sprawdzeniu zgodności zgłoszenia z przyjętą definicją produktu turystycznego Kapituła przeprowadza ocenę merytoryczną zgłoszeń, wyrażoną w punktacji, na podstawie poniższych kryteriów:

KRYTERIA OCENY	Ocena
<p><b>Opis produktu</b></p> <p><i><b>Opisz produkt turystyczny i udowodnij jego zgodność z jedną z poniższych definicji</b></i>            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><b>Produkt turystyczny kategoria „szlak turystyczny”</b></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.</p>	
<p><i><b>Produkt turystyczny kategoria „miejsce” / „obszar”</b></i> (region, powiat, miejscowość) jest szczególnym, zdeterminowanym geograficznie, rodzajem produktu turystycznego. Jest to wewnątrznie 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 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 zająd podczas pobytu turysty.</p>	
<p><i><b>Produkt turystyczny kategoria „ impreza”</b></i> – to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez turoperatorów lub agentów najczęściej w postaci pakietu turystycznego. Przykładami tego typu produktów mogą być: wycieczki, wczasy, rajdy itp.</p>	
<p><i><b>Produkt turystyczny w kategorii „wydarzenie”</b></i> charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni. Typowa dla tego produktu jest niecodziennosc, wyjątkowosc a także cyklicznosc, 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><b>Produkt turystyczny „obiekt”</b> 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>Perspektywy dalszego rozwoju (jakie działania są planowane w celu dalszego rozwoju produktu (plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach)</b></p>	0-10
<p><b>Opis atrakcyjności produktu turystycznego z punktu widzenia turystów (mi.n. 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)</b></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</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>	0-5
<p><b>Wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji</b> 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</p>	0-5
<p><b>Gospodarcze, społeczne i ekonomiczne znaczenie produktu turystycznego dla rozwoju regionu</b> 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</p>	0-5
<p><b>Zgodność z kierunkami działania POT</b> 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, rowerów itp.</p>	0-5
<p><b>Opis podjętych działań promocyjnych</b> np. udział w projekcie „Polska Zobacz – Więcej Weekend za Pół Ceny”, reklama w TV, reklama w prasie, reklama w radiu, wydawnictwa promocyjne, udział w targach, internet, outdoor, eventy, działania PR, inne oryginalne formy promocji</p>	0-5
<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. ulotek, broszur i innych w postaci PDF. Prosimy o przesłanie materiałów, do których posiadacie Państwo prawa autorskie.</p>	0 – 10

<b>SUMA</b>	70
<b>Dodatkowe kryteria dla kandydata do Złotego Certyfikatu</b>	
<b>Twórcze rozwinięcie działalności produktu od otrzymania Certyfikatu POT</b> <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>	0-30
<b>ŁĄCZNA PUNKTACJA</b>	100

#### § 4

#### PRZEBIEG KONKURSU

1. Konkurs zostanie ogłoszony na stronach internetowych LROT : [www.lrot.pl](http://www.lrot.pl), [www.lubelskie.pl](http://www.lubelskie.pl), [www.lublintravel.pl](http://www.lublintravel.pl), [www.lubelskiatravel.pl](http://www.lubelskiatravel.pl)
2. Zawiadomienia o ogłoszeniu Konkursu zostaną dodatkowo rozesłane drogą elektroniczną oraz za pomocą poczty tradycyjnej.
3. Konkurs składa się z następujących etapów:
  - 1) LROT ogłasza rozpoczęcie 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,
  - 2) LROT prowadzi akcję informacyjną i przyjmuje zgłoszenia od uczestników Konkursu za pośrednictwem aplikacji konkursowej dostępnej na stronie [www.polskapodajdalej.pl](http://www.polskapodajdalej.pl),
  - 3) Kapituła powołana przez zarząd LROT dokonuje oceny otrzymanych zgłoszeń i wskazuje 3 produkty z całego regionu do udziału w ogólnopolskim konkursie na „Najlepszy produkt turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej”, prowadzonego przez POT, w tym jeden z nich do rankingu internetowego,
  - 4) LROT przeprowadzi głosowanie internautów na „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego ‘2019’”, który odbędzie się na odrębnych zasadach,
  - 5) Do etapu ogólnopolskiego, LROT wybiera i przesyła zgłoszenie jednego kandydata do miana Złotego Certyfikatu POT. Wybór jest dokonywany spośród dotychczasowych laureatów Certyfikatu POT według następujących zasad:
    - Złoty Certyfikatu POT będzie mógł uzyskać tylko ten produkt turystyczny, który otrzymał w latach ubiegłych Certyfikatu POT i następnie twórczo rozwinął swoją działalność,
    - Złoty Certyfikatu POT może być przyznany produktowi nie wcześniej niż po upływie 3 lat od daty otrzymania Certyfikatu POT.

## § 5

### KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do Konkursu produkty turystyczne ocenia Kapituła, powołana przez Zarząd LROT.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w podejściu do oceny zgłoszonych produktów turystycznych do udziału w pracach Kapituły zaproszeni zostaną eksperci w zakresie turystyki, budowy i promocji produktów turystycznych, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawiciele środowisk akademickich związanych z turystyką oraz przedstawiciele mediów publicznych.
3. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Kapituły, dokonuje Zarząd LROT, który podejmuje również decyzję o liczbie członków Kapituły.
4. Tryb podejmowania uchwał:
  - a) Kapituła dokona indywidualnego przyznania punktów wszystkich zgłoszeń oraz ich podsumowania. Ranking zgłoszeń stworzony na podstawie zsumowanej punktacji nadanej przez wszystkich członków Kapituły dla poszczególnych zgłoszeń i stanowić będzie podstawę do dalszej oceny. W ocenie przyjmuje się zasadę większości punktów.
  - b) Po dokonaniu oceny punktowej Kapituła w drodze głosowania dokona oceny zgłoszeń z najwyższą ilością punktów i przyzna maksymalnie pięć wyróżnień oraz wybierze trzech laureatów etapu regionalnego, którzy zostaną zgłoszeni do etapu ogólnopolskiego,
  - c) W przypadku równej liczby punktów lub oddanych głosów o rozstrzygnięciu zadecyduje Przewodniczący Kapituły Konkursu,
  - d) Kapituła może wybrać jeden produkt do Złotego Certyfikatu POT. Kapituła dokona oceny na podstawie ww. kryteriów, w formie indywidualnej oceny punktowej, a następnie w drodze głosowania, po uprzedniej prezentacji propozycji do Złotego Certyfikatu POT,
  - e) Kapituła ma prawo w drodze głosowania, odstąpić od wybrania kandydata do Złotego Certyfikatu POT, na wniosek Członka Kapituły.
5. W przypadku stwierdzenia przez przedstawicieli Kapituły rażąco niskiego poziomu zgłoszonego produktu lub nienależycie przygotowanych materiałów zgłoszeniowych (stwierdza LROT), Kapituła przysługuje prawo odstąpienia od oceny punktowej produktu, co oznacza wyeliminowanie zgłoszenia z Konkursu. O odrzuceniu zgłoszenia z Konkursu decyduje większość głosów członków Kapituły.

## § 6

### WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Podmioty biorące udział w etapie regionalnym, zgłaszają swoje kandydatury do LROT poprzez formularz zgłoszeniowy dostępny w aplikacji internetowej na [www.polskapodajdalej.pl](http://www.polskapodajdalej.pl).
2. LROT zgłasza do etapu ogólnopolskiego konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej” maksymalnie 3 wybrane produkty turystyczne do miana Certyfikatu (w tym jeden z nich do konkursu internetowego) oraz maksymalnie 1 produkt turystyczny do miana Złotego Certyfikatu.
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. Formularz aplikacyjny należy wypełnić starannie, podając jak największą ilość informacji opisujących produkt turystyczny
  - b) Rozpatrywane będą kandydatury, które dotrą do LROT w wyznaczonym terminie.
  - c) LROT dokonuje oceny merytorycznej zgłoszeń (czy spełniają kryteria określone w regulaminie) i na tej podstawie dokonuje ich zakwalifikowania do konkursu. Wszystkie zakwalifikowane zgłoszenia LROT przekazuje Kapitułę Konkursu.
  - d) Regulamin znajduje się na stronach internetowych [www.lrot.pl](http://www.lrot.pl).

Dodatkowych informacji udziela Beata Kuczmara – Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna, tel: 81/ 532 14 48, e-mail: [b.kuczmara@lrot.pl](mailto:b.kuczmara@lrot.pl)



## § 7

### TERMINY

Termin przyjmowania zgłoszeń przez LROT drogą on-line – do **29 sierpnia 2019 r.**

Termin rozstrzygnięcia etapu regionalnego – do **9 września 2019 r.**

Termin przekazania przez LROT zgłoszeń wybranych produktów do POT – do **10 września 2019 r.**

**Gala wręczenia nagród Laureatom – wrzesień-październik 2019 r.**

## § 8

### NAGRODY

1. Laureaci etapu regionalnego otrzymają nagrody rzeczowe oraz zostaną objęci działaniami promocyjnymi prowadzonymi przez LROT:
  - a) informacje w wybranych mediach lokalnych,
  - b) informacje na stronie internetowej [www.lrot.pl](http://www.lrot.pl), [www.lubelskietravel.pl](http://www.lubelskietravel.pl), [www.lublintravel.pl](http://www.lublintravel.pl), [www.lubelskie.pl](http://www.lubelskie.pl),
  - c) reklamę w wydawnictwach LROT,
  - d) prawo do posługiwania się tytułem „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego ‘2019’”.
2. Laureaci konkursu regionalnego otrzymają rekomendację LROT do kolejnego etapu konkursu, który przeprowadzi Polska Organizacja Turystyczna (maksymalnie 3 produkty).
3. Nagrodą główną w etapie ogólnopolskim Konkursu, ufundowaną przez POT dla produktu turystycznego, który został wyróżniony „Złotym Certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej”, będzie zrealizowanie przez POT krajowej kampanii promocyjnej w roku 2020, 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.
4. 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 następnego roku kalendarzowego. POT może zdecydować o wydłużeniu terminu.
5. Ponadto wszystkie produkty turystyczne, którym przyznane zostały Certyfikaty POT (w tym Certyfikat Internautów) oraz laureat Złotego Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej otrzymają zgodę na posługiwanie się logo Certyfikatu POT 2019 w swoich materiałach promocyjnych, na zasadach określonych przez POT.

## § 9

### INNE POSTANOWIENIA

1. Przesłane na Konkurs regionalny materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez LROT i nie będą zwracane.
2. Zgłaszający przejmuje od LROT 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 LROT niewyłącznej, nieodpłatnej i nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie przez LROT z utworów załączonych do produktu w szczególności zdjęć, filmów itp. Powyższa licencja obejmuje prawo do wykorzystania utworów w celach promocyjnych w ramach działalności statutowej LROT, w tym poprzez wprowadzenie 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 określona techniką egzemplarzy oraz w zakresie obrotu egzemplarzami, na których zostały utrwalone; użyczenia lub najmu egzemplarzy; wykorzystanie utworów lub ich dowolnych części do prezentacji.
5. Decyzja Kapituły jest ostateczna.

## § 10

### OCHRONA INFORMACJI

1. Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna stosuje zapisy Rozporządzenia 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 LROT, 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 ([do@lrot.pl](mailto:do@lrot.pl)). Jednakże brak zgody uniemożliwia rejestrację zgłoszenia i przeprowadzenie głosowania a z uwagi na charakter promocyjny nagród brak zgody powoduje, że LROT 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 Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Lublinie, ul. Jezuicka 1/3 ;
  - 2) administrator wyznaczył inspektora ochrony danych w Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, z którym można się kontaktować pod adresem [do@lrot.pl](mailto:do@lrot.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;
  - 6) dane osobowe laureatów Konkursu będą przechowywane przez okres 5 lat 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;

- 7)** 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;
- 8)** 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.\*