

## Regulamin Programu inkubacji i rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza

### SŁOWNIK POJĘĆ

**MARKA TURYSTYCZNA** – to nazwa, symbol lub znak graficzny, który oznacza i wyróżnia produkty turystyczne. Jej celem jest tworzenie atrakcyjnej obietnicy, łatwej identyfikacji, komercjalizacji oraz budowanie spójnego i wyróżniającego się doświadczenia.

Marka to nazwa, symbol lub znak graficzny używany do oznaczania i odróżniania produktów (w przypadku LIT produktów turystycznych).

#### **Marka turystyczna jako zasób niematerialny**

Marka turystyczna to wartość niematerialna, która wyraża unikalną tożsamość i atrakcyjność danego miejsca, stanowiąc podstawę budowy jego wizerunku oraz konkurencyjności.<sup>1</sup>

**PRODUKT TURYSTYCZNY** - to dobro, usługa, miejsce, wydarzenie lub idea związana z turystyką, które są oferowane na rynku i umożliwiają planowanie, odbywanie oraz przeżywanie podróży. W rozumieniu Programu inkubacji są to m. in.: turystyczny produkt sieciowy, szlak, miejsce (obszar), obiekt, impreza turystyczna lub wydarzenie.

**Produkt to każdy obiekt rynkowej wymiany oraz wszystko co może być oferowane na rynku (w przypadku LIT na rynku usług turystycznych. Produktem może być dobro materialne, usługa, miejsce, organizacja bądź idea.**

Produkt turystyczny to połączenie różnych dóbr materialnych, usług oraz walorów turystycznych, które razem tworzą ofertę umożliwiającą realizację określonych celów turystycznych przez konsumenta<sup>2</sup>.

Produkt turystyczny jako doświadczenie

---

<sup>1</sup> Buhalis D., Marketing the Competitive Destination of the Future, Tourism Management, 2000.

<sup>2</sup> Gołębowski G. (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa 2002.

Produkt turystyczny to zbiór materialnych i niematerialnych elementów, które w sposób zorganizowany dostarczają turystom określonego doświadczenia, spełniają ich oczekiwania oraz zaspokajają potrzeby związane z podróżą.<sup>3</sup>

**KOMERCJALIZACJA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO** - to przygotowanie do sprzedaży produktu turystycznego, która odpowiada na potrzeby wybranych grup turystów i dostarcza korzyści zgodnych z obietnicą marki, takich jak satysfakcja, emocje czy wyjątkowe przeżycia. W przypadku LIT oznacza to również opracowanie narzędzi niezbędnych do skutecznej sprzedaży produktu.

**Komercjalizacja produktu w przypadku LIT oznacza przygotowanie produktu do sprzedaży wraz ze wszystkimi narzędziami, które do sprzedaży muszą być wykorzystane.**

**TURYSTYCZNY PRODUKT SIECIOWY** - to zestaw produktów turystycznych, promowanych i sprzedawanych, który łączy jedna spójna koncepcja. Taki produkt opiera się na wspólnym wyróżniku (marce) i może być sprzedawany jako całość lub w zróżnicowanych zestawach produktów.

**Produkt sieciowy oznacza zestaw produktów które mogą być sprzedawane wspólnie.**

**SZLAK TURYSTYCZNY** – to trasa w przestrzeni turystycznej, która została wytyczona dla zwiedzających, prowadzącą do najbardziej atrakcyjnych miejsc (obiektów) z zachowaniem wielu przepisów, m.in. bezpieczeństwa turystów i ochrony środowiska.

**MIEJSCE (OBSZAR) TURYSTYCZNE** – to określony geograficznie, kulturowo lub administracyjnie spójny obszar o cechach lokalnej tożsamości np. miasto, region, gmina itp.

**OBIEKT TURYSTYCZNY** – to obiekt zagospodarowania przestrzennego, wykorzystywany do realizacji funkcji turystycznej: poznawczej, edukacyjnej, historycznej, noclegowej, gastronomicznej, rekreacyjnej, komunikacyjnej itd.

---

<sup>3</sup> Kotler P., Bowen J., Makens J., *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson, 2003.

**IMPREZA TURYSTYCZNA** – to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez touroperatorów lub agentów najczęściej w postaci pakietu turystycznego.

**WYDARZENIE** – to produkt turystyczny charakteryzujący się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni, może mieć charakter kulturalny, rekreacyjny, rozrywkowy, turystyczny, promocyjny itd.

## § 1

### POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Organizatorem „Programu inkubacji i rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza”, zwanego dalej „Programem”, jest Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, zwana dalej „MROT”.
2. Pod pojęciem „Inicjatywa turystyczna Mazowsza”, zwana dalej „Inicjatywą” należy rozumieć wszelką opartą na współpracy aktywność członków Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, zwanych dalej „Inicjatorami” zmierzającą do powstania i komercjalizacji markowego produktu turystycznego.
3. Pod pojęciem „Inkubacji inicjatyw turystycznych Mazowsza”, zwanej dalej „Inkubacją” należy rozumieć uczestnictwo zakwalifikowanej przez Komisję Oceniającą Inicjatywy do Programu i osiągnięcie założonych celów Inkubacji w zakresie określonym szczegółowo i indywidualnie dla Inicjatywy w Porozumieniu zawartym z MROT.
4. Program inkubacji i rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza jest działaniem w ramach Laboratorium Inicjatyw Turystycznych, które jest wdrażane przez MROT.
5. Udział w Programie dla zakwalifikowanych inicjatyw jest bezpłatny.

## § 2

### CELE PROGRAMU

1. Celem programu jest komercjalizacja nowopowstających oraz rozwój istniejących na Mazowszu inicjatyw turystycznych, czyli powstanie sprzedażowych produktów turystycznych.
2. Propagowanie idei wspólnoty kreatywnej, powstającej dzięki wiedzy ekspertów i doświadczeniu praktyków, która realizowana będzie poprzez działania o charakterze:
  - a) wspólnego tworzenia;
  - b) integrowania zasobów;
  - c) kreatywnego podejścia do wspólnych wyzwań;
  - d) współpracy partnerskiej pomiędzy wieloma podmiotami.
3. Poszerzenie wiedzy i rozwój kompetencji członków MROT w zakresie zarządzania, tworzenia produktów i komunikacji marketingowej marek turystycznych.
4. Promocja inicjatyw turystycznych Mazowsza.

## § 3

### WARUNKI PRZYSTĄPIENIA DO PROGRAMU

1. Do Programu mogą zgłosić się Inicjatywy turystyczne Mazowsza, które:
  - a) skupiają co najmniej 3 Inicjatorów, z których co najmniej 1 jest członkiem MROT nieposiadającym zaległości w obowiązujących go składkach na rzecz organizacji;
  - b) wśród Inicjatorów mają co najmniej 1 jednostkę samorządu terytorialnego lub 1 organizację pozarządową;
  - c) wśród inicjatorów jest co najmniej po 1 reprezentancie z dwóch sektorów: jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy lub inne instytucje (szkoły, uczelnie, instytuty, parafie itp.);
  - d) zostały zapoczątkowane nie dawniej niż 2 lata od terminu ogłoszenia naboru zgłoszeń do Programu lub jeśli powstały wcześniej zgłaszają nową propozycję

rozwoju produktu lub marki, który został określony w punkcie 4 niniejszego paragrafu.

2. Inicjatywa turystyczna musi mieć wskazanego Lidera, podmiot, który będzie odpowiedzialny za zgłoszenie do Programu, podpisanie Porozumienia z organizatorem Programu oraz zarządzanie Inicjatywą podczas procesu Inkubacji.

3. Liderem Inkubacji może zostać jedynie członek MROT.

4. Co najmniej dwóch inicjatorów, poza Liderem, musi określić w formularzu zgłoszeniowym swoją rolę w procesie inkubacji oraz zakres odpowiedzialności za konkretne zadania związane z realizacją inicjatywy. Każdy z wyznaczonych Inicjatorów będzie zobowiązany do aktywnego udziału w pracach projektowych i współpracy z Liderem oraz pozostałymi członkami zespołu w zakresie przypisanych zadań.

5. Inicjatywa turystyczna musi mieć na celu stworzenie marki, ale przede wszystkim komercjalizację produktu turystycznego m. in.: turystycznego produktu sieciowego, szlaku, miejsca (obszaru), obiektu, imprezy turystycznej lub wydarzenia.

6. Zgłoszenia do programu należy dokonać przy użyciu formularza zgłoszeniowego, którego wzór jest Załącznikiem do niniejszego regulaminu. Formularz w formie elektronicznej zostanie umieszczony na platformie on-line Google Forms.

7. Zgłoszenie do Programu należy przesłać w terminie zgodnym z harmonogramem Programu i określonym w ogłoszeniu o naborze. Ogłoszenie będzie zamieszczone na stronie internetowej [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl) oraz przesyłane członkom MROT. Wzór ogłoszenia o naborze do Programu jest Załącznikiem do Regulaminu.

## **§ 4**

### **KOMISJA OCENIAJĄCA**

1. Zgłoszenia do udziału w Programie podlegają ocenie Komisji powołanej przez Zarząd MROT składającej się z co najmniej 3 osób, pracowników merytorycznych MROT.

2. Pracami Komisji kieruje Przewodniczący.

3. Przewodniczący Komisji określa szczegółowy zakres i tryb działania Komisji w szczególności:

- a) Regulamin wewnętrzny Komisji;
- b) Członka odpowiedzialnego za ocenę formalną zgłoszeń;
- c) Liczbę Inicjatyw, które zostaną zakwalifikowane do Programu w danym roku;
- d) Liczbę punktów kwalifikujących Inicjatywy do etapu II oceny merytorycznej;
- e) Miejsce i zasady spotkania prezentacyjnego inicjatywy określonego w § 5 pkt. 9.

## § 5

### OCENA ZGŁOSZEŃ DO PROJEKTU

1. Zgłoszenia oceniane są pod względem formalnym i merytorycznym
2. Poprzez ocenę formalną rozumie się sprawdzenie, czy zgłoszenie do udziału w projekcie spełnia warunki opisane w § 3. Warunki przystąpienia do Programu.
3. Oceny formalnej dokonuje członek Komisji wyznaczony przez Przewodniczącego Komisji.
4. Jeśli zgłoszenie nie spełnia wymogów formalnych, nie jest oceniane pod względem merytorycznym.
5. Poprzez ocenę merytoryczną rozumie się:
  - a) W etapie I ocenę zgłoszeń dokonaną przez wszystkich członków Komisji na podstawie wypełnionego przez Lidera inicjatywy formularza zgłoszeniowego.
  - b) W etapie II ocenę prezentacji inicjatywy wybranych w etapie I.
6. Etap I - członkowie Komisji oceniać będą zgłoszenia przyznając punkty w arkuszu ocen za określone w formularzu kryteria dotyczące obszarów:
  - a) Zarządzania Inicjatywą, w tym liczba, rodzaj członków, określenie roli i zakresów odpowiedzialności (*od 0 do 15 pkt*);
  - b) Charakter Inicjatywy oraz jej potencjał w zakresie komercjalizacji i stworzenia marki (*od 0 do 10 pkt*);
  - c) Zgodność Inicjatywy ze Strategią Marki Województwa Mazowieckiego oraz Strategią Rozwoju Turystyki w Województwie Mazowieckim (*od 0 do 5 pkt*);

- d) Identyfikacji wyzwań i barier *(od 0 do 5 pkt)*;
- e) Określenia potrzeb w zakresie Inkubacji *(od 0 do 5 pkt)*;

7. Kwalifikacja Inicjatyw do etapu II następuje poprzez wybranie Inicjatyw, która uzyskały najwyższą wartość punktów po podsumowaniu arkusza ocen każdego z członków z Komisji.

8. Liczba punktów, które będą kwalifikowały Inicjatywy do etapu II będzie ustalana przez Komisję.

9. Etap II – członkowie Komisji oceniać będą prezentację Inicjatywy przez jej członków podczas spotkania prezentacyjnego przed Komisją w określonym w regulaminie wewnętrznym Komisji miejscu i czasie oraz o określonych tam zasadach.

10. W spotkaniu prezentacyjnym wymagana jest obecność co najmniej 3 reprezentantów 3 różnych wymaganych Regulaminem Inicjatorów .

11. Celem prezentacji jest przedstawienie w sposób spójny i zwięzły Inicjatywy a następnie odpowiedź na zadane przez Komisję pytania.

12. Członkowie Komisji oceniać będą prezentacje Inicjatyw przyznając punkty w arkuszu ocen (od 1 do 5 pkt.) za:

- a) jakość informacyjną prezentacji;
- b) jakość wizualną prezentacji;
- c) merytoryczność odpowiedzi na pytania członków Komisji.

13. Komisja po podsumowaniu ocen ogłosi ranking Inicjatyw z oznaczeniem tych, które w danym roku będą zakwalifikowane do Programu.

14. W przypadku uzyskania takiej samej liczby punktów przez dwie lub więcej Inicjatywy głos decydujący o wyborze należy do Przewodniczącego Komisji.

15. Zakwalifikowana do Programu Inicjatywa uzyska tytuł Inicjatywy Turystycznej Mazowska edycji 2025.

16. Od rozstrzygnięcia w ramach Programu nie przysługuje odwołanie.

## § 6

### **POROZUMIENIE O INKUBACJI**

1. Zakwalifikowana po ocenie Komisji Inicjatywa otrzymuje określony w ogłoszeniu o naborze zestaw świadczeń realizowanych przez MROT. Zestaw świadczeń zostaje uszczegółowiony na podstawie zgłoszenia, negocjacji oraz konsultacji z ekspertami a następnie określony w Porozumieniu o Inkubacji podpisanym z Liderem Inicjatywy.
2. Komisja przed podjęciem negocjacji z Inicjatywą nawiąże współpracę z odpowiednim dla niej ekspertem, który weźmie udział w negocjacjach i konsultacjach zakresu inkubacji prowadzących do podpisania Porozumienia. Forma współpracy MROT z ekspertem wybrana zostanie zgodnie z procedurami organizacji.
3. Porozumienie o Inkubacji określa:
  - a) Nazwę i charakter Inicjatywy ze wskazaniem jej Lidera i członków;
  - b) Role i zakresy odpowiedzialności członków Inicjatywy
  - c) Szczegółowy zakres uzgodnionych na podstawie zgłoszenia i negocjacji z MROT świadczeń w ramach Inkubacji;
  - d) Określenie kluczowych kamieni milowych i ogólnego Harmonogramu Inkubacji;
  - e) Formy współpracy i komunikacji pomiędzy Inicjatywą a MROT;
  - f) Sposób raportowania o postępach Inkubacji;
  - g) Wskaźniki efektu końcowego Inkubacji;
  - h) Zasady udzielania praw do wykorzystania utworów niezbędnych do realizacji procesu Inkubacji;
4. Zmiana zapisów Porozumienia w trakcie jego trwania może nastąpić na wniosek każdej ze stron po konsultacjach.

## § 7

### **ZAKRES ZESTAWU ŚWIADCZEŃ W RAMACH INKUBACJI**

1. Zakres rzeczowy zestawu świadczeń realizowanych przez MROT na rzecz zakwalifikowanej do Programu Inicjatywy będzie określany w ogłoszeniu o naborze do Programu w danym roku.



2. W ramach świadczeń możliwe są następujące formy działań:

- a) doradztwo opiekuna-eksperta w procesie realizacji Inkubacji określonego w Porozumieniu;
- b) doradztwo ekspertów w oczekiwanych przez Inicjatywę obszarach np. marka turystyczna, komercjalizacja produktu, marketing, sprzedaż, badania i analizy.
- c) uczestnictwo w organizowanych przez MROT szkoleniach, warsztatach i wyjazdach studyjnych na zasadach priorytetowych;
- d) organizacja study tour dla mediów lub touroperatorów na obszarze Inicjatywy;
- e) promocja Inicjatywy w kanałach MROT oraz partnerów medialnych;
- f) opracowanie i produkcja materiałów promocyjnych;
- g) inne ustalone uzgodnione świadczenia zatwierdzone na rok 2025 przez MROT.

## § 8

### POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Wypełnienie formularza zgłoszenia jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego Regulaminu.
2. W przypadku wystąpienia siły wyższej MROT zastrzega sobie prawo do niewypełniania zobowiązań zawartych w regulaminie bądź wypełniania ich w innym terminie.
3. MROT zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w regulaminie Programu i zobowiązuje się do zamieszczenia zmian na stronie internetowej Programu.

## § 9

### KLAUZULA INFORMACYJNA

1. Administratorem podanych w zgłoszeniu do Programu danych osobowych jest Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, ul. Nowy Świat 27/2, 00-029 Warszawa, z którym można kontaktować się listownie lub poprzez adres e-mail: [biuro@mrot.pl](mailto:biuro@mrot.pl). Pod powyższymi adresami można kontaktować się we wszystkich sprawach dotyczących przetwarzania danych osobowych oraz korzystania z praw związanych z przetwarzaniem danych.

2. Zebrane dane osobowe będą przetwarzane:
  - 1) w związku ze zgłoszeniem i kwalifikacją do Programu inkubacji i rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza na warunkach określonych w niniejszym Regulaminie – podstawą prawną przetwarzania danych jest art. 6 ust. 1 lit. f RODO – prawnie uzasadniony interes;
  - 2) w celu informowania o organizowanych przez MROT wydarzeniach związanych z Programem – podstawą prawną przetwarzania danych jest art. 6 ust. 1 lit. f RODO – prawnie uzasadniony interes.
3. Dane osobowe będą przetwarzane w okresie trwania procedury oceny zgłoszeń do Programu, w okresie realizacji procesu Inkubacji określonego w Porozumieniu oraz po jego ustaniu przez okres 6 lat na potrzeby archiwizacyjne.
4. Odbiorcami Państwa danych osobowych będą wyłącznie podmioty uprawnione do uzyskania danych osobowych tylko na podstawie przepisów prawa, realizowanych umów cywilnoprawnych oraz podmioty przetwarzające.
5. Każda osoba ma prawo dostępu do swoich danych, ich sprostowania, usunięcia, oraz ograniczenia przetwarzania. W przypadku celów przetwarzania opartych na prawnie uzasadnionym interesie każda osoba ma prawo do wniesienia sprzeciwu na ich przetwarzanie.
6. W przypadku stwierdzenia, że przetwarzanie danych osobowych następuje z naruszeniem przepisów prawa przysługuje Państwu prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych (na adres: ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa).
7. Podanie danych osobowych w zgłoszeniu deklaracji członkowskiej w celach określonych w punkcie 2.1 jest obowiązkowe ze względu na wymogi wynikające z Prawa o stowarzyszeniach. Ich niepodanie uniemożliwi skuteczne zgłoszenie Inicjatywy do Programu traktowane jako realizację praw i obowiązków członka. W pozostałym zakresie podanie danych jest dobrowolne, ale ich niepodanie uniemożliwi komunikację z członkiem MROT w celu określonym w pkt 2.2.
8. Dane osobowe nie będą przekazywane do państw trzecich, na podstawie szczególnych regulacji prawnych, w tym umów międzynarodowych.

9. Dane nie będą przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w tym również w formie profilowania.