## Załącznik nr 1

## do Regulaminu Projektu „Polskie Marki Turystyczne”

## FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY DO UDZIAŁU W PROJEKCIE „POLSKIE MARKI TURYSTYCZNE”

**DANE KONTAKTOWE:**

**Nazwa podmiotu wnioskującego:**

………………………………………………………………………………………………

*(200 znaków)*

**Forma organizacyjna podmiotu wnioskującego:**

………………………………………………………………….

**Adres podmiotu wnioskującego:**

………………………………………………………………………………………………

*(200 znaków)*

**Imię i nazwisko osoby do kontaktu:**

………………………………………………………………………………………………

*(200 znaków)*

**Numer telefonu osoby do kontaktu:**

………………………………………………………………………………………………

*(200 znaków)*

**Adres e-mail osoby do kontaktu:**

………………………………………………………………………………………………

*(200 znaków)*

**WYMOGI FORMALNE**

1. **Oświadczam, że podmiot wnioskujący jest uprawniony do udziału w Projekcie „Polskie Marki Turystyczne” – edycja 2021, zgodnie z § 4 ust. 1 Regulaminu Projektu.**

***Dodaj załącznik:*** *odpis z KRS, wydruk ze strony internetowej KRS lub inny dokument stanowiący o podstawie działalności podmiotu wnioskującego.*

1. **Oświadczam, iż zgodnie z zapisami Regulaminu PMT**  jednym z celów lub zadań statutowych podmiotu wnioskującego jest działalność w sferze turystyki.

***Dodaj załącznik (statut)***

1. ***Oświadczam, że osoba podpisująca potwierdzenie zgłoszenia udziału w projekcie „Polskie Marki Turystyczne” jest uprawniona do składania oświadczeń woli za podmiot wnioskujący.***

***Dodaj załącznik*** *(pełnomocnictwo lub inny dokument je*żeli umocowanie osoby podpisującej zgłoszenie nie wynika z innych dokumentów niż KRS lub innego dokumentu stanowiącego o podstawie działalności podmiotu*).*

**ZAKRES MARKI TURYSYCZNEJ:**

1. **Nazwa marki turystycznej:**

(nazwa powinna być: wyrazista, jednoznaczna, niezmienna, odnosząca się do nazw geograficznych, niepowtarzalna).

………………………………………………………………………………………........

………………………………………………………………………………………........

*(200 znaków)*

1. **Geograficzny zasięg marki turystycznej:**

***Dodaj załącznik (****grafika przedstawiająca obszar marki)*

1. **Proszę wskazać dominujący typ turystyki dla marki turystycznej** *(1 odpowiedź)***.**

☐turystyka aktywna;

☐turystyka miejsko-kulturowa (w tym city-break);

☐turystyka przyrodnicza;

☐turystyka religijna (pielgrzymkowa);

☐turystyka wiejska

☐turystyka wypoczynkowa

☐turystyka zdrowotna (uzdrowiskowa, spa &wellness, medyczna);

1. **Atrakcje:**

(Proszę wybrać motywy przewodnie z listy dostępnej poniżej lub wskazać inne *(łącznie nie więcej niż 6; motywy mogą być również bardziej szczegółowe, charakterystyczne dla danego regionu, np. Chopin, żubry, gęsina itp.)*)

☐zabytki archeologiczne;

☐aquaparki, termy;

☐fortyfikacje i twierdze;

☐gastronomia/kulinaria/spożywcze produkty regionalne;

☐atrakcje geologiczne/formacje skalne;

☐muzea/sztuka;

☐parki rozrywki/tematyczne/edukacyjne;

☐plażowanie, pływanie/kąpiele;

☐atrakcje podziemne/jaskinie/kopalnie;

☐obserwacja przyrody/zwierząt;

☐ścieżki i szlaki rowerowe;

☐skanseny/folklor;

☐wydarzenia oraz służące im obiekty (hale, sale kongresowe)

☐zabytki techniki i przemysłu;

☐I wojna światowa;

☐II wojna światowa;

☐wydarzenia kulturalne i muzyczne;

☐zamki i pałace;

☐życie nocne/imprezy;

☐kultura grup etnicznych lub narodowości

☐inne? – proszę wpisać

1. **Proszę wskazać, czy w obrębie marki turystycznej znajdują się:**

☐obiekty z listy światowego dziedzictwa UNESCO;

☐ obiekty wpisane przez Prezydenta RP na listę Pomników Historii;

☐produkty turystyczne z certyfikatem POT,

☐inne międzynarodowe sieci turystyczne;

☐ certyfikowane punkty informacji turystycznej

☐ nie występują

*(lista rozwijana, dynamiczne wyszukiwanie)*

1. **Proszę określić planowaną siłę oddziaływania marki turystycznej:**

☐globalna

☐europejska

☐transgraniczna

☐krajowa

☐regionalna

☐lokalna

1. **Proszę opisać kapitał marki:**

*Skojarzenia (zbiór pozytywnych i negatywnych cech marki przypisywanych przez turystę):*

*………………………………………………………………………………………………………………*

*Osobowość (cechy przymiotnikowe – jaka byłaby marka gdyby była człowiekiem)*

*…………………………………………………………………………………………………………………..*

*Korzyści funkcjonalne (co dzięki marce zrobię), emocjonalne (wrażenia i doświadczenia), symboliczne (kim będę dzięki marce):*

*………………………………………………………………………………………………………………………*

**ORGANIZACJA I ZARZĄDZANIE MARKĄ TURYSTYCZNĄ (część punktowana)**

1. **Czy podmiot zarządzający/właściciel marki turystycznej jest Lokalną Organizacją Turystyczną (0-2 pkt)**

☐ tak

☐ nie

1. **Podmioty współpracujące w ramach marki turystycznej: (0-2 pkt)**

☐publiczne, ile?.............………..

☐prywatne, ile?...........................

1. **Czy marka turystyczna jest wpisana do aktualnej strategii rozwoju województwa? (0-2 pkt)**

(w przypadku opracowanej strategii, prosimy o jej dołączenie)

☐tak; (proszę podać rok opracowania: ………….. (*4 znaki; lista rozwijana*))

☐nie

*(miejsce na załącznik)*

1. **Czy podmiot zarządzający marką turystyczną posiada wyodrębniony budżet? (0-1 pkt)**

☐tak, (proszę opisać wysokość finansowania bez uwzględnienia środków przyznawanych na realizację zadań publicznych)

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

*(3000 znaków)*

☐nie

1. **Czy podmiot zarządzający marką turystyczną posiada dedykowanych pracowników? (0-2 pkt)**

☐tak, (proszę opisać liczbę, wymiar etatu oraz ramowy zakres zadań)

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

*(3000 znaków)*

☐nie

1. **Proszę opisać zakres i zasady współpracy podmiotu zarządzającego marką turystyczną z zarządcami lokalnych produktów turystycznych ~~marki~~: (0-5 pkt)**

(częstotliwość spotkań, szkolenia, przepływ informacji, prezentacja/sprzedaż oferty poprzez kanały komunikacyjne marki).

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

*(3000 znaków)*

1. **Czy dla marki turystycznej została opracowana strategia marketingowa? (0-2pkt)**

(w przypadku opracowanej strategii, prosimy o jej dołączenie)

☐tak; (proszę podać rok opracowania: ………….. (*4 znaki; lista rozwijana*))

☐nie

*(miejsce na załącznik)*

1. **Czy dla marki turystycznej w ostatnich 2 latach zostały przeprowadzone badania wizerunku marki? (0-2 pkt)**

(w przypadku prowadzonych badań, prosimy o dołączenie raportu z badań)

☐tak

☐nie

*(miejsce na załącznik)*

**DOSTĘPNE USŁUGI DLA TURYSTÓW**

1. **Dostępność komunikacyjna. Proszę podać i krótko opisać dostępne formy dotarcia do regionu turystycznego transportem publicznym. (0-3 pkt)**

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

(3000 znaków)

1. **Transport publiczny wewnątrz regionu turystycznego. Proszę opisać dostępne formy transportu publicznego (trasy, częstotliwość, możliwość dotarcia do miejsc atrakcyjnych turystycznie): (0-3 pkt)**

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

(3000 znaków)

1. **Czy w regionie turystycznym funkcjonuje karta turysty? Jeśli tak, wskazać, w jakich obszarach funkcjonuje: (0-5 pkt)**

☐transport publiczny

☐wstęp do atrakcji turystycznych

☐usługi gastronomiczne

☐usługi dodatkowe (np. kolejki górskie)

☐ inne:jakie?......................................................................................................

☐ nie funkcjonuje

*(200 znaków + miejsce na załącznik)*

1. **Czy marka turystyczna prowadzi certyfikację usług? Jeśli tak, to w jakim obszarze? (0-7 pkt)**

☐usługi noclegowe (np. przystosowanie do obsługi turystyki aktywnej)

☐usługi gastronomiczne (np. podające regionalne potrawy)

☐rękodzieło

☐wypożyczalnie sprzętu turystycznego/sportowego

☐lokalne biura podróży/organizatorzy

☐lokalni przewodnicy turystyczni/górscy

☐inne; jakie?...................................................................................................................

☐ marka nie prowadzi certyfikacji usług

*(500 znaków)*

1. **Usługi noclegowe. Czy marka wspiera w promocji ofertę noclegowa jedynie spełniającą warunki wynikające z ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych? (0-1 pkt)**

☐ tak

☐ nie

1. **Czy w marka turystyczna promuje na swoich stronach internetowych i w social mediach możliwość realizacji płatności za pomocą Polskiego Bonu Turystycznego? (0-1 pkt)**

☐ tak

☐ nie

1. **Czy na terenie marki turystycznej występują atrakcje dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami: (0-7 pkt)**

☐ przewodniki i mapy w alfabecie Braille’a;

☐ objaśnienia w języku migowym;

☐ atrakcje kulturalne takie jak np. muzea dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami;

☐ dostosowane ścieżki/chodniki;

☐ dostosowane środki transportu na terenie marki;

☐ dostosowane szlaki turystyczne;

☐ inne/jakie? …………………………………………………………………....................

☐ nie występują

1. *znaków)*

**SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU (CSR)**

1. **Czy marka stosuje CSR? (0-5 pkt)**

☐ tak, (**proszę opisać podejmowane działania):**

………………………………………………………………………………………........

(500 zna*ków)*

☐ nie

**MARKETING/INFORMACJA/KOMUNIKACJA**

1. **Proszę określić, z jakich narzędzi marketingowych korzysta marka turystyczna. (0-20)**

☐pełny system identyfikacji wizualnej marki (*miejsce na załącznik*)

☐logotyp marki turystycznej (*miejsce na załącznik*)

☐strona internetowa; (*proszę podać adres )* ..................................................................................................................

*(100 znaków)*

☐strona internetowa; (*proszę podać dostępne wersje językowe inne niż polska oraz adresy www*)

..................................................................................................................

*(500 znaków)*

☐profil na portalu społecznościowym Facebook

☐profil na portalu Instagram

☐baza zdjęć z prawami autorskimi; (*proszę podać orientacyjną liczbę zdjęć oraz link do bazy*)

☐baza filmów video z prawami autorskimi; (*proszę podać orientacyjną liczbę i długość filmów oraz link do bazy*)

☐inne/jakie?.....................................................................................................................

*(100 znaków)*

☐publikacje (proszę o załączenie materiałów, które wydaje i dystrybuuje region turystyczny)

przewodniki; (*miejsce na załącznik*)

mapy; (*miejsce na załącznik*)

ulotki; (*miejsce na załącznik*)

pamiątki; (*miejsce na załącznik*)

inne; (*miejsce na załącznik*)

1. **Poziom komercjalizacji marki turystycznej. Gdzie jest dostępna oferta marki : (0-5)**

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

(3000 znaków)

1. **Jakie działania są podejmowane, aby wydłużyć sezon turystyczny?** **(0-5)**

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

1. znaków)

**DZIAŁANIA NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU:**

1. **Czy prowadzone są działania mające na celu zachowanie i promocję kultury oraz lokalnych tradycji? Jeśli tak, proszę opisać.(0-5 pkt)**

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

*(500 znaków)*

1. **Czy wdrażane są rozwiązania proekologiczne? (0-5 pkt)**

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

……………………………………………………………………………………….......

1. *znaków)*

**ZAŁĄCZNIKI**

1. **Rekomendacja ROT:**

(*miejsce na załącznik*)

1. **Potwierdzenie zgłoszenia do udziału w projekcie podpisane przez osoby uprawnione do reprezentacji podmiotu wnioskującego:**

(*miejsce na załącznik*)

1. **Oświadczenie o udzieleniu licencji niewyłącznej - załącznik nr 2 do Regulaminu**