

REGULAMIN
Konkursu na „Najlepsze Europejskie Destynacje” – EDEN 2017
(Edycja Polska)
Temat: **Turystyka kulturowa**

INFORMACJE OGÓLNE

1. Głównym organizatorem Konkursu na Najlepsze Europejskie Destynacje – EDEN jest Komisja Europejska przy współudziale 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 podmioty prowadzące działalność turystyczną 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 współudziale 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, usuwanie 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 wyłonionymi w drodze konkursu (włączenie ich do sieci).
2. Konkurs ma na celu promowanie najlepszych wzorców zrównoważonego rozwoju turystyki, a także zwrócenie uwagi na:
 1. atrakcyjność, różnorodność oraz wspólne cechy destynacji biorących udział w Konkursie;
 2. mniej znane miejscowości i obszary turystyczne, posiadające unikatowe atrakcje turystyczne;
 3. możliwość organizowania wyjazdów turystycznych w okresach posezonowych i tym samym zmniejszenie negatywnych konsekwencji zjawiska sezonowości w turystyce;
 4. usuwanie barier hamujących zrównoważony rozwój turystyki;
 5. możliwość bardziej równomiernego rozmieszczenia ruchu turystycznego poprzez kierowanie jego strumieni do mniej znanych miejscowości i obszarów;
 6. potrzebę wymiany dobrych praktyk, poprzez powiązanie destynacji biorących udział w konkursie w sieć i tym samym ułatwienie wymiany dobrych praktyk i informacji;

7. aktywizację i wskazanie możliwości rozwoju społeczno-gospodarczego destynacji, w tym budowę pozytywnego i rozpoznawalnego wizerunku, poprzez i dzięki rozwojowi turystyki, wykorzystującej endogenny potencjał obszaru;
8. włączenie polskich mniej znanych lub nieznanymi destynacji turystycznych w europejską sieć uznanych i rozpoznawanych obszarów turystycznych charakteryzujących się wyjątkowymi walorami dla dziedzictwa Europy;
9. 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.
10. stymulowanie konkurencyjności MŚP na rynku turystycznym poprzez wprowadzenie nowego produktu o wysokiej jakości marki.
11. uruchomienie lepszego wsparcia ze strony krajowych i regionalnych komitetów turystycznych na szczeblu lokalnym oraz zwiększenie inwestycji sektora prywatnego w miejsca przeznaczenia, a także wzbudzenie poczucia dumy ze społeczności lokalnej, co doprowadzi do entuzjazmu dla dalszej poprawy oferty turystyki zrównoważonej.

§ 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, ogłaszane są na stronach internetowych POT oraz MSiT (m.in. www.pot.gov.pl, www.edenpolska.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 za pomocą aplikacji konkursowej.
4. POT ma możliwość dokonania oceny merytorycznej zgłoszeń i na tej podstawie dokonuje ich zakwalifikowania do Konkursu. Wszystkie zakwalifikowane zgłoszenia POT przekazuje Kapitułę Konkursu poprzez aplikację konkursową.
5. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje Regionalnym Organizacjom Turystycznym, samorządom terytorialnym, Lokalnym Organizacjom Turystycznym, instytucjom i twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom i fundacjom, przedsiębiorcom prywatnym, a także innym zainteresowanym podmiotom.

§ 5

SĄD KONKURSOWY

1. Pracami Kapituły Konkursowej kieruje Przewodniczący.
2. Zakwalifikowane do udziału w Konkursie destynacje turystyczne ocenia Kapituła Konkursowa, powołana przez Prezesa POT.
3. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości niezbędnej do dokonania prawidłowej oceny zgłoszonych kandydatur, do udziału w pracach Kapituły Konkursowej zapraszani są eksperci z zakresu problematyki objętej konkursem.

4. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Kapituły Konkursowej dokonuje Prezes POT. Prezes POT podejmuje również decyzję o liczbie jej członków oraz wybiera przewodniczącego Kapituły.
5. Zadaniem Kapituły Konkursowej będzie dokonanie oceny zgłoszonych destynacji i wybór najlepszej. Przy dokonywaniu oceny i wyborze Kapituła Konkursowa będzie stosowała następujące zasady:
 - a) Ocena punktowa zgłoszonych destynacji - zgodnie z punktacją określoną w warunkach zgłoszenia.
 - b) Tytuł Zwycięzcy uzyska destynacja, która otrzymała największą liczbę punktów.
 - c) W przypadku równej liczby punktów o rozstrzygnięciu zadecyduje Przewodniczący Kapituły Konkursowej.
6. W przypadku stwierdzenia rażąco niskiego poziomu zgłoszonej kandydatury Kapituła Konkursowej przysługuje prawo wydania oceny negatywnej, co oznacza wyeliminowanie zgłoszenia z Konkursu.
7. Po zakończeniu oceny Kapituła Konkursowa przygotowuje protokół z wynikami, który jest podawany do wiadomości publicznej podczas oficjalnego rozstrzygnięcia Konkursu z udziałem laureatów, gości, partnerów Konkursu oraz mediów.
8. W protokole Sekretarz podaje liczbę punktów uzyskanych przez poszczególne destynacje zgłoszone do udziału w Konkursie.

§ 6

WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Podmioty biorące udział w Konkursie przesyłają swoje zgłoszenia do POT poprzez formularz zgłoszeniowy dostępny w aplikacji internetowej znajdującej się na stronie internetowej pod adresem www.edenpolska.pl
2. Każda kandydatura musi być zgłoszona na osobnym formularzu zgłoszeniowym, a także powinna zawierać fotografie oraz inne materiały potwierdzające spełnienie warunków Konkursu.
3. Formularz zgłoszeniowy stanowi załącznik do niniejszego Regulaminu.
4. Regulamin oraz Formularz Zgłoszeniowy znajdują się na stronie internetowej www.edenpolska.pl
5. Informacji na temat Konkursu udziela koordynator Konkursu: Pani Anna Książnik – Polska Organizacja Turystyczna, tel: 22 536-70-25, fax: 22 536-70-86, e-mail: anna.ksieznik@pot.gov.pl lub eden@pot.gov.pl

§ 7

TERMINY

1. Rozpoczęcie Konkursu: **16 maja 2017 r.**
2. Termin przyjmowania zgłoszeń drogą on-line: **11 czerwca 2017 r.**
3. Zakończenie prac Kapituły Konkursowej i wybór laureatów: **20 czerwca 2017 r.**
4. Oficjalna gala rozdania nagród: **28 czerwca 2017 r.**
5. Terminy powyższe w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianie, o czym POT poinformuje, co najmniej z tygodniowym wyprzedzeniem.

§ 8

NAGRODY

1. Komisja Europejska sprawdza prawidłowość przeprowadzenia Konkursu na szczeblu krajowym oraz zatwierdza wybór Kapituły Konkursowej.
2. Zwycięzcy Konkursu, a także destynacjom wyróżnionym, przysługuje prawo posługiwania się tytułem „Najlepszej Europejskiej Destynacji EDEN”, a także zostają oni włączeni w sieć Najlepszych Europejskich Destynacji Turystycznych, promowanych m.in. za pośrednictwem

portalu narodowego www.polska.travel oraz portalu poświęconego konkursowi www.edenpolska.pl.

3. Nagrodą dodatkową dla Zwycięzcy oraz wyróżnionych destynacji jest włączenie do działań promocyjnych POT w zakresie przewidzianym w dokumentach strategicznych oraz planie POT, a w szczególności:
 - kampania promocyjna w Internecie,
 - promocja w mediach branżowych i konsumenckich,
 - udział w imprezach promocyjnych organizowanych przez Polską Organizację Turystyczną w kraju i za granicą,
 - przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych,
 - rekomendacja przez POT wśród przedsiębiorstw turystycznych prowadzących turystykę przyjazdową do Polski, zrzeszonych w Forum Turystyki Przyjazdowej,
 - rekomendacja przez Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej za granicą, wśród potencjalnych turystów,
 - udział w konferencjach /warsztatach, służących wymianie dobrych praktyk w sieci Najlepszych Europejskich Destynacji Turystycznych
- na zasadach określonych przez POT.

§ 9

INNE POSTANOWIENIA

1. Przesłane na Konkurs materiały i dokumentacja zostaną odpowiednio zabezpieczone przez POT i nie będą zwracane Zgłaszającym.
2. Poprzez dokonanie zgłoszenia destynacji do Konkursu, zgłaszający udziela POT niewyłącznej, nieodpłatnej i nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie przez POT z utworów załączonych do zgłoszenia w szczególności zdjęć, filmów, itp. Powyższa licencja obejmuje prawo do wykorzystania utworów w celach promocyjnych w ramach działalności statutowej POT, 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 jakiegokolwiek 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.
3. POT zastrzega sobie możliwość zaproszenia do współorganizacji innych niż wymienionych w Regulaminie partnerów instytucjonalnych, celem zapewnienia najwyższego poziomu merytorycznego Konkursu.
4. Zwycięzca oraz destynacje wyróżnione zobowiązani są przedstawić POT dossier (którego wzór stanowi Załącznik nr 2 do Regulaminu) wypełniony w języku angielskim – w terminie 30 dni od dnia ogłoszenia wyników Konkursu, pod rygorem negatywnych skutków w postaci braku promocji na rynku europejskim (poza Polską).
5. POT zastrzega sobie prawo zmiany Regulaminu w trakcie trwania Konkursu, jeśli nie wpłynie to na pogorszenie warunków uczestnictwa w Konkursie, po wcześniejszym poinformowaniu Uczestników poprzez zamieszczenie stosownej informacji na stronie internetowej, na której był publikowany Regulamin Konkursu lub też jeśli będzie to wynikało z decyzji głównego organizatora Konkursu.

Podstawowe kryteria konkursu
na Najlepsze Europejskie Destynacje (EDEN 2017)

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 ofertę związaną z lokalną kulturą
- 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 związany 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.

Formularz oceny zgłoszenia w konkursie
na Najlepszą Europejską Destynację Turystyczną - EDEN 2017
Temat przewodni: **Turystyka kulturowa**

Zgłaszający

Nazwa	
-------	--

Dane adresowe

Ulica			
Kod		Miejscowość	
Województwo			
Osoba kontaktowa			
nr telefonu		e-mail	
strony www			

Nazwa destynacji oraz krótki opis działalności / oferty

--

I	Charakterystyka destynacji	Punktacja
1	Opisz cechy destynacji poświadczające jego oryginalność i związek z regionem i jego dziedzictwem.	0-5
2	Opisz zaangażowanie władz lokalnych, innych przedsiębiorców, organizacji społecznych, społeczności lokalnej, itp. w proces tworzenia, rozwoju, sprzedaży i zarządzania zgłaszaną destynacją. <i>(duże zaangażowanie, średnie, małe lub brak zaangażowania)</i>	0-5
3	Opisz rodzaj oferowanych usług noclegowych oraz towarzyszących	0-5
4	Opisz infrastrukturę turystyczną występującą w destynacji (np. ścieżki rowerowe, punkty widokowe, szlaki turystyczne i ich oznakowanie itp.)	0-5
5	Czy destynacja jest już znana turystom? Odpowiedz, oceniając natężenie ruchu turystycznego w destynacji? <i>(duży ruch turystyczny, średni, mały, dotychczas brak ruchu)</i>	0-5
6	Kiedy jest największe natężenie ruchu turystycznego? <i>(wiosna, lato, jesień, zima, przez cały rok ruch utrzymuje się na zbliżonym poziomie)</i>	0-5
	Suma (max 30)	
II	Gospodarcze i społeczne znaczenie turystyki na obszarze destynacji	
1	Opisz znaczenie rozwoju oferty turystycznej destynacji opartej o kulturę dla lokalnej społeczności pod kątem wzrostu miejsc pracy i/lub poprawy jakości zatrudnienia. Jaki jest wpływ na dochody mieszkańców?	0-5
2	Jakie jest zaangażowanie społeczności lokalnej w rozwój i ochronę destynacji <i>(duże zaangażowanie, średnie, małe lub brak zaangażowania?)</i>	0-5
3	Jakie formy aktywności gospodarczej uzupełniają ofertę turystyczną <i>(np. produkty lokalne – żywność, rzemiosło, sztuka, wydarzenia, działania edukacyjne, etc.)</i>	0-5
	Suma (max 15)	
III	Główne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju	
1	Czy prowadzone są działania mające na celu zachowanie i promocję kultury oraz lokalnych tradycji, a jeśli tak, to jakie?	0-10
2	Czy i jakie działania podejmowane są w celu przedłużenia sezonu turystycznego i zmniejszenia sezonowości popytu?	0-5
3	Czy i w jaki sposób turyści odwiedzający destynację są informowani i zachęceni do odpowiedzialnego/zrównoważonego korzystania z zasobów naturalnych i kulturowych destynacji?	0-5

4	Czy lokalna branża turystyczna jest informowana i zachęcana do organizowania turystyki z zachowaniem zasad rozwoju zrównoważonego przy odpowiedzialnym korzystaniu z zasobów naturalnych i kulturowych destynacji? W jaki sposób?	0-5
5	Czy destynacja posiada strategię na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki oraz plan działania w destynacji?	0-5
6	Czy w destynacji prowadzone są działania i inwestycje proekologiczne (<i>np. gospodarowanie odpadami, zasobami naturalnymi, wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, czy respektowane są zasady zrównoważonego rozwoju przy rozbudowie infrastruktury. Czy określono pojemność turystyczną destynacji?</i>)	0-5
	Suma (max 35)	
IV	Działania marketingowe podejmowane na rzecz destynacji	
1	Czy w destynacji istnieją punkty informacji turystycznej gdzie są wydawane informatory, przewodniki, mapy itp.?	0-3
2	Czy do promocji i rozpowszechniania informacji wykorzystywany jest internet (<i>np. strony www, wersje językowe stron (jakie), internetowy system rezerwacji?</i>)	0-3
3	Czy organizowane są imprezy mające na celu przyciągnięcie turystów do destynacji (<i>np. festyny, wystawy, festiwale, koncerty itp.</i>)?	0-3
4	Opisz czy w rozwoju destynacji wykorzystywane są innowacje, jeśli tak, to jakie?	0-3
5	Jakie inne sposoby oraz narzędzia promocji są wykorzystywane w destynacji?	0-5
6	Czy bada się skuteczność działań związanych z oceną atrakcyjności produktu turystycznego wśród potencjalnych turystów? (<i>czy opinie turystów dotyczące oceny oferowanych usług oraz innych elementów wchodzących w skład produktu są zbierane i wykorzystywane w rozwoju i zarządzaniu destynacją?</i>)	0-3
	Suma (max 20)	
	Max liczba punktów:	100
V	Materiały dodatkowe	
	Pliki video oraz min. 10 zdjęć + opcjonalnie linki do materiałów prasowych, wywiadów etc.	

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 2016 r Nr 101, poz. 922 z późn. zm.)



DOSSIER ON THE EDEN WINNING AND RUNNER-UP DESTINATIONS

Name of destination:

SECTION 1 - INTRODUCTION

1. FOREWORD MESSAGE OF THE MANAGEMENT OF THE DESTINATION

(Max 250 words)

SECTION 2 - DESCRIPTION OF THE DESTINATION IN A MARKETING PERSPECTIVE

In this section the destination is described from a pure place-marketing point of view (travel-friendly communication style, attractive slogan, and some pictures) for promotional purposes. This part of the document should be prepared with a support of a travel journalist or expert in place marketing.

2. POSITIONING DECLARATION

What makes this destination excellent?

Why should a tourist visit it?

Here it should be stated (in max 2 or 3 lines) in which way the destination is excellent (from a traveller's

point of view). The prospect traveller should immediately get clear in what sense this destination is excellent.

Please, add a picture that symbolizes the statement.

3. EXPERIENCES

What can a traveller do in visiting the destination?

TIP: Travellers have to appreciate the benefits the destination is offering before they decide to visit. Describing experiences is about involving passion, telling stories, triggering curiosity and addressing traveller motivations. Use no more than 200 words for experience and some pictures to support your statements.

Please, describe max three iconic experiences the destination has to offer:

Headline

A short three- to five-word phrase that captures readers' attention and imagination.

Benefits

Focus on what travellers will gain from of the experience.

Call-to-action:

Be clear and concise in describing the primary action you want readers to take (start the sentence with an action verb). In case you want to have descriptions of the amenities that may be important for certain promotional activities, make sure it supports the experience. Do not position buildings and beds as the reason for travel.

4. MAIN TOURISTIC FEATURES

Iconic/Famous people

Famous historical facts happened in the destination

Cultural and Natural sights

Celebrations, festivals and events

Please, describe in no more than 200 words the main features that are worth a travel to the destination.

5. PRATICAL INFORMATION REFERENCES

Please add websites (links) references for practical information:

Getting there & away

Getting around

Accommodation

Restaurants

Shopping

Touring

Health and Safety

SECTION 3 – DESCRIPTION OF ACTIONS WHICH JUSTIFY THE NOMINATION

In this section, there is a description of all reasons why the destination fulfils the European and national criteria. It is important that all actions and initiatives taken are presented in a way to underline why they contribute to make the destination considered a good practice in the field of sustainable tourism.

6. GENERAL CRITERIA

What makes this destination excellent in “local cultural assets”?

What makes this destination emerging, not traditional and off the beaten track?

On what basis was it assessed that the destination offers authentic tourism experiences?

On what basis was it assessed that the destination has local authorities with a capacity in managing their destination in a way to ensure social, cultural and environmental sustainability?

On what basis was it assessed that the destination has a management destination organisation that has a capacity in sustainable tourism management?

On what basis was it assessed that the destination has agencies, NGOs or authorities with a capacity in adopting sustainable tourism practices?

Please, specify criteria, facts and data upon which you have based the assessment

7. SPECIFIC CRITERIA

Please, specify criteria, facts

*and data upon which you
have based the assessment.*

SECTION 4 – INFORMATION ABOUT THE DESTINATION MANAGEMENT ORGANISATION

8. THE ORGANISATION MANAGING THE “DESTINATION”

(i.e. organisation which submitted the application for the EDEN Award)

	Governance System	Overall Budget (in €)	% Budget in tourism	Staff working in tourism activities
What type organisation is it?	<i>Select of the following:</i>	<i>Select of the following:</i>		
	Municipality		<i>No data</i>	<i>No data</i>
			<i>Percentage</i>	Total: <i>number</i>
	Tourism Board/Convention bureau	Up to 50,000		Breakdown
		50,001 – 75,000		– permanent:
		70,001 – 100,000		<i>number</i>
	Department of single public authority	100,001 – 250,000		– temporary:
		250,001 – 500,000		<i>number</i>
	Partnership of public authorities	500,001 – 1M		– consultants:
		more than 1M		<i>number</i>
	Public authority outsourcing delivery to private company			
	Non profit public-private partnership			
Non profit association of tourism businesses				
Regional/local developmental agency				
Department of national government				
Department of regional/provincial or municipal government				
Other: please, specify				
Which tasks in tourism management are performed by the organisation?				

Please choose one of the list on the right

- Strategic planning
- Tourism infrastructure development
- Human Resources development (within our DMO)
- Advance Innovation and Information Communication Technology systems (ICT)
- Promotion activities/publications
- Management and development of events
- Management and development of attractions
- New tourism products/services development
- Capacity building programs for SMME's
- Training and education seminars for tourism professionals
- Business advice/consultancy
- Quality management
- Tourism facilitation activities (reservations and bookings)
- Information services for tourists/visitors
- Customer Relationship Management (CRM)
- Monitoring and evaluation of consumers' behaviour
- Develop sustainable tourism products/services
- Research and development actions

Please indicate the partnership or co-operation schemes in which the private sector has been involved in the organization?

- Advisory boards
- Joint Management units
- Sectorial liaison groups
- Corporate partnerships with private associations and agencies
- Membership
- Registration (annually or periodically)
- Outsourcing/subcontracting private companies
- Visitors/tourists services and products

Please indicate if there are special agreements with the regional or national tourism offices for marketing the destination in the domestic and international markets.

9. CONTACT DETAILS

CEO, General Manager, Legal representative of the Organization

The person who will attend and represent the destination at the EDEN Award ceremony

Provide a full name of a representative and his position, address, phone, fax, e-mail, foreign languages spoken.

Tourism Manager

The person who will attend the EDEN Network meetings and who is in charge of tourism management

SECTION 5 – STATISTICS AND FACT ON SUSTAINABLE TOURISM IN THE DESTINATION

10. TOURISM STATISTICS

Tourism Volume

Please, in counting the tourism volume consider all accommodations close (less than 30 minutes) to the destination

	Hotel	B&B, apartments, other
Number of establishments	No data	No data
Number of bed places	No data	No data
Number of days of the peak season	No data	No data
Arrivals	No data	No data
% of arrivals from abroad (international arrivals)	No data	No data
Nights (overnight stays)	No data	No data
Average daily rate per room in the peak season	No data	No data

11. FACTS ABOUT SUSTAINABILITY

Facts and data on a sustainable tourism supply chain

i.e. Percentage of restaurants using local and organic foods

No data

Facts and data demonstrating results to reduce the use of the cars in the destination

*i.e. Percentage of arrivals by train and/or other public transportation means
i.e. % of the village/town close to traffic*

No data

Facts and data demonstrating results in waste reduction

*i.e. % Waste reduction since YYYY
i.e. % Waste recycled*

No data

Facts and data demonstrating results in decreasing water consumption

i.e. % water reduction per resident since YYYY

No data

Facts and data demonstrating results in reducing energy consumption

i.e. % energy consumption reduction per resident since YYYY

No data

12. GENERAL STATISTICS

How many inhabitants?