

REGULAMIN FUNKCJONOWANIA
NIEFORMALNEGO ZRZESZENIA BIUR TURYSTYKI PRZYJAZDOWEJ
POD NAZWĄ
„FORUM TURYSTYKI PRZYJAZDOWEJ”

Rozdział I

Postanowienia ogólne

1. Konsorcjum w zakresie turystyki przyjazdowej nosi nazwę: **„Forum Turystyki Przyjazdowej”**, w dalszych postanowieniach Regulaminu zwane skrótem FTP.
2. FTP posiada znak graficzny, wolny od praw autorskich.



3. **FTP jest dobrowolnym i nieformalnym zrzeszeniem biur podróży**, prowadzących turystykę przyjazdową do Polski.
4. FTP jest Partnerem Polskiej Organizacji Turystycznej bez prawa wyłączności,
5. FTP jest zawiązywane na czas nieokreślony. Szczegółowe zasady funkcjonowania wewnętrznego regulują ustalenia pisemne członków podjęte na Walnym Zebraniu.

Rozdział II

Cele i zadania

1. Celem FTP jest konsolidacja podmiotów działających w obszarze turystyki przyjazdowej dla uzyskania synergii marketingowej i obrony interesów zrzeszonych biur w zakresie turystyki przyjazdowej.
2. Do zadań w szczególności należeć będzie:
 - a) konsolidacja podmiotów, zabieganie o nowych członków, weryfikacja dotychczasowych,
 - b) transfer wiedzy,

- c) organizacja samodzielnie i wspólnie z POT, ROT (za ich zgodą) czy LOT (za ich zgodą) wydarzeń promocyjnych na rynkach zagranicznych lub krajowym. Wachlarz instrumentów ustalony zostaje na każdy rok, najpóźniej do grudnia poprzedzającego plany działalności,
- d) monitoring ewolucji komercjalizacji polskich produktów turystycznych sprzedawanych przez członków FTP (pojedynczo i w całości), na rynkach zagranicznych. Warstwa analityczna monitoringu należy do POT na podstawie dostarczonych raz w roku danych szacunkowych przez członków, do czego się zobowiązują przystąpieniem do FTP,
- e) przeprowadzanie innych działań w zależności od możliwości merytorycznych i finansowych,
- f) wzajemny transfer wiedzy, budowa marki, w tym korzystanie z doświadczeń zagranicznych,
- g) opiniowanie planów marketingowych POT,
- h) udzielanie obowiązkowo informacji do wspólnej bazy danych komercjalizowanych na rynkach produktów, bez podania ceny.

Rozdział III

Członkostwo, organizacja i zarządzanie

1. FTP powołane jest przez członków.
2. Udział w FTP jest dobrowolny i wolny od wszelkich opłat chyba, że członkowie postanowią inaczej.
3. Członkostwo następuje na podstawie karty zgłoszeniowej (Ankiety) podpisanej przez właściciela firmy, równoznacznej z akceptacją współrealizacji zadań i zobowiązań oraz innych wymagań formalnych oraz spełnieniu następujących kryteriów:
 - a) turystyka przyjazdowa stanowi co najmniej 10% deklarowanych obrotów przez dwa lata przed przystąpieniem do FTP,
 - b) kandydat otrzyma rekomendację dwóch członków FTP,
 - c) przez dwa lata poprzedzające przystąpienie nie naruszył zasad dobrych praktyk.
4. Przyjęciu w poczet członków decyduje Prezydium FTP przez przyjęcie kandydatury zwykłą większością głosów w drodze uchwały.
5. Członkostwo ustaje na podstawie pisemnej deklaracji lub decyzji jednogłosnej Prezydium FTP w przypadku niewywiązywania się z zobowiązań lub nieetycznej postawy rynkowej.

6. Wykluczenie członka może być dokonane jeśli nie przestrzega on regulaminu, nie spełnia wymogów formalnych (np. utracił niezbędne koncesje i zezwolenia), stosuje nieuczciwe praktyki.
7. Walne zebranie FTP wyłania Prezydium w składzie 5-7 osób, na podstawie ustalonego regulaminu wyborów, które dzieli między siebie zakres obowiązków merytorycznych.
8. Członkowie Prezydium nie otrzymują wynagrodzenia za swoją pracę na rzecz FTP.
9. Kadencja Prezydium trwa cztery lata.
10. Członkowie FTP mają prawo przystąpienia do „klubów rynkowych” współpracujących ściśle z Zagranicznymi Ośrodkami POT (ZOPOT) i korzystać z form współpracy określonych regulaminie Klubów, ustalonym przez Prezesa POT.
11. Prezydium FTP spotyka się przynajmniej raz na kwartał omawiając zasady działania, nowe przedsięwzięcia i propozycje członków konsorcjum.
12. Spotkania Prezydium odbywają się na życzenie w siedzibie Polskiej Organizacji Turystycznej lub w siedzibach członków.
13. W przypadku spotkania w siedzibie jednego z członków FTP koszty organizacji spotkania pokrywa dany organizator spotkania.
14. Walne zebranie członków FTP odbywa się minimum raz w roku.

Rozdział IV

Ramowy zakres wsparcia przez POT

1. Polska Organizacja Turystyczna zobowiązuje się do ścisłej współpracy z FTP we wspólnie ustalonym zakresie merytorycznym. Współpraca jest bezterminowa chyba, że któraś ze strony ją wypowie.
2. POT zobowiązuje się do:
 - a) Prowadzenia sekretariatu FTP.
 - b) Mailingu wewnętrznego na polecenie POT lub Prezydium FTP poprzez utworzoną skrzynkę mailową.
 - c) Przekazywanie planu marketingowego do konsultacji oraz innych dokumentów programowych mających wpływ na rozwój turystyki przyjazdowej przy pośrednictwie biur turystyki przyjazdowej.
 - d) Promocji FTP poprzez: umieszczenie logotypu i listy członków na stronach www, dystrybucji listy członkowskiej, umieszczanie logotypu na wspólnie organizowanych

- wydarzeniach promocyjnych, promocji FTP jako przykładu „dobrych praktyk” w przemyśle turystycznym, prezentacji rynkowej członków FTP
- e) Sporządzenia „zakładki” FTP na portalach B2B po dostarczeniu wsadu przez FTP, w ramach „klubu rynkowego”
 - f) Wysyłki do członków FTP zapytań ofertowych dotyczących współorganizacji podróży studyjnych i dziennikarskich (za wyjątkiem działań PCB, w których zapytania kierowane są do rekomendowanych PCO) z uwzględnieniem Prawa Zamówień Publicznych i wewnętrznych Zarządzeń Prezesa POT.
 - g) Pierwszeństwa dla członków FTP we współorganizacji wydarzeń promocyjnych przy wniesieniu „wartości dodanej”.
 - h) Przekazywanie członkom FTP informacji, analiz, zapytań, odpowiedzi „face to face” (bezpośrednio na wskazany adres mailowy).
 - i) Członkowie FTP mogą ubiegać się w pierwszej kolejności o współorganizację i współfinansowanie własnych podróży studyjnych dla partnerów i touroperatorów z nimi współpracujących.
 - j) W określonych wydawnictwach POT będzie umieszczał listę FTP lub moduł informacyjny FTP z odwołaniem do zakładki na stronie www.
 - k) Wskazany przez Prezydium członkowie FTP będą uczestniczyli w zespołach projektowych POT i kapitułach.
 - l) Organizacja wspólnie z Prezydium FTP co najmniej raz w roku oceny funkcjonowania współpracy.
 - m) POT będzie umożliwiał współpracę i kontakt członków FTP z ROTami i LOTami oraz innymi swoimi partnerami.
 - n) POT nie będzie pośrednikiem w rozwiązywaniu konfliktów handlowych pomiędzy uczestnikami łańcucha sprzedaży. Zastrzega sobie jedynie prawo do własnego stanowiska sygnalizowanego stronom konfliktu z punktu widzenia globalnego interesu turystyki przyjazdowej do kraju
3. Członkowie FTP zobowiązują się do wsparcia obiegu informacji na temat wspólnych lub samodzielnych wydarzeń wewnątrz firmy oraz w środowisku branży turystycznej
 4. Członkowie FTP zobowiązują się dostarczać informacji i analiz służących do analizy wiedzy na temat rozwoju rynków i sprzedaży na nich produktów turystycznych
 5. Członkowie FTP poczynią starania w miarę możliwości o pozyskanie partnerów współorganizacji wydarzeń promocyjnych o ile nie stoi to w sprzeczności z ich interesami handlowymi.

Rozdział V

Postanowienia końcowe

1. Działalność FTP może być współfinansowana ze środków własnych członków, funduszy strukturalnych i programów UE, sponsorów oraz innych dostępnych źródeł finansowania.
2. O finansowaniu przedsięwzięć decydują członkowie FTP i nie może to powodować zobowiązania finansowego POT
3. Członkowie FTP zobowiązują się współdziałać ze sobą przy wykonywaniu przedmiotu działalności.
4. Wszystkie sprawy nieuregulowane przez niniejszy Regulamin będą rozpatrywane każdorazowo z udziałem wszystkich członków Konsorcjum na spotkaniach lub drogą obiegową – internetowo.
5. Wszelkie dokumenty opracowane w ramach FTP będą sygnowane nazwą i logo.
6. Integralną częścią Regulaminu są: wzór karty członkowskiej, wzór ankiety ewolucji sprzedaży, zestaw posiadanych i komercjalizowanych produktów (bez ceny).



KLUBY RYNKOWE

1. Na każdym rynku objętym działaniem POT możliwe jest utworzenie tzw. „klubu rynkowego” działającego przy Dyrektorze ZOPOT.
2. Klub rynkowy stanowi dobrowolną grupę krajowych przedsiębiorców (biura podróży) zainteresowanych prowadzeniem działalności promocyjnej i handlowej na rynku.
3. Członkostwo do Klubu następuje po spełnieniu następujących kryteriów:
 - a) Posiadania katalogu ofertowego na rynek lub dedykowanej strony internetowej
 - b) Opinii dyrektora ZOPOT lub FTP.
4. Członkowie Klubu korzystają na zasadzie pierwszeństwa z instrumentów promocyjnych B2B i B2C określonych w planach marketingowych na wniosek członka Klubu.

KLUBY RYNKOWE

1. Klub rynku NIEMIECKIEGO, działający przy ZOPOT Berlin
2. Klub rynku SKANDYNAWSKIEGO, działający przy ZOPOT Sztokholm
3. Klub rynku AMERYKAŃSKIEGO, działający przy ZOPOT Nowy Jork
4. Klub rynku HOLENDRESKIEGO, działający przy ZOPOT Amsterdam
5. Klub rynku BELGIJSKIEGO, działający przy ZOPOT Bruksela
6. Klub rynku BRYTYJSKIEGO, działający przy ZOPOT Londyn
7. Klub rynku WŁOSKIEGO, działający przy ZOPOT Rzym
8. Klub rynku FRANCUSKIEGO, działający przy ZOPOT Paryż
9. Klub rynku AUSTRIACKIEGO, działający przy ZOPOT Wiedeń
10. Klub rynku HISZPAŃSKIEGO, działający przy ZOPOT Madryt
11. Klub rynku ROSYJSKIEGO, działający przy ZOPOT Moskwa
12. Klub rynku UKRAIŃSKIEGO, działający przy ZOPOT Kijów
13. Klub rynku JAPOŃSKIEGO, działający przy ZOPOT Tokio
14. Klub rynku CHIŃSKIEGO, działający przy ZOPOT Pekin

15. Klub rynku INDYJSKIEGO, działający przy POT Warszawa
16. Klub rynkowy AMERYKI POŁUDNIOWEJ, działający przy POT Warszawa