

Załącznik 3
do REGULAMINU PRYZNAWANIA, UŻYWANIA I POSŁUGIWANIA SIĘ ZNAKIEM PROMOCYJNYM DOLINA PILICY
zwanego też dalej „Regulaminem”
KRYTERIA OCENY

Znak Promocyjny Dolina Pilicy (zwany też dalej „Znakiem”) przyznawany jest w trzech zasadniczych kategoriach: produkt, usługa i Inicjatywa (w rozumieniu Regulaminu).
Wnioskodawca składa wnioski osobno dla każdego rodzaju produktu, usługi czy Inicjatywy. Ocenie podlega konkretny produkt, usługa lub Inicjatywa.

O prawo do używania i posługiwania się Znakiem mogą ubiegać się wyłącznie podmioty akceptujące oraz przestrzegające treści zawartych w Regulaminie, spełniające wszelkie określone Regulaminem przesłanki ubiegania się o przyznanie im prawa do używania i posługiwania się Znakiem.

Produkty, usługi i Inicjatywy oceniane są wedle określonych kryteriów merytorycznych – kryteriów, uwzględniających różnice w rodzaju prowadzonej działalności (produkt, usługa, Inicjatywa).

KRYTERIA MERYTORYCZNE podlegają ocenie Kapituły. W każdym z kryteriów merytorycznych produkt usługa i Inicjatywa muszą osiągnąć co najmniej ½ puli punktów (wyliczana jest średnia ocen członków Kapituły). Maksymalna pula punktów za każde z kryteriów wynosi 3.

Produkt, usługa lub Inicjatywa, by znaleźć się na liście użytkowników Znak musi uzyskać co najmniej 9 punktów za kryteria merytoryczne i uzyskać co najmniej 1,5 pkt w każdym z 6 kryteriów.

Szczegółowy opis kryteriów:

1) KRYTERIA MERYTORYCZNE (DLA KONKRETNÝCH PRODUKTÓW/USŁUG/INICJATYW):

1.1. Powiązanie z Obszarem DOLINA PILICY¹

1.2. Jakość

1.3. Przyjazność dla środowiska

1.4. Przyjazność dla mieszkańców i klientów

1.5. Wyjątkowość

1.6. Współpraca w ramach Programu marki lokalnej Dolina Pilicy.

KRYTERIA MERYTORYCZNE – szczegółowy opis uwzględniający różnice pomiędzy produktem, usługą a Inicjatywą.

Forma potwierdzenia: Ocena indywidualna członków Kapituły na podstawie przedłożonego wniosku, załączników (m.in. szczegółowego opisu produktu, programu merytorycznego Inicjatywy i ew. załączonych zdjęć, referencji, rekomendacji, wizji lokalnej w miejscu świadczenia usługi przez członka Kapituły lub osobę upoważnioną, wiedzy własnej członka Kapituły, istniejącej strony internetowej Wnioskodawcy, udostępnionych przez Wnioskodawcę istniejących materiałów promocyjnych).

KRYTERIUM	PRODUKT	USŁUGA	INICJATYWA
1.1. Powiązanie z Obszarem DOLINA PILICY	Produkt powinien mieć specyficzne cechy związane z Obszarem DOLINA PILICY, np.: <ul style="list-style-type: none">– tradycyjna receptura/przepis/technika wykonania (udokumentowana)– funkcja produktu ma związek z regionem (tradycyjne zawody, prace gospodarskie, zwyczaje)	Oferta winna być wyjątkowa, kojarząca się z Obszarem DOLINA PILICY, tj.: <ul style="list-style-type: none">– posiadać elementy/cechy miejscowe pozwalające odróżnić ją od innych tego typu ofert (sposoby/powody dla których klient odróżni ofertę Wnioskodawcy),– miejsce/obiekt świadczenia usługi eksponuje lub wykorzystuje specyficzne cechy regionu (np. wyposażenie wnętrza związane z regionem),– wpisywać się w nurty edukacji (w tym ekologicznej i regionalnej) w oparciu o	

¹ Ilekroć w niniejszym dokumencie mowa jest o Obszarze DOLINA PILICY, należy przez to rozumieć Obszar DOLINA PILICY w rozumieniu Regulaminu.

	<ul style="list-style-type: none"> – produkt pochodzi z tradycyjnych dla regionu upraw/hodowli lub powstaje na bazie surowców z tradycyjnych dla Obszaru DOLINA PILICY upraw/hodowli – produkt związany jest z historią/legendą lokalną – produkt posiada inne cechy/wyróżniki skorelowane z Obszarem DOLINA PILICY i producent potrafi to opisać, wykazać lub/i udokumentować. 	<ul style="list-style-type: none"> – zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy i kulturowy Obszaru DOLINA PILICY, – przekazywać wartości i kształtować odpowiedzialną postawę względem poszanowania środowiska, tradycji i historii regionu (np. przekazanie wiedzy klientom lub/i mieszkańcom nt. krajobrazu i związanej z nimi historii i tradycji oraz możliwości korzystania z charakterystycznych dla Obszaru DOLINA PILICY usług i atrakcji) itp.
1.2. Jakość	<ul style="list-style-type: none"> – jakość produktu (dbałość o wysokiej jakości surowce, rzetelność i staranność wykonania), – estetyka wykonania produktu, – opakowanie produktu (jeśli dotyczy) – sposób eksponowania produktu – posiadanie certyfikatów jakości 	<ul style="list-style-type: none"> – standard proponowanej oferty (np. wartość merytoryczna oferty edukacyjnej, atrakcyjność oferty rekreacyjnej dla konkretnej grupy osób), jakości świadczonych usług (referencje, ocena klientów, certyfikaty jakości), – właściwości estetyczne obiektów (porządek, schludność, czystość w przypadku obiektów, wyposażenia, sprzętu), – wpisywanie się oferty w lokalny krajobraz architektoniczny i kulturowy (nawiązanie i zachowanie tradycyjnej architektury, tradycyjne elementy wyposażenia, w przypadku wyżywienia dodatkowo serwowane menu, świadome nawiązywanie do tradycji kulinarnych regionu i dostępnych produktów lokalnych), – wartość merytoryczna i graficzna indywidualnych materiałów promocyjnych oferty (jeśli takowe istnieją).
1.3. Przyjazność dla środowiska	<p>Produkt powstaje na bazie surowców naturalnych, proekologicznych lub/i z ekologicznych upraw/hodowli, powstaje na obszarze Natura2000 w poszanowaniu jej zasad i wartości. Produkt powiązany jest z propagowaniem walorów parków krajobrazowych rezerwatów. Stosowane są urządzenia energooszczędne, alternatywne źródła energii, ekologiczne metody odprowadzania ścieków, ograniczane do minimum jest zużycie detergentów i innych środków chemicznych oraz produkcja odpadów, prowadzona jest selektywna zbiórka odpadów, zachowany i wciąż polepszany dobrostan zwierząt, itp.</p>	<p>Usługa/Inicjatywa przyczynia się do ochrony przyrody, krajobrazu, wody, powietrza, gleby np. poprzez stosowanie nawyków i zachowań proekologicznych i oszczędnościowych. Oferta Wnioskodawcy związana jest z propagowaniem walorów parków krajobrazowych. Stosowane są urządzenia energooszczędne, alternatywne źródła energii, ekologiczne metody odprowadzania ścieków, ograniczane do minimum jest zużycie detergentów i innych środków chemicznych oraz produkcja odpadów, prowadzona jest selektywna zbiórka odpadów, zachowany i wciąż polepszany dobrostan zwierząt itp.</p>
1.4. Przyjazność dla mieszkańców i klientów	<p>Produkt/usługa/Inicjatywa ukierunkowany/a jest na oczekiwania, życzenia klienta/mieszkańca, specyficznych grup odbiorców. Klient odczuwa autentyczność produktu/usługi, jego niepowtarzalność, nieanonimowość. Klient czuje się świadomym, odpowiedzialnym klientem lub/i mieszkańcem – uczestnikiem Programu marki lokalnej Dolina Pilicy. <u>Produkt/Usługa</u> powinna być w stałej regularnie dostępnej w regionie ofercie/sprzedaży ze stałą ceną. Jeżeli produkt lub usługa jest dostępny/a sezonowo należy to uwzględnić i uzasadnić. Obiekt/miejsce, gdzie odbywa się sprzedaż lub promocja produktu/usługi/gdzie odbywa się Inicjatywa powinien być czytelnie oznakowany (drogowskaz, szyld) z możliwością skorzystania z parkingu. Forma potwierdzenia: Ocena członków Kapituły na podstawie informacji udzielonych we wniosku, wiedzy własnej członków Kapituły.</p>	
1.5. Wyjątkowość	<p>Produkt/usługa wykorzystuje nowatorskie działania, nowoczesne techniki na regionalną, krajową lub międzynarodową skalę. Niepowtarzalność produktu, niemasowość</p>	<p>Inicjatywa podejmuje tematy ważne lub innowacyjne na skalę regionu, przyjmuje nowatorskie formy, metody działania lub docierania do klientów/mieszkańców.</p>
1.6. Współpraca w ramach Programu marki lokalnej Dolina Pilicy	<ul style="list-style-type: none"> – dotychczasowa współpraca ze Stowarzyszeniem (Stowarzyszeniem Dolina Pilicy) - właścicielem praw do Znaku, korzystanie z oferty Stowarzyszenia (integracyjnej, promocyjnej) – jej zakres, czas trwania, efekty, – dotychczasowa współpraca z podmiotami współpracującymi ze Stowarzyszeniem, np. zakup surowców, tworzenie wspólnych produktów, wspólnej oferty dla klienta (należy opisać w jakim zakresie), – opisany we wniosku plan współpracy uwzględniający współpracę ze Stowarzyszeniem lub podmiotami uczestniczącymi lub planującymi udział w Programie marki lokalnej Dolina Pilicy, np. sprzedaż produktów ze Znakiem Promocyjnym Dolina Pilicy, wspólne wyjazdy na targi, materiały promocyjne, organizacja imprez, sposoby promocji/informowania konsumentów/kontrahentów o tym, że produkt jest oznaczony Znakiem. 	