

**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 KONKRETNICH PRODUKTÓW/USŁUG/INICJATYW):

1.1. Powiązanie z Obszarem DOLINA PILICY<sup>1</sup>

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

<sup>1</sup> 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"> <li>– produkt pochodzi z tradycyjnych dla regionu upraw/hodowli lub powstaje na bazie surowców z tradycyjnych dla Obszaru DOLINA PILICY upraw/hodowli</li> <li>– produkt związany jest z historią/legendą lokalną</li> <li>– produkt posiada inne cechy/wyróżniki skorelowane z Obszarem DOLINA PILICY i producent potrafi to opisać, wykazać lub/i udokumentować.</li> </ul>   | <p>zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy i kulturowy Obszaru DOLINA PILICY,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 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.</li> </ul>   |
| <b>1.2. Jakość</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– jakość produktu (dbałość o wysokiej jakości surowce, rzetelność i staranność wykonania),</li> <li>– estetyka wykonania produktu,</li> <li>– opakowanie produktu (jeśli dotyczy)</li> <li>– sposób eksponowania produktu</li> <li>– posiadanie certyfikatów jakości</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– standard proponowanej oferty (np. wartość merytoryczna oferty edukacyjnej, atrakcyjność oferty rekreacyjnej dla konkretnej grupy osób), jakości świadczonych usług (referencje, ocena klientów, certyfikaty jakości),</li> <li>– właściwości estetyczne obiektów (porządek, schludność, czystość w przypadku obiektów, wyposażenia, sprzętu),</li> <li>– 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),</li> <li>– wartość merytoryczna i graficzna indywidualnych materiałów promocyjnych oferty (jeśli takowe istnieją).</li> </ul> |
| <b>1.3. Przyjazność dla środowiska</b>                                | <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>   |
| <b>1.4. Przyjazność dla mieszkańców i klientów</b>                    | <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>                     |  |
| <b>1.5. Wyjątkowość</b>   | <p>Produkt/usługa wykorzystuje nowatorskie działania, nowoczesne techniki na regionalną, krajową lub międzynarodową skalę.<br/>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>   |
| <b>1.6. Współpraca w ramach Programu marki lokalnej Dolina Pilicy</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– dotychczasowa współpraca ze Stowarzyszeniem (Stowarzyszeniem Dolina Pilicy) - właścicielem praw do Znaku, korzystanie z oferty Stowarzyszenia (integracyjnej, promocyjnej) – jej zakres, czas trwania, efekty,</li> <li>– dotychczasowa współpraca z podmiotami współpracującymi ze Stowarzyszeniem, np. zakup surowców, tworzenie wspólnych produktów, wspólnej oferty dla klienta (należy opisać w jakim zakresie),</li> <li>– 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.</li> </ul> |  |