

### Załącznik 3

do REGULAMINU PRZYZNAWANIA, 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.: – tradycyjna receptura/przepis/technika wykonania (udokumentowana)	Oferta winna być wyjątkowa, kojarząca się z Obszarem DOLINA PILICY, tj.: – 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.	

<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>– funkcja produktu ma związek z regionem (tradycyjne zawody, prace gospodarskie, zwyczaje)</li> <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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wyposażenie wnętrza związane z regionem),</li> <li>– wpisywać się w nurty edukacji (w tym ekologicznej i regionalnej) w oparciu o zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy i kulturowy Obszaru DOLINA PILICY,</li> <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 i 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.</p> <p><u>Produkt/Usługa</u> powinna być w stałej regularnie dostępnej w regionie ofercie/sprzedazy 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>	Produkt/usługa wykorzystuje nowatorskie działania, nowoczesne techniki na regionalną, krajową lub	Inicjatywa podejmuje tematy ważne lub

	międzynarodową skalę. Niepowtarzalność produktu, niemiasowość	innovacyjne na skalę regionu, przyjmuje nowatorskie formy, metody działania lub docierania do klientów/mieszkańców.
<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>	