



Załącznik 3

do REGULAMINU PRYZNAWANIA, UŻYWANIA I POSŁUGIWANIA SIĘ ZNAKIEM PROMOCYJNYM DOBRA WIDAWA
zwanego też dalej „Regulaminem”

KRYTERIA MERYTORYCZNE OCENY PRODUKTÓW, USŁUG ORAZ INICJATYW

KRYTERIA MERYTORYCZNE – uwagi wstępne

Ocena produktów, usług oraz Inicjatyw według kryteriów merytorycznych określonych niniejszym załącznikiem nastąpi wyłącznie w odniesieniu do ¹Wnioskodawców, spełniających określone Regulaminem Kryteria Dopuszczające - o prawo do używania i posługiwania się Znakiem mogą ubiegać się wyłącznie podmioty spełniające wszystkie określone w § 2 Regulaminu przesłanki ubiegania się o przyznanie im prawa do używania i posługiwania się Znakiem. Kryteria Dopuszczające oceniane są w skali 0/1, tj: 0 – nie spełnia kryterium, 1 – spełnia kryterium. Niespełnienie jednego z kryteriów dopuszczających skutkuje negatywną oceną i odrzuceniem wniosku. Produkt, usługa lub Inicjatywa, by znaleźć się na liście użytkowników znaku Przyjazne Mazowsze ugości musi uzyskać 1 punkt za każde z Kryteriów Dopuszczających

Prawo do używania i posługiwania się Znakiem przyznawane jest w trzech zasadniczych kategoriach: produkt, usługa i Inicjatywa. Wnioskodawca składa wnioski osobno dla każdego rodzaju produktu, usługi czy Inicjatywy. Ocenie podlega konkretny produkt, usługa lub Inicjatywa (podpowieź co do rodzaju produktów, usług lub inicjatyw, które mogą być oznaczane Znakiem zawiera Załącznik 1 do Regulaminu, *KATEGORIE PRODUKTÓW, USŁUG I INICJATYW, DLA KTÓRYCH PRYZNAJE SIĘ PRAWO DO UŻYWANIA I POSŁUGIWANIA SIĘ ZNAKIEM PROMOCYJNYM DOBRA WIDAWA*).

Produkt, usługa i Inicjatywa (w razie pozytywnej oceny w zakresie spełniania wszystkich Kryteriów Dopuszczających) oceniane są wedle określonych niniejszym załącznikiem sześciu jednostkowych kryteriów merytorycznych – kryteriów, uwzględniających różnice w rodzaju prowadzonej działalności (produkt, usługa, Inicjatywa).

¹ Określenia pisane w niniejszym Załączniku z dużej litery użyte są w rozumieniu zdefiniowanym Regulaminem.

Określone niniejszym załącznikiem kryteria merytoryczne podlegają ocenie Kapituły.

Ilość punktów jest wyliczana jako średnia ocen członków Kapituły. Maksymalna łączna liczba punktów za wszystkie kryteria merytoryczne produkt/usługa/Inicjatywa wynosi 30. Maksymalna liczba punktów za każde z kryteriów jednostkowych wynosi 5.

Produkt, usługa lub Inicjatywa, by uzyskać w odniesieniu do nich prawo do używania i posługiwania się Znakiem musi uzyskać co najmniej 16 punktów łącznie za kryteria merytoryczne i uzyskać co najmniej 2,5 pkt. w każdym z 6 kryteriów jednostkowych.

KRYTERIA MERYTORYCZNE – szczegółowy opis

Forma potwierdzenia: Ocena indywidualna członków Kapituły na podstawie przedłożonego wniosku, załączników (m.in. szczegółowego opisu produktu, programu merytorycznego oferty 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 ²
Związek z Regionem	<p>Produkt powinien mieć specyficzne cechy związane z Regionem/marką lokalną Dobra Widawa,</p> <ul style="list-style-type: none"> - tradycyjna/związana z miejscem lub z dziedzictwem jego mieszkańców <p>receptura/przepis/technika wykonania (potwierdzona np. opisem, historią, zdjęciem)</p> <ul style="list-style-type: none"> - funkcja produktu ma związek z Obszarem LGD Dobra Widawa (tradycyjne zawody, prace gospodarskie, zwyczaje, warunki klimatyczne, natura), 	<p>Usługa winna być kojarzona się z marką lokalną Dobra Widawa, tj.:</p> <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 pod marką lokalną Dobra Widawa), - miejsce/obiekt świadczenia usługi eksponuje lub wykorzystuje specyficzne cechy/potencjał Regionu/dziedzictwo kulturowe, przyrodnicze lub historyczne Regionu lub dziedzictwo jego mieszkańców, - przyczyniać się do promocji walorów Obszaru 	<p>Inicjatywa powinna kojarzyć się z marką lokalną Dobra Widawa, tj.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - posiadać elementy/cechy miejscowe pozwalające odróżnić ją od innych tego typu działań (sposoby/powody dla których klient odróżni inicjatywę pod marką lokalną Dobra Widawa), - miejsce/obiekt realizacji Inicjatywy eksponuje lub wykorzystuje atrakcyjność Obszaru LGD Dobra Widawa, - eksponować lub przyczyniać się do promocji potencjału przyrodniczego lub/i historycznego lub kulturowego Obszaru LGD Dobra Widawa,

² Warunkiem poddania Inicjatywy ocenie jest uznanie jej za Inicjatywę w rozumieniu Regulaminu, w szczególności uznanie jej cyklicznego charakteru w rozumieniu Regulaminu.

	<p>- produkt pochodzi z tradycyjnych/typowych dla Obszaru LGD Dobra Widawa upraw/hodowli lub powstaje na bazie surowców z tradycyjnych dla Obszaru LGD Dobra Widawa upraw/hodowli</p> <p>- w przypadku produktów przetworzonych za surowiec lokalny używany do przygotowania produktu/potrawy uznaje się surowiec (owoc, warzywo, mleko itd.) z Obszaru LGD Dobra Widawa lub pochodzący z bliskiej odległości od Obszaru LGD Dobra Widawa, jednak nie dalej niż 30 km od miejsca produkcji (skręcanie łańcuchów dostaw),</p> <p>- produkt związany jest z lokalnym rytuałem, obrzędem, zwyczajem, świętem/wydarzeniem odbywającym się cyklicznie na Obszarze LGD Dobra Widawa,</p> <p>- produkt posiada inne cechy/wyróżniki skorelowane z marką lokalną Dobra Widawa i producent potrafi to opisać, wykazać lub/i udokumentować.</p> <p>Istotnym jest, by zgłaszane produkty, nie były kojarzone z innym regionem, nie były do niego przypisane. W przypadku gdy w ocenie członków</p>	<p>LGD Dobra Widawa (m.in. dziedzictwa przyrodniczego, kulturowego, historycznego, typowych/charakterystycznych dla Regionu upraw/legend/miejsc/postaci) lub innych produktów wyróżnionych znakiem (np. tworzenie miejsc ich sprzedaży),</p> <p>- przekazywać wartości i kształtować odpowiedzialną postawę względem poszanowania środowiska, tradycji i historii Regionu (np. przekazanie wiedzy klientom nt. gospodarki, krajobrazu i związanej z nimi historii i tradycji oraz możliwości korzystania z charakterystycznych dla Obszaru LGD Dobra Widawa.</p> <p>Istotnym jest, by zgłaszane usługi nie były kojarzone z innym regionem, nie były do niego przypisane. W przypadku gdy w ocenie członków Kapituły związek z Regionem jest wprawdzie wyeksponowany, niemniej jest pozorny lub usługa wyróżnia się wprawdzie cechami wskazującymi na związek z Regionem, niemniej w odbiorze potencjalnych nabywców przeważający może okazać się związek z innym terenem lub jego wyróżnikami, uprawnione jest uznanie, że związek z Regionem w rozumieniu Regulaminu nie występuje i przyznanie w ramach przedmiotowego kryterium 0 (zera) punktów.</p>	<p>- przekazywać wartości i kształtować odpowiedzialną postawę względem poszanowania środowiska, tradycji i historii Regionu (np. przekazanie wiedzy klientom nt. gospodarki, krajobrazu czy też historii i tradycji związanej z miejscem lub dziedzictwem jego mieszkańców oraz możliwości korzystania z charakterystycznych dla Obszaru LGD Dobra Widawa atrakcji).</p> <p>Istotnym jest, by zgłaszane Inicjatywy nie były kojarzone z innym regionem, nie były do niego przypisane. W przypadku gdy w ocenie członka Kapituły związek z Regionem jest wprawdzie wyeksponowany, niemniej jest pozorny lub Inicjatywa wyróżnia się wprawdzie cechami wskazującymi na związek z Regionem, niemniej w odbiorze potencjalnych uczestników przeważający może okazać się związek z innym terenem lub jego wyróżnikami, uprawnione jest uznanie, że związek z Regionem w rozumieniu Regulaminu nie występuje i przyznanie w ramach przedmiotowego kryterium 0 (zera) punktów.</p>
--	---	---	--

	<p>Kapituły związek z Regionem jest wprawdzie wyeksponowany, niemniej jest pozorny lub produkt wyróżnia się wprawdzie cechami wskazującymi na związek z Regionem, niemniej w odbiorze potencjalnych nabywców przeważający może okazać się związek z innym terenem lub jego wyróżnikami, uprawnione jest uznanie, że związek z Regionem w rozumieniu Regulaminu nie występuje i przyznanie w ramach przedmiotowego kryterium 0 (zera) punktów.</p>		
<p>Jakość</p>	<ul style="list-style-type: none"> - jakość produktu (np. potwierdzona certyfikatem, opinią klientów/eksperta w tej dziedzinie, nagrodą w konkursie), - estetyka wykonania produktu, - opakowanie produktu (jeśli dotyczy), - sposób eksponowania, podawania, sprzedaży produktu 	<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), - dbałość przy tworzeniu oferty o zachowanie/przekazanie typowej dla miejsca architektury/historii, - w przypadku wyżywienia: dbałość przy wprowadzeniu lokalnego menu o nawiązanie do tradycji kulinarnych regionu i dostępnych produktów lokalnych (znajomość produktów lokalnych) 	<ul style="list-style-type: none"> - dbałość, rzetelność i staranność wykonania, - atrakcyjność Inicjatywy dla konkretnej grupy osób, - wpisywanie się oferty w lokalny krajobraz architektoniczny i kulturowy (nawiązanie i zachowanie tradycyjnej architektury, tradycyjne elementy wyposażenia) - wartość merytoryczna (program, upowszechnienie dziedzictwa miejsca – kulturowego, przyrodniczego, historycznego lub dziedzictwa jego mieszkańców, dotarcie do osób nie zainteresowanych dziedzictwem)

<p>Przyjazność dla środowiska</p>	<p>- produkt powstaje na bazie surowców naturalnych, proekologicznych lub z ekologicznych upraw/hodowli. Surowce pochodzą z Obszaru LGD Dobra Widawa lub bliskiej odległości od jego granic - max. do 30 km od miejsca produkcji/przetwarzania produktu (co służy skracaniu łańcuchów dostaw).</p> <p>- 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>- opakowanie produktu (jeśli dotyczy) jest przyjazne dla środowiska – zostało przygotowane z naturalnych surowców lub pochodzących z recyklingu.</p>	<p>Usługa przyczynia się do ochrony przyrody, krajobrazu, wody, powietrza, gleby np. poprzez kształtowanie nawyków i zachowań proekologicznych i oszczędnościowych (np. rowery dla gości, tablice/materiały edukujące na temat ochrony środowiska, walorów natury). Stosowane są urządzenia energooszczędne, alternatywne źródła energii, ekologiczne metody odprowadzania ścieków, ograniczane do minimum jest zużycie detergentów i innych środków chemicznych oraz produkcja odpadów, zachowany i wciąż polepszany dobrostan zwierząt itp.</p> <p>Rodzaj usługi związany jest z edukacją przyrodniczą., propagowaniem zdrowego/eko stylu życia.</p>	<p>Inicjatywa przyczynia się do ochrony przyrody, krajobrazu, wody, powietrza, gleby np. poprzez kształtowanie nawyków i zachowań proekologicznych i oszczędnościowych. 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>Tematyka Inicjatywy dotyczy środowiska, edukacji przyrodniczej.</p>
<p>Przyjazność dla klienta i mieszkańców</p>	<p>- Produkt/usługa/Inicjatywa ukierunkowany/a jest na oczekiwania, życzenia klienta, specyficznych grup odbiorców. Klient odczuwa autentyczność produktu/usługi/Inicjatywy, jego niepowtarzalność, nieanonimowość. Klient czuje się świadomym, odpowiedzialnym klientem – uczestnikiem Programu marki lokalnej Dobra Widawa.</p> <p>- Produkt/usługa/Inicjatywa powinny być w stałej regularnie dostępnej w Regionie ofercie/sprzedaży ze stałą ceną. Jeżeli produkt, usługa lub Inicjatywa jest dostępny/a sezonowo należy to uwzględnić, uzasadnić i wyróżnić podczas promocji oferty.</p>		

	<ul style="list-style-type: none"> - Obiekt gdzie odbywa się sprzedaż lub promocja produktu/usługi/ Inicjatywy powinien być czytelnie oznakowany (drogowskaz, szyld) z możliwością skorzystania z parkingu. - Producent/twórca/organizator dba o znajomość swego produktu/usługi/Inicjatywy wśród mieszkańców. <p>Uwaga! należy wykazać konkretne przykłady, np. organizacja pokazów, prezentacji, spotkań dla mieszkańców (nawet gdy nie korzystają z oferty, ponieważ nie jest bezpośrednio do nich kierowana), aby mieszkańcy znali ofertę pod marką lokalną.</p>
<p>Wyjątkowość</p>	<p>Produkt/usługa/Inicjatywa jest wyjątkowy poprzez szczególne powiązanie z innym lokalnym produktem czy miejscem, innowację, dizajn, unikatowość/autorskość w formie, składzie lub zasadzie działania oraz pasję i zaangażowanie jej twórcy/wytwórcy/organizatora. Stanowi wzór, przykład dla innych. Pobudza do aktywności, zainteresowania innych Obszarem LGD Dobra Widawa.</p> <p>Uwaga! Wyjątkowość produktu/usługi/Inicjatywy powinna wzmocniać wizerunek obszaru i marki lokalnej Dobra Widawa lub przyczyniać się do kreowania i z czasem stanowić o ich wyjątkowości.</p>
<p>Współpraca w ramach Programu marki lokalnej Dobra Widawa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - dotychczasowa współpraca ze Koordynatorem Programu Marki, korzystanie z oferty Stowarzyszenia (integracyjnej, promocyjnej) – podając jej zakres, czas trwania, efekty, - dotychczasowa współpraca z podmiotami działającymi na Obszarze LGD Dobra Widawa, np. zakup surowców, tworzenie wspólnych produktów, kampanii promocyjnych, wspólnej oferty dla klienta (należy opisać w jakim zakresie) – np. wspólnego programu warsztatów, wycieczki, pobytu, zestawów produktów, wspólnych półek/wysp sprzedażowych, - opisany we wniosku plan współpracy uwzględniający współpracę z Koordynatorem Programu Marki lub z podmiotami uczestniczącymi lub planującymi udział w Programie marki lokalnej Dobra Widawa, np. sprzedaż produktów oznaczonych Znakiem pochodzących od innych użytkowników Znaku, wspólne wyjazdy na targi, materiały promocyjne, organizacja imprez, sposoby promocji/informowania konsumentów/kontrahentów o tym, że produkt/ usługa/ Inicjatywa jest oznaczony Znakiem. <p>Uwaga! W przypadku ubiegania się o przedłużenie okresu uprawnienia do posługiwania się Znakiem na produkt/usługę/Inicjatywę należy wykazać się spełnieniem zapisanego we Wniosku (za poprzedni okres) planu. W przypadku nie wypełnienia założonego planu – należy wskazać powody tej sytuacji i przedstawić nowe propozycje współpracy.</p> <p>Istotnym jest ocena jak dany produkt (a nie sama firma formalnie) współpracuje/ koresponduje z innymi ofertami i Programem marki lokalnej Dobra Widawa</p>