

### Załącznik 3

do REGULAMINU PRYZYNAWANIA, UŻYWANIA I POSŁUGIWANIA SIĘ ZNAKIEM PROMOCYJNYM MIODNY SZLAK  
zwanego też dalej „Regulaminem”

#### KRYTERIA OCENY

Znak Promocyjny MIODNY SZLAK (zwany też dalej „Znakiem”) przyznawany jest w trzech zasadniczych kategoriach: produkt, usługa i Inicjatywa (w rozumieniu Regulaminu).  
Wnioskodawca składa wniosek 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 Znaku 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 Powiatu Nowosądeckiego
- 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 MIODNY SZLAK.

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 Powiatu Nowosądeckiego (Miodnego Szlaku)</b>	Produkt powinien mieć specyficzne cechy związane z Obszarem MIODNEGO SZLAKU, np.: <ul style="list-style-type: none"><li>– tradycyjna receptura/przepis/technika wykonania (udokumentowana)</li><li>– funkcja produktu ma związek z regionem (tradycyjne</li></ul>	Oferta winna być wyjątkowa, kojarząca się z Obszarem MIODNEGO SZLAKU, 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></ul>	

	<p>zawody, prace gospodarskie, zwyczaje)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– produkt pochodzi z tradycyjnych dla regionu upraw/hodowli lub powstaje na bazie surowców z tradycyjnych dla Obszaru upraw/hodowli</li> <li>– produkt związany jest z historią/legendą lokalną</li> <li>– produkt posiada inne cechy/wyróżniki skorelowane z Obszarem i producent potrafi to opisać, wykazać lub/ i udokumentować.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wpisywać się w nurty edukacji (w tym ekologicznej i regionalnej) w oparciu o zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy i kulturowy Obszaru,</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 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> <li>–</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, nie anonimowość. Klient czuje się świadomym, odpowiedzialnym klientem lub/i mieszkańcem– uczestnikiem Programu marki lokalnej MIODNY SZLAK.</p> <p>Produkt/Usługa 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.</p> <p>Niepowtarzalność produktu, nie masowość</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 MIODNY SZLAK</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- dotychczasowa współpraca Fundacją Po Zdrowie Do Natury - właścicielem praw do Znaku, korzystanie z oferty Fundacji (integracyjnej, promocyjnej) – jej zakres, czas trwania, efekty,</li><li>- dotychczasowa współpraca z podmiotami współpracującymi z Fundacją, np. zakup surowców, tworzenie wspólnych produktów, wspólnej oferty dla klienta (należy opisać w jakim zakresie),</li><li>- opisany we wniosku plan współpracy uwzględniający współpracę z Fundacją lub podmiotami uczestniczącymi lub planującymi udział w Programie marki lokalnej MIODNY SZLAK, np. sprzedaż produktów ze Znakiem Promocyjnym MIODNY SZLAK, wspólne wyjazdy na targi, materiały promocyjne, organizacja imprez, sposoby promocji/informowania konsumentów/kontrahentów o tym, że produkt jest oznaczony Znakiem.</li></ul>
--	---