**KRYTERIA MERYTORYCZNE – uwagi wstępne**

**Ocena produktów, usług oraz Inicjatyw według kryteriów merytorycznych określonych niniejszym załącznikiem nastąpi wyłącznie w odniesieniu do [[1]](#footnote-1)Wnioskodawców, 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.**

Prawo do używania i posługiwania się Znakiem przyznawane jest w trzech zasadniczych kategoriach: produkt, usługa i Inicjatywa. Wnioskodawca składa wniosek osobno dla każdego rodzaju produktu, usługi czy Inicjatywy. Ocenie podlega konkretny produkt, usługa lub Inicjatywa. Produkt, usługa i Inicjatywa oceniane są wedle określonych niniejszym załącznikiem sześciu jednostkowych kryteriów merytorycznych – kryteriów, uwzględniających różnice w rodzaju prowadzonej działalności (produkt, usługa, Inicjatywa).

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** |
| **Związek z Regionem**  (wyjątkowość i rozpoznawalność bazująca na związku z Regionem) | Produkt powinien mieć specyficzne cechy związane z Obszarem SUDECKI ŚWIAT,  - receptura/przepis/technika wykonania (udokumentowana) bazując na lokalnych tradycjach lub tradycjach związanych z miejscem pochodzenia obecnych mieszkańców  - funkcja produktu ma związek z Regionem (tradycyjne zawody, wydobycie surowców, prace gospodarskie, zwyczaje)  - produkt pochodzi z tradycyjnych dla Obszaru SUDECKI ŚWIAT upraw/hodowli lub powstaje na bazie surowców z charakterystycznych dla Obszaru SUDECKI ŚWIAT upraw/hodowli  - produkt związany jest z lokalnym rytuałem, obrzędem, zwyczajem, świętem/wydarzeniem odbywającym się cyklicznie na Obszarze SUDECKI ŚWIAT (od co najmniej 20 lat)  - produkt posiada inne cechy/wyróżniki skorelowane z Obszarem SUDECKI ŚWIAT i producent potrafi to opisać, wykazać lub udokumentować. | Usługa winna być wyjątkowa, kojarząca się z Obszarem SUDECKI ŚWIAT, tj.:  - posiadać elementy/cechy miejscowe pozwalające odróżnić ją od innych tego typu ofert (sposoby/powody dla których klient odróżni ofertę z Obszaru SUDECKI ŚWIAT),  - miejsce/obiekt świadczenia usługi eksponuje lub wykorzystuje specyficzne cechy Regionu (wyposażenie wnętrza związane z regionem, klimat miejsca),  - wpisywać się w nurty edukacji (w tym ekologicznej i regionalnej) w oparciu o zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy, krajobrazowy i historyczny Obszaru SUDECKI ŚWIAT  - przekazywać wartości i kształtować odpowiedzialną postawę względem poszanowania środowiska i historii Regionu (np. przekazanie wiedzy klientom nt. gospodarki , starych zawodów, krajobrazu, związanej z nimi historii i tradycji Obszaru SUDECKI ŚWIAT.  */wskazówkę dla oceniających może stanowić przewodnik turystyczny „Brama Sudetów Środkowych. Piękno ukryte w szczególe” i inne publikacje wydane lub rekomendowane przez Stowarzyszenie/* | Inicjatywa winna być wyjątkowa, kojarząca się z Obszarem SUDECKI ŚWIAT, tj.:  - posiadać elementy/cechy miejscowe pozwalające odróżnić ją od innych tego typu działań (sposoby/powody dla których klient odróżni inicjatywę z Obszaru SUDECKI ŚWIAT),  - miejsce/obiekt realizacji inicjatywy eksponuje lub wykorzystuje specyficzne cechy Regionu np. krajobrazowe, architektoniczne),  - wpisywać się w nurty edukacji (w tym ekologicznej i historycznej) w oparciu o zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy i historyczny, kulturowy Obszaru SUDECKI ŚWIAT,  - 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 Obszaru SUDECKI ŚWIAT.  */wskazówkę dla oceniających może stanowić przewodnik turystyczny „Brama Sudetów Środkowych. Piękno ukryte w szczególe” i inne publikacje wydane lub rekomendowane przez Stowarzyszenie/* |
| **Jakość** | - jakość produktu (dbałość o wysokiej jakości surowce, rzetelność i staranność wykonania),  - estetyka wykonania produktu,  - opakowanie produktu (jeśli dotyczy)  - sposób eksponowania produktu  - posiadanie certyfikatów jakości, nagród i wyróżnień na konkursach | - 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, wyposażenia, sprzętu (porządek, schludność, czystość),  - 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) | - 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 Inicjatywy |
| **Przyjazność dla środowiska** | Produkt powstaje na bazie surowców naturalnych, proekologicznych lub z ekologicznych upraw/hodowli, powstaje na obszarze Natura2000 w poszanowaniu jej zasad i wartości.  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. | Usługa/Inicjatywa przyczynia się do ochrony przyrody, krajobrazu, wody, powietrza, gleby np. poprzez stosowanie 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. | |
| **Przyjazność dla klientów** | 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 SUDECKI ŚWIAT. | | |
| **Dostępność** | Produkt/usługa/Inicjatywa powinna być w stałej regularnie dostępnej w Regionie ofercie/sprzedaży ze stałą ceną. Jeżeli produkt, usługa lub Inicjatywa jest dostępny/a sezonowo należy to uwzględnić i uzasadnić.  Obiekt gdzie odbywa się sprzedaż lub promocja produktu/usługi/ Inicjatywy 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. | | |
| **Współpraca w ramach programu marki lokalnej SUDECKI ŚWIAT** | - dotychczasowa współpraca ze Stowarzyszeniem, korzystanie z oferty Stowarzyszenia (integracyjnej, promocyjnej, wsparcia finansowego) – jej zakres, czas trwania, efekty,  - dotychczasowa współpraca z podmiotami działającymi na terenie Obszaru SUDECKI ŚWIAT, np. zakup surowców, tworzenie wspólnych produktów, wspólnej oferty dla klienta (należy opisać w jakim zakresie),  - reprezentowanie i działalność na rzecz członków społeczności lokalnej, np. poprzez prowadzenie stowarzyszenia rolników, pszczelarzy, rękodzielników lub innej grupy osób/podmiotów podejmujących aktywność gospodarczą lub rozwojową na rzecz Regionu,  - opisany we wniosku plan współpracy uwzględniający współpracę ze Stowarzyszeniem lub podmiotami uczestniczącymi lub planującymi udział w Programie marki lokalnej SUDECKI ŚWIAT, np. sprzedaż produktów oznaczonych Znakiem, wspólne wyjazdy na targi, materiały promocyjne, organizacja imprez, sposoby promocji/informowania konsumentów/kontrahentów o tym, że produkt/ usługa/ Inicjatywa jest oznaczony Znakiem. | | |

1. Określenia pisane w niniejszym Załączniku z dużej litery użyte są w rozumieniu zdefiniowanym Regulaminem. [↑](#footnote-ref-1)