

## I. KRYTERIA OCENY

Znak Promocyjny KOMTURIA NATURY (zwany też dalej „Znakiem”) przyznawany 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 (podpowiedź co do rodzaju produktów, usług lub inicjatyw, które mogą być oznaczane Znakiem stanowi KATALOG UŻYTKOWNIKÓW ZNAKU PROMOCYJNEGO KOMTURIA NATURY).

Produkty i usługi oceniane są wedle określonych kryteriów, podzielonych na dwie grupy:

- 1) Kryteria dopuszczające /formalne/ – cztery kryteria jednakowe dla wszystkich potencjalnych użytkowników, niezależnie od rodzaju prowadzonej działalności,

KRYTERIA DOPUSZCZAJĄCE oceniane są w skali 0/1, tj: 0 – nie spełnia kryterium, 1 – spełnia kryterium. Nie spełnienie jednego z kryteriów dopuszczających skutkuje odrzuceniem wniosku.

**Produkt, usługa lub inicjatywa, by znaleźć się na liście użytkowników znaku KOMTURIA NATURY musi uzyskać 1 za każde z kryteriów dopuszczających.**

- 2) Kryteria merytoryczne – sześć kryteriów jednostkowych, uwzględniających różnice w rodzaju prowadzonej działalności (produkt – usługa - inicjatywa).

KRYTERIA MERYTORYCZNE podlegają ocenie Kapituły. Ilość punktów jest wyliczana jako średnia ocen członków Kapituły. Maksymalna łączna liczba punktów za kryteria merytoryczne produkt/usługa/inicjatywa wynosi 30. Maksymalna liczba punktów za każde z kryteriów jednostkowych wynosi 5.

**Produkt, usługa lub inicjatywa, by znaleźć się na liście użytkowników Znaku musi uzyskać co najmniej 16 punktów łącznie za kryteria merytoryczne i uzyskać co najmniej 2,5 pkt. w każdym z 6 kryteriów jednostkowych**

## II. SZCZEGÓŁOWY OPIS KRYTERIÓW:

- 1) KRYTERIA DOPUSZCZAJĄCE DLA PODMIOTÓW (rekomendowane)

1.1. Kryterium podmiotowe i związku z obszarem Ziemi Człuchowskiej

1.2. Standardy prawne i etyczne

1.3. Brak przeterminowanego zadłużenia

1.4. Prowadzenie działalności zgodnie z wymogami ochrony środowiska.

- 2) KRYTERIA MERYTORYCZNE (DLA KONKRETNÝCH PRODUKTÓW/USŁUG/INICJATYW):

2.1. Powiązanie z regionem

2.2. Jakość

2.3. Przyjazność dla środowiska

2.4. Przyjazność dla klienta i mieszkańców

2.5. Wyjątkowość

2.6. Współpraca w ramach programu Marka Lokalna KOMTURIA NATURY.

## III. KRYTERIA MERYTORYCZNE – szczegółowy opis uwzględniający różnice pomiędzy produktem a usługą a inicjatywą.

*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
2.1. POWIĄZANIE Z REGIONEM	Produkt powinien mieć specyficzne cechy związane z marką KOMTURIA NATURY, - tradycyjna receptura/przepis/technika wykonania (udokumentowana) - funkcja produktu ma związek z regionem Ziemi Człuchowskiej (tradycyjne zawody, prace	Usługa winna być wyjątkowa, kojarząca się z marką KOMTURIA NATURY, tj.: - posiadać elementy/cechy miejscowe pozwalające odróżnić ją od innych tego typu ofert (sposoby/powody dla których klient odróżni ofertę pod marką KOMTURIA NATURY),	Inicjatywa winna być wyjątkowa, kojarząca się z marką KOMTURIA NATURY, tj.: - posiadać elementy/cechy miejscowe pozwalające odróżnić ją od innych tego typu działań

Załącznik 3. Kryteria merytoryczne dla poszczególnych kategorii produktów

	<p>gospodarskie, zwyczajne)                  - produkt pochodzi z tradycyjnych upraw/hodowli lub powstaje na bazie surowców z tradycyjnych dla Ziemi Człuchowskiej upraw/hodowli                  - produkt związany jest z lokalnym rytuałem, obrzędem, zwyczajem, świętem/wydarzeniem odbywającym się cyklicznie na obszarze Ziemi Człuchowskiej (od co najmniej 5 lat)                  - produkt posiada inne cechy/wyróżniki skorelowane z marką KOMTURIA NATURY i producent potrafi to opisać, wykazać lub/i udokumentować.</p>	<p>- miejsce/obiekt świadczenia usługi eksponuje lub wykorzystuje specyficzne cechy regionu Ziemi Człuchowskiej (wyposażenie wnętrza związane z regionem),                  - wpisywać się w nurty edukacji (w tym ekologicznej i regionalnej) w oparciu o zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy i historyczny Ziemi Człuchowskiej,                  - 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 Ziemi Człuchowskiej usług i atrakcji),</p>	<p>(sposoby/powody dla których klient odróżni inicjatywę pod marką KOMTURIA NATURY),                  - miejsce/obiekt realizacji inicjatywy eksponuje lub wykorzystuje specyficzne cechy regionu Ziemi Człuchowskiej (np. krajobrazowe, architektoniczne),                  - wpisywać się w nurty edukacji (w tym ekologicznej i regionalnej) w oparciu o zidentyfikowany lokalny potencjał przyrodniczy i historyczny, kulturowy Ziemi Człuchowskiej,                  - 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 Ziemi Człuchowskiej atrakcji),</p>
2.2. JAKOŚĆ	<p>- jakość produktu (),                  - estetyka wykonania produktu,                  - opakowanie produktu (jeśli dotyczy),                  - sposób eksponowania produktu</p>	<p>- 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),                  - 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).</p>	<p>- 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</p>
2.3. Przyjazność dla	Produkt powstaje na bazie	Usługa przyczynia się do ochrony	Usługa przyczynia się do

Załącznik 3. Kryteria merytoryczne dla poszczególnych kategorii produktów

środowiska	<p>surowców naturalnych, proekologicznych lub/i z ekologicznych upraw/hodowli, powstaje na obszarze Natura2000 w poszanowaniu jej zasad i wartości.</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>przyrody, krajobrazu, wody, powietrza, gleby np. poprzez stosowanie nawyków i zachowań proekologicznych i oszczędnościowych.</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>ochrony przyrody, krajobrazu, wody, powietrza, gleby np. poprzez stosowanie nawyków i zachowań proekologicznych i oszczędnościowych.</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>
2.4. Przyjazność dla klienta i mieszkańca	<p>Produkt/usługa/inicjatywa ukierunkowany/a jest na oczekiwania, życzenia klienta, specyficznych grup odbiorców. Klient odczuwa autentyczność produktu/usługi/inicjatywy, jego niepowtarzalność, nie anonimowość. Klient czuje się świadomym, odpowiedzialnym klientem – uczestnikiem Programu Marka Lokalna KOMTURIA NATURY.</p> <p>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.</p> <p>Obiekt gdzie odbywa się sprzedaż lub promocja produktu/usługi/ inicjatywy powinien być czytelnie oznakowany (drogowskaz, szyld) z możliwością skorzystania z parkingu.</p> <p>Forma potwierdzenia: Ocena członków Kapituły na podstawie informacji udzielonych we wniosku, wiedzy własnej członków Kapituły.</p>		
2.5. Wyjątkowość	<p>Produkt/usługa/inicjatywa jest wyjątkowy poprzez innowację, niepowtarzalność, formę, metodę lub zasadę działania lub formę prezentacji lub zachowanie tradycyjnego charakteru. Stanowi wzór, przykład dla innych. Wiąże się z realizacją pasji twórcy lub/i zaraza pasją, przywiązaniem do regionu innych.</p>		
2.6. Współpraca w ramach programu Marka Lokalna	<p>- dotychczasowa współpraca ze Stowarzyszeniem LGD Ziemi Człuchowskiej - Właścicielem Znaku, korzystanie z oferty LGD (integracyjnej, promocyjnej) – jej zakres, czas trwania, efekty,</p> <p>- dotychczasowa współpraca z podmiotami działającymi na terenie Ziemi Człuchowskiej, np. zakup surowców, tworzenie wspólnych produktów, wspólnej oferty dla klienta (należy opisać w jakim zakresie),</p> <p>- opisany we wniosku plan współpracy uwzględniający współpracę z Koordynatorem Marki lub /i podmiotami uczestniczącymi lub planującymi udział w Programie Marka Lokalna KOMTURIA NATURY, np. sprzedaż produktów ze znakiem Marka Lokalna, wspólne wyjazdy na targi, materiały promocyjne, organizacja imprez, sposoby promocji/informowania konsumentów/kontrahentów o tym, że produkt/ usługa/ inicjatywa jest oznaczony znakiem KOMTURIA NATURY.</p>		