



Załącznik nr 3  
do REGULAMINU PRYZNAWANIA, UŻYWANIA I POSŁUGIWANIA SIĘ ZNAKIEM PROMOCYJNYM MISJA KAMPINOS  
zwanego też dalej „Regulaminem”

## KRYTERIA OCENY

Znak Promocyjny Misja Kampinos (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.

**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 Promocyjnym Misja Kampinos.**

Produkty i usługi 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). Pula punktów za każde z kryteriów wynosi 3.

**Produkt lub usługa, 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 KONKRETNÝCH PRODUKTÓW/USŁUG):

- 2.1. Powiązanie z regionem LSR
- 2.2. Jakość
- 2.3. Przyjazność dla środowiska
- 2.4. Przyjazność dla mieszkańców i klientów
- 2.5. Wyjątkowość
- 2.6. Współpraca w ramach programu Marka Lokalna Misja Kampinos.

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 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).*

**Stowarzyszenie „Między Wisłą a Kampinosem”**

ul. Gminna 6, 05-152 Czosnów

[www.misjakampinos.pl](http://www.misjakampinos.pl); [www.lgdkampinos.pl](http://www.lgdkampinos.pl)



KRYTERIUM	PRODUKT	USŁUGA	INICJATYWA
<b>2.1. Powiązanie z regionem</b>	<p>Produkt powinien mieć specyficzne cechy związane z obszarem Misja Kampinos, np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– tradycyjna receptura/przepis/technika wykonania (udokumentowana)</li> <li>– funkcja produktu ma związek z regionem Misja Kampinos (tradycyjne zawody, prace gospodarskie, zwyczaje)</li> <li>– produkt pochodzi z tradycyjnych dla Misja Kampinos upraw/hodowli lub powstaje na bazie surowców z tradycyjnych dla Misja Kampinos upraw/hodowli</li> <li>– produkt związany jest z historią/legendą lokalną</li> <li>– produkt posiada inne cechy/wyróżniki skorelowane z Misja Kampinos i producent potrafi to opisać, wykazać lub/i udokumentować.</li> </ul>	<p>Oferta winna być wyjątkowa, kojarząca się z Misja Kampinos, tj.:</p> <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 Misja Kampinos),</li> <li>– miejsce/obiekt świadczenia usługi eksponuje lub wykorzystuje specyficzne cechy regionu Misja Kampinos (np. 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 historyczny Misja Kampinos,</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 Misja Kampinos usług i atrakcji) itp.</li> </ul>	
<b>2.2. 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>2.3. 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 Kampinoskiego Parku Narodowego. Stosowane są urządzenia energooszczędne, alternatywne źródła energii,</p>	<p>Usługa/wydarzenie przyczynia się do ochrony przyrody, krajobrazu, wody, powietrza, gleby np. poprzez stosowanie nawyków i zachowań proekologicznych i oszczędnościowych. Związana jest z propagowaniem walorów Kampinoskiego Parku Narodowego. 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>	

### Stowarzyszenie „Między Wisłą a Kampinosem”

ul. Gminna 6, 05-152 Czosnów

[www.misjakampinos.pl](http://www.misjakampinos.pl); [www.lgdkampinos.pl](http://www.lgdkampinos.pl)



	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.	
<b>2.4. Przyjazność dla klienta i mieszkańca</b>	Produkt/usługa/wydarzenie 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 Marka Lokalna Misja Kampinos. <u>Produkt/Usługa</u> 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 wydarzenie 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.	
<b>2.5. Wyjątkowość</b>	Produkt/usługa wykorzystuje nowatorskie działania, nowoczesne techniki na skalę regionalną, krajową lub międzynarodową.	Wydarzenie podejmuje tematy ważne lub innowacyjne na skalę regionu, przyjmuje nowatorskie formy, metody działania lub docierania do klientów/mieszkańców.
<b>2.6. Współpraca w ramach programu Marka Lokalna</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– dotychczasowa współpraca ze Stowarzyszeniem „Między Wisłą a Kampinosem” - Właścicielem 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 marka lokalna Misja Kampinos, np. sprzedaż produktów ze znakiem Misja Kampinos, wspólne wyjazdy na targi, materiały promocyjne, organizacja imprez, sposoby promocji/informowania konsumentów/kontrahentów o tym, że produkt jest oznaczony znakiem Misja Kampinos.</li></ul>	

### Stowarzyszenie „Między Wisłą a Kampinosem”

ul. Gminna 6, 05-152 Czosnów

[www.misjakampinos.pl](http://www.misjakampinos.pl); [www.lgdkampinos.pl](http://www.lgdkampinos.pl)