

Kritériá pre udeľovanie a používanie značky



NA SPOTREBNÉ VÝROBKY

O značku môže požiadať regionálny výrobca, ktorý vyrába regionálny výrobok (výrobok s pôvodom v regióne), pričom môže ísť o:

- tradičný remeselný výrobok - výrobok typický pre región, jeho výroba tu má tradíciu, čo určuje jeho jedinečnosť. Pre destináciu je výrobok nástrojom formovania autenticity. Je zacielený na všetky skupiny návštevníkov destinácie, osobitne návštevníkov vo vidieckom a kultúrnom cestovnom ruchu;
- iný jedinečný (originálny) **spotrebný** výrobok. Jeho výroba síce neprispieva k uchovávaniu tradícií, je však jedinečný z hľadiska regionálnej príslušnosti (výroby v menej rozvinutom regióne). Svojím charakterom (spôsobom použitia) môže byť zacielený na všetky skupiny návštevníkov destinácie. Pre destináciu je výrobok nástrojom zvyšovania povedomia o destinácii, plní aj prezentačnú funkciu.

O udelenie značky na tradičné remeselné a iné originálne spotrebné výrobky môže požiadať výrobca, ktorý spĺňa minimálne požiadavky na prevádzkovanie činností spojených s výrobou výrobku (požiadavky na výrobcu).

1 Základné kritériá – požiadavky na výrobcu

- A. Výrobca spĺňa všetky legislatívne požiadavky na činnosti spojené s výrobou výrobkov, na ktoré žiada o udelenie značky (vrátane požiadaviek na priestory prevádzkarne):

Žiadateľom o značku môžu byť výrobcovia:

- živnostníci: fyzické osoby podnikajúce na základe živnostenského oprávnenia;
- obchodné spoločnosti (akciové spoločnosti, verejné obchodné spoločnosti, komanditné spoločnosti, spoločnosti s ručením obmedzeným, jednoduché spoločnosti na akcie a pod.), družstvá a iné právnické osoby zapísané v Obchodnom registri, ktoré pre príslušnú činnosť (výrobu a predaj) disponujú živnostenským oprávnením;
- umelci (ľudovomeleckí výrobcovia) - slobodné povolania - osoby, ktoré podnikajú na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov;
- organizácie, ktoré nie sú zriadené za účelom podnikania, ale sú na výrobu a predaj remeselných a iných výrobkov oprávnené na základe živnostenského oprávnenia (napríklad občianske združenia so živnostenským oprávnením na vykonávanie príslušnej činnosti);
- iné subjekty (ľudovo-umeleckí výrobcovia- fyzické osoby a ich združenia, ktoré nie sú oprávnené na podnikanie) môžu žiadať o udelenie práv na používanie značky len v prípade, že ho Koordinátor alebo priamo spolupracujúci subjekt plánuje zaradiť do svojich pravidelných prezentačných aktivít v rámci, ktorých bude prezentovať výsledky svojej tvorivej činnosti a prispieť tak k prezentácii destinácie, regiónu a jeho tradícií.

- B. Zaručenie etických princípov, zásad podnikania a pozitívneho vzťahu k životnému prostrediu:

- žiadateľ o značku deklaruje, že na jeho osobu alebo subjekt nie je vyhlásený konkurz, nemá nedoplatky na daniach, sociálnom a zdravotnom poistení a nie je voči nemu vedené žiadne konanie Slovenskej obchodnej inšpekcie, Rady pre reklamu, alebo iné konanie v súvislosti s porušovaním práv spotrebiteľa, nekalou súťažou, neetickou reklamou a inými nekalými praktikami podnikania a predaja;
- subjekty prehlasujú, že dodržiavajú všetky zásady zodpovedného podnikania (správajú sa zodpovedne voči svojim zákazníkom, dodávateľom, zamestnancom, miestnym obyvateľom a životnému prostrediu).

2 Kritériá jedinečnosti výrobkov

Kritériá jedinečnosti sa odlišujú v závislosti od kategórie výrobku. Ich splnenie určuje aj možnosti použitia značky na obale výrobku.

Výrobok/ kritérium	
Tradičný remeselný výrobok	
A.	Miesto výroby v destinácii Výrobok je vyrobený v destinácii Poloniny ¹ .
B.	Ručná práca Viac ako 50 % výrobného procesu je ručná práca. Ručná práca je výroba rukami vrátane použitia rôznych nástrojov (aj s elektrickým pohonom), pokiaľ výsledný produkt závisí na zručnosti výrobcu a každý kus je originál.
C.	Tradícia typická pre územie destinácie Tradícia výrobku je dlhšia ako 100 rokov. Ide o tradíciu spojenú s výrobným postupom a zložením výrobku (s minimálnymi odchýlkami súčasného výrobku v porovnaní s historicky tradičným).
Iný regionálny výrobok s pôvodom v regióne (spotrebný výrobok)	
A.	Miesto výroby v destinácii Výrobok je vyrobený v destinácii Poloniny ² .
B.	Využitie regionálnych zdrojov (surovín) Viac ako 50 % priamych materiálových nákladov na výrobu výrobku má pôvod v destinácii Poloniny alebo v jej najbližšom okolí ³ .
C.	Originalita výrobku/ význam pre región Výrobok spĺňa osobitné znaky jedinečnosti v rámci okresu, kraja, SR (napr. výrobca je jediným výrobcom výrobku, výrobok má osobitné kvalitatívne znaky) alebo výrobca osobitne prispieva k rozvoju regiónu (napr. prispieva k tvorbe zamestnanosti v regióne- v okrese Snina a v okolitých okresoch, zapája znevýhodnené skupiny obyvateľov, pri výrobe nadštandardne dodržiava zásady zodpovedného správania voči životnému prostrediu, rozvíja tradíciu rodinného podnikania, dlhodobo podporuje komunitné a iné rozvojové projekty a pod.)
D.	Ponuka výrobkov návštevníkovi destinácie Návštevník je významná cieľová skupina pre nákup výrobku - výrobok je/bude návštevníkovi ponúkaný priamo v destinácii Poloniny ⁴ .
E.	Súlad so zámermi destinácie a cieľmi značky Výrobok nie je v rozpore s cieľmi značky – výrobca konzultuje s Koordinátorom značky ⁵ .

¹ Miesto výroby výrobku je destinácia Poloniny (**okres Snina a obce Ruský Hrabovec, Ruská Bystrá, Podhorod', Beňatina a Inovce z okresu Sobrance**).

² Miesto výroby výrobku je destinácia Poloniny (**okres Snina a obce Ruský Hrabovec, Ruská Bystrá, Podhorod', Beňatina a Inovce z okresu Sobrance**).

³ Región pôvodu priamych materiálov je **destinácia Poloniny** (okres Snina a obce Ruský Hrabovec, Ruská Bystrá, Podhorod', Beňatina a Inovce z okresu Sobrance) **alebo jej najbližšie okolie** (okresy Vranov nad Topľou, Humenné, Medzilaborce, Svidník a Stropkov).

⁴ Výrobok môže kúpiť návštevník priamo v destinácii Poloniny (**okres Snina a obce Ruský Hrabovec, Ruská Bystrá, Podhorod', Beňatina a Inovce z okresu Sobrance**).

⁵ Cieľom značky je ochrana a zachovanie prírodného dedičstva (prírodného potenciálu), ako hlavného prvku rozvojového potenciálu územia; ochrana, uchovávanie a obnova kultúrnych hodnôt územia; sociálny a ekonomický rozvoj územia prostredníctvom príspevku k rozvoju udržateľných foriem cestovného ruchu, a to predovšetkým prírodného cestovného ruchu (turizmu blízkeho prírode) a jeho produktov. Medzi ďalšie ciele značky patrí podpora predaja lokálnych produktov a služieb, podpora spolupráce medzi producentmi a poskytovateľmi služieb.