

**Manuál na zavádzanie regionálnej značky
- systému regionálneho značenia lokálnych produktov na
Slovensku**

2021



EURÓPSKA ÚNIA
EURÓPSKY FOND
REGIONÁLNEHO ROZVOJA
SPOLOČNE BEZ HRANÍC



INTERREG V-A
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
ČESKÁ REPUBLIKA



ŽILINSKÝ
SAMOSPRÁVNÝ
KRAJ

Manuál na zavádzanie regionálnej značky - systému regionálneho značenia lokálnych produktov na Slovensku

Autori: Ing. Renáta Lelovská, Ing. Ľudmila Elexová, PhD.

Text neprešiel jazykovou úpravou.

© Národná sieť MAS 2021

Všetky práva vyhradené.

Toto dielo ani žiadnu jeho časť nemožno reprodukovat' bez súhlasu majiteľa práv.

OBSAH

ÚVOD	5
A. VÝCHODISKÁ TVORBY SYSTÉMU REGIONÁLNEHO ZNAČENIA	6
1 Používanie regionálnej značky	7
1.1 Regionálna značka ako ochranná známka	7
1.2 Označovanie pôvodu regionálnych poľnohospodárskych a potravinárskych produktov	9
1.3 Riadenie systému regionálneho značenia	10
2 Postavenie používateľov regionálnej značky	13
2.1 Výrobca remeselných a iných spotrebných výrobkov	14
2.2 Poľnohospodársky producent a výrobca potravín	16
2.3 Poskytovateľ ubytovacích a stravovacích služieb	18
B. ZÁSADY SYSTÉMU REGIONÁLNEHO ZNAČENIA	20
1 Systém regionálneho značenia	21
1.1 Územná pôsobnosť systému regionálneho značenia	21
1.2 Vzhľad značky	22
1.3 Produkty a služby, na ktoré sa vzťahuje používanie značky	23
1.4 Spôsoby a podmienky používania značky	24
2 Riadenie systému regionálneho značenia	25
2.1 Riadenie procesov v systéme regionálneho značenia	25
2.2 Riadenie kvality produktov a služieb v systéme	25
2.3 Postup udelenia práv na používanie značky	26
2.4 Poplatok za používanie značky	28
3 Dokumentácia systému regionálneho značenia	29
C. CERTIFIKAČNÉ KRITÉRIÁ	30
1 Kritériá pre udeľovanie značky na poľnohospodárske a potravinárske produkty	31
1.1 Základné kritériá	31
1.2 Kritériá jedinečnosti produktu	32
2 Kritériá pre udeľovanie značky na tradičné remeselné a iné spotrebné výrobky	35
2.1 Základné kritériá	35
2.2 Kritériá jedinečnosti výrobku	36
3 Kritériá pre udeľovanie značky na služby ubytovacích a stravovacích zariadení	40
3.1 Základné kritériá	40
3.2 Kritériá jedinečnosti služby	41
4 Kritériá pre udeľovanie značky na doplnkové služby v cestovnom ruchu/ zážitky	44
4.1 Základné kritériá	45

4.2 Kritériá jedinečnosti služby	46
5 Príklad spoločných kritérií pre udeľovanie značky na produkty a výrobky	50
6 Odporúčaný postup krokov pri zavedení systému regionálneho značenia	55
ZDROJE	577
PRÍLOHA	59
Vzor žiadosti o udelenie značky na doplnkové služby v cestovnom ruchu/ zážitky	60
1. Kvalita poskytovanej služby	64
2. Pozitívny vzťah k životnému prostrediu	65
3. Jedinečnosť služby vo vzťahu k regiónu	65

ÚVOD

Hlavným cieľom systému regionálneho značenia je zvýšenie úspešnosti produktov a služieb miestnych subjektov na trhu pri zachovaní udržateľného rozvoja regiónu. Regionálne značenie je systém kvality založený na štandardoch (kritériách), ktorý ako hlavný nástroj využíva značku. Ide o viac ako len označenie kvalitného produktu/ služby s pôvodom v regióne, pretože systém nastavením kritérií a nástrojov rozvíja spoluprácu medzi rôznymi hospodárskymi subjektmi, čím podporuje horizontálnu aj vertikálnu spoluprácu medzi odvetvami a tvorbu krátkych spotrebiteľských reťazcov. Ide o systém spolupráce medzi používateľmi regionálnej značky, ktorá odlišuje kvalitné a autentické lokálne výrobky a služby z určitého regiónu, reprezentuje jeho ľudí, kultúru, tradície a hodnoty. Ide o sieť subjektov, ktorí vzájomnou spoluprácou pri spracovaní a predaji výsledkov svojej činnosti prispievajú k podpore zamestnanosti a tvorbe pridanej hodnoty v regióne, čím podporujú aj jeho udržateľný ekonomický rast. Svoj prístup k prostrediu, vyjadrujú aj pozitívnym vzťahom k prírode, k tradíciám, prírodnému a kultúrnemu dedičstvu. Svojím ekologickým správaním a prístupom k tradičným hodnotám sa podieľajú na vyššej kvalite života obyvateľov regiónu. Regionálna značka podporuje subjekty, ktoré sa správajú zodpovedne voči svojmu okoliu, majú morálne a etické zásady.

Publikácia Manuál na zavádzanie značky „regionálny produkt“ je rozdelená na 3 hlavné časti. V prvej časti sa venuje východiskám systému regionálneho značenia so zameraním na používanie značky lokálnych produktov a služieb = regionálnej značky, ktorá je hlavným nástrojom systému. Osobitne sa venuje podmienkam postavenia používateľov značky, ktorí sú základom systému. Ide o poľnohospodárskych producentov, výrobcov potravín, výrobcov tradičných regionálnych remeselných výrobkov, výrobcov iných spotrebných výrobkov, poskytovateľov ubytovacích a stravovacích služieb a poskytovateľov iných doplnkových služieb v cestovnom ruchu (realizátorov zážitkov). Sú to hlavní nositelia značky, ktorí značku používajú na výsledkoch svojej činnosti.

V ďalších častiach sa publikácia osobitne venuje obsahu riadiacich dokumentov systému regionálneho značenia/značiek lokálnych produktov so značením „regionálny produkt“. Špecifikuje Zásady systému regionálneho značenia, ktoré sú jeho hlavným dokumentom. V tretej časti špecifikuje publikácia kritériá pre udeľovanie značky „regionálny produkt“ na poľnohospodárske produkty a potravinárske výrobky, na tradičné remeselné a iné spotrebné výrobky, na služby ubytovacích a stravovacích zariadení a kritériá pre udeľovanie značky na doplnkové služby v cestovnom ruchu. Kritériá pre konkrétnu skupinu produktov alebo služieb sú vždy uvedené na príklade minimálne 2 regionálnych značiek, keďže v rámci zavádzania regionálnej značky neexistuje na Slovensku jednotná metodika. Preto je na uvážení jednotlivých koordinátorov, ako náročné pravidlá a kritériá v systéme vytvoria. Z vlastnej skúsenosti so zavedením a 10 ročnou koordináciou značky však vieme, že kritériá je ideálne v procese precizovať, resp. podľa potreby aktualizovať, tak aby reflektovali na aktuálne potreby všetkých zúčastnených strán.

Publikácia bola spracovaná v rámci projektu **„Upevňovanie partnerstva slovenských a českých miestnych akčných skupín prostredníctvom zvyšovania povedomia o dôležitosti podpory regionálnej ekonomiky“, finančne podporeného v rámci Programu INTERREG V-A Slovenská republika - Česká republika**. Je určená najmä Koordinátorom regionálnych značiek a všetkým subjektom zapojeným v systéme regionálneho značenia.

A. VÝCHODISKÁ TVORBY SYSTÉMU REGIONÁLNEHO ZNAČENIA

Začiatky vytvárania regionálnych značiek v slovenských regiónoch sú spojené so zavádzaním systému regionálneho značenia v regiónoch Českej republiky, kde má značenie dlhšiu tradíciu a zároveň je implementované vo väčšom rozsahu ako na Slovensku. Prvé regionálne značky tu zaviedlo Regionální environmentální centrum Česká republika, o.s., pre regióny Krkonoše, Šumava a Beskydy v období rokov 2004 – 2006 s označením značky „domáce výrobky“. V roku 2008 vznikla Asociace regionálních značek, o.s. (ARZ), ktorej úlohou je koordinácia systému regionálnych značiek na národnej úrovni. Je garantom kritérií udeľovania značky a členom certifikačných komisií v regiónoch, zabezpečuje výmenu skúseností medzi regiónmi, zabezpečuje marketing, prezentáciu a propagáciu značiek, prevádzkuje spoločné internetové stránky, realizuje národné a nadnárodné projekty spolupráce a pod. (ARZ, 2018). Systém regionálneho značenia v Českej republike zastrešený na národnej úrovni ARZ v súčasnosti zahŕňa 30 regionálnych značiek s jednotným dizajnom vyobrazenia značky (logo typom), ktoré sú koordinované 29 regiónmi, kde koordináciu zastrešuje 20 MAS, 6 organizácií- agentúr destinačného manažmentu a 4 neštátne neziskové organizácie. V každom z regiónov vznikla regionálna značka pre produkty, ktoré zaručujú popri ich kvalite a šetrnosti k životnému prostrediu, predovšetkým ich pôvod a väzbu na výnimočnú územie. V nadväznosti na označovanie produktov sa v niektorých regiónoch značenie používa aj k podpore vybraných ubytovacích a stravovacích zariadení. A v určitých regiónoch sa regionálna značka používa aj na doplnkové služby („zážitky“). V Českej republike je aj päť systémov regionálnej značky, ktoré využívajú odlišný dizajn loga.

Značky vytvorené na Slovensku boli inšpirované modelom regionálneho značenia produktov v Českej republike. Systém riadenia značiek vychádza z rovnakých princípov (podobnej štruktúry), ktoré sú prispôsobené legislatívnej úprave v SR. Keďže je ich cieľom podpora miestnej ekonomiky, sú jednotlivé systémy značenia zároveň prispôsobené potrebám miestneho obyvateľstva.

Systém regionálneho značenia produktov a služieb bol na Slovensku po prvýkrát zavedený v roku 2006 vytvorením značky „Tradície Bielych Karpát“, rozvíjanej Centrom environmentálnych aktivít. „Tradície Bielych Karpát“ bola v Strednej Európe prvá cezhraničná regionálna ochranná známka, nakoľko je udeľovaná na slovenskej aj na moravskej strane Chránenej krajinskej oblasti Biele - Bílé Karpaty (Tradície Bielych Karpát, 2018). V roku 2010 vznikla značka Regio Danubiana.

Ďalšie regionálne značky vznikli v roku 2008, „regionálny produkt KYSUCE“, „regionálny produkt MALÉ KARPATY“ a „regionálny produkt ZÁHORIE“, v roku 2012 regionálne značky „regionálny produkt PONITRIE“, „regionálny produkt HONT“ (zapísaná v roku 2013) a „Regionálny produkt Podpoľanie“ (zapísaná do registra ochranných známok v roku 2014). V roku 2014 vznikla značka „MALODUNAJSKO-GALANTSKO regionálny produkt“ a „regionálny produkt KARSTICUM“. V roku 2015 bola oživená značka „regionálny produkt ZÁHORIE“ a vytvorená nová značka „regionálny produkt KOPANICE“, značka „regionálny produkt GEMER-MALOHONT“ a značka „KUKKONIA“ zameraná na producentov a poskytovateľov služieb z územia Žitného ostrova. V rokoch 2017 a 2018 vznikli ďalšie 4 značky, a to „Regionálny produkt NITRAVA“, „Regionálny produkt Pohronie“,

„Regionálny produkt Novohrad“ a „Podunajsko - originálny produkt“. V posledných dvoch rokoch boli zavedené značky „Poloniny“, „regionálny produkt PIEŠŤANSKO“, „regionálny produkt HORNÝ ŠARIŠ“ a „Kvalita Liptova“. Aktuálne vzniká značka „regionálny produkt RUDOHORIE HNILEC SLUBICA“.

Regionálne značky majú mať schopnosť asociovať produkt s regiónom, z ktorého pochádza, preto sú tvorené logotypom (logom doplneným o typografické prvky - písmenami), ktorý obsahuje grafický symbol a textové označenie regiónu pôvodu produktov (väčšinou aj regiónu pôsobenia systému regionálneho značenia). Doposiaľ vzniklo na Slovensku spolu **23** regionálnych značiek (vrátane značky v súčasnosti v procese vytvárania „regionálny produkt RUDOHORIE HNILEC SLUBICA“), ktoré boli založené na rovnakých princípoch a cieľoch. Aktivita týchto systémov kvality sa však odlišuje, štyri z nich možno považovať za úplne neaktívne a ďalšie štyri, ktoré vznikli skôr ako pred dvoma rokmi má len minimálnu aktivitu, či už z hľadiska rozvojových a sieťovacích aktivít Koordinátora alebo marketingových aktivít. **Je nevyhnutné dôkladne zvážiť rozhodnutie vytvoriť systém regionálneho značenia, jeho územnú pôsobnosť aj možnosti udržateľnosti a ďalšieho rozvoja s partnermi v území, a to aj z toho dôvodu, že tento proces je spojený s nemalými finančnými prostriedkami a energiou vynaloženou Koordinátorom aj dôverou zo strany miestnych subjektov pri ich zapájaní.**

Z 23 systémov regionálnej značky bola v 17 vytvorená značka v jednotnom dizajne grafického vyobrazenia, tak ako väčšina značiek v Českej republike. Rozsah produktov, výrobkov a služieb, na ktoré sa jednotlivé regionálne značky vzťahujú je odlišný. Závisí aj od špecifik regiónov, histórie a predpokladov pre rozvoj jednotlivých odvetví, predpokladov pre rozvoj cestovného ruchu aj pripravenosti územia realizovať riadenie kvality v určitom rozsahu tovarov a služieb.

Systém regionálneho značenia je systém kvality, ktorého hlavným nástrojom je regionálna značka. Na Slovensku sú tieto systémy riadené rôznymi subjektmi, najčastejšie občianskymi združeniami so štatútom Miestnej akčnej skupiny a oblastnými organizáciami cestovného ruchu. Je to samostatná aktivita, ktorá sieťuje subjekty z rôznych odvetví hospodárstva na určitom území. Subjekty v systéme používajú regionálnu značku a Koordinátor (garant systému) realizuje na podporu a prepájanie týchto subjektov, nie len marketingové aktivity, ale aj sieťovanie.

1 Používanie regionálnej značky

Značka je nástrojom odlišenia. Pri predaji tovarov a služieb používajú podniky, ale aj iné subjekty, rôzne označenia, vzory, farby, texty a grafické znázornenia (obrázky) z dôvodu odlišenia svojich produktov a služieb od iných. Pre zabezpečenie ochrany značky pred ľubovoľným použitím inými subjektmi je značku možné registrovať ako ochrannú známku. Registrácia ochrannej známky na úrovni štátu sa v SR riadi predovšetkým Zákonom č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach a Vyhláškou č. 567/2009 Z.z., ktorou sa tento zákon vykonáva.

1.1 Regionálna značka ako ochranná známka

Pokiaľ nie je vyobrazenie značky registrované ako ochranná známka, môže značku teoreticky použiť akýkoľvek výrobca alebo poskytovateľ služieb. Zámerom vytvorenia systému regionálneho značenia je podporiť predaj kvalitných regionálnych produktov. Značka odlišuje kvalitné produkty a služby z konkrétneho regiónu od iných zhodných alebo podobných výrobkov a služieb. Značka je predovšetkým marketingovým nástrojom a základom pri tvorbe imidžu a reputácie produktov a služieb, preto je činnosť koordinátora finančne náročná. Odlišenie a ochrana regionálnej značky je nevyhnutná, aj keď nie je povinná. Zabezpečuje, že značku a jej imidž nemôžu využívať iné subjekty, ktoré nie sú súčasťou systému značenia (napríklad nie sú z regiónu, alebo neproduktujú/neposkytujú kvalitné tovary, služby, resp. do tohto systému nijak neprispievajú).

„Práva a povinnosti súvisiace s právnou ochranou ochranných znáмок a konania vo veciach ochranných znáмок pred Úradom priemyselného vlastníctva“ upravuje zákon č. 506/2009 Z.z. o ochranných známkach. Ako ochranná známka môže byť registrované „akékoľvek označenie, ktoré možno graficky znázorniť a ktoré tvoria najmä slová, vrátane osobných mien, písmená, číslice, kresby, tvar tovaru alebo jeho obal, prípadne

ich vzájomné kombinácie, ak takéto označenie je spôsobilé rozlíšiť tovary alebo služby jednej osoby od tovarov alebo služieb inej osoby“ (Zákon č. 506/2009 Z. z. §2). Ako ochranné známky sú v SR najčastejšie registrované grafické vyobrazenia značky (logo) a texty (slogany, názvy a pod.). Rozlišujeme slovnú, obrazovú, kombinovanú ochrannú známku, ktorá sa skladá zo slovnej aj obrazovej (grafickej časti) a trojrozmernú ochrannú známku. Regionálne značky sú najčastejšie registrované ako kombinované ochranné známky. Jeden subjekt môže mať registrovaných aj viac druhov ochrannej známky, najčastejšie slovnú a kombinovanú, ale každý druh je samostatná registrácia, ktorá podlieha poplatku. Hlavným kritériom vyobrazenia je rozlišovacia schopnosť známky.

Vo všeobecnosti sa najčastejšie používajú ochranné známky, ktorých majiteľom je jeden subjekt - tzv. individuálne ochranné známky a používa ju na svoje tovary a služby. Väčšinou ide o podnikateľské subjekty, ktoré známku používajú na vlastné produkty a služby. Tieto subjekty môžu svojím súhlasom dovoliť používanie ochrannej známky inými subjektmi formou licencie, to znamená, že sú zdrojom zisku pre majiteľa značky. Typickým príkladom je použitie licencie v rámci franšizingu (okrem použitia know-how je jeho súčasťou aj súhlas na použitie značky). Okrem toho rozlišuje zákon kolektívnu ochrannú známku. Je ňou „ochranná známka, ktorá rozlišuje tovary alebo služby pochádzajúce od členov združenia fyzických osôb alebo právnických osôb, ktoré má právnu subjektivitu, od tovarov alebo služieb iných osôb“ (zákon č. 506/2009 Z.z., § 43). V prípade regionálneho značenia ide o používanie značky na tovary a služby viacerých subjektov. Nejde však o kolektívnu ochrannú známku, pretože jej majiteľmi by bolo združenie a na používanie známky by boli oprávnení jej členovia prihlásení k používaniu ochrannej známky, ktorí majú medzi sebou uzatvorenú zmluvu o používaní. Fungovanie systému regionálneho značenia predpokladá zapojenie viacerých rôznorodých producentov kvalitných produktov, poskytovateľov služieb. Systém je tiež často výsledkom spolupráce viacerých združení, ktoré na tomto území pôsobia. V prípade registrácie regionálnej značky ako kolektívnej ochrannej známky jedným združením, môžu byť členmi združenia aj subjekty, ktoré nespĺňajú základné kritériá na producentov, poskytovateľov služieb alebo také, ktoré nespĺňajú znaky kvality predávaných produktov a služieb, alebo sú tieto produkty, služby inak v rozpore s cieľmi značky.

15 značiek používaných na označenie kvalitných lokálnych produktov je registrovaných ako individuálna ochranná známka, ktorých majiteľom sú koordinátori značiek, pričom majiteľ individuálnej ochrannej známky ale nie je producentom vlastných tovarov a služieb. Ako majiteľ ochrannej známky umožňuje používanie značky producentom na základe súhlasu (najčastejšie formou zmluvy o používaní značky). Súhlas udeľuje aj iným subjektom, ktoré používaním značky prispievajú k formovaniu jej imidžu (napríklad ostatným združeniam, ktoré spolupracovali pri zavádzaní systému alebo sú jeho súčasťou v súčasnosti).

Ide o značky „regionálny produkt KYSUCE“, „regionálny produkt MALÉ KARPATY“ a „regionálny produkt ZÁHORIE“, „regionálny produkt PONITRIE“, „regionálny produkt HONT“, „Regionálny produkt Podpoľanie“, „MALODUNAJSKO-GALANTSKO regionálny produkt“, „regionálny produkt KARSTICUM“, „regionálny produkt KOPANICE“, značka „regionálny produkt GEMER-MALOHONT“ a značka „KUKKONIA“, „Regionálny produkt NITRAVA“, „Regionálny produkt Pohronie“, „Regionálny produkt Novohrad“ a „Podunajsko - originálny produkt“ a „Poloniny“.

Ochranná známka môže byť používaná len v súvislosti s tovarmi a službami, pre ktoré je zapísaná, a to majiteľom (alebo osobou, ktorá má od majiteľa súhlas) a týmto použitím je najmä:

- umiestňovanie ochrannej známky na tovaroch prípadne na ich obaloch,
- ponuka alebo uvádzanie na trh takto označených tovarov alebo skladovanie na tieto účely, alebo ponuka či poskytovanie takto označených služieb,
- dovoz alebo vývoz takto označených tovarov,
- používanie ochrannej známky v obchodnej korešpondencii alebo v reklame“ (§ 9 ods. 2, Zákon č. 506/2009 Z.z.).

Značka je ochrannou známkou len pre druh (slovné, grafické alebo kombinované vyobrazenie), preto sa označenie „®“ môže používať len na registrované vyobrazenie, vrátane dodržania farieb. Každý druh je samostatná registrácia vrátane správneho poplatku, preto sa v prípade regionálnej značky zapisuje

z finančných dôvodov len jeden druh známky, najčastejšie kombinovaná (logo s textom). Takto sú zapísané značky regionálnych produktov v ČR aj v SR. Označenie „®“ nemôže byť používané pri slovnom vyobrazení značky (napríklad v texte dokumentov a pod.), ani pri takom farebnom vyobrazení, ktoré sa odlišuje od zapísaného.

1.2 Označovanie pôvodu regionálnych poľnohospodárskych a potravinárskych produktov

Každý subjekt, ktorý zavádza (riadi) systém regionálneho značenia, si vyberá spôsob vymedzenia územia svojej pôsobnosti - územie sieťovania subjektov. **Územie sieťovania subjektov je zároveň územie pôvodu produktov, ktoré sú značkou označované.**

Územie pôvodu produktov a územie pôsobnosti systému regionálneho značenia (sieťovania)

V niektorých systémoch značky môže byť v prípade poľnohospodárskych a potravinárskych produktov územie pôvodu (vypestovania, dochovania, zberu a pod.) širšie ako územie pôsobnosti systému regionálnej značky. Dôvodom je, že miesta produkcie sú často lokalizované v širšom okolí regiónu.

Príklad Regionálny produkt Ponitrie:

- ✓ územie sieťovania = okres Topoľčany, Nitra a Zlaté Moravce
- ✓ územie pôvodu poľnohospodárskych produktov a surovín pre potravinové výrobky = Topoľčany, Nitra, Zlaté Moravce, Bánovce nad Bebravou, Partizánske a Prievidza. Tento aspekt pôvodu produktov je zohľadnený v Certifikačných kritériách pre udeľovanie značky.

Toto vymedzenie regiónu Ponitrie ako regiónu pôvodu vychádza z vymedzenia historického regiónu Ponitrie podľa Vyhlášky MPRVSR č. 163/2014 Z.z.. Toto územie je širšie ako územie pôsobenia systému regionálneho značenia. Znamená to, že do systému môže byť zahrnutý producent, ktorý má prevádzku/výrobu/spracovanie alebo sídlo na území 3 okresov (Topoľčany, Nitra a Zlaté Moravce), avšak suroviny, z ktorých pochádza produkt, na ktorý žiada o udelenie značky môžu pochádzať okrem uvedených 3 okresov aj z okresu Bánovce nad Bebravou, Partizánske a Prievidza.

Územie pôsobenia systému regionálnej značky si v jednotlivých systémoch značiek na Slovensku subjekty vyberajú na základe:

- 1) historického vymedzenia regiónu (na základe písomného prameňa a zdôvodnenia), čo čiastočne vyplýva z cieľa značenia smerom k uchovávaniu kultúrneho dedičstva;
- 2) územia svojho pôsobenia. V prípade všetkých koordinátorov ide o organizácie tretieho (neziskového) sektora vo forme partnerstiev (fyzických a právnických osôb vrátane obcí, miest, podnikateľských a nepodnikateľských subjektov). Tieto partnerstvá sú začlenené do podpory regionálneho rozvoja najčastejšie štatútom Miestnej akčnej skupiny alebo ide o organizácie destinačného manažmentu. Väčšinu svojich rozvojových aktivít (vrátane regionálneho značenia) financujú z verejných zdrojov (LEADER, podporných nástrojov VÚC, štátnej dotácie a iných dotačných schém), pri viacerých z nich platí obvyčajne podmienka oprávnenosti výdavkov na oprávnenom území prijímateľa podpory. Systém často zavádzajú a riadia v spolupráci s inými partnerstvami, okrem iného aj z dôvodu rozšírenia územia oprávnenosti výdavkov;
- 3) kombinácie prvého a druhého spôsobu (územie koordinátora, príp. aj partnerských subjektov, ktoré sa nachádza na území vymedzenom podľa historického prameňa), čo je aj najčastejší spôsob určenia územia systému regionálneho značenia v SR.
- 4) ohraničenie regiónu ako destinácie pre návštevníkov v cestovnom ruchu. Ide o územie, ktoré pokrýva buď samotný Koordinátor značky alebo ho pokrýva v spolupráci s partnermi v území. Na území pôsobenia koordinátora, príp. partnerských subjektov je cestovný ruch dôležitým aspektom regionálneho rozvoja, a preto je toto územie ohraničené **aj ako súčasná, príp. budúca destinácia cestovného ruchu**. Tento aspekt zohľadňujú aj niektoré územia, ktoré vznikli z historických regiónov, ak sa z historických regiónov formovali/formujú aj destinácie cestovného ruchu (názov historického regiónu je názvom regiónu pôvodu

produktov a zároveň destinácie alebo je názov značky s názvom destinácie priamo spojený- napríklad Horehronie, Novohrad, Podpoľanie, Gemer-Malohont, Ponitrie a iné). Niektoré značky, prostredníctvom rozvoja destinačného manažmentu a marketingu uchope rozvoj chránených území ako samostatných destinácií (v súčasnosti napríklad Poloniny). Tento spôsob bol typický aj pre prvé 4 systémy, ktoré vytvorilo Centrum environmentálnych aktivít v rokoch 2004 až 2008 (Tradície Bielych Karpát- Chránenej krajinej oblasti Biele Karpaty, regionálny produkt KYSUCE - Chránenej krajinej oblasti Kysuce, regionálny produkt MALÉ KARPATY- Chránenej krajinej oblasti Malé Karpaty, regionálny produkt ZÁHORIE- Chránenej krajinej oblasti Záhorie a pre regionálny produkt KARSTICUM pre územie Národného parku Slovenský Kras). To nadväzovalo na cieľ značenia smerom k ochrane prírodného dedičstva a zároveň vnímania týchto širších území ako súčasných alebo budúcich turistických destinácií a ich umiestňovaní na trhu cestovného ruchu.

Prepojenie kvalitných lokálnych produktov s rozvojom cestovného ruchu.

Návštevník je jedným zo segmentov pre nákup lokálnych produktov a využívanie lokálnych služieb. Kvalitné lokálne poľnohospodárske produkty, potravinové, remeselné a iné spotrebné výrobky a služby majú vďaka splneniu kritérií pre udeľovanie značky (štandardov):

- ✓ vysoký potenciál prezentácie regiónu a jeho jedinečností návštevníkom;
- ✓ prispievajú ku kvalitnej gastronomickej ponuke v zariadeniach cestovného ruchu;
- ✓ priamo prispievajú k tvorbe destinačnej ponuky (ponuka produktov určených na spotrebu priamo návštevníkom aj ponuka atraktívnych zážitkov u lokálnych producentov a výrobcov).

Prepojenie s rozvojom cestovného ruchu a uchopenie značky aj prostredníctvom vzájomnej prezentácie destinácie a lokálnych produktov je využívané aj v zahraničí. Tento prístup k rozvoju značky sa javí ako oveľa efektívnejší, ako vymedzenie, tvorba značky podľa názvov menších území. Menšie územia s komplikovaným územným vymedzením majú nižšie predpoklady umiestňovania na trhu cestovného ruchu, či už z dôvodu nedostatku zdrojov a partnerov alebo aj z dôvodu nevhodne zvoleného názvu značky.

1.3 Riadenie systému regionálneho značenia

Keďže ide o systém kvality, musia producenti a poskytovatelia služieb spĺňať kritériá kvality, ktoré vyjadrujú okrem kvalitatívnych znakov produktu (zloženie, pôvod surovín a charakter výrobného postupu) aj jedinečnosť vo vzťahu k regiónu a ďalšie ciele značky, ako je pozitívny vzťah k prírode, ochrana životného prostredia a uchovávanie prírodného a kultúrneho dedičstva.

Regionálne značenie sa ako systém kvality riadi špecifickými zásadami. Zásady špecifikujú aj nositeľov značky a podmienky, ktoré musia spĺňať preto, aby sa do systému regionálneho značenia mohli zapojiť, a tiež to, ktoré subjekty kvalitu posudzujú.

Subjektmi v systéme regionálneho značenia sú:

a) Majiteľ značky ako ochrannej známky. Aj napriek tomu, že je zavádzanie regionálneho značenia často výsledkom spolupráce viacerých subjektov (na Slovensku najčastejšie MAS a oblastné organizácie cestovného ruchu), majiteľom značky ako individuálnej ochrannej známky môže byť len jeden zo subjektov (najčastejšie je to aj koordinátor projektu, z ktorého je regionálne značenie na Slovensku zavádzané).

b) Koordinátor značenia - subjekt, ktorý zodpovedá za fungovanie celého systému a jeho smerovanie. V nadväznosti na ciele značky a potreby územia formuluje základné kritériá (podmienky kladené na výrobcov a poskytovateľov služieb) a kritériá kvality (jedinečnosti) produktov a služieb pre zaradenie do systému kvality. Zároveň formuluje Zásady pre udelenie a používanie značky. Najvhodnejšie je, keď ním je subjekt, ktorý pôsobí v regióne a je zároveň majiteľom ochrannej známky, čo znižuje administratívnu a časovú náročnosť udeľovania práv na používanie značky. Je tiež používateľom značky, pretože vykonáva spoločné marketingové aktivity s cieľom prispieť k zvýšeniu odbytu regionálnych produktov a k úspechu miestnych producentov na trhu. Na to, aby bola prezentácia efektívna, musí byť vykonávaná v určitom rozsahu, čo je často finančne náročné. Jednou z úloh Koordinátora je aj vyhľadávanie finančných zdrojov pre fungovanie

celého systému regionálneho značenia. Programy podporujúce takéto aktivity sú väčšinou zamerané len na finančnú podporu prezentačných a propagačných aktivít a nie na financovanie fungovania organizácie (prevádzkové náklady Koordinátora).

c) Certifikačná komisia (hodnotiaca komisia), ktorá posudzuje kvalitu výrobkov a služieb, na ktoré následne udelí majiteľ súhlas na používanie značky.

d) Regionálni producenti, výrobcovia a poskytovatelia služieb. Sú to hlavní nositelia značky, pretože práve pre ich produkty a služby je regionálna značka určená. Patria tu poľnohospodárski a potravinárski producenti, výrobcovia tradičných remeselných a iných spotrebných výrobkov, umelci a poskytovatelia služieb. Značku používajú len na produkty/ výrobky, na ktoré im udelí Majiteľ značky súhlas na základe rozhodnutia Certifikačnej komisie. Produkty, výrobky a služby musia spĺňať Certifikačné kritériá. Ak územie (región) nemá dostatočný potenciál producentov, prípadne poskytovateľov služieb stráca systém regionálneho značenia opodstatnenie.

e) Iné spolupracujúce subjekty a subjekty podporujúce predaj regionálnych produktov a služieb. Sem patria:

- priamo spolupracujúce subjekty, ktoré sa priamo finančne alebo inak podieľajú na fungovaní systému regionálneho značenia (partnerské subjekty pri zavádzaní systému, prípadne iné verejno-súkromné partnerstvá v budúcnosti);
- predajné miesta iné ako u samotných certifikovaných producentov, napríklad maloobchodné predajne, obecné trhové miesta a pod., ktoré prispievajú k podpore predaja značených produktov a služieb;
- ostatné subjekty, ktoré používaním značky prispievajú k šíreniu dobrého mena značky a nemajú priamy finančný úžitok z jej používania (z uvádzania nejakého produktu alebo služby na trh). Patrí tu aj používanie regionálnej značky inými majiteľmi regionálnych značiek – koordinátormi značenia v iných regiónoch. Tie ochrannú známku používajú najčastejšie v súvislosti s reklamou a propagáciou systému regionálneho značenia. Môžu to byť aj ďalšie subjekty (obce, VÚC a pod.).

Vo viacerých systémoch regionálneho značenia na Slovensku patria do osobitnej kategórie spolupracujúcich subjektov aj tzv. **Oficiálne predajné miesta** certifikovaných produktov, výrobkov a služieb. Oficiálne predajné miesto je miesto, kde sa predávajú certifikované produkty/ výrobky/ služby a má špeciálne označenie napríklad logom značky a textom („tu predávame tradičné produkty z regiónu ...“ alebo iným). Oficiálne predajné miesta sú často súčasťou propagačných aktivít značky, sú uverejňované v propagačných a informačných materiáloch regionálnej značky, na internetových stránkach značky a sú zahrnuté aj do iných komunikačných aktivít. Na to, aby bolo predajné miesto označené ako oficiálne, majú niektoré systémy nastavené rôzne kritériá (podmienky). Oficiálne predajné miesta musia napríklad predávať určitý počet produktov certifikovaných regionálnou značkou alebo musia tieto produkty odlišovať od ostatného sortimentu osobitným označením s použitím regionálnej značky. Ďalšou požiadavkou býva aj schopnosť zamestnancov podať informáciu o regionálnej značke, jej princípoch, cieľoch a producentoch. Dôvodom stanovenia podmienok na oficiálne predajné miesta je snaha odlíšenia kvalitných regionálnych produktov od ostatných tovarov a zefektívniť tak ich predaj.

O špeciálne označenie predajného miesta musí predajca požiadať Koordinátora značky, ktorý skontroluje, či toto miesto spĺňa stanovené požiadavky, prípadne dodá predajcovi materiál pre označenie oficiálnych predajných miest (tabule) a informačné materiály o značke a jej nositeľoch, ktoré bývajú súčasťou vybavenia oficiálneho predajného miesta.

Odlíšovanie predajných miest a tvorba samostatných kritérií pre ich zaradenia a prezentáciu sa s odstupom času javí v niektorých systémoch regionálneho značenia ako neopodstatnené. Dôvodom je, že vo väčšine systémov regionálneho značenia je zaradených relatívne málo producentov a výrobcov (najmä na začiatku ich činnosti) a ich produkty majú často odlišné možnosti predaja, ktoré mnohé predajné miesta nedokážu technicky splniť a nemôžu sa preto o štatút tzv. oficiálneho predajného miesta ani uchádzať.

Druhým dôvodom pre zvažovanie vytvárania samostatných podmienok a procesu pre osobitne označené predajné miesta je schopnosť Koordinátora realizovať pre tieto predajné miesta primerané a efektívne komunikačné aktivity. V niektorých systémoch môže byť preto **vhodnejšie nezaradenie pravidiel pre predajné miesta priamo do zásad systému regionálneho značenia (minimálne v začiatkoch), čo skráti aj rozsah dokumentácie kvality a zlepši ich zrozumiteľnosť pre aktérov v systéme.** Výber a odlíšenie predajných miest, ktorým bude venovaná osobitná pozornosť môže byť realizovaný aj na základe individuálneho prístupu Koordinátora a partnerov. Jednou z možností je aj zastrešenie predajných miest širších regiónov (napríklad v rozsahu turistických destinácií na úrovni krajov) strešnou značkou, resp. spoločným prístupom k vybaveniu, logistike aj samotnému predaju regionálnych produktov prostredníctvom spoločných fyzických miest predaja a/aj e-shopu, pretože tieto formy priameho predaja nie sú pre menšie značky udržateľné a sú finančne aj personálne náročné. Príkladom je projekt „regionálnych pultov“ úspešne realizovaný Banskobystrickým samosprávnym krajom, kde sú regionálne produkty aj v spolupráci s Koordinátormi regionálnych značiek (lokálna úroveň) a ich predaj priamo zahrnuté aj do samostatnej produktovej línie kraja komunikovanej aj pod strešnou značkou identity kraja „regionálne“. Všetky uvedené možnosti závisia najmä od úrovne spolupráce a kapacít subjektov v území.

Základné dokumenty, ktorými sa riadi systém regionálneho značenia sú:

a) **Zásady pre udeľovanie a používanie značky.** Zásady sú základným dokumentom systému regionálneho značenia. Upravujú činnosť všetkých subjektov v systéme značenia, ich práva a povinnosti (majiteľa značky, koordinátora značky, certifikačnej – hodnotiacej komisie, používateľov značky, spolupracujúcich subjektov a pod.). Zásady obsahujú základné pravidlá fungovania celého systému, vrátane rozsahu tovarov a služieb, na ktoré sa systém vzťahuje a územnej pôsobnosti systému regionálneho značenia.

b) **Kritériá pre udeľovanie regionálnej značky na produkty a služby,** pre ktoré je značka registrovaná ako ochranná známka. V prípade „regionálnej značky“ môže ísť o rôzne skupiny produktov, výrobkov a služieb. Najčastejšie ide o tieto samostatne formulované kritériá:

- Kritériá pre udeľovanie regionálnej značky na regionálne poľnohospodárske produkty a potravinárske výrobky (vo všetkých systémoch regionálneho značenia na Slovensku).
- Kritériá pre udeľovanie regionálnej značky na spotrebné výrobky, najmä remeselné (vo všetkých systémoch regionálneho značenia na Slovensku).
- Kritériá pre udeľovanie regionálnej značky na ubytovacie a stravovacie služby. Ubytovacie a stravovacie služby, ako aj ich kombinácie s inými službami, sú produktmi ubytovacích a stravovacích zariadení (kritériá sú formulované vo väčšine systémov regionálneho značenia na Slovensku).
- Kritériá pre udeľovanie regionálnej značky na iné služby v cestovnom ruchu (doplňkové služby v cestovnom ruchu), kritériá pre kultúrne a spoločenské podujatia (sú formulované len v niektorých systémoch regionálneho značenia na Slovensku).
- Kritériá pre udeľovanie regionálnej značky na iné služby podľa potenciálu regiónu (napr. na služby páleníc v prípade značky Regionálny produkt Kopanice).

c) **Zmluva o používaní značky.** Je to dokument, ktorý subjekty oprávňuje používať značku, ktorá je registrovaná ako ochranná známka. Ide o súhlas majiteľa na základe nešpecifikovanej formy zmluvy alebo oprávnenie na základe licenčnej zmluvy. Väčšina systémov regionálneho značenia nemá odborné kapacity na to, aby formulovala zmluvu o používaní značky, pretože má množstvo špecifických variantov, ktoré vyplývajú zo širokého záberu systémov regionálneho značenia. Preto využívajú ako formu udelenia súhlasu len certifikát o udelení značky.

d) **Dokumenty upravujúce pôsobnosť a činnosť Certifikačnej komisie.** Medzi tieto dokumenty patrí štatút, prípadne rokovací poriadok komisie. Tieto dokumenty nie sú nevyhnutne samostatnými dokumentmi v systéme a väčšina systémov na Slovensku ich ani zostavené nemá. Rozširujú základné pravidlá činnosti a postavenia komisie, ktoré sú obsiahnuté v Zásadách pre udeľovanie a používanie značky. Tieto doplňujúce dokumenty môžu byť užitočnými pri usmerňovaní činnosti komisie, najmä v prípade začínajúcich systémov regionálneho značenia, kde členovia komisie nemajú dostatok informácií a skúseností s procesom posudzovania kvality produktov a služieb a ich producentov/poskytovateľov, ktorí sa uchádzajú o udelenie značky.

e) **Pomocné dokumenty**, ako sú manuál pre hodnotenie žiadostí o udelenie značky, formuláre žiadostí a pod.

Väčšina systémov regionálneho značenia má dôkladne vypracované len Zásady pre udeľovanie a používanie značky a Kritériá pre udeľovanie značky na produkty a služby, na ktoré sa systém zameriava.

2 Postavenie používateľov regionálnej značky

Cieľom regionálnej značky je podpora predaja produktov a služieb regionálnych producentov. Ide o systém, ktorý združuje viacerých producentov, každý subjekt reprezentuje regionálny produkt a regionálnu značku, preto je tento systém oveľa citlivejší. Do systému môžu byť zapojení len držitelia regionálnej značky, ktorí spĺňajú všetky legislatívne požiadavky na predaj regionálnych produktov. Dôvodom je, že značka je v prvom rade nástroj pri uvádzaní produktov a služieb na trh. Ďalším špecifikom regionálneho značenia je, že jeho cieľom je okrem podpory predaja aj prínos k uchovávaniu tradícií. Tradičné remeslá a výroba tradičných remeselných výrobkov sú v súčasnosti v porovnaní s výrobou unifikovaných produktov finančne náročné, a preto často nie sú predmetom podnikateľskej činnosti. Na základe uvedeného sú potenciálnymi držiteľmi regionálnej značky subjekty:

- remeselník, ľudový umelec alebo výrobca, výrobca iných spotrebných výrobkov vrátane prírodných;
- poľnohospodársky a potravinársky producent;
- poskytovateľ ubytovacích a stravovacích služieb;
- poskytovateľ iných služieb (najmä doplnkových služieb v cestovnom ruchu);
- usporiadateľ tradičného podujatia.

Výroba a predaj regionálnych produktov, výrobkov môže byť vykonávaná ako podnikateľská činnosť alebo ako príležitostná (nepodnikateľská) činnosť. Podnikateľská činnosť je taká, ktorá spĺňa znaky podnikania podľa slovenskej legislatívy. Základným rámcom je Obchodný zákonník SR (Zákon č. 513/1991 Zb.). Podľa Obchodného zákonníka definujeme podnikanie ako sústavnú činnosť vykonávanú samostatne podnikateľom vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku (§ 2 Zákon č. 513/1991 Zb.). Rozhodujúce je pri tom určenie, čo je sústavnou činnosťou vykonávanou pravidelne. „Pod sústavnou činnosťou sa rozumie činnosť vykonávaná pravidelne alebo opakovane vrátane prípadov sezónnej činnosti (napr. prevádzkovanie kúpaliska) alebo činnosť vykonávaná pri určitých príležitostiach (napr. predaj upomienkových predmetov počas konania výstav, kultúrnych, športových a iných náhodných akcií)“ (Mastihubová, 2009). Z uvedeného vyplýva, že aj predaj realizovaný jedenkrát ročne (napríklad na vianočných alebo iných trhoch, ale v tom istom období roka) môže byť chápaný ako pravidelná činnosť. Teoreticky tu patria aj remeselníci, ktorí sa pravidelne zúčastňujú remeselných trhov, aj keď len raz do roka, ale viac rokov po sebe. Pojem sústavná činnosť nie je v legislatíve presne definovaný a preto je pre subjekty, ktoré predávajú svoje produkty, nevyhnutné konzultovať registráciu svojej činnosti s príslušným Živnostenským úradom. Každý štátny orgán môže však túto činnosť posudzovať individuálne, čo je rizikom predaja regionálnych produktov bez oprávnenia na podnikanie. Napríklad Úrad špeciálnej prokuratúry Generálnej prokuratúry SR Bratislava (uznesenie z 5. 9. 2012) uvádza, že „sústavnou činnosťou, ak má ísť o podnikanie, sa rozumie taká činnosť, ktorá sa pravidelne opakuje, t. j. podnikateľ určitú činnosť vykonáva s úmyslom vykonávať ju čo najčastejšie, využívajúc pri tom spravidla každú príležitosť na jej vykonanie, tak aby bol naplnený zmysel podnikania - dosiahnutie zisku. O sústavnú činnosť nejde, ak je činnosť vykonávaná

ojedinele, náhodne, resp. bez úmyslu vykonávať ju pravidelne a opakovane“. Rozhodujúci je preto aj úmysel a samotné dosahovanie zisku, ktoré je však z hľadiska legislatívy diskutabilné.

Pokiaľ činnosť subjektu (poľnohospodárskeho producenta, remeselníka alebo iného výrobcu – potenciálneho nositeľa regionálnej značky) spĺňa znaky podnikania, musí byť z hľadiska slovenskej legislatívy podnikateľom a plniť si všetky zákonné povinnosti. Podľa Obchodného zákonníka SR (§ 2, zákon č. 513/1991 Zb.) je podnikateľom:

- a) osoba zapísaná v obchodnom registri;
- b) osoba, ktorá podniká na základe živnostenského oprávnenia;
- c) osoba, ktorá podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov;
- d) fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa osobitného predpisu (§ 2, zákon č. 513/1991 Zb.).

Rovnako ako definuje podnikanie Obchodný zákonník, definuje Živnostenský zákon aj živnosť (sústavná činnosť vykonávaná pravidelne, vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť). Živnostenský zákon pozitívne vymedzuje, ktoré konkrétne činnosti sú živnosťou a subjekt pre ich vykonávanie musí disponovať živnostenským oprávnením. Tiež uvádza, čo živnosťou nie je, t.j. subjekt je podnikateľom podľa bodov c), d) Obchodného zákonníka, a ktoré činnosti nie sú živnosťou a ani inou formou podnikania.

2.1 Výrobca remeselných a iných spotrebných výrobkov

Výroba a predaj remeselných výrobkov je podnikateľská činnosť. Často je to aj hospodárska činnosť neziskových organizácií, občianskych združení, ktoré združujú remeselníkov primárne za inými účelom ako podnikanie.

Výroba a predaj remeselných výrobkov je pozitívne vymedzená v Živnostenskom zákone ako živnosť. Z pohľadu nositeľov regionálnej značky musia preto živnostenským oprávnením disponovať všetky remeselní výrobcovia fyzické aj právnické osoby. Pri výrobe a predaji remeselných výrobkov ide prevažne o ohlasovacie voľné živnosti, na ktorých vykonávanie nie je potrebná osobitná odborná spôsobilosť, ich názvy a obsahové vymedzenie usmerňuje Ministerstvo vnútra SR odporúčaným označením voľných živností. Patrí tu výroba textilných, kovových, keramických a iných remeselných alebo spotrebných výrobkov – regionálnych produktov. V prípade niektorých činností ide o ohlasovacie remeselné živnosti. Živnostenský zákon nerozlišuje, či ide o tradičné výrobky, činnosti vymedzuje všeobecne.

Ludový umelec

Ludovoumeleckí výrobcovia môžu vystupovať z pohľadu legislatívy aj ako samostatní umelci. Ich činnosť (výroba, tvorba a predaj výsledkov svojej činnosti) je tiež podnikaním, avšak nemusí byť živnosťou. Z kultúrnych povolaní tu patria predovšetkým umelci, spisovatelia, hudobníci a pod. Podnikajú ako slobodné povolania. Sú to podnikateľské subjekty, ktoré môžu zamestnávať aj vlastných zamestnancov. Sú charakteristické tým, že „poskytujú na základe osobitnej kvalifikácie osobne, na vlastnú zodpovednosť a nezávisle, duševno – ideové služby v záujme svojich objednávateľov a verejnosti. Ich odborné vzdelanie podlieha spravidla špecifickým, odborne – právnym normám podľa určenia štátneho zákonodarstva, alebo podľa autonómne stanovenej normy príslušného profesionálneho zväzu, ktoré garantujú a ďalej rozvíjajú profesionalitu, kvalitu a vzájomnú dôveru k zadávateľovi“ (Nemecký spolkový zväz, In: Foltínová – Soósová, s. 119).

V SR neexistuje samostatný legislatívny predpis pre výkon slobodných povolaní. Viaže sa predovšetkým na ustanovenia Živnostenského zákona, ktorý vymedzuje, čo živnosťou nie je, ale je inou formou podnikania. V prípade umelcov a ludovoumeleckých výrobcov nie je živnosťou „využívanie výsledkov duševnej tvorivej činnosti chránených osobitnými zákonmi ich pôvodcami, včítane vydávania, rozmnožovania a rozširovania literárnych a iných diel na vlastné náklady“ (§ 3, Zákon č. 455/1991 Zb., ods. 1 b). Slobodné povolanie je však podnikaním v zmysle Obchodného zákonníka, ktorý uvádza, že podnikateľom je aj „osoba, ktorá podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov“ (§ 2, Zákon č. 513/1991 Zb. ods. 2c).

Znamená to, že živnosťou nie sú vlastné umelecké výkony a činnosti umelcov, ale sú podnikaním podľa osobitného predpisu – slobodným povoláním. Takýmto podnikaním sú aj iné profesie (lekári, právnici, notári, reštaurátori a pod.), ktoré ale nepredstavujú potenciálnych používateľov regionálnej značky, a to vzhľadom na ich zameranie a cieľ regionálnej značky. Dôležité je zdôrazniť, že rozdiel medzi slobodným povoláním a živnosťou je najmä v tom, že vzťah medzi umelcom a odberateľom vzniká:

- v slobodnom povolaní na základe umeleckej zmluvy a objednávky. Umeleckú zmluvu musí mať uzavretú s každým odberateľom (napríklad zmluva medzi umelcom a predajňou diel od viacerých umelcov – ÚĽUV). Riadi sa autorským zákonom, z ktorého vyplýva aj povinnosť odvodu percentuálnej časti hrubého príjmu umelca do umeleckých fondov;
- v prípade živnosti na základe objednávky a faktúry (Poradna/ambasadorska, 2013).

Umelec - slobodné povolanie nemôže na základe takéhoto oprávnenia na podnikanie predávať diela iných autorov, pretože ide o obchodnú činnosť a tá už je živnosťou. Ide teda len o predaj vlastnej tvorivej činnosti.

Väčšina slobodných povolaní je založených na vysokej kvalifikovanosti a príslušnosti k profesionálnemu zväzu, ktorý ju zabezpečuje. Pre koordinátora regionálnej značky nie je príslušnosť umelca k profesionálnej organizácii rozhodujúca. Tieto subjekty musia mať zároveň pridelené daňové identifikačné číslo (DIČ), pretože príjmy (honoráre) zo slobodného povolania patria podľa § 6 zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov medzi príjmy z podnikania a príjmy z inej samostatne zárobkovej činnosti.

Nepodnikateľské subjekty

Výrobcami remeselných a iných spotrebných výrobkov môžu byť aj iné ako podnikateľské subjekty. Ide o rôzne neziskové organizácie, ktoré nie sú zriadené za účelom podnikania, ale napríklad s cieľom podpory uchovávaní tradičnej výroby v regióne, oživenia ľudových remesiel, ale aj podpory rozvoja znevýhodnených skupín obyvateľstva, detí, dôchodcov alebo iných umelcov a remeselníkov. V súčasnosti takto funguje viacero združení, v oblasti remeselnej výroby sú často označované tradičným názvom cechy.

Neziskové organizácie majú vo svojom štatúte definovanú hospodársku činnosť, t.j. činnosť, ktorá im umožňuje získavať prostriedky pre fungovanie organizácie. Zahŕňa možnosti samofinancovania ako je predaj tovarov, služieb, členské príspevky a pod. Pokiaľ činnosť týchto subjektov pri výrobe a predaji remeselných výrobkov spĺňa znaky podnikania (sústavná činnosť vykonávaná pravidelne za účelom dosiahnutia zisku), musí byť nezisková organizácia oprávnená na podnikanie. Z neziskových subjektov môžu podnikateľskú činnosť realizovať občianske združenia, neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby, záujmové združenia právnických osôb, cirkvi a náboženské spoločnosti a vo veľmi obmedzenej miere aj nadácie (Svák, J., Haňdiak, P. a kol., 2002). V prípade výroby a predaja remeselných výrobkov musia disponovať živnostenským oprávnením (v závislosti od obsahového vymedzenia činnosti). Ide o podnikateľskú činnosť, ktorej vykonávanie sa s cieľmi neziskovej organizácie nevyklučuje, je osobitne evidovaná a zdaňovaná.

Cieľom regionálnej značky je podporiť predaj za účelom zvyšovania odbytu a zisku regionálnych producentov. Pri posudzovaní neziskových organizácií ako potenciálnych nositeľov značky by sa mala značka orientovať na tie, ktoré sú na výrobu a pravidelný predaj oprávnené na základe živnostenského oprávnenia, t.j. sú oprávnené podnikať. Je na zvážení, či prostredníctvom obmedzených foriem propagácie a prezentácie podporí regionálna značka aj iné organizácie, ktoré remeselné výrobky vyrábajú s cieľom podpory uchovávaní tradičných remesiel a pod. (túto činnosť majú uvedenú v stanovách organizácie). Koordinátor značky môže zvážiť ich zaradenie k čestným používateľom značky, napríklad ak sú nejakým spôsobom významné.

V niektorých systémoch regionálneho značenia sú medzi používateľov značky zaradené aj samostatné fyzické osoby - remeselníci alebo umelci, ktorí nepodnikajú (ani na základe živnostenského oprávnenia, ani podľa osobitného predpisu ako slobodné povolanie). Ide o príležitostných remeselníkov. Títo remeselníci sú často prizvaní k prezentácii svojej činnosti na tradičných podujatiach, najmä ak majú prínos k uchovávaniu tradícií a prezentujú tak región, jeho tradície a kultúru. Pre koordinátora regionálnej značky môže mať preto zaradenie týchto subjektov do systému značenia prínos v nadväznosti na ciele značky. Keďže nespĺňajú podmienky na priamy predaj, musí koordinátor zvážiť aj obmedzené použitie regionálnej značky, a to nie na

predaj jeho produktov, ale na prezentáciu tradície, čo je otázkou formulácie v prezentačných a informačných materiáloch (resp. ich úplné vylúčenie z niektorých foriem propagácie tlačenými materiálmi, umožnenie používania značky len v prípade prezentácie na podujatiach a pod.). Takéto obmedzené použitie môže mať význam aj pre samotných umelcov napríklad pri naštartovaní ich budúceho podnikania.

2.2 Poľnohospodársky producent a výrobca potravín

Vykonávanie poľnohospodárskej činnosti je podnikaním ale nie živnosťou. Podnikateľské subjekty ju môžu vykonávať ako samostatne hospodáriaci roľníci (podľa zákona č. 105/1990 Zb. o súkromnom podnikaní občanov v znení neskorších predpisov) alebo vo forme obchodných spoločností alebo družstva, ktoré majú túto činnosť zapísanú v predmete činnosti. Rozdiel je v tom, že samostatne hospodáriaci roľník je podnik jednotlivca a obchodné spoločnosti a družstvo sú podnikmi viacerých osôb. Tieto právne formy podnikania sú potenciálnymi nositeľmi značky a pre koordinátora značky je podstatné, či majú poľnohospodársku produkciu, spracovanie a predaj regionálneho produktu, na ktorý žiadajú o používanie značky, zapísanú v predmete činnosti. V prípade spracovania poľnohospodárskej produkcie na potravinové výrobky podlieha táto činnosť Živnostenskému zákonu a na jej vykonávanie je potrebné živnostenské oprávnenie.

Nepodnikateľské subjekty

Osobitné postavenie má predaj nespracovaných alebo spracovaných rastlinných a živočíšnych výrobkov z vlastnej drobnej pestovateľskej a chovateľskej produkcie a predaj lesných plodín fyzickými osobami. Takáto činnosť nie je živnosťou a ani činnosťou samostatne hospodáriaceho roľníka, ak tieto fyzické osoby nepredávajú ovocie, zeleninu alebo kvety na trhovom mieste, ktoré majú prenajaté na viac ako 30 dní v roku alebo iným ambulantným spôsobom (miesto inde ako na trhovisku, napríklad pri ceste, na námestí a pod.) viac ako 30 dní v roku (Zákon č. 455/1991 Z.z., §3, ods. 4). Znamená to, že fyzické osoby môžu predávať svoje poľnohospodárske produkty na trhovom alebo inom predajnom mieste (ambulantne) a nemusia disponovať oprávnením na podnikanie. Musí však ísť o príležitostné činnosti (príležitostný predaj domácej produkcie, predaj na trhovom mieste alebo inak ambulantne je daný predajom menej ako 30 dní ročne), ktoré nie sú vykonávané za účelom dosiahnutia zisku (ide o predaj prebytkov z vlastnej drobnej produkcie, ktoré fyzické osoby môžu, ale nemusia mať v závislosti od sezóny).

Kontrola nepodnikateľských subjektov, ktoré v súčasnosti predávajú poľnohospodárske produkty, je problematická. Rozhodujúce je vymedzenie príležitostnej činnosti (definovanej najmä kratšou dobou predaja na trhovom mieste ako 30 dní v roku v prípade ovocia, zeleniny a kvetov) a predaj produktov z vlastnej pestovateľskej alebo chovateľskej produkcie. Dokladovanie vlastnej produkcie (uvedením miesta produkcie) je zahrnuté v žiadosti o povolenie k predaju vlastných poľnohospodárskych prebytkov, ktoré fyzická osoba predkladá v mieste, kde chce prebytky predávať. Aj keď nejde o podnikanie, podliehajú príjmy z tejto činnosti daňovým zákonom, sú charakterizované ako príjmy z „príležitostnej poľnohospodárskej výroby lesného a vodného hospodárstva“. Samotný pojem poľnohospodársky prebytok naznačuje, že ide o nadbytok produktov určených v prvom rade na vlastnú spotrebu. Pokiaľ ide o spracované produkty (napríklad víno, medovina a pod.) alebo nespracované produkty (med, vajcia, ovocie, zelenina, kvety - prvovýroba) z vlastnej drobnej produkcie, je otázne, o aké produkty ide a či je ich predaj len príležitostný. Problém je, že legislatíva nevymedzuje presne pojem „pravidelný“, resp. „príležitostný“ a tiež, čo sa chápe pod vlastnou „drobnou“ produkciou. Pravidelný predaj spracovaných produktov, ktorých spracovanie je pozitívne vymedzené medzi živnosťami, alebo pravidelný predaj nespracovaných produktov (prvovýroba), ktoré sú predmetom činnosti SHR, hraničí s podnikaním (napríklad ak už nejde o drobnú produkciu).

V prípade predaja produktov z vlastnej produkcie je preto veľmi tenká hranica medzi podnikaním a nepodnikaním. Cieľom regionálnej značky je podporiť priamy predaj regionálnych produktov. Musia však spĺňať všetky legislatívne podmienky. Nie je v možnostiach ani v kompetenciách koordinátora značky, aby dodržiavanie týchto legislatívnych podmienok kontroloval (nemá kompetenciu na kontrolu a nemá ani odborníkov, ktorí by boli na kontrolu všetkých podmienok kvalifikovaní). Rozdiel medzi udelením značky podnikateľskému a nepodnikateľskému subjektu (ktorý spĺňa podmienky na predaj prebytkov) je v tom, že

kontrola dodržiavania legislatívy zo strany štátu je pri podnikateľoch oveľa dôkladnejšia. Ďalším faktom je, že doba používania značky nie je daná dobou, kedy má fyzická osoba nepodnikateľ príležitostný príjem z vlastnej produkcie. Jej udelenie nepodnikateľským subjektom predstavuje pre koordinátora značky aj riziko, že imidž značky bude poškodený napríklad podporou čierneho podnikania (keď príjem už nie je príležitostný, alebo predajca predáva aj iné ako vlastné produkty, resp. vlastné spracované produkty nie prvovýrobu) alebo podporou predaja nekvalitných produktov (ktorých predaj nespĺňa základné hygienické požiadavky), ktoré koordinátor značky nevie skontrolovať.

Môžu však byť drobní regionálni pestovatelia a chovatelia, ktorí z drobnej domácej produkcie každoročne predávajú väčší alebo menší prebytok a regionálna značka má pre nich opodstatnenie. Regionálna značka je značka kvality a základným kritériom je, aby tieto poľnohospodárske produkty (prebytky z pohľadu zákona o dani z príjmu) a ich príležitostný predaj spĺňali predovšetkým hygienické podmienky. Pojem prebytok, ale aj vlastná drobná produkcia predpokladajú, že nejde o veľké množstvo. V SR sú upravené hygienické požiadavky na predaj malých množstiev niektorých poľnohospodárskych produktov, a túto legislatívu môžu využiť nielen podnikateľské, ale aj nepodnikateľské subjekty pri predaji svojich prebytkov (drobnej produkcie). Označuje sa aj ako predaj z dvora alebo predaj malých množstiev prvej produkcie. V súčasnosti ich najčastejšie využívajú drobní včelári a predajcovia prebytkov produkcie rastlinného pôvodu.

Predajca z dvora (predaj malých množstiev vlastnej prvej produkcie)

Predaj z dvora spájame s predajom malých množstiev vlastnej prvej produkcie. Tento predaj upravuje Nariadenie vlády č. 360/2011 Z.z. Slovenskej republiky, ktorým sa ustanovujú hygienické požiadavky na priamy predaj a dodávanie malého množstva prvotných produktov rastlinného a živočíšneho pôvodu a dodávanie mlieka a mliečnych výrobkov konečnému spotrebiteľovi a iným maloobchodným prevádzkarňam. Nariadenie zjednodušuje predaj prvovýrobkov predovšetkým prostredníctvom nižších hygienických požiadaviek, pretože „tieto činnosti prvovýrobcov sú „vyňaté“ z rozsahu pôsobnosti hygienických nariadení EÚ. Pri splnení požiadaviek ustanovených týmto vnútroštátnym nariadením už prvovýrobcovia nemusia pri malých množstvách prvotných produktov dodržiavať ďalšie požiadavky na hygienu ustanovené nariadením (ES) č. 852/2004 a 853/2004“ (Štátna veterinárna a potravinová správa SR, 2013).

Nariadenie vlády 360/2011 upravuje predaj len malých množstiev prvovýroby konečnému spotrebiteľovi v mieste produkcie alebo prostredníctvom miestnej maloobchodnej prevádzkarne a týka sa len vybranej prvovýroby, a to rámcovo:

- malé množstvá prvotných produktov živočíšneho pôvodu- napr. vajcia, med, surové mlieko, ryby a i.
- malé množstvá prvotných produktov rastlinného pôvodu – rôzne druhy ovocia, zeleniny, strukoviny a i.
- malé množstvá spracovaných produktov rastlinného pôvodu – lekvár, kompót, džem, šťavy, sirupy a i.

Miestnou maloobchodnou prevádzkarňou môže byť:

a) vhodne vybavená maloobchodná predajňa potravín, okrem supermarketov, distribučných centier, veľkoobchodných predajní a distribučných koncoviek, podomového, zásielkového, internetového predaja a pod.;

b) vhodne vybavené trhové miesto (trhové miesto, ktoré je ohlásené a spĺňa podmienky zákona 178/1998 Z.z. v znení neskorších predpisov);

c) maloobchodné zariadenie spoločného stravovania, kde zaraďujeme všetky stravovacie prevádzky vrátane reštaurácií, jedální, pohostinstiev, bufetov a pod. (legislatíva ich presne definuje ako zariadenia, ktoré poskytujú stravovacie služby spojené s výrobou, prípravou a podávaním pokrmov alebo nápojov na pracoviskách, v školských zariadeniach, školách, zariadeniach sociálnych služieb, zariadeniach sociálnoprávnej ochrany detí a sociálnej kurately, zdravotníckych zariadeniach, v prevádzkach verejného stravovania, v stánkoch s rýchlym občerstvením a v iných zariadeniach s ambulantným predajom pokrmov a nápojov a na zotavovacích a iných hromadných podujatiach). Z uvedeného vyplýva, že aj subjekty poskytujúce stravovacie služby (reštaurácie, pohostinstvá, ale aj zamestnanecké a školské jedálne a pod.)

môžu predávať konečnému spotrebiteľovi – zákazníkovi produkty z dvora regionálnych producentov nespracované v nezmenenom stave a môžu z nich tiež pripravovať jedlá.

Prevádzkarne (prvovýrobcovia, miesta prvovýroby) produktov živočíšneho pôvodu (mlieko, vajcia, med a ryby) podliehajú registrácii na príslušnej Regionálnej veterinárnej a potravinovej správe (ďalej RVPS) (podľa § 40 Zákona č. 39/2007 Z.z. o veterinárnej starostlivosti).

Dôležité je poznamenať, že Nariadenie vlády 360/2011 ustanovuje hygienické požiadavky na predaj malých množstiev, nie podmienky, ktoré hovoria o tom, koľko môžu nepodnikateľské subjekty predávať, aby sa jednalo o prebytok. Napríklad fyzická osoba môže predávať ročne 50 kg strukovej zeleniny na trhovom mieste bez toho, aby potrebovala osobitné povolenia od Regionálnej veterinárnej a potravinovej správy, ale ak ju predáva na prenajatom trhovom mieste viac ako 30 dní v roku, musí tento predaj realizovať ako SHR (už ide o podnikanie).

Včelári – nepodnikateľské subjekty

Väčšinu regionálnych producentov medu môžeme zaradiť medzi malých producentov. Výroba medu nie je dostatočná na to, aby jeho predaj títo producenti realizovali na trhu ako predmet podnikania. Predaj medu realizujú ako predaj prebytkov drobnej produkcie, príležitostne, nepravidelne. Predaj z dvora predstavuje príležitosť pre umiestnenie medu (len včelieho na ľudskú spotrebu) regionálnych producentov na trhu bez toho, aby subjekty spĺňali náročné hygienické podmienky a tiež je pre koordinátora značenia ľahko kontrolovateľné, či včelári dodržiavajú potrebné hygienické požiadavky (základ kvality). Predaj medu „z dvora“ je pri tom obmedzený len na predaj konečnému spotrebiteľovi v priestoroch výrobcu alebo na miestnom trhovom mieste alebo prostredníctvom inej maloobchodnej prevádzkarne, ktorá ho predáva konečnému spotrebiteľovi. Zároveň med predaný alebo dodaný konečnému spotrebiteľovi nemôže byť ďalej uvádzaný na trh (med „z dvora“ nemôže byť nakupovaný a ďalej predávaný iným subjektom). Včelár môže takto predávať len malé množstvo medu, ktorým sa rozumie:

- a) také množstvo medu z vlastnej produkcie priamo predané konečnému spotrebiteľovi prvovýrobcom v jeho priestoroch alebo na miestnom trhovom mieste, ktoré zodpovedá obvyklej spotrebe medu v domácnosti konečného spotrebiteľa,
- b) celkové množstvo medu najviac 1 tona ročne, ktoré je určené na dodanie miestnym maloobchodným prevádzkarniam, ktoré týmto medom priamo zásobujú konečného spotrebiteľa; do tohto celkového množstva medu nesmie byť primiešaný med, ktorý nepochádza z vlastnej produkcie daného prvovýrobcu (Nariadenie vlády č. 360/2011 Z. z.).

Predajcom z dvora môže byť len „prvovýrobca, ktorý je držiteľom včelstiev, vykonáva zber a balenie včelieho medu vo vlastných priestoroch a je na dodávanie alebo priamy predaj medu osobitne zaregistrovaný podľa trvalého pobytu držiteľa včelstiev alebo umiestnenia včelstiev.“ (Nariadenie vlády SR č. 360/2011 Z.z).

Predaj malých množstiev medu nemusí byť realizovaný ako podnikateľská činnosť, ale musí spĺňať hygienické požiadavky na predaj medu, ktoré sú v prípade malých množstiev a predaja medu „z dvora“ menej náročné ako v prípade väčšej produkcie. Základnou požiadavkou je osobitná registrácia (v zmysle § 40 Zákona č. 39/2007 Z.z. o veterinárnej starostlivosti), ktorou je registrácia prevádzkarne výrobcu medu na príslušnej štátnej veterinárnej a potravinovej správe SR.

2.3 Poskytovateľ ubytovacích a stravovacích služieb

Legislatíva v oblasti poskytovania ubytovania rozlišuje, či ide o poskytovanie prechodného ubytovania hosťom v ubytovacom zariadení alebo ide o prenájom. Základné rozlíšenie vychádza zo Zákona č. 215/2007 Z.z. (o správe daní a poplatkov), ktorý spoločne so Zákom č. 455/1991 Zb. (Živnostenským zákonom) v určitých paragrafoch hovorí o nájme bytových a nebytových priestorov. Rozdiel medzi prenájomom a poskytovaním prechodného ubytovania spočíva v tom, že prenájom môžu vykonávať aj fyzické osoby – nepodnikateľské subjekty, ktoré prenajímajú vlastné bytové a nebytové priestory. Príjmy z prenájmu sú osobitne zdaňované, môže ich mať podnikateľský aj nepodnikateľský subjekt. Poskytovanie prenájmu musí

byť ohlásené na daňovom úrade. Poskytovanie ubytovacích služieb návštevníkom nie je prenájom podľa vyššie uvedených pravidiel tak, ako to bolo v minulosti. Takúto formu legálneho poskytovania ubytovania a zároveň nepodnikateľskej činnosti využívali v minulosti najmä poskytovatelia sezónneho ubytovania (rekreačných chát, chalúp a ubytovania v súkromí; pri ubytovacích zariadeniach do 10 lôžok stačilo ich ohlásenie na obecnom úrade). Osobitným definovaním prenájmu došlo k jeho odlíšaniu od poskytovania prechodného ubytovania hosťom v ubytovacích zariadeniach (podnikateľskej činnosti). Za prenájom možno v súčasnosti považovať len taký prenájom, pri ktorom sú poskytované len základné služby (dodávka tepla a teplej úžitkovej vody, elektrickej energie, plynu, odvoz odpadu, upratovanie spoločných priestorov a pod.). Ak poskytovatelia ubytovania poskytujú aj iné ako základné služby, t.j. upratovanie prenajatých priestorov, poskytovanie lôžkovej bielizne, osušiek, poskytovanie spotrebných predmetov ako sú napr. TV, rádio, chladnička, nábytok, kuchynský riad, sauny a pod. (pri ktorých nejde o poskytovanie prenájmu holobytu), ide o podnikateľskú činnosť. To znamená, že poskytovanie ubytovacích služieb v cestovnom ruchu je podnikanie, konkrétne živnosťou. V súčasnosti musia byť aj sezónni poskytovatelia nízkokapacitného ubytovania podnikateľskými subjektmi (najčastejšie ubytovanie v súkromí).

Do februára 2021 sa na ubytovacie zariadenia, ktoré prevádzkujú podnikatelia poskytujúci ubytovanie a s ním spojené služby vzťahovala **Vyhláška č. 277/2008 Z. z.**, ktorou sa ustanovovali klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaraďovaní do kategórií a tried a jej záväznosť vyplývala aj zo Živnostenského zákona SR. Ubytovacím zariadením sa podľa tejto vyhlášky rozumela budova, priestor alebo plocha, kde sa verejnosti celoročne poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a s ním spojené služby. Za ubytovacie zariadenie je považované aj sezónne ubytovacie zariadenie poskytujúce ubytovanie a s ním spojené služby najviac deväť mesiacov v roku.

Zrušenie vyhlášky neznamena, že zariadenia v prechodnom období nemôžu používať označenia kategórií a tried, ktoré vymedzovala, zariadenia však plniť pôvodné požiadavky Vyhlášky pri používaní označenia nemusia. Ide pravdepodobne o určité prechodné obdobie do prijatia nového celoslovenského systému – kategorizácie ubytovacích zariadení, či už riešenej prostredníctvom nového predpisu alebo dobrovoľným spôsobom na princípoch národného systému kvality alebo prevzatí, zapojení sa do medzinárodných systémov kvality týchto zariadení (napr. Hotelstars Union). Koordinátorovi značky môže Vyhláška 277/2008 Z.z. pomôcť zorientovať pri tvorbe kritérií pre udeľovanie značky, alebo sa môže inšpirovať aj existujúcimi systémami hodnotenia kvality v týchto zariadeniach (najmä globálnymi).

Príklad zariadenia ubytovacích zariadení podľa druhov do kategórií a tried

Kategória		Trieda				
1.	hotel	*	**	***	****	*****
	garni hotel	*	**	***	-	-
	horský hotel	*	**	***	-	-
	kongresový hotel	-	-	***	****	*****
	wellness hotel	-	-	***	****	*****
	kúpeľný hotel	-	-	***	****	*****
	boutique hotel	-	-	***	****	*****
	apartmánový hotel	*	**	***	-	-
	motel	*	**	***	****	-
2.	botel	*	**	***	-	-
3.	penzión	*	**	***	-	-
4.	apartmánový dom	-	**	***	-	-
5.	turistická ubytovňa	*	**	-	-	-
6.	chatová osada	*	**	***	-	-
7.	kemping	*	**	***	****	-
	minikemp	-	**	***	****	-
8.	táborisko	-	-	-	-	-
9.	ubytovanie v súkromí					
	izba	*	**	***	-	-
	objekt	*	**	***	-	-
	prázdninový byt	*	**	***	-	-

Zdroj: § 3 vyhlášky č. 277/2008 Z. z. (vyhláška zrušená).

Poskytovanie ubytovacích a stravovacích služieb je pozitívne vymedzené v Živnostenskom zákone a je možné ho vykonávať len na základe živnostenského oprávnenia. Klasifikáciu stravovacích zariadení v súčasnosti tiež neupravuje žiadna vyhláška, ani iný nezáväzný národný systém kvality.

B. ZÁSADY SYSTÉMU REGIONÁLNEHO ZNAČENIA

Niektoré systémy regionálneho značenia značky majú zahrnuté v zásadách aj kritériá pre udeľovanie značky. Rozhodnutie je na Koordinátorovi. Oddelenie Zásad (základných pravidiel) a kritérií (štandardov a požiadaviek kladených na regionálnych producentov) uľahčuje orientáciu všetkých subjektov v dokumentácii značky ako systému kvality, a to najmä v procese udeľovania značky. Vtedy je napríklad pre subjekt, ktorý žiada o udelenie práv na používanie značky na svoje produkty a služby podstatné poznanie najmä požiadaviek na produkty. Niekedy obsahujú Zásady aj proces zavádzania značky (implementácie systému) v regióne, čo však rovnako predlžuje rozsah tohto základného riadiaceho dokumentu a môže prispieť k náročnosti stotožnenia sa s ním subjektov v systéme (aj spolupracovníkov) aj nižšej efektívnosti pri riadení systému.

Zásady obsahujú vo všetkých systémoch regionálneho značenia rámcovo:

1. Podstata a základné znaky systému regionálneho značenia, najmä:
 - a. ciele systému a účel značky,
 - b. územnú pôsobnosť systému regionálneho značenia (pôsobnosť),
 - c. vzhľad (vyobrazenie značky) ako hlavného nástroja systému,
 - d. vymedzenie produktov a služieb, na ktoré sa používanie značky vzťahuje,
 - e. spôsoby a podmienky používania značky.
2. Riadenie systému regionálneho značenia ako systému kvality a rozvoja spolupráce
 - a. riadenie procesov a kompetencie subjektov v systéme,
 - b. riadenie kvality produktov a služieb väčšinou spracovaná samostatne ako najrozsiahlejšia oblasť riadiacich procesov,
 - c. postup udelenia práv pre udelenie značky tiež ako relatívne rozsiahlu oblasť riadenia kvality,
 - d. poplatky za používanie značky.
3. Zhrnutie dokumentácie systému regionálneho značenia pre jednoduchšiu orientáciu subjektov v systéme.

Príklad obsahu dokumentu

Zásady systému regionálneho značenia */...uved'te názov značky.../* určujú hlavné pravidlá jeho fungovania, vrátane pravidiel pre používanie značky „regionálny produkt“ (hlavného nástroja systému). Sú hlavným dokumentom systému kvality, upravujú vnútorné procesy riadenia systému, vymedzujú subjekty v systéme a ich činnosť.

1 Systém regionálneho značenia

Systém regionálneho značenia je systém kvality, ktorého poslaním je prispievať k udržateľnému rozvoju regiónu marketingovou podporou kvalitných regionálnych produktov a služieb, vrátane podpory ich predaja a prepájania produkčných systémov v regióne. Systém sieťuje subjekty na území */...uved'te okresy alebo obce.../*.

Systém využíva ako hlavný nástroj značku (symbol vyjadrujúci spojenie s regiónom a regionálny pôvod). Vyobrazenie značky *je/nie je registrované ako individuálna ochranná známka*, ktorej majiteľom je */...uved'te názov organizácie.../*.

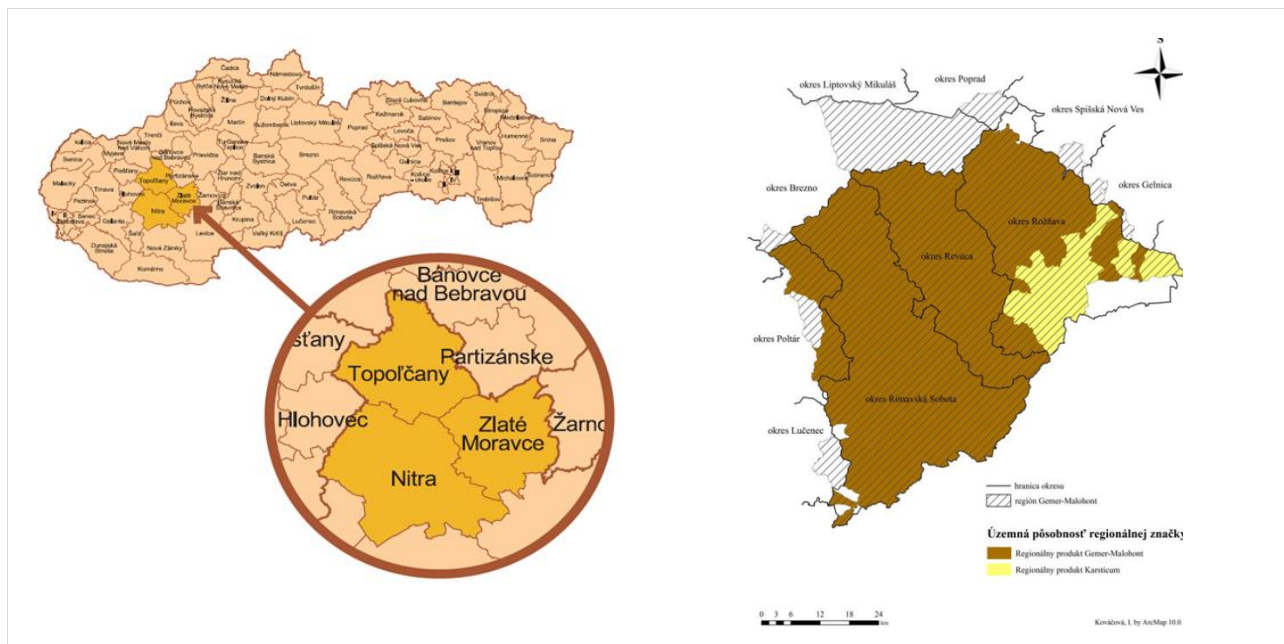
Značka umožňuje spotrebiteľovi identifikovať špecifické regionálne produkty a služby a odlíšiť ich od ostatných tovarov a služieb. Regionálny pôvod je vymedzený konkrétnymi charakteristikami produktov a služieb z hľadiska ich zloženia, spôsobu spracovania, poskytnutia služby a príspevku producenta/ poskytovateľa služby k udržateľnému rozvoju regiónu. Charakteristiky sú znakmi kvality produktov a služieb a sú presne špecifikované Certifikačnými kritériami.

Značka je registrovaná pre konkrétne skupiny tovarov a služieb. Ich producenti/ poskytovatelia služieb môžu značku používať na tie produkty a služby, ktoré spĺňajú znaky regionálneho pôvodu (dané v certifikačných kritériách), a to na základe súhlasu majiteľa značky (udelenia práv na používanie značky). Značku môžu používať okrem producentov/ poskytovateľov služieb aj iné subjekty, ktoré prispievajú k napĺňaniu poslania značky a sú zaradené do systému regionálneho značenia.

Miestne produkty a služby, ktoré reprezentujú tradície, ľudí, kultúrne a prírodné dedičstvo dotvárajú zážitok návštevníka v cestovnom ruchu a prehlbujú jeho záujem o región. Systém regionálneho značenia má preto prispievať aj k rozvoju udržateľného cestovného ruchu. Tento systém je zahrnutý do riadiacich procesov Koordinátora */...uved'te názov organizácie.../*.

1.1 Územná pôsobnosť systému regionálneho značenia

Systém regionálneho značenia */...uved'te názov značky.../* pôsobí (sieťuje subjekty) na území okresov/ obcí */...uved'te názvy okresov a/alebo obcí.../*. Je to územie pôsobenia subjektov (producentov a poskytovateľov služieb), ktorí môžu byť so svojimi produktmi a službami zaradení do systému kvality.



Obrázok 1 Príklad grafického znázornenia územnej pôsobnosti systému regionálneho značenia: „regionálny produkt PONITRIE“, „regionálny produkt GEMER-MALOHONT“ a „regionálny produkt Karsticum“ v Zásadách pre udeľovanie značky.

Zdroj: Design manuál Regionálny produkt PONITRIE (2011); MAS Malohont, dostupné na: <https://www.produkty.gemer-malohont.sk>.

1.2 Vzhľad značky

Vzhľad značky je grafické vyobrazenie symbolu (obrázku s textom) reprezentujúceho produkt s pôvodom v regióne */...uvedte názov regiónu.../*. Symbol značky reprezentuje */...uvedte opis značky.../*.

Značky využíva 2 logo typy */...uvedte napríklad kruhová verzia a horizontálna verzia.../*, ktoré sú záväzné a upravené *grafickým manuálom značky (dizajn manuálom)*. Skladá sa z grafického prvku vo vnútri kruhu žltej farby a textu hnedej farby. Vzhľad schvaľuje majiteľ značky a koordinátor systému regionálneho značenia.

Kruhová verzia značky je/nie je registrovaná ako ochranná známka.



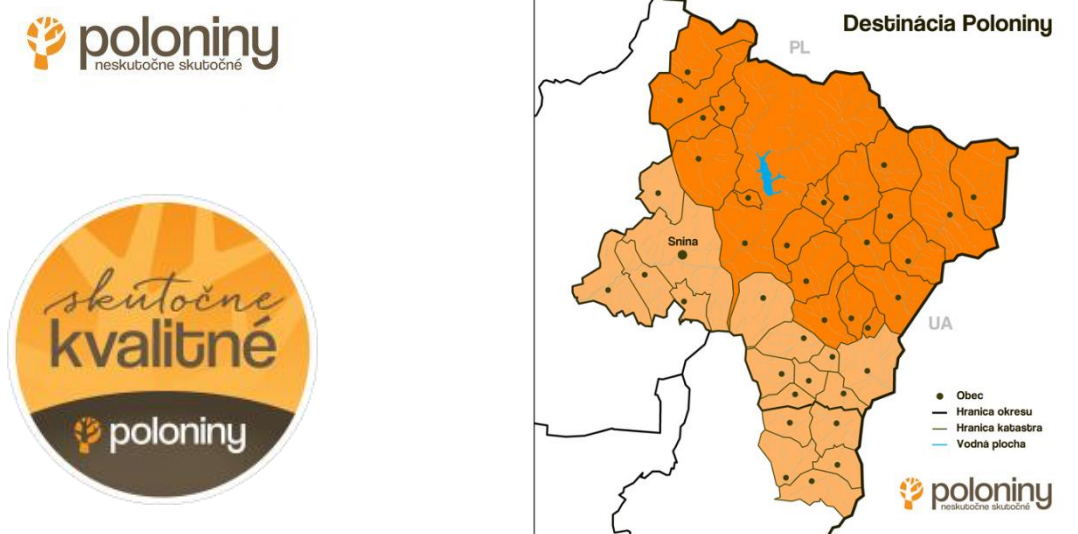
Obrázok 2 Príklady značiek používajúcich v grafickom vyobrazení označenie „regionálny produkt“ na Slovensku a sú spracované v jednotnom (podobnom) vzhľade.

Zdroj: Webové sídla regionálnych značiek a ÚPV SR.

Vzhľad značky

Na Slovensku postupne vznikajú aj značky, ktoré nepoužívajú vo svojom označení slovné spojenie „regionálny produkt“, ale odkaz („claim“) na iný atribút produktu, ako je jeho pôvod v regióne. Tento odkaz môže byť spojený so samotnou „kvalitou“ alebo s jedinečnosťou regiónu. Takýto prístup k tvorbe a dizajnu značky je spojený najmä so zámermi Koordinátora prepojiť týmto spôsobom značku lokálnych produktov s destinačnou značkou a jej komunikačnými aktivitami. Nie vo všetkých systémoch regionálneho značenia, najmä už zavedených, je nevyhnutný redizajn vzhľadu značky v súlade s týmto trendom prepájania značky lokálnych produktov s destinačnou značkou. Záleží to od aktivít Koordinátora, jeho spolupráce s organizáciami destinačného manažmentu a schopnosti prepojiť značku aj inak ako jednotným vzhľadom, napríklad aj prostredníctvom iných grafických prvkov (farba, písmo a pod.) alebo prostredníctvom strešnej identity.

Príklad pôsobnosti a grafického vyobrazenia destinačnej značky a zároveň značky kvality „Poloniny“.



Zdroj: <https://regionpoloniny.sk/znacka/> (2021).

1.3 Produkty a služby, na ktoré sa vzťahuje používanie značky

Značka s označením „regionálny produkt“ alebo aj iná indikujúca pôvod a kvalitu lokálneho produktu (značky v súčasnosti rozvíjané ako súčasť destinačných značiek) je značka kvality, ktorá sa používa na **poľnohospodárske a potravinárske produkty, remeselné a iné spotrebné výrobky, ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby v cestovnom ruchu /uvedte podľa rozsahu produktov a služieb v systéme kvality/**, ktoré realizujú subjekty pôsobiace na území systému regionálneho značenia (**okres**).

Produkty/služby a ich producenti/ poskytovatelia spĺňajú presne špecifikované znaky - Certifikačné kritériá, ktoré určujú:

a) Základné požiadavky na producenta/ poskytovateľa, (oprávnenosť na uvádzanie produktov a služieb na trh, miesto realizácie aktivít).

b) Kritériá jedinečnosti - požiadavky na produkt/ službu, t.j. požiadavky na pôvod surovín, spôsob spracovania/ poskytovania služby, vrátane príspevku výrobcu/ poskytovateľa k udržateľnému rozvoju regiónu (realizácia činností zodpovedným spôsobom voči životnému prostrediu, miestnym komunitám; príspevok k ochrane a uchovávaniu prírodného a kultúrneho dedičstva, tradícií, k spolupráci v regióne alebo prezentácii regiónu).

Certifikačné kritériá sú pre jednotlivé skupiny produktov a služieb obsahom samostatných dokumentov:

- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na poľnohospodárske a potravinárske produkty;
- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na tradičné remeselné a iné spotrebné výrobky;
- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na služby ubytovacích a stravovacích zariadení;
- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na doplnkové služby v cestovnom ruchu (okrem ubytovacích a stravovacích služieb);

Splnenie certifikačných kritérií garantuje, že produkty/výrobky označené značkou */...doplňte názov značky.../* majú regionálny pôvod, že producent/ poskytovateľ služby prispieva k udržateľnému rozvoju regiónu.

1.4 Spôsoby a podmienky používania značky

Používateľmi značky */...uvedte názov značky.../* sú:

a) Regionálni producenti a poskytovatelia služieb - poľnohospodárski a potravinárski producenti, výrobcovia remeselných a iných spotrebných výrobkov, umelci, prevádzkovatelia ubytovacích a stravovacích zariadení, poskytovatelia iných doplnkových služieb v cestovnom ruchu */...uvedte- vyberte z uvedených podľa rozsahu produktov a služieb, na ktoré sa systém regionálnej značky zameriava.../* pôsobiaci na území okresov/obcí */...uvedte okres/obce pôsobnosti systému regionálneho značenia.../*, ktorých produkty, výrobky, služby plnia Certifikačné kritériá .

Výrobcovia/producenti/ poskytovatelia služieb používajú značku len v súvislosti s tovarmi a službami, na ktoré im boli udelené práva na používanie značky. Tieto tovary a služby musia plniť Certifikačné kritériá počas celej doby používania značky.

Značku môžu používať v obchodnom styku, a to najmä v obchodnej korešpondencii alebo v reklame, na tovaroch prípadne na ich obaloch, v ponuka alebo uvádzaní na trh takto označených tovarov alebo ponuka či poskytovanie takto označených služieb a pod. (v súlade so Zákom č. 506/2009 Z.z.).

b) majiteľ značky a Koordinátor systému - */...uvedte názov subjektu.../*. Značku používa v súvislosti so všetkými marketingovými a informačnými aktivitami, ktoré realizuje tak, aby naplňal poslanie značky. Využíva ju predovšetkým v prezentácii regionálnych producentov a poskytovateľov služieb v systéme a ich certifikovaných produktov a služieb.

c) Prevádzkovatelia predajných miest certifikovaných produktov, sprostredkovatelia certifikovaných služieb, predajcovia ich kombinácií (produkt + služba), ktoré prispievajú k podpore predaja značených produktov a služieb (napr. maloobchodné predajne, trhové miesta, cestovné kancelárie a agentúry, turistické informačné centrá a pod.);

Prevádzkovatelia predajných miest a sprostredkovatelia služieb používajú značku len v súvislosti s certifikovanými produktmi a službami a spôsobom, aby nebola priamo spojená s iným (necertifikovaným) produktom alebo službou.

d) Iný spolupracujúci subjekt */...pokiaľ je v systéme konkrétny subjekt so špecifickým postavením, uvedte jeho názov, úlohu a spôsob používania značky.../*.

e) Ostatné subjekty, ktoré prispievajú k prezentácii tradícií regiónu a šíreniu dobrého mena značky. Patria tu priamo spolupracujúce subjekty a ľudovomeleční výrobcovia.

Spolupracujúce subjekty, ktoré nie sú primárne zriadené za účelom podnikania alebo vykonávania hospodárskej činnosti, nemajú finančný úžitok z používania značky, ale prispievajú k prezentácii tradícií a regiónu. Spolupracujúce subjekty používajú značku len mimo obchodného styku a spôsobom, aby nebola spojená s inými (necertifikovanými) produktmi a službami.

Regionálni ľudovoumeleckí výrobcovia (nepodnikateľské subjekty) - osoby (alebo ich združenia) vykonávajúce ľudovo-umeleckú činnosť, ktorá má nekomerčný charakter, výrobky nie sú predmetom podnikateľskej činnosti, ale majú vysoký potenciál reprezentovať región, jeho kultúrne dedičstvo a významne prispievajú k uchovávaniu tradícií. Tieto osoby nespĺňajú základné požiadavky na producenta, ale nadštandardne spĺňajú kritériá jedinečnosti. Značku používajú len v rámci aktivít organizovaných Koordinátorom značky alebo priamo spolupracujúcim subjektom (vždy na základe súhlasu majiteľa značky) a používajú ju len na reprezentačné účely.

2 Riadenie systému regionálneho značenia

Systém regionálneho značenia je **systémom kvality**, ktorý pozostáva z veľkého počtu rôznorodých subjektov s vlastnou právnou subjektivitou.

2.1 Riadenie procesov v systéme regionálneho značenia

Riadenie procesov v systéme regionálneho značenia zabezpečuje Koordinátor */...uved'te názov subjektu.../*. V rámci svojej činnosti:

- a) riadi proces udelenia práv na používanie značky */...uved'te názov značky.../* (proces certifikácie – proces posudzovania kvality produktov a služieb, na ktoré subjekty žiadajú o udelenia práv na používanie značky, vrátane obnovy práv na jeho používanie);
- b) udeľuje a odoberá práva na používanie značky */...uved'te názov značky.../*:
 - producentom, výrobcom a poskytovateľom služieb udeľuje práva na používanie značky výlučne na základe stanoviska Certifikačnej komisie;
 - iným subjektom v systéme regionálneho značenia udeľuje súhlas v súlade s cieľmi značky (podpora predaja certifikovaných regionálnych produktov, šírenie dobrého mena značky a pod.);
 - o odobrátí práv rozhoduje na základe rozhodnutia Certifikačnej komisie alebo na základe porušenia zmluvných podmienok/ podmienok súhlasu;
- c) kontroluje plnenie podmienok používania značky jednotlivými subjektmi (znakov kvality), vrátane spôsobov používania značky;
- d) koordinuje vzťahy medzi všetkými subjektmi v systéme (najmä regionálnymi producentmi a poskytovateľmi služieb, predajnými miestami, sprostredkovateľmi certifikovaných služieb a spolupracujúcimi subjektmi), zabezpečuje prepájanie produkčných systémov a vnútornú komunikáciu;
- e) zabezpečuje marketingové a informačné aktivity značky, aby zvýšil povedomie o značke a jej nositeľoch, propaguje značku a vyvíja aktivity na podporu predaja produktov a služieb označených regionálnou značkou. Aktivity realizuje v rámci svojich finančných a organizačných možností na základe plánu aktivít. Marketingové aktivity realizuje v spolupráci s */...ak v systéme plní významnú úlohu v marketingových aktivitách iných spolupracujúcich subjekt, uved'te jeho názov.../*;
- f) zabezpečuje vonkajšiu komunikáciu;
- g) sleduje požiadavky cieľových skupín spotrebiteľov regionálnych produktov (vrátane požiadaviek na kvalitu) a platnú legislatívu, ktoré premieta do procesov (aktualizácií Certifikačných kritérií, zásad a súvisiacich dokumentov), plánov a jednotlivých aktivít v súlade s cieľmi udržateľného rozvoja.

2.2 Riadenie kvality produktov a služieb v systéme

Riadenie kvality produktov a služieb, na ktoré sa používa regionálna značka */...uved'te názov značky.../* zabezpečuje Koordinátor v spolupráci s **Certifikačnou/Hodnotiacou komisiou**.

Certifikačná/Hodnotiaca komisia pre kvalitu:

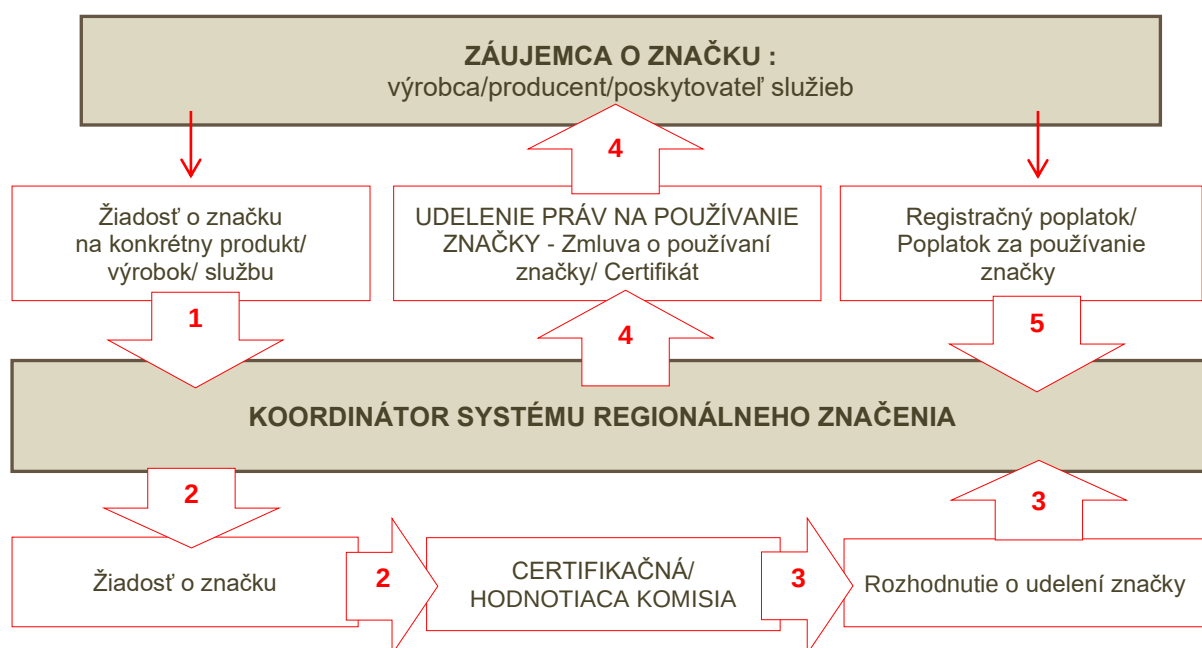
- posudzuje kvalitu produktov, výrobkov a služieb, na ktoré je možné používať značku v procese rozhodovania o udelení práv na používanie regionálnej značky. Kvalitu posudzuje na základe Certifikačných kritérií;
- podieľa sa na posudzovaní aktuálnosti formulovaných Certifikačných kritérií –a navrhuje ich úpravu/zmenu;
- je zložená z miestnych producentov, výrobcov a poskytovateľov služieb a zástupcov partnerských organizácií projektu zavádzania regionálneho značenia na nitrianskom vidieku. **Presné zloženie komisie, uznávaniaschopnosť a postup komisie pri hodnotení žiadostí sú dané Štatútom Certifikačnej komisie a Rokovacím poriadkom Certifikačnej komisie.**

Kontrolu plnenia požiadaviek na kvalitu vykonáva Koordinátor.

2.3 Postup udelenia práv na používanie značky

Udelenie práv na používanie značky je súčasťou riadiacich procesov, ktoré realizuje Koordinátor značky. Ide o výber produktov a služieb, na ktoré môžu ich producenti/ poskytovatelia služieb používať značku a sú tak zaradení do systému regionálneho značenia. Práva na používanie značky udeľuje Koordinátor na základe rozhodnutia Certifikačnej komisie, ktorá riadi kvalitu produktov a služieb, a to:

- fyzickým alebo právnickým osobám, ktoré spĺňajú **základné/výberové kritériá** na výrobcu/producenta/poskytovateľa služby (časť A Certifikačných kritérií);
- na konkrétne produkty/ výrobky/ služby alebo ich skupiny, ktoré spĺňajú **kritériá jedinečnosti/hodnotiace kritériá** - kvality (časť B Certifikačných kritérií).



Obrázok 3 Postup udeľovania značky.

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021.

Žiadosť môžu podať aj **regionálni ľudovoumeleckí výrobcovia a ich združenia, ktorých činnosť má nekomerčný charakter**, ak ich Koordinátor alebo priamo spolupracujúci subjekt (podľa bodu 1.4 d) plánuje zaradiť do svojich pravidelných prezentačných aktivít a preto je nutné posúdenie kritérií jedinečnosti. **/... tento bod uvedte, pokiaľ budete schopnosť nepodnikateľských subjektov prezentovať región zohľadňovať pri udeľovaní značky ako vylučovacie kritérium, čo znamená, že ak je subjekt ľudovoumelecký výrobca a nerealizuje svoju činnosť ako podnikateľskú, neplánuje ani svojimi produktami pomáhať k prezentácii systému a tradícii regiónu, nemá pre Koordinátora opodstatnenie udeľovať mu značku.../.**

Ostatným subjektom udeľuje právo na používanie značky na základe písomného súhlasu.

Žiadosť o certifikáciu- udelenie práv na používanie značky

Udelenie práv na používanie značky je posudzované na základe žiadosti záujemcu o značku (producenta, výrobcu, poskytovateľa služby). Na možnosť podávania žiadostí upozorňuje Koordinátor výzvou, ktorú zverejňuje spolu so žiadosťou na svojich webových */...uvedte názov webového sídla, kde bude výzva pravidelne zverejňovaná.../* minimálne **14 dní** pred jej ukončením. Žiadosť sa podáva na konkrétny produkt, výrobok, službu alebo ich jednotne definovanú skupinu (sortiment alebo jeho časť), v ktorej ale všetky produkty zhodne spĺňajú kritériá uvedené v žiadosti.

Žiadosť žiadateľ vyplní a doručí v tlačenej aj elektronickej podobe Koordinátorovi značky. Žiadosť obsahuje aj napĺňanie Certifikačných kritérií a jej prílohami sú aj potrebné doklady, ktoré toto napĺňanie potvrdzujú.

Žiadateľ prikladá k žiadosti vzorový produkt/výrobok, prípadne ho dodá na základe výzvy Koordinátora k dátumu zasadnutia Certifikačnej komisie. Výrobca má nárok na vrátenie vzorky.

V prípade, že žiadateľ nemôže z opodstatnených dôvodov vzorový výrobok predložiť (objemná veľkosť, vysoká cena umeleckého diela a pod.), predkladá komisii pred zasadnutím aspoň fotodokumentáciu alebo video dokumentáciu výrobku, prípadne jeho výroby.

Formálna kontrola žiadosti

Koordinátor žiadosť skontroluje po formálnej stránke, v prípade jej neúplnosti požiada žiadateľa o jej doplnenie. Koordinátor posudzuje plnenie Certifikačných kritérií, ktoré určujú požiadavky na výrobcu/producenta/poskytovateľa služby (časť A Certifikačných kritérií). V prípade, že žiadateľ nespĺňa tieto kritériá, vyradí žiadosť z ďalšieho posudzovania.

Formálne skontrolovanú žiadosť Koordinátor predloží členom Certifikačnej komisie **najneskôr 7 dní** pred zasadnutím komisie a zorganizuje zasadnutie Certifikačnej komisie.

Zasadnutie Certifikačnej komisie

Podmienky a priebeh zasadnutia Certifikačnej komisie podrobne upravuje Štatút Certifikačnej komisie a Rokovací poriadok Certifikačnej komisie.

Koordinátor zvolá zasadnutie Certifikačnej komisie a informuje žiadateľov o časovom harmonograme hodnotenia žiadostí. Zasadnutia sa zúčastňuje *minimálne /...uvedte minimálny počet členov komisie.../*. Certifikačná komisia posúdi počas zasadnutia, či produkt/ výrobok/ služba spĺňa kritériá kvality (časť B Certifikačných kritérií). Žiadateľ sa môže dobrovoľne zúčastniť tej časti zasadnutia komisie, na ktorej je posudzovaná jeho žiadosť.

Certifikačná komisia posúdi výrobok na zasadnutí komisie alebo priamo u výrobcu, a to v prípade ak nie je možné výrobok posúdiť na základe priloženej vzorky alebo dokumentácie a v prípade žiadosti o udelenie certifikátu na poľnohospodárske produkty a produkty prvovýroby pred sezónou (kedy nie je možné vzorový produkt doložiť). Certifikačná komisia má právo na posúdenie výrobku/ produktu priamo u výrobcu/producenta aj v prípade pochybností o kvalite (splnenie certifikačných kritérií na základe predloženej žiadosti).

Služby posudzuje komisia na základe osobnej návštevy zariadenia alebo priloženej dokumentácie, prezentácie zariadenia. Postup určí Koordinátor.

Rozhodnutie o plnení kritérií kvality

Komisia rozhodne o plnení kritérií kvality priamo na zasadnutí. Vo výnimočných prípadoch (napríklad potreby posúdenia priamo u výrobcu) rozhodne **do 7 dní** odo dňa konania zasadnutia. Certifikačná komisia má právo neodporučiť Koordinátorovi udelenie práv na používanie značky na produkty/ výrobky/ služby, ktoré nie sú v súlade s cieľom a zameraním značky, ktoré by svojim charakterom a vzhľadom mohli poškodiť dobré meno značky a všetkých subjektov v systéme regionálneho značenia. Môže ísť o produkty, ktoré spĺňajú certifikačné kritériá, ale odporujú morálnym a etickým zásadám alebo estetickému citeniu. Môže ísť aj o výrobky, ktoré v procese výroby, predaja alebo spotreby výrazne poškodzujú životné prostredie. Certifikačná komisia má právo zamietnuť udelenie práv na používanie značky aj v prípade, že má

odôvodnené pochybnosti o etickom a morálnom správaní žiadateľa. Na udelenie značky nemá žiadateľ právny nárok.

Certifikačná komisia odovzdá rozhodnutie o plnení kritérií kvality a jej stanovisko k udeleniu alebo neudeleniu práv na používanie značky. Koordinátor kontaktuje žiadateľa a poskytne mu informáciu o rozhodnutí Certifikačnej komisie najneskôr do **14 dní** odo dňa konania zasadnutia komisie. V prípade záporného rozhodnutia Koordinátor písomne zdôvodní zamietnutie žiadosti podľa záverov zo zasadnutia Certifikačnej komisie.

Udelenie práv na používanie značky

V prípade kladného rozhodnutia Certifikačnej komisie udelí Koordinátor výrobcovi právo na používanie značky na základe písomnej zmluvy.

Zmluvu o používaní značky uzatvára Koordinátor s výrobcom/ producentom/ poskytovateľom služby na dobu určitú. Zmluva oprávňuje používať značku na tie tovary a služby, ktoré splnili certifikačné kritériá a rozhodla o tom Certifikačná komisia. Zmluva určuje podmienky a spôsob používania značky, práva a povinnosti zmluvných strán. Podpisom zmluvy získava výrobca certifikát, ktorý má prezentačnú funkciu.

Akékoľvek zmeny, ktoré sa týkajú používateľa značky ako subjektu (zmena v plnení požiadaviek na producenta/ výrobcu/ poskytovateľa služby, Časť A Certifikačných kritérií) alebo plnenia kritérií jedinečnosti, ktoré ovplyvňujú kvalitu produktu/ výrobu/ služby a prínos k rozvoju regiónu (Časť B Certifikačných kritérií), je používateľ značky povinný písomne oznámiť Koordinátorovi najneskôr do **4 týždňov** od vzniku zmeny. V prípade závažných zmien postúpi Koordinátor informáciu Certifikačnej komisii, ktorá na najbližšom zasadnutí rozhodne o nutnosti vystavenia nového certifikátu (zmene zmluvy) alebo o jeho odobratí.

Platnosť prvého certifikátu na dané tovary a služby konkrétneho producenta/ výrobcu/ poskytovateľa je 3 roky. Obnova certifikátu je na ďalšie 3 roky od skončenia platnosti predchádzajúceho certifikátu.

Obnovenie práv na používanie značky - obnova certifikátu

O obnovenie certifikátu (práv na používanie značky) môže výrobca/producent/poskytovateľ služby požiadať najneskôr 1 mesiac pred skončením platnosti certifikátu (doby na ktorú bola zmluva uzavretá), a to pomocou „žiadosti o obnovu certifikátu“ (zjednodušený formulár žiadosti o udelenie práv na používanie značky). Zjednodušenú žiadosť posudzuje Certifikačná komisia rovnako, ako v prípade nových žiadostí. Koordinátor a Certifikačná komisia majú v prípade pochybností o plnení kritérií právo vyžiadať si od žiadateľa o obnovu certifikátu aj tie dokumenty, ktoré nie sú súčasťou zjednodušenej žiadosti.

Žiadosť o obnovu certifikátu - zjednodušený formulár žiadosti môže použiť žiadateľ len v prípade, že žiada o certifikáciu tých tovarov a služieb alebo ich skupín, ktoré už boli certifikované a ich vlastnosti - plnenie kritérií kvality sa nezmenilo. V snahe zjednodušiť proces obnovy certifikátu neobsahuje zjednodušená žiadosť všetky povinné časti, ktoré sa nachádzajú v základnej žiadosti. Aj napriek tomu má Certifikačná komisia v prípade pochybností o plnení kritérií právo vyžiadať si niektoré dokumenty, ktoré sú obsahom základnej žiadosti.

Po rozhodnutí Certifikačnej komisie sa platnosť certifikátu predlžuje na základe novej zmluvy o používaní značky medzi Koordinátorom značky a používateľom značky.

V prípade, že Certifikačná komisia nezasadne do termínu ukončenia platnosti certifikátu a výrobca podá žiadosť v stanovenom termíne (mesiac pred ukončením platnosti), doba platnosti certifikátu sa automaticky predlžuje do dátumu, kedy Koordinátor nevyrozumie používateľa o výsledkoch hodnotenia komisie z najbližšieho zasadnutia.

2.4 Poplatok za používanie značky

Poplatok platí používateľ (producent, výrobca, poskytovateľ služieb podľa bodu 1.4a) za každý produkt (alebo rovnorodú skupinu produktov) alebo služby zariadenia, na ktoré používa značku.

Ročný poplatok za používanie značky	1.rok	2. rok	3. rok
Nový žiadateľ o značku (na jeden produkt alebo jednu rovnorodú skupinu)	/...€/	/... €/	/... €/
Už certifikovaný používateľ značky (Obnova práv na používanie značky)	/...€/	/... €/	/... €/

K stanoveniu poplatkov za používanie značky sú na Slovensku rôzne prístupy. Poplatky (registračný, ročný alebo manipulačný) pohybujú vo výške od 20 do 100 eur. Je na uvážení každého koordinátora, akú výšku poplatku určí, závisí to od aktivít a služieb, ktoré držiteľom značky ponúka, alebo poskytuje.

3 Dokumentácia systému regionálneho značenia

Dokumentáciu systému regionálneho značenia tvoria */z uvedeného zoznamu vyberte dokumentáciu systému regionálneho značenia/*:

- Zásady systému regionálneho značenia */...uvedte názov značky.../*;
- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na poľnohospodárske a potravinárske produkty;
- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na tradičné remeselné a iné spotrebné výrobky;
- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na služby ubytovacích a stravovacích zariadení;
- Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uvedte názov značky.../* na doplnkové služby v cestovnom ruchu (okrem ubytovacích a stravovacích služieb);
- Štatút Certifikačnej komisie pre udelenie značky */...uvedte názov značky.../* ;
- Rokovací poriadok Certifikačnej komisie pre udelenie značky */...uvedte názov značky.../*.

Zásady systému regionálneho značenia, všetky nadväzné dokumenty a ich zmeny schvaľuje Koordinátor a majiteľ značky */...uvedte názov značky.../* , ktorým je */...uvedte názov subjektu.../*.

C. CERTIFIKAČNÉ KRITÉRIÁ

Kritériá pre udeľovanie značky sú formulované tak, aby len tie subjekty a ich produkty, ktoré ich spĺňajú, mohli byť nositeľmi značky. Certifikačné kritériá sa najčastejšie delia na dve hlavné skupiny, a to **základné kritériá** (v niektorých systémoch označované ako **výberové kritériá**) a **kritériá jedinečnosti** (v niektorých systémoch označované ako **hodnotiace kritériá**). V samostatne publikovaných dokumentoch niektorých značiek sú tieto dve skupiny označované napríklad ako „Certifikačné kritériá - časť A. Základné kritériá“ a „Certifikačné kritériá – časť B. Kritériá jedinečnosti“¹.

Základné kritériá vymedzujú to, ktoré subjekty môžu nositeľmi značky. V nadväznosti na ciele značky sú to miestni poľnohospodárski producenti a potravinárski výrobcovia, remeselní výrobcovia a poskytovatelia služieb. Splnenie týchto kritérií dokladuje žiadateľ oprávneniami na vykonávanie danej činnosti. Požívatelia značky sú nositeľmi filozofie značky, dávajú spotrebiteľovi najavo ich postoj k regiónu, tradíciám a prírode. Splnenie týchto kritérií dokladuje žiadateľ čestným prehlásením, ktoré vyjadruje jeho postoj k dodržiavaniu legislatívy, jeho etické správanie ako aj vzťah k životnému prostrediu.

Kritériá jedinečnosti vyjadrujú, že produkty a služby sú jedinečné a kvalitné. V prípade poľnohospodárskych produktov a potravinárskych výrobkov je to dané pôvodom produktu (resp. základnej zložky potraviny) v regióne, tradíciou produkcie, výnimočnosťou produktu alebo potravinárskeho výrobku a osobitným prínosom producenta k rozvoju regiónu. V prípade tradičných remeselných a iných spotrebných výrobkov sa osobitne posudzuje aj podiel ručnej práce na výrobe výrobku. Pre služby formuluje systém tiež osobitné znaky jedinečnosti, ktoré sú dané kvalitou poskytovaných služieb a jedinečnosťou vzťahu zariadenia k regiónu. Tu patrí napríklad prínos k uchovávaniu kultúrneho dedičstva a tradícií, podpora miestnych producentov a podpora predaja regionálnych produktov a výrobkov. Regionálna značka podporuje miestnych poskytovateľov služieb, ktorí prispievajú k vyššej kvalite života miestneho obyvateľstva (života v krajšom a čistejšom prostredí) a ku kvalitnejšiemu zážitku návštevníka regiónu.

Prístupy k tvorbe kritérií (deleniu podľa typov produktov) sa na Slovensku odlišujú najmä v prípade poľnohospodárskych produktov, potravinárskych výrobkov, remeselných a iných spotrebných výrobkov:

Kritériá formulované samostatne pre:

- poľnohospodárske produkty a potravinárske výrobky
- tradičné remeselné a iné spotrebné výrobky

ALEBO

Spoločné kritériá pre:

- poľnohospodárske produkty a potravinárske výrobky
- remeselné výrobky a rôzne prírodné produkty.

Dôvodom postupného oddelenia kritérií v niektorých systémoch bola snaha o zohľadnenie odlišností v tom, čo tvorí reálnu pridanú hodnotu a prispôbenie tomu aj systém hodnotenia. Zatiaľ čo je pri poľnohospodárskych produktoch a potravinárskych výrobkoch rozhodujúcim kritériom regionálnosti dopestovanie, dochovanie, zber produktu (suroviny) v regióne, v prípade remeselných výrobkov tvorí najväčšiu časť pridanej hodnoty práca jeho výrobcu. U remeselných výrobkov (nekonzumných) je zároveň v súčasných podmienkach náročné (často až nereálne) získať materiál s pôvodom priamo v regióne.

¹ Pre účely spracovania tejto odbornej publikácie nie sú kritériá pre udeľovanie značky v ďalších častiach formulované ako „Časť A. Základné kritériá“ a „Časť B- Kritériá jedinečnosti“.

1 Kritériá pre udeľovanie značky na poľnohospodárske a potravinárske produkty

Príklad obsahu dokumentu

Kritériá určujú požiadavky na poľnohospodárskeho producenta a potravinárskeho výrobcu a požiadavky na produkt, resp. potravinársky výrobok, na ktorý tento producent žiada o udelenie značky. Značka môže byť umiestňovaná na etikete, obale, obrazovom alebo inom opisnom materiáli, ktorý sprevádza poľnohospodársky produkt alebo potravinu len vtedy, ak produkt spĺňa kritériá jedinečnosti počas celej doby platnosti certifikátu.

1.1 Základné kritériá

Žiadateľ musí splniť všetky **základné/výberové kritériá**, inak bude žiadosť z ďalšieho posudzovania vyradená a nebude posudzovaná v rámci **kritérií jedinečnosti/hodnotiacich kritérií**.

1) Producent/výrobca

- má miesto produkcie/ výroby alebo sídlo² v okrese **/...uvedte názvy okresov alebo obcí.../**;
- spĺňa všetky legislatívne požiadavky na činnosti spojené s produkciou/výrobou produktov, na ktoré žiada o udelenie značky (vrátane požiadaviek na priestory producenta, ktoré pri produkcii využíva).

Oprávneným žiadateľom o regionálnu značku sú poľnohospodárski producenti a výrobcovia potravín:

- a) samostatne hospodáriaci roľníci - fyzické osoby, ktoré vykonávajú poľnohospodársku výrobu, v prípade spracovania potravinárskych produktov disponujú aj živnostenským oprávnením;
- b) fyzické osoby podnikajúce na základe živnostenského oprávnenia v prípade spracovania potravinárskych výrobkov;
- c) obchodné spoločnosti (akciové spoločnosti, verejné obchodné spoločnosti, komanditné spoločnosti, spoločnosti s ručením obmedzeným, jednoduché spoločnosti na akcie), družstvá a iné právnické osoby zapísané v Obchodnom registri, ktoré majú príslušnú činnosť zapísanú v predmete podnikania v prípade poľnohospodárskej produkcie a disponujú živnostenským oprávnením v prípade spracovania potravinárskych produktov;
- d) fyzická osoba - nepodnikateľ, ktorý predáva prebytky vlastnej drobnej nespracovanej rastlinnej a živočíšnej produkcie (prvovýroby). Žiadateľmi môžu byť len:
 - predajcovia rastlinných prebytkov prvovýroby, ktorí majú tento predaj ohlásený v obci;
 - predajcovia prebytkov živočíšnej prvovýroby, ktorí sú registrovaní na príslušnej Regionálnej veterinárnej a potravinovej správe pre predaj malých množstiev (med, vajcia, mlieko, ryby);
 - subjekty musia spĺňať podmienky pre predaj malých množstiev podľa nariadenia Nariadenie vlády č. 59/2011 Z.z., 360/2011 Z.z., 100/2016 Z.z. a s tým súvisiace legislatívne predpisy.

Pre overenie splnenia kritérií prikladá žiadateľ kópiou dokladov (v prípade dokladov z Obchodného registra a Živnostenského registra prikladá elektronický výpis). Všetky doklady (miesto produkcie, spôsobilosť vykonávať danú činnosť) sa musia vzťahovať na produkt, na ktorý žiadateľ žiada o udelenie práv na používanie značky.

² Aby bol producent/ výrobca zaradený do systému regionálneho značenia, musí na území okresov **/...uvedte názvy okresov alebo obcí.../** realizovať určitým spôsobom svoje aktivity, a teda a tomto území určitým spôsobom pôsobiť.

ŽIADATEĽ	Kópia dokladov, ktoré sú obsahom prílohy žiadosti
Samostatne hospodáriaci roľník	Osvedčenie o zápise do evidencie SHR Výpis z katastra nehnuteľností alebo nájomná zmluva
Fyzická osoba – podnikateľ podnikajúci na základe živnostenského oprávnenia	Výpis zo Živnostenského registra
Právnická osoba – podnikateľ (s.r.o., a.s., komanditná spoločnosť, družstvo, apod.)	Výpis z Obchodného registra Výpis zo Živnostenského registra
Právnická osoba – iná ako podnikateľ (nezisková organizácia a pod.) oprávnená na podnikanie	Výpis z registra organizácií Živnostenský list, adresa prevádzkarne
Fyzická osoba – nepodnikateľ – predajca prebytkov prvovýroby živočíšneho pôvodu (med, mlieko, vajcia, ryby)	Doklad o registrácii prevádzkarne na Regionálnej veterinárnej a potravinovej správe.
FO – nepodnikateľ – predajca prebytkov prvovýroby rastlinného pôvodu	Kópia ohlásenia miesta produkcie prebytkov na obci (potvrdenie)
Včelár (okrem ostatných dokladov v závislosti od právnej formy)	Kópia výpisu z centrálneho registra včelstiev

2) 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;
- podnikateľské subjekty prehlasujú, že dodržiavajú všetky zásady zodpovedného podnikania (správajú sa zodpovedne voči svojim zákazníkom, dodávateľom, zamestnancom, miestnym obyvateľom a životnému prostrediu);
- fyzické osoby- nepodnikatelia prehlasujú, že vedú daňovú evidenciu v zmysle zákona o dani z príjmu č. 95/2003 Z.z. v znení neskorších predpisov.

Žiadateľ prikladá k uvedeným bodom čestné prehlásenie, ktoré je súčasťou žiadosti.

1.2 Kritériá jedinečnosti produktu

Kritéria jedinečnosti sú obsahom Certifikačných kritérií – časti B- **Kritériá jedinečnosti/Hodnotiace kritériá** a sú rozdelené na 3 skupiny:

- 1) regionálny pôvod produktu a jeho zložiek;
- 2) tradícia výrobného postupu, surovín alebo zloženia;
- 3) výnimočnosť produktu/ osobitný prínos producenta k rozvoju regiónu.

Produkt (žiadateľ) musí vybrané **kritériá jedinečnosti (1. a 2.) splniť na minimálne stanovenú úroveň** (povinná minimálna úroveň dosahovania každého znaku kvality). Spolu musí v kritériách jedinečnosti získať **minimálne 6 bodov (z celkového počtu 12 bodov)**.

Regionálny pôvod produktu a jeho zložiek

Región */...uvedte názov regiónu.../* je ako región pôvodu poľnohospodárskych produktov a surovín potravinárskych produktov vymedzený hranicami okresov */...uvedte okresy alebo obce.../*.

Minimálna požiadavka na poľnohospodársky produkt (prvovýrobu) je formulovaná tak, že produkt musí mať 100 % regionálny pôvod, t.j. je vypestovaný alebo zberaný alebo je cielene získaný v danom regióne od zvierat znáskou, zo zabitých chovaných zvierat alebo z voľne žijúcich zvierat lovom alebo z farmového chovu zveri v okresoch */...uvedte okresy alebo obce, kde musí byť poľnohospodársky produkt alebo surovina pre potravinársky výrobok dopestovaná, dochovaná, zberaná a pod..../*.

Minimálne požiadavky na potravinársky výrobok je nastavený tak, že produkt musí byť vyrobený prevažne z regionálnych surovín, t.j. z regiónu pochádza minimálne 50 % surovín (pričom ide o základnú zložku potraviny³) a zároveň minimálne 25 % surovín pochádza z iného územia Slovenska.

Bodovacie hodnotenie zložiek produktu⁴

	Pôvod produktu (zložiek)				Počet bodov
	Región /...názov.../	SR (z toho)		Zahraničie	
		Kraj /...názov.../	Iné		
Minimálna požiadavka na potravinárske výrobky	50 %	25 %		25 %	1
	50 %	50 %		-	2
	75 %	25 %	-	-	3
Minimálna požiadavka na poľnohospodárske produkty	100 %	-	-	-	4

Zložky potravinárskeho produktu uvedené ako zložky z regiónu */...uvedte názov regiónu.../* nesmú byť nikdy nahradzované zložkami z iných častí SR. Percentuálne zastúpenie sa môže týkať hmotnosti výrobku, objemu (záleží na charaktere výrobku). Do hodnotenia nie je zahrnutý obal produktu.

Pre overenie napĺňania daného kritéria žiadateľ prikladá Opis produktu, obsahujúci zložky produktu (použité suroviny) s udaním miesta pôvodu a ich percentuálneho zastúpenia.

Tradícia výrobného postupu, surovín alebo zloženia

Kritérium sa týka tradície výrobného procesu, tradície surovín alebo tradície zloženia, ktoré sú typické pre región */...uvedte názov regiónu.../*. Tradícia znamená, že je charakteristika preukázateľná počas obdobia trvajúceho najmenej 30 rokov.

Minimálna požiadavka na poľnohospodársky produkt (prvovýrobu) je, že produkt je produkován tradičným procesom alebo z tradičných surovín alebo má tradičné zloženie typické pre región.

Minimálne požiadavky na potravinárske výrobky sú dve. Prvou je, že pri výrobe výrobku sa využívajú postupy a metódy charakteristické a typické pre región */...uvedte názov regiónu.../*. Druhú požiadavku môže výrobok splniť ak je vyrobený tradičným procesom alebo z tradičných surovín alebo má tradičné zloženie typické pre región.

³ „základná zložka“ je zložka alebo zložky potraviny, ktorá predstavuje viac ako 50 % tejto potraviny alebo ktorú spotrebiteľ zvyčajne spája s názvom potraviny a v prípade ktorej sa vo väčšine prípadov vyžaduje kvantitatívne označenie (Čl. 2 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1169/2011 z 25. októbra 2011)

⁴ zložka“ je akákoľvek látka alebo výrobok vrátane aróm, prídavných látok v potravinách a potravinárskych enzýmov a akákoľvek iná súčasť zloženej zložky, ktorá sa používa pri výrobe alebo príprave potraviny a ktorá sa nachádza v konečnom výrobku dokonca aj v pozmenenom stave; za zložky sa nepovažujú reziduá (Čl. 2 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1169/2011 z 25. októbra 2011). Do výpočtu plnenia kritéria sa nezahrňujú nevyhnutné vedľajšie prísady, ktoré nie je možné v danom regióne získať (napr. korenie a pod.).

Bodové hodnotenie tradície regiónu				
	Tradícia výrobného procesu	Tradícia surovín	Tradícia zloženia	Typické postupy a metódy výroby
	1 bod	1 bod	1 bod	1 bod
Minimálna požiadavka na potravinárske produkty	1 bod (t.j. producent musí plniť aspoň 1 kritérium, ak plní viac, za každé plnenie získa 1 bod)			1 bod
Minimálna požiadavka na poľnohospodárske produkty	1 bod (t.j. producent musí plniť aspoň 1 kritérium, ak plní viac, za každé plnenie získa 1 bod)			

Žiadateľ opíše naplnenia kritéria v jednotlivých charakteristikách, ktoré spĺňa. Tradícia surovín sa týka predovšetkým základnej zložky produktu. Do hodnotenia nie je zahrnutá tradícia, ktorá sa týka obalu produktu.

Pre overenie prikladá opis tradície a jednotlivých bodovaných charakteristík s priložením relevantného zdroja, ktorý preukazuje tradičnosť (historické využívanie výrobného postupu, surovín alebo konkrétneho zloženia počas obdobia trvajúceho minimálne 30 rokov).

Výnimočnosť produktu/ osobitný prínos producenta k rozvoju regiónu

Komisia hodnotí individuálne každý produkt (skupinu) z hľadiska osobitných znakov kvality produktu (tie vyplývajú z ocenení a certifikátov, ktoré sú plnením týchto znakov podmienené). Patrí tu napríklad:

- ocenenie produktu národným štandardom Značka kvality SK;
- ocenenie produktu Európskou značkou kvality (Chránené označenie pôvodu, Chránené zemepisné označenie, Zaručená tradičná špecialita);
- iné ocenenie za kvalitu, ktoré produkt získal (súťaže na národnej a medzinárodnej úrovni);
- jedinečná tradícia (produkt nadštandardne plní znaky pre hodnotenie tradície výrobného postupu, surovín alebo zloženia, t.j. tradícia je preukázateľná počas obdobia trvajúceho najmenej 30 rokov, alebo ide o znovu oživenie významnej tradície);
- producent je držiteľom iného významného ocenenia (značky, certifikátu) v oblasti riadenia, ekologického poľnohospodárstva alebo v inej oblasti súvisiacej s produkciou produktu, na ktorý subjekt žiada o udelenie značky;
- producent je jediným producentom produktu, na ktorý žiada o udelenie značky v regióne **/...uvedte názov regiónu.../**, v kraji alebo v SR.

Komisia hodnotí aj ďalšie prínosy producenta k rozvoju regiónu:

- producent významne prispieva k formovaniu spolupráce v regióne **/...uvedte názov regiónu.../** a jeho prezentácii (napr. aktívne zapojenie do diania a aktivít v rozvoji regiónu v rôznych oblastiach, účasť na podujatiach, zapojenie do produktu destinácie, distribúcia a prezentácia regionálneho produktu mimo región, umiestnenie v turistických informačných kanceláriách, maloobchodných sieťach a pod.);
- producent nadpriemerne dodržiava zásady zodpovedného správania voči životnému prostrediu (zásady ekologického správania pri produkcii, triedenie odpadu, ekologické obaly a pod.);
- producent významne prispieva k tvorbe pridanej hodnoty v regióne a podpore zamestnanosti, t.j. minimálne 50 % zamestnancov v trvalom pracovnom pomere podniku má trvalý pobyt v kraji (posudzuje sa, len ak má podnik žiadateľa 10 a viac zamestnancov)
- producent rozvíja v regióne rodinné podnikanie.

Za jedinečnosť a originalitu môže výrobok získať **od 1 do 4 bodov** (za všetky oblasti spolu). Komisia v rozhodnutí uvedie, čo pri danom výrobku/produkte ocenila.

Pre overenie napĺňania kritérií žiadateľ prikladá vzorku, fotografiu, opis výrobku, dokumentáciu kvality a jedinečnosti (kópia certifikátu) príp. inú dokumentáciu napr. opis spolupráce, zrealizovaných aktivít a pod. Pre overenie splnenia kritérií žiadateľ prikladá vzorku, fotografiu, opis výrobku, dokumentáciu kvality a jedinečnosti (kópia certifikátu) príp. inú dokumentáciu napr. opis spolupráce, zrealizovaných aktivít a pod.

Zhrnutie dokumentácie k žiadosti o udelenie značky na poľnohospodárske produkty a potravinárske výrobky

Žiadateľ opisuje naplnenie kritérií vo formulári, ktorý publikuje Koordinátor značky */...uvedte názov subjektu.../* - „žiadost' o udelenie práv na používanie značky */...uvedte názov značky.../* na poľnohospodárske a potravinárske produkty“. Žiadost' má samostatné prílohy, ktoré preukazujú splnenie jednotlivých kritérií:

- Príloha A: Doklad o plnení základných kritérií na výrobcu/ producenta.
- Príloha B: Čestné prehlásenie o plnení podmienok subjektu.
- Príloha C: Splnenie podmienok jedinečnosti.
- Príloha D: Písomný dokument, historický prameň, ktorý dokazuje splnenie kritéria tradície a jeho opis.
- Príloha E: Dokumenty preukazujúce výnimočnosť produktu/ osobitný prínos producenta k rozvoju regiónu.

Vzorka produktu (ak nie je možné vzorku priložiť, producent/ výrobca prikladá fotografiu).

Iné samostatné prílohy (napr. v prípade, že na opis splnenia niektorých kritérií nepostačoval priestor v žiadosti).

2 Kritériá pre udeľovanie značky na tradičné remeselné a iné spotrebné výrobky

Príklad obsahu dokumentu

Výroba tradičných remeselných a iných spotrebných výrobkov prispieva k tvorbe pridanej hodnoty v regióne. Veľmi často sú tieto výrobky určené pre návštevníkov regiónu. Tradičné a jedinečné výrobky sú nástrojom formovania autenticity regiónu. Sú zacielené na všetky skupiny návštevníkov, osobitne na návštevníkov vo vidieckom a kultúrnom cestovnom ruchu. Návštevník si často pri kúpe regionálneho výrobku uvedomuje príspevok k regionálnej zamestnanosti. Práve takto špecifické výrobky môžu byť označené regionálnou značkou */...uvedte názov značky.../*. Aby boli tieto predpoklady splnené, musia výrobcovia aj samotné výrobky spĺňať presne formulované kritériá kvality.

2.1 Základné kritériá

Žiadateľ musí splniť všetky *základné/výberové kritériá*, inak bude žiadost' z ďalšieho posudzovania vyradená a nebude posudzovaná v rámci *kritérií jedinečnosti/hodnotiacich kritérií*.

1) Výrobca

- má miesto výroby⁵ v okrese */...uvedte názvy okresov alebo obcí.../*;
- spĺňa všetky legislatívne požiadavky na činnosti spojené s výrobou výrobkov, na ktoré žiada o udelenie značky.

Oprávnenými žiadateľmi o regionálnu značku sú remeselníci alebo výrobcovia iných spotrebných výrobkov, ľudovumeleckí výrobcovia:

- a) živnostníci: fyzické osoby podnikajúce na základe živnostenského oprávnenia;
- b) 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;
- c) umelci a ľudovumeleckí výrobcovia - slobodné povolania - osoby, ktoré podnikajú na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov;

⁵ Ide o miesto výroby toho produktu/výrobku, na ktorý žiada o udelenie práv na používanie značky (prevádzkareň alebo sídlo, ak žiadateľ nemá evidovanú stálu prevádzkareň). Aspoň jedno musí byť na území uvedených okresov, t.j. území pôsobenia systému regionálneho značenia */...uvedte názov značky.../*.

d) 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);

e) iné subjekty (len ľudovo umelecký 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 prispievať tak k prezentácii regiónu a jeho tradícií v zmysle platných Zásad systému regionálneho značenia **/...uvedte názov značky.../**.

Pre overenie splnenia kritérií prikladá žiadateľ kópiou dokladov (v prípade dokladov z Obchodného registra a Živnostenského registra prikladá elektronický výpis). Všetky doklady (miesto výroby, spôsobilosť vykonávať danú činnosť) sa musia vzťahovať k výrobku, na ktorý žiadateľ žiada o udelenie práv na používanie značky.

ŽIADATEĽ	Kópia dokladov, ktoré sú obsahom prílohy žiadosti
Fyzická osoba – podnikateľ podnikajúci na základe živnostenského oprávnenia	Výpis zo Živnostenského registra (elektronický)
Právnická osoba – podnikateľ (s.r.o., a.s., komanditná spoločnosť, družstvo, apod.)	Výpis z Obchodného registra Výpis zo Živnostenského registra
Právnická osoba – iná ako podnikateľ (nezisková organizácia a pod.) oprávnená na podnikanie	Výpis z registra organizácií Výpis zo Živnostenského registra
Slobodné povolanie – FO podnikajúca na základe iného ako živnostenského zákona	Výpis z registra organizácií (ak relevantné) Výpis zo Živnostenského registra
Ľudovo-umelecký výrobca a združenia výrobcov, ktoré nie sú oprávnené na podnikanie:	
fyzická osoba	
právnická osoba (združenie), ktorá nie je oprávnená na podnikanie.	Stanovy organizácie

2) 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;
- podnikateľské subjekty prehlasujú, že dodržiavajú všetky zásady zodpovedného podnikania (správajú sa zodpovedne voči svojim zákazníkom, dodávateľom, zamestnancom, miestnym obyvateľom a životnému prostrediu).

Žiadateľ prikladá k uvedeným bodom čestné prehlásenie, ktoré je súčasťou žiadosti.

2.2 Kritériá jedinečnosti výrobku

Kritériá jedinečnosti sú obsiahnuté v Certifikačných kritériách – časť B. **Kritériá jedinečnosti/Hodnotiace kritériá** a sú zamerané na štyri oblasti:

- 1) regionálny pôvod zložiek výrobku
- 2) tradíciu výrobku, výrobného postupu, zloženia,
- 3) podiel ručnej práce

4) výnimočnosť produktu/ osobitný prínos výrobcu k rozvoju regiónu.

Pri prvom, druhom a treťom kritériu sú určené minimálne požiadavky (povinná minimálna úroveň spĺňania znaku kvality). Výrobok musí splniť minimálne požiadavky inak sa nemôže uchádzať o udelenie značky. Kritériá majú pridelené bodové hodnotenie, pričom spolu musí výrobok získať **minimálne 6 bodov (z celkového počtu 12)**.

Regionálny pôvod zložiek výrobku (1. kritérium jedinečnosti) a tradícia výrobku, výrobného postupu, zloženia (2. kritérium jedinečnosti) sa viažu na región **/...uvedte názov regiónu.../**.

Región **/...uvedte názov regiónu.../** je pre určenie pôvodu materiálu a spojenie s tradíciou vymedzený približnými hranicami okresov **/...uvedte okresy alebo obce.../**.

Regionálny pôvod zložiek výrobku (výrobného materiálu)

Pôvod výrobku (z hľadiska zloženia) je daný pôvodom všetkých zložiek, ktoré tvoria priamy materiál potrebný na výrobu finálneho výrobku⁶ (zložky sú vyjadrené v €).

U výrobkov je posudzovaný podiel hodnoty priameho materiálu potrebného na výrobu finálneho produktu (v €) na predajnej cene výrobku (v €). Podľa toho, do akej miery sa hodnota priameho materiálu podieľa na predajnej cene, vyžaduje sa odlišné zastúpenie materiálov získaných v regióne a v SR.

Minimálne požiadavky na pôvod materiálu, z ktorého sú výrobky vyrobené:

Ak hodnota priameho materiálu dosahuje	Pôvod priameho materiálu, z ktorého pozostáva výrobok		
	Región /...uvedte názov.../	SR	Zahraničie
menej ako 10 % predajnej ceny výrobku	Pôvod materiálu sa neposudzuje		
viac ako 10 % predajnej ceny výrobku	nepovinné	min. 50 %	max. 50 %
viac ako 50 % predajnej ceny výrobku	nepovinné	min. 75 %	max. 25 %
viac ako 75 % predajnej ceny výrobku	min. 25 %	min. 50 %	max. 25 %

Priamy materiál (jeho zložky) použité na výrobu výrobku, pri ktorých je uvedený pôvod v regióne **/...uvedte názov regiónu.../** nesmú byť nikdy nahradzované materiálmi nakúpenými v iných častiach Slovenska alebo v zahraničí; tie materiály, pri ktorých je uvedený pôvod v iných častiach SR nesmú byť nikdy nahradzované materiálmi nakúpenými v zahraničí.

Finálny výrobok, tak ako je uvádzaný na trh, nesmie obsahovať materiál (ani obal), ktorý by na použitých materiáloch indikoval spotrebiteľovi iný región pôvodu výrobku, pričom musia byť splnené všetky legislatívne požiadavky na uvádzanie informácií pre spotrebiteľa.

Žiadateľ k žiadosti prikladá opis výrobku, vymedzenie priamych nákladov na výrobu finálneho produktu v € s uvedením miesta pôvodu a ich percentuálne zastúpenie na priamych nákladoch a konečnej cene výrobku. Žiadosť obsahuje príklad výpočtu.

⁶ „priamy materiál na výrobu finálneho výrobku“ je materiál, z ktorého výrobok pozostáva, tvorí jeho podstatu a prispieva k vytvoreniu podstatných vlastností (základný materiál, polotovary- nakupované aj vlastnej výroby a ostatný materiál). Jeho spotreba vyjadrená v € sa dá určiť na 1 konečný výrobok (odhadom pri zohľadnení bežných cien materiálu). Do priameho materiálu sa započítava aj obal výrobku, s ktorým je uvádzaný na trh.

Príklad výpočtu splnenia požiadaviek na pôvod materiálu

Umelecké obrazy a maľby s regionálnym motívom = približné hodnoty:

Priamy materiál na 1 výrobok (v priemere)	Materiál na 1 ks v €	Podiel na celkovom materiáli (%)	Pôvod materiálu
Plátno	3 €	60 %	
Farby	2 €	40 %	
Spolu priamy materiál	5 €	100 %	
Predajná cena obrazu	50 €		
Podiel priameho materiálu na predajnej cene	10 %		
Pôvod materiálu sa neposudzuje → žiadateľ kritérium spĺňa.			

Oblečenie (tričká) s vyšivávaným ľudovým motívom:

Priamy materiál na 1 výrobok (v priemere)	Materiál na 1 ks v €	Podiel na celkovom materiáli	Pôvod materiálu
Tričká (nákup)	5 €	83 %	SR výrobca XY
Materiál na vyšivku	1 €	17 %	SR výrobca XY
Spolu priamy materiál	6 €	100 %	
Predajná cena	15 €		

Podiel priameho materiálu na predajnej cene - >

40 % - >

Pôvod materiálu sa posudzuje - >

Keďže sa pôvod materiálu posudzuje, aby výrobok splnil minimálne požiadavky musí byť minimálne 75 % priameho materiálu zo SR. Cena trička, na ktoré výrobca vyšiva je 5 € (83 % hodnoty priameho materiálu). Tričko musí mať pôvod v SR (slovenský výrobca).

Tradícia výrobu, výrobného postupu, zloženia

Tradícia znamená, že je charakteristika výrobu preukázateľná v regióne */...uvedte názov regiónu.../* počas obdobia trvajúceho najmenej 30 rokov (v minulosti alebo v súčasnosti).

Minimálnou požiadavkou na výrobok je tradícia aspoň jednej z uvedených charakteristík výrobu, t.j. dosiahnutie aspoň 1 bodu:

- tradícia používania výrobu spotrebiteľmi (výrobok je/bol využívaný, vyrábaný, a pod. v regióne */...uvedte názov regiónu.../*);
- tradícia výrobného postupu (proces výroby má tradíciu v regióne */...uvedte názov regiónu.../*);
- tradícia zloženia (výrobok je zložený z takých priamych materiálov, ktoré boli preň v regióne P*/...uvedte názov regiónu.../* typické⁷. Do hodnotenia nie je zahrnutá tradícia, ktorá sa týka obalu výrobu, ak netvorí významnú charakteristiku výrobu.

Výrobok môže získať body aj za ďalšie znaky výrobu, a to za tradíciu motívu (vyobrazenia na výrobu) a tiež v prípade, že je tradícia niektorej z uvedených charakteristík výrobu (používanie, výrobný postup, zloženie, motív) *dlhšia ako 100 rokov*.

⁷ okrem materiálov zaťažujúcich životné prostredie, napr. plastov.

Bodové hodnotenie tradície regiónu

	(Povinné je získať aspoň 1 bod)			(Dobrovoľné- možnosť získať max 2 body)	
	Tradícia využívania výroby	Tradícia výrobného postupu	Tradícia zloženia	Tradícia motívu	Tradícia viac ako 100 rokov
	1 bod	1 bod	1 bod	1 bod	1 bod
Minimálna požiadavka na výrobky	1 bod (t.j. producent musí plniť aspoň 1 kritérium na 1 bod, ak plní viac, za každé ďalšie plnenie získava 1 bod, spolu max 3 body)			Producent nemusí povinne spĺňať uvedené kritériá, za splnenie každého získa 1 bod- spolu max 2 body.	

Žiadateľ prikladá opis tradície a jednotlivých bodovaných charakteristík s priložením relevantného zdroja, ktorý preukazuje tradičnosť (historické využívanie výrobného postupu, surovín alebo konkrétneho zloženia počas obdobia trvajúceho **najmenej 30 rokov**).

Podiel ručnej práce

Ručná práca znamená výrobu rukami vrátane použitia rôznych nástrojov. Výrobca sa sám fyzicky podieľa na výrobe, vnáša do každého výrobku vlastnú osobitosť a každý kus je originál. Pri takejto výrobe teda môže výrobca používať najrôznejšie nástroje a prístroje (napr. aj s elektrickým pohonom), pokiaľ výsledný produkt závisí na jeho zručnosti.

Minimálna požiadavka: na výrobky, ktoré žiadajú o udelenie značky je prevažujúci podiel ručnej práce, t.j. **viac ako 50 %** výrobného procesu je ručná práca⁸.

	Podiel ručnej práce je:	Počet bodov
Minimálna požiadavka na výrobky	viac ako 50 % výrobného postupu	1
	viac ako 60 % výrobného postupu	2
	viac ako 75 % výrobného postupu	3
	viac ako 90 % výrobného postupu	4

Žiadateľ prikladá opis výrobného postupu s časovým vymedzením jednotlivých krokov.

Výnimočnosť výrobku/ osobitný prínos výrobcu k rozvoju regiónu

Komisia hodnotí individuálne každý výrobok (skupinu) z hľadiska osobitných znakov kvality výrobku. Ide napríklad o:

- originalitu výrobku (skupiny výrobkov);
- osobitný prínos k obnove zabudnutých tradícií (oživenie tradície) alebo prínos k uchovávaniu tradícií;
- výrobca je jediným výrobcu výrobku, na ktorý žiada o udelenie značky v regióne **/...uvedte názov regiónu.../**, v Nitrianskom kraji alebo v SR alebo je držiteľom významného ocenenia za kvalitu.

Komisia hodnotí aj ďalšie prínosy producenta k rozvoju regiónu:

- výrobca významne prispieva k formovaniu spolupráce v regióne **/...uvedte názov regiónu.../** a jeho prezentácii (napr. aktívne zapojenie do diania a aktivít v rozvoji regiónu v rôznych oblastiach, účasť na podujatiach, zapojenie do produktu destinácie, distribúcia a prezentácia regionálneho produktu, t.j. produkt významne reprezentuje región – napríklad umiestnenie produktu v maloobchodných sieťach, turistických informačných kanceláriách v rámci kraja, SR, po produkte je dopyt ako po prezentačnom predmete a pod.);
- výrobca pomáha zapájať znevýhodnené skupiny obyvateľov regiónu, rozvíja tvorivé myslenie detí aj dospelých prostredníctvom uchovávaní tradícií;

⁸ Do celkového trvania výroby sa nezapočítava doba, kedy je výrobok v kľude a pracuje „sám“ (napr. doba chladnutia, uležania, tuhnutia a pod.), ani doba balenia produktu do obalov, v ktorých je uvádzaný na trh, ak to nevykonáva sám výrobca.

- výrobca nadštandardne dodržiava zásady zodpovedného správania voči životnému prostrediu (zásady ekologického správania pri výrobe, triedenie odpadu, ekologické obaly a pod.);
- výrobca významne prispieva k tvorbe pridanej hodnoty v regióne a podpore zamestnanosti, t.j. minimálne 50 % zamestnancov v trvalom pracovnom pomere podniku má trvalý pobyt v kraji (posudzuje sa, len ak má podnik žiadateľa 10 a viac zamestnancov);
- výrobca rozvíja v regióne rodinné podnikanie.

Za osobitný prínos môže výrobok získať od 1 do 3 bodov (za všetky oblasti spolu). Komisia v rozhodnutí uvedie, čo pri danom výrobku ocenila. Žiadateľ prikladá dokumentáciu podľa deklarovaného prínosu výrobku (napr. fotografiu, opis výrobku, opis už zrealizovaných aktivít, spolupráce a pod.).

Zhrnutie dokumentácie k žiadosti o udelenie značky na remeselné a iné spotrebné výrobky

Žiadateľ opisuje splnenie kritérií vo formulári, ktorý publikuje Koordinátor značky */...uvedte názov subjektu.../* - „Žiadosť o udelenie práv na používanie značky */...uvedte názov značky.../* na tradičné remeselné a iné spotrebné výrobky“. Žiadosť má samostatné prílohy, ktoré preukazujú splnenie jednotlivých kritérií:

- Príloha A: Doklad o plnení základných kritérií na výrobcu/ producenta.
Príloha B: Čestné prehlásenie o plnení podmienok subjektu.
Príloha C: Splnenie podmienok jedinečnosti.
Príloha D: Písomný dokument, historický prameň, ktorý dokazuje splnenie kritéria tradície a jeho opis.
Príloha E: Dokumenty preukazujúce výnimočnosť výrobku/ osobitný prínos výrobcu k rozvoju regiónu.
Vzorka produktu (ak nie je možné vzorku priložiť, priloží výrobca fotografiu).
Iné samostatné prílohy (napr. v prípade, že na opis splnenia niektorých kritérií nepostačoval priestor v žiadosti).

3 Kritériá pre udeľovanie značky na služby ubytovacích a stravovacích zariadení

Príklad obsahu dokumentu

Služby, na ktoré žiadateľ žiada o udelenie značky sú posudzované komplexne v rámci celého zariadenia. Ide o *služby ubytovacích zariadení* (poskytujúcich len ubytovacie služby alebo aj pohostinské služby v rozsahu prípravy jedál alebo ponuky nápojov v samostatných odbytových strediskách⁹) alebo o *služby samostatných stravovacích zariadení* (poskytujúcich pohostinské služby v rozsahu prípravy jedál alebo len podávania nápojov).

3.1 Základné kritériá

Požiadavky na poskytovateľa služby sú obsiahnuté v Certifikačných kritériách – Časť A. *Základné/výberové kritériá*. Žiadateľ musí splniť všetky základné požiadavky, inak bude jeho žiadosť z ďalšieho posudzovania vyradená a nebude posudzovaná v rámci *kritérií jedinečnosti/hodnotiacich kritérií*.

1) Požiadavky na poskytovateľa služieb a zariadenie

- zariadenie¹⁰ je lokalizované v okrese */...uvedte názvy okresov alebo obcí.../*;
- poskytovateľ spĺňa všetky legislatívne požiadavky na poskytovanie služieb v zariadení (vrátane požiadaviek na budovu zariadenia a priestory).

Žiadateľom o regionálnu značku môže byť len osoba oprávnená na podnikanie (vrátane subjektov nezriadených za účelom podnikania ale disponujúcich živnostenským oprávnením). Žiadateľ prikladá k žiadosti kópiu výpisu z obchodného/ živnostenského registra, ktorá dokladuje oprávnenosť subjektu vykonávať činnosti; kópiu výpisu zo Živnostenského registra, ktorá dokladuje lokalizáciu zariadenia

⁹ napr. hotelová reštaurácia, kaviareň, vináreň a pod.

¹⁰ Ide o zariadenie, na ktorého služby žiada o udelenie práv na používanie značky.

(evidovanú prevádzkareň); čestné prehlásenie, že zariadenie plní všetky požiadavky pre poskytovanie služieb¹¹.

2) Zaručenie etických princípov a zásad podnikania:

- 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;
- žiadateľ dodržiava všetky zásady zodpovedného podnikania a poskytovania služieb (správa sa zodpovedne voči svojim zákazníkom, dodávateľom, zamestnancom, miestnym obyvateľom a životnému prostrediu);
- žiadateľ nezavádza spotrebiteľa z hľadiska deklarovaného štandardu a rozsahu poskytovaných služieb.

Žiadateľ prikladá k uvedeným bodom čestné prehlásenie, ktoré je súčasťou žiadosti.

3.2 Kritériá jedinečnosti služby

Kritériá jedinečnosti sú obsahom Certifikačných kritérií – Časť B. **Kritériá jedinečnosti/Hodnotiace kritériá.**

Vyjadrujú jedinečnosť zariadenia v troch oblastiach:

- 1) kvalita poskytovaných služieb;
- 2) pozitívny vzťah zariadenia k životnému prostrediu;
- 3) jedinečnosť zariadenia vo vzťahu k regiónu.

Zariadenie, v ktorom sú služby poskytované, musí na základe hodnotenia komisie splniť požiadavky na kvalitu poskytovaných služieb a zásady šetrnosti voči životnému prostrediu (1. a 2.). V treťom bode kritérií jedinečnosti, ktoré vyjadrujú jedinečnosť zariadenia vo vzťahu k regiónu, musí žiadateľ splniť povinné kritériá a v bodovacích kritériách musí získať **minimálne 12 bodov (z celkového počtu 20).**

Kvalita poskytovaných služieb

Certifikačná komisia zohľadňuje pri hodnotení kvality poskytovaných služieb typ zariadenia¹² a zameriava predovšetkým na:

- celkový dojem zo zariadenia vrátane najbližšieho okolia;
- čistotu zariadenia (komfort), funkčnosť vybavenia;
- správanie personálu;
- prístup k zvyšovaniu kvality a spokojnosti hostí so službami zariadenia ¹³.

Komisia splnenie hodnotí dané oblasti na základe osobnej návštevy, porovnania informácií prezentovaných na internetovej stránke a v iných prezentačných materiáloch¹⁴; opisu spôsobu zisťovania kvality hostí so službami, ktoré žiadateľ prikladá k žiadosti.

Pozitívny vzťah k životnému prostrediu

Všetky zariadenia musia splniť minimálny podmienky v oblasti zodpovedného správania voči životnému prostrediu zamestnancami zariadenia. Ide o povinné kritériá, ktoré sú formulované nad rámec platnej legislatívy:

- obmedzené používanie prostriedkov zaťažujúcich životné prostredie¹⁵;

¹¹ napr. kolaudačné rozhodnutie, rozhodnutie Regionálneho úradu verejného zdravotníctva a pod.

¹² V prípade ubytovacích zariadení zohľadňuje kategóriu a triedu zariadenia.

¹³ Systém hodnotenia kvality a spokojnosti hostí (napr. interný systém kvality- vyhodnocovanie dotazníkov vyplnených hosťami, kniha prianí a sťažností, spôsob prijímania opatrení, CRM systém a pod.).

¹⁴ Komisia môže prihliadať aj na hodnotenia zákazníkov na dostupných internetových portáloch a stránkach systémov rezervovania.

¹⁵ napr. obmedzené používanie výrobkov na jedno použitie a ich ponuka hosťom len v nevyhnutných prípadoch (výrobky na jedno použitie ako sú šampóny, umývacie a čistiace prostriedky a potreby, kozmetické prípravky v mini baleniach, plastové a papierové

- opatrenia zamerané na šetrné zaobchádzanie s vodou a energiami a minimalizáciu odpadov (napr. zabráňovanie priesakom a únikom vody a energií, triedenie odpadov v prevádzke a pod.); súčasťou opatrení je vedenie zamestnancov k dodržiavaniu zásad (všetci zamestnanci sú informovaní písomnými inštrukciami, sú zaškolení a je stanovená osoba zodpovedná za kontrolu ich dodržiavania).

Žiadateľ prikladá čestné prehlásenie plnenia kritérií, opis opatrení a dokumentáciu (napr. kópiu inštrukcií pre zamestnancov, opis spôsobu preškolenia. Plnenie požiadaviek skontroluje komisia priamo v zariadení.

Prevádzkovatelia ubytovacích zariadení musia k zodpovednému správaniu voči životnému prostrediu usmerňovať aj ubytovaných hostí, a to prostredníctvom informácie o:

- možnosti triediť odpad (min. papier, plast, sklo a zmiešaný odpad), a to prostredníctvom ľahko dostupných nádob v priestoroch zariadenia;
- zatváraní okien vo vykurovaných a klimatizovaných priestoroch, vypínaní klimatizácie počas neprítomnosti na izbách prípadne obmedzenie jej spotreby;
- zhasínaní svetiel počas neprítomnosti (najmä v izbách), ak nie sú priestory vybavené automatickým zhasínaním;
- šetrnom zaobchádzaní s vodou a k tomu, aby personál informovali, ak zaznamenajú akékoľvek netesnosti alebo úniky vody;
- výmene uterákov a posteľnej bielizne, ktorú poskytovateľ zabezpečuje v súlade s vyhláškou, prípadne menej frekventovane ak pravidelnú výmenu hostí nevyžaduje. Informácia obsahuje aj vysvetlenie (šetrné správanie prevádzkovateľa voči životnému prostrediu).

Žiadateľ prikladá čestné prehlásenie, kópiu písomnej informácie (inštrukcií) pre hostí, príp. iné materiály dokumentujúce opatrenia.

Jedinečnosť zariadenia vo vzťahu k regiónu

Minimálne požiadavky na všetky zariadenia (**povinné kritériá**) sú:

- a) Vzhľad budovy zariadenia nie je rušivý vo vzťahu k prostrediu, v ktorom sa nachádza. Splnenie kritéria posúdi komisia na mieste a na základe priloženej fotodokumentácie.
- b) Dostupnosť a poskytovanie informácií o regióne a o značke. Komisia posúdi na mieste, či sú v zariadení hosťom poskytované informácie o:
 - regióne (destinácii); okolitých atraktivitách (miestnej kultúre, prírodných a technických pamiatkach, zaujímavostiach); možnostiach trávenia voľného času (napr. o požičovniach športových potrieb a cyklistických trasách, organizovaných podujatiach a pod.);
 - možnostiach dopravy a presunov v destinácii (informácie o verejnej doprave, parkovacích možnostiach, cestovné poriadky a pod.);
 - regionálnej značke a jej nositeľoch (systéme regionálneho značenia), a to prostredníctvom zamestnancov zariadenia (ústnu informáciu môžu dopĺňať tlačенé materiály pre hostí).
- c) Regionálna ponuka. V každom zariadení a pohostinskom odbytovom stredisku ubytovacieho zariadenia musí byť zaradená regionálna ponuka. V prípade jedál je to tradičné jedlo typické pre región **/...uved'te názov regiónu.../**, v prípade nápojov je to produkt s pôvodom v regióne **/...uved'te názov regiónu.../**. Regionálna ponuka je v jedálnom lístku alebo v dennej ponuke samostatne označená. Podľa typu zariadenia sú minimálne požiadavky nasledovné:
 - stravovacie zariadenie a pohostinské odbytové strediská v ubytovacom zariadení, ktoré ponúkajú jedlá: denne ponúka **min. 3 regionálne jedlá** (podľa tradičnej receptúry);
 - ubytovacie zariadenie, ktoré ponúka stravovanie pre ubytovaných hostí (formou bufetových stolov): ponúka v rámci nich **aspoň 1 regionálne jedlo**;

riady - poháre, tanieri, príbory, potraviny v mini - baleniach apod.) alebo používanie prostriedkov z rozložiteľných materiálov (ekoriad, ekologické práca prostriedky a pod.);

- každé stravovacie, pohostinské zariadenie a samostatné pohostinské odbytové stredisko ubytovacieho zariadenia musí **mať v ponuke regionálne nápoje alebo iné produkty** (resp. produkty s regionálnym pôvodom)¹⁶;
- ak zariadenie predáva hosťom suveníry alebo iné predmety (napr. na recepcii ubytovacieho zariadenia), musí mať v ponuke **aspoň 1 výrobok od regionálneho výrobcu**.

Žiadateľ predloží k žiadosti ponuku (jedálny lístok, opis jedla a jeho tradičnosti vo vzťahu k regiónu, prípadne dokument, ktorý tradičnosť preukazuje; v prípade nápojov doloží nápojový lístok). Komisia skontroluje splnenie kritérií priamo v zariadení.

V ďalších kritériách musí žiadateľ získať **minimálne 12 bodov z 20**. Patrí tu podpora rozvoja cestovného ruchu v regióne a aktivít pre návštevníkov, prínos k uchovávaniu tradícií, podpora regionálnych produktov a iné. Splnenie kritérií posudzuje komisia priamo v zariadení alebo na základe priloženej dokumentácie.

d) Podpora rozvoja cestovného ruchu v regióne.

- Poskytovateľ služieb (zariadenie) **je členom oblastnej organizácie cestovného ruchu** (2 body).
- Poskytovateľ služieb (zariadenie) **nie je členom oblastnej organizácie cestovného ruchu**, ale s organizáciou spolupracuje (1 bod).
- Poskytovateľ služieb (zariadenie) spolupracuje s inou organizáciou zameranou na podporu rozvoja cestovného ruchu alebo obcou, ktorá takéto aktivity rozvíja. Kritérium sa vzťahuje na subjekty (zariadenia), ktoré z objektívnych dôvodov nemôžu byť členom oblastnej organizácie cestovného ruchu¹⁷ (1 bod).

e) Regionálne aktivity pre návštevníkov (2 body). Poskytovateľ služieb usporadúva a ponúka hosťom, prípadne verejnosti vlastné sprievodné programy, aktivity zamerané na trávenie voľného času (sprievodcovské služby, kultúrne, spoločenské, športové podujatia, výlety po okolí a pod.) alebo tieto aktivity zabezpečuje v spolupráci s inými subjektmi v regióne¹⁸. Tieto aktivity sú zverejnené na jeho internetových stránkach.

f) Prínos k uchovávaniu tradícií. Poskytovateľ služieb napomáha k uchovávaniu tradícií (historická budova alebo tradičný vzhľad interiéru/exteriéru, rodinná tradícia s podnikaním v ubytovacích alebo stravovacích službách v regióne a pod.) (1 bod).

g) Podpora predaja regionálnych produktov (max. 6 bodov).

- V zariadení sú ponúkané na predaj regionálne produkty (iné ako produkty podávané na priamu konzumáciu hosťom v zariadení), pričom o produkte a jeho pôvode je podaná hosťovi informácia (2 body) alebo
- v zariadení sú ponúkané na predaj regionálne produkty, ktoré sú označené značkou **/...uvedte názov značky.../**. Pre produkty je vymedzený osobitný priestor alebo miesto¹⁹ určené na ich prezentáciu, ktoré je odlišené od ostatného (neregionálneho) sortimentu s uvedením označenia značky **/...uvedte názov značky.../** (4 body);
- stravovacie zariadenie a pohostinské odbytové stredisko ubytovacieho zariadenia, ktoré pripravuje jedlá využíva pri ich príprave minimálne 3 poľnohospodárske alebo potravinárske produkty s pôvodom v regióne (2 body).

h) Ponuka regionálnych jedál a produktov nad rámec povinných kritérií (1 bod). Kritérium výrobca spĺňa ak ponúka minimálne dva krát viac jedál alebo nápojov od regionálnych producentov ako je stanovený minimálny počet podľa charakteru zariadenia (kritérium 3c- regionálna ponuka).

¹⁶Podľa možnosti v rámci ponuky nápojov, ktorá určuje charakter zariadenia (Např. víno, ako hlavný produkt vinárne a pod).

¹⁷ zariadenie nemôže byť členom Nitrianskej organizácie cestovného ruchu vtedy, ak jej členom nie je obec, na území ktorej sa zariadenie nachádza.

¹⁸ napr. Nitrianskou organizáciou cestovného ruchu alebo inými poskytovateľmi služieb a producentmi.

¹⁹ Vyhradené miesto napr. pultom, vitríkou alebo iným spôsobom

- i) Významne ocenenia za kvalitu (1 bod). Poskytovateľ služieb je držiteľom významného ocenenia za kvalitu poskytovaných služieb, špeciálneho ocenenia v odbore, certifikátu kvality a pod.
- j) Pozitívny vzťah k životnému prostrediu nad rámec povinných kritérií (1 body). Patrí tu napríklad využívanie solárnej energie a pod.
- k) Zariadenie je prispôsobené pre znevýhodnené skupiny návštevníkov, napr. pre rodiny s deťmi, seniorov a i. (1 bod).
- l) Podpora aktivít so zvieratami (1 bod). Zariadenie poskytuje pre návštevníkov a domáce obyvateľstvo služby, ktoré sú spojené s aktivitami so zvieratami (napríklad jazda na koni, prírodná zoo a pod.), alebo ide o tzv. „pet friendly“ zariadenie, t.j. zariadenie s vyhradenými priestormi pre pobyt návštevníka s domácimi zvieratami (izby, kde sa návštevník môže ubytovať so psom a pod.).
- m) Výnimočná (nadštandardná) kvalita a aktivity (3 body). Bodové hodnotenie môže komisia udeliť za:
 - nadštandardnú kvalitu zariadenia, poskytovaných služieb,
 - internetovú prezentáciu,
 - výnimočná spolupráca s aktérmi v regióne.

Zhrnutie dokumentácie k žiadosti o udelenie značky na služby ubytovacích a stravovacích zariadení

Žiadateľ opisuje splnenie kritérií vo formulári, ktorý publikuje Koordinátor značky **/...uvedte názov subjektu.../** - „Žiadosť o udelenie práv na používanie značky **/...uvedte názov značky.../** na služby ubytovacích a stravovacích zariadení“. Žiadosť má samostatné **prílohy**, ktoré preukazujú splnenie jednotlivých kritérií:

Oprávnenie na poskytovanie ubytovacích a stravovacích služieb (elektronický výpis z Obchodného registra alebo Živnostenského registra)

- Príloha A: Čestné prehlásenie o plnení základných kritérií.
- Príloha B: Čestné prehlásenie subjektu k zodpovednému správaniu voči životnému prostrediu
- Príloha C: Splnenie podmienok jedinečnosti.
- Príloha D: Dokumentácia k hodnoteniu spokojnosti a spôsobom zvyšovania kvality služieb v zariadení.
- Príloha E: Dokumentácia k opatreniam zameraným na šetrné zaobchádzanie s vodou a energiami, minimalizáciu odpadov a prostriedkov zaťažujúcich životné prostredie.
- Príloha F: Dokumentácia k spôsobu vedenia hostí ubytovacieho zariadenia k zodpovednému správaniu k životnému prostrediu.
- Príloha G: Jedálny alebo iný ponukový lístok, opis jedla, nápoja alebo inej ponuky (podľa informácií k regionálnej ponuke uvedených v žiadosti).

Iné samostatné prílohy (napr. v prípade, že na opis splnenia niektorých kritérií nepostačoval priestor v žiadosti).

4 Kritériá pre udeľovanie značky na doplnkové služby v cestovnom ruchu/ zážitky

Príklad obsahu dokumentu

Kritériá sa vzťahujú na **všetky služby v cestovnom ruchu okrem služieb ubytovacích a stravovacích zariadení**, ktoré sú posudzované podľa samostatných kritérií (Kritériá pre udeľovanie značky regionálny produkt **/...uvedte názov značky.../** na služby ubytovacích a stravovacích zariadení).

Vzťahujú sa na také služby, ktoré pozitívne ovplyvňujú pobyt návštevníka v regióne a majú potenciál pre vyvolanie zážitku u návštevníka. Služby sú poskytované aj miestnym obyvateľom. V nadväznosti na cieľ značky ide o služby a balíky služieb poskytované takmer vo všetkých formách cestovného ruchu (najmä však vo vidieckom a kultúrno-poznávacom cestovnom ruchu), a to:

- služby nadväzujúce na zvyky, tradície alebo tradičné produkty/ výrobky regiónu;
- služby spojené s kultúrnym a prírodným dedičstvom regiónu.

Žiadateľ predkladá žiadosť na jednu službu alebo balík neoddeliteľných služieb, ktoré sú následne posudzované ako produkt cestovného ruchu. Žiadať o udelenie značky na doplnkové služby ubytovacích a stravovacích zariadení je opodstatnené v prípade, že sa poskytovanie služieb realizuje mimo ubytovacieho alebo stravovacieho zariadenia²⁰. Je to možné len v tom prípade, ak tieto zariadenia sú, resp. v rovnakom období budú certifikované podľa Kritérií pre udelenie značky na služby ubytovacích a stravovacích zariadení.

4.1 Základné kritériá

Základné kritériá sú obsahom Certifikačných kritérií- časť A. **Základné/výberové kritériá** a formulujú požiadavky na poskytovateľa. Žiadateľ musí splniť všetky základné požiadavky, inak bude žiadosť z ďalšieho posudzovania vyradená a nebude posudzovaná v rámci **kritérií jedinečnosti/hodnotiacich kritérií**.

1) Požiadavky na poskytovateľa služieb, zariadenie:

- poskytovateľ má sídlo na území okresov **/...uvedte názvy okresov alebo obcí.../** alebo je tu lokalizované zariadenie alebo iná prevádzka, kde sú poskytované služby²¹;
- poskytovateľ spĺňa všetky legislatívne požiadavky na poskytovanie služieb v zariadení (vrátane požiadaviek na budovu zariadenia a priestory);
- služba nevytvára zaťaž na prostredie, v ktorom je poskytovaná a nie je v rozpore s cieľom značky²².

Žiadateľmi o regionálnu značku môžu byť fyzické a právnické osoby oprávnené na podnikanie a poskytovanie služieb:

- a) živnostníci: fyzické osoby podnikajúce na základe živnostenského oprávnenia;
- b) 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 disponujú živnostenským oprávnením;
- c) organizácie, ktoré nie sú zriadené za účelom podnikania, ale sú na poskytovanie služieb oprávnené na základe živnostenského oprávnenia (napríklad občianske združenia so živnostenským oprávnením na vykonávanie príslušnej činnosti);
- d) samostatne hospodáriaci roľníci - fyzické osoby, ktoré sú na poskytovanie služieb oprávnené v rámci povolenia na vykonávanie poľnohospodárskej výroby, alebo ak disponujú živnostenským oprávnením.

Žiadateľ prikladá kópiou dokladov súvisiacich s jeho predmetom činnosti. Všetky doklady (lokalizácia zariadenia, v ktorom sú služby poskytované, spôsobilosť vykonávať danú činnosť) sa musia vzťahovať k službe, na ktorú žiadateľ žiada o udelenie práv na používanie značky.

ŽIADATEĽ	Kópia dokladov, ktoré sú obsahom prílohy žiadosti
Fyzická osoba – podnikateľ podnikajúci na základe živnostenského oprávnenia	Výpis zo Živnostenského registra (elektronický)
Právnická osoba – podnikateľ (s.r.o., a.s., komanditná spoločnosť, družstvo, apod.)	Výpis z Obchodného registra (elektronický) Výpis zo Živnostenského registra (elektronický s evidovaným miestom prevádzkarne)
Právnická osoba – iná ako podnikateľ (nezisková organizácia a pod.) oprávnená na podnikanie	Výpis z registra organizácií (elektronický) Výpis zo Živnostenského registra (elektronický -s evidovaným miestom prevádzkarne)

²⁰ v samostatnej prevádzke, areáli a pod. vzdialenom od zariadenia.

²¹ Ide o zariadenie alebo prevádzku, na ktorých služby žiada o udelenie práv na používanie značky. Pokiaľ je služba poskytovaná vo vonkajšom prostredí (mimo budovu zariadenia) môže byť poskytovaná aj mimo uvedených okresov (napr. jazda na koni vo viacerých lokalitách kraja a pod.)

²² napr. jazda na štvorkolkách v prírodnom prostredí, prevádzka auto- motokrosovej dráhy, a pod.

Samostatne hospodáriaci roľník	Osvedčenie o zápise do evidencie SHR Výpis zo Živnostenského registra (elektronický s evidovaným miestom prevádzkarne a živnostenským oprávnením)
--------------------------------	--

2) Zaručenie etických princípov a zásad podnikania:

- 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;
- žiadateľ dodržiava všetky zásady zodpovedného správania a poskytovania služieb (správa sa zodpovedne voči svojim zákazníkom, dodávateľom, zamestnancom, miestnym obyvateľom a životnému prostrediu);
- žiadateľ nezavádza spotrebiteľa z hľadiska deklarovaného štandardu a rozsahu poskytovaných služieb.

Žiadateľ prikladá k uvedeným bodom čestné prehlásenie, ktoré je súčasťou žiadosti.

4.2 Kritériá jedinečnosti služby

Kritériá sú súčasťou Certifikačných kritérií- časť B. **Kritériá jedinečnosti/Hodnotiace kritériá** a vyjadrujú jedinečnosť služby (balíka služieb), ktorá je daná:

- 1) kvalitou poskytovanej služby,
- 2) pozitívnym vzťahom k životnému prostrediu,
- 3) jedinečnosťou služby vo vzťahu k regiónu.

Služba musí na základe hodnotenia komisie splniť požiadavky na kvalitu a šetrnosť voči životnému prostrediu (1. a 2.). V treťom bode kritérií jedinečnosti, ktoré vyjadrujú jedinečnosť služby vo vzťahu k regiónu, musí žiadateľ splniť povinné kritériá a v bodovacích kritériách musí získať **minimálne 12 bodov (z celkového počtu 20)**.

Kvalita poskytovanej služby

Certifikačná komisia hodnotí základnú kvalitu posudzovanej služby/balíka služieb v závislosti od rozsahu poskytovaných služieb. Hodnotí len relevantné faktory, ktoré ovplyvňujú vnímanie kvality služby z pohľadu návštevníka, pričom sa zameriava predovšetkým na:

- celkový dojem zo zariadenia, resp. miesta/lokality, kde je služba poskytovaná (napríklad okolitá príroda a pod.). V prípade balíka služieb hodnotí všetky lokality kde sú služby poskytované;
- čistotu zariadenia, jeho okolia, resp. miesta/lokality, kde je služba poskytovaná;
- poskytnutie základných služieb návštevníkovi (bezplatné informácie o službe, dostupnosť sociálnych zariadení pre návštevníka v závislosti od služby a pod.);
- funkčnosť vybavenia zariadenia resp. pomocných nástrojov a zariadení, ktoré sú súčasťou procesu poskytovania služby a priamo ovplyvňujú vnímanie návštevníka pri spotrebe služby;
- správanie personálu pred, počas a po poskytnutí služby;
- prístup k zvyšovaniu kvality a spokojnosti hostí so službami²³.

V prípade pochybností o základnej kvalite poskytovaných služieb, ktorá môže negatívne ovplyvniť vnímanie regiónu návštevníkom, má komisia právo vyradiť žiadosť z ďalšieho posudzovania.

²³ Systém hodnotenia kvality a spokojnosti hostí (napr. interný systém kvality- vyhodnocovanie dotazníkov vyplnených hosťami, kniha prianí a sťažností, ústne zisťovanie potrieb návštevníkov a ich hodnotenie kvality, recenzie na stránkach zariadenia a pod.; spôsob prijímania opatrení na zlepšovanie kvality služieb a pod.).

Komisia posudzuje plnenie kritérií na mieste, na základe porovnania informácií prezentovaných na internetovej stránke a v iných prezentačných materiáloch, opisu spôsobu zisťovania kvality hostí so službami a iných materiálov, ktoré žiadateľ prikladá k žiadosti.

Pozitívny vzťah k životnému prostrediu

Kritérium vyjadruje zodpovedné správanie voči životnému prostrediu zamestnancami zariadenia nad rámec platnej legislatívy a vedenie informovanie hostí o zásadách :

- obmedzené používanie prostriedkov zaťažujúcich životné prostredie²⁴;
- opatrenia zamerané na šetrné zaobchádzanie s vodou a energiami a minimalizáciu odpadov (napr. zabráňovanie priesakom a únikom vody a energií, triedenie odpadov v prevádzke a pod.); súčasťou opatrení je vedenie zamestnancov k dodržiavaniu zásad (všetci zamestnanci sú informovaní písomnými inštrukciami, sú zaškolení a je stanovená osoba zodpovedná za kontrolu ich dodržiavania);
- návštevník má možnosť triediť odpad (minimálne v rozsahu odovzdania plastových nádob).

V prípade pochybností o charaktere služby, z ktorého vyplýva nadpriemerné zaťaženie životného prostredia má komisia právo vyradiť žiadosť z ďalšieho posudzovania. Žiadateľ prikladá k žiadosti čestné prehlásenie a opis opatrení, príp. inú dokumentáciu (napr. kópiu inštrukcií pre zamestnancov, opis spôsobu preškolenia a i.).

3. Jedinečnosť služby vo vzťahu k regiónu

a) Dostupnosť a poskytovanie informácií o regióne a o značke.

Ak je služba poskytnutá v samostatnom zariadení (objekte) návštevníkovi sú poskytované informácie o:

- regióne (destinácii); okolitých atraktivitách (miestnej kultúre, prírodných a technických pamiatkach, zaujímavostiach); možnostiach trávenia voľného času (napr. o požičovniach športových potrieb a cyklistických trasách, organizovaných podujatiach a pod.);
- možnostiach dopravy a presunov v destinácii (informácie o verejnej doprave, parkovacích možnostiach, cestovné poriadky a pod.);
- regionálnej značke a jej nositeľoch (systéme regionálneho značenia), a to prostredníctvom zamestnancov zariadenia (ústnu informáciu môžu dopĺňať tlačené materiály pre hostí).

Komisia kontroluje dodržiavanie kritérií na mieste a na základe doložených materiálov.

V ďalších bodovacích kritériách musí žiadateľ získať **minimálne 12 bodov z 20**. Posudzovaný je súlad s cieľmi regionálneho značenia, príspevok služby ku komplexnosti produktu regiónu, inovatívnosť služby a iné znaky jedinečnosti. Splnenie kritérií posudzuje komisia priamo v zariadení, na základe informácií o zariadení dostupných na webovej stránke alebo na základe priloženej dokumentácie.

b) Súlad s cieľom regionálneho značenia. V kritériu môže žiadateľ získať max. 5 bodov za splnenie charakteristík, ktoré prispievajú k napĺňaniu hlavných cieľov značenia. Služba musí splniť aspoň jednu z nich, t.j. získať min. 1 bod, inak bude z žiadosti z posudzovania vyradená z dôvodu nesúladu s cieľom systému.

²⁴ napr. obmedzené používanie výrobkov na jedno použitie a ich ponuka hosťom len v nevyhnutných prípadoch (výrobky na jedno použitie ako sú šampóny, umývacie a čistiace prostriedky a potreby, kozmetické prípravky v mini baleniach, plastové a papierové riady - poháre, taniere, príbory, potraviny v mini - baleniach apod.) alebo používanie prostriedkov z rozložiteľných materiálov (ekoriad, ekologické pracie prostriedky a pod.);

Služba/ balík služieb	Počet bodov
– rozvíja tradičné hodnoty, prispieva k uchovávaniu tradícií a nehmotného kultúrneho dedičstva	1
– podporuje využívanie kultúrneho potenciálu (historicky, architektonicky alebo inak významné objekty, expozície, umenie a pod.), pričom nemusí ísť len o tradičné prvky kultúry	1
– podporuje využívanie prírodného potenciálu (krajiny) alebo poľnohospodárskeho potenciálu	1
– priamo podporuje predaj certifikovaných regionálnych poľnohospodárskych a potravinových produktov, výrobkov a služieb (produkt alebo iné už certifikované služby sú súčasťou balíka posudzovaných služieb).	1
– nepriamo podporuje predaj certifikovaných regionálnych poľnohospodárskych a potravinových produktov, výrobkov a služieb (certifikovaný produkt alebo iné už certifikované služby nie sú súčasťou balíka posudzovaných služieb, ale návštevník má možnosť si tento produkt zakúpiť napr. v prípade návštevy regionálneho producenta s možnosťou kúpy produktu, cenové zvýhodnenie balíka služieb v prípade výberu certifikovaného ubytovacieho zariadenia a pod.).	1

c) Komplexnosť služieb (max. 4 body). Miera príspevku služby/balíka služieb alebo samotného žiadateľa ku komplexnosti služieb, a tým aj k rozvoju cestovného ruchu je hodnotená na základe konkrétnych charakteristík.

KOMPLEXNOSŤ	Počet bodov
Služba prispieva ku komplexnosti produktu cestovného ruchu regiónu (vhodne dopĺňa existujúce služby).	1
Poskytovateľ služieb rozvíja spoluprácu v cestovnom ruchu:	
– poskytovateľ služby je členom oblastnej organizácie cestovného ruchu alebo s ňou priamo spolupracuje	1
– poskytovateľ služby spolupracuje so subjektmi v regióne pri tvorbe spoločného produktu, vzájomnou propagáciou alebo inak podporuje rozvoj regiónu (spolupracuje s inými poskytovateľmi služieb, ale aj nepodnikateľskými subjektmi, obcami a združeniami a pod.) ²⁵ .	2

d) Inovatívnosť služby (max 2 body).

INOVATÍVNOSŤ	Počet bodov
Poskytovaná služba alebo koncepcia balíka služieb je inovatívna/jedinečná (nikto iný službu resp. takýto balík služieb neposkytuje). Jedinečnosť môže byť daná nie len kombináciou služieb ale aj rôznymi kvalitatívnymi znakmi, ako napr. charakter prostredia a pod.:	
– jedinečnosť v regióne	1
– jedinečnosť v SR	2

e) Vhodnosť služby pre znevýhodnené skupiny návštevníkov (max. 3 body). Služba/ balík služieb sú prispôsobené pre využívanie znevýhodnenými skupinami návštevníkov (napr. seniorov, hendikepovaných návštevníkov, rodinám s deťmi a pod.).

f) Jedinečný vzťah služby/ balíka služieb/ žiadateľa k životnému prostrediu (1 bod). Služba alebo väčšina služieb v balíku je 100 % ekologická (napríklad jazda na koni) a neobsahuje žiadne činnosti, ktoré akýmkoľvek spôsobom zaťažujú životné prostredie (nehodnotia sa administratívne a podporné činnosti súvisiace so službou) a pod.

²⁵ vrátane konkrétnych foriem spolupráce v rámci členstva v oblastnej organizácii cestovného ruchu (produkty, podujatia zaradené do aktivít organizácie a i.).

g) Iné predpoklady služby/ žiadateľa pre oslovenie návštevníka a príspevok k pozitívnemu zážitku z návštevy regiónu (max. 5 bodov).

Poskytovaná služba alebo balík služieb	Počet bodov
– zahŕňa aktívne zapojenie návštevníka	2
– je spojený s aktivitami so zvieratami (napríklad jazda na koni, prírodná zoo a pod.)	1
– využíva iné prostriedky, techniky, spôsoby a pod., ktoré majú predpoklady pozitívne ovplyvniť zážitok návštevníka ²⁶	1
– alebo poskytovateľ má nadštandardné predpoklady prezentácie regiónu pod regionálnou značkou, ktoré sú dané jeho doterajšími aktivitami v oblasti marketingu, tvorby produktu a pod.	1

Zhrnutie dokumentácie k žiadosti o udelenie značky na doplnkové služby v cestovnom ruchu

Žiadateľ opisuje splnenie kritérií vo formulári, ktorý publikuje Koordinátor značky */...uvedte názov subjektu.../* - „Žiadosť o udelenie práv na používanie značky */...uvedte názov značky.../* na doplnkové služby v cestovnom ruchu/*zážitky*“. Žiadosť má samostatné prílohy, ktoré preukazujú napĺňanie jednotlivých kritérií:

Oprávnenie na poskytovanie služieb (elektronický výpis z Obchodného registra alebo Živnostenského registra).

Príloha A: Čestné prehlásenie o plnení základných kritérií

Príloha B: Čestné prehlásenie subjektu k zodpovednému správaniu voči životnému prostrediu.

Príloha C: Splnenie podmienok jedinečnosti.

Príloha D: Dokumentácia k hodnoteniu spokojnosti a spôsobom zvyšovania kvality služieb v zariadení.

Príloha E: Dokumentácia k opatreniam zameraným na šetrné zaobchádzanie s vodou a energiami, minimalizáciu odpadov a prostriedkov zaťažujúcich životné prostredie.

Iné samostatné prílohy (napr. v prípade, že na opis splnenia niektorých kritérií nepostačoval priestor v žiadosti).

²⁶ súčasťou môže byť aj využívanie informačných a komunikačných technológií a pod.

5 Príklad spoločných kritérií pre udeľovanie značky na produkty a výrobky

Príklad: Kritériá pre udelenie značky regionálny produkt GEMER-MALOHONT

Zdroj dokumentu: <https://www.produkty.gemer-malohont.sk/>

1. Okruhy certifikovaných produktov

Základné princípy regionálneho značenia GEMER-MALOHONT:

- výrobok a výrobca pochádza z regiónu (tradícia)
- uprednostňuje sa využívanie miestnych zdrojov
- jedinečnosť a originalita vo vzťahu k regiónu
- ručná práca, tradičné postupy a receptúry
- súlad s prírodou a krajinným rázom.

Regionálna značka GEMER-MALOHONT sa udeľuje pre nasledovné produkty a výrobky:

- potraviny a poľnohospodárske produkty (napr. pekárenské, cukrárenské, zo záhrady, z farmy, mäsové, údenárske, výrobky z medu, nápoje alkoholické, nápoje nealkoholické a iné),
- prírodné produkty (napr. kvetiny, bylinky, huby, med, čaje a iné),
- remeselné (napr. drevo, kameň, keramika, sklo, kov, slama, textil, vlna, čipka, koža a iné).

Pravidlá udeľovania značenia:

Certifikačná komisia má právo zamietnuť udelenie značky výrobku, ktorý je v rozpore s cieľom značky, so stanovami združenia MAS MALOHONT ako koordinátora regionálneho značenia, odporuje morálnym a etickým zásadám, všeobecnému estetickému cíteniu alebo by mohol inak poškodiť dobré meno značky. Aby boli výrobky certifikované ako „regionálny produkt GEMER-MALOHONT“, musia splniť pravidlá, ktoré sú určené kritériami stanovenými pre výrobky.

2. Kritériá pre výrobky

Kritériá sa delia na:

A. Výberové kritériá (týkajú sa výrobcu) = základné kritériá, ktoré musí splniť každý záujemca o značenie

B. Hodnotiace kritériá (týkajú sa výrobku) = záujemca o získanie značky musí získať aspoň stanovený minimálny počet bodov

A. VÝBEROVÉ KRITÉRIÁ PRE VÝROBCOV:

1. Miestny subjekt so sídlom alebo prevádzkou v regióne Gemer-Malohont

Fyzická osoba:

- podnikateľ (zapísaný v živnostenskom alebo v obchodnom registri, slobodné povolanie),
- súkromne hospodáriaci roľník (SHR),
- nepodnikateľ (občan, remeselník, ľudový umelec, včelár, predajca z dvora,...).

Právnická osoba:

- podnikateľský subjekt (spoločnosť s ručením obmedzeným, akciová spoločnosť, družstvo,...)
- subjekt z verejného alebo neziskového sektoru (občianske združenie, záujmové združenie právnických osôb, nezisková organizácia poskytujúca všeobecne prospešné služby, obec,...)

2. Kvalifikácia pre príslušnú výrobu

Výrobcovia musia mať platný živnostenský list, výpis z OR alebo musia byť vedení v evidencii osvetových stredísk alebo múzeí pre danú výrobu. Poľnohospodári musia mať živnostenský list alebo byť vedení v evidencii miestne príslušného obecného úradu ako SHR.

Príklady spôsobov overenia (spoločne pre 1. a 2. kritérium):

Typ subjektu	Spôsob overenia pre bod č. 1 a č. 2
FO - podnikateľ zapísaný v živnostenskom registri	Živnostenský list
FO - slobodné povolanie	Výpis z príslušného registra (SKA,)
FO - SHR	Osvedčenie o zápise do evidencie SHR
FO - včelár	Výpis z Centrálného registra včelstiev Doklad z RVPS
FO - nepodnikateľ, predaj z dvora - produkty živočíšneho pôvodu	Doklad o registrácii na RVPS
FO - nepodnikateľ, predaj z dvora - produkty rastlinného pôvodu	Výpis z KN alebo nájomná zmluva dokladujúca miesto produkcie Doklad z RVPS
FO - nepodnikateľ, ľudový umelec, remeselník	Doklad o zápise do evidencie osvetového strediska alebo múzea Čestné vyhlásenie
FO - nepodnikateľ	Čestné vyhlásenie, že nepodniká Občiansky preukaz - adresa trvalého bydliska
PO - podnikateľ zapísaný v obchodnom registri (s.r.o., a.s., družstvo,...)	Výpis z OR Doklad z RVPS
PO - neziskový subjekt (OZ, n.o., ZPO, obec,...)	Výpis z príslušného registra organizácií Doklad o pridelení IČO Stanovy/štatút

Pre fyzické osoby - neživnostníkov platí výnimka: preukáže svoju zručnosť osobne.

3. Zaručenie štandardnej kvality výroby:

Žiadateľ o udelenie značky zaručuje, že plní zákonné predpisy a normy pre danú prevádzku (hygienické a technické normy, bezpečnosť práce a pod.)

Spôsob overenia: Čestné prehlásenie žiadateľa.

4. Proces výroby nepoškodzuje prírodu

Žiadateľ pri svojej podnikateľskej činnosti nepoškodzuje životné prostredie ani jeho zložky nad mieru stanovenú platnými právnymi predpismi a podľa svojich technických a finančných možností dodržiava zásady šetrnosti voči životnému prostrediu, najmä:

- šetrné nakladanie s vodou;
- šetrné nakladanie s energiou;
- odpady - minimalizácia odpadov a obalov, dôsledné triedenie odpadov;
- materiál, suroviny - preferencia znovu využiteľných, recyklovateľných a recyklovaných materiálov, využívanie miestnych surovín, minimalizácia nakladania s nebezpečnými látkami a ich riadne zneškodňovanie;
- poľnohospodári - minimalizácia chemických prípravkov (hnojív, pesticídov a pod.), etické zachádzanie so zvieratami;
- voči žiadateľovi nie je vedené konanie zo strany Slovenskej inšpekcie životného prostredia. Výrobok ani jeho obal nepoškodzuje životné prostredie, jeho zložky ani zdravie ľudí nad mieru stanovenú platnými právnymi predpismi, a to v žiadnej fáze svojho životného cyklu (výroba, používanie, likvidácia) a podľa technických a ekonomických možností spĺňajú (alebo budú v budúcnosti spĺňať) zásady šetrnosti voči životnému prostrediu;
- materiál - prednostne z recyklovaných, recyklovateľných alebo znovu použiteľných materiálov, biologicky odbúrateľných, prednostne z miestnych surovín, minimalizácia nebezpečných látok;
- obal - environmentálne vhodný, pokiaľ možno vratný alebo recyklovateľný.

- charakter výrobku - výrobok nie je svojim charakterom nešetrný voči životnému prostrediu alebo ľudskému zdraviu, výrobok nie je určený na jedno použitie (v zmysle alternatívy k podobným výrobkom s dlhodobým využitím).

Spôsob overenia: Čestné prehlásenie žiadateľa
V prípade pochybností, certifikačná komisia overí plnenie zásad šetrnosti priamo na mieste v prevádzke žiadateľa.

B. HODNOTIACE KRITÉRIÁ PRE VÝROBCOV:

Výrobok musí byť jedinečný vo vzťahu k regiónu Gemer-Malohont, čo je možné splniť dosiahnutím najmenej 12 bodov z celkového súčtu bodov získaných v nasledujúcich štyroch kritériách:

1. Tradičný výrobok alebo výroba

Výrobok, výrobná technológia alebo firma existuje v regióne Gemer-Malohont:

Počet rokov	Počet bodov
2 a menej rokov	0
3 - 5 rokov	1
6 - 10 rokov	2
11 - 20 rokov	3
21 - 50 rokov	4
Viac ako 50 rokov	5

Tradícia sa môže týkať buď daného konkrétneho výrobku, výrobnéj technológie (aj keď samotný výrobok už môže byť nový) alebo firmy (pôsobí v regióne uvedenú dobu aj keď výrobky alebo technológie môžu byť nové).

Spôsob overenia: Písomný dokument, historický prameň alebo iný doklad, ktorý dokazuje dĺžku existencie výroby, technológie alebo firmy.

Dĺžku tradíciu posúdi certifikačná komisia podľa predložených dokumentov.

2. Produkt z miestnych surovín

Výrobok je vyrobený aspoň čiastočne z miestnych surovín, teda surovín pochádzajúcich z územia regiónu Gemer-Malohont. Surovinu uvedenú ako miestnu nesmú byť nikdy nahradzované inými surovinami. Percentuálne zastúpenie sa môže týkať hmotnosti výrobku, objemu, počtu jednotlivých súčastí a pod., záleží na charaktere výrobku, do hodnotenia nie je zahrnutý obal výrobku. Do výpočtu sa nezahrňujú nevyhnutné vedľajšie prísady, ktoré nie je možné v danom regióne získať (napr. soľ, korenie).

2.1 Remeselný výrobok obsahuje (môže obsahovať aj suroviny zo zahraničia):

Percentuálne zastúpenie surovín	Počet bodov
1 - 10 % miestnych alebo regionálnych surovín, max. 50 % surovín zo zahraničia	0
11 - 30 % miestnych alebo regionálnych surovín, max. 40 % surovín zo zahraničia	1
31 - 50 % miestnych alebo regionálnych surovín, max. 30 % surovín zo zahraničia	2
51 - 70 % miestnych surovín, max. 20 % surovín zo zahraničia	3
71 - 90 % miestnych surovín, ostatné suroviny zo SR	4
91 - 100 % miestnych surovín, ostatné suroviny z regiónu	5

O udelenie značky sa nemôže uchádzať remeselný výrobok, ak na jeho spracovanie a výrobu neboli vôbec použité miestne alebo regionálne suroviny, resp. suroviny zo SR okrem prípadu, ak hodnota ručnej práce presahuje finančnú hodnotu materiálu.

2.2 Potravinársky výrobok alebo produkt obsahuje (nemôže obsahovať suroviny zo zahraničia):

Percentuálne zastúpenie surovín	Počet bodov
1 - 10 % miestnych alebo regionálnych surovín, ostatné suroviny zo SR	0
11 - 30 % miestnych alebo regionálnych surovín, ostatné suroviny zo SR	1
31 - 50 % miestnych surovín, ostatné suroviny z regiónu alebo zo SR	2
51 - 70 % miestnych surovín, ostatné suroviny z regiónu alebo zo SR	3
71 - 90 % miestnych surovín, ostatné suroviny z regiónu	4
91 - 100 % miestnych surovín, ostatné suroviny z regiónu	5

Určité potraviny a produkty musia v tejto časti splniť 100 % zastúpenia miestnych surovín - ide napríklad o med, mäso, mlieko, vajcia, minerálnu vodu, byliny, lesné plody, ovocie, zeleninu a i.

Spôsob overenia: Zoznam surovín, ktoré výrobok obsahuje s uvedením % -uálneho zastúpenia a miesta pôvodu (obec/štát).

Percentuálne zastúpenie posúdi certifikačná komisia podľa priloženého zoznamu surovín.

3. Ručná/remeselná práca

Výrobok je vyrábaný aspoň čiastočne ručne. Pod pojmom ručná práca sa tu rozumie to, že výrobca vnáša do každého výrobku vlastnú osobitosť - každý kus je originál. Pri takejto výrobe teda môže remeselník používať najrôznejšie nástroje a prístroje (napr. aj s elektrickým pohonom), pokiaľ výsledný produkt závisí na jeho remeselnej zručnosti.

Medzi výrobnými postupmi je nasledujúci podiel ručnej práce:

Podiel ručnej práce	Počet bodov
0 % (plne automatizovaná výroba)	0
1 - 20 %	1
21 - 40 %	2
41 - 60 %	3
61 - 80 %	4
81 - 100 %	5

Uvedené percentá vyjadrujú podiel doby, počas ktorej sa výrobca osobne (fyzicky) a priamo podieľa na procese výroby daného výrobku. Do celkového trvania výroby sa nezapočítava doba, kedy je výrobok v kľude a pracuje „sám“ (napr. doba chladnutia, uležania, tuhnutia a pod.).

O pridelenie značky sa nemôže uchádzať výrobok alebo produkt, ak je jeho spracovanie na 100 % plnoautomatizované, s výnimkou potravinárskych výrobkov alebo produktov.

Spôsob overenia: Popis výrobného postupu s uvedením podielu ručnej práce v jednotlivých fázach výroby
Podiel ručnej/remeselnej práce posúdi certifikačná komisia podľa priloženého popisu výrobného postupu.

4. Jedinečnosť a originalita produktu

Výrobok je svojou kvalitou alebo inými vlastnosťami výnimočný a jedinečný v nasledovných oblastiach:

	Počet bodov
Uchovávanie a rozvíjanie jedinečnej tradície	1
Pôvodnosť produktu - jeho spojenie s regiónom	1
Unikátnosť produktu, ktorý sa nikde inde v regióne nevyrába	1
Zapojenie miestnej pracovnej sily, spolupráca s miestnymi výrobcami pri dodávke surovín, pri využívaní strojov a náradí a pod.	1
Získané ocenenia alebo iné certifikáty za kvalitu produktu alebo šetrnosť voči životnému prostrediu	1

Spôsob overenia: Fotografia a vzorka výrobku/skupiny výrobkov Kópie certifikátov a ocenení
Jedinečnosť a originalitu produktu posúdi certifikačná komisia podľa predložených dokumentov a vzorky výrobku.

Odporúčaný postup krokov pri zavedení systému regionálneho značenia

1/ Zmapovanie potenciálu a vytvorenie databázy miestnych výrobcov, poľnohospodárov, remeselníkov a poskytovateľov služieb



2a/ Tvorba systému regionálneho značenia pre subjekty zapojené do systému regionálneho značenia (Koordinátor a majiteľ značky, držiteľia značky, certifikačný orgán, spolupracujúce subjekty), konkrétne vypracovanie:

Zásady systému regionálneho značenia (Riadenie systému značky, spôsob a podmienky používania regionálnej značky, postup pri udelení práv na používanie značky).

Kritériá pre udeľovanie regionálnej značky na:

- poľnohospodárske a potravinárske produkty
- remeselné a iné spotrebné výrobky
- služby ubytovacích a stravovacích zariadení
- doplnkové služby v cestovnom ruchu

Zostavenie kritérií pre jednotlivé druhy výrobkov, produktov, služieb. Zároveň deklarovanie spôsobu ich plnenia v jednotlivých skupinách. Rozsah produktov, výrobkov a služieb, na ktoré sa jednotlivé regionálne značky vzťahujú je odlišný. Závisí aj od špecifik regiónov, histórie a predpokladov pre rozvoj jednotlivých odvetví, predpokladov pre rozvoj cestovného ruchu aj pripravenosti územia realizovať riadenie kvality v určitom rozsahu tovarov a služieb.

Dokumentácia upravujúca pôsobnosť a činnosť Certifikačnej komisie (Rokovací poriadok, Manuál pre hodnotenie žiadostí, Štatút Certifikačnej komisie).

Iné dokumenty (Zmluva o používaní značky, Žiadosti pre záujemcov o získanie práv na užívanie regionálnej značky – ku každej kategórii).

2b/ Realizácia seminárov/webinárov pre subjekty zapojené do systému regionálneho značenia – výrobcov, remeselníkov a poskytovateľov služieb.

Organizácia seminárov (pracovných stretnutí) s potenciálnymi držiteľmi značky je jedným z najdôležitejších bodov v rámci zavedenia systému regionálneho značenia. Seminára by mali byť zamerané na objasnenie významu zostavených certifikačných kritérií pre výrobky a služby, zohľadňujúce na jednej strane základné kritériá podmienujúce charakter „regionálneho produktu“ a špecifiká riešeného územia ako aj oboznámenie sa s legislatívnymi podmienkami pre vykonávanie činnosti jednotlivých skupín uchádzačov o regionálne značenie. V rámci stretnutí je nutné oboznámiť potenciálnych nositeľov značky s postupom, ktorý musí záujemca v prípade záujmu o certifikovanie výrobkov resp. služieb absolvovať.

2c/ Sieťovanie partnerov pre udržateľnosť

Vytvorenie stabilného partnerstva Koordinátora značky a spolupracujúcich subjektov pre aktivity regionálneho značenia v budúcnosti (zastrešenie komunikačných a iných marketingových aktivít, komunikácia v území a pod.) - napr. OOCR, KOCR, iné združenia, predajné miesta regionálnych produktov, organizátori podujatí, obce a pod.



3/ Grafický návrh loga regionálnej značky

Pri grafickom návrhu, ktorý má prezentovať región je ideálne, aby na jeho finálnej verzii participovala miestna odborná komunita a potenciálni nositelia značky, tak aby výstup plne prezentoval hodnoty, špecifiká, tradície a zohľadňoval potenciál daného regiónu. Jednotný logotyp (dizajn grafického vyobrazenia) môže v kombinácii s inými nástrojmi prispieť k lepšej identifikácii kvalitatívnych atribútov produktu zo strany zákazníka. Je však dôležité dbať na praktické použitie značky (čitateľnosť a zrozumiteľnosť vyobrazenia v rôznych formách, súlad s inými komunikačnými aktivitami partnerov v území a pod.).



4/ Registrácia loga (slovné, grafické alebo kombinované vyobrazenia) na Úrade priemyselného vlastníctva SR. Odporúčame dôkladné zváženie výberu tovarov a služieb, ktoré si Koordinátor v rámci tried Nicejského triedníka vyberie a požiada o ich registráciu, nakoľko aktualizácia (rozšírenie, doplnenie) počas doby trvania ochrannej známky (10 rokov) už nie je možné.

5/ Udelenia práv na používanie značky

- vyhlásenie Výzvy k predkladaniu žiadostí o udelenie značky na web stránke Koordinátora,
- príjem žiadostí, formálna kontrola a spracovanie, príprava podkladov na zasadnutie Certifikačnej komisie,
- zasadnutie Certifikačnej komisie, rozhodnutie o udelení/neudelení práv na používanie značky na produkty/ výrobky/ služby,
- podpis zmluvy, na základe ktorej Koordinátor udelí výrobcovi/producentovi/poskytovateľovi služieb právo na používanie značky na dobu určitú,
- vystavenie certifikátu a podpornej dokumentácie (Dizajn manuál, logo, nálepky, visačky a iné).

Zabezpečenie trvalej udržateľnosti systému značky si vyžaduje nastavenie dostatočne rozsiahlej územnej pôsobnosti, nevyhnutnej na zapojenie požadovaného počtu certifikovaných výrobcov prispievajúcich do systému aktivít koordinátora, ako aj adekvátny počet partnerských organizácií (MAS, OOCR a iné) participujúcich na sieťovaní a propagácii značky. Výrobca poplatkom za používanie značky neplatí proces udeľovania práv ale výhody, ktoré mu z používania značky vyplývajú, platí teda poplatok za to, že čerpá výhodu zo značky. Značka teda musí mať určitú hodnotu na trhu (musí byť vnímaná spotrebiteľom), výrobca musí mať široké možnosti distribúcie produktu aj keď sa nemusí ich rozhodnúť využiť (najmä prostredníctvom siete stálych predajných miest). Na to, aby bol výrobca ochotný zaplatiť vyšší poplatok za používanie značky, musí mu koordinátor všetky tieto výhody ponúknuť.

ZDROJE

- [1] ARZ. 2018. Asociace regionálních značek. (online). Dostupné na: www.arz.cz.
- [2] Design manuál Regionálny produkt PONITRIE, 2011.
- [3] European Commision. Agriculture and Rural Development. 2017. EU Quality Logos. (online). Dostupné na: https://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes_en.
- [4] European Commision. Agriculture and Rural Development, 2019. (online). Dostupné na: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>
- [5] Foltínová, A – Soósová, V. 2011. Slobodné povolania – organizácia – etika. (online) In Aktuálne pohľady na konkurencieschopnosť a podnikanie – nové výzvy. Bratislava : Ekonóm, 2011. s. 118 – 123. ISBN 978-80-225-3200-6.
- [6] Mastihubová, P. 2009. Komentár k zákonu o používaní elektronickej registračnej pokladnice (online). Poradca podnikateľa, ročník 2009, číslo 6, 7. Dostupné na: https://www.pp.sk/6504/Komentar-k-zakonu-o-pouzivani-elektronickej-registracnej-pokladnice_A-DUPP29685.aspx
- [7] Ministerstvo vnútra SR, 2018. Zoznam odporúčaných označení voľných živností a ich bližšie vymedzenie.
- [8] Nariadenie Európskeho parlamentu a rady (EÚ) č. 1169/2011 z 25. októbra 2011 o poskytovaní informácií o potravinách spotrebiteľom, ktorým sa menia a dopĺňajú nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a ktorým sa zrušuje smernica Komisie 87/250/EHS, smernica Rady 90/496/EHS, smernica Komisie 1999/10/ES, smernica Európskeho parlamentu a Rady 2000/13/ES, smernice Komisie 2002/67/ES a 2008/5/ES a nariadenie Komisie (ES) č. 608/2004.
- [9] Nariadenie vlády č. 359/2011 Z.z., ktorým sa ustanovujú požiadavky na niektoré potravinárske prevádzkarne a na malé množstvá.
- [10] Nariadenie vlády č. 360/2011 Z.z., ktorým sa ustanovujú hygienické požiadavky na priamy predaj a dodávanie malého množstva prvotných produktov rastlinného a živočíšneho pôvodu a dodávanie mlieka a mliečnych výrobkov konečnému spotrebiteľovi a iným maloobchodným prevádzkarniam.
- [11] Politiky Európskej únie – Bezpečnosť potravín., 2014. Európska Komisia – Generálne riaditeľstvo pre komunikáciu. Luxemburg : Úrad pre vydávanie publikácií Európskej únie, 2014. 16 s. ISBN 978-92-79-42455-7. doi: 10.27775/78917.
- [12] Poloniny. Neskutočne skutočné. (2021). Dostupné na: <https://regionpoloniny.sk/>
- [13] Poradňa/Ambasadorka. 2013. Slobodný umelec. (online). Dostupné na: http://www.ambasadorka.sk/index.php?mact=Otazky,cntnt01,frontend_detail,0&cntnt01qui=49&cntnt01returnid=37&hl=sk
- [14] Regionálny produkt Gemer-Malohont. 2021. (online). Dostupné na: <https://www.produkty.gemer-malohont.sk/>
- [15] Regionálny produkt Horehronie. 2021. (online). Dostupné na: www.horehronie.sk/horehronie/regionalny-produkt
- [16] Regionálny produkt Hont. 2021. (online). Dostupné na: <https://www.produkthont.sk/>
- [17] Regionálny produkt Horný Šariš. 2021. (online). Dostupné na: <https://www.hornysaris.sk/>
- [18] Regionálny produkt Karsticum. 2021. (online). Dostupné na: <http://karsticum.sk/>
- [19] Regionálny produkt Kopanice. 2021. (online). Dostupné na: <http://www.kopanice.regionalneprodukty.sk/>
- [20] Regionálny produkt Malodunajsko-Galantsko. 2021. (online). Dostupné na: <https://www.mas-scv.sk/regionalny-produkt/regionalny-produkt-malodunajsko-galantsko-1/>
- [21] Regionálny produkt Nitrava. 2021. (online). Dostupné na: <https://produktnitrava.sk/>
- [22] Regionálny produkt Piešťansko. 2021. (online). Dostupné na: <https://www.regionalnyproduktpiestansko.sk/>
- [23] Regionálny produkt Podpoľanie. 2021. (online). Dostupné na: <https://regionalnyproduktpodpolanie.sk/>
- [24] Regionálny produkt Pohronie. 2021. (online). Dostupné na: <https://www.produktphronie.sk/>

- [25] Regionálny produkt Ponitrie. 2021. (online). Dostupné na: <https://visitnitra.eu/sk/regionalny-produkt-ponitrie/>
- [26] Regionálny produkt RUDOHORIE HNILEC SĽUBICA. 2021. (online). Dostupné na: <https://www.mashnilec.sk/>
- [27] Regionálny produkt Záhorie. 2021. (online). Dostupné na: <http://www.zahorie.regionalneprodukty.sk/>
- [28] Svák, J., Haňdiak, P. a kol. 2002. Právna úprava neziskového sektora. 1. slovenské neziskové servisné centrum: Bratislava, 2002.
- [29] Štátna veterinárna a potravinová správa SR. 2013. (online). dostupné na: www.svps.sk.
- [30] Tradície Bielych Karpát. 2018. (online). Dostupné na: <http://www.tradiciebk.sk/znacka-tbk>
- [31] Úrad priemyselného vlastníctva SR. 2013. Medzinárodné triedenie výrobkov a služieb na zápis ochranných známk, 2. diel. Banská Bystrica : Úrad priemyselného vlastníctva SR, 2013. 338 s.
- [32] Úrad priemyselného vlastníctva SR, 2013. (online). Dostupné na: www.upv.sk.
- [33] Úrad priemyselného vlastníctva SR, 2018. Ochrana zemepisných označení a označení pôvodu poľnohospodárskych výrobkov a potravín na úrovni EÚ. (online). Dostupné na: <https://www.indprop.gov.sk/?o=chrana-zemepisnych-oznaceni-a-oznaceni-povodu-polnohospodarsky-ch-vyrobkov-a-potravin-na-urovni-eu>.
- [34] Úrad špeciálnej prokuratúry Generálnej prokuratúry SR Bratislava. 2009. Sp. zn. : VII/1 Gv234/09/1000.
- [35] Vyhláška č. 277/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaraďovaní do kategórií a tried.
- [36] Vyhláška 567/2009 Z.z.- Vyhláška Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky, ktorou sa vykonáva zákon č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach
- [37] Vyhláška Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky č. 163/2014 Z. z. o podmienkach používania dobrovoľného označovania poľnohospodárskych produktov a potravín na účely informovania spotrebiteľa.
- [38] Zákon č. 105/1990 Zb. o súkromnom podnikaní občanov v znení neskorších predpisov
- [39] Zákon č. 455/1991 Zb. Živnostenský zákon v znení neskorších predpisov.
- [40] Zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník SR v znení neskorších predpisov
- [41] Zákon č. 178/1998 Z.z. o podmienkach predaja výrobkov a poskytovania služieb na trhovách miestach v znení neskorších predpisov
- [42] Zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov.
- [43] Zákon č. 39/2007 Z.z. o veterinárnej starostlivosti v znení neskorších predpisov.
- [44] Zákon č. 215/2007 Z.z. o správe daní a poplatkov v znení neskorších predpisov.
- [45] Zákon č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov.

PRÍLOHA

Údaje o žiadateľovi

Podnikateľský subjekt/subjekt oprávnený na podnikanie (vrátane OZ so živnostenským oprávnením)		
Obchodné meno:		
Právna forma:	IČO:	DIČ:
Štatutárny zástupca (u právnických osôb):		
Sídlo žiadateľa:		
Ulica:	Obec:	PSČ:
Kontaktné údaje:		
Meno osoby:	telefón:	email:

Názov zariadenia:

Adresa zariadenia:

Internetová stránka zariadenia:

Základný opis služby, na ktorú žiadate o udelenie značky/ zariadenia²⁷:**Miesto poskytovania služby**

²⁷ v prípade potreby opíšte v samostatnej prílohe

(uved'te najmä, ak je služba poskytovaná aj mimo areálu zariadenia, napríklad región a pod.)

Obdobie poskytovania služieb

(napr. letná sezóna, od mája do septembra; celoročne a pod.):

Žiadam o udelenie značky /...*uved'te názov značky*.../ na služby vyššie uvedeného zariadenia/ vyššie špecifikované doplnkové služby.

Prehlasujem, že som sa oboznámil/a so **Zásadami systému regionálneho značenia /...*uved'te názov značky*.../** a budem sa nimi riadiť a rešpektovať ich.

Prehlasujem, že údaje uvedené v tejto žiadosti (vrátane príloh) sú úplné, pravdivé, neskreslené a viem ich dokumentovať. Prehlasujem, že všetky úradne neosvedčené fotokópie (prílohy) predložené k žiadosti súhlasia s originálmi.

V dňa

Podpis (pečiatka):

Meno:

Príloha A: Čestné prehlásenie subjektu o plnení základných kritérií

Čestne týmto prehlasujem, svojim menom²⁸ ako

- fyzická osoba - podnikateľ,
- právnická osoba, ktorú zastupujem,

že:

- a) nie som v konkurze, v likvidácii, úpadku a ani nebol podaný návrh na konkurz zamietnutý pre nedostatok majetku, v súdom určenej správe alebo inom obdobnom konaní.
- b) v čase podania žiadosti nemám záväzky voči štátu po lehote splatnosti - evidované nedoplatky (s výnimkou splátkových kalendárov potvrdených veriteľom) voči správcovi dane v zmysle zákona č. 563/2009 Z. z. o správe daní (daňový poriadok) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov; príslušným colným úradom; Správe finančnej kontroly, nemám nedoplatky na platbách poistného na sociálne a zdravotné zabezpečenie;
- c) riadne vediem účtovníctvo, sledujem stav majetku a záväzkov (krízu, úpadok a predĺženosť v zmysle Zákona o konkurze a reštrukturalizácii a Obchodného zákonníka SR),
- d) nie je voči mne 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,
- e) spĺňam všetky legislatívne požiadavky na poskytovanie služieb (vrátane požiadaviek na budovu zariadenia a priestory);
- f) dodržiavam všetky ostatné zásady zodpovedného podnikania (zodpovedné správanie voči svojim zákazníkmi, dodávateľom, zamestnancom, miestnym obyvateľom a životnému prostrediu).

Meno osoby Funkcia

Obchodné meno subjektu

V dňa
Podpis

Príloha B: Čestné prehlásenie subjektu k zodpovednému správaniu voči životnému prostrediu

Čestne týmto prehlasujem, svojim menom²⁹ ako

- fyzická osoba - podnikateľ,
- právnická osoba, ktorú zastupujem,

že zariadenie na ktoré žiadam o udelenie práv na používanie značky dodržiava všetky podmienky zodpovedného správania voči životnému prostrediu, ktoré vyjadrujú môj pozitívny vzťah k životnému prostrediu a sú obsahom povinných certifikačných kritérií³⁰.

Prehlasujem, že podľa svojich technických a finančných možností dodržiavam nasledujúce zásady:

- šetrné zaobchádzanie s látkami a prostriedkami zaťažujúcimi životné prostredie;
- šetrné zaobchádzanie s vodou a energiami a minimalizáciu odpadov;
- návštevníkovi umožňujem triediť odpad;
- všetci zamestnanci sa správajú zodpovedne voči životnému prostrediu:
 - prevádzkovateľ vypracúva písomné inštrukcie pre zamestnancov;
 - zamestnanci sú na dodržiavanie zásad zodpovedného správania zaškolení;
 - prevádzkovateľ zariadenia určuje osobu zodpovednú za kontrolu dodržiavania zásad zamestnancami.

Meno osoby:

Funkcia :

Obchodné meno (názov) subjektu :

V	dňa
---	-----

Podpis

²⁹ Nehodí sa preškrtnúť

³⁰ vid' dokument Certifikačné kritériá pre udeľovanie značky */...uved'te názov značky.../* na doplnkové služby v cestovnom ruchu/ zážitky.

Príloha C: Naplnenie podmienok jedinečnosti zariadenia

Pri hodnotení jedinečnosti sa riadte pokynmi pri jednotlivých kritériách.

Služba musí na základe hodnotenia komisie splniť požiadavky na kvalitu a šetrnosť voči životnému prostrediu (1. a 2.). V treťom bode kritérií jedinečnosti, ktoré vyjadrujú jedinečnosť služby vo vzťahu k regiónu, musí žiadateľ splniť povinné kritériá a v bodovacích kritériách musí získať **minimálne 12 bodov** (z celkového počtu 20).

1. Kvalita poskytovanej služby

Certifikačná komisia hodnotí základnú kvalitu posudzovanej služby/balíka služieb v závislosti od rozsahu poskytovaných služieb. Kvalitu hodnotí priamo na mieste (celkový dojem zo zariadenia, resp. miesta/lokality; čistotu zariadenia, jeho okolia, resp. miesta/lokality; poskytovanie základných služieb návštevníkovi; funkčnosť vybavenia zariadenia resp. pomocných nástrojov, zariadení a prostriedkov; správanie personálu).

 **Opíšte spôsob zisťovania spokojnosti hostí so službami a spôsoby zvyšovania kvality služieb³¹:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

! NEZABUDNITE PRILOŽIŤ !

Príloha D: dokumentáciu hodnotenia spokojnosti a spôsoby zvyšovania kvality (napr. prijaté opatrenia v minulosti), zoznam opatrení prijatých v minulosti, v súčasnosti a pod.

³¹ napr. vyhodnocovanie dotazníkov vyplnených návštevníkmi, kniha prianí a sťažností, interný systém kvality, spôsob prijímania opatrení, a pod.)

2. Pozitívny vzťah k životnému prostrediu

 **Opíšte opatrenia zamerané na šetrné zaobchádzanie s vodou a energiami, minimalizáciu odpadov a prostriedkov zaťažujúcich životné prostredie:**

! NEZABUDNITE PRILOŽIŤ !

Príloha E: dokumentácia k opatreniam (napr. kópie inštrukcií pre zamestnancov, opis školení, príp. ich obsah a pod.).

3. Jedinečnosť služby vo vzťahu k regiónu

n) Dostupnosť a poskytovanie informácií o regióne a o značke

 **Opíšte spôsob poskytovania informácií o regióne a značke /...uveďte názov značky.../:**

PLNENIE NEPOVINNÝCH KRITÉRIÍ uvedte v nasledujúcej tabuľke. Pri kritériu, ktoré spĺňate zakrúžkujte body, ktoré jeho hodnoteniu zodpovedajú (pravý stĺpec tabuľky pri kritériu). Ak splnenie kritéria vyžaduje doloženie dokumentu alebo opisu, uvedte ho v priamo v žiadosti alebo v jej prílohe. Na konci uvedte celkový počet bodov.

Žiadateľ musí získať minimálne 12 bodov z 20 možných za splnenie bodovacích kritérií.

o) Súlad s cieľom regionálneho značenia

Služba/ balík služieb	Body
– rozvíja tradičné hodnoty, prispieva k uchovávaniu tradícií a nehmotného kultúrneho dedičstva  Opíšte:	1
– podporuje využívanie kultúrneho potenciálu (napr. historicky, architektonicky alebo inak významné objekty, expozície, umenie a pod.)  Opíšte:	1
– podporuje využívanie prírodného alebo poľnohospodárskeho potenciálu  Opíšte:	1
– priamo podporuje predaj certifikovaných regionálnych poľnohospodárskych a potravinových produktov, výrobkov a služieb  Uvedte, ktoré produkty alebo iné už certifikované služby sú súčasťou balíka posudzovaných služieb:	1

– nepriamo podporuje predaj certifikovaných regionálnych poľnohospodárskych a potravinových produktov, výrobkov a služieb  Opíšte iné spôsoby podpory regionálnych produktov (iné ako podpora priameho predaja):	1
---	-----------------

c) Komplexnosť služieb

Služba/ balík služieb	Body
– Služba prispieva ku komplexnosti produktu cestovného ruchu regiónu  Opíšte ako služba dopĺňa existujúce služby:	1
– poskytovateľ služby je členom Nitrianskej organizácie cestovného ruchu alebo s ňou priamo spolupracuje  Opíšte spôsob spolupráce:	1
– poskytovateľ služby spolupracuje so subjektmi v regióne pri tvorbe spoločného produktu, vzájomnou propagáciou alebo inak podporuje rozvoj regiónu³².  Opíšte spôsoby spolupráce:	2

³² vrátane konkrétnych foriem spolupráce v rámci členstva v Nitrianskej organizácii cestovného ruchu (produkty, podujatia zaradené do aktivít organizácie a i.).

d) Inovativnosť služby

Poskytovaná služba alebo koncepcia balíka služieb je inovatívna/jedinečná (nikto iný službu resp. takýto balík služieb neposkytuje). Jedinečnosť môže byť daná nie len kombináciou služieb ale aj rôznymi kvalitatívnymi znakmi, ako napr. charakter prostredia a pod.)	Body
 Opíšte jedinečnosť služby v rámci regiónu	1
 Opíšte jedinečnosť služby v rámci SR	2

e) Vhodnosť služby pre znevýhodnené skupiny návštevníkov (max. 3 body)

 Opíšte ako sú služby prispôbené pre využívanie znevýhodnenými skupinami návštevníkov (napr. pre seniorov, hendikepovaných návštevníkov, rodiny s deťmi a pod.). :

.....

.....

.....

.....

.....

f) Jedinečný vzťah služby/ balíka služieb/ žiadateľa k životnému prostrediu (1 bod)

 Opíšte ako nad rámec povinných kritérií prispievate k ochrane životného prostredia, výchove k zodpovednému správaniu a pod.

.....

.....

.....

.....

g) Iné predpoklady služby/ žiadateľa pre oslovenie návštevníka a príspevok k pozitívnemu zážitku z návštevy regiónu

Poskytovaná služba alebo balík služieb obsahuje:	Body
– služba/balík služieb obsahuje aktívne zapojenie návštevníka  Opíšte	2
– služba/balík služieb je spojený s aktivitami so zvieratami  Opíšte	1
– služba využíva iné prostriedky, techniky, spôsoby a pod., ktoré majú predpoklady pozitívne ovplyvniť zážitok návštevníka³³  Opíšte	1
– žiadateľ má nadštandardné predpoklady prezentácie regiónu pod regionálnou značkou, ktoré sú dané jeho doterajšími aktivitami v oblasti marketingu, tvorby produktu a pod.  Opíšte	1

³³ súčasťou môže byť aj využívanie informačných a komunikačných technológií a pod.

Počet bodov spolu:

Uvádza žiadateľ (súčet bodov na základe žiadosti)	Potvrdí Koordinátor po posúdení Certifikačnou komisiou

Kontrolný zoznam dokumentov žiadosti

Dokument		Označí žiadateľ	Potvrdí Koordinátor
Vyplnená žiadosť			
Doklad o plnení základných kritérií poskytovateľa služby podľa právnej subjektivity (v prípade dokladov z Obchodného registra a Živnostenského registra prikladá elektronický výpis):			
FO – podnikateľ podnikajúci na základe živnostenského oprávnenia	Výpis zo živnostenského registra		
PO – podnikateľ (s.r.o., a.s., komanditná spoločnosť, družstvo, a pod.)	Výpis z Obchodného registra		
	Výpis zo Živnostenského registra		
PO – iná ako podnikateľ (občianske združenie, nezisková organizácia a pod.) oprávnená na podnikanie na základe živnostenského oprávnenia	Výpis z registra organizácií		
	Výpis zo Živnostenského registra		
Samostatne hospodáriaci roľník	Osvedčenie o zápise do evidencie SHR		
	Výpis zo Živnostenského registra		
Príloha A: Čestné prehlásenie o plnení základných kritérií			
Príloha B: Čestné prehlásenie subjektu k zodpovednému správaniu voči životnému prostrediu			
Príloha C: Naplnenie podmienok jedinečnosti			
Príloha D: Dokumentáciu hodnotenia spokojnosti a spôsoby zvyšovania kvality			
Príloha E: Dokumentácia k opatreniam zameraným na šetrné zaobchádzanie s vodou a energiami, minimalizáciu odpadov a prostriedkov zaťažujúcich životné prostredie			
iné (podľa spôsobu dokladovania nepovinných kritérií jedinečnosti) uveďte:			
POČET PRILOŽENÝCH DOKUMENTOV			

! NEZABUDNITE PRILOŽIŤ OZNAČENÉ DOKUMENTY !

Manuál na zavádzanie regionálnej značky - systému regionálneho značenia lokálnych produktov na Slovensku

Autor:

Ing. Renáta Lelovská, Ing. Ľudmila Elexová, PhD.

Vydavateľ:

Národná sieť Miestnych akčných skupín

Počet výtlačkov: 50

Realizované s finančnou podporou:

FOND MALÝCH PROJEKTOV



**EURÓPSKA ÚNIA
EURÓPSKY FOND
REGIONÁLNEHO ROZVOJA**
SPOLOČNE BEZ HRANÍC



INTERREG V-A
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
ČESKÁ REPUBLIKA



**ŽILINSKÝ
SAMOSPRÁVNÝ
KRAJ**

© Národná sieť MAS 2021



**NÁRODNÁ SIEŤ
MIESTNYCH
AKČNÝCH SKUPÍN**