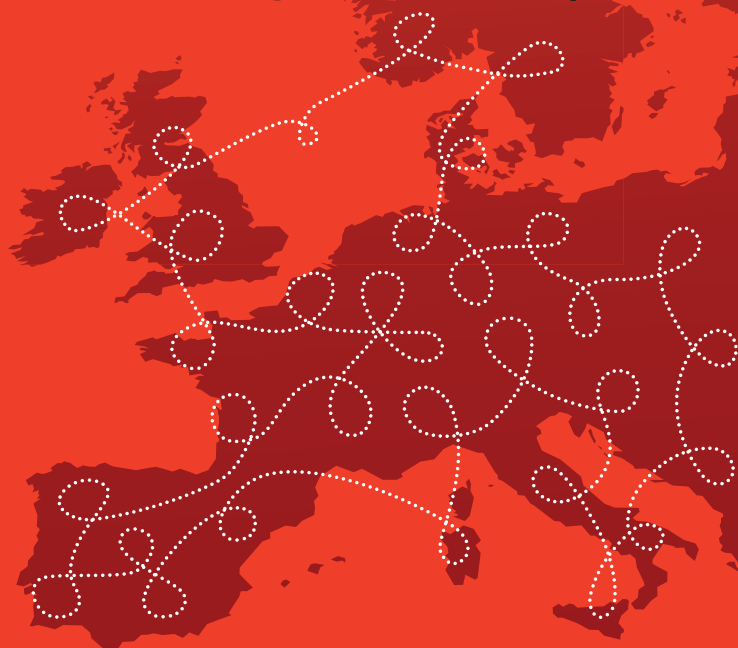


# Regionální značení napříč Evropou

## Regional branding throughout Europe



### Sdílení zkušeností v oblasti podpory regionálních produktů

#### Experience sharing in the field of regional products support



www.regional-products.eu



Díky projektu **Sdílení zkušeností a vytvoření mezinárodní platformy v oblasti podpory regionálních produktů**, spolufinancovanému z Evropského sociálního fondu v Operačním programu lidské zdroje a zaměstnanost se podařilo navázat spolupráci s řadou organizací i jednotlivců, kteří se věnují podpoře místních produktů prostřednictvím jejich značení a navazujících aktivit. Přesto, že smyslem značení místních či regionálních produktů je zviditelnění jejich jedinečnosti, východiska, přístupy, příležitosti i problémy jsou – jak potvrdil i realizovaný projekt – v celé Evropě velmi podobné.

Sdílení zkušeností může přispět k efektivnějšímu využívání zdrojů a vzájemné inspiraci. Ačkoli místní producenti mohou jen těžko obstát v současné globální konkurenci, zachování a rozvoj udržitelného podnikání s přirozenou vazbou na obec či region znamená příležitost pro jednotlivé podnikatele a zároveň hodnotu pro místní společenství, kterou ocení i návštěvníci regionu.

Thanks to the project **Experience sharing and formation of the international platform in the field of regional products support**, co-financed from the European Social Fund within the Operational Programme Human Resources and Employment, cooperation was established among many organisations and individuals who work in supporting local products through branding and related activities. Although branding of local and regional products aims at emphasising the products' uniqueness, the project that has been implemented all over Europe showed that starting points, approaches, opportunities and problems are very similar in the whole continent.

Experience sharing can therefore contribute to the effective use of sources and to mutual inspiration. Although local producers can hardly stand up to the present global competition, preservation and

© Asociace regionálních značek, o.s. / Association of Regional Brands, c.a., www.arz.cz  
Fotografie: Partnerství pro údolí Barycze, ETQM Association a archiv ARZ  
Photos: Barycz Valley Partnership, ETQM Association and ARZ archive

development of sustainable business with a natural link to the neighbourhood community and region brings opportunities for individual businesspeople and, at the same time, a great value for the local community that the visitors to the region will appreciate.

### Potenciál regionu

Hadriánův val, kdysi rušný koridor, který vede jednou z nejúžasnějších scenérií v Británii, je nyní ztělesněním kořenů místní kultury. Partnerství a vzájemně výhodné vztahy pomáhají využít potenciál historické památky pro další ekonomický a sociální rozvoj místních společenství. Výrobci i obchodníci mají zájem se zapojit do systému místních produktů, propagovat tak ryzí chuť tohoto regionu a umožnit svým zákazníkům koupit dárků, které jim budou tento kraj připomínat.

*(Julie Sloan, Hadrian's Wall Heritage, Anglie)*

### Potential of the region

Hadrian's Wall was once a busy corridor, running through some of the most stunning scenery in Britain – the roots of local culture. Partnership and mutual benefit help in realising the potential of the heritage to contribute to economic and social benefit of local communities. Producers and retailers are keen to get involved with the scheme to promote a taste of the region and to enable visitors to buy gifts that remind them of the area.

*(Julie Sloan, Hadrian's Wall Heritage, England)*

### Možnosti přístupu na trh

Pro jednotlivé výrobce nebo řemeslníky je často velmi obtížné najít pro své produkty dostatečný odbyt. Regionální značení poskytuje účinnou rozvojovou strategii na podporu existujících výrobců a vytváření nových



místních firem. Nabízí příležitost pro společné marketingové aktivity díky lepšímu přístupu k novým způsobům uplatnění na trhu a pokrytí větší skupiny spotřebitelů.

*(René de Bruin, Nadace pro regionální produkty v Nizozemsku)*

### Access opportunities to markets

For individual producers or handicraftsmen it is often very difficult to build up a market for their products successfully. Regional branding provides a valid development strategy to support producers and to create new local businesses. It offers an opportunity for collective marketing activities, in order to have better access to new market channels and to reach a larger consumer group.

*(René de Bruin, The Netherlands' Foundation for Regional Products)*

### Společné hledání rovnováhy

Podstata toho, co nabízí údolí Barycze, spočívá v mimořádné kráse přírody a krajiny, která dosud nebyla poznamenána současností, kde se uchovaly jedinečné tradice a životní styl založený na pečlivé rovnováze mezi lidskou činností a světem přírody. Chce-li údolí Barycze dát dohromady silný a celistvý turistický program, musí se zaměřit na tyto speciální znaky. Pokud se budeme řídit těmito hlavními atributy, bude údolí Barycze stavět na své vlastní síle a naplní tak očekávání turistů a odliší se od toho nejlepšího, co může nabídnout konkurence.

*(Marta Kamińska a Juliet D. Golden, Nadace Údolí Barycze, Polsko)*

### Joint seeking for a balance

The essence of Barycz Valley's offer rested in the extraordinary nature, and landscapes not yet overrun with contemporaneity where unique

traditions and lifestyles were based on striking a careful balance between human activities and the natural world. To put together a strong, integrated tourist program, the Barycz Valley had to focus in on these special traits. By zooming in on and being guided by these principal attributes, the Barycz would be building on its own strengths, while meeting tourists' expectations and differentiating itself from the best the competition has to offer.

*(Marta Kamińska and Juliet D. Golden, the Barycz Valley Foundation, Poland)*

### Spolupráce na mezinárodní úrovni

Dobrym příkladem spojení značek z více zemí je projekt Evropské známky teritoriální kvality, který zastřešuje značení ve Španělsku, Francii, Itálii a Řecku. Tato iniciativa má silný integrační charakter, protože vede k zakládání sítí spolupráce, a to jak uvnitř každého regionu, napříč sektory a mezi veřejným a soukromým sektorem, tak i na teritoriální a nadnárodní úrovni.

*(Cecilia Antonelli, Asociace Evropské známky teritoriální kvality, Španělsko)*

### The cooperation at international level

The project of the European Territorial Quality Mark can serve as a good example of merging brands from multiple countries under the umbrella of unique system. It connects branding in Spain, France, Italy and Greece. The initiative has a strong integrating approach through the establishment of cooperation networks both within each region, across sectors and between public and private sector, as well as territorial and transnational level.

*(Cecilia Antonelli, European Territorial Quality Mark Association, Spain)*



# Regionální značení v kostce

## Regional branding in a nutshell



### Objevte to pravé z českých a moravských regionů

#### Discover the genuine products from Czech and Moravian regions



www.regionalni-znacky.cz

## Regionální značení v České republice

Hlavním cílem regionálního značení místních produktů je zviditelnit tradiční regiony, známé např. svou zachovalou přírodou, lidovými tradicemi nebo historií. ■ V každém z nich vznikla regionální značka pro výrobky, která zaručuje vedle jejich kvality a šetrnosti k přírodě především jejich původ a vazbu na určité výjimečné území. ■ Značení je určeno nakupujícím přímo v regionech – turistům, kterým pomáhá objevovat region a užívat si jeho atmosféru novým netradičním způsobem, a místním obyvatelům, kteří mohou nákupem značených výrobků podporovat „své“ místní výrobce. ■ Výrobci získají díky značce různé výhody, zejména jednotnou propagaci své produkce, nové kontakty a možnost nových forem spolupráce.

## Regional Branding in the Czech Republic

The main goal of local product branding is to promote traditional regions, well known e.g. for their preserved nature, folk traditions and history. ■ In every one of them, the regional brand was established for products to guarantee their quality and friendliness to the environment, but most of all their origin and relation to a certain extraordinary territory. ■ Branding is intended to help customers who shop in the regions, i.e. tourists, who can discover the region and enjoy it in a new, unusual way, and local people, who can support “their” local producers by buying branded products. ■ The producers get different advantages together with the brand, especially unified promotion of their products, new contacts and new forms of possible co-operation.



## Tradice

- [1] Nejstarší působící pivovar na Moravě vyrábí pivo nezaměnitelné chuti klasickou technologií budovanou po staletí generacemi sládků. Pivovar Černá hora (MORAVSKÝ KRAS regionální produkt\*)
- [2] Zelí se v úrodné oblasti Podkrkonoší pěstuje dle kronik již od r. 1882. Vyhlášené kysané zelí se vyrábí podle staročeské receptury. ZD Podchlumí Dobrá Voda (PODKRKOŇSKÝ regionální produkt\*)
- [3] Vamberk je centrem českého krajčářství již od sedmáctého století, kdy se sem toto řemeslo rozšířilo z Flander. Jana Štefková (ORLICKÉ HORY originální produkt\*)



## Tradition

- [1] The oldest brewery in Moravia uses the traditional production technology built by generations of brewers for centuries. The Černá hora brewery (MORAVSKÝ KRAS regional product\*)



- [2] According to chronicles, cabbage has been grown in the fruitful region of Podkrkonoší (Giant Mts. foothills) since 1882. The Farm “Podchlumí Dobrá Voda” (PODKRKOŇSKÝ regional product\*)
- [3] The town of Vamberk has been the centre of Czech lace makers from 17th century when this handicraft came here from Flanders. Ms. Jana Štefková (ORLICKÉ HORY original product\*)

## Místní suroviny

- [4] K výrobě suchých vazeb je využíván místní přírodní materiál, který pochází z luk a přírody Poodří. Zdenka Pjatkanová (MORAVSKÉ KRAVAŘSKO regionální produkt\*)
- [5] Dřeva, kamene a dalších přírodních materiálů se naše duše asi nikdy nepřejí. Jaroslav Pecháček (JESEŇÍKY originální produkt\*)
- [6] Raritou některých sezón je med z kaštanu, kakostu obecného a velice oblíbený med ze svazanky či růžáku. Včelařská farma Veletov (POLABÍ regionální produkt\*)



## Local raw materials

- [4] Local natural raw materials that come from the meadows and nature of the Odra Valley (Poodří) are used to make dry bunches. Ms. Zdenka Pjatkanová (MORAVSKÉ KRAVAŘSKO regional product\*)
- [5] Our soul will never be tired of wood, stone and other natural materials. Mr. Jaroslav Pecháček (JESEŇÍKY original product\*)
- [6] Some seasons bring a very rare honey from chestnut or geranium and very popular honey from phacelia or Crimson clover. Honey farm of Veletov (POLABÍ regional product\*)



## Ruční práce

- [7] Díla pana Tasovského jsou zastoupena v soukromých sbírkách, na významných stavbách a památkách v České republice i zahraničí. Pavel Tasovský (VYSOČINA regionální produkt\*)
- [8] Zhotovuji především trojrozměrné objekty technikou smyček (jako když šijete jehlou) tak, jak to snad nikdo jiný nedělá. Ladislav Šlechta (KRKONOŠE originální produkt\*)
- [9] Naše výrobky jsou součástí nejen himálajských expedic, ale také výprav do Antarktidy či exotických oblastí. Sport Schwarzkopf, s.r.o. (ŠUMAVA originální produkt\*)
- [10] Pro svůj kraj se snažím rukodělnou krásu hanácké výšivky uchovat, předat a dlouholetou praxí již i sama podle získaných motivů vytvořit. Jarmila Vítoslavská (HANÁ regionální produkt\*)

## Handmade work

- [7] Artworks by Mr. Tasovský are displayed in private collections, important buildings and historical monuments both in the Czech Republic and abroad. Mr. Pavel Tasovský (VYSOČINA regional product\*)
- [8] I made mainly 3D objects, using the springle technique, which resembles sawing with a needle, in a way perhaps nobody else does. Mr. Ladislav Šlechta (KRKONOŠE original product\*)
- [9] Our products are a part of Himalayan expeditions as well as travels to the Antarctica or exotic areas. Sport Schwarzkopf, Ltd. (ŠUMAVA original product\*)
- [10] I try to preserve the handmade beauty of Haná embroidery for my region, to hand it over and create my own, according motifs I collect. Ms. Jarmila Vítoslavská (HANÁ regional product\*)



## Jedinečnost

- [11] Od nepaměti připravovaná horaly pro sváteční chvíle, napůl med, napůl kořalka, půl sladkého, půl ostrého. MAMA Z TATŮM – gorolsko miodula – legenda, která ožila... David Czyž (GÓROLSKO SWOBODA regionální produkt\*)
- [12] Českému Švýcarsku je přezdíváno „Krajina podstávkových domů“. Jedinečná lidová architektura kombinuje roubenou slovanskou konstrukci a německé hrzdění. Jaroslav Šafr a Jan Král (ČESKOSASKÉ ŠVÝCARSKO regionální produkt\*)
- [13] V malebném městě Štrambersk si můžete pochutnat na křehkých štramberských uších. Těsto obsahuje 6 až 11 druhů koření a med. František Šubert (Vyrobeno v BESKYDECH\*)



## Specificity

- [11] From time out of mind, highlanders have prepared it for special moments – half-honey and half-spirit... a half being sweet, the other half being sharp. MAMA Z TATŮM is a legend that revived... Mr. David Czyž (GÓROLSKO SWOBODA regional product\*)
- [12] The Bohemian Switzerland is called “region of half-timbered houses”. The unique folk architecture combines timbered Slavic structure and timber framework that is typical for German regions. Mr. Jaroslav Šafr & Mr. Jan Král (ČESKOSASKÉ ŠVÝCARSKO regional product\*)
- [13] In a quaint town of Štrambersk, you can relish crispy Ears of Štrambersk. Honey and six to eleven kinds of spices are added to the pastry. Mr. František Šubert (Made in BESKYDY\*)

