

ZPRÁVA O REALIZACI PROJEKTU:

PUTOVÁNÍ ZA REGIONÁLNÍMI PRODUKTY 2014

ŽADATEL:

Asociace regionálních značek, o.s.

IČ: 22683411

Zelená 182, 251 62 Mukařov

Cíl projektu:

Zabezpečení systému certifikace a značení výroby originálních regionálních produktů a služeb s cílem zvýšení konkurenceschopnosti místních produktů na regionální a celostátní úrovni v rámci podpory domácího a zahraničního cestovního ruchu.

Účelové určení dotace:

Zvýšit aktivní informovanost obyvatel a návštěvníků regionů ČR o místních produktech, výrobcích a službách, které přispěje ke zvýšení odbytu místní produkce.

Aktivitty projektu:

1. Koordinace kampaně „Putování za regionálními produkty“

Kampaň „Putování za regionálními produkty“ se stala nedílnou součástí metodického působení národní kanceláře ARZ, která měla navíc možnost se soustředit na organizaci široce koncipovaných prezentačních akcí: Regiontour, Vítání jara v Podkrkonoší, zahájení výstavy Má vlast cestami proměn, Novoměstský krajáč, anebo spoluúčast na akcích pořádaných jinými subjekty: agrosalonu Země živitelka a na jednotlivé akce v regionech (viz aktivita 3). Součástí koordinace celostátního systému regionálního značení je rozvoj společného portálu www.regionalni-znacky.cz, který po čtyřech letech intenzivního využívání už neodpovídal technologickým požadavkům ani estetickým trendům. Proto bylo v průběhu roku 2014 přikročeno k rozsáhlé modernizaci webové prezentace, na níž jsou pod jednou adresou k mání jak informace o ARZ jako celku, tak o jednotlivých značkách, a – zejména – o všech oceněných držitelích certifikátů pro výrobky, služby i zážitky.

K všeobecné informovanosti přispělo i další – tentokrát 32 stránkové vydání bulletinu Doma v REGIONECH, které na kampaň „Na značky, na venkov“ upozorňovalo ve svém hlavním článku.

Dalším zásadním úkolem ARZ je péče o společný vizuální styl všech značek. Ten v roce 2014 získal nový rozměr zavedením nového loga Asociace regionálních značek. Na základě sedmiletých zkušeností s neutrálním vizuálním symbolem se její členové rozhodli požádat autora všech značek pro jednotlivé regiony o vytvoření typově podobné značky pro společnou asociaci. Ač změna vizuálního stylu je vždy náročný a dlouhodobý proces, průběžné ohlasy svědčí o tom, že ARZ si zvolila správnou cestu a veřejnost si snáze uvědomí souvislosti mezi jednotlivými značkami a jejich střešní organizací.



2. Prezentace kampaně na veletrhu Regiontour

Na veletrhu cestovního ruchu Regiontour 2014 pořádaném tradičně v polovině ledna na brněnském Výstavišti se ARZ představila společně se Svazem venkovské turistiky a jeho projektem „Prázdniny na venkově“, a to pod sloganem „Na značky, na venkov!“

Záměr soustavné celoroční kampaně byl prezentován na společné hojně navštívené tiskové konferenci konané v zahajovací den veletrhu a akcentován novým vizuálem, který propojuje zavedené vizuální prostředky obou partnerů.

Srdečně Vás zveme na
TISKOVOU KONFERENCI a PREZENTACI
společného projektu Asociace regionálních značek
a Prázdnin na venkově – “Na značky, na venkov!”

Datum konání: čtvrtek 16. ledna 2014, 14.00 - 15.00 hod.
Místo konání: pavilon P, sál P5, Regiontour 2014 - Veletrhy Brno
Pořadatel: Asociace regionálních značek, Agentura Dobrý důvod,
Svaz venkovské turistiky

Na setkání s Vámi se těší:
PhDr. Kateřina Čadilová - předsedkyně ARZ a národní koordinátorka
Ing. Zdenka Nosková - Agentura Dobrý důvod
Ing. Ladislav Ptáček - předseda Svazu venkovské turistiky
www.regionalni-znacky.cz, www.prazdninynavenkove.cz

POZVÁNKA

Prezentace kampaně na samostatném stánku, dobře viditelném od hlavního vchodu, se těšila soustavnému zájmu návštěvníků z řad odborné i laické veřejnosti.

3.

4. Prezentace kampaně na akcích pro veřejnost v průběhu roku

Kampaň „Putování za regionálními produkty“ se prezentovala soustavně po celý rok. Konkrétně se regionální značky představily na těchto akcích:

Datum	Místo	Akce
2. 5. 2014	Lázně pod Zvičinou	Festival regionálních produktů východních Čech
10. 5. 2014	Praha-Vyšehrad	Jarmark na národní putovní výstavě Má vlast cestami proměn
16. 5. 2014	Novoměstská radnice Praha	Řemeslo na Novoměstské radnici
24. 5. 2014	Dobruška	Pouťové hody a jarmark u pivovaru
7. 6. 2014	Pečky	Dětská pouť
4. -6. 7. 2014	Branná	Narozeniny pivovaru Kolštejn, Jarmark regionálních značek
16. -17. 8. 2014	Mukařov	Mukařovská pouť
20. 9. 2014	Šluknov	Festival lokální ekonomiky
28. 9. 2014	Choltice	Choltické podzimní slavnosti

Datum	Místo	Akce
4. 10. 2014	Strančice	Festival řemesel a jablečné slavnosti
15. -16. 10. 2014	Konstantinovy Lázně	Konference Venkov
1. 11. 2014	Novoměstská radnice Praha	Novoměstský krajáč
14. 12. 2014	Novoměstská radnice Praha	Česká hračka

Rok 2014 byl pro ARZ mimo jiné významný navázáním spolupráce s Novoměstskou radnicí v Praze, která se již v průběhu roku stala partnerem pro různé prezentační záměry ARZ, jež vyvrcholily 1. 11. 2014 uspořádáním celodenní akce Novoměstský krajáč, na které se prezentovalo více než 50 řemeslníků i výrobců potravin z celé republiky. Akci navštívilo přes 1 000 domácích i zahraničních návštěvníků, kteří si nejen nakoupili dárky a suvenýry, ale také si měli možnost také ochutnat mnohé regionální speciality nebo si vyzkoušet řemeslné dovednosti v tvořivých dílnách.



5. Pořízení mobiliáře pro kampaň

Nový mobiliář měl premiéru již na lednovém veletrhu Regiointour.

Je koncipován tak, aby prezentoval venkovskou turistiku v nejširším slova smyslu, je výrazný, prostorově variabilní a jednoduše přenosný.

Sestává ze skládacího pultíku, širokého banneru a stojanu – kapsáře. Po Regiointouru byl využit na řadě dalších akcí. I když je určen primárně pro interiérové využití, za rozumných klimatických podmínek je plně použitelný i venku.



6. Pořízení souborů ilustračních fotografií

Asociace regionálních značek dlouhodobě trpěla nedostatkem profesionálně provedených fotografií. K fotografování byl vybrán region Opavského Slezska, který zavedl značení na konci roku 2013 a nabízí zajímavý průřez různými typy producentů i dosud málo doceněný turistický potenciál. Vznikla tak rozsáhlá kolekce fotografií na nejvyšší profesionální úrovni, která představuje jak tradiční, tak i moderní podobu výroby kvalitních regionálních produktů.



7. Poradenství pro zapojené subjekty projektu „Putování za regionálními produkty“

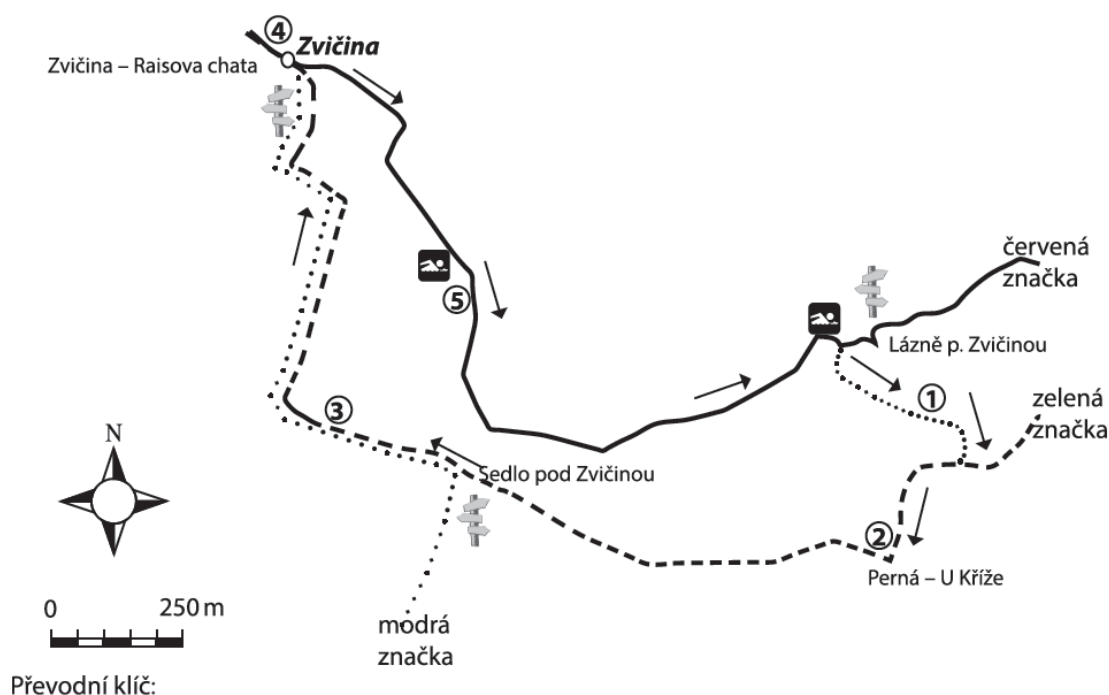
ARZ plní ve vztahu k jednotlivým držitelům regionálních značek roli metodického centra. Tuto roli naplňuje od samého zavedení značky průběžnými kontakty a zejména účastí zástupce národní kanceláře na všech certifikačních komisích.

Zároveň je úkolem národního koordinátora hledat cesty k inovaci dosud používaných postupů. Jako jeden z perspektivních vytipovala ARZ po konzultaci s odborníky v oblasti interpretace místního dědictví i alternativního cestovního ruchu koncept „questů“ neboli „hledaček“.

Jedná se o hru částečně podobnou geocachingu, na rozdíl od něj ale nevyžaduje žádné technické vybavení, pouze tištěnou legendu (kterou je možné pochopitelně také najít na internetu). Podle legendy, která je pro větší atraktivnost psána v jednoduchých verších, hledají hráči indicie, jež je nakonec dovedou k vyluštění tajenky.

Výhoda questingu spočívá v možnosti přizpůsobit jej v podstatě jakémukoli tématu i prostředí. Potenciál je zejména v tom, že jednotlivé zastávky mohou upozorňovat na nejrůznější atraktivity, trasa může vést přírodou, městem, nebo třeba jedním objektem. Právě v této variabilitě spočívá potenciálně široké uplatnění na poli propagace regionálních produktů, služeb a zážitků.

HORA KAPLÍ, VOD A DRAKŮ aneb HLEDAČKA POD ZVIČINOU



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26

V rámci realizace projektu uspořádala ARZ workshop v Lázních pod Zvičinou, v jehož průběhu vznikl „vzorový“ quest „Hora kaplí, vod a draků“. Workshopu, který vedli specialisté na questing ze sdružení Actaea, se zúčastnili zájemci nejen z Podkrkonoší, ale také z Kraje blanických rytířů a zprostředkované i z Českého Švýcarska, kde vznikl na podzim 2014 další quest propagující unikátní Loretu v Rumburku. Premiéru měl při Loretských slavnostech, které jsou certifikovaným zážitkem se značkou ČESKOSASKÉ Švýcarsko regionální produkt®.

První podkrkonošský quest byl představen na Festivalu regionálních produktů východních Čech v Lázních pod Zvičinou 3. 5. 2014.

8. Vytvoření vizuálního stylu projektu „Putování za regionálními produkty“ a publicita projektu

Nový vizuální styl se promítl do již zmiňovaného mobiliáře, který je určený k přímému působení na akcích pro veřejnost. Dalším milníkem byla taktéž již zmíněné představení nového loga ARZ a navazující inovace celkového vizuálního stylu všech tištěných materiálů propagujících jednotlivé regionální značky a jejich držitele i systém značení jako celek.



The screenshot shows the top part of the ARZ website. At the top left is the ARZ logo, a red circle containing a stylized floral emblem and the text 'ASOCIACE REGIONÁLNÍCH ZNAČEK'. To the right is the website URL 'www.regionální-znacky.cz'. Below this is a large red banner with the title 'Doma v REGIONECH' in white and black text. Underneath the banner is a subtitle 'Noviny pro zájemce o regionální produkty'. The main text below the banner describes the website's focus on regional products and services, mentioning 810 certified products, 89 accommodation and catering facilities, and 21 experiences. It also mentions that the website has gained visibility through various projects.



The screenshot shows the main content area of the ARZ website. It features a search bar, a navigation menu on the left, and a grid of featured products, services, and experiences. The grid is organized into three columns: 'Certifikovaný výrobek', 'Certifikovaná služba', and 'Certifikovaný zážitek'. Each item includes a title, a description, the region, and the provider. Below the grid is a section titled 'Co je regionální značení výrobků, služeb a zážitků?' which explains the ARZ certification system and its goal of promoting regional products and services.

Vyhledat

Asociace regionálních značek

Napište nám

Regionální produkty

Každý region v České republice má svůj vlastní neopakovatelný charakter, daný přírodním bohatstvím, kulturou a staletými tradicemi jeho obyvatel. Také výrobky a produkty pocházející z určité oblasti nesou část tohoto charakteru – je do nich vložena práce tamních řemeslníků a zemědělců i část jejich duše. Návštěvníkům pak nabízí specifickou pohostinnost a neopakovatelné zážitky.

Vyberte si region

Certifikovaný výrobek	Certifikovaná služba	Certifikovaný zážitek
 <p>Dekorační a užité předměty ze železného drátu</p> <p>Region: BROUMOVSKO Dodává: Kateřina Smutná Obec: Hronov</p> <p>Zobrazit všechny produkty</p>	 <p>Cukrářský salon</p> <p>Region: ZÁPRAŽÍ Provozuje: Cukrářský salon s.r.o. Obec: Říčany</p> <p>Zobrazit všechny služby</p>	 <p>Staročeský řemeslný jarmark na Linecké...</p> <p>Region: ŠUMAVA Provozuje: Město Netolice Obec: Netolice</p> <p>Zobrazit všechny zážitky</p>

Vyberte si region

Co je regionální značení výrobků, služeb a zážitků?

Regionální značení je jednou z cest, jak zviditelnit konkrétní region a upozornit na zajímavé produkty, které zde vznikají, a usnadnit návštěvníkům regionu orientaci v nabízených službách.

Regionálních značek jsou v České republice desítky. Podstatná část z nich je sdružena v Asociaci regionálních značek (ARZ). Značky zapojené do ARZ jsou charakteristické jednotným vizuálním stylem značek i propagačních materiálů. Značky s podobnými logy respektují i stejná pravidla udělování, která



Intenzivní kampaň probíhá i na facebookovém profilu RegionalniZnacky, kde se podařilo v průběhu roku 2014 více než zdvojnásobit počet fanoušků.

V průběhu realizace projektu bylo vydáno několik tiskových zpráv – vždy k významným akcím pro veřejnost. Na přelomu roku bylo připraveno další číslo bulletinu Doma v REGIONECH.



Výstupy projektu:

1. Informační bulletin Doma v REGIONECH

Jedná se o výstup, který nebyla financována z projektu Putování za regionálními produkty, ale stal se účinným nástrojem šíření jeho publicity, neboť o projektu a jeho záměrech pojednává titulní článek a celé zaměření bulletinu na představení přidané hodnoty regionální produkce na příkladech zajímavých výrobců, akcí a lokalit, přispělo k naplnění cílů projektu

2. Mobilní pult pro veletrhy a veřejné prezentace

Sestava mobilního pultu, banneru ve dvojnásobné šíři a stojanu na letáky s možností vnitřního i venkovního použití.

3. Hledačky

V rámci realizace byly vytvořeny dva „questy“, neboli hledačky – „Hora kaplí, vod a draků“ seznamující s historií a přírodními zajímavostmi Lázní pod Zvičinou a vrchu Zvičiny, a „Rumburská procházka staletími“ – s ústředním motivem Lorety v Rumburku a trasou po historických částech města.

4. Velká hra pro celou rodinu „Putování za regionálními produkty“

Stolní hra – zatím ve fázi „prototypu“ – na principu „Člověče, nezlob se!“, při níž jsou hráči kladeny vědomostní otázky týkající se jednotlivých regionů a jejich produktů. Zatím byla v rámci ověřovacího provozu vyzkoušena na několika akcích pro širokou veřejnost, kde sklídila velký úspěch. V dalším období se předpokládá transformace hry do lépe přenosné, popřípadě karetní formy.

5. Nový web www.regionalni-znacky.cz

Inovovaná koncepce portálu regionálních značek – nové technické prvky – karusel s produkty, maximální responsivita pro tablety a chytré telefony, více možností vyhledávání, pružnější přechod mezi regiony, větší prostor pro prezentaci projektů.

Komentář k výdajům projektu:

Dotace v celkové výši 300 000,- Kč byla využita v souladu s Rozhodnutím o udělení dotace. Z jedné třetiny (tedy 100 tis. Kč) k úhradě osobních nákladů, tj. odměny pro koordinátorku projektu (8 měsíců DPČ v rozsahu 0,25 úvazku), 1 měsíc DPP; zbývající část – tj. 200 tis. Kč – k nákupu služeb souvisejících s realizací aktivit a výstupů. Konkrétně se jednalo především o grafický návrh a programování nové webové prezentace www.regionalni-znacky.cz, návrh a výrobu velké hry pro celou rodinu „Putování za regionálními produkty“, organizace semináře o questingu a pořízení souboru reprezentativních fotografií. Z dotačních prostředků byly hrazeny rovněž náklady na prezentaci ARZ a jejich aktivit na veletrhu Regiontour 2014.

Celkové hodnocení:

Projekt „Putování za regionálními produkty“ poskytl Asociaci regionálních značek možnost soustavně pracovat na zviditelnění svých aktivit. Ačkoli dotace byla poloviční, než předpokládal původní projekt, podařilo se aktivity modifikovat takovým způsobem, že byla zachována jejich maximální efektivita. Objektivní měření výstupů je dosti obtížné, ale například statistika návštěvnosti webových stránek naznačuje, že v souvislosti s pořádáním reprezentativní akce v Praze na Novoměstské radnici byla pokořena hranice 14 tisíc návštěv za měsíc – a co je ještě potěšitelnější, roste i počet evidovaných unikátních návštěvníků, který se pohybuje kolem 9 tisíc měsíčně.

Dalším jasným důkazem pozitivních dopadů probíhající kampaně je stále narůstající zájem o regionální značky, a to jak ze strany spotřebitelů, tak i producentů a poskytovatelů služeb, kteří v systému, jenž v letošním roce oslaví již 10. výročí, spatřují záruku kvality a stability.

Fotografická příloha:

Fotodokumentace jednotlivých aktivit a výstupů je přiložena na elektronickém nosiči a online přístupná na adrese

<http://www.regionalni-znacky.cz/nase-projekty/3/putovani-za-regionalnimi-produkty>

V Mukařově, dne 30. 1. 2015

PhDr. Kateřina Čadilová,
předsedkyně a národní koordinátorka ARZ, o.s.