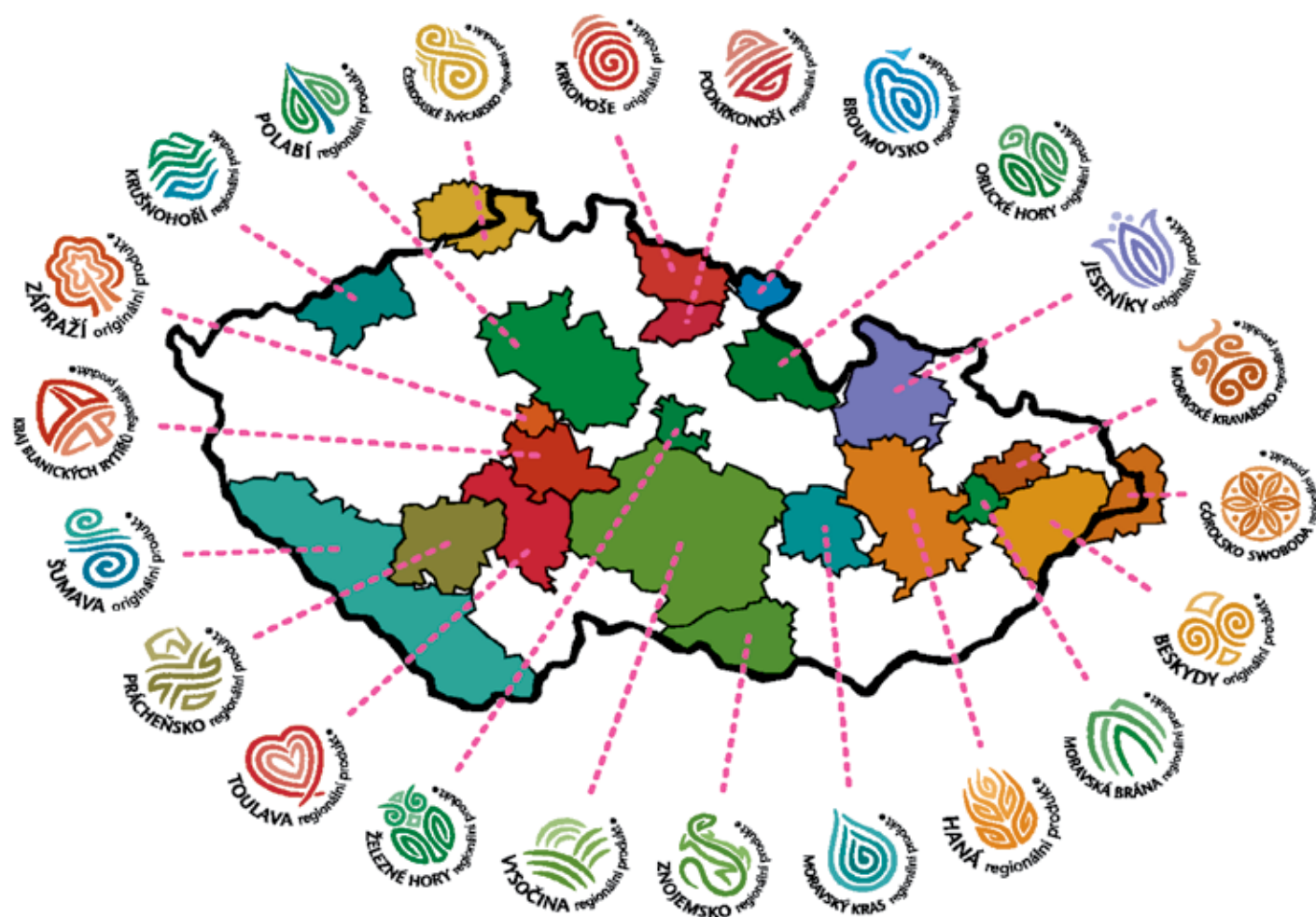




Současnost a perspektivy regionálních značek pro místní produkty

Kateřina Čadilová

Asociace regionálních značek, o. s. (ARZ) je založena na jednotných principech a pravidlech udělování značky ve všech členských regionech a na jednotném grafickém stylu značek i propagačních materiálů. Značení podporuje řemeslné výrobky, potraviny a přírodní produkty šetrné k životnímu prostředí, se zaručeným původem z daného území a s vazbou k tomuto území vyjádřenou naplněním (některého nebo všech) specifických kritérií týkajících se tradice, podílu ruční práce, podílu

místních surovin a specifičnosti pro daný region. U služeb se hodnotí celkový přístup provozovatele s důrazem na regionální charakter – tj. např. využívání místních produktů, nabídka programů seznamujících s regionem a ekologická šetrnost. U zážitků je podstatná jedinečnost a vztah k regionu. Základní podmínkou pro udělení regionální značky ve všech kategoriích je plnění zákonných předpisů a norem pro daný provoz (hygienické a technické normy, bezpečnost práce apod.).

Vymezení území regionů zapojených do značení může být podloženo historicky, členěním na turistické oblasti a regiony nebo jiným způsobem – není tedy přímo vázáno na samosprávné celky. Podmínkou je, že s vymezením značky, jejím pojmenováním a grafickým symbolem se ztotožní klíčoví aktéři v regionu, tedy především výrobci a poskytovatelé služeb, jejichž produktům je značení určeno, a nejrůznější dotčené organizace (obecní a městské samosprávy, organizace destinačního

managementu, rozvojové agentury apod.). Již ve fázi vzniku nové regionální značky je tedy uplatňován princip místního partnerství. Vývoj posledních let potvrzuje přirozenou tendenci ke zmenšování území jednotlivých značek. Je tomu tak částečně kvůli nastavení dotačních titulů, z nichž bylo možné zavedení značek podpořit, ale především díky zkušenostem s praktickým fungováním značek, jejichž síla spočívá v podpoře místních vazeb a spolupráce, což jsou hodnoty, které jsou nejlépe realizovatelné v konkrétní komunitě.

ARZ aktuálně sdružuje 24 regionů: Krkonoše, Beskydy, Šumavu, Moravský kras, Orlické hory, Vysočinu, Moravské Kravaňsko, Górolsko Swobodu, Polabí, Podkrkonoší, Hanou, Českosaské Švýcarsko, Jeseníky, Prácheňsko, Broumovsko, Kraj blanických rytířů, Železné hory, Moravskou bránu, Zápraží, Znojensko, Toulavu, Krušnohoří, Opavské Slezsko a Pardubicko (Kraj Pernštejnů). Značení výrobků funguje od roku 2005, značení služeb v cestovním ruchu od roku 2008. Od loňského roku se značí také turisticky atraktivní „zážitky“. V posledních dvou uvedených regionech se značka teprve připravuje, ostatních dvaadvacet značek a jejich území působnosti je možné vidět na přiloženém obrázku.

V současné době ARZ eviduje téměř 700 platných certifikátů pro výrobky a více než 70 certifikátů pro služby v cestovním ruchu. Certifikátů bylo za dobu existence jednotlivých



Držitel značky Orlické hory originální produkt pan Zbyněk Nožka. Foto: Matěj Čadil

značek vydáno ještě více, jsou však vystavovány na omezenou dobu, a to zpravidla dvou let, po jejímž uplynutí musí držitel požádat o obnovu. Ve prospěch značek však hovoří fakt, že množství těch, kdo se rozhodnou značku neobnovovat, se v průměru pohybuje mezi jedním až pěti procenty. Udělení a užívání certifikátu je zpoplatněno (s výjimkou regionů, jež financují zavedení značky z projektu, který výběr poplatků vylučuje). Výše poplatků se v jednotlivých regionech mírně liší a může být odstupňována podle typu držitele značky. Náklady pro samostatně podnikajícího výrobce se řádově pohybují okolo jednoho tisíce korun ročně. Sedm set „živých“ certifikátů je počet, který umožňuje sledování některých charakteristik celého systému:

- asi polovina certifikátů byla udělena řemeslným výrobkům, zhruba třetinu představují potraviny a jednu šestinu přírodní produkty
- téměř čtvrtinu oceněných výrobců tvoří právnické osoby, mezi nimi i několik občanských sdružení, která fungují jako chráněné dílny pro osoby s různými typy postižení
- přibližně čtvrtinu oceněných výrobců tvoří rodinné firmy
- asi 20 % držitelů značek podniká již téměř 20 let, zatímco 6 % začalo s podnikáním před 3 lety nebo později.

Asociace regionálních značek pokrývá v současné době zhruba dvě třetiny území České republiky. Mimo ni působí několik dalších regionálních značek, a to zejména v severovýchodních Čechách (Regionální produkt Český ráj, Regionální produkt Jizerské hory a Regionální produkty Lužické hory a Máchův kraj), dále Výrobek ze západu Čech udělovaný v okolí Stříbra, a značka Tradice Bílých Karpat působící na česko-slovenském pomezí na území CHKO Bílé Karpaty. Všechny tyto regionální značky fungují na podobných principech jako značky sdružené v ARZ, pouze se nepřipojily ke společnému vizuálnímu stylu, a tudíž ani nemohou těžit ze společné propagace. Přesto se ale nacházejí různé cesty ke vzájemné spolupráci, například při účasti na společných akcích, jako je výstava Země živitelka nebo různé místní festivaly.

Díky dynamickému rozvoji v posledních letech (počet značek se za tři roky zdvojnásobil), který byl umožněn především aktivním zapojením



kreslil Jan Steklík

místních akčních skupin do role koordinátorů (a čerpáním finančních prostředků z Programu rozvoje venkova), vznikl systém, který je unikátní v rámci celé Evropy. O jeho převzetí mají zájem například v Pobaltí, aktivní spolupráce a výměna zkušeností probíhá se Slovenskem, Polskem a Nizozemskem.

Do budoucna je pro regionální značky klíčová otázka financování. Ač její tvůrci určitě nechtějí ustupovat od principu „zdola“, dosavadní nahodilá podpora prostřednictvím dílčích projektů je z dlouhodobého hlediska problematická. Dalším zásadním úkolem je profilace systému ve stále tvrdší konkurenci různých oborových či komerčně pojatých značek. Zde se naopak princip budování zdola na základě přirozené sounáležitosti a vazeb na konkrétní území jeví jako výhoda. Značky mohou dobře a dlouhodobě fungovat pouze tam, kde se daří prakticky uplatňovat vzájemnou spolupráci, a to nejen mezi podnikateli, ale také mezi obcemi a různými organizacemi působícími v oblasti rozvoje daného regionu.

Co se týče financování, často je slyšet obavy související s přechodem k dalšímu cyklu evropských dotačních programů. Je zřejmé, že regionální značení je aktivita, kterou lze stěží provozovat na bázi finanční nezávislosti. Na druhé straně se jedná o systém, který má podpořit kreativní a efektivně hospodařící subjekty. Proto i jejich podpora musí být postavena na racionálních základech a účinném využívání všech dostupných zdrojů. Zkušeností máme za uplynulých osm let více než dost, teď jen zbývá je v plné míře využít! (další informace viz www.regionalni-znacky.cz)

Asociace regionálních značek, o. s.