

# Visegrad Fund

REGIONÁLNE ZNAČKY KVALITY  
VO VYŠEHRADSKÝCH KRAJINÁCH  
PRÍKLADY DOBREJ PRAXE



# • • • • Visegrad Fund

## REGIONÁLNE ZNAČKY KVALITY VO VYŠEHRADSKÝCH KRAJINÁCH PRÍKLADY DOBREJ PRAXE

Úspech vidieckych regiónov dnes závisí od ich schopnosti prispôbiť sa dynamickému prostrediu a vybudovať fungujúce a trvalo udržateľné regionálne hospodárstvo. V súčasnosti je v celej Európe preferovaná myšlienka vzájomnej spolupráce viacerých regionálnych aktérov, ktorá zabezpečuje tvorbu fungujúcich a navzájom sa dopĺňajúcich partnerstiev súkromného a verejného sektora. Užitočným nástrojom takejto spolupráce a celkového rozvoja vidieka sú regionálne značky. Budovanie značiek už dávno nie je len fenoménom výrobných a obchodných spoločností, objavujú sa stále vo viacerých oblastiach života.

Regionálne značky kvality označujú výrobky a služby, ktoré sú charakteristické pre daný región, odzrkadľujú regionálne tradície a kultúru a garantujú ich pôvod, kvalitu a jedinečnosť. Každá regionálna značka má svoje charakteristické logo, ktoré vystihuje jej príslušnosť k danému regiónu a pomáha vytvárať emocionálne a osobné puto.

Táto publikácia vychádza v rámci projektu  
„Regional brands of quality“, ktorý je realizovaný  
vďaka finančnej podpore Medzinárodného vyšehradského fondu  
<http://visegradfund.org/>

## Výhodou regionálnych značiek je hneď viacero:

- Spoločná propagácia producentov a poskytovateľov služieb a budovanie vzťahu k regiónu
- Zachovanie a udržanie pôvodných tradícií a remesiel, kultúrnych hodnôt a vidieckeho rázu regiónu
- Využitie regionálnych zdrojov, potenciálu a surovín pri zachovaní a ochrane prírodného prostredia
- Rozvoja regionálneho poľnohospodárstva a potravinárstva
- Podpora vzájomnej spolupráce výrobcov, remeselníkov, poskytovateľov služieb, samospráv, rôznych mimovládnych organizácií a ďalších aktérov na regionálnej úrovni
- Výmena skúseností, informácií a príkladov dobrej praxe
- Podpora odbytu miestnych výrobkov, služieb
- Budovanie podmienok pre rozvoj drobného podnikania, ktorý je motorom ekonomického rozvoja a vedie k zvyšovaniu zamestnanosti.

Všetky spomenuté výhody prispievajú k stabilite regionálneho hospodárstva, prispievajú k sebestačnosti regiónov a zvyšujú kvalitu života obyvateľov. Zároveň vytvárajú priestor pre rozvoj vidieckeho turizmu.

Záujem o značenie regionálnych produktov a ich spoločný marketing v súčasnosti neustále rastie. Cieľom tejto publikácie je priblížiť spôsob fungovania regionálnych značiek kvality v jednotlivých vyšehradských štátoch a predstaviť konkrétne príklady, ktoré môžu byť inšpiráciou pre ďalšie regióny.

**Ako značky kvality pomáhajú miestnym výrobcom, poskytovateľom služieb**

4 Cieľom regionálnych značiek je vybudovať imidž, ktorý dokonale

vystihuje daný región. Vďaka tomu sú označené produkty pre spotrebiteľa ľahko identifikovateľné a poskytujú mu záruku, že výrobok alebo služba označená regionálnou značkou má vysokú kvalitu a zaručený pôvod. Pre výrobcov predstavuje ďalšie pozitívum fakt, že označené produkty povinne prechádzajú kontrolou kvality, čo prirodzene vedie k neustálemu zdokonaľovaniu. Výrobcovia sú ľahko identifikovaný s regiónom, v ktorom vyrábajú alebo poskytujú svoj charakteristický produkt.

Označenie produktov zároveň predstavuje pre producentov, výrobcov, aj poskytovateľov služieb komplexné marketingové aktivity pod jednou značkou, čo je omnoho účinnejšie a finančne menej náročné, ako keby sa propagoval každý z nich samostatne. Všetci užívatelia regionálnej značky aj ich výrobky a služby sú publikované aj na spoločnej webovej stránke venovanej danej regionálnej značke.

## Vplyv regionálnej značky na turizmus

Regionálne značky majú výrazne pozitívny vplyv aj na rozvoj turizmu, veď označované môžu byť nielen výrobky, ale aj stravovacie, ubytovacie a ďalšie zariadenia a služby v oblasti cestovného ruchu (reštaurácie, penzióny, jazdiarne, wellness). Tieto zariadenia, služby rovnako ako výrobky musia spĺňať dané kvalitatívne kritériá. Získavajú tak náskok pred ostatnými službami v regióne a sú preukázateľne viac preferované a vyhľadávané potenciálnymi zákazníkmi. Turisti sa počas svojej návštevy v regióne zameriavajú na miestne produkty. Ich označenie regionálnou značkou im zaručuje, že produkt skutočne pochádza z regiónu a bol vyrobený z miestnych surovín a vďaka tomu bolo pri jeho príprave použité minimum umelých prísad a konzervačných látok.



## PRÍKLADY Z VYŠEHRADSKÝCH KRAJÍN

### ČESKÁ REPUBLIKA

#### JESENÍKY originální produkt

Jednou z úspešných regionálnych značiek v Českej republike je značka „JESENÍKY originální produkt“, ktorá má veľký význam pre región z pohľadu cestovného ruchu. Každý turista ocení autentickosť suveníru, ktorý si odnáša z ciest alebo službu, ktorá prenáša spomienky a zážitky do všedného života.

Drsné prírodné podmienky, ale aj komplikovaná história viedla k pretrhnutiu väzieb a tradícií a na dlhé desaťročia poznamenala aktivity tunajších obyvateľov. V posledných dvoch dekádach sa aj sem vrátila chuť pracovať a podnikáť v krajine, v ktorej nám predkovia zachovali hmotné dedičstvo a neuchopiteľnú „silu domova“. A práve ohliadnutie za dobou, kedy remeslo a ručné práce zanechávali v krajine nezmazateľné stopy, dnes často inšpiruje jej súčasných obyvateľov. Vznikajú pozoruhodné diela a predmety dennej spotreby, ktoré sa hlásia k tomu, že vznikli v Jeseníkoch, vďaka usilovnej a tvorivej práci miestnych ľudí a s úctou k doposiaľ zachovanej prírode okolo.



Značka je určená kvalitným výrobkom (remeselným, poľnohospodárskym a potravinárskym) spojených s regiónom, ktoré môžu byť výnimočné a reprezentatívne alebo typické a tradičné pre tento región. Garantuje pôvod, ručnú prácu a šetrnosť k životnému prostrediu. Jej symbo-

Ardenalin Park Božeňov

lom sa stal fialový kvet jeseníckeho zvončeka. Prvé výrobky získali túto značku v septembri 2010, dnes už sa certifikáciou pýši 38 produktov od 36 výrobcov. Právo na užívanie značky získavajú výrobcovia na dva roky. Po uplynutí tejto lehoty majú možnosť žiadať o obnovu certifikátu.



#### Prečo táto značka vznikla?

Cieľom značky je zviditeľniť región Jeseníkov vrátane územia CHKO Jeseníky a územia chránené sústavou Natura2000 a vyu-

žiť jeho sociálno-ekonomické výhody. Značka podporuje miestnych producentov, ktorí v tomto prírodne hodnotnom, zdravom území hospodária šetrne, tradične a v súlade so záujmami ochrany prírody. Súčasný systém regionálneho značenia prispieva k vzájomnej spolupráci podnikateľov a živnostníkov, ku spolupráci výrobcov so zástupcami verejnej správy, orgánmi ochrany prírody a organizáciami cestovného ruchu.

Značka „JESENÍKY originální produkt“ predstavuje marketingový nástroj k zviditeľneniu ako samotných výrobcov, tak aj tunajšieho regiónu. Výrobky ocenené regionálnou značkou získajú jednotnú propagáciu, ktorá sa uplatní predovšetkým v cestovnom ruchu.

Katalóg produktov so samostatnými lístkami je využiteľný aj k individuálnej propagácii certifikovaných produktov v turistických informačných centrách a na významných národných veľtrhoch cestovného ruchu. K prezentácii produktov prispieva aj spoločný portál Asociácie regionálnych značiek [www.regionalni-znacky.cz](http://www.regionalni-znacky.cz), kde má vlastnú podstránku

Chalupy pod Svinní horou <http://www.podsvinihorou.cz>



nielen značka „JESENÍKY originální produkt“, ale aj každý jej držiteľ. Významným propagačným nástrojom sú aj noviny „Doma v JESENÍKÁCH“, ktorých cieľom je informovať o certifikovaných výrobkoch, samotných producentoch



Rekreačné stredisko Božehov <http://www.bozenov.cz>

a celom systéme značenia. Samozrejme nechýba ani informovanosť v regionálnych, lokálnych, ale aj celoštátnych médiách.

### Od výrobkov k službám

Cestovný ruch patrí dnes ku kľúčovým ekonomickým aktivitám oblasti Jeseníkov. Okrem zážitku z horských krás, prírodných i technických zaujímavostí, budú pre návštevníkov

hlavnými reprezentantmi regiónu prevádzkovatelia chat, penziónov, hotelov, reštaurácií i krčiem. Vďaka svojej invencii, usilovnosti a zarytosti môžu vytvoriť jedinečné miesta s originálnymi službami, za ktorými sa ich hostia budú stále a radi vracaf.

Ku koncu roka 2011 získali značku „JESENÍKY originální produkt“ prvé dve zariadenia poskytujúce ubytovacie a stravovacie služby v Jeseníkoch. Severomoravská chata predstavuje typický horský objekt s takmer osemdesiatročnou tradíciou. Relax centrum Kolštejn v obci Branná ponúka nielen ubytovanie v trojhviezdičkovom hoteli, ale aj ojedinelý komplex sáun s radom sprievodných služieb. V máji 2012 sa k nim priradilo šesť nových subjektov z rôznych častí Jeseníkov. Originálne služby ponúkajú ako luxusné

reštaurácie, tak rodinné podniky alebo prevádzkovatelia horských chat.

### Od služieb k zážitkom?

Ako prvý región v Českej republike budú Jeseníky certifikovať zážitky, čiže turisticky atraktívne lokality a s nimi spojené služby. Certifikát „JESENÍKY originální produkt“ v kategórii zážitkov budú môcť získať také služby, akcie alebo atraktivity, ktoré sú svojím spôsobom jedinečné, nepoškodzujú životné prostredie a certifikovaný zážitok má potenciál rozvíjať návštevníkov Jeseníkov, či už v zmysle získania nových poznatkov alebo prekonania osobných hraníc.

Príkladom môžu byť interaktívne expozície múzeí, ale napríklad aj športové aktivity odohrávajúce sa v nádhernej jesenickej prírode. Ideálny je zážitok, ktorý ponúkanou aktivitou podporuje nielen poznanie, šikovnosť a rozvoj kreativity, ale aj tímovú spoluprácu a ďalšie zručnosti využiteľné v každodennom živote.



Pri posudzovaní zážitkov sa neskúma len bezpečnosť a komfort, ktorý prevádzkovatelia ponúkanej služby alebo tradične opakovaných akcií ponúkajú svojim návštevníkom, ale aj zrozumiteľnosť propagácie a úroveň komunikácie, ku ktorej patrí aj možnosť vyjadrenia pocitov návštevníkov. Má to význam pre poskytovateľov

Keramika od Kateřiny Dvořákové

ako spätná väzba, ktorá pomáha ďalej vylepšovať služby, ale aj pre návštevníkov, ktorí si ľahšie uvedomia a zapamätajú či a ako ich zážitková skúsenosť obohatila.

### Význam značky z hľadiska CR

Z pohľadu destinačného manažmentu predstavuje táto značka pomerne významnú koncepčnú podporu predaja produktov a služieb destinácie. Značka nie je samoučelná, jej cieľom je okrem uvedenej podpory predaja tiež výrazná kultivačná funkcia, snaží sa podporiť fungovanie všetkého, čo je aspoň do prevažujúcej miery v Jeseníkoch tradičné alebo sa k Jeseníkom vhodne viaže svojím charakterom.

### Doterajšie skúsenosti

Značenie vedie miestnych výrobcov a poskytovateľov služieb, aby vo svojom podnikaní maximálne reflektovali miestnu príslušnosť a pracovali s ňou ako s konkurenčnou výhodou, ako s nástrojom podpory predaja. Stále iba malé percento poskytovateľov služieb cestovného ruchu si uvedomuje nevyhnutnosť využívania práve onej väzby na miestne tradície a špecifiká. Príkladom sú stravovacie zariadenia, ktoré by sa mohli viac orientovať na regionálnu kuchyňu a ponúkať tradičné jedlá.

Pre certifikáciu je dôležité, aby sa celý systém nedevalvoval. Je zrejma snaha mať čo najviac užívateľov značky, ale nesmie to byť za cenu inflácie jej hodnoty.

**Čo by sa malo v Jeseníkoch rozšíriť, aby boli viac svojbytné, originálne a kvalitnejšie**  
Rozhodne viac komplexných služieb. Príklad: Ak nie je mož-

né mať vo svojom penzióne wellness, mal by daný subjekt spolupracovať s niekým, kto wellness má. Chýba tiež integrácia služieb na trhu cestovného ruchu. Tí pokrokoví pristúpili k tvorbe balíčkov, ale príkladov integrácie viacerých subjektov do jedného produktu je stále ako šafranu. Iniciatívu by mali prevziať sami podnikatelia, ktorým by mal verejný sektor vytvoriť priestor. Výrobcovia a poskytovatelia služieb by mali starostlivo využívať miestne bohatstvo vo všetkých oblastiach. A to nie je len krásna príroda a tradície, na ktoré sa viaže značenie „JESENÍKY originálny produkt“. Tým bohatstvom sú aj rýdzo obchodné väzby, tradičné trhy a cieľové skupiny, silná história Jeseníkov ako turistickej destinácie. Budovanie značky v oblasti miestnych produktov a služieb je totiž podstatnou komponentom budovania Jeseníkov ako značky celej destinácie.

### Kľúčom je dobrý tím

Najväčšia ťarcha zodpovednosti za podporu jeseníckého regiónu prostredníctvom značky pre miestne produkty leží na koordinátorovi značky „JESENÍKY originálny produkt“ ktorým je MAS Horný Pomoraví, o.p.s.. Rozsiahle územia, ktoré pokrývajú celú severnú polovicu Olomouckého kraja, mu pomáhajú obsiahnuť aj ďalšiu miestnu akčnú skupinu (najmä MAS Šumperko vidiek). Sľubne sa rozvíja aj spolupráca so Združením cestovného ruchu Jeseníky a rysuje sa aj možnosť rozšírenia spolupráce za hranice Olomouckého kraja, pretože pohorie Jeseníkov, ktoré dalo meno regionálnej značke, má významný presah aj do kraja Moravskosliezskeho.



Horský hotel Paprsek <http://www.paprsek.net>



Jesenickej značke pomáha aj členstvo v Asociácii regionálnych značiek, do ktorej patrí už 22 regiónov po celej Českej republike. Jedná sa o dôsledne zdola budovaný systém, ktorý ale spájajú jednotné pravidlá a zdieľanie zdrojov najmä v oblasti spoločnej propagácie, ale stále viac aj pri hľadaní možností zmysluplnej spolupráce s ďalšími organizáciami a orgánmi, ktorým tiež nie je ľahostajný obrovský a často zatiaľ nevyužitý potenciál našich vidieckych regiónov. Tie sa tak môžu stať nielen vyhľadávanou turistickou destináciou, ale tiež dobrým miestom pre život všetkých, ktorí sú v nich doma.

Odevné doplnky od Kateřiny Dvořákové



## SLOVENSKO

Slovenské regióny sa pýšia bohatými tradíciami, rozmanitou kultúrou a zachovalým prírodným bohatstvom. Napriek tomu hospodársky zaostávajú za ostatnými krajinami EU. Dôvodom je stále nedostatočné využitie potenciálu a slabá spolupráca v rámci regiónov.

Na Slovensku sa podobne ako je tomu v iných krajinách rozvíjajú viaceré iniciatívy na podporu originálnych regionálnych produktov charakteristických pre jednotlivé regióny. Ich cieľom je prepojiť udržateľný ekonomický rozvoj vidieckych regiónov s ochranou prírodného a kultúrneho dedičstva. Podpora miestnych produktov napomáha zachovávať cenné skúsenosti predchádzajúcich generácií, ktoré sú pre každý región špecifické a práve preto sú silnou stránkou regiónov, ktorá v konečnom dôsledku môže predstavovať konkurenčnú výhodu.

### „REGIO DANUBIANA“

Medzi prvotné iniciatívy v oblasti regionálneho značenia na Slovensku patrí vytvorenie značku kvality „REGIO DANUBIANA“ Jej tvorcom je „Združenie za kultúru a turizmus“, dobrovoľné zoskupenie fyzických osôb z obce Búč známej rybolovom, jazdectvom či špecialitami regionálnej kuchyne. Cieľom a poslaním združenia je prispieť k ochrane a rozvoju kultúrneho dedičstva prostredníctvom kultúry a turizmu. „REGIO DANUBIANA“ sa udeľuje službám v oblasti ubytovania a stravovania, výrobkom spotrebného charakteru, prírodným a poľnohospodárskym produktom alebo dielam tradičného ľudového a umeleckého remesla. Udeľovaním a používaním značku kvality sa zviditeľňuje región Podunajska doma i v zahraničí. Prostredníctvom nej sú podporovaní producenti a poskytovatelia služieb, ktorí v regióne Podunajska vykonávajú svoju činnosť kvalitne s dôrazom na pestovanie a zachovávanie miestnych, regionálnych tradícií. Znak kvality je nástrojom rozvoja cestovného ruchu a turistiky. Garantuje pôvod výrobkov a služieb v regióne a predstavuje kvalitu a priamu spätosť s charakterom regiónu.

Značku kvality „REGIO DANUBIANA“ môžu získať aj iné fyzické a právnické osoby (cestovné kancelárie a agentúry, turistické in-

formačné centrá, samosprávy, mimovládne organizácie, regionálna tlač a TV, internetové info-kanály, múzeá, galérie a pod.) sídliace v regióne Podunajska, ak týmto používaním podporujú propagáciu, prezentáciu a dobré meno značky kvality „REGIO DANUBIANA“. Pri takomto osobitom používaní značky kvality je uvádzaný sprievodný text: „Podporujeme znak kvality“.

Oprávnenie označovať výrobok/službu značkou kvality „REGIO DANUBIANA“ sa vydáva na obdobie 2 rokov po zaplatení registračného poplatku a splnený stanovených kritérií, rozdelených do troch skupín:

- **Regionálna príslušnosť: región Podunajsko**
- **Záruka kvality poskytovanej služby**
- **Jedinečnosť vo vzťahu k regiónu**

Ubytovacie / stravovacie zariadenia musia spĺňať nasledovné kritériá:

- Stavba zariadenia nesmie negatívne vplývať na charakter okolitej krajiny a musí byť architektonicky v súlade s okolitou zástavbou
- V zariadení musia byť trvale k dispozícii informačné materiály o regióne Podunajska, o znaku kvality „REGIO DANUBIANA“ a možnostiach trávenia voľného času v tlačenej forme a v primeranom množstve ku kapacite zariadenia
- Regionálna kuchyňa

Výrobky:

- Výroba šetrná k životnému prostrediu
- Minimálne 65% surovín a zdrojov musí pochádzať z regiónu
- Dostupné informácie o výrobku

A ďalšie kritériá ako napr.:

- Podpora regiónu a regionálnych produktov označených znakom kvality „REGIO DANUBIANA“
- Pestovanie a zachovávanie regionálnych

tradícií

Po dvoch rokoch je možné oprávnenie používania znaku kvality obnoviť na ďalšie 3 roky.

Zaplatené poplatky sú v plnej výške využité na spoločnú propagáciu v rámci regiónu a komplexnú propagáciu regiónu na podujatiach doma aj v zahraničí.

Ďalšou slovenskou iniciatívou v oblasti regionálnych značiek bolo pilotné zavedenie označovania pôvodných miestnych výrobkov z regiónoch Kysúc, Záhoria a Malých Karpát. Regionálne environmentálne centrum Slovensko udelilo certifikát desiatkam originálnych výrobkov výnimočnej kvality vyrobených z miestnych surovín ručnou prácou, ktoré sú súčasne i šetrné k prírode a nadväzujú na tradície. Z regiónu Kysúc išlo o domácich výrobcov z rôznych odvetví tradičnej remeselnej a umeleckej tvorby ako sú rezbárske výrobky, košíkárstvo, výrobky z drôtu, tvorby kraslíc, medovníkár-





stvo, výroba ľudových hudobných nástrojov, paličkovanie, včelárske výrobky, čipkárstvo a ďalšie tradičné a moderné techniky. Na Záhorí sú to známe keramické výrobky habánov na Záhorí vo Veľkých Levároch, ktorých preslávila výroba fajansy - polievanie hlinených nádob priehľadnou cínovo-olovnatou glazúrou. Tieto výrobky vyrábajú i v Senici, kde nadväzujú na tradíciu habánskych keramických vzorov úžitkovej keramiky ako sú taniere, hrnčeky, vázy, čutory, popolníky, svietniky a ďalšie výrobky. Aj región Malé Karpaty má už svoje certifikované originálne produkty. Sú to najmä rôzne druhy vín, úžitková keramika, či výrobky z dreva.



Zdroj: [www.regional-neprodukty.sk](http://www.regional-neprodukty.sk)

Po vzore Českej republiky prebieha v súčasnosti na Slovensku snaha o zavedenie jednotného systému značenia. Národnú úroveň koordinácie a propagácie regionálneho značenia zastrešuje Národná Sieť Slovenských Miestnych Akčných Skupín (NSS MAS). Na regionálnej úrovni sú koordinátormi jednotlivých regionálnych značiek kvality Miestne Akčné Skupi-

ny (MAS).

**Prvé tri regionálne značky boli uvedené do života v Nitrianskom kraji:**

Hlavným cieľom zavedenia týchto značiek je podpora, posilnenie

a rozvoj miestnej ekonomiky a ekonomických aktivít v oblasti výroby a služieb na nitrianskom vidieku. Okrem iného ďalej napomôžu k:

- Zachovaniu kultúrohistorického dedičstva a potenciálu zhmotneného v tradičných a špecifických vidieckych produktoch a službách existujúcich v jednotlivých územiach MAS a Verejno-súkromných partnerstiev
- Podpore a mobilizácii ľudského potenciálu
- Propagácii a prezentácii miestnych výrobkov a služieb zapojených do systému regionálnej značky
- Podpore marketingových aktivít a vytvárania sietí predajcov



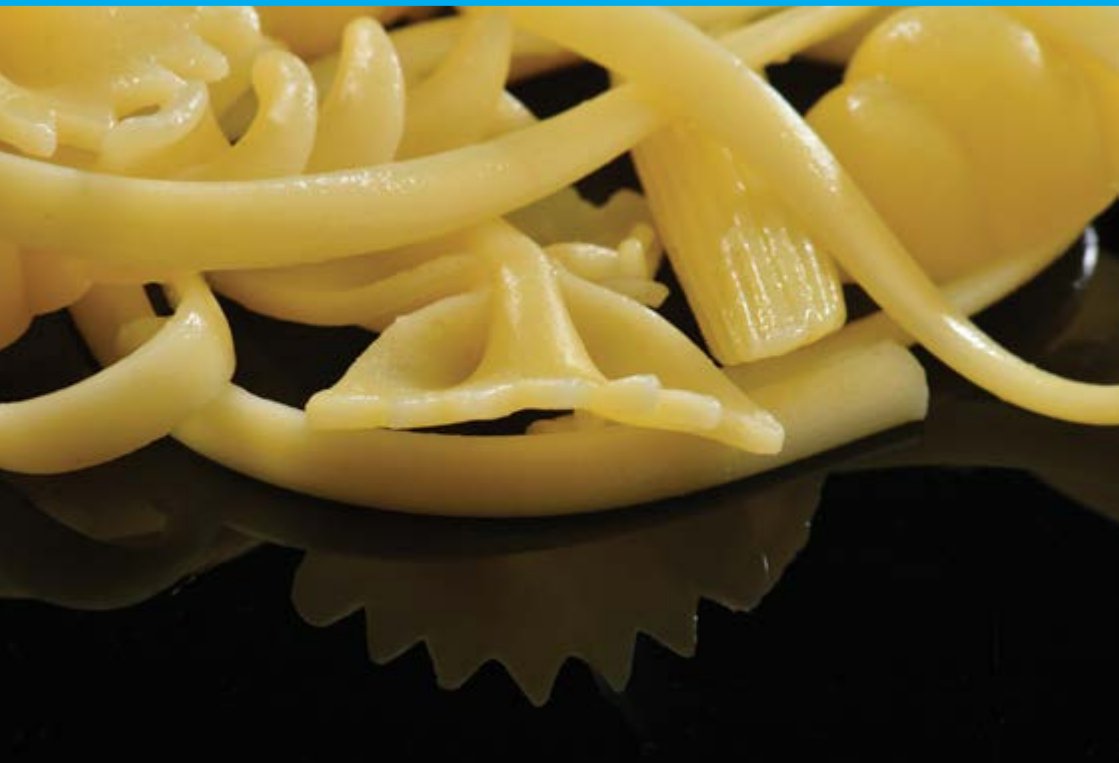
- Vytvorenie funkčnej regionálnej značky
- V rámci verejnej diskusie bol zvolený jednotný dizajn logotypu značenia miestnych produktov a služieb na Slovensku. Okrem tohto boli prijaté 4 minimálne zásady pre certifikáciu regionálneho produktu alebo služby: tradícia, miestna surovina, ručná práca, jedinečnosť.

Cieľom zavedenia regionálnej značky je:

- propagácia regiónu
- podpora miestnych výrobcov a poskytovateľov služieb
- podpora uchovávanía hodnôt, tradícií a jedinečností regiónu
- podpora využívania miestnych zdrojov

Regionálna značka zaručuje, že certifikovaný produkt spĺňa stanovené kritériá:

- je jedinečný pre daný región
- pochádza od miestneho výrobcu



- využíva tradičné postupy a miestne zdroje
- obsahuje podiel ručnej práce

Regionálnu značku môžu získať:

- remeselné alebo tradičné výrobky
- potravinárske produkty
- podujatia
- ubytovacie a stravovacie služby

V súčasnosti prebieha registrovanie produktov a služieb, kúpou ktorých spotrebiteľ získa jedinečný výrobok alebo službu a podporí miestny rozvoj.

zdroj: [www.nssmas.sk](http://www.nssmas.sk)

## MAĎARSKO

### Značka kvality „Živá Tisa“ („Élő Tisza“ védjegy)

Združenie pre živú Tisu (Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület) udeľuje v záujme propagácie a rozvoja regiónu povodia rieky Tisy značku kvality „Živá Tisa“. Sú ňou označované produkty, služby, programy a ubytovacie zariadenia na území povodia rieky Tisa.

Miestni producenti a poskytovatelia služieb môžu získať oprávnenie označovať svoje produkty značkou kvality na obdobie jedného roka. Po uplynutí zmluvného obdobia si ho môžu opätovne predĺžiť. Združenie pre živú Tisu zabezpečuje kontrolu nad dodržiavaním pravidiel a podmienok.

Po uhradení základného registračného poplatku sú pre užívateľov značky poskytované nasledovné služby:

- Z registračných poplatkov je zabezpečovaný permanentný marketing a reklama značky v záujme jej popularizácie a zvyšovania konkurenčných vývod označených produktov a služieb
- Na webovej stránke [www.elotisza.hu](http://www.elotisza.hu) je zverejnený a pravidelne aktualizovaný zoznam registrovaných užívateľov značky kvality spoločne so základnými informáciami o výrobku alebo poskytovanej službe
- Okrem toho sú na webovej stránke uvedené podmienky poskytnutia a užívania značky kvality „Živá Tisa“

Aké kritériá treba splniť?

- Pôvod výrobku, služby z povodia rieky Tisa
- Maďarský výrobok alebo služba
- Miestny výrobok alebo služba
- Splňa platné legislatívne podmienky výroby výrobkov, poskytovania služieb





- Spôsob výroby:
  - a) Štandardné hospodárstvo alebo
  - b) Hospodárstvo šetrné k životnému prostrediu alebo
  - c) Bio-hospodárstvo alebo
  - d) Ekologické hospodárstvo
  - Pestované na pôde
  - Nebolo spracované ionizáciou, rádioaktívnym žiarením

Ďalšie doplnkové kritériá nie sú pre výrobky a služby povinné, zvyšujú ale ich atraktivitu. Výrobcovia ich môžu uviesť na obal výrobku a zvyšovať tak jeho predajnosť. Patria sem napr.:

- neobsahuje GMO
- neobsahuje sóju
- vyrobené z prírodných surovín
- sladené medom
- bez pridania cukru a umelých sladidiel
- bez koncentračných látok
- bez pridania umelých prísad
- bez pridania umelých farbív
- bez pridania umelých prísad na zvýraznenie chuti
- regionálna odroda
- maďarská odroda
- ochrana rastlín bez chemických prípravkov



Väčšina producentov v Maďarsku sa dnes venuje intenzívnemu poľnohospodárstvu. Popri ekologicky hospodáriacich producentoch sa aj oni môžu uchádzať značku kvality „Živá Tisa“. Zároveň sú ale motivovaní, aby svoje podnikanie viedli ekologickým smerom. Intenzívne hospodáriaci producenti sa v zmluve zaväzujú, že v priebehu roka využijú bezplatnú možnosť poradenstva s odborníkom na ekologické poľnohospodárstvo a osvojené princípy využijú vo svojom podnikaní. Konkrétny plán úloh vypracujú záujemcovia spoločne s odborníkom na ekologické poľnohospodárstvo.

Aké sú výhody?

- Značka kvality „Živá Tisa“ má jasnú grafickú identitu, ktorá dokonale odráža postoje a emócie, ktoré chce združenie v rámci regiónu prezentovať
- Systém regionálneho značenia vyvolal značný záujem médií, hlavne vďaka úvodnej mediálnej kampani. Mnoho predstaviteľov médií sa zaoberalo značkou „Živá Tisa“ a iniciatívou Združenia pre živú Tisu.
- Webová stránka [www.elotisza.sk](http://www.elotisza.sk) patrila pôvodne Združeniu pre živú Tisu (presťahovali ju na inú adresu). Len od marca 2009 ju za 12 mesiacov navštívilo 20.000 návštevníkov.
- Reklamný list dostáva mesačne 2300 spotrebiteľov, prevažne z Budapešti. Viacerí ho posielajú ďalej svojim známym, či rozposielajú v rámci vlastnej databázy kontaktov, prípadne zverejňujú na svojich webových stránkach. Reklamné listy sú vhodným nástrojom na propagáciu miestnych výrobkov a priame oslovenie vybranej cieľovej skupiny.
- Systému značiek kvality podporuje vydanie ďalších publikácií, letákov, ktoré je možné upravovať na základe požiadaviek užívateľov značky
- Významným komunikačným kanálom v súčasnej dobe je internet, v záujme jeho využitia sa spúšťa internetová kampaň, ktorá bude propagovať miestne výrobky



Združenie pre živú Tisu ponúka nasledovné marketingové aktivity:  
Regionálne produkty

- Vyhľadávanie veľko- a maloobderateľov, centrálna riadenie predaja, poskytovanie možnosti predaja výrobkov v predajniach regionálnych produktov,
- predaj výrobkov vrátane správy objednávok a dopravy
- verejné stravovanie zabezpečené prostredníctvom miestnych produktov



Turistické služby:

- Nepretržitá ponuka turistických služieb cestovným kanceláriám, spoločnostiam
- Ponuka špeciálnych peších turistických trás
- Priame ponuky pre potenciálnych účastníkov (na podujatiach, prostredníctvom elektronických spravodajov, webovej stránky)

Zdroj: [www.elotisza.hu](http://www.elotisza.hu)



## POLSKO

### Sliezsky znak kvality

V poľskom Sliezskom vojvodstve sa každoročne organizuje súťaž, ktorej zámerom je oceňovanie regionálnych potravinárskych výrobkov vysokej kvality a ich výrobcov. Cieľom je zlepšiť konkurencieschopnosť výroby potravín v regióne, vytvoriť nové vzťahy, podporiť nové nápady a iniciatívy na podporu miestnych a regionálnych produktov.

História súťaže siaha až do roku 1996, kedy Krajský úrad v Ka-

toviciach a Regionálny úrad Štátnej obchodnej inšpekcie podporili myšlienku propagácie potravín najprv z Katovického, neskôr zo Sliezskeho vojvodstva.



Záštitu nad súťažou majú sliezsky vojvoda a maršal Sliezskeho vojvodstva. V roku 2012 bol organizovaný už 14. ročník.

Účasť v súťaži je bezplatná. Môžu sa do nej prihlásiť výrobcovia hotových potravinárskych výrobkov a stravovacích zariadení z regiónu Sliezskeho vojvodstva ale aj mimo neho, ak svoje produkty ponúkajú na území Sliezskeho vojvodstva. Hodnotiacia komisia hodnotí produkty na základe vopred stanovených kritérií a prideluje im body od 1 do 5. Produktu, ktorý dosiahne maximálnu priemernú hodnotu 5 bodov, sa prideluje Sliezka značka kvality v potravinárskom priemysle. Produkty s ohodnotením 4 až 4,5 získavajú ocenenie organizátora súťaže. Produkty, ktoré nedosiahli potrebné body, získavajú diplom o účasti v súťaži.

Producenti, ktorí získajú Sliezsku značku kvality, sú tým oprávnení umiestniť logo značky kvality na obaly svojich výrobkov, na budovy svojich stravovacích zariadení, reklamné a propagačné materiály. Zároveň sú oprávnení prezentovať získané ocenenia na rôznych podujatiach, trhoch, jarmokoch, výstavách. Napríklad v roku 2012 bola ocenená glogovská klobása, párky ale aj palačinky s jablkami.

Foto: 14. ročník súťaže o Sliezsky znak kvality

Zdroj:

[www.slaskiznakjakosci.pl](http://www.slaskiznakjakosci.pl)





Táto publikácia vychádza v rámci projektu  
„Regional brands of quality“, ktorý je realizovaný  
vďaka finančnej podpore Medzinárodného vyšehradského fondu  
<http://visegradfund.org/>

•

• **Visegrad Fund**

•

•