

Marketingová studie

regionální značky

„JESENÍKY originální produkt ©”



Zadavatel:

MAS Horní Pomoraví o. p. s

Zpracovatel:

K.R.A.P. Klub pro rozvoj Horního Pomoraví

Listopad 2010



OBSAH

1	Marketingová studie v rámci projektu „Vyrobeno na venkově“	4
1.1	Cíl marketingové studie	4
1.1.1	Hlavní cíl:	4
1.1.2	Dílčí cíle:.....	4
2	Systém značení regionálních výrobků	5
2.1	Značení výrobků v ČR – systém ARZ	5
2.2	Aktuální statistiky regionálních produktů v regionech arz (počty udělených certifikátů)	6
2.3	Jiné systémy regionálního značení	7
2.4	regionální značení ve světě	7
2.4.1	místní značka v blízkosti hadrianova valu.....	7
2.4.2	„Údolí Barycze doporučuje“	8
2.5	Cíle JESENICKÉ ZNAČKY.....	8
2.5.1	Hlavní přínosy regionálního značení:	8
2.6	Udělování značek – certifikační kritéria	9
2.6.1	Stručný výčet certifikačních kritérií	9
2.7	vazby a kompetence regionálního značení v jeseníkách.....	10
2.7.1	Národní koordinátor - Asociace regionálních značek, o.s. (arz).....	10
2.7.2	Regionální koordinátor – Mas horní pomoraví o. p. s.....	10
2.7.3	Struktura vazeb – schéma pro získání značky	11
3	Vymezení území pro značení JESENÍKY originalní produkt	12
3.1	Jeseníky, specifické území v rámci České republiky	12
3.1.1	Horopis	12
3.1.2	Příroda Jeseníků	15
3.1.3	Přírodní bohatství.....	16
3.1.4	Vymezení území z hlediska turistického ruchu	17

3.2	Historická východiska	17
3.3	Tradice řemeslné a průmyslné činnosti v regionu.....	19
3.3.1	Tradiční řemesla regionu, jejichž oživení může systém značení místních produktů oživit 19	
3.3.2	Tradiční služby v regionu	21
4	Současný potenciál výrobců	22
4.1	Značení v jeseníkách.....	22
4.2	Přínosy pro výrobce.....	22
4.3	Výrobky s jeseníckou značkou	22
4.4	tipy na další tradiční výrobky.....	23
4.5	SWot analýza prostředí regionální produkce v jeseníkách	24
4.5.1	Pozitiva	24
4.5.2	negativa	24
5	místní trhy, marketingové aktivity	25
5.1	specifika místního trhu	25
5.1.1	specifika místní produkce	25
5.2	cílová skupina	25
5.3	publicita a její formy	26
5.3.1	vhodné formy propagace	26
5.4	formy distribuce	27
5.4.1	Přehled informačních center pro publicitu, prodej cert. výrobků.....	28
5.4.2	doporučení	29
6	Zhodnocení životaschopnosti systému v regionu	30
6.1.1	Možné zdroje pro udržení a rozvoj regionální značky „JESENÍKY originalní produkt©“30	
7	dílčí závěrečná doporučení.....	32
8	Použitá literatura a zdroje dat.....	33

1 MARKETINGOVÁ STUDIE V RÁMCI PROJEKTU „VYROBENO NA VENKOVĚ“

Marketingová studie je strategickým dokumentem, který vznikl při realizaci projektu spolupráce s názvem „Vyrobeno na venkově“ s cílem zjistit současný stav místní produkce (výrobci, typy výrobků, pokrytí území a poptávky, srovnání tradiční a současné produkce).

1.1 CÍL MARKETINGOVÉ STUDIE

1.1.1 HLAVNÍ CÍL:

- zjistit současný stav místní produkce

1.1.2 DÍLČÍ CÍLE:

- prokázat, že pro výrobky existuje běžný trh – demonstrovat, jaký výrobek, komu, jakým způsobem, za jakou cenu je možné prodat
- vysvětlit roli koordinátora značky
- upozornit, na charakteristiky regionálních (originálních výrobků)
- poukázat na typy vhodných výrobků a vytipovat příležitosti na rozšíření jesenických výrobků
- identifikovat cílovou skupinu spotřebitelů
- specifikovat možnosti rozvoje, marketingové aktivity

2 SYSTÉM ZNAČENÍ REGIONÁLNÍCH VÝROBKŮ

2.1 ZNAČENÍ VÝROBKŮ V ČR – SYSTÉM ARZ

Značení místních výrobků zavedlo Regionální environmentální centrum Česká republika, o. s. v rámci projektu Natura 2000 – Lidé přírodě, příroda lidem, jehož realizaci v letech 2004-2006 financovala Evropská komise. Regionální značení výrobků bylo jednou z hlavních částí tohoto projektu zaměřeného na zvyšování povědomí obyvatelstva o celoevropské soustavě chráněných území Natura 2000.

Pro značení místních výrobků byly vybrány 3 oblasti soustavy Natura 2000, které jsou známé pro své přírodní bohatství a zároveň skýtají dostatečné množství místních tradičních výrobků a služeb – národní parky Krkonoše a Šumava a CHKO Beskydy.

Během roku 2005 bylo v těchto regionech uskutečněno několik setkání s místními výrobci a dalšími subjekty (správy chráněných území, zástupci obcí, krajů, neziskových organizací...), při nichž byla stanovena podrobná pravidla a kritéria značení výrobků, včetně názvu a podoby samotné značky a zvolení místních koordinátorů v jednotlivých oblastech. Ke konci roku 2005 byly uděleny první certifikáty výrobkům v Krkonoších, následovaly Beskydy na začátku roku 2006 a v létě 2006 se přidaly první značené výrobky i na Šumavě.

Pravidla certifikace a principy značení se osvědčily a bylo možné je aplikovat i v dalších regionech. Do systému regionálního značení postupně přibývaly další regiony – Moravský kras, Orlické Hory, Moravské Kravaňsko, Vysočina.

Zájem o regionální značky exponenciálně rostl a podnikatelé se začali dovolávat také kritérií pro značení služeb v cestovním ruchu. Díky podpoře z Ministerstva životního prostředí se podařilo na Šumavě v roce 2007 během několika jednání s místními organizacemi a podnikateli vytvořit certifikační pravidla pro značení ubytovacích a stravovacích služeb. S prvními certifikovanými hotely, penziony či restauracemi se mohli turisté na Šumavě setkat od léta 2008.

Postupem času již bylo nutné zastřešit úspěšně se rozvíjející aktivity spojené se značením. Počátkem roku 2008 byla založena Asociace regionálních značek, o. s. (ARZ), do které vstoupily všechny zapojené regiony a získaly tak právo rozhodovat a spolupřevzaly tak odpovědnost za celý systém. Podmínky založení této organizace se připravovaly na několika jednáních celý předchozí rok. Regiony zapojené do systému značení Domácí výrobky vstoupily do ARZ získaly právo rozhodovat a převzaly tak zodpovědnost a za celý systém. Cílem ARZ je zachovat, aby si všechny značky udržely vysokou úroveň a zároveň vytvořit prostor pro společné rozvíjení regionálního značení.

Následovalo přistoupení dalších regionů – Polabí, Podkrkonoší, Hané a Českosaského Švýcarska. Jeseníky jsou tedy 13. regionem v systému regionálního značení.



Zdroj: Noviny Doma v Podkrkonoší (www.regionalni-znacky.cz)

2.2 AKTUÁLNÍ STATISTIKY REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ V REGIONECH ARZ (POČTY UDĚLENÝCH CERTIFIKÁTŮ)

Region	Počty certifikátů
ŠUMAVA originální produkt	72 výrobků, 24 služeb
KRKONOŠE originální produkt	17 výrobků
Vyrobena v Beskydech	20 výrobků
HANÁ regionální produkt	7 výrobků
PODKRKONOŠÍ regionální produkt	15 výrobků
POLABÍ regionální produkt	15 výrobků
ORLICKÉ HORY originální produkt	21 výrobků

MORAVSKÝ KRAS regionální produkt	29 výrobků
MORAVSKÉ KRAVAŘSKO regionální produkt	15 výrobků
GÓROLSKO SWOBODA regionální produkt	31 výrobků
VYSOČINA regionální produkt	30 výrobků
ČESKOSASKÉ ŠVÝCARSKO regionální produkt	14 výrobků

2.3 JINÉ SYSTÉMY REGIONÁLNÍHO ZNAČENÍ

- **Tradice Bílých Karpat** – regionální značka jejímž cílem je zviditelnění produkce z Bílých Karpat. Ochranná známka je určena producentům, zemědělcům, řemeslníkům, firmám, lidovým tvůrcům a jejich výrobkům i poskytovatelům služeb na území CHKO Bílé Karpaty a nejbližším okolí.
- **Vyrobeno na Hranicku** – certifikační systém Mikroregionu Hranicko zaměřený na venkovské turistické služby, výrobce, restaurační služby a další služby cestovního ruchu.
- **Regionální produkt Český ráj** – regionální značka je udělována na území Turnovska, Železnobrodská, Semilská, Jičínska a Novopacka. Ochranná známka zaručuje původ výrobků v Českém ráji (skutečnost, že je vyroben místními lidmi a pokud možno z místních surovin), originalitu, podíl ruční práce a šetrnost k přírodě (při výrobě ani při používání nevznikají zbytečné odpady, neplýtvá se energií apod.)
- **Vyrobeno na Frýdlantsku** – značka mapující místní produkci na Frýdlantsku, v rámci této iniciativy byly vytvořeny propagační materiály (katalog výrobků).
- **Regionální produkt Jizerské hory** – značka založená v roce 2010 v rámci projektu „Vyrobeno na venkově“ spolufinancovaného z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova označující regionální produkci z oblasti Jizerských hor. Rozšiřuje území označované značkou „Vyrobeno na Frýdlantsku“, které mělo spíše lokální charakter. Funkce značky je zejména marketingově-obchodní.

2.4 REGIONÁLNÍ ZNAČENÍ VE SVĚTĚ

Pro regionální značení napříč Evropou je charakteristická různorodost přístupů. Pro zajímavost byly vybrány následující inspirace:

2.4.1 MÍSTNÍ ZNAČKA V BLÍZKOSTI HADRIANOVA VALU

Poměrně specifická iniciativa podél Hadriánova valu, který kdysi vymezoval severní hranici římského impéria. Dnes se jedná o vyhledávanou turistickou atrakci, která přitahuje turisty do jinak nepřilíživého pohostinného koutu severní Anglie. Zbytky valu a četné vykopávky římských staveb v jeho blízkosti jsou pro řadu nadšenců důvodem, proč zde strávit několik dní, popřípadě i celou trasu valu z jednoho anglického pobřeží na druhé projít pěšky či projet na kole. A právě na myšlenku, že je třeba přitáhnout pozornost turistů i k tomu, co je „za zdí“ a udržet je v regionu co nejdéle, staví i místní

regionální značení. Jsou do něj zapojeni výrobci působící v okruhu do 10 mil od valu (případně do 50 mil, pokud se jedná o produkty s přímou souvislostí s valem). Vedle standardizovaných obchodů se suvenýry a občerstvením se tak návštěvníkům nabízí i alternativa produktů od místních řemeslníků, místní potraviny a nápoje servírované v kavárničkách přímo na farmách či hospůdkách v rodinných pivovarech, kombinace ubytování na farmách a nabídky tradičních produktů, ale třeba i zcela nové výrobky, jako jsou svíčky z ekologického sojového vosku.

2.4.2 „ÚDOLÍ BARYCZE DOPORUČUJE“

Polská regionální značka z údolí řeky Barycze je poměrně blízká systému regionálních značek, které v našich podmínkách realizuje ARZ. Značka je udělována od roku 2008 a jejím cílem je propagovat jedinečnou nabídku turisticky atraktivních tradičních produktů a služeb, které jsou v souladu s ochranou přírody (v oblasti je rozsáhlá rezervace kolem Miliczských rybníků). Vzhledem k tomu, že v Polsku na rozdíl od Česka neexistuje žádná organizace, která by zastřešovala regionální značení, vznikala značka z údolí Barycze do značené míry podle vzoru nedalekých Krkonoš. Přitom ale vsadila na kvalitně zpracovaný marketing a výsledkem je ucelený program propagace včetně řady tiskovin a mediálních výstupů. Z oblasti, jež byla před pěti lety známá hlavně mezi ornitology a rybáři, se stal vyhledávaný turistický region nabízející řadu možností aktivní relaxace v přírodě, kterou doprovází kulinářské zážitky při konzumaci místních specialit (především kaprovitých ryb, ale také ovoce, pečiva a mléčných výrobků) a setkání s místními řemeslníky pokračujícími v tradicích svých předků.

2.5 CÍLE JESENICKÉ ZNAČKY

Hlavním cílem regionálního značení výrobků je zviditelnit region Jeseníků a využít jeho socio-ekonomických výhod.

Značení je určeno nakupujícím v regionu - turistům, kterým dovoluje 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.

2.5.1 HLAVNÍ PŘÍNOSY REGIONÁLNÍHO ZNAČENÍ:

- **Posílení venkovské ekonomiky, zhodnocení přírodního dědictví a schopností lidského potenciálu ve venkovských oblastech** - certifikované výrobky zlepšují konkurenceschopnost výrobců z venkovských regionů vůči „anonymním“ běžným výrobkům globální produkce, jsou zárukou kvality, napomáhají odpovědnému přístupu k ochraně životního prostředí. Rozšíření místní produkce přinese nové pracovní příležitosti výrobcům, stabilizuje možnosti výdělků ve venkovských oblastech, umožní celoroční příjmy producentů dosud převážně sezónních
- **Posílení udržitelného cestovního ruchu, zlepšená orientace návštěvníků při nákupech ve venkovských regionech a zvýšení odbytu místních výrobců** - certifikované výrobky zaručují jedinečnost, vazbu na region, využití tradičních technologií výroby nebo místních surovin

- **Zvýšení identifikace místních obyvatel s regionem a jeho tradicemi**
- **Posílení rovných příležitostí** - vzhledem k tomu, že tradiční řemesla byla „mužská“ i „ženská“ (např. textilní výroba apod.), přispívá podpora místní produkce i k posilování rovných příležitostí žen ve venkovských oblastech, podporuje drobné podnikání žen, které jsou (nejen) ve venkovských oblastech ohroženy ekonomickým a sociálním vyloučením. Dopady projektu nejsou diskriminační pro žádné věkové, generové, sociální ani národnostní skupiny, naopak projekt může přispět k integraci skupin dosud vyloučených z venkovské ekonomiky.

2.6 UDĚLOVÁNÍ ZNAČEK – CERTIFIKAČNÍ KRITÉRIA

Aby mohl výrobek získat značku „JESENÍKY originální produkt[®]“, musí on i jeho výrobce splňovat níže uvedená kritéria. Jejich splnění lze zčásti doložit určitými dokumenty, zčásti také závisí na posouzení Certifikační komise.

2.6.1 STRUČNÝ VÝČET CERTIFIKAČNÍCH KRITÉRIÍ

Kritéria pro výrobce

- Místní subjekt
- Kvalifikace pro příslušnou výrobu
- Bezdlužnost
- Zaručení standardní kvality výroby
- Šetrnost vůči ŽP

Kritéria pro výrobek

- Spotřební zboží, zemědělské a přírodní produkty nebo umělecká díla vyrobená v Jeseníkách
- Zaručení standardní kvality
- Šetrnost k přírodě
- Jedinečnost spojená s regionem

Certifikační komise je složena ze zástupců veřejné správy, nejrůznějších institucí, ale také samotných výrobců. Komise si vyhrazuje právo zamítnout udělení značky výrobku, který je v rozporu s cílem značky, odporuje morálním a etickým zásadám, obecnému estetickému cítění nebo by mohl jinak poškodit dobré jméno značky. Certifikační komise pro udělení značky „JESENÍKY originální produkt[®]“ výrobkům má 11 členů.

Zákazník, který si koupí produkt označený jednou ze značek systému „Domácí výrobky“, má jistotu, že tento produkt splňuje následující kritéria:

- původ výrobku v daném regionu
- kvalita
- výrobek nepoškozuje životní prostředí
- jedinečnost plynoucí ze vztahu k regionu (např. tradice, místní suroviny, řemeslná práce, motiv regionu nebo jiná výjimečná vlastnost).

2.7 VAZBY A KOMPETENCE REGIONÁLNÍHO ZNAČENÍ V JESENÍKÁCH

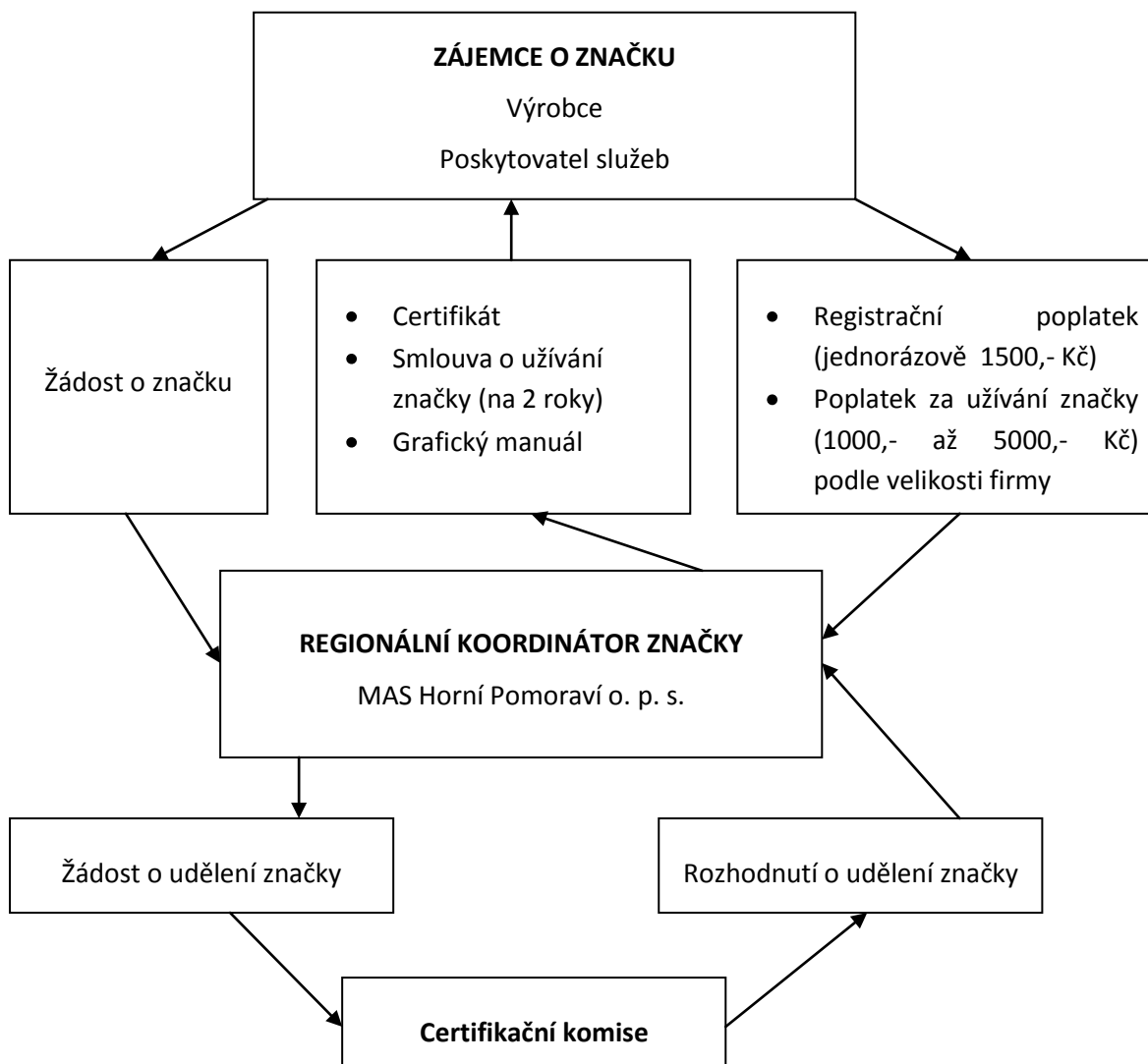
2.7.1 NÁRODNÍ KOORDINÁTOR - ASOCIACE REGIONÁLNÍCH ZNAČEK, O.S. (ARZ)

- zajišťuje koordinaci systémů značení místních výrobků na národní úrovni
- zajišťuje marketing, prezentace a propagace značky na národní úrovni
- spravuje společné webové stránky (www.regionalni-znacky.cz)
- zajišťuje výměnu zkušeností mezi regiony
- je garantem jednotných kritérií udělování značky
- je členem certifikačních komisí v regionech

2.7.2 REGIONÁLNÍ KOORDINÁTOR – MAS HORNÍ POMORAVÍ O. P. S.

- Je vlastníkem loga “JESENÍKY originální produkt©”
- Zajišťuje správu značky
- Komunikuje s místními výrobci
- Je zastoupen v certifikační komisi
- Zajišťuje administrativu spojenou s udílením značky – vyhlašuje výzvu k přijímání žádosti o značku, žádosti kontroluje, svolává jednání certifikační komise, chystá podklady pro jednání komise, vyhotovuje zápisy
- Udílí oficiální certifikát opravňující užívat regionální značku
- Zajišťuje propagaci certifikovaných výrobků (propagační materiály, public relations, prezentace na místních akcích, webová prezentace, propagace výrobků v informačních centrech...)
- Zajišťuje tisk visaček a nálepek pro značení produktů a tyto prodává výrobcům za režijní ceny
- Kontroluje užívání značky
- Jednou ročně vybírá od výrobců poplatky za užívání značky
- Shání finanční zdroje na rozvoj a propagaci systému regionálního značení

2.7.3 STRUKTURA VAZEB – SCHÉMA PRO ZÍSKÁNÍ ZNAČKY



3 VYMEZENÍ ÚZEMÍ PRO ZNAČENÍ JESENÍKY ORIGINALNÍ PRODUKT

Jeseníky s podhůřím jsou horským rájem s mnoha přírodními, historickými i technickými poklady. V létě najdete v Jeseníkách stovky dobře značených tras jak pro pěší turistiku, tak pro cykloturistiku. Nejen vyhlášená střediska zimních sportů, ale i lázně, památky a kulturní akce a v neposlední řadě šikovnost místních výrobců jsou důvodem proč navštívit Jeseníky...

3.1 JESENÍKY, SPECIFICKÉ ÚZEMÍ V RÁMCI ČESKÉ REPUBLIKY

3.1.1 HOROPIS

Region patří do provincie České vysočiny, a to do subprovincie Krkonoško-jesenické. První oblast (K.J.podhůří) je dělena na Žulovskou pahorkatinu na severu jako zvlněná krajina (výšky 450 -650 m.n.m.) a Vidnavskou nížinu na severovýchodě u hranic s Polskem s rovinným povrchem (výšky 250 - 350m.n.m.). Druhá oblast (Jesenická) se dělí na Zlatohorskou vrchovinu na východě jako kopcovitá krajina s výškami 650-850 m.n.m., Hrubý Jeseník na jihu jako hornatina (výšky 750-1400m.n.m.), Rychlebské hory na západě (výšky 700-1100 m.n.m.), snad kousíčkem na jihozápadě se dotýká okres Hanušovické vrchoviny u Ostružné (výšky cca 700 m.n.m.).

Obrázek č. 1. Základní geomorfologické členění ČR



Zdroj: <http://www.hajduch.net/cesko/povrch>

Obrázek č. 2. Pohoří České republiky



Zdroj:

http://www.google.cz/images?um=1&hl=cs&biw=1209&bih=871&tbs=isch%3A1&sa=1&q=mapa+Jesen%C3%ADky&aq=f&aqi=g1&aql=&oq=&gs_rfai=

Obrázek č. 3. Významná pohoří ČR



Zdroj:

http://www.google.cz/images?um=1&hl=cs&biw=1209&bih=871&tbs=isch%3A1&sa=1&q=mapa+Jesen%C3%ADky&aq=f&aqi=g1&aql=&oq=&gs_rfai=

Území, na němž funguje systém značení JESENÍKY originalní produkt, zahrnuje katastrální území 113 obcí v rámci Olomouckého a Moravsko-Slezského kraje. Jedná se o poměrně rozsáhlé území, které spojuje pohoří Jeseníků.

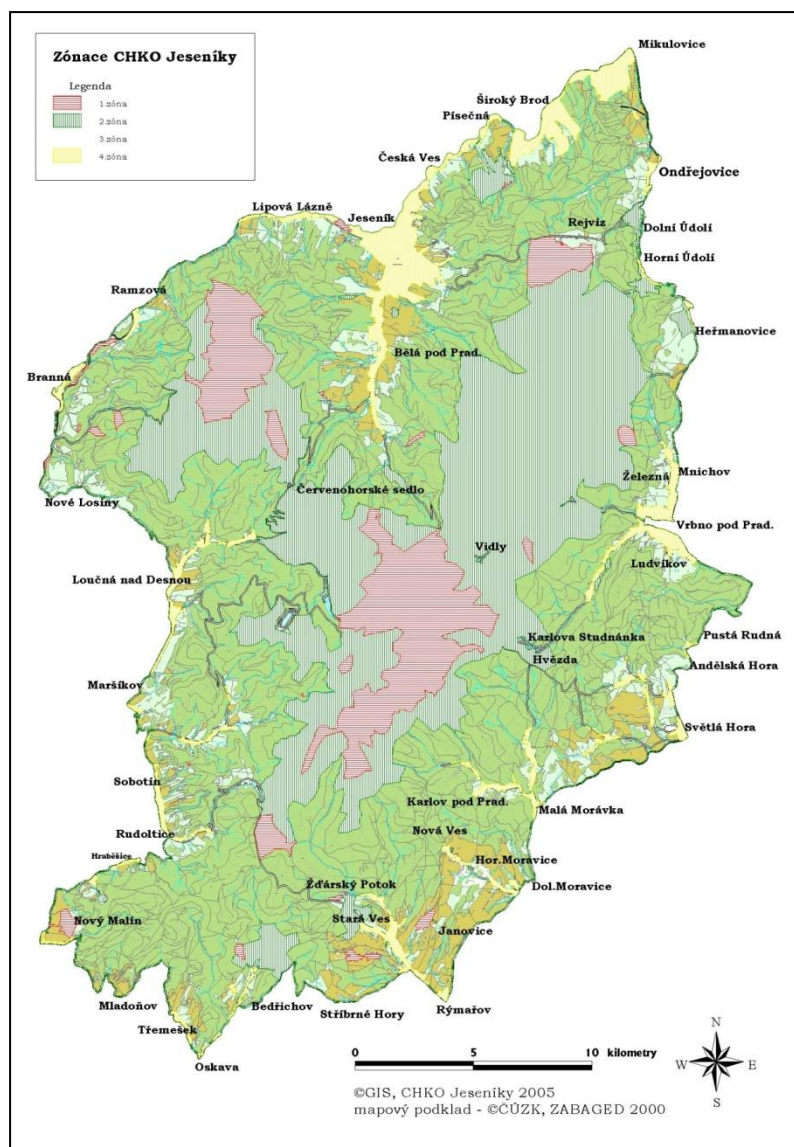
Pro Jeseníky jsou charakteristické táhlé, zaoblené hřbety, které jsou tvořeny metamorfovanými horninami a hlubinnými vyvřelinami. Ve vrcholové části Jeseníků se vyskytují četné skalní útvary, kamenná moře, mrazové sruby a ledovcové kary. Většinu území pokrývají lesy, zpravidla smrkové monokultury. V oblasti se vyskytuje řada vzácných živočichů a rostlin.

Táhlé zaoblené hřebeny, hluboká údolí řek, zaříznutá v lesnatých stráních. Region květnatých luk a zelených pastvin, na nichž se poklidně pasou stáda ovcí a skotu. Drsná a zároveň romantická příroda. Tvořivost místních lidí i bohatá nabídka služeb - to je jedinečnost Jeseníků, nejvyššího pohoří Moravy.

Území zahrnuje Chráněnou krajinnou oblast Jeseníky. Jedná se o oblast, která se rozprostírá na území okresů Bruntál, Jeseník a Šumperk. V nejvyšších polohách Hrubého Jeseníku je přirozené bezlesí (horské hole), přírodovědecky nesmírně významné, vyznačující se vysokou biodiverzitou na všech úrovních, výrazně ovlivněnou nepřítomností kleče v tomto pohoří. Ta zde začala být uměle vysazována koncem minulého století a nepříznivě ovlivnila řadu původních společenstev.

Nejcennější lokalitou je Velká kotlina v národní přírodní rezervaci Praděd. Bylo tu popsáno na 480 druhů cévnatých rostlin, 40 společenstev a určeno 696 druhů půdních organismů. Další národní přírodní rezervace jsou Rejvíz, Rašeliniště na Skřítku a nejstarší rezervace na Moravě, Šerák - Keprník. Celkem je v Jeseníkách vyhlášeno 19 maloplošných chráněných území o celkové výměře 4 506 ha.

Obrázek č.4. CHKO Jeseníky



Zdroj: <http://www.kct-tabor.cz/gymta/ChranenaUzemiCR/Jeseniky/index.htm>

3.1.2 PŘÍRODA JESENÍKŮ

Charakter přírodních krás je dán terénem - jih a západ je hornatý, chladný a vlhký se spoustou kopců a zaříznutými potoky a směrem na severovýchod se snižuje do Polských nížin s teplejším klimatem, poli a loukami. Nejvýznamnější přírodní lokalitou je CHKO Jeseníky - která zabírá část regionu převážně na jihu a východě. Celé území regionu je však pokryto zajímavými lokalitami se skalními stěnami, zalesněné Rychlebské hory se svažují na jihovýchod do Vidnavské nížiny se spoustou zaříznutých potoků a říček.

Jeseníky byly hraniční oblastí dosahu pevninského ledovce, a proto zde najdete spoustu bludných balvanů, karů, souvků aj. Charakteristické jsou vrcholové skaliska. Oblast je významná vodohospodářsky, byla vyhlášena chráněnou oblastí přirozené akumulace vod.

Řeky Jeseníků patří z části do úmoří Černého moře, povodí Dunaje a Slezská část Jesenicka patří k úmoří Baltského moře, povodí Odry. Na Jesenicku patří všechny toky do povodí Kladské Nisy.

3.1.3 PŘÍRODNÍ BOHATSTVÍ

K přírodnímu bohatství, které tvoří hmotnou základnu pro život lidské společnosti, patří v regionu Jeseníků především nerostné suroviny, vodní zdroje a lesy.

Nerostné suroviny

Na nerostné suroviny je region velmi bohatý. Významné místo měla historicky v regionu těžba rud. Rýžovalo se zde zlato, limonit, magnetit, pyrit, zinko-olovnaté rudy (sfalerit a galenit). V Rychlebských horách se vyskytovaly také radioaktivní suroviny – smolinec.

V regionu mají doposud značný význam nerudné suroviny – vápence. V minulosti také grafit, kaolín, hrnčířský jí. Cihlářské hlíny se dříve těžily v mnoha obcích.

Další významnou oblastí jsou stavební suroviny – dekorační kamen – žula, mramor a štěrkopísky.

Vodní zdroje

Významným bohatstvím regionu jsou minerální vody, které své vlastnosti získaly od horninového prostředí. Minerální vody jsou využívány lázeňsky. Sírné oteplené vody se vyskytují v Bludově a Velkých Losinách. Voda z pramenů v okolí lázní Jeseníků byla základem léčby za V. Priessnitze je poměrně velmi měkká a má mírně zvýšenou radioaktivitu. Lázně Karlova Studánka využívají minerální vodu a přírodní oxid uhličitý. Region je bohatý na podzemní vody.

Lesy a lesní hospodářství

Lesní hospodářství je historicky i aktuálně významnou složkou regionální ekonomiky. Lesy mají značný význam nejen jako zdroje dřevní hmoty, ale plní také významné funkce vodohospodářské, ochranné, klimatické, zdravotní a rekreační.

3.1.4 VYMEZENÍ ÚZEMÍ Z HLEDISKA TURISTICKÉHO RUCHU

Turistická oblast Jeseníky se rozkládá v regionu Severní Moravy a Slezska. Tvoří ji Hrubý Jeseník, Králický Sněžník, Rychlebské hory a Nízky Jeseník. Po Krkonoších jsou Jeseníky nejvyšším pohořím v České republice, kde nadmořská výška vrcholů většinou neklesne pod 1 000m.

Celá oblast je hustě poseta turistickými trasami a sportovními centry, kde je možné strávit příjemné chvíle, odpočinout si a zregenerovat síly. Nachází se zde spousta kouzelných míst jako např. Národní přírodní rezervace Rejvíz, léčivé prameny v Lázních Jeseník či v Karlově Studánce nebo krasová oblast Jeskyně Na Pomezí, která vznikla v období starších prvohor. Určitě stojí za to navštívit i Rešovské vodopády, které patří k těm nejkrásnějším u nás nebo vyhaslé sopky v okolí Bruntálu. Vedle známých turistických lákadel jsou v podhůří Jeseníků další méně známá, přesto kouzelná přírodní zákoutí. V zimě se Jeseníky mohou pyšnit velmi dobrými lyžařskými podmínkami. Mezi nejznámější lyžařská centra patří Ramzová, Ovčárna, Branná, Přemyslov, Kouty nad Desnou nebo Červenohorské sedlo.



3.2 HISTORICKÁ VÝCHODISKA

Systém regionálního značení produktů staví jeden ze svých pilířů originality na výjimečném vztahu k regionu, např. na tradici výroby, případně produkce vychází z tradic regionu.

Pro posuzování tradice řemeslné výroby vycházíme v této studii z pramenů od počátku **13. století**, kdy docházelo k osídlení tohoto regionu, a jsou k dispozici údaje o hospodářských činnostech. Pro zdůraznění významu některých činností sledujeme pouze hospodářskou činnost, která má kořeny již v tomto období a v průběhu let opět nevymizela nebo nebyla zcela nahrazena či od ní nebylo upuštěno (např. pěstování vinné révy u Hanušovic kolonisty z Porýní).

Kromě klasických venkovských činností docházelo ve 2. polovině 13. století k rozvoji hospodářství v nově vznikajících městech, která držela právo prodávat a vyrábět řemeslné výrobky.

Hory také nabízely své zdroje drahých kovů a dřeva.

Ve 14. století se také změnilo národností složení obyvatelstva regionu. Zatímco na vnitřní kolonizaci v 11. a 12. století se podílelo výlučně domácí obyvatelstvo, ve 14. století se do Jeseníků přistěhovalo mnoho cizinců, z nichž většina hovořila německy. Hospodářský růst konce 13. a počátku 14. století vystřídaly těžkosti spojené s morovou epidemií, duchovní krizí a válkami.

Obnovu a růst hospodářství opět přineslo hospodaření mocných šlechticů i církevní vrchnosti v **16. století** – na Zábřežsku rozvíjeli svou činnost pánové z Boskovic a olomoučtí biskupové, na Šumpersku Žerotínové, na Jesenicku pak vratislavští biskupové, v této době se rozrostla síť vrchnostenských dvorů a pivovarů, velká pozornost byla věnována i lesnímu hospodářství, zejména v souvislosti s rozmachem důlního podnikání. Na Jesenicku vrcholí v 16. století těžba zlata. Rozkvět v té době zaznamenaly i další výrobní obory, jako např. sklářství (první zprávy o sklářských hutích na Staroměstsku a Jesenicku máme z 15. století – Vikantice a Kolštejn roku 1430, první písemná zmínka o vápenné peci ve Velkých Kuněticích je z roku 1487, z druhé poloviny 16. století pocházejí zprávy o papírně v Šumperku a Velkých Losinách.

Další hospodářský úpadek regionu v **17. století** je spojen s důsledky stavovského povstání a třicetiletou válkou. Tragédii zdejšího kraje dovršily čarodějnické procesy, které ve Slezsku probíhaly v letech 1622-1648 a na Šumperku v letech 1678-1693.

Těžkou ránu zaznamenaly pro naši oblast také slezské války z poloviny **18. století**. Největší pro Jesenicko, které bylo od r. 1742 odděleno od svého přirozeného hospodářského zázemí a připojeno k Prusku. Ztrátou úrodné slezské nížiny přišlo Jesenicko o odbytiště řemeslnických i zemědělských výrobků.

Těžiště hospodářské činnosti se od konce 18. století přesouvalo na lesní hospodářství a jednotlivé podniky, jako byly pivovary, cihelny, sklárny, vápenky, pily, železné hutě a hamry. Posledně jmenované se během 1. pol. 19. století začaly měnit ve skutečné průmyslové podniky – železárny. V průběhu 1. poloviny 19. století došlo k hromadnému vysušování rozsáhlých rybníčních ploch, na Zábřežsku kdysi slavných tunklovských rybníků, které musely uvolnit místo především pěstování nové plodiny, cukrové řepy.

Tvář krajině vtiskla také lnářská výroba (od 80. let 19. století), severomoravská a přilehlá slezská oblast byla do třicátých let **19. století** přímo protkána sítí plátenických manufaktur, později lnářských továren, přádelen lnu.

V 19. století došlo v regionu k dalšímu růstu průmyslu, vedle lnářské výroby se začala hlásit o slovo i hedvábnická výroba, bohatství jesenických lesů tvořilo přirozenou surovinovou základnu pro rozvoj dřevařského a papírenského průmyslu a usnadňovalo prosperitu železářského a sklářského podnikání v 50. a 60. tých letech, na **přelomu 19. a 20. století** pak k tomu přistoupil i rozvoj kovoprůmyslu a průmyslu elektrotechnického. Modernější technika a vlastní zpracovatelské možnosti (mlékárny aj.) se začaly uplatňovat i ve zdejších zemědělství.

Od 2. poloviny 19. století nastal v regionu také značný rozvoj turistiky v souvislosti s rozvojem lázní (Jeseník, Dolní Lipová, Zlaté hory). Turistika byla spojena také se vznikem turistických spolků a zakládání horských chat (přelom 19. a 20. století).

Po II. světové válce měnila výroba svůj charakter v souvislosti se změnou vlastnické struktury, vznikaly podniky pod národní správou, regionální průmysl se přeorientoval na těžké strojírenství a

zbrojní výrobu. Poválečná historie je také spojena s kolektivizací a socializací zemědělství. Počátkem padesátých let byly socializovány takřka všechny živnosti a obchody.

3.3 TRADICE ŘEMESLNÉ A PRŮMYSLNÉ ČINNOSTI V REGIONU

Řemeslo je druhem obživy, který je spojený s manuální zručností. Vzrůst řemeslné výroby lze na Jesenicku spojovat s její specializací přibližně od pol. 14. století. Řemesla v regionu byla podobná jako všude jinde v podhorských oblastech. Řemeslníci historicky vyráběli své výrobky buď přímo doma (v dílně) nebo na tržnicích. Zákazníci byli především místní obyvatelé. Některé výrobky byly zhotovovány přímo na zakázku, což částečně vylučovalo možnost vyrábět pro zákazníky zdaleka. Výjimkou byli umělci nebo umělečtí řemeslníci, ti svá díla vytvářeli v místě zadavatele, jež se mohlo nacházet kdekoliv v Evropě, záleželo na proslulosti a kvalitách umělce.

Řemeslné práce se staly základem pro průmyslovou výrobu. Průmyslová výroba je spjata s novým typem myšlení, jež se pomalu prosazovalo s nástupem renesance a později osvícenství, svůj rozkvět však zaznamenala průmyslová výroba s nástupem tzv. průmyslové revoluce v polovině 19. století. Charakteristická odvětví v regionu: papírenství, textilní výroba, sklářství, zpracování kamene a vápenictví.

S životem v regionu byla také tradičně spjata zemědělská produkce, a to jak pěstování rostlin, tak chov dobytka. Na tuto primární činnost byla dalším zpracováním navázána potravinářská produkce. Potravinářský průmysl měl převážně místní význam, patří sem – pivovary, cukrovary, sladovny... Tradiční bylo také pěstování ovoce a zeleniny a produkty (marmelády, kompoty, sušené ovoce, lihoviny) vznikající z těchto výpěstků.

Mezi novější průmyslová odvětví dvacátého století patří – průmysl elektrotechnický, strojírenský, řetězárny, drátovny, výroba jízdních kol, dřevozpracující průmysl – pily, ale také výroba korkového zboží.

3.3.1 TRADIČNÍ ŘEMESLA REGIONU, JEJICHŽ OŽIVENÍ MŮŽE SYSTÉM ZNAČENÍ MÍSTNÍCH PRODUKTŮ OŽIVIT

Hrnčířství

Patří mezi nejstarší řemesla, jejichž tradice se v regionu udržela. Existenci řemesla v Šumperku dokládají dokumenty ze 2. pol. 16. století. Menší hrnčířské a keramické dílny existovaly v Bludově, Novém Malíně, Zábřehu a v Dolních Studénkách.

Sklářství

Počátky sklářství v jesenické oblasti můžeme vysledovat od 16. století, kdy vznikaly v horských lesích první kolářské hutě. V nich bylo vyráběno obyčejné „horské sklo“ pro potřebu vrchnosti a obyvatelstva. Sklářny vznikaly na javornickém a jesenickém panství ve Vlčicích, Kobylné a ve Skorošicích dále na kolštejnském panství u Stříbrnic a Skleného, u Kolštejna (Branné), ve Františkově. V 18. století zřídili Žerotínové sklárnu u Koutů nad Desnou, kterou později Litenštejnové přestěhovali do Rapotína. Dále existovala sklárna v Horní Lipové.

Hornictví a hutnictví

Dolování a zpracování kovů dokládají nálezy už ze 13. a 14. století. Hornictví je spojeno s hledáním drahých kovů – tradiční oblastí rýžování zlata podél potoků a řek je okolí Zlatých Hor a Mikulovic. Ze 13. a 14. Století se zachovaly zprávy o těžbě zlata a stříbra na Jesenicku a na Staroměstsku.

V regionu se rozvíjelo také železářské podnikání, v čemž navazovalo na starou tradici keltského a slovanského železářství. Výskyty železné rudy, voda a hojnost dřeva tvořily základní předpoklady pro železářskou hutní výrobu. Na Jesenicku byla ve 14. století v provozu celá řada hutí a hamrů – v okolí Mikulovic a Písečné. Na Šumpersku byly hutě a hamry v povodí Desné na Sobotínsku, v Rudolticích a Rejholticích. Hamr byl také v Klášterci. O železářském podnikání se od 15. století dovídáme také na zábřežském a kolštejnském panství, v Rudě a v Raškově a na Štítecku a Staroměstsku – hamry u Vrbna, ve Františkově a v Rudkově. Rozvoj železářského podnikání je později spjat s rodem Žerotínů a jmény bratří Kleinů. Krize tohoto odvětví přišla s koncem 1. světové války. Poslední rudný důl na těžbu magnetitu byl uzavřen v roce 1967 (Hraničná v Rychlebských horách), tím historie těžby rud a jejich zpracování v regionu víceméně skončila.

Kamenoprůmysl

První hmotné doklady o kamenické řemeslné tradici můžeme dohledat v období 13. a 14. století. – zdivo zachovalých hradů a portály kostelů v Javorníku, Vidnavě a Bernarticích. Rozvoj této činnosti nastal v 19. století na Jesenicku – např. zpracování mramoru, žuly.

Zpracování dřeva

Neodmyslitelnou součástí denního života horských obyvatel tvořil les, práce v něm a jeho produkty. Práce v lese zahrnovaly kromě kácení stromů, pálení milířů, řezání prken, výrobu vozů a všech potřeb pro domácnost od škopků, mís a talířů až po lžičky a dýmky.

Zajímavá tradiční výroba ze dřeva byla také – výroba hrábí, žebřů, kozlíků, výroba kužilků, cívek a píšťal, výroba šindelů, pometlářství, děláni rohožek, pletení košíků a rohoží.

Také výroba dřevěného uhlí patřila k tradičním činnostem v regionu.

Lidové řezbářství

Velmi dlouho se jako živé řemeslo v regionu udržovalo lidové řezbářství, zejména vyřezávání figurek k betlémům. Ze dřeva se zhotovovali ale také zvířata, ptáci, houby, ovoce, rámečky k obrazům a jiné.

Papírenství

Nevýznamnější a nejznámější papírnu na severní Moravě byla papírna ve Velkých Losinách. Byla založena již v 16. století Petrem ze Žerotína. Do dnešních dnů se v této papírně vyrábí papír ručně, jako před čtyřmi sty lety.

Další papírny se nacházely ve Zlatých Horách, Ve Starém Městě a od 20. století také v Olšanech, v Jindřichově a v Lukavicích.

Textilní výroba

Textilní řemesla mají na severní Moravě a ve Slezsku starou výrobní tradici. Byl zde od nepaměti pěstován len a výroba plátna byla přímo spjata s výrobou zemědělskou jako součást vesnického hospodářství. Tradiční bylo tkalcovství a plátenictví.

Textilní podniky vznikaly na Jesenicku, Šumpersku i Zábřežsku.

Domácí výroba se soustředila na pletení na pletacím stroji a zajímavou činností pro vylepšení rodinného rozpočtu bývala výroba nitěných knoflíčků – obtáčení kroužků nitěmi.

Další činnosti

Mezi další zajímavé činnosti patřilo také například:

- třídění husích per
- sbírání hub, jahod, borůvek, lesních malin, ostružin a jejich zavařování

3.3.2 TRADIČNÍ SLUŽBY V REGIONU

Lázeňství

Tradiční lázně v regionu jsou velmi významným jevem v historickém vývoji regionu. Lázeňství přineslo do kraje oživení hospodářské, ale také oživení společenského a kulturního života.

Základem lázeňské léčby ve Velkých Losinách, v Karlově Studánce a v Bludově jsou přírodní zdroje léčivé vody, naopak lázně Jeseník a Lipová jsou lázněmi klimatickými.

Lázně ve Velkých Losinách patří k nejstarším a nejznámějším lázeňským zařízením v naší republice.

Turistika a cestovní ruch

První turisté začali Jeseníky objevovat na začátku 19. století. Úkryt před nepohodou, občerstvení a případně nocleh jim tehdy poskytovaly salaše – Švýčárna z roku 1829 a Ovčárna z roku 1886, zájezdní hostince v sedlech při silnicích a později i lovecké chaty.

O rozvoj aktivní turistiky se postaraly tzv. horské spolky, které upravovaly a značily turistické cesty. Tyto spolky také později započaly stavět horské turistické chaty. První turistická chata stála na Šeráku (postavena v roce 1888). Další turistická zázemí se následně budovala na Červenohorském sedle, na Skřítku, chata na Králickém Sněžníku.

Rozvoj turistiky v Jeseníkách byl nerozlučně spojen s počátky lyžování. První propagátoři lyžování zde byli koncem 80. let 19. století. Po roce 1948 došlo v turistice k základním změnám – turistické chaty spolků se proměnily na rekreační zařízení nebo podnikové chaty, řada chat i zanikla.

Po roce 1989 se opět ubytovacích a stravovacích horských objektů ujal Klub českých turistů, ale zároveň byla tato zařízení také prodávána podnikatelským subjektům.

4 SOUČASNÝ POTENCIÁL VÝROBCŮ

4.1 ZNAČENÍ V JESENÍKÁCH

Značení regionálních produktů v Jeseníkách je založeno na využití neopakovatelného charakteru daného přírodním bohatstvím, tvůrčím duchem a šikovností obyvatel regionu. Jeseníky jsou příhraniční oblastí tzv. Sudet, kde díky přerušené kontinuitě osídlení tradice chybí nebo se zachovaly pouze částečně, což způsobuje značné problémy identifikace obyvatel s regionem.

Z historických pramenů vztahujících se k jesenické oblasti byly vybrány hlavní průmyslové a zejména řemeslné činnosti, které jsou shrnuty v odst. 3.3.

4.2 PŘÍNOSY PRO VÝROBCE

Značení v Jeseníkách má za cíl pomoci živnostníkům a malým firmám s propagací a reklamou jejich produkce, s odbytem jejich produktů, se zvýšením prestiže výrobků v tuzemsku i v zahraničí prostřednictvím dobrého jména regionu a čelit levným výrobkům nadnárodních firem. Místní výrobky jsou výjimečné svou vazbou na region, na jeho charakter, tradice, kulturu či historii a svojí jedinečností mají velký potenciál v cestovním ruchu. Proto je zavádění regionální značky pro v Jeseníkách jednou z možností účinné podpory místní ekonomiky.

Hlavní přínosy pro výrobce:

- jednotná forma propagace za minimum finančních zdrojů
- navázání nových kontaktů
- vznik nových forem spolupráce
- forma identifikace se "svým" regionem
- nové možnosti odbytu

4.3 VÝROBKY S JESENICKOU ZNAČKOU

Výrobce	Typ výrobku	Název certifikovaného výrobku
1. KOLO CERTIFIKACE (09/2010)		
Charita Zábřeh	Řemeslné výrobky	Ručně zdobené svíce plátovými vosky
Janovy roubenky, s. r. o.	Řemeslné výrobky	Janovy roubenky – hrubá stavba
Martin Pospíchal	Řemeslné výrobky	<ul style="list-style-type: none"> • Lovecké a užitkové nože • Zbraně
Petr Slavkovský – Sklárna Jakub	Řemeslné výrobky	Ruční výroba a zpracování skla
Olga Gřundělová – firma KREMO	Potraviny a zemědělské produkty	Staroměstská máslová trubička

2. KOLO CERTIFIKACE (11/2010)		
Zahrada 2000 o. s.	Řemeslné výrobky	Tkané koberce
Miloš Gajda	Řemeslné výrobky	<ul style="list-style-type: none"> • Drátované výrobky • Svíčky z parafínu
Pavel Ševčík – VEDUTA	Jiné	Publikace s regionální tematikou Jeseníků
František Halaxa – Pivovar Bravůr	Potraviny a zemědělské produkty	Loučenské pivo Václav
UNITA, spol. s r. o.	Potraviny a zemědělské produkty	Oplatky
Zemědělské družstvo Jeseník	Potraviny a zemědělské produkty	<ul style="list-style-type: none"> • Sýry • Mléko
Jaroslav Pecháček – ATELIÉR ABAKUK	Řemeslné výrobky	Dřevěné sochy
Michal Hrdlička	Potraviny a zemědělské produkty	Čerstvé ovčí a kravské sýry
Filip a Bára Wormovi – BATIKA BELLIS	Řemeslné výrobky	Textilní výrobky ručně barvené přírodními barvami
Jitka Korytarová	Potraviny a zemědělské produkty	Dekorační perníčky

Zhodnocení

Z výše uvedených údajů je zřejmé, že mezi certifikovanými výrobci převládají producenti řemeslných výrobků před producenty potravin a zemědělských produktů. Producenti přírodních výrobků (med, bylinky atd.) se zatím ve spektru certifikovaných výrobců vůbec neobjevují. Jedná se např. o příležitost dalšího rozšiřování a rozvoje značky v budoucnu.

Škála certifikovaných výrobků je Jeseníkách i ostatních regionech poměrně podobná. Ve většině regionů lze nalézt například dekorativní svíčky, ručně vyráběné šperky, výrobky ze dřeva, drátu, keramiky a další drobné řemeslné výrobky nebo potravinářské produkty jako např. sýry či alkoholické nápoje.

4.4 TIPY NA DALŠÍ TRADIČNÍ VÝROBKY

Pro další kola certifikace lze doporučit např. následující typy producentů:

- včelaři – výrobci medu a včelích produktů
- výrobci keramiky
- výrobci přírodní kosmetiky
- výrobci uzenářských výrobků
- výrobci pekařských výrobků
- producenti rostlinných výrobků (např. v kvalitě bio)
- výrobci kovářských a obdobných výrobků
- výrobci výrobků ze dřeva – drobné předměty, hračky, nábytek, řezbáři atd.
- výrobci lihovin a destilátů
- výrobci produktů z vlny

- výrobci košíkářských výrobků
- další řemeslné výrobky (např. kamnáři atd...)

4.5 SWOT ANALÝZA PROSTŘEDÍ REGIONÁLNÍ PRODUKCE V JESENÍKÁCH

4.5.1 POZITIVA

- turistická atraktivita a potenciál regionu Jeseníků
- existence tradičních řemesel v regionu
- jednotný systém regionálního značení fungující v dalších 12 regionech
- jasně definovaná certifikační kritéria
- vazba výrobců k regionu (snaha někam patřit)

4.5.2 NEGATIVA

- přerušené historické vazby a výrobní tradice
- nižší kupní síla v regionu
- nedostatečná publicita systému u producentů
- nutná omezující podmínka pro drobné producenty – oprávnění k podnikání

5 MÍSTNÍ TRHY, MARKETINGOVÉ AKTIVITY

5.1 SPECIFIKA MÍSTNÍHO TRHU

5.1.1 SPECIFIKA MÍSTNÍ PRODUKCE

Pro výběr vhodných marketingových aktivit je nutné definovat zejména specifika místní produkce – potenciálních výrobků (nositelů značky) i producentů (uživatelů značky).

Cílovou skupinou marketingových aktivit jsou výrobci – tzn. uživatelé značky „JESENÍKY originální produkt©“. Právě k uživatelům značky by měla být zacílena komunikace a propagace systému regionálního značení.

Výrobce je možné rozdělit v návaznosti na typ jejich produkce.

- Řemeslné výrobky, umělecká díla, spotřební zboží (např. výrobky ze dřeva, kovu, textilu, skla, keramiky atd.)
- Potraviny a zemědělské produkty (mléko, sýry, máslo, pečivo, masné výrobky atd.)
- Přírodní produkty (med, mýdla, ryby, destiláty, houby, ovoce, zelenina, nápoje)

Jednotlivé druhy výrobků jsou z hlediska prodeje, skladování i optimální distribuce odlišné. Například potraviny a některé přírodní produkty musí často splnit poměrně náročné hygienické či veterinární podmínky a je nutno dbát na dobu trvanlivosti, po které se stávají nepoužitelnými a neprodejnými. Naopak řemeslné výrobky bývají velmi často trvanlivé, postupem času neztrácí svou hodnotu.

Poskytovatele služeb lze v návaznosti na certifikaci rozdělit:

- Poskytovatelé ubytovacích služeb
- Poskytovatelé stravovacích služeb
- Poskytovatelé ubytovacích i stravovacích služeb

Pro producenty i poskytovatele služeb je charakteristická územní příslušnost k Jeseníkům, která je jedním z povinných kritérií při udělování regionální značky. Mezi možnými formami komunikací s výrobci by měla převládat osobní komunikace.

5.2 CÍLOVÁ SKUPINA

Cílovou skupinou čili potenciálními spotřebiteli jeseníckých výrobků a služeb mohou být:

- Místní obyvatelé, kteří v regionu Jeseníků žijí a preferují místní produkci, podporují „svého“ výrobce
- Návštěvníci regionu, kteří si chtějí z regionu odvést kvalitní a jedinečný suvenýr či využít kvalitních a přátelských služeb

Spotřebitel produktů „JESENÍKY originální produkt ©“ je místní subjekt či návštěvník, který upřednostňuje kvalitní výrobky vyrobené regionu před dovozovými, levnými či marketingově vychvalovanými výrobky jiných subjektů. Přidaná hodnota - kvalita, jedinečnost či šetrnost k životnímu prostředí regionálních výrobků je právě to, co spotřebitele motivuje k jejich zakoupení.

Naplnění těchto kritérií je garantováno certifikační komisí, která dbá nad dodržением patřičných kritérií a přidělováním značek.

U regionálních služeb je situace v některých ohledech velmi podobná. Drobná odlišnost je především územním původem spotřebitele – jedná se zejména o návštěvníky oblasti Jeseníků. Avšak jejich preference služeb, které jsou kvalitní, šetrné k životnímu prostředí, či tradičních jídel a zejména přátelského přístupu k zákazníkovi je právě přidaná hodnota, kterou spotřebitelé vyhledávají.

Z hlediska marketingových aktivit je definice cílové skupiny stěžejní. Vhodné formy komunikace a propagace je nutno zvolit právě v návaznosti potřeby a preference spotřebitelů. Vzhledem k tomu, že cílová skupina spotřebitelů není úzce ohraničena a jedná se o širokou veřejnost, je vhodné zvolit kombinovanou formu komunikace – prostřednictvím propagačních materiálů, médií i ostatních forem (např. workshopy, konference, či osobní prodej – stacionární prodejní místa, trhy, jarmarky atd.).

5.3 PUBLICITA A JEJÍ FORMY

Pro stanovení vhodné formy publicity je nutné stanovit, pro kterou cílovou skupinu bude užitá. Publicita směrem k výrobcům, tj. uživatelům značky, bude odlišná a bude vhodné preferovat zcela jiné nástroje propagace a komunikace než pro cílovou skupinu spotřebitelů.

Hlavní aktéři publicity:

- Výrobci (nositelé značky)
- Spotřebitelé (uživatelé regionálních výrobků a služeb)
- Ostatní - regionální instituce, veřejnost, média

Velkým přínosem a devizou pro publicitu a marketing je společný grafický vizuální styl zaštitěný subjektem národního koordinátora – ARZ. Všechny 13 stávajících regionálních značek sdružených pod ARZ disponuje nejen obdobným vizuálním stylem jednotlivých logotypů, ale také grafickými manuály definujícími obdobné užití logotypů i jednotným vizuálním stylem propagačních materiálů, certifikátů, visaček či samolepek. Velmi přínosná je také celostátní forma publicity, kterou realizuje pro všechny regionální značky národní koordinátor – ARZ.

V následující podkapitole budou řešeny vhodné marketingové aktivity ze strany regionálního koordinátora značky „JESENÍKY originalní produkt©“ – MAS Horní Pomoraví.

5.3.1 VHODNÉ FORMY PROPAGACE

Propagační materiály:

- Propagační kartičky
- Noviny
- Panely s logem
- Panely s informacemi
- Prodejní místa
- Certifikáty, visačky, samolepky

- Reklamní materiály
- Propagační mapka s lokalizací výrobců

Public relations:

- Tiskové články, rozhovory, upoutávky
- Tiskové konference
- Web
- E-shop
- Vlastní profil na Facebooku
- Odkazy na webových prezentacích spřízněných subjektů (MAS, IC, obce...)

Ostatní:

- Rozvoj a dobré pokrytí území prodejními místy
- Uplatnění lokální produkce v nabídce supermarketů – zviditelnění produkce u více konzumentů
- Spolupráce výrobců a propagaci – nikoli jen aktivita regionálního koordinátora
- Workshopy s tematikou regionální produkce
- Propagace na regionálních akcích
- Organizace dalších specifických akcí s regionální tematikou (vánoční trhy, řemeslné jarmarky)
- Spolupráce s dalšími subjekty (Sdružení cestovního ruchu Jeseníky, okolní regionální značky atd..)
- Zapojení dalších aktérů do systému (např. informační kampaň přes obce)
- Jednotný vizuální styl všech souvisejících dokumentů (emaily, hlavičkové papíry, vizitky...)

Výrobci mají různou potřebu uplatnění své produkce, a také různé možnosti, jak o své produkci informovat a nabízet ji. Jejich certifikované výrobky jsou nyní propagovány také skrze značku „JESENÍKY originální produkt©“, ale zároveň tato značka bude spojována a propagována v souvislosti s certifikovanými výrobky a výrobci. Proto je třeba, aby výrobci dokázali na tomto procesu aktivně participovat a uvědomili si význam značky.

Komunikace s výrobci by se měla odehrávat více formou osobních styků (přímé komunikace), workshopů či tištěných propagačních materiálů (letáků, brožur, apod.).

5.4 FORMY DISTRIBUCE

V současné době je možné zakoupit certifikované výrobky (pouze některé pouze v Městském informačním centru v Hanušovicích. Uvedená skutečnost je dána především krátkou dobou existence regionální značky. Vzhledem k rozšiřující se základně certifikovaných výrobků je nutné nyní zaměřit pozornost na propagaci i rozšíření distribuce certifikovaných výrobků.

Vzhledem k tomu, že jsou k dispozici propagační materiály informující o značce „JESENÍKY originální produkt©“ – noviny Doma v Jeseníkách a propagační kartičky certifikovaných výrobků je možné cíleně řešit propagaci systému a vznik nových prodejních míst certifikovaných výrobků.

5.4.1 PŘEHLED INFORMAČNÍCH CENTER PRO PUBLICITU, PRODEJ CERT. VÝROBKŮ

Název	Adresa	Kontaktní údaje
Městské informační centrum Hanušovice	Hlavní 135 78833 Hanušovice	telefon: 583 285 615 e-mail: ic@hanusovice.info web: http://www.ic.hanusovice.info
Regionální a městské informační centrum Šumperk	Hlavní třída 22 78701 Šumperk	telefon: 583 214 000 e-mail: icsumperk@seznam.cz web: http://www.infosumperk.cz
Turistické informační centrum Staré Město	náměstí Osvobození 166 78832 Staré Město	telefon: 583 239 134 e-mail: tic.staremesto@tiscali.cz web: http://www.staremesto.info
Turistické informační centrum Štítý	nám. Míru 55 789 91 Štítý	telefon: 583 440 109 e-mail: info@stity.cz web: http://www.stity.cz
Infocentrum Zábřeh	ČSA 1 789 01 Zábřeh	telefon: 583 411 653 e-mail: info@ic.zabreh.cz web: http://tourism.zabreh.cz/
Informační centrum Jesenicka	Palackého 1341/2 79001 Jeseník	telefon: 584 498 155 e-mail: ic@jesenicko.eu web: http://www.jesenicko.eu
Informační centrum Velké Losiny	Lázeňská ul. 674 78815 Velké Losiny	telefon: 583 248 248 e-mail: infolosiny@losiny.cz web: http://www.losiny.cz

Kromě výše uvedených kontaktů na infocentra je nutno zvážit také vznik nových prodejních míst. Tato místa mají právo nést speciální označení (samolepku, certifikát, plakát apod.) s logem značky a textem ve smyslu „Zde prodáváme originální jesenické výrobky“. Oficiální prodejní místa budou propagována spolu s výrobky na internetových stránkách www.regionalni-znacky.cz a stránkách regionálního koordinátora www.hornipomoravi.eu, případně v dalších informačních a propagačních materiálech.

Prodejní místa jesenických výrobků musí obecně splňovat tyto podmínky:

- Malé nebo střední obchody (kamenné, informační centra, muzea, prodej v hotelích nebo přímo u výrobce apod.). Supermarkety a hypermarkety pouze v případě, že mají místo prodeje certifikovaných výrobků speciálně označené. Vhodnost obchodu jako prodejního místa posoudí individuálně MAS HP.
- Garance prodeje certifikovaných výrobků: stabilní prodej certifikovaných výrobků minimálně od tří výrobců nebo prodej certifikovaných výrobků přímo u výrobce
- Místní obchody: prodejní místo se nachází na území turistické oblasti Jeseníky a okolí. Mimo tento region může označení získat pouze obchod prodávající převážně certifikované výrobky.

Prodejním místům bude také doporučeno:

- mít k dispozici pro zákazníky informace o výrobku, o značce a producentech certifikovaných výrobků (např. letáky, noviny, katalog výrobků)
- odlišit certifikované výrobky přímo v prodejně – podle možností speciálně označit místo (regál, box, místo na pultu apod.) s certifikovanými výrobky

5.4.2 DOPORUČENÍ

Bylo by vhodné zaměřit se na postupné rozšiřování prodejních míst jesenických výrobků. Zároveň by bylo dobré nejprve věnovat pozornost např. zřízení prodejních míst přímo u certifikovaných výrobců (např. přímo ve výrobnách a provozovnách). Dalším doporučením je systematické rozšiřování propagace systému regionálního značení v infocentrech vč. samotného prodeje výrobků. V této souvislosti je nutno prioritně řešit existenci vhodných prostorů pro prodej či případné finanční zdroje na pořízení prodejních vitrín.

Bylo by také velmi přínosné propojit prodej certifikovaných výrobků s certifikovanými ubytovacími či stravovacími zařízeními a situovat prodej právě zde.

6 ZHODNOCENÍ ŽIVOTASCHOPNOSTI SYSTÉMU V REGIONU

Zavedení regionálního značení v Jeseníkách a začlenění se do rodiny značek, které spravuje Asociace regionálních značek, by nebylo možné zrealizovat bez externích finančních zdrojů. Vznik a zavedení značky „JESENÍKY originalní produkt©“ bylo spolufinancováno z těchto zdrojů:

- Program rozvoje venkova, IV. 2 .1 – Realizace projektů spolupráce
- Významné projekty Olomouckého kraje

A právě finanční zdroje a dlouhodobá udržitelnost celého systému je velmi důležitým faktorem, který bude nutno v budoucnu řešit.

CÍL:

Zviditelnění, zvýšení povědomí o systému regionálního značení výrobků i služeb v Jeseníkách, jeho rozvoj a hledání cest jeho dlouhodobé udržitelnosti.

6.1.1 MOŽNÉ ZDROJE PRO UDRŽENÍ A ROZVOJ REGIONÁLNÍ ZNAČKY „JESENÍKY ORIGINALNÍ PRODUKT©“

Samofinancovatelnost systému

Systém regionálního značení by mohl být samofinancovatelný v případě, že stávající poplatky (za udělení značky a za užívání značky) budou navýšeny na takovou výši, aby pokryly nezbytné administrativní úkony i náklady na propagaci. Vzhledem k tomu, že stávající příspěvky od výrobců se pohybují v řádech několika málo desítek tisíc a roční fungování systému si žádá statisíce, je evidentní, že navýšení příspěvků od výrobců by muselo být velmi razantní. Tato cesta k zajištění chodu systému se jeví jako problematická, neboť finanční náročnost spojená se získáním a následným užíváním značky by většinu zájemců o regionální značku z řad výrobců či poskytovatelů služeb odradila.

Marže z prodeje certifikovaných výrobků

Náklady na správu a propagaci systému by mohly být hrazeny z marže, která by plynula na účet regionálního koordinátora. Už jen samotné stanovení procenta marže u jednotlivých certifikovaných výrobků, které mají často velmi různorodý charakter i prodejní cenu, je velmi náročné. Právě výrobky řemeslníků např. s velkým poměrem ruční práce bývají dražší než strojově vyráběné napodobeniny z asijských zemí a jakékoli další navýšení prodejní ceny se okamžitě promítá ve snížení konkurenceschopnosti. Tato forma financování systému by musela být podpořena např. elektronickým obchodem či navázáním spolupráce s obchodními zástupci a to buď na regionální nebo lépe také celostátní úrovni (ARZ). Reálně je však tato forma financování celého systému prozatím nedosažitelná.

Externí zdroje

Nejreálnější možností financování celého systému je pokračovat v systematickém získávání externích dotačních zdrojů na chod a rozvoj celého systému. Bylo by dobré se zaměřit na co nejširší spektrum dotačních a grantových možností, které skýtají jak krajské, národní tak evropské zdroje.

Možné dotační zdroje pro udržení a rozvoj systému:

- Program rozvoje venkova – návazný projekt v rámci opatření IV.2.1 Realizace projektů spolupráce
- OP ČR – Polsko – společné projekty s polskými partnery zaměřené na rozvoj spolupráce v oblasti rozvoje venkova a podpory místní produkce
- Významné projekty Olomouckého kraje – i nadále žádat o krajský příspěvek např. na propagaci kraje potažmo Jeseníků prostřednictvím místní produkce

7 DÍLČÍ ZÁVĚREČNÁ DOPORUČENÍ

Pro další rozvoj systému „JESENÍKY originální produkt®“ je doporučeno:

Doporučení	Komentář
Postupné rozšiřování systému regionálních výrobků	Pravidelné vyhlašování výzev pro přijímání žádosti o regionální značku (2 x ročně) a zajištění dobré informovanosti o přijímání žádostí. Vytvoření přehledného a jasného informačního letáčku pro potenciální výrobce s uvedením všech relevantních informací o výhodách i povinnostech souvisejících se získáním značky
Zavedení certifikace služeb (ubytování, stravování), případně v budoucnu i certifikaci zážitků (jeskyně, aqvaparky atd.)	Rozšíření systému o služby v návaznosti na dobré zkušenosti v této oblasti regionu Šumava. Je třeba vhodně nastavit certifikační kritéria a zajistit této nové oblasti certifikace patřičnou publicitu
Udržování individuálního přístupu a osobních kontaktů mezi certifikovanými výrobci či poskytovateli služeb a regionálním koordinátorem, komplexní spolupráce	Velmi důležitá je pravidelná komunikace, např. prostřednictvím emailu či telefonu. Zároveň by bylo vhodné vyhodnocovat jejich spokojenost např. prostřednictvím dotazníků, organizovat neformální setkání, zavést pravidelné trhy, atd.
Rozvíjet propagaci a publicitu certifikovaných produktů, výrobců i celého systému	Pravidelné články v místním tisku, pravidelné vydávání propagačních materiálů, zapojení dalších médií (např. regionální rádio) a forem propagace (Facebook) atd.
Rozšiřování prodejních míst a jejich publicita	Rozšiřování prodejních míst pro prodej regionálních výrobků, zajištění jejich dobrého označení a publicity. Možnost propojení na certifikované poskytovatele služeb (prodej výrobků na recepci hotelu atd.).
Pokračovat ve spolupráci se stávajícími tuzemskými partnery, případně navázat spolupráci také s partnery zahraničními	Společné získávání dotačních zdrojů, přenos zkušeností, organizace společných akcí, společná setkání výrobců, společná propagace atd.
Pravidelná aktualizace databáze potenciálních regionálních výrobců a poskytovatelů služeb, monitoring trhu	Udržování „živého“ seznamu kontaktů místních výrobců a poskytovatelů služeb a následné informování těchto subjektů o možnostech získání regionální značky
Organizace tematických akcí, další formy propagace	Organizace workshopů, ochutnávek, jarmarků, dalších společenských akcí
Postupné vytvoření turistických balíčků pro návštěvníky	Vytvoření turistických balíčků – turistika po producentech, exkurze, slevové karty, sbírání kupónů u jednotlivých výrobců atd.

8 POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE DAT

- Regionální značky - www.regionalni-znacky.cz
- Zásady pro udělování a užívání značky „JESENÍKY originální produkt“[®]
- Certifikační kritéria pro značku „JESENÍKY originální produkt“[®]
- Melzer M. –Schulz J. s kolektivem (1993): Vlastivěda šumperského okresu
- Jesenicko v období feudalismu do roku 1948
- Hošková, M., Kudelová M.: Rukodělná domácí výroba (okr. Bruntál, Jeseník, Šumperk)
- Kahánek, F. (1909): Domácí průmysl na horách hejtmanství Zábřežského