



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Certyfikacja Marki Lokalnej jako wyróżnik regionalny

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Krajna Żłotowska

Marek Romaniec – Dyrektor Biura LGD

Bukowiec, 10 października 2018r.

Operacja „Cztery podejścia jeden cel-wypracowanie innowacyjnych mechanizmów współpracy z wykorzystaniem dziedzictwa kulturowego, przyrodniczego i historycznego obszarów LGD.”

współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich”

Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020”

Institucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Institucja odpowiedzialna za treść Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Krajna Żłotowska

www.krajnazlotowska.pl



Stowarzyszenie LGD Krajna Złotowska

- ▶ Najmłodsza LGD w województwie wielkopolskim
- ▶ Obszar :powiat złotowski
- ▶ Obejmuje 8 gmin
- ▶ Członkowie 125 (przedstawiciele trzech sektorów)
- ▶ Kwota na wdrażanie LSRu- 11.500 .000,00

Projekty współpracy

- ▶ Obecnie realizacja dwóch projektów współpracy
- ▶ **Marka Lokalna szansą rozwoju obszarów LGD” -międzynarodowy**
- ▶ **Cztery Pory Roku na Krajinie -ponadregionalny**

Marka Lokalna szansą rozwoju obszarów LGD” -międzynarodowy

- ▶ Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Krajna Złotowska
- ▶ Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Beskid Gorlicki”
- ▶ Stowarzyszenie „Między Wisłą a Kampinosem”
- ▶ Lokalna Grupa Działania Dewnia - Aksakowo Bułgaria

Marka Lokalna szansą rozwoju obszarów LGD” -międzynarodowy

- 1) Opracowanie dokumentacji przyznawania marki lokalnej.
- 2) Warsztaty dla społeczności lokalnej.
- 3) Wymiana wiedzy i doświadczenia w procesie zarządzania marką lokalną.
- 4) Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej

Marka Lokalna szansą rozwoju obszarów LGD” -międzynarodowy

- ▶ Przewidywane rezultaty projektu:
- ▶ Wypracowanie trzech marek lokalnych.
- ▶ Wdrożenie systemu zarządzania marką lokalną na obszarze trzech partnerskich LGD.
- ▶ Zaangażowanie mieszkańców obszarów partnerskich LGD w proces rozwoju oraz budowania oferty turystycznej obszarów trzech partnerskich LGD.
- ▶ Rozwój przedsiębiorczości opartej na lokalnych zasobach trzech partnerskich LGD.
- ▶ Wydanie materiałów informacyjno-promocyjnych.
- ▶ Wzmocnienie tożsamości lokalnej mieszkańców obszarów trzech partnerskich LGD.
- ▶ Zbudowanie pozytywnego wizerunku obszaru działania partnerskich LGD opartego na tradycji, historii i zrównoważonym rozwoju.

Cztery Pory Roku Na Krajinie

- ▶ Stowarzyszeniem Lokalna Grupa Działania Krajna Złotowska
- ▶ Stowarzyszeniem Nasza Krajna
- ▶ Lokalną Grupą Działania Krajna nad Notecią
- ▶ Stowarzyszeniem “Partnerstwo dla Krajny i Pałuk”,

Cztery Pory Roku Na Krajinie

- ▶ Zadanie 1 - opracowanie aplikacji mobilnej promującej walory Krajny,
- ▶ Zadanie 2 - opracowanie Leksykonu Krajny - wspólnego dla obszaru Krajny wydawnictwa zawierającego informacje kulturowe, historyczne i przyrodnicze,
- ▶ Zadanie 3 - przeprowadzenie kulinarnych zajęć edukacyjnych dla dzieci i młodzieży o charakterze edukacji regionalnej u wszystkich partnerów projektu,
- ▶ Zadanie 4 - organizacja wydarzeń promocyjnych nawiązujących do tradycji regionu Krajny
- ▶ Zadanie 5 - organizacja konferencji podsumowującej projekt

Jak się zaczęło z certyfikacją

- ▶ System certyfikacji Marki lokalnej Naszyjnika Północy
- ▶ Trzy kategorie -Produkt rękodzielniczy, produkt kulinarny ,ważna inicjatywa lokalna
- ▶ 6 edycji certyfikacji-80 przyznanych certyfikatów



Jak się zaczęło z certyfikacją

WARTOŚĆ PRODUKTU LOKALNEGO DLA REGIONU

taki rodzaj działalności pozwala chronić przed zaginięciem zawód zabawkarza, rzemieślnika;

- pozycjonowanie produktu w kategorii „produkt niepowtarzalny, ekologiczny, autentyczna pamiątka z regionu, hand made” daje wartość dodaną dla świadomych konsumentów;
- produkt promuje region, z którego pochodzi wywołując pozytywne skojarzenie z miejscem i producentem;
- rozszerzenie działalności o kolejnych producentów nie wywołuje załamania sprzedaży – w przypadku produktów lokalnych zastosowanie na prawo gromady – im więcej znanych, uważanych za autentyczne produktów lokalnych z danego regionu tym większe zainteresowanie ze strony klientów, wrażenie dostępności i różnorodności powoduje że klienci wracają



Jak się zaczęło z certyfikacją

Parasolowa marka lokalna
jest narzędziem promocji
produktów lokalnych i regionu

Funkcje marki lokalnej:

- funkcjonuje w świadomości lokalnej społeczności jako nobilitacja, wyróżnik,
- stanowi dodatkowy argument dla klienta przemawiający za wyborem produktu nią opatrzonego (jakość, wiarygodność, trwałość),
- przynosi korzyści dla przedsiębiorcy



Dziękuję za uwagę

- ▶ Marek Romaniec
- ▶ Dyrektor biura LGD Krajna Złotowska
- ▶ www.krajnazlotowska.pl