

TISKOVÁ ZPRÁVA | Vsetín | 2. 4. 2015

LÍSKA UKONČILA DVOULETÝ PROJEKT PODPORUJÍCÍ POCTIVÉ VÝROBCE A ŘEMESLNÍKY

POCTIVĚ VYROBENÉ - podpora udržitelné místní ekonomiky ve Zlínském kraji. Tak se nazýval půvabný dvouletý projekt, který ve Zlínském kraji realizovala Líska společně se svými partnery. Cílem projektu bylo zvýšení spolupráce při posilování místní ekonomiky na území Zlínského kraje.

Aktivity projektu byly zaměřeny především na osvětu veřejnosti a spolupráci s řemeslníky, drobnými výrobci a zemědělci. *„Společně s nimi jsme se snažili o to, aby mezi lidmi byl zájem o regionální výrobky a abychom lidem pomohli se zorientovat mezi místními značkami. Domníváme se, že se nám to nakonec společně se studenty zlínské univerzity, kteří pomáhali s marketingem, podařilo,“* řekla předsedkyně Lísky Iva Koutná.

Díky projektu se řemeslníci a místní výrobci navíc vzájemně poznali, někteří z nich začali i spolupracovat mezi sebou a především si předali velmi cenné zkušenosti. Vyvrcholením dvouletého snažení bylo i jejich společné setkání ve Zlíně, kde si lidé na menším jarmarku mohli prohlédnout jejich výrobky či služby a zjistit, jaké rozmanitosti nabízí lidem náš malebný region.

Projekt se skládal z několika částí. V první fázi proběhla soutěž o titul regionálního výrobce podporující místní udržitelnou ekonomiku ve Zlínském kraji. V této soutěži ohodnotila Líska v několika kategoriích výrobce i řemeslníky. Za odměnu někteří z nich dostali i návrh marketingové strategie, které v rámci studia připravili studenti Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. *„Díky tomuto projektu vznikla velmi zajímavá, a pro nás pevná, spolupráce s univerzitou. Studenti se úkolů zhostili naprosto perfektně, pro vybrané řemeslníky a producenty byly jejich studie velkým přínosem. Z několika měsíční spolupráce v mnohých případech vznikla i dlouhodobá přátelství a studenti s marketingem výrobcům nadále pomáhají,“* přiblížila dopad Iva Koutná.

Podobně spolupráci hodnotila i ředitelka Ústavu marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně Olga Jurášková: *„Studenti odvedli skvělou práci. Dotkli se ve svých studiích zajímavých témat a vyzkoušeli si jinou oblast marketingu.“* Univerzita, především její odborníci, se postarala také o vzdělání. Pro výrobce oceněné v soutěži se konal jednodenní kurz s úvodem do oblasti marketingu, „zeleného“ marketingu, udržitelného rozvoje a místní produkce. Společně s lektory a studenty univerzity si následně řemeslníci a výrobci byli schopni vytvořit individuální marketingový plán a plán komunikace se zákazníky.

Součástí projektu Poctivě vyrobené byly také dva průzkumy. První z nich byl zaměřen na spotřebitele, ve druhém průzkumu Líska zjišťovala potřeby výrobců, pěstitelů, chovatelů a řemeslníků. „Výsledky jsou v obou případech u některých dotazů velmi překvapivé, ve vybraných otázkách jsme se jen utvrdili v obecném podvědomí o tradičních produktech a produkci,“ upřesnila koordinátorka průzkumů Michaela Mitáčková.

U prvního průzkumu odpovídaly na dotazy převážně ženy, z větší části ve věku do 35 let. Téměř 80 procent tazatelů zná ve svém okolí tradičního regionálního producenta. A téměř všichni dotazovaní vědí, kde si tradiční regionální výrobky zakoupit. Podle šetření upřednostňují osobní prodej a prodej zboží na jarmarcích a trzích. Ani ztráta tradičního označení produktu by zákazníky neodradila od dalšího nákupu. Obecně lidé nejvíce vyhledávají regionální potraviny (mléko, máslo, maso apod.) a produkty ekologického zemědělství.

Druhý průzkum byl učiněn prostřednictvím osobního dotazování u regionálních producentů. Zástupci Lísky se podrobně dotazovali především na oblasti, které se pojí s jejich činností - obchod, legislativa, marketing, logistika, prodej apod. Mezi dotazovanými byli drobní řemeslníci a producenti, ale také úspěšní regionální výrobci a farmáři. Nenašel se snad ale vůbec nikdo, kdo by si na nic ve svém počínání nestěžoval. Obecně platí, že regionální producenty velmi zatěžuje byrokracie spojená s podnikáním. Některým chybí zase marketingová podpora, nebo kvalitní obchodní kanály.

Mezi další aktivity pak patřily nejrůznější osvětové akce a kampaně. Lidé se s činností místních řemeslníků a producentů mohli seznámit během dnů otevřených dveří, na jarmarcích nebo prostřednictvím propagačních materiálů a dalších tiskovin. Vydány byly také speciální noviny a vznikly velmi zajímavé spoty, které jsou ke zhlédnutí na webových portálech.

Více o projektu na <http://www.liska-evvo.cz/doc/poctive-vyrobene>

Kontaktní osoba:

Mgr. Iva Koutná, koutna.iva@seznam.cz, telefon: 605806840