

„Rozvoj podnikání III - Vzdělávání v oblasti tradičních řemesel“

Lektor: Ivo Procházka

Bauerova vila, Libodřice

10.12. 2010



Řemesla - překonaná záležitost?

Stroje začaly v 19. století nahrazovat řemeslnou výrobu, přinesly nejen neobyčejné zvýšení produktivity práce, ale i změny životního rytmu všude tam kde vznikala tovární výroba.

Rozvoj vědeckých výzkumů a jejich praktická aplikace vytvářely kvalitativně vyšší stupeň civilizace, v níž tradiční řemeslná práce byla stále méně schopná vzdorovat tovární velkovýrobě. Stala se kulturním dědictvím, které zahrnuje širokou škálu nehmotných i hmotných prvků, myšlenek a výsledků tvořivé činnosti předchozích generací.

Čím je společnost vyspělejší, tím větší jsou její potřeby i možnosti poznávat a aktualizovat všechny složky tohoto dědictví.

Tradiční řemeslné technologie a znalosti a dovednosti výrobců přispívají k obohacení kultury a způsobu života současnosti.

Tradiční řemesla od minulosti po současnost

Práce řemeslníků a lidových výrobců stala v druhé polovině 19. století předmětem státní politiky zaměstnanosti a předmětem zvelebovacích snah. Po zrušení cechovního zřízení, po vydání živnostenského řádu v roce 1859 a po vydání zákona o družstevnictví v roce 1873 následovalo v roce 1879 založení Školského ústavu pro domácí průmysl s pobočkou v Praze. Důležitá byla i novelizace živnostenského řádu z roku 1883, která vytvořila podmínky pro zřizování odborných škol a živnostenských škol pokračovacích.

Novodobý zájem o tradiční řemesla, zejména o jejich komercializaci, vyústily v zakládání prvních organizací zaměřených na zachování a zvelebování řemesel a práce vesnických výrobců. Vývoj těchto organizací byl podmíněn nejen společenskými potřebami, ale i zájmy a schopnostmi jejich organizátorů. Vedle družstev jako byla pražská Zádruha (založená 1900) nebo brněnská Moravská ústředna pro lidový průmysl (založená 1909), vznikaly další organizace s ambicemi na vyšší cíle: Artěl (1908-1934) a zejména Svaz českého díla (1914-1948) a jeho Krásná jizba (1927-1948).

Družstva se věnovala hlavně výkupu a prodeji krajkářských a vyšivačských prací, keramiky, kraslic a dalších drobných výrobků. S podporou živnostenských úřadů

spolupořadatelem výstavy Umění v módě a na 1. Mezinárodní výstavě dekorativních umění v roce 1923 v Miláně měl v rámci československé účasti samostatný stánek. Svaz českého díla vznikl v roce 1914 a jeho prvním předsedou byl architekt Jan Kotěra. Činnost této organizace znemožnila válka a byla obnovena v roce 1920, kdy se stal předsedou architekt J. Gočár. Členy předsednictva tohoto výběrového spolku byli Pavel Janák, Vratislav H. Brunner, Fr. Kysela nebo Dušan Jurkovič. Cílem spolku bylo prosazovat kulturnost bydlení prostřednictvím kvalitních výrobků. Svaz českého díla si postavil v roce 1936 na Národní třídě vlastní Dům uměleckého průmyslu a usiloval stát se střediskem, které by zprostředkovávalo využití výtvarných návrhů ve výrobě. Významná byla i jeho osvětová práce zejména pořádáním výstav a vydáváním katalogů a sborníků zaměřených především na bydlení. Byl také hlavním organizátorem československé účasti na Mezinárodní výstavě dekorativních umění v Paříži v roce 1925 a výrazně se podílel na Výstavě soudobé kultury v roce 1928 v Brně.

K propagaci cílů organizace přispěla prodejna předmětů bytového zařízení - Krásná jizba, od roku 1936 umístěná v Domě uměleckého průmyslu na Národní třídě. Jejím prvním vedoucím od roku 1927 byl malíř Emanuel Frinta, ale pevný program dával Krásné jizbě od roku 1929 Ladislav Sutnar, který na dlouhou dobu ovlivnil funkcionalisticky zaměřenou tvorbu svítidel, skla, keramiky, předmětů pro stolování a různých bytových doplňků jak podle vlastních návrhů, tak podle návrhů L. Smrčkové, A. Meteláka nebo A. Kybala. Prodejnu doplňoval i produkcí ze zahraničí, zejména z Bauhausu. Krásná jizba se stala příkladem i pro několik dalších prodejen se stylově náročným sortimentem jako byl například v Brně Magazin Aka nebo v Praze Topičův salon.

O zvelebovací činnost se v době první republiky staraly Obchodní a živnostenské komory a ústavy pro zvelebování živností, které se snažily podporovat řemesla, podomáckou výrobu a vznikající družstva, popřípadě organizovat odbyť jejich výrobků. Zvláštní situace nastala v době druhé světové války, kdy některé organizace přestaly existovat a mnoho vedoucích osobností - pokud nebyly zatčeny okupanty - se stáhlo do různého ústraní, za něž lze v té době pokládat i zlínskou Školu umění, na jejíž půdě se setkávaly už tehdy se rozlišující proudy moderního výtvarného myšlení, které u nás podnítil příklad někdejšího Bauhausu. Tyto proudy směřovaly jednak k průmyslovému návrhářství, reprezentovanému například prvními modely strojů Vincence Makovského, jednak k lidové řemeslné a umělecké výrobě, jejíž zvelebovací zásady formulovali ve spolupráci s etnografy další učitelé školy jako byl například Ing. arch. Vladimír Bouček.

A tak z nejrůznějších podnětů, zkušeností a představ o poválečném rozvoji lidových

profesní sdružení různých oborů lidových řemesel, avšak bez moderního marketingu nemohou obstát v soudobých tržních podmínkách.

Výrobky lidových řemesel a lidové umělecké výroby jsou dnes exkluzivním doplňkem bydlení nebo odívání, jehož rámec tvoří průmyslová výroba, a také významným zdrojem pro potřeby turistického ruchu.

Předměty z přírodních materiálů vyráběné tradičními technologickými postupy dnes představují nezanedbatelnou část národních nebo regionálních tradic. Úplným zrušením Ústředí lidové umělecké výroby jako jediné organizace, zajišťující komplexně péči o tuto část kulturního dědictví, ztratil stát možnost prosazovat své zájmy v této oblasti a také partnera pro podobné organizace ve státech Evropské Unie, organizované například v European Federatin Folk and Crafts.

Regionální značení produktů

Každý region v České republice má svůj vlastní neopakovatelný charakter, daný přírodním bohatstvím, kulturou a staletými tradicemi jeho obyvatel. Také výrobky a produkty pocházející z určité oblasti nesou část tohoto charakteru – je do nich vložena práce tamních řemeslníků a zemědělců i část jejich duše.

Zásady pro udělování a užívání značky „POLABÍ regionální produkt[®]“

1. Značka „POLABÍ regionální produkt[®]“

1.1 Cíl značky

Značka „POLABÍ regionální produkt[®]“ (dále jen „značka“) byla vytvořena v rámci systému regionálních značek Domácí výroby, který rozvíjí Asociace regionálních značek, o.s. Uděluje se výrobkům spotřebního charakteru, přírodním a zemědělským produktům, které splňují certifikační kritéria.

1.2 Vzhled značky

Podoba značky je určena grafickým manuálem schváleným MAS Podlipansko, o.p.s. a ARZ.

Logo je tvořeno grafickou částí, která znázorňuje motiv lipového listu / řeky v zelené a modré barvě, doplněnou textem „POLABÍ regionální produkt[®]“ (viz obrázek).

2. Kompetence / uspořádání

2.1 MAS Podlipansko, o.p.s. - místní koordinátor značky

MAS Podlipansko, o.p.s (dále jen koordinátor) zajišťuje a koordinuje celý systém značení

v Polabí. Má právo poskytovat značku. Zodpovídá za udílení a odejímání práv k užívání značky producentům, zajišťuje komunikaci a poskytování informací uživatelů značky

a novým zájemcům. Zveřejňuje aktuální znění pravidel a kritérií pro udělování značky a také seznam udělených a odejmutých certifikátů. Zajišťuje kontrolu plnění zásad pro udělování

a užívání značky a certifikačních kritérií. Stará se spolu s ARZ o propagaci značky, a tedy výrobků, výrobců i prodejních míst. Spolu s ARZ vyhledává finanční zdroje pro fungování systému značení. Koordinuje společné aktivity uživatelů značky.

2.2 Certifikační komise

O udělení práv k užívání značky (certifikátu) pro určitý výrobek rozhoduje Certifikační komise (dále jen „komise“). Komise má 7-13 členů, a to zástupců výrobců (min. polovina členů komise) a následujících subjektů: koordinátor, ARZ, Hospodářská/Agrární komora, krajské úřady, NNO a další. Komise může přizvat další hosty (s poradním hlasem).

Komise zasedá nejméně 2x ročně, při jednáních se řídí vlastním jednacím řádem. Termíny zasedání budou zveřejněny alespoň 1 měsíc předem na stránkách www.domaci-vyrobky.cz, respektive www.regionalni-znacky.cz.

2.3 Asociace regionálních značek, o.s.

Asociace regionálních značek, o.s. (ARZ) zajišťuje koordinaci systémů značení místních výrobků na národní úrovni – tzv. systém Domácí výroby. Pomáhá

3.1 Proces udílení certifikátu

Držitelem certifikátu může být právnická i fyzická osoba. Certifikát bude udělen, jestliže výrobek i jeho výrobce splní certifikační kritéria. Certifikační komise však může 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, koordinátora nebo systému Domácí výroby.

Zájemce o značku (výrobce) obdrží od koordinátora formulář žádosti o značku, který vyplní a odevzdá koordinátorovi společně se vzorkem výrobku, případně dodá vzorek výrobku k datu zasedání Certifikační komise. Vzorek výrobku bude na požádání výrobce vrácen.

V případě, že není možné předložit vzorek výrobku Certifikační komisi, nebo nastanou pochybnosti o kvalitě předloženého výrobku, bude výrobek posouzen třemi pověřenými členy Certifikační komise přímo na místě u výrobce. Výrobce umožní přístup členů komise do provozovny. Výrobce se může zúčastnit jednání Komise.

Koordinátor zkontroluje formální správnost a úplnost vyplněné žádosti a případně požádá výrobce o její doplnění nejpozději do 15 dnů po jejím obdržení.

Žádost se podává pro konkrétní výrobek nebo jednotně definovanou skupinu výrobků, kde všechny výrobky shodně plní kritéria uvedená v žádosti (tj. každé kritérium musí plnit i ten „nejslabší“ výrobek ve skupině).

Pokud je výrobce již držitelem platného certifikátu pro jiný svůj výrobek, nemusí v žádosti o certifikát pro další výrobek dokládat splnění kritérií pro výrobce.

Koordinátor předá všechny žádosti Certifikační komisi alespoň 7 dní před jejím zasedáním. Komise posoudí, jestli výrobce i výrobek splňují certifikační kritéria, a rozhodne o udělení nebo neudělení certifikátu. Svá rozhodnutí sdělí koordinátorovi.

V případě kladného rozhodnutí udělí koordinátor výrobcovi certifikát pro daný výrobek a uzavře s ním smlouvu o užívání značky.

V případě záporného rozhodnutí uvědomí koordinátor výrobce a sdělí mu důvody zamítnutí žádosti.

Na udělení značky není právní nárok.

Všechny údaje uvedené v žádosti budou považovány za důvěrné a budou

uvedených v žádosti, a to písemně, nejpozději do 3 týdnů od vzniku změny. V případě závažných změn koordinátor postoupí informaci o změnách komisi, která při nejbližším zasedání rozhodne o nutnosti vystavení nového certifikátu i o tom, jestli certifikát bude vystaven.

Výrobce zajistí, aby certifikovaný výrobek byl prodáván řádně označen, a to jedním z těchto způsobů:

- začleněním značky (loga) do etikety nebo na obal výrobku na základě grafického manuálu
- označením výrobku (nebo jeho obalu) samolepkou nebo visačkou se značkou, kterou si zakoupí od koordinátora za režijní cenu
- v případě výrobků, které nelze jednotlivě značit (např. pečivo), budou způsob a podmínky značení stanoveny individuálně po dohodě koordinátora s výrobcem, např. označením prodejního pultu či regálu apod.

Koordinátor může s výrobcem individuálně dojednat zvláštní podmínky, např. pokud výrobce nemá zájem značit část své produkce určenou pro specifické odběratele. Tyto požadavky by se měly objevit již v žádosti o značku (ve specifikaci výrobku) a budou součástí smlouvy s výrobcem o užívání značky.

Držitel certifikátu může používat značku také dalšími způsoby dle grafického manuálu, např. na hlavičkovém papíře, reklamních materiálech, vizitkách, webových stránkách apod., spolu s textem ve smyslu „Jsme držiteli certifikátu k užívání značky (logo)“.

3.3 Kontroly

Kontrolu plnění certifikačních kritérií a zásad (např. řádné označení výrobků) provádí

a zodpovídá za ně pověřený zástupce koordinátora. Uživatel značky je povinen s touto osobou spolupracovat a poskytnout jí k nahlédnutí potřebné dokumenty nebo umožnit přístup do provozovny.

Z kontroly bude proveden zápis.

Všechny skutečnosti zjištěné při kontrole budou považovány za důvěrné a budou použity pouze pro účely certifikace výrobků; koordinátor i komise budou postupovat v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, a se zákonem č. 148/1998 Sb., o ochraně utajovaných skutečností

Poplatek je hrazen při předání certifikátu a je příjmem koordinátora.

4.2 Poplatek za užívání značky

Pro částečné pokrytí nákladů na marketing, propagaci a prezentaci značky hradí její uživatelé roční poplatek za užívání značky v následující výši:

- drobní živnostníci (OSVČ) bez zaměstnanců: 500,- Kč
- firmy s méně než 10 zaměstnanci nebo neziskové organizace: 1 000,- Kč
- firmy s 10 a více zaměstnanci: 2 000,- Kč

Poplatek je hrazen (hotově nebo převodem na účet) vždy v plné výši. Poplatek za první rok bude uhrazen spolu s registračním poplatkem při podpisu smlouvy. Poplatek za druhý rok bude uhrazen do jednoho měsíce po uplynutí prvního roku užívání značky.

Pro stanovení výše poplatku je rozhodující počet zaměstnanců k tomuto datu.

Poplatek je příjmem koordinátora.

5. Prezentace značky

Pro značku bude zajištěna jednotná prezentace a marketing, a to zejména těmito způsoby:

- prezentace v médiích na mezinárodní, národní i regionální úrovni
- vytvoření katalogu výrobků a jeho pravidelná aktualizace
- vytvoření informačního letáku aj. tiskovin
- webová prezentace, případně elektronický obchod
- prezentace výrobců, výrobků a značky na regionálních i národních akcích (jarmarky, veletrhy cestovního ruchu apod.)

6. Prodejní místa

Místa prodeje certifikovaných výrobků se mohou stát oficiálními prodejními místy, která mají právo nést speciální označení (samolepku, certifikát, plakát apod.)

s logem značky a textem ve smyslu „Zde prodáváme originální výrobky POLABÍ“.

Oficiální prodejní místa jsou propagována spolu s výrobky na internetových stránkách www.domaci-vyroby.cz, resp. www.regionalni-znacky.cz, případně

označení získat pouze obchod prodávající převážně certifikované výrobky.
IC Středočeského kraje v Praze – také (výjimka).

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

Míra propagace jednotlivých prodejních míst bude záležet na možnostech koordinátora a také na tom, do jaké míry plní podmínky (počet certifikovaných výrobků, plnění doporučení atd.)

7. Užívání značky dalšími subjekty

Značku mohou používat na základě smlouvy s koordinátorem i další subjekty (instituce státní správy, samosprávy, nevládní organizace apod.) sídlící v regionu, které tak mohou podpořit propagaci nebo dobré jméno značky.

Značka může být v tomto případě umístěna na informačních a propagačních materiálech subjektu, na internetových stránkách (s odkazem, prolinkem na oficiální stránky projektu značení), hlavičkových papírech apod., a to s doprovodným textem ve smyslu: „Podporujeme místní výrobky označené touto značkou“.

O možnosti a podmínkách užívání značky bude jednat koordinátor s každým subjektem individuálně.

8. Postup při porušení zásad

Při zjištění porušení zásad nebo certifikačních kritérií vyzve koordinátor uživatele značky k nápravě v přiměřené lhůtě nebo rozhodne o odebrání certifikátu. Rozhodnutí o odebrání certifikátu potvrdí komise při nejbližším zasedání. Detailní postup bude řešen ve smlouvě s výrobcem.

Po odejmutí certifikátu zaniká právo na užívání značky, uživatel nemá nárok na vrácení zaplacených poplatků.

Při neoprávněném užití značky bude postupováno soudní cestou.

1) Místní subjekt

- a) Živnostník, firma, organizace s provozovnou v Polabí (v hranicích Turistické oblasti Polabí, viz příložená mapa a seznam obcí).

Způsob ověření: předložení kopie živnostenského listu, výpisu z rejstříku firem, registrace organizace. Nemá-li subjekt provozovnu, určující je adresa v živnostenském listu.

- b) Zemědělec hospodařící na území Polabí (v hranicích Turistické oblasti Polabí, viz příložená mapa a seznam obcí).

Způsob ověření: předložení kopie výpisu z katastru nemovitostí nebo nájemní smlouvy nebo výpis z ústřední evidence Svazu chovatelů ČR.

- c) Včelař, jehož včelstva jsou umístěna v Polabí (v hranicích Turistické oblasti Polabí, viz příložená mapa a seznam obcí).

Způsob ověření: předložení potvrzení o umístění včelstev.

2) Kvalifikace pro příslušnou výrobu

Výrobci musí mít platný živnostenský list pro danou výrobu, zemědělci musí mít živnostenský list nebo být vedeni v evidenci místně příslušného obecního úřadu obce s rozšířenou působností, včelaři, kteří vlastní do 40 včelstev musí mít průkaz člena Českého svazu včelařů.

Způsob ověření: předložení kopie uvedených dokumentů.

3) Bezdlužnost

Žadatel o značku deklaruje, že na jeho firmu není vyhlášen konkurz, nemá nedoplatky na daních ani sociálním a zdravotním pojištění a není proti němu vedeno řízení ze strany České obchodní inspekce.

Způsob ověření: čestné prohlášení žadatele.

Žadatel při své podnikatelské činnosti nepoškozuje životní prostředí ani jeho složky nad míru stanovenou platnými právními předpisy¹ a podle svých technických a finančních možností dodržuje (nebo bude v budoucnu dodržovat) zásady šetrnosti vůči životnímu prostředí:

- šetrné nakládání s vodou – úsporné chování, zařízení na úsporu vody, oddělené užívání užitkové a pitné vody (kde je to technicky možné), použití šetrných (biologicky odbouratelných) čisticích prostředků, náležitě zneškodňování odpadních vod
- šetrné nakládání s energií – úsporné chování, využití energeticky efektivních spotřebičů (třídy A nebo B), úsporných žárovek, efektivní vytápění (regulace topení, nižší teplota v neobývaných prostorách), zateplení budov, snaha využívat obnovitelné nebo alternativní zdroje energie (kde je to technicky možné)
- odpady – minimalizace odpadů a obalů, důsledné třídění odpadů (zejména papír, plasty, sklo a nebezpečný odpad, případně kompost)
- materiál, suroviny – preference znovuvyžitelných, recyklovatelných a recyklovaných materiálů (i pro obaly), užívání místních surovin, minimalizace nakládání s nebezpečnými látkami (toxické, hořlavé, rakovinotvorné apod.) a jejich řádné zneškodňování
- zemědělci – minimalizace chemických přípravků (hnojiv, pesticidů apod.), etické zacházení se zvířaty

Proti žadateli není vedeno řízení ze strany České inspekce životního prostředí.

Způsob ověření: čestné prohlášení žadatele; Certifikační komise posoudí plnění zásad šetrnosti, v pochybnostech možné vyjádření orgánu ochrany přírody.

B. Kritéria pro výrobek:

1) Spotřební zboží, zemědělské a přírodní produkty nebo umělecká díla vyrobená v Polabí

Pro posouzení charakteru výrobku Certifikační komisí předloží žadatel vzorek výrobku, kde to není možné nebo vhodné, předloží fotografii, popis apod.

V případě, že určité fáze výroby výrobku probíhají mimo Polabí, posoudí Certifikační

Žadatel o značku zaručuje, že výrobek splňuje všechny předpisy a normy, které jsou pro něj stanoveny.

Způsob ověření: čestné prohlášení žadatele, posouzení kvality Certifikační komisí.

3) Šetrnost k přírodě

Výrobek ani jeho obal nepoškozují životní prostředí, jeho složky ani zdraví lidí nad míru stanovenou platnými právními předpisy², a to v žádné fázi svého životního cyklu (výroba, používání, likvidace), a podle technických a ekonomických možností splňují (nebo budou v budoucnu splňovat) zásady šetrnosti vůči životnímu prostředí:

- materiál – přednostně z recyklovaných, recyklovatelných nebo znovupoužitelných materiálů, biologicky odbouratelných, přednostně z místních surovin, minimalizace nebezpečných látek
- obal – co nejúspornější, pokud možno vratný nebo recyklovatelný
- charakter výrobku – výrobek není svým charakterem nešetrný vůči životnímu prostředí nebo lidskému zdraví, výrobek není určen na jedno použití (ve smyslu alternativy k obdobným výrobkům s dlouhodobým využitím)

Způsob ověření: čestné prohlášení žadatele; Certifikační komise posoudí plnění zásad šetrnosti, v pochybnostech možné vyjádření orgánu ochrany přírody.

4) Jedinečnost spojená s regionem:

Výrobek musí být jedinečný ve svém vztahu k Polabí. Toto kritérium lze splnit dosažením nejméně 10 bodů v celkovém součtu bodů získaných v následujících pěti sub-kritériích:

a) Tradiční Polabský výrobek

Výrobek nebo výrobní technologie nebo firma existuje v Polabí:

5 let nebo méně	➔	bodů:	0
-----------------	---	-------	---

Způsob ověření: předložení písemného dokumentu nebo historického pramene, který existenci výroby, technologie nebo firmy dokazuje.

b) Produkt z místních surovin

Výrobek je vyroben alespoň částečně z místních surovin, tedy surovin pocházejících z území Polabí (přesné hranice viz příložená mapa). Suroviny uvedené jako místní nesmí být nikdy nahrazovány, míseny nebo kombinovány s jinými surovinami.

Výrobek obsahuje:

méně než 10 % místních surovin	→ body:	0
10-34 % místních surovin	→ body:	1
35-59 % místních surovin	→ body:	2
60-74 % místních surovin	→ body:	3
75-99 % místních surovin	→ body:	4
pouze místní suroviny (téměř nebo úplných 100 %)	→ body:	5

Procentní zastoupení se může týkat hmotnosti výrobku, objemu, počtu jednotlivých součástí apod., záleží na charakteru výrobku; do hodnocení není zahrnut obal výrobku. Do výpočtu se nezahrnují nezbytné vedlejší přísady, které v daném regionu nelze získat (např. sůl).

Určité potraviny a produkty musí v této části získat 5 bodů, tedy splnit 100% zastoupení místních surovin. Jedná se o: med, mléko, vejce, maso, ovoce/zeleninu, minerální vodu, byliny aj. čisté přírodní produkty.

Způsob ověření: předložení popisu výrobku a seznamu použitých surovin s udáním místa původu; Certifikační komise posoudí procentní zastoupení.

c) Ruční, řemeslná nebo duševní práce

Výrobek je vyráběn alespoň z části ručně, řemeslnou nebo duševní prací. Takovou prací se zde rozumí to, že řemeslník/autor vnáší do každého výrobku/díla vlastní osobitost – každý kus je originál. Při takové výrobě může např. řemeslník používat nejrůznější nástroje a přístroje (např. i s elektrickým pohonem), pokud výsledný produkt závisí na jeho řemeslné zručnosti.

Mezi výrobními postupy je následující podíl ruční / řemeslné / duševní práce:

uležení, tuhnutí apod.). U produktů duševní práce se započítává doba práce autora (nikoli jen výroba nosiče díla – jako např. knihy nebo CD).

Způsob ověření: posouzení Certifikační komise podle popisu výrobního postupu.

d) Díla s hlavním motivem Polabí / výrobky specifické pro Polabí

U uměleckých děl (dekorační, upomínkové a propagační předměty, fotografie, knihy, tiskoviny, apod.) může k jedinečnosti přispět jejich hlavní motiv nebo obsah, jestliže souvisí s regionem:

Motiv vůbec nesouvisí s regionem (letadlo, slon...)	➔ body:	0
Motiv souvisí s regionem, ale není specifický - zcela obecně příroda, venkovský život (kočka, pampeliška, chalupa)	➔ body:	1
Přírodní či venkovský motiv, který souvisí s něčím charakteristickým pro region (jabloň, lidové stavení, řeka)	➔ body:	3
Motiv přímo z regionu – konkrétní krajina hora, řeka, město, památka, osobnost, legenda apod.	➔ body:	4
Motiv přímo z regionu včetně popisu/vysvětlení/nadpisu	➔ body:	5

Užitný výrobek či produkt může získat body za svoji specifičnost pro Polabí:

Výrobek vůbec nesouvisí s regionem (letadlo, mobil, desinfekce...)	➔ body:	0
Zemědělský/přírodní produkt nebo užitný výrobek, který souvisí s životem na venkově (chleba, mrkev, pivo, hrneček...)	➔ body:	1
Zemědělský/přírodní produkt nebo užitný výrobek, který souvisí s něčím charakteristickým pro region (např. ovoce, minerální voda)	➔ body:	3
Výrobek je pro region zcela typický a jinde se nevyrábí (jako např. Štramberské ucho pro Beskydy, Hořické trubičky pro Podkrkonoší, Vamberecká krajka pro Orlické hory)	➔ body:	5

Jsou-li užitné výrobky díky zpracování spíše uměleckými díly (motiv a umělecké zpracování převažují významem nad užitnými vlastnostmi), lze je hodnotit podle stupnice pro díla s motivem. To platí i pro suvenýry a reklamní předměty určené

e) **Výjimečné (nadstandardní) vlastnosti výrobku**

Výrobek svou kvalitou nebo jinými výjimečnými vlastnostmi dobře reprezentuje region.

Kvalita výrobku bude posouzena certifikační komisí na základě vzorku výrobku (v odůvodněných případech na základě fotografie nebo popisu vlastností výrobku v žádosti). Komise udělí podle vlastního uvážení 0 až 5 bodů.

Certifikační komise bude posuzovat výrobek (vč. obalu) z hlediska preciznosti zpracování, funkčnosti, originality a osobitosti, estetických a smyslových vlastností (vůně, chuť apod.) a šetrnosti vůči životnímu prostředí (ve srovnání se standardem u daného druhu výrobku).

Jestliže výrobek získal ocenění pro svoji kvalitu či inovaci, popř. šetrnost vůči životnímu prostředí, získává automaticky min. 3 body. Jestliže se jedná o české (národní) nebo evropské certifikáty kvality a/nebo šetrnosti vůči životnímu prostředí (EŠV, Czech made, norma Český med, BIO, ISO, Flower, Nositel tradice, KlasA), získává výrobek automaticky 5 bodů (plný počet).

Jestliže je výrobek vyráběn v chráněné dílně nebo handicapovanými spoluobčany, získává min. 3 body.

Způsob ověření: předložení vzorku výrobku (v odůvodněných případech jen fotografie výrobku) a písemného popisu výjimečných vlastností výrobku, případně kopie certifikátů nebo ocenění

Certifikační komise má právo zamítnout udělení značky výrobku, který je v rozporu s cílem značky a odporuje morálním a etickým zásadám, obecnému estetickému cítění nebo by mohl jinak poškodit dobré jméno značky, koordinátora nebo systému Domácí výrobky.

Situace v oblasti tradičních řemesel ve Středočeském kraji a jejich podpora

Ve Středočeském kraji vzniká pestrá paleta výrobků, které jsou spojeny s tradicí a umem místních lidí, jsou velmi kvalitní a šetrné vůči přírodě a životnímu prostředí. Výrobky a produkty pocházející z této oblasti nesou část tohoto charakteru – je do nich vložena práce zdejších řemeslníků a zemědělců i část jejich duše. Z důvodů jak ekonomických, tak konkurenčních dochází k zániku tradičních řemesel a typických výrobků. Malovýrobci nemají potřebné nástroje a prostředky k účinné propagaci svých výrobků.

V současné době se hledají nové způsoby, jak dosáhnout nárůstu domácího cestovního ruchu.

Stále náročnější turisté chtějí poznat nejen přírodu a historii navštíveného regionu, ale i místní tradice, zažít specifika regionu a přivést si vzpomínku na svůj pobyt.

MAS Podlipansko pro turisticky region Polabí zavedlo značku Polabí regionální produkt, která garantuje původ, originalitu a vazbu výrobků na náš region a zároveň slouží ke zviditelnění místní produkce.

Značka „POLABI regionální produkt“ byla v roce 2008 vytvořena v rámci systému regionálních značek Domácí výrobky, který rozvíjí Asociace regionálních značek, o.s. Uděluje se výrobkům spotřebního charakteru, přírodním a zemědělským produktům, které splňují certifikační kritéria. Jejím cílem je zviditelnit region a využít jeho socio-ekonomických výhod. Značka má podpořit místní producenty, kteří v tomto přírodně hodnotném, zdravém území hospodaří šetrně, tradičně a v souladu se zájmy ochrany přírody. Dalším cílem značky je přispět k udržitelnému cestovnímu ruchu zkvalitněním rekreačního zážitku turistů. V rámci projektu vznikne síť prodejních míst, která budou využívat styl značení pro zviditelnění značených regionálních výrobků a produktů. Zároveň budou informovat o celém systému značení a jeho přednostech.

Cíle a přínosy projektu, cílové skupiny:

Cíle projektu

- poskytnout podporu malým firmám a drobným výrobcům cílenou propagací
- podpořit rozvoj tradičních řemeslných a průmyslových odvětví regionu
- vytvořit trvalé vazby mezi výrobcí a prodejci, za účelem vytvoření nabídky pro

- nabídka kvalitních místních produktů turistům připomínající jejich pobyt v daném regionu
- podpora rozvoje turistiky v regionu
- efektivní propagace regionu → Středočeského kraje → České republiky

Cílové skupiny

- výrobci regionálních produktů
- prodejci a prodejní místa
- tuzemští i zahraniční návštěvníci
- místní obyvatelé

Výchozí situace:

Značka „POLABI regionální produkt“ byla v roce 2008 vytvořena v rámci systému regionálních značek Domácí výrobky, který rozvíjí Asociace regionálních značek, o.s. (ARZ). Zavedení značky a vytvoření její grafické podoby bylo financováno z projektu „Vandrování Podlipanskem“, který byl spolufinancován Evropskou unií a statním rozpočtem ČR.

O udělení práv k užívání značky (certifikátu) pro určitý výrobek rozhoduje Certifikační komise., složená ze zástupců výrobců a zástupců dalších společností např z hospodářské/Agrární komory, krajského úřadu, NNO atd.

Prezentace a propagace na www.domaci-vyrobky.cz, formou prezentací na seminářích a školeních, prodejem značených výrobků jejich výrobci na trzích, jarmarcích a v Turistickém informačním centru v Poděbradech.

Zdůvodnění potřeby realizace projektu:

Z dotazníkového šetření, které provedla Asociace regionálních značek v rámci projektu „Sdílení zkušeností a vytvoření mezinárodní platformy v oblasti podpory regionálních produktů“, ve kterém certifikovaní výrobci hodnotili přínos značky pro jejich výrobky a zároveň dávali podněty na zlepšení způsobu propagace vyplynulo, že většina výrobců vidí jako nejlepší způsob propagace noviny "Dona v ...", dále pak webová prezentace, prezentace v médiích, tiskoviny ARZ a jednotné značení stánků na různých akcích.

Z tohoto důvodu je potřeba rozšířit propagaci dle vzoru ostatních regionů zapojených

- V rámci projektu vzniknou oficiální prodejní místa, která přiblíží domácí výrobky jak místním obyvatelům, kteří budou moci podpořit své výrobce, tak návštěvníkům regionu.
- Vydané tiskoviny budou distribuovány do vzniklých oficiálních prodejních míst, všech informačních center Polabí a infomíst Podlipanska a nabídnou tak možnost poznat regionální výrobky i návštěvníkům těchto míst.
- Pro propagaci budou využity veletrhy cestovního ruchu (RegionTour, Regiony, Země živitelka).

Co to jsou fondy Evropské unie?

Fondy EU představují hlavní nástroj realizace evropské **politiky hospodářské a sociální soudržnosti**. Právě jejich prostřednictvím se rozdělují finanční prostředky určené ke snižování ekonomických a sociálních rozdílů mezi členskými státy a jejich regiony.

Evropská unie disponuje třemi hlavními fondy:

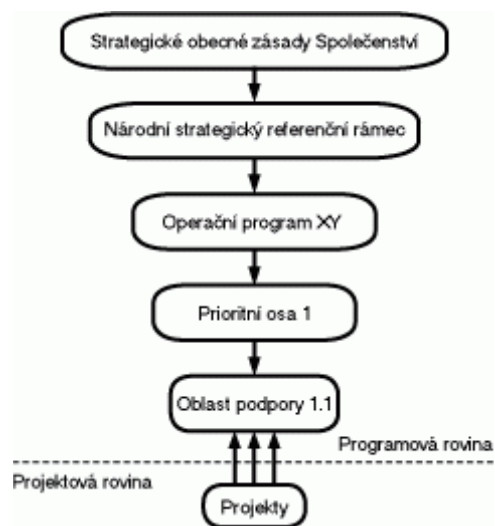
- **Strukturální fondy:**
 - Evropský fond pro regionální rozvoj (ERDF)
 - Evropský sociální fond (ESF)
- **Fond soudržnosti (FS)**

Kolik může ČR z evropských fondů získat?

Na právě probíhající programové období 2007—2013 má ČR z evropských fondů k dispozici 26,69 miliard eur. Abychom si mohli udělat představu, jak velkou sumu to představuje, lze ji přirovnat přibližně ke třem čtvrtinám ročního státního rozpočtu ČR.

Jak se finanční podpora z EU získává?

jsou u tematicky zaměřených OP resortní ministerstva; u územně vymezených OP regionální rady regionů soudržnosti, což jsou územní celky odpovídající jednomu nebo více českým krajům zřízené za účelem přijímání dotací z evropských fondů.



Projekt je dokumentem dokládajícím, jak aktivity žadatele přispějí k cílům stanoveným v operačním programu a tím i k uskutečňování evropské politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Žadatel proto musí znát prováděcí dokumenty operačního programu a řídit se jeho prioritními osami. Řídící orgány operačních programů vyhláší pravidelně časově vymezené výzvy k předkládání projektů v rámci jednotlivých prioritních os a oblastí podpory. Sledovat výzvy je nejsnazší na internetových stránkách operačních programů.

Kdo může žádat o peníze?

Projekty mohou předkládat obce, kraje, ministerstva, podnikatelé, vlastníci dopravní infrastruktury, neziskové organizace, školy, výzkumná centra a další.

sběru odpadů, investiční podpora vzdělávacích, poradenských a informačních center environmentálního vzdělávání apod.

Rozvoj měst a obcí, přeshraniční spolupráce

Např. úpravy veřejných prostranství, včetně výsadby okrasné zeleně, infrastruktura pro poskytování sociálních, vzdělávacích a zdravotnických služeb, infrastruktura pro poskytování zájmových a volnočasových aktivit, přeshraniční spolupráce v oblasti rozvoje mezilidských vztahů, společenských a kulturních aktivit, regenerace bytových domů apod.

Rozvoj cestovního ruchu

Např. rozvoj kapacit ubytovacích zařízení, vybudování, rekonstrukce a obnova skanzenů, muzeí apod., budování cyklostezek a cyklotras s využitím pro cestovní ruch, prezentace turistických destinací apod.

Rozvoj lidských zdrojů

Např. rekvalifikační kurzy pro nezaměstnané, poskytování sociálních služeb, zvyšování kvality výuky cizích jazyků, vytvoření systému dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků, inovace vzdělávacích programů, vzdělávání pracovníků výzkumu a vývoje, podpora dalšího vzdělávání apod.

Zlepšování kvality služeb poskytovaných veřejnou správou a samosprávou

Např. výstavba datových sítí pro potřeby služeb veřejné správy, zavádění moderních metod zvyšování výkonnosti, kvality a transparentnosti veřejné správy apod.

Podpora podnikání, vědy a výzkumu

Např. podpora při zakládání podniků, nákupu výrobních technologií, podpora patentové aktivity podniků, vědeckovýzkumných institucí a vysokých škol, výstavba a další rozvoj existujících průmyslových parků, podpora rozvoje poradenství v oblasti eko-technologií a environmentálních systémů řízení, podpora marketingových služeb apod.

Program rozvoje venkova

Oproti období 2000 — 2006 již pod strukturální fondy nespadá podpora konkurenceschopnosti zemědělství, lesnictví a rozvoje venkova. Tyto oblasti jsou financovány prostřednictvím Programu rozvoje venkova financovaného z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD). Podrobné informace o Programu rozvoje venkova se dozvíte na stránkách Ministerstva zemědělství.

Finanční zdroje na ROP NUTS 2 SČ pocházejí **ze strukturálních fondů**, které jsou osvědčeným nástrojem pro realizaci politiky hospodářské a sociální soudržnosti **Evropské unie**, jejímž cílem je snížit rozdíly v ekonomické a sociální úrovni vyspělosti jednotlivých regionů členských států EU.

Evropské finance jsou rozdělovány prostřednictvím tzv. operačních programů. V České republice funguje 24 těchto programů, které dohromady rozdělí přibližně 26,7 miliard eur. Některé jsou tematicky zaměřené, např. na dopravu nebo životní prostředí, tyto programy mají na starosti jednotlivá ministerstva. Dále existuje **sedm tzv. Regionálních operačních programů**, z nichž jeden určený pro Střední Čechy. Doposud jsme neměli příležitost obdržet z EU takové množství finančních prostředků a nepřepokládá se, že se tato možnost bude v budoucnu ještě opakovat.

Přehled prioritních os a oblastí podpory:

Prioritní osa č. 1: Doprava

Oblasti podpory:

- 1.1 Regionální dopravní infrastruktura
- 1.2 Udržitelné formy veřejné dopravy

Podpora v rámci oblasti podpory 1.1 bude zaměřena na zvýšení kapacity a zkvalitnění dopravní infrastruktury – silnic II. a III. třídy a místních komunikací.

V rámci oblasti podpory 1.2 budou podpořeny projekty zaměřené na vytvoření podmínek pro intenzivnější rozvoj veřejné dopravy prostřednictvím zvýšení komfortu pro zákazníky veřejné dopravy a dále projekty zaměřené na posílení ekologických forem dopravy včetně dopravy cyklistické.

Prioritní osa č. 2: Cestovní ruch

Oblasti podpory:

- 2.1 Podnikatelská infrastruktura a služby cestovního ruchu
- 2.2 Veřejná infrastruktura a služby cestovního ruchu
- 2.3 Propagace a řízení turistických destinací Středočeského kraje

V rámci oblasti podpory 2.1 bude podpora zaměřena primárně na budování,

po zajištění realizace pravidelných sportovních a kulturních akcí. Podpora bude výhradně orientována na marketing „přirozených“ turistických destinací a nikoliv izolovanou propagaci jednotlivých produktů nebo turistických lokalit.

Prioritní osa č. 3: Integrovaný rozvoj území

Oblasti podpory:

3.1 Rozvoj regionálních center

3.2 Rozvoj měst

3.3 Rozvoj venkova

Podpora rozvoje regionálních center (oblast podpory 3.1) je územně velmi úzce zaměřena, a to na statutární města regionu, tj. Kladno a Mladá Boleslav. Z územního hlediska může být plán zaměřen jednak plošně (řešení systémových problémů týkajících se městské infrastruktury) nebo na vybrané městské části, přičemž bude přednostně podporována obnova a revitalizace upadajících městských částí, jež vykazují vysoký podíl nevyužitých území nebo je pro ně typická koncentrace sociálních problémů ve městě.

Rozvoj měst (oblast podpory 3.2) bude zaměřen na fyzickou revitalizaci částí měst a obnovu a modernizaci infrastruktury pro veřejné služby (vzdělávací infrastruktura, zdravotnická infrastruktura, sociální infrastruktura) a infrastruktury pro volnočasové aktivity. Oblast podpory je územně zaměřena na obce s rozšířenou působností (P3).

Rozvoj venkova (oblast podpory 3.3) bude územně zaměřen na obce a města s počtem obyvatel vyšším než 500 (mimo obcí s rozšířenou působností – P3). Podpora bude směřovat na revitalizaci částí obcí a měst a na zvýšení dostupnosti a kvality veřejných služeb (viz. oblast podpory 3.2), což povede k celkovému zkvalitnění života obyvatel v těchto obcích.

Prioritní osa č. 4: Technická pomoc a absorpční kapacita

Oblasti podpory:

4.1 Řízení, kontrola, monitorování a hodnocení programu

4.2 Informovanost a publicita programu

4.3 Absorpční kapacita regionálních aktérů

V této prioritní ose bude poskytnuta podpora řídicímu orgánu při implementaci

Projekt „Vzdělávání a řemesla jako prostředek podnikání na venkově“,
realizovaný Nadací českého kubismu,
byl podpořen z Programu rozvoje venkova.

Program implementuje Státní zemědělský a intervenční fond.

ZNAČENÍ REGIONÁLNÍCH VÝROBKŮ



Využití místních výrobků pro cestovní ruch

- **místní výrobky nabízí:**
 - výjimečnost díky vazbě na region (kultura, tradice, příroda)
 - kvalitu: ruční práce, osobní přístup
- **výrobky jsou součástí charakteru, tradic, kultury regionu**
- **ekonomika regionu**



Regionální značka

– jedna z cest podpory rozvoje regionů

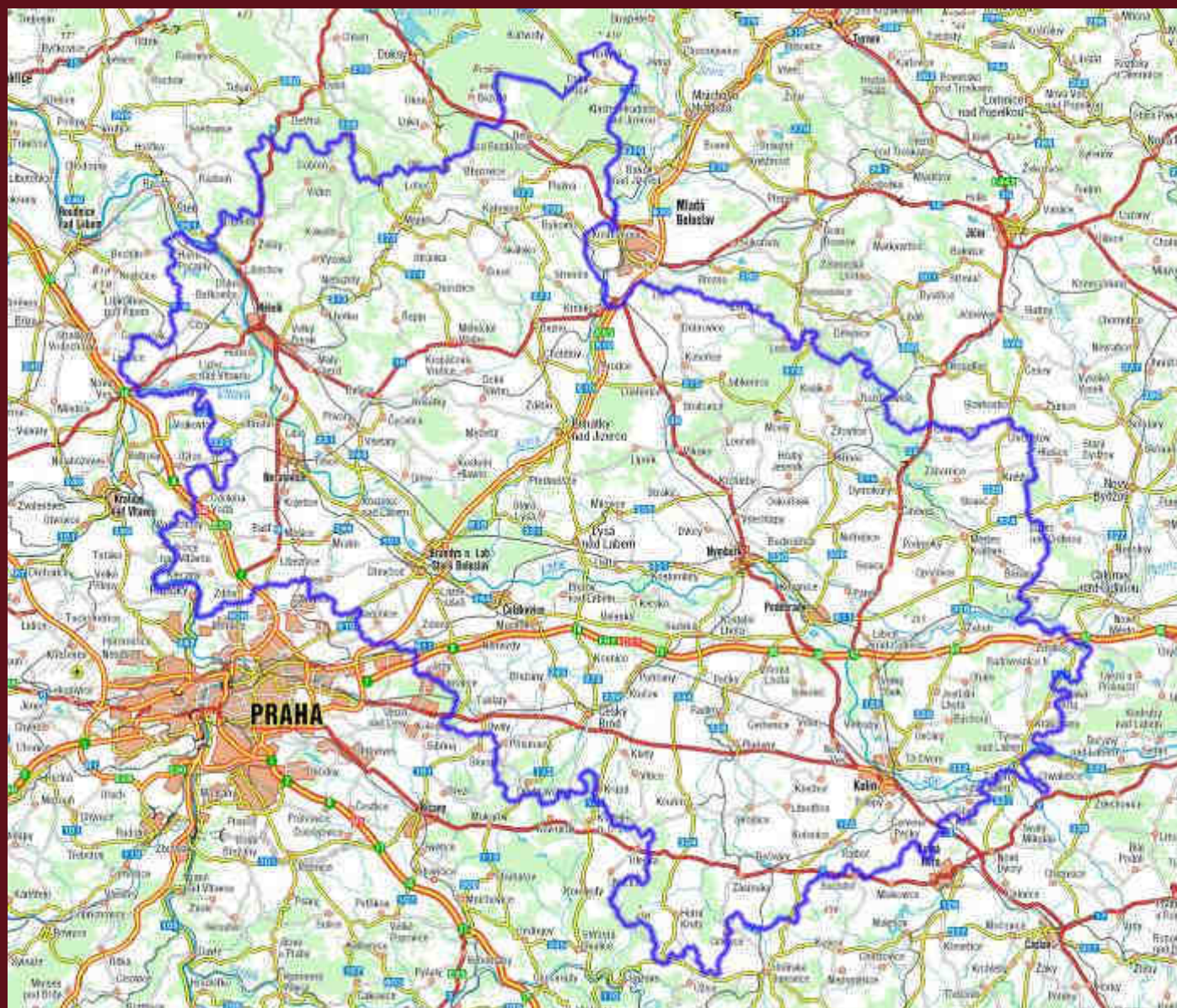


Podkrkonoší a Haná

Polabí – regionální produkt



Vymezení území



Co značka vyjadřuje?

- **původ výrobku – od místního výrobce**
- **kvalitu**
- **šetrnost k přírodě**
- **jedinečnost**
 - tradice
 - místní suroviny
 - řemeslná práce
 - motiv regionu
 - výjimečná kvalita



Čeho se značení týká?

Řemeslné výrobky

- výrobky ze dřeva, proutí, slaměné výrobky, fotografie, keramika, pečivo, šperky, papírové obaly, krajka, sklo, nábytek, ...

Potraviny a zemědělské produkty

- mléko, sýry, maso, obiloviny, víno, ovoce, zelenina, nápoje (šťávy a mošty), lesní plody, ryby, med, ...



Přírodní produkty

- léčivky, bylinné čaje, rákos pro stavební účely, extrakty z rostlin pro kosmetické účely, kompost, minerální voda, ...

Jak značka pomáhá?

- **návštěvníkovi**
- **výrobcům**
 - zvýšení prestiže výrobků v ČR i zahraničí – využití dobrého jména regionu (chráněného území)
 - reklama a propagace – zejm. v cestovním ruchu
 - nové možnosti odbytu: prodejní místa, jarmarky, e-shop, turistická informační centra...
 - sounáležitost s regionem, zapojení do dění, spolupráce, v rámci regionu (nové kontakty)
 - prezentace regionu navenek, posílení image



Propagace v regionech

- články a tiskové zprávy
- letáky, katalogy výrobků a další tiskoviny
- sezonní noviny
- společné stánky pro jarmarky
- prodejní místa v regionu



www.domaci-vyrobky.cz

Prodej originálních výrobků z Krkonoš

Sale of original products from the Giant Mountains
Verkauf der Originalprodukte aus dem Riesengebirge

Prodejní místa

- **Turistické informační centrum Poděbrady (ZPP)**
- **Předjednané**
 - Skanzen v Přerově nad Labem
 - Muzeum Keltů v Dobšicích
 - Lesní ateliér Kuba v Kersku



Propagace regionálních značek

ve spolupráci s ARZ

- **webové stránky**
- **veletrhy cestovního ruchu**
- **národní i mezinárodní trhy**
- **semináře, konference, prezentace**
- **partnerství (Czech Tourism, MŽP)**



domaci-vyrobky.cz - Polabí - Windows Internet Explorer

http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/polabi/informace.xml/regiony


Soubor Úpravy Zobrazit: Obíbené položky Nástroje Nápověda

pdf Go PDF

domaci-vyrobky.cz domaci-vyrobky.cz - Polabí

Stránka Nástroje

ÚVOD REGIONY INFO PRO VÝROBCE O PROJEKTU AKTUALITY / AKCE ODKAZY DISKuze / ANKETY KONTAKTY



POLABÍ regionální produkt



Úrodné Polabí. Kraj zlatých klasů, bohatý mlékem a strdím, který vybral praotec Čech pro svůj lid. Obce a města jsou tu přívětivá, lidé šikovní a pracovití. Polabí nabízí celou škálu výrobků, které se zde rodí, dospívají, ale nestárnou.

POLABÍ – regionální produkt®

V regionu Polabí se od roku 2008 začnou značit místní výrobky speciálním logem **POLABÍ – regionální produkt®**. Tato značka znamená, že výrobky prošly přísným procesem certifikace, který zákazníkovi garantuje jejich skutečný původ v Polabí (mapku regionu si můžete prohlédnout [ZDE](#); pdf, 485 kB).

Místní původ však není jedinou podmínkou pro udělení značky. Značené výrobky musí přispívat k dobrému jménu regionu, proto musí být také:

- dostatečně **kvalitní**
- **šetrné vůči životnímu prostředí**
- **jedinečné ve vztahu k Polabí** – vyrobené tradičními technologiemi, ručně nebo z místních surovin, výjimečně svou vysokou kvalitou

Vstup pro registrované výrobce

Jméno

Aktuality

Sdělte nám svůj názor, hlasujte v anketě!
Ke konci května 2008 bylo na webových stránkách Domácích výrobků více... »

Televizní reportáž
POLABÍ - Na 2. semináři pro zavádění značky v Pečkách byl přítomen štáb více... »

Internet 100%

Start D:\MAS Podlipansko... Microsoft PowerPoint... domaci-vyrobky.cz - ... 17:10

Certifikovaní výrobci

Intarzovaná dřevovýroba - Alois Točík, Loukonosy 47

Drátování - Lada Borecká, Krchleby 231

Med - Včelařská farma Veletov - Jana Provazníková, Veletov 20

Kovářská výroba - Stanislav Kouba, nám. Bedřicha Hrozného 7, Lysá n.L.

Hrnkové květiny - Zahradnictví Jandl, Skleníkový areál Dobré pole u Kouřimi

Kočka z Kerska – Bronislav Kuba, Lesní atelier Kuba, Kersko

Drobná dekorativní keramika – Matěj Hnátek, Klášterní Skalice 39

Ovčí sýry - Bioarma Košík, Dagmar Havlová, Košík 67

Pivo – **Pivovár Svatý Ján**, Ing.Martin Karaivanov, Polepy

Kovářské výrobky – Leo Pivoňka, Kšely 4

Keramické formy na pečení – Michal Kalfus, Říčany

Ručně malované originály z Polabí – Marcela Ptáčková, Císařská kuchyně

Podlipansko všemi smysly - turisté vítáni

Hlavní cíl projektu

- propagace regionu Podlipansko a Středočeského kraje

Podlipansko chceme vidět, slyšet, cítit i ochutnat

- Propagace na webu, účast na veletrzích cestovního ruchu
- Presstripy, inzerce v mediích, v metru, v příměstských autobusech
- Propagace v Regionálním muzeu Kolín
- Informační tabule – v obcích, na hranicích regionu, na významných místech
- Webová kamera
- Zvukové nosiče s namluvenými pověstmi včetně tlumočení do znakové řeči
- Propagační předměty – **vandrovní knížka, letáky, turistický průvodce, DVD, pивní tácky, odznaky, miniatura pro geocashing, tričko, květina**
- Turistické noviny, postery, kalendáře, kuchařka, puzzle,
- Vzdělávání regionálních aktérů (marketingové přístupy a nástroje)
- Plán publicity – časový i finanční plán propagace



ROP
STŘEDNÍ
ČECHY



INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI
SPOLUFINANCOVÁNO EVROPSKOU
UNIÍ Z EVROPSKÉHO FONDU PRO
REGIONÁLNÍ ROZVOJ

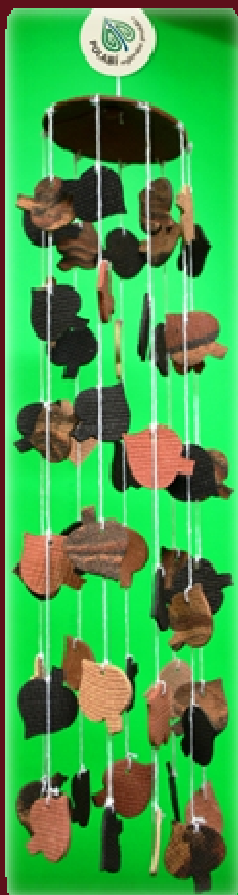
Intaržovaná dřevovýroba



Drátování



Certifikované výrobky



Kontakty

www.domaci-vyroby.cz

www.regionalni-znacky.cz

www.podlipansko.cz



Děkuji za pozornost.

