



The regional brand helps manufacturers and service providers to advertise and promote their production, sales of their products and, last but not least, increasing the prestige of products and services in the Czech Republic and abroad through the region's good name. At the same time, the brand strengthens the local population's belonging to the region, encourages people's involvement in regional events and mediates contacts between producers and other local actors.

By presenting the region externally as a whole, its image is effectively enhanced. Promotion takes the form, for example, of articles, press releases, leaflets, product catalogs, seasonal newspapers, or common stands for fairs and sales outlets in the region.

**Further information/Reference:**

<http://www.regionalni-znacky.cz/>

**Short summary for practitioners in native language on the (final or expected) outcomes (1000-1500 characters, word count – no spaces).**

This summary should be as interesting as possible for farmers/end-users, using a direct and easy understandable language and pointing out entrepreneurial elements which are particularly relevant for practitioners. Research oriented aspects which do not help the understanding of the practice itself should be avoided. ☒

**Stručný popis 'dobré praxe':**

Každý region v České republice má svůj vlastní neopakovatelný charakter, daný přírodním bohatstvím, kulturou a staletými tradicemi jeho obyvatel. Regionální značka je marketingový koncept, který podporuje udržitelný rozvoj regionů tím, že zviditelňuje regionální výrobky. Udělení značky výrobkům na základě pravidel posuzuje certifikační komise.

**Hlavní výsledky/výstupy činnosti (očekávané nebo konečné):**

Mezi základní pravidla pro udělení značky patří tyto podmínky: výrobek vyrábí místní subjekt; výrobek je šetrný vůči životnímu prostředí; výrobek je jedinečný ve vztahu k vymezenému území: původ surovin je rovněž regionální, charakteristický a tradiční výrobek pro danou oblast, produkt dobře reprezentuje region nebo má výjimečnou kvalitu.

**Hlavní praktické doporučení: Jaká by byla hlavní přidaná hodnota/přínos nebo příležitosti konečnému uživateli, pokud by byly vytvořené znalosti realizovány? Jak může odborník využít výsledků?**

Regionální značka pomáhá výrobcům a provozovatelům služeb v reklamě a propagaci jejich produkce, s odbytem jejich produktů a v neposlední řadě se zvýšením prestiže výrobků a služeb v tuzemsku i v zahraničí prostřednictvím dobrého jména regionu. Značka zároveň posiluje sounáležitost místního obyvatelstva s regionem, podněcuje zapojení obyvatel do dění v regionu a zprostředkovává kontakty mezi výrobcí a dalšími lokálními aktéry.

Tím, že je region prostřednictvím značky prezentován navenek jako celek, dochází efektivně k posílení jeho image. Propagace probíhá například formou článků, tiskových zpráv, letáků, katalogů výrobků, sezónních novin či společných stánků pro jarmarky a prodejních míst v regionu.

**Další informace/Reference:**

<http://www.regionalni-znacky.cz/>

Pearls, Puzzles, Proposals?	<p><u>Pearls</u>: Each region in the Czech Republic has its own unique character, given by the natural richness, culture and centuries-old traditions of its inhabitants. Also products and products originating from a certain area have a part of this nature - the work of local craftsmen and farmers, and part of their soul, is included. Visitors then offer specific hospitality and unforgettable experiences.</p> <p><u>Puzzles</u>: Regional labeling is one of the ways to make the region more visible and to highlight the interesting products that are emerging here, and to make it easier for visitors to the region to find service.</p> <p><u>Proposals</u>: Problems encountered by local producers when selling their products may be several. Typically, these are small business owners and small businesses, where lack of funds does not allow them to sufficiently promote their production and face cheap products of multinationals. The barrier may also be the protected area where the manufacturer operates.</p>
What needs did the 'good practice' respond to?	<p>The concept of regional labeling contributes to the economic recovery of the region, taking into account all three pillars of sustainable development. Through promotion, the regional brand supports local entrepreneurs (especially small farmers, craftsmen, small businesses), thus contributing to diversification of rural economic activities and revitalization of local economies. For local people, it increases ownership of the region and initiates various forms of cooperation in the region between entrepreneurs, public administration, the non-profit sector and nature conservation. The tag works as a platform for meeting different actors across the region.</p> <p>From the environmental point of view, the regional market (local production and consumption) is recovering, which reduces the transport burden, promotes more productive production and extends the possibilities for sustainable tourism.</p>
Methodology Used:	Desk-based research, interview
Actors/Stakeholders:	<u>Actors</u> : SMEs, retailers, tourism providers, primary producers, farmers, providers of accommodation services. <u>Stakeholders</u> : consumers, tourists
Relevant SKIN Innovation Challenge Workshops(s)? Please specify	Workshop 5: Consumers and Society, Development of rural areas
Sectors	All Sectors
Region, Country	Czech Republic, all regions
Media attachment (e.g. video) or other attachment (e.g. benchmarking data)?	

\*See SKIN Good Practice 'Hot Topics' Directory

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 728055



SKIN