

Marka Doliny Karpia - wyzwania strategiczne

Olga Gałek

Fundacja Miejsc i Ludzi Aktywnych



Budowanie marki lokalnej

Wybór hasła, nazwy, znaku

Pojawienie się nazwy Doliny Karpia

Przygotowanie znaku słowno-graficznego (2013)

Powołanie organizacji zarządzającej znakiem

Przyjęcie roli właściciela znaku przez Stowarzyszenie Dolina Karpia (rejestracja znaku i słów Dolina Karpia w UPRP)

Sieć firm, instytucji używających słów Dolina Karpia (zasady, wspólne wartości)

Zasady funkcjonowania pod marką Dolina Karpia (regulamin, konkurs, umowy licencyjne)

Wymiana doświadczeń z innymi regionami i znakami

Współpraca z innymi regionami budującymi markę

Współpraca z instytucjami i organizacjami zarządzającymi znakami (np. urząd marszałkowski, ministerstwo rolnictwa)

Znakowanie i sprzedaż produktów lokalnych pod marką



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

Obecny stan



Wizualizacja
marki Dolina
Karpia



Mocne
rozpoznawalne
produkty w
Dolinie Karpia



Zainteresowanie
Doliną Karpia
ze strony osób
z zewnątrz



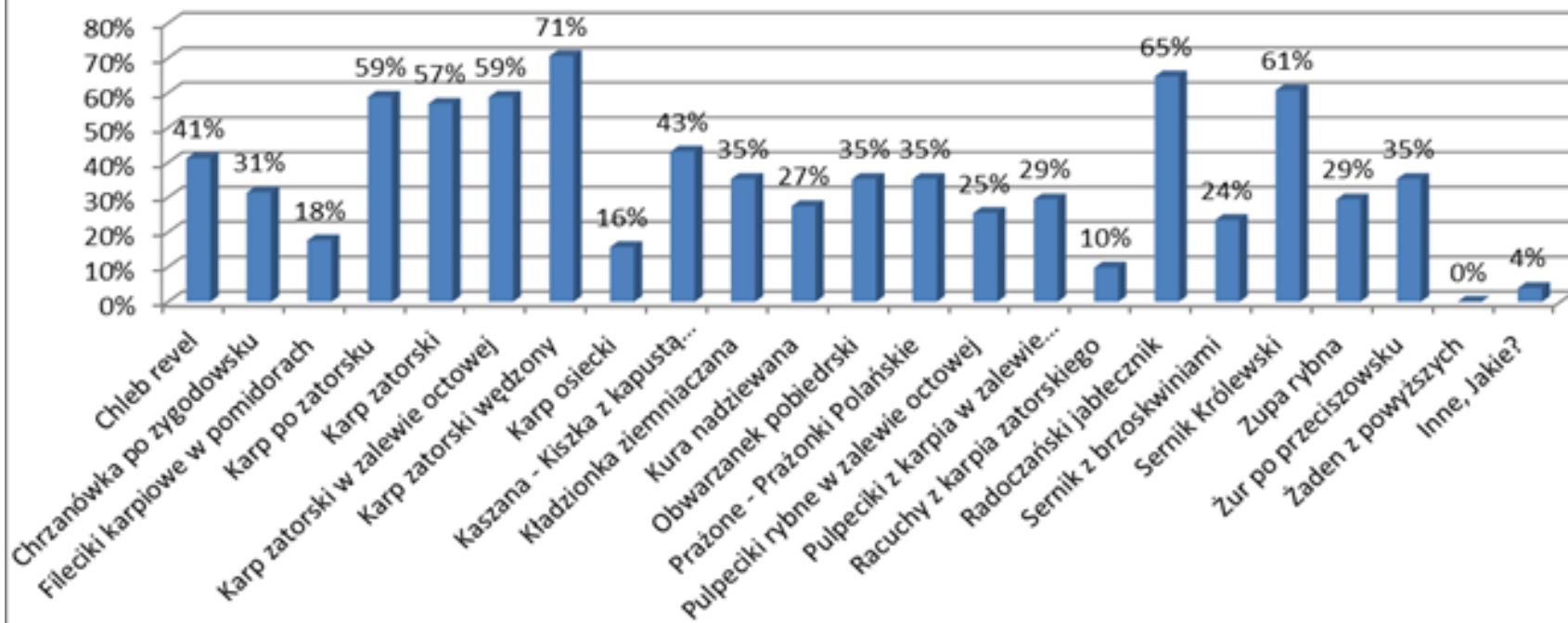
Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020



Rozpoznawalność 21 produktów spożywczych z DK wśród mieszkańców



Zarządzanie nazwą i znakiem Dolina Karpia

- Prawo ochrony dla zlepka słów Dolina Karpia na 10 lat (2023) posiada Stowarzyszenie Dolina Karpia
- Prawo ochrony dla znaku słowno-graficznego Dolina Karpia na 10 lat posiada Stowarzyszenie Dolina Karpia

**DOLINA
KARPIA**



Marka Dolina Karpia – znak słowno-graficzny



DOLINA
KARPIA



DOLINA
KARPIA



DOLINA
KARPIA

Komunikat: **produkty i ludzie tworzą magiczne królewskie markowe miejsce, w którym jest przestrzeń do inicjatywy, innowacji i rozwoju...**

...na witrażach przedstawiano najważniejsze komunikaty



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



PLANY - Zarządzanie nazwą DOLINA KARPIA

- NAZWA **DOLINA KARPIA**: ustalenie DLA KOGO i na jakich ZASADACH dostępna (KODEKS Doliny Karpią?)... – wypracowanie z członkami Stowarzyszenia wartości i postaw użytkowników zlepka słów „dolina karpia” - co oznacza dla nich współpraca/współtworzenie Doliny Karpią: jak samorząd, instytucja, firma, stowarzyszenie wspiera rozwój DOLINY KARPIA

Przykłady. obecność na co najmniej 2 wydarzeniach DK, zamieszczenie wzmianki o Dolinie Karpią na papierze firmowym gminy, zamieszczenie na stronie informacji o DK i jej produktach...



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020



Właściciel znaku: Stowarzyszenie Dolina

Karpia **może udzielać licencji na używanie znaku** = MARKI konkretnym użytkownikom, może też **powierzyć zarządzanie znakiem innemu podmiotowi** (prawo do udzielania licencji).

DO USTALENIA obecnie - ZASADY:

1. **UŻYTKOWNICY** Rekomendacja: partnerzy wspierający rozwój przedsiębiorczości, producenci i promotorzy produktów lokalnych z Doliny Karpia

Uwaga! UMOWA LICENCYJNA podpisywana jest z podmiotem, ale prawo używania znaku dot. konkretnego produktu (np. karp w pomidorach, rękodzieło ceramiczne z motywem karpia)



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020



ZASADY (cd.):

2. Szczegóły KONKURSU (regulamin, wzór umowy licenc. kapitula)

- Częstotliwość konkursu – np. 1-2 razy w roku lub w sposób ciągły (2-3 tygodni od złożenia aplikacji - certyfikacja);
- Opłaty, obowiązki po stronie licencjobiorcy (użytkownika);
- Prawa i korzyści dla użytkowników;
- Kategorie konkursowe – np. produkt spożywczy, rękodzieło, usługi, inicjatywy i przedsięwzięcia;
- Kryteria dla produktów (czym musi charakteryzować się produkt aby mógł być opatrzony marką Dolina Karpi);
- Kapituła (etnograf, marketing, eksperci, przedstawiciel UMWM, media, celebryci).



ZASADY (cd.):

3. ROLA STOWARZYSZENIA

- Przyznawanie znaku – bardzo istotna transparentność, trzymanie się zasad i kryteriów konkursu;
- Pobieranie opłat za użytkowanie znaku (?) – w ramach odpłatnej działalności statutowej;
- Zadania związane z promocją produktów/przedsięwzięć wyróżnionych znakiem: wspólna ulotka, strona www, stoiska promocyjne, pakiety promocyjne;
- Oferta szkoleniowo-doradcza dla użytkowników znaku (ankieta potrzeb szkoleniowo-doradczych);
- Sprzedaż produktów wyróżnionych znakiem: REKOMENDACJA: powołanie spółki lub nowej NGO, której celem jest marketing produktów lokalnych.



4. **Strategia wizualizacji i komunikacji:**

- SIW Znak – przekazywany użytkownikom (jak używać znak);
- gotowce dot. znaku – komunikat na metkę, na stronę www, do ulotki firmowej;
- narzędzia promocji: ulotka/katalog produktów, gadżety, książka o produktach lokalnych z DK, mapki z produktami na ściereczkach, podkładkach na stół w restauracji, obecność produktów w aplikacji ekomuzeum.

5. **WSPÓŁPRACA** z NGO z Małopolski, Polski i UE w zakresie budowania marki, wprowadzania produktów lokalnych na rynek

Rekomendacje: LGD Na Śliwkowym Szlaku, LGD Dolina Baryczy, Marka bawarska UNSER LAND



Obwarzanek pobiedrski - przykład

Miejsce na rynku

Segment produktów: produkty lokalne, tradycyjne, ręcznie robione, niskoprzetworzone

Użytkowanie produktu: przekąska, produkt na piknik



Rekomendowana forma działalności:

- Spółdzielnia produkcyjna (produkt wyrobiany ręcznie – duży nakład pracy);
- Inkubator kuchenny (KGW nie musi uruchamiać własnej przetwórni).

1

Sklep

- Sklep ze zdrową żywnością
- Wyspy smaków (regionalne)
- Sklepiki/punkty przy atrakcji turystycznej (np. Dinozatorland, łowisko)
- Lokalne kiermasze

1

Agroturystyka

- Jako wyróżnik agroturystyki
- Warsztaty – pokazy (Zagroda Edukacyjna)
- Jako prezent dla gości

2

Restauracja

- Dodatek do piwa, napoju (przekąska)
- Deser atrakcyjny dla dzieci
- Produkt do zabrania do domu po posiłku (gratis)

Produkt przez swój związek z regionem, tradycję rekomendowany do rejestracji na listę produktów tradycyjnych oraz do sprzedaży pod marką lokalną

Ścieżka: dla produktów piekarniczych typu przekąska

I. Dostarczenie produktów lokalnych pod marką Doliny Karpia

- Przygotowanie zasad certyfikacji (oznaczania) produktów
- Ustalenie kryteriów dla produktów lokalnych
- Zarządzanie znakiem

Przedsiębiorcy – wyróżnienie na tle konkurencji, marketing (mniejszy koszt), sieciowanie

II. Oferta Doliny Karpia dla turystów i przyszłych mieszkańców

- Wprowadzenie nowych produktów pod marką Dolina Karpia na rynek – inkubator kuchenny
- Sprzedaż produktów pod marką
- Oferty sieciowe – ekomuzeum, kilkudniowe oferty pobytowe

Obecni i nowi mieszkańcy – miejsce przyjazne do życia

Turyści – ciekawa oferta pobytowa kilkudniowa
Okoliczni mieszkańcy – goście weekendowi (Kraków, Śląsk)



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

- Aktywizacja i rozwój przedsiębiorczości w kierunku przetwórstwa – **inkubator kuchenny, wsparcie finansowe i doradcze**
- Promocja produktów i usług lokalnych pod wspólną marką Doliny Karpią – **znakowanie produktów, strategia marketingowa**
- Rozwój przedsiębiorczości w sektorze turystycznym (pola biwakowe, namiotowe, kajaki, pensjonaty, agroturystyka) – **wsparcie doradcze dla firm i osób działających zgodnie z wartościami „dolina karpią”, wsparcie finansowe użytkowników znaku (punkty w konkursie dotacyjnym)**
- Przygotowanie wspólnej oferty Doliny Karpią adresowanej do konkretnych grup – **touoperator/współpraca z touoperatorem, biuro podróży**
- Zapewnienie ciągłości dostaw, dostępności produktów lokalnych - **punkty sprzedaży, stoiska w sklepach**



Skuteczność działań LGR i LGD w zakresie promocji produktów lokalnych

- Karp zatorski jest jednym z najlepiej rozpoznawalnych produktów z oznaczeniem geograficznym w Polsce
- Znaczący wzrost ilości znanych żywnościowych produktów lokalnych na obszarze Doliny Karpia 2008/2015 – z 1 na 21 produktów
- Mieszkańcy Doliny Karpia i przedsiębiorcy/producenci produktów lokalnych rozwój regionu wiążą z rozwojem produktów lokalnych (potencjał i szansa)



Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Propozycje działań wskazane przez 51 producentów i promotorów PL w DK

- Uruchomienie przetwórnicy wiejskiej, w której można będzie produkować legalnie produkty lokalne z Doliny Karpia - **57%**
- Wprowadzenie marki lokalnej – znaku promocyjnego dla produktów i usług lokalnych z DK - **31%**
- Pozyskanie środków na wsparcie dla nowych, rozpoczynających działalność firm - **65%**
- Przygotowanie kampanii promującej region Doliny Karpia w oparciu o produkty lokalne - **39%**
- Organizacja degustacji i promocji produktów z Doliny Karpia dużych miastach (np. Kraków, Katowice) - **53%**
- Oznakowanie miejsc produkcji i sprzedaży produktów lokalnych w Dolinie Karpia - **43%**
- Wprowadzenie produktów lokalnych w sklepach na terenie i w okolicy Doliny Karpia - **49%**
- Współpraca z innymi organizacjami pozarządowymi działającymi na rzecz rozwoju obszarów wiejskich i produktów lokalnych w celu wspólnej promocji i komercjalizacji produktów lokalnych - **37%**.



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020





Olga Gałek
Fundacja Miejsc i Ludzi Aktywnych
ul. Dolnych Młynów 7/6, 31-124 Kraków
tel. +48 696 467 146
email: olga.galek@mila.org.pl
www.mila.org.pl
www.bestquest.pl



Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich

