

Podpora místní produkce jako nástroj síťování a spolupráce na místní a regionální úrovni

Příklad – MAS Frýdlantsko, z.s., správce značky



Z historie

Kdy?

- Od 2006 – značka pro Frýdlantsko
- Od 2010 – projekt spolupráce PRV: společně s 2 MAS
- Jizerské hory - širší území než je MAS

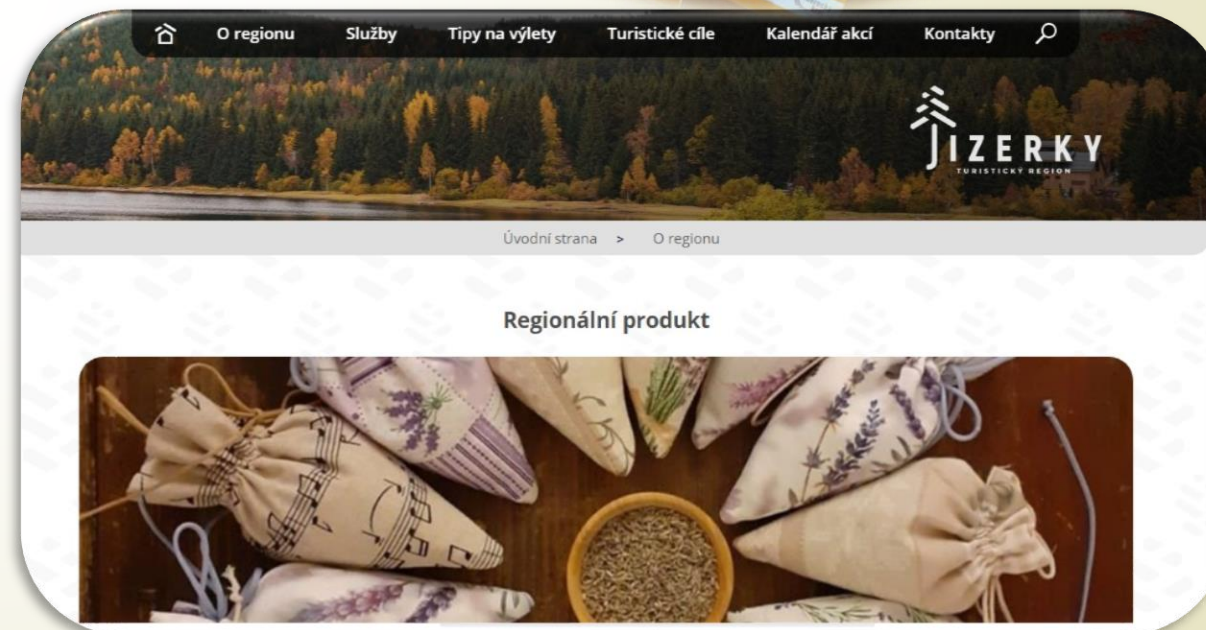


Proč?

- Podpora místní ekonomiky je jeden z pilířů strategie LEADER
- Síťování a spolupráce je základem metody LEADER
- Od papírů a dotací k lidem

S kým?

- Správci značek v Libereckém kraji
- Turistický region Jizerské hory
- Krajský úřad Libereckého kraje



2020: Liberecký kraj sobě

- Připravujeme kalendář Libereckého kraje 2021 a pokračujeme s fcb kampaní
- Zapojili jsme se do kampaně *Regiony sobě*
- Připravujeme společnou prezentaci - Konventa (Německo)
- **Značku nese 92 výrobců a 4 prodejny**

2019

- Kampaň **Výrobky s příběhem z Libereckého kraje - facebook**
<https://www.facebook.com/vyrobky.s.pribehem.LK>
- Dotační program LK – řemeslné zážitky
- Společná prezentace – LEADERFest, výstava Železný Brod

2018

- Nový web a facebook
- Nositel značky je Živnostníkem roku LK

2017

- Společná prezentace – Valdštejské slavnosti

2016

- Dotační program LK – regionální výrobci

2015

- Exkurze správců značek, sdílení zkušeností – St. Gallen, Švýcarsko

2014

- První reportáž v Toulavé kameře
- První katalog Regionální výrobek Libereckého kraje

2012

- Farmářské trhy Frýdlant

2010: Regionální produkt Jizerské hory

První výzva – značku nese 32 výrobců

Projekt PRV – školení marketing, marketingová strategie značky, spolupráce s dalšími MAS

2007: Vyrobeno na Frýdlantsku

První katalog a síť výrobců

