



číslo 8

listopad - prosinec 2013

www.regionálnipotravina.cz

Skončil projekt rozhlasových reportáží u oceněných producentů

Jedenáct regionálních stanic Českého rozhlasu odvysílalo v průběhu listopadu 22 reportáží o řemesle producentů oceněných značkou Regionální potravina. Do dvouapůlminutových pořadů se vešlo vše podstatné z jejich příběhu. Potenciální zákazníci z jejich regionu se tak dozvěděli, v čem spočívá tajemství jejich úspěchu a výjimečnost jejich produktů. Přiblížíme vám dva z odvysílaných příběhů.

Řeznictví Fiala Milovice má více jak stoletou tradici. V soutěži Regionální potravina zabodovaly již tři jeho uzenářské výrobky. Martin Fiala líčí, v čem tkví úspěch jeho Milovického viržinka s paprikou: „Hovězí maso bereme výhradně z vlastní porážky, vepřové pak od nedalekého dodavatele z nymburského okresu.“ Recepturu si vytvořili sami, po ověrování chuti a oblíbenosti u zákazníků zvítězila libová varianta pikantní klobásy s paprikou. V Milovicích nepodceňují ani proces uzení. Používají bukové dřevo, které jim pěstuje farmář přímo na míru. Výrobků tak dodá zlatavou barvu a charakteristickou kouřovou chuť.



V Pivovaru Rohozec se zlatavý mok vaří již od roku 1850, kdy jej založil šlechtic Ferdinand Unger. Tmavá Rohozecká X získala v roce 2013 značku Regionální potravina Libereckého kraje. Ředitel pivovaru František Jungmann v reportáži vysvětluje proces výroby piva od varny, přes spilku až po dozrávání v tancích. „Pro Rohozeckou X používáme dva druhy sladu – mnichovský a karamelový, které dodají pivu tmavou barvu,“ vysvětluje František Jungmann. Podle něj je pro jedinečnost piva klíčová kvalita vody, technologie výroby, čistota a hlavně láska k pivu.



Přihlaste se na festival krajových specialit RegFoodFest

2. ročník festivalu krajových specialit a regionálních potravin bude probíhat od 16. do 19. ledna 2014 na brněnském výstavišti. Značka Regionální potravina nabízí oceněným producentům účast na veletrhu za zvýhodněných podmínek.

Prodejní veletrh zaznamenal v minulém roce velký úspěch – navštívilo jej 27 tisíc diváků a nakupujících. Vysoká účast se dá předpokládat i letos, souběžně s RegFoodFestem se totiž konají veletrhy cestovního ruchu GO a Regiontour a soutěž Gastro Junior Brno – Bidvest Cup.

Prezentace a prodej výrobků oceněných značkou Regionální potravina bude probíhat v Pavilonu P. Čtvrtek 16. ledna je vyhrazen pro odborníky, od 17. do 19. ledna se pak veletrh otevírá široké veřejnosti. Pro více informací a přihlášku kontaktujte Ing. Petru Podařilovou Havlíčkovou ze SZIF.

František Dlask se dostal do nejužšího finále Živnostníka roku

GE Money Bank Živnostník roku letos ve finále opět přivítal tři držitele značky Regionální potravina: pekáře Pavla Janoše z Pardubického kraje, kavárníka a cukráře Františka Dlaska z Ústeckého kraje a včelaře Pavla Košce z Moravskoslezského kraje. Do nejužšího výběru před finálovou porotou se mezi prvních pět dostal František Dlask.

Cukrář a kavárník provozuje dvě kavárny vídeňského typu s vlastní cukrářskou výrobou. Podniká v nelehké lokalitě -



na severu Čech ve Šluknově a Varnsdorfu, a přesto má úspěch. První kavárnu založil v roce 2003, za tři roky otevřel druhou ve šluknovském zámku.

Zpočátku pro něj zákusky a dorty nebyly to hlavní, ale zákazníci je začali vyžadovat. Cukrařinu se tak učil za pochodu. Inspiruje se jak českými tradičními recepturami, tak francouzskými učebnicemi pro pekaře a cukráře. Recepty čerpá i z anglické či americké tradice, ale vždy je přizpůsobí podle sebe, aby se ideálně trefily do chuti jeho zákazníků.

Svůj podnik si chce František Dlask udržet jako rodinný. Jinak říká, že by nemohl dohlížet na kvalitu svých výrobků. Proto ani expanzi do dalších krajů nechystá.

Za svůj větrník získal v roce 2012 značku Regionální potravina a je to také nejoblíbenější zákusek u zákazníků. A jaká je jeho zkušenost se značkou? „*To ocenění*

marketingově skvěle zafungovalo, protože letos se těch větrníků prodalo snad ještě o 100 % víc než loni. Přestože ty větrníky děláme už 8 let,“ chválí si František Dlask.

Živnostník roku pořádá každoročně klání ve všech krajích Čech a Moravy. 14 krajských vítězů poté postupuje do celostátního finále. Tam nejprve rozhodují diváci prostřednictvím SMS a pět živnostníků s největším počtem hlasů se dostane před finálovou porotou. Ta posuzuje všechny informace o podnikání soutěžících a především sílu a hloubku jejich podnikatelského příběhu.

Regionální potravina rozdala soutěžícím sedm luxusních ledniček plných oceněných potravin

Dva měsíce soutěžili příznivci Regionálních potravin o ledničky nabitě oceněnými výrobky až po okraj. Soutěž měla u zákazníků velký ohlas – luxusní lednici mohli získat již za čtyři oceněné výrobky. Z došlých obálek s logy se pak v sedmi etapách losovali výherci za přítomnosti notáře.

Spotřebitelská soutěž tak přirozeně zvýšila zájem o potraviny se zelenomodrým logem. Každý soutěžící mohl získat skládací tašku, sedm vylosovaných se pak radovalo z nového domácího spotřebiče. Ocenění manželé Ricklovi pak neváhali pořadatelům napsat: „*Díky za překrásný a užitečný dárek, který udělal velkou radost celé rodině včetně mé manželky. Ta je nevýslovně spokojená.*“



Styloví pomocníci do kuchyně propagovali Regionální potraviny na přelomu listopadu a prosince

Pro červenou zástěru či chňapku si mohli zákazníci zajít od 25. listopadu do 8. prosince do vybraných obchodů. Stačilo opět nakoupit čtyři výrobky oceněné Regionální potravinou a dárky dostali přímo na místě.

Vánoční nadílka probíhala v obchodech Náš Grunt a Sklizeno po celé republice, v Plzeňském kraji pak ve Farmářských obchodech. Ve vybraných prodejnách Globus a Interspar se pak dárky rozdávaly za

zakoupené výrobky v rámci ochutnávek Regionálních potravin.



V listopadu zákazníci ochutnávali oceněné potraviny přímo v obchodech

Zákazníci se v obchodech většinou rozhodují podle ceny. Změnu do jejich nákupního chování však může přinést osobní zkušenost s konkrétním výrobkem. Výjimečná chuť, kterou zakusí na vlastní chuťové pohárky, může být jednou z nich. Proto Regionální potravina připravila opět 44 ochutnávkových dní oceněných produktů ve vybraných obchodech.



Od 19. listopadu do 2. prosince tak zákazníci okusili rozdíl v kvalitě a zpracování, jaké přináší Regionální potraviny, ve vybraných obchodech Globus, Interspar, Sklizeno a Náš Grunt po celé republice.

Jaký byl rok 2013 s Regionální potravinou?

Kampaň na podporu kvalitních potravin z regionů má za sebou další rok. Co v letošním roce zákazníkům i producentům přinesla?

Nové vizuály s producenty – v květnu jsme představili tři nové vizuály s konkrétními oceněnými producenty. Cílem

kampaně bylo ukázat, že za oceněnými výrobky stojí konkrétní lidé, kteří do své práce dávají všechno.



Minipořady na TV Prima – i v letošním roce jsme představili nové minipořady o regionálních potravinách a jejich producentech se známými osobnostmi daného regionu. Diváci shlédli celkem 14 minutových pořadů před oblíbeným pořadem Prostřeno!



Kluci v akci vařili z Regionálních potravin – kuchařská show Filipa Sajlera a Ondřeje Slaniny se vydala i v letošním roce celkem do šesti regionů: na Ústecko, Liberecko, Pardubicko, do Jižních Čech i Jižní Moravy a na Vysočinu.



Regionální potravina v seriálu Ulice – myšlenka, že je dobré vyzkoušet výrobky se zelenomodrým logem, se

dostala v květnu i do oblíbeného nekonečného seriálu Ulice na TV Nova.

Regionální potravina v rozhlase se představila hned několikrát. Poprvé ve spotech, které lákaly posluchače k nákupu v pojízdné prodejně, podruhé k účasti ve spotřebitelské soutěži o ledničku a nakonec ve zmiňovaných reportážích u 22 producentů.

Pojízdná prodejna s oceněnými potravinami navštívila od 5. července do 15. září 32 měst Čech a Moravy. Zákazníci si mohli vybrat z nabídky 82 produktů od 48 producentů. Součástí byly i ochutnávky, ucelený obraz o oceněných výrobcích dodal ochotný personál včetně hostesek. Celkově se prodejně podařilo oslovit 80 000 zákazníků.



Země živitelka opanovala od 29. srpna do 3. září českobudějovické výstaviště. Na jejím jubilejním 40. ročníku nechyběla ani expozice značky Regionální potravina. Součástí programu pro širokou veřejnost byly kuchařské show Kluků v akci a jihočeského šéfkuchaře Petra Šímy. Příležitost představit svůj kraj využilo pět regionů, soutěže a přednášky pro veřejnost prezentovala Potravinářská i Agrární komora. Součástí expozice byly i stánky 12 výrobců, mnozí z nich své produkty neváhali představit osobně.



Aktivní komunikace s novináři – značka Regionální potravina po celý rok aktivně komunikovala s odbornými

médii i s médii zaměřenými na životní styl. Podobu letošní kampaně představil ministr zemědělství na tiskové konferenci v květnu. Farmáři František Němec a David Smetana se podělili o své zkušenosti se značkou a o možnosti, jaké jim dává při komunikaci s řetězcí.



Zázemí výroby oceněných produktů mohli vybraní novináři poznat na výletech za producenty. Počátkem léta na farmě v Zelené Bohdanči a na podzim v Královéhradeckém kraji u Hovorků v Hořicích a v Podorlickém pivovaru v Rychnově nad Kněžnou. Médiiim značka nabízela kromě osobního setkání s producenty celoročně materiály o značce a jejích oceněných, vyšlo několik specializovaných příloh a speciálních projektů s Regionální potravinou.

PF 2014

Do příštího roku bychom vám rádi popřáli mnoho úspěchů v podnikání a ať se nám společně nadále daří oslovovat další zákazníky s výjimečnými výrobky z našich regionů.



Kontakty

Státní zemědělský intervenční fond:

Mgr. Kateřina Ratajová

e-mail: katerina.ratajova@szif.cz, tel.: 222 871 370

Ing. Petra Podarilová Havlíčková

e-mail: petra.podarilovahavlickova@szif.cz, tel.: 222 871 349