

PŘÍLOHA 1: Systémy značení regionálních produktů v Česku k 1. 7. 2013 podle měřítkové úrovně a roku založení

Měřítková úroveň	Název systému značení	Rok založení	Řídící subjekt	Územní působnost v rámci Česka	Typ certifikovaných produktů	Hlavní cíle značení
Nadnárodní	Chráněné označení původu, Chráněné zeměpisné označení	1993	Evropská komise	menší území v rámci celého Česka	potraviny	ochrana spotřebitelů, podpora výrobců, rozvoj venkova
Národní	Czech made	1993	Sdružení pro oceňování kvality	celé Česko	potraviny, ostatní výrobky, služby	podpora české výroby, ochrana před zahr. konkurencí
	Český výrobek	1994	Nadační fond Český výrobek	celé Česko	potraviny, ostatní výrobky	podpora české výroby
	Česká kvalita	2002	Národní informační středisko podpory kvality	celé Česko	potraviny, ostatní výrobky, služby	ochrana spotřebitele, sjednocení značek kvality
	Česká biopotravina roku	2002	Svaz ekologických zemědělců Pro-Bio	celé Česko	potraviny	ochrana spotřebitele, propagace biopotravin
	Klasa	2003	Státní zemědělský a intervenční fond	celé Česko	potraviny	ochrana spotřebitele
	Český výrobek	2006	Český výrobek	celé Česko	potraviny, ostatní výrobky	podpora české výroby
	Vína z Čech, vína z Moravy	2006	Národní vinařské centrum	vinařské oblasti Morava a Čechy	potraviny (vína), služby	propagace českých vín
	Regionální potravina	2009	Státní zemědělský a intervenční fond	13 krajů Česka	potraviny	podpora regionálních výrobců, posílení vazby obyvatel k regionům, rozvoje regionů
	Český výrobek Garantováno Potravinářskou komorou ČR	2011	Potravinářská komora ČR	celé Česko	potraviny	ochrana spotřebitele, podpora české výroby, ochrana před zahraniční konkurencí
	Z našeho kraje*	2012				
Regionální	Výrobek roku Libereckého kraje	2004	Liberecký kraj	Liberecký kraj	potraviny	podpora regionální výroby, rozvoj regionu
	Výrobek Olomouckého kraje	2005	Agrární komora Olomouckého kraje	Olomoucký kraj	potraviny	podpora menších regionálních výrobců
	Výrobek Zlínského kraje – Perla Zlínska	2006	Agrární komora Zlín	Zlínský kraj	potraviny	podpora regionální výroby
	Potravina a potravinář roku Královéhradeckého kraje	2006	RAK Královéhradeckého kraje	Královéhradecký kraj	potraviny	propagace regionální výroby, rozvoj regionu
	Zlatá chuť Jižní Moravy	2006	RAK Jihomoravského kraje	Jihomoravský kraj	potraviny	propagace regionální výroby
	Chutná hezky. Jihočesky	2007	RAK Jihočeského kraje	Jihočeský kraj	potraviny	podpora regionální výroby, rozvoj regionu
	Potravinářský výrobek Moravskoslezského kraje*	2007				
	Potravinářský výrobek Středočeského kraje	2007	Středočeský kraj	Středočeský kraj	potraviny	podpora menších výrobců
	Mls Pardubického kraje	2007	Agrovenkov	Pardubický kraj	potraviny	podpora menších výrobců, rozvoj regionu
	Kraj Přemysla Oráče – Potravinářský výrobek Ústeckého kraje	2008	Okresní agrární komora Most	Ústecký kraj	potraviny	podpora regionální výroby
	Regionální certifikace Libereckého kraje Certificate Quality	2008	Liberecký kraj	Liberecký kraj	služby	zkvalitnění ubytovacích služeb, zvýšení atraktivity regionu pro cestovní ruch
	Nejlepší z našeho regionu	2010	Jednota spotřební družstvo České Budějovice	Jihočeský, Zlínský, Královéhradecký a Olomoucký kraj	potraviny	rozvoj regionu, posílení vztahu obyvatel k regionu
	Mikroregionální	Tradice Bílých Karpat	2000	Tradice Bílých Karpat	CHKO Bílé Karpaty	potraviny, ostatní výrobky, služby
Ekoregion Úhlava		2004	MAS Ekoregion Úhlava	MAS Ekoregion Úhlava	služby	ochrana životního prostředí, zvýšení atraktivity regionu pro cestovní ruch, rozvoj regionu
Asociace regionálních značek		2005	Asociace regionálních značek	22 regionů v rámci Česka	potraviny, ostatní výrobky, služby	propagace regionů, rozvoj regionů
Regionální produkt Český ráj		2007	Sdružení Český ráj	turistický region Český ráj	potraviny, ostatní výrobky	rozvoj regionu, zvýšení atraktivity pro cestovní ruch, podnícení spolupráce v regionu
Ovečka z Moravských Karpat*		2007				
Tradiční výrobek Slovácka		2008	Region Slovácko – sdružení pro rozvoj cestovního ruchu	region Slovácko	potraviny, ostatní výrobky, služby	podpora regionální výroby, ochrana regionální výroby, zachování tradic, posílení image regionu
Produkt Novohradských hor*		2009				
Regionální produkt Jizerské hory		2010	MAS Mikroregionu Frýdlantsko	turistický region Jizerské hory, sdružení obcí Hrádecko – Chrastavsko a Podještědí	potraviny, ostatní výrobky	podpora regionálních výrobců, rozvoj regionu, zvýšení atraktivity regionu pro cestovní ruch
Místní výrobek ze západu Čech		2010	MAS Český Západ – Místní partnerství	MAS Český Západ – Místní partnerství a okolí	potraviny, ostatní výrobky	podpora regionální výroby, zvýšení atraktivity regionu pro cestovní ruch
Regionální produkt Lužické hory a Máchův kraj		2011	MAS LAG Podralsko	MAS LAG Podralsko, obec Česká Lípa, obec s rozšířenou působností Nový Bor	potraviny, ostatní výrobky	podpora regionální výroby, propagace regionu, posílení vztahu obyvatel k regionu
Regionální produkt Vltavotýnsko		2011	MAS Vltava	MAS Vltava	potraviny, ostatní výrobky, služby	podpora regionální výroby, propagace, rozvoj regionu
Regionální značka Mikroregionu Lužnice		2011	MAS Lužnice	MAS Lužnice	potraviny, ostatní výrobky, služby	podpora regionální výroby, rozvoj regionu, zvýšení atraktivity regionu pro cestovní ruch
Pravé Valašské		2012	MAS Hornolidečsko	MAS Rožnovsko, Valašsko – Horní Vsacko, Kelečsko – Lešensko – Starojicko, Ploština Luhačovské Zálesí, Hornolidečsko	potraviny, ostatní výrobky	podpora regionální výroby, zachování tradic a krajiny, podnícení spolupráce v regionu
Sem patřím...Český les		2013	MAS Český les	MAS Český les	potraviny, ostatní výrobky, služby	podpora regionální výroby, propagace regionu, posílení vztahu obyvatel k regionu

Zdroje: viz kapitola 5.1. Vlastní zpracování.

* Systém značení je v současné době neaktivní (nerealizovaný nebo ukončený).












PŘÍLOHA 2: Regiony členských systémů značení Asociace regionálních značek k 1. 7. 2013 podle prostorových charakteristik a podmínek k formování regionu a regionální identity

Název systému značení	Rok vzniku	Prostorové charakteristiky							Podmínky k formování regionu a regionální identity			
		Horizontální poloha		Přírodní charakter		Stabilita osídlení	Problémovost		Typický prvek (typ vymezení regionu)	Aktéři/subjekty v systému značení		Typ regionu podle institucionalizace
		vůči státní hranici	vůči krajským hranicím	Typy krajiny	Chráněná území		Míra problémovosti	Hlavní problémy		Iniciátorský subjekt	Koordinátorský subjekt	
KRKONOŠE originální produkt	2005	příhraniční	na pomezí dvou krajů	chladné horské	NP, CHKO, Natura 2000	nízká	nízká	nízká stabilita osídlení	přírodní celek	Regionální environmentální centrum ČR	Sdružení pro krkonošské produkty / MAS Krkonoše	typ 3c / typ 4A
BESKYDY originální produkt	2006	příhraniční	na pomezí dvou krajů	chladné horské	CHKO, Natura 2000	vysoká	nízká	nezaměstnanost	přírodní celek	Regionální environmentální centrum ČR	sdužení Lidé v Beskydech / Sdružení Hájenka	typ 2
ŠUMAVA originální produkt	2006	příhraniční	na pomezí dvou krajů	chladné horské	NP, CHKO, Natura 2000	nízká	střední	nízká stabilita osídlení, nezaměstnanost, nerozvojový venkov	přírodní celek	Regionální environmentální centrum ČR	Regionální rozvojová agentura Šumava	typ 3c / typ 4A
MORAVSKÝ KRAS regionální produkt	2006	vnitrozemský	uvnitř kraje	mírně teplé horské	CHKO, Natura 2000	vysoká	nízká	hospodářsky slabé	přírodní celek	MAS Moravský kras	MAS Moravský kras	typ 5
ORLICKÉ HORY originální produkt	2007	příhraniční	překračující hranice	chladné horské	CHKO, Natura 2000	střední	nízká	nízká stabilita osídlení	přírodní celek	MAS POHODA venkova	MAS POHODA venkova	typ 3c / typ 4A
MORAVSKÉ KRAVAŘSKO regionální produkt	2007	vnitrozemský	uvnitř kraje	teplé nížinné	část CHKO, část Natura 2000	nízká	střední	nízká stabilita osídlení, strukturálně postižené	kultura, historie	MAS Regionu Poodří	MAS regionu Poodří	typ 3c/(typ 4A)
GÓROLSKO SWOBODA regionální produkt	2007	přeshraniční	uvnitř kraje	chladné horské	část CHKO, část Natura 2000	vysoká	nízká	nerozvojový venkov	kultura	Polský kulturně-osvětový svaz	Polský kulturně-osvětový svaz	typ 2
VYSOČINA regionální produkt	2007	vnitrozemský	uvnitř kraje	mírně teplé horské	část CHKO, část Natura 2000	střední	střední	periferní, nerozvojový venkov; zčásti: hospodářsky slabé, nezaměstnanost	administrativní hranice, krajina	Svaz ekologických zemědělců Pro-Bio, Vysočina	Zemědělská ekologická regionální agentura ZERA	typ 1
PODKRKONOŠÍ regionální produkt	2008	vnitrozemský	uvnitř kraje	mírně teplé horské	maloplošná chráněná území	střední	nízká	nerozvojový venkov	kultura	MAS Podchlumí	MAS Podchlumí	typ 2
POLABÍ regionální produkt	2008	vnitrozemský	uvnitř kraje	teplé nížinné	část Natura 2000	střední	střední	zčásti: periferní, nezaměstnanost, nerozvojový venkov, nízká stabilita osídlení	hospodářství	MAS Podlipansko	MAS Podlipansko	typ 3a / typ 5
HANÁ regionální produkt	2009	vnitrozemský	uvnitř kraje	teplé nížinné	část CHKO, část Natura 2000	střední	střední	zčásti: hospodářsky slabé, nezaměstnanost, nerozvojový venkov	kultura, hospodářství	Občanské sdružení Aktiv+	Občanské sdružení Aktiv+ / MAS Moravská cesta	typ 2
ČESKOSASKÉ ŠVÝCARSKO regionální produkt	2010	přeshraniční	uvnitř kraje	mírně teplé horské	NP, CHKO, Natura 2000	nízká	vysoká	periferní, nízká stabilita osídlení, nerozvojový venkov nezaměstnanost, strukturálně postižené	přírodní celek	České Švýcarsko	společnost České Švýcarsko	typ 3c / typ 4A
JSENÍKY originální produkt	2010	příhraniční	překračující hranice	chladné horské	CHKO, Natura 2000	nízká	vysoká	periferní, hospodářsky slabé, nerozvojový venkov, nízká stabilita osídlení, nezaměstnanost	přírodní celek	MAS Horní Pomoraví	MAS Horní Pomoraví	typ 3c / typ 4A
PRÁCHEŇSKO regionální produkt	2010	vnitrozemský	uvnitř kraje	mírně teplé horské	maloplošná chráněná území	vysoká	střední	periferní, nerozvojový venkov	nové vymezení, historie	MAS LAG Strakonicko	MAS LAG Strakonicko	typ 3 / typ 5
BROUMOVSKO regionální produkt	2011	příhraniční	uvnitř kraje	mírně teplé horské	CHKO	nízká	střední	periferní, nerozvojový venkov, nízká stabilita osídlení	přírodní celek, poloha	Agentura pro rozvoj Broumovska	Agentura pro rozvoj Broumovska	typ 3c / typ 4A
KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt	2011	vnitrozemský	uvnitř kraje	mírně teplé horské	část CHKO	vysoká	nízká	zčásti: nerozvojový venkov	nové vymezení, kultura	Český svaz ochránců přírody Vlašim	Český svaz ochránců přírody Vlašim	typ 3b / typ 5
ŽELEZNÉ HORY regionální produkt	2011	vnitrozemský	uvnitř kraje	mírně teplé horské	CHKO, Natura 2000	vysoká	nízká	nerozvojový venkov, zčásti: nezaměstnanost	přírodní celek	MAS Železnohorský region	MAS Železnohorský region	typ 5
MORAVSKÁ BRÁNA regionální produkt	2011	vnitrozemský	uvnitř kraje	teplé nížinné	Natura 2000	vysoká	nízká	–	přírodní celek, poloha	MAS Rozvojové partnerství regionu Hranicko	Hranická rozvojová agentura	typ 5
ZÁPRAŽÍ originální produkt	2012	vnitrozemský	uvnitř kraje	mírně teplé horské	maloplošná chráněná území	střední	nízká	nízká stabilita osídlení	nové vymezení, poloha	MAS Říčansko	MAS Říčansko	typ 4B
TOULAVA regionální produkt	2012	vnitrozemský	překračující hranice	mírně teplé horské	maloplošná chráněná území	vysoká	nízká	nerozvojový venkov	nové vymezení	MAS Krajina srdce	MAS Krajina srdce	typ 5
ZNOJEMSKO regionální produkt	2012	příhraniční	uvnitř kraje	teplé nížinné	NP, maloplošná chráněná území	střední	vysoká	periferní, nízká stabilita osídlení, hospodářsky slabé, nezaměstnanost, nerozvojový venkov	admin. hranice, hospodářství	MAS Živé pomezí Krumlovsko – Jevišovicko	MAS Živé pomezí Krumlovsko – Jevišovicko	typ 3c/(typ 4A)
KRUŠNOHOŘÍ regionální produkt	2013	příhraniční	na pomezí dvou krajů	chladné horské	CHKO, malopl. chráněná území	nízká	střední	nezaměstnanost, nerozvojový venkov, nízká stabilita osídlení, zčásti: strukturálně postižené	přírodní celek	MAS Sdružení Západní Krušnohoří	MAS Krajina srdce	typ 3c / typ 4A

Zdroje: viz kapitola 5.2.2. Vlastní zpracování (metodické postupy hodnocení jsou uvedeny v kapitolách 4.1 a 5.2.2).

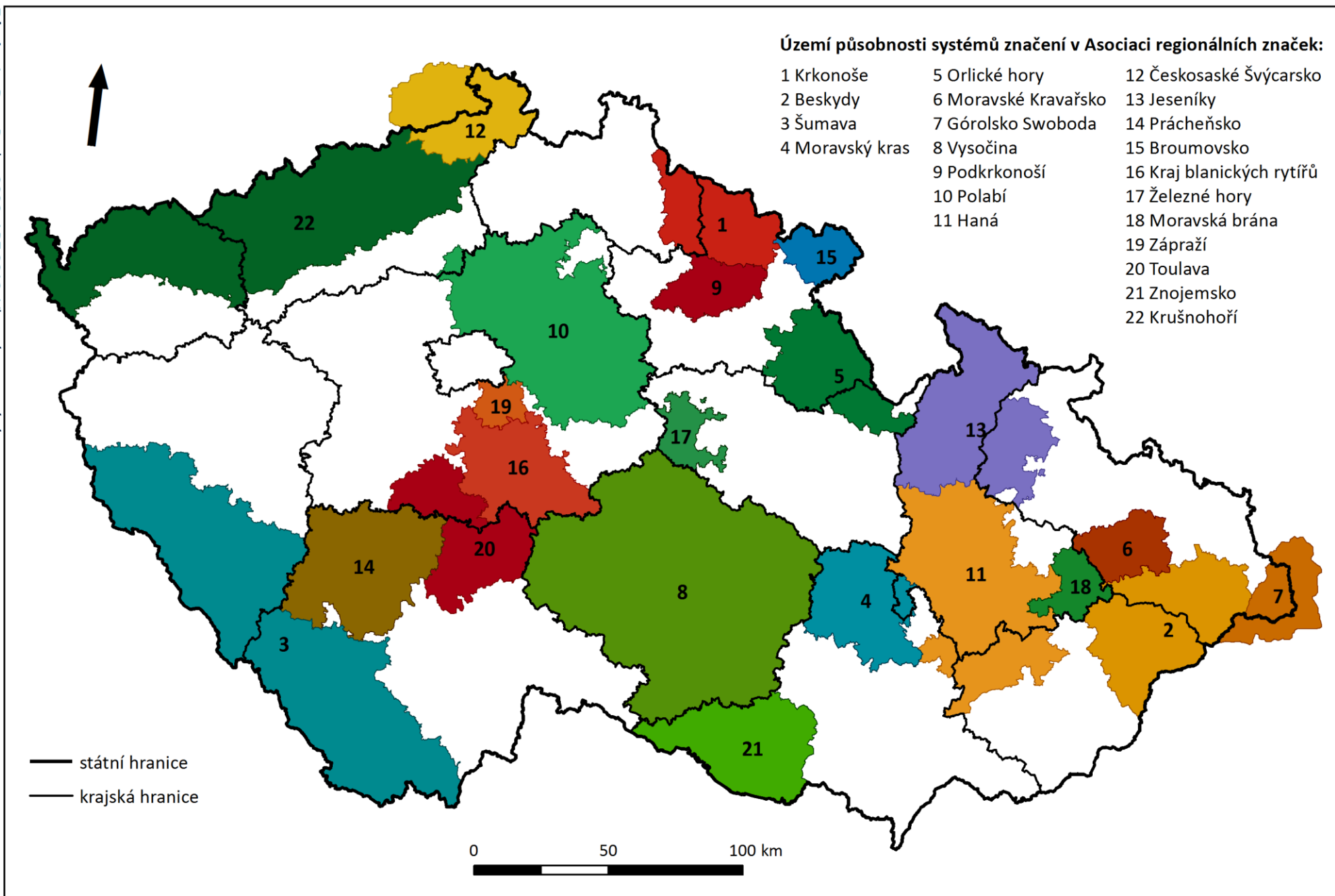
* Jednotlivé typy regionů ve vztahu k procesu institucionalizace jsou popsány v kapitole 2.1.2 a v souvislosti s regiony ARZ také v kapitole 5.2.2.2.

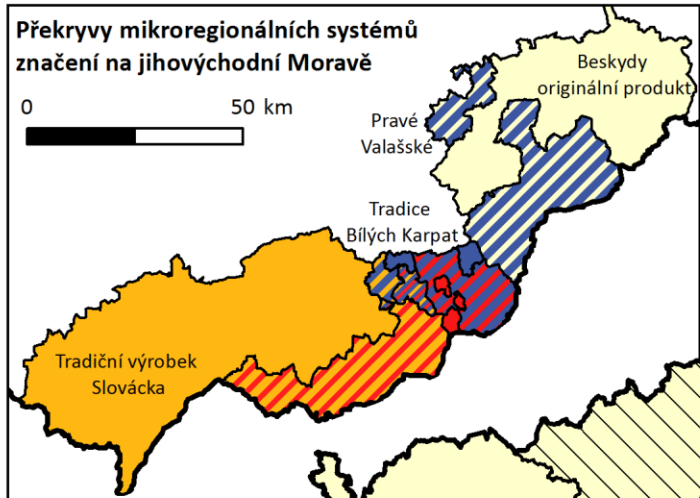
PŘÍLOHA 3: Prezentace systémů značení regionálních produktů sdružených v Asociaci regionálních značek k 31. 7. 2013

Název systému značení	Rok vzniku	Logo				Slovní prezentace	
		Podoba loga	Vlastní asociace k logu	Oficiální výklad loga	Podobnost s jinými logy v regionu	Úvodní odstavec ve webové prezentaci systému značení	Hlavní zmiňované znaky regionu
KRKONOŠE originální produkt	2005		spirála směřující k nejvyššímu bodu (Sněžka); nesymetrické (jako tvar české části Krkonoše)	Značka vychází z myšlenky zanechávání stop a osobního přístupu při výrobě v horském a podhorském regionu. Stylizovaný lidský otisk je proto vhodným a jednoduchým symbolem, který se vztahuje k různým činnostem a oborům.		S přírodou krkonošských hor i kopců podhůří se snoubí tradice předků a um současných řemeslníků, zemědělců a tvůrců. Výrobky z Krkonoše si proto zaslouží náležité ocenění, neboť mají dobrý základ a jsou ověřeny tradicí.	přírodní charakter (hory); hospodářský charakter; tradice
BESKYDY originální produkt	2006		beraní rohy odkazující na chov ovcí; tvar písmene B	Značka vychází z motivů tradiční lidové tvorby vázané na lidskou zručnost a osobní přístup při výrobě v horském a podhorském regionu. Stylizovaný ornament je proto vhodným a jednoduchým symbolem, který symbolizuje tradiční lidovou tvořivost a výrobu v Beskydech.		Bodný kraj kopců, pastvin a lidových tradic se odráží v lidské práci, která přetrvává po celé generace. Přinášíme Vám originální výrobky, které mají dobrý základ a jsou ověřeny tradicí.	krajina, přírodní charakter (kopce, pastviny); kultura (lidové tradice)
ŠUMAVA originální produkt	2006		řeka odkazující na Vltavu; tvar písmene S	Značka symbolizuje vodní víry horských řek a plavebních kanálů, které byly významným pomocníkem při lidské práci. Stylizovaný symbol ve tvaru písmene S vhodně symbolizuje Šumavu.		Krajina hustých šumavských lesů a luk protkaná pavučinou horských potoků, říček a plavebních kanálů nám dává možnost vytvářet jedinečné a originální výrobky stejně tak i nabízet střechu nad hlavou v malebných penzionech, hotelech a restauracích. Poznejte pravou chuť Šumavy.	přírodní charakter a krajina (lesy, louky, potoky, kanály)
MORAVSKÝ KRAS regionální produkt	2006		kapka vody odkazující na krasovou oblast	Symbol tvoří voda, resp. její malá část - kapka. Voda je pomocník nejen výrobců při výrobě produktů. Ve velké míře se voda - kapka - podílí na charakteristickém rázu krajiny Moravského krasu s krápníkovými jeskyněmi.		Čarokrásné krasové scenérie, pradávno obývané jeskyně a historie „železné huti českých i moravských zemí“. To vše se odráží v práci zdejších obyvatel a výrobcích, které zasluhují Vaši pozornost.	příroda a krajina (kras, jeskyně); historie, hospodářství (zpracování železa)
ORLICKÉ HORY originální produkt	2007		orel odkazující na název	Značka znázorňuje orlici, která odkazuje na název hor i na přírodní bohatství regionu.		Poklid a krása přírody Orlických hor, bohatost pohádek a místních pověstí, šikovnost a zručnost zdejších lidí, to vše se odráží i v originalitě místních výrobků.	přírodní charakter; mýty (pohádky, pověsti); povaha lidí (zručnost)
MORAVSKÉ KRAVAŘSKO regionální produkt	2007		hlava krávy odkazující na chov dobytka a na název	Značka znázorňuje hlavu krávy v hnědočervené barvě. Skot je na loukách údolní nivy řeky Odry chován odedávna a stal se tak symbolem celého regionu. Stylizovaná hlava krávy odkazuje na název regionu Moravské Kraso. Tradiční chov krav a pastevečství jsou provázány s dalšími řemesly, která vytváří svérázný kolorit regionu.	turistická destinace Moravské Kraso	Vzdálené hory na horizontu, rybníky, klidná Odra s houštinami vrb, dubů a olší na březích, šťavnaté louky, na nichž se pasou krávy. Takový je obrázek Moravského Kraso, kraje s bohatou historií, kde hrdoť lidí je tím správným předpokladem pro dobré místní výrobky.	krajina; řeka Odra; hospodářský charakter (louky, krávy); historie; identita lidí (hrdoť)
GÓROLSKO SWOBODA regionální produkt	2007		zřejmě motiv používaný v lidovém umění; květ	Hnědo-oranžová rozeta znázorňuje charakteristický a současně tradiční motiv pro górolské zdobení ve dřevě.		Górolsko Swoboda je enklávou klidu a ticha v Západních Beskydech, kde dlouhověké bohaté tradice a poctivá práce houževnatého a laskavého lidu dávají vzniknout originálním zdravým výrobkům nejvyšší kvality.	odlehlost (klid, ticho); tradice; povaha lidí
VYSOČINA regionální produkt	2007		tvar typické krajiny; tvar písmene V; (připomíná symbol "Regionální potraviny")	Značka odkazuje na kopcovitý ráz krajiny s charakteristickými poli s brázdami, loukami, lesy a remízky, se kterými je člověk v každodenním kontaktu.		Krajina zelených kopců a zbrzděných bramborových polí lemovaných jeřáby přináší čerstvý vzduch a pocit volnosti a svobody lidem z Vysočiny. Právě tyto výtečné podmínky umožňují vznik kvalitních místních výrobků.	krajina; hospodářský charakter (brambory); duchovní hodnoty (pocit volnosti, svobody)
PODKRKONOŠÍ regionální produkt	2008		menší kopeček pod větším, tj. pod Krkonošemi	Tvar stylizované zvlněné podhorské krajiny s kopci a údolími odkazuje na název regionu Podkrkonoší. Tradiční pěstování ovoce, zeleniny a obilí jsou provázány s dalšími řemesly, která vytváří svérázný kolorit regionu.		Krajina kopců, údolí, proslnutých strání i polí úrodných v podhůří Krkonoše. Na jaře zahalena záplavou květů stromů ovocných, v létě plody a zelení se skví. Tak takové je Podkrkonoší – malebná krajina okořeněná místními produkty.	krajina; hospodářský charakter (zemědělství, sadařství); estetické kvality (malebnost)
POLABÍ regionální produkt	2008		modrá řeka mezi zelenými poli; lípa jako znak Čechů (jádrová česká oblast)	Stylizovaný lipový list symbolizuje dva úrodné břehy a řeku Labe uprostřed. Zelená barva představuje úrodné lány, které vděčí za své bohatství řece.	MAS Podlipansko	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.	hospodářský charakter (úrodné); mýty (praotec Čech); povaha lidí
HANÁ regionální produkt	2009		obilný klas podle úrodných nížin	Značka ve tvaru stylizovaného ječného klasu odkazuje na zlaté lány obilí, které jsou opředeny legendou o králi Ječmínkovi.		Haná – krajina rozlehlých úrodných polí a chráněných lužních lesů, ležící v samém srdci Moravy. Lásko k rodné půdě a tradicím se zde dědí po generace a je tak zárukou pro vznik kvalitních domácích produktů.	krajina; hospodářský charakter (pole, úrodná); srdce Moravy; identita lidí

Název systému značení	Rok vzniku	Logo				Slovní prezentace	
		Podoba loga	Vlastní asociace k logu	Oficiální výklad loga	Podobnost s jinými logy	Úvodní slova	Hlavní znaky
ČESKOSASKÉ ŠVÝCARSKO regionální produkt	2010		dvě části regionu (větší česká a menší saská); tvar písmene S	Značka odkazuje na motiv tzv. pískovcových hodin. Tvar spirály je tvarován jako písmeno S, které se vyskytuje v názvu regionu. Klíny symetricky umístěné na bocích spirály představují postupné ubývání pískovce v místě zúžení v průběhu času.		Krajina inspirující umělce již od romantismu, místo toulek poutníků a trampů. Region s jedinečnou přírodou, ale také oblast, kde žijí pracovití, podnikaví a tvořiví lidé, jejichž vztah k této krajině se jedinečným způsobem zrcadlí v originalitě místních výrobků.	krajina; otevřenost návštěvníkům; povaha lidí
JESENÍKY originální produkt	2010		zvoněk jako vzácný druh rostliny; pramen odkazující na lázně	Stylizovaný květ zvonku jeseníckého, který se vyskytuje pouze na území horského regionu Jeseníky s čistou přírodou a zručnými lidmi.		Táhlé zaoblené hřebeny, hluboká údolí řek, zaříznutá v lesnatých stráních. Region květnatých luk a zelených pastvin, na nichž se poklidně pasou stáda ovcí a skotu. Drsná a zároveň romantická příroda. Tvořivost místních lidí i bohatá nabídka služeb - to je jedinečnost Jeseníků, nejvyššího pohoří Moravy.	přírodní charakter, krajina; hospodářský charakter (ovce a skot)
PRÁCHEŇSKO regionální produkt	2010		mírné kopečky jako tvar krajiny; zřícenina hradu	Značka se stylizovaným tvarem zříceniny hradu, která je zasazená v kopcovité krajině, představuje historicky významný hrad Prácheň.		V zátočině cesty svítí boží muka jako bílá panna. Na hrázích rybníků šumí věkovité duby. Řeka Otava rozdává lukám svou svěžest. Zvuky dud nás vedou za lidmi. Veselými i rozvážnými, plnými fortele. Země selských tradic - Prácheňsko. Krajina rovin i kopců, lesů i polí, rybníků i skal, pestrá jako osudy zdejších obyvatel. Svět na malé dlaní podané k přivítání.	estetické kvality; krajina; řeka Otava; povaha lidí; tradice a historie
BROUMOVSKO regionální produkt	2011		tvar broumovského výběžku; tvar pískovcových skal; tvar písmene B	Značka se stylizovaným počátečním písmenem „B“ z názvu regionu vychází z charakteristických tvarů zaoblených pískovcových skalních útvarů.	MAS Broumovsko+, Agentura pro rozvoj Broumovska, Dobrovolný svazek obcí Broumovsko	Kraj pískovcových skal a barokních památek. Krásná nedotčená příroda, architektonické skvosty a klidné přátelské prostředí, to je Broumovsko. Do svých výrobků vkládají místní lidé originalitu, zručnost, lásku k řemeslu a vztah k místu, kde žijí.	krajina; umělecká hodnota (barokní památky); povaha lidí, identita lidí
KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt	2011		přilba blanického rytíře (sv. Václava)	Středověká rytířská helmice se stala výstižným symbolem pro region, ve kterém se nachází hora Blaník spjatá s legendou o blanických rytířích.	turistická destinace Kraj blanických rytířů	Mýty opředená hora Blaník, která dala celému kraji jméno, se stala jedním z českých národních symbolů. Kousek blanické legendy, místní zručnost, nápaditost a kvalitu najdete v každém regionálním produktu z Kraje blanických rytířů.	mýty; Blaník jako český národní symbol; povaha lidí
ŽELEZNÉ HORY regionální produkt	2011		sova či brouk, odkazuje na přírodu; (podobné logu Orlických hor)	Symbolem regionu Železných hor je sova – výr velký, který se vyskytuje ve zdejší přírodě. Výr symbolizuje historické spojení života v regionu s bohatou a zachovalou přírodou. Ve značce byl symbol stylizován, aby vhodně zapadal do kolekce ostatních značek projektu.	CHKO Železné hory, Společnost přátel Železných hor, MAS Železné hory	Železné hory – region výjimečný nejen pestrostí geologického utváření, ale také svou historií a vývojem lidské činnosti, která je úzce spjata s přírodou a převládá se do tradic a řemesel místních lidí. Tedy vítejte i Vy!	přírodní charakter; historie
MORAVSKÁ BRÁNA regionální produkt	2011		tvar brány; tvar písmene M	Značka se stylizovaným tvarem písmene „M“, které odkazuje na počáteční písmeno regionu Moravská brána a zároveň jeho vnitřní díl představuje bránu.		Moravská brána, kraj spojující Moravu a Slezsko, Hanou a Valašsko, Pobaltí a Středomoří. Od dob starobylé Jantarové stezky tudy vedou důležité cesty lemované hrady, zámky a starobylými městy. Kraj dobrého jídla, šikovných řemeslníků, bohatých tradic a úcty k historii našich předků.	poloha (na pomezí územních celků); historie; tradice
ZÁPRAŽÍ originální produkt	2012		strom, list; jádro a okolí odkazující na polohu "za Prahou"	Značka Zápraží znázorňuje košatý strom jako symbol rozmanitých tradic a řemesel kraje za Prahou. Barvy evokují teplo a vůni domova.		Kraj pohádkového venkova i zachovalé přírody jihovýchodně za Prahou. Ráj koní, dobrého piva a tradiční gastronomie překvapí bohatstvím přírodních krás i lidových řemesel a zvyků. Rodný kraj Josefa Lady, kraj malebných vesniček, rybníků a říček, kraj polních remízků i svěžích Voděradských bučin. To je Zápraží, plné pohody a vůně domova.	venkov a venkovská krajina; kultura/národní hrdost (Josef Lada)
TOULAVA regionální produkt	2012		srdce, snad „srdce Čech“	Znázorňuje stylizovanou siluetu srdce vycházející z loga turistické destinace Toulava. Gradace třech částí symbolu srdce vyjadřuje rozšiřování značky v regionu a růst v povědomí o umu místních lidí.	MAS Krajina srdce, turistický region Toulava	Krajina zelených kopců a plání, ospalá krása malebných městeček a půvab polozapomenutých osad. Kraj plný starých příběhů – nejen z doby husitské. Tady se rodí naše originální výrobky a produkty. Kam jinam se zatoulat, když ne k nám.	krajina; národní symboly (husité); odkaz na název
ZNOJEMSKO regionální produkt	2012		ještěrka či mlok připomínající bažiny (Podyjí); linie jako řeka Dyje	Značka znázorňuje zelenou ještěrku, která symbolizuje stepní charakter místní přírody, kde proslulé vinice střídají obilné lány a lemují meandrující tok řeky Dyje.		–	
KRUŠNOHOŘÍ regionální produkt	2013		hory, řeka; (připomíná Podkrkonoší)	Značka s motivem krajiny Krušných hor, pod kterými protéká řeka Ohře. Zvlněný proud řeky přechází do kopců a údolí hor se smíšenými lesy.		Krajina, do jejíž divukrásné tváře se nesmazatelně zapsali lidé, když zde v honbě za poklady z hlubin země zanechali hluboké jizvy. Ty pomůže zacelit čas a především práce zemědělců, sadařů a vinařů, řemeslníků a umělců, kteří znovu probouzejí a dotvářejí krásu a rozmanitost Krušnohoří.	krajina; historie a hospodářství (těžba); rozmanitost

Zdroje: Agentura pro rozvoj Broumovska 2011; 2013a; 2013b; AOPK ČR 2013b; ARZ 2013; České Švýcarsko 2010; Český svaz ochránců přírody Vlašim 2012; 2013; Hranická rozvojová agentura 2012; MAS Broumovsko+ 2013; MAS Horní Pomoraví 2010; MAS LAG Strakonicko 2010; MAS Moravský kras 2007; MAS Podchlumí 2008; MAS Podlipansko 2008; 2013; MAS Pohoda venkova 2007; MAS Regionu Poodří 2008; MAS Říčansko 2012; MAS Sdružení Západní Krušnohoří 2013; MAS Železnohorský region 2011; 2012; 2013; MAS Živě pomezí Krumlovsko – Jevišovsko 2013; MS PZKO Jablunkov 2007; Občanské sdružení Aktiv+ 2009; Občanské sdružení MAS Krajina srdce 2012; 2013a; 2013b; Poodří – Moravské Kravaňsko 2013; REC 2005a; 2005b; 2005c; Společnost přátel Železných hor 2013; ZERA 2008. Vlastní zpracování.



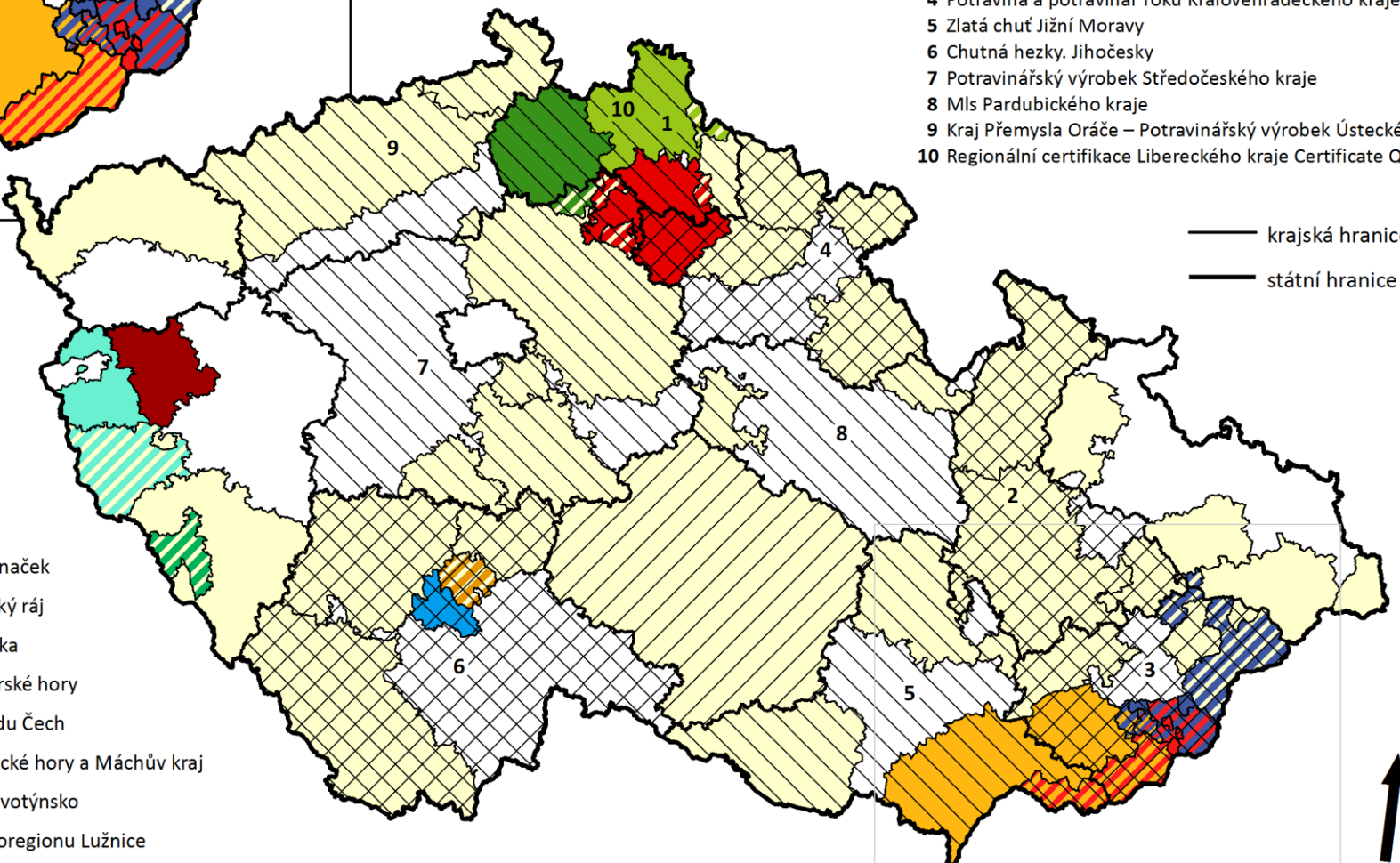


Systémy značení regionálních produktů na regionální úrovni:

- Z našeho regionu
 - krajské systémy značení:
- 1 Výrobek roku Libereckého kraje
 - 2 Výrobek Olomouckého kraje
 - 3 Výrobek Zlínského kraje – Perla Zlínska
 - 4 Potravina a potravinář roku Královéhradeckého kraje
 - 5 Zlatá chuť Jižní Moravy
 - 6 Chutná hezky, Jihočesky
 - 7 Potravinářský výrobek Středočeského kraje
 - 8 Mls Pardubického kraje
 - 9 Kraj Přemysla Oráče – Potravinářský výrobek Ústeckého kraje
 - 10 Regionální certifikace Libereckého kraje Certificate Quality

Systémy značení regionálních produktů na mikroregionální úrovni:

- Tradice Bílých Karpat
- Ekoregion Úhlava
- Asociace regionálních značek
- Regionální produkt Český ráj
- Tradiční výrobek Slovácka
- Regionální produkt Jizerské hory
- Místní výrobek ze západu Čech
- Regionální produkt Lužické hory a Máchův kraj
- Regionální produkt Vltavotýnsko
- Regionální značka Mikroregionu Lužnice
- Pravé Valašské
- Sem patřím...Český les



PŘÍLOHA 6: Otázky pro koordinátory systémů značení sdružených v Asociaci regionálních značek

- (1) Jaký je Váš osobní vztah k *regionu*? Jak dlouho zde žijete?
- (2) Uvažujete o stěhování?
- (3) Jaké jsou podle Vás typické znaky *regionu*? Čím se vyznačuje/vymezuje vůči jiným regionům?
- (4) Vidíte nějaké problémy či slabé stránky *regionu*? Označil/a byste *region* jako problémový?
- (5) Je podle Vás *region* v Česku známý? Jakou má pověst?
- (6) Popište krátce historii značky v *regionu*, včetně předcházejících projektů, inspirací, kontaktů apod.
- (7) Co Vás vedlo k zavedení značky? Jaké byly hlavní motivace zavedení?
- (8) Co jste očekával/a od zavedení značky? Jaké jsou hlavní cíle zavedení?
- (9) Jak byste hodnotil/a přínosy značky nyní? Splnila se Vaše očekávání?
- (10) Je značka známá a uznávaná mezi obyvateli *regionu*? Preferují certifikované výrobky?
- (11) Je území, na němž se značka používá, přesně vymezeno? Podle čeho je vymezeno?
- (12) Kdo se podílel na výběru názvu? Podle čeho byl název vybírán? Byly diskutovány jiné varianty?
- (13) Používáte *název regionu* v běžném hovoru (s přáteli)? S jakým názvem se identifikují místní?
- (14) Kdo a jak se podílel na vytváření loga? Byly diskutovány jiné varianty?
- (15) Jak byste popsal/a vzájemné vztahy mezi výrobcí a vztahy mezi výrobcí a koordinátorem?
- (16) Oslovujete aktivně výrobce nebo se výrobci hlásí sami?
- (17) Máte zájem o certifikaci výrobců s nadregionálním významem? Mají také oni zájem o značku?
- (18) Vidíte nějaké problémy ve fungování značky, uvnitř značky nebo vně?

PŘÍLOHA 7: Tiskoviny Asociace regionálních značek a členských systémů značení



Noviny „Doma v ...“ vydávané ARZ a jednotlivými koordinátorskými subjekty
Zdroj: Vlastní fotografie.



Propagační materiály ARZ v jednotném stylu
Zdroj: Vlastní fotografie.