



Mazowsze.
serce Polski



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Institucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Materiał informacyjny opracowany przez Lokalną Grupę Działania – Przyjazne Mazowsze

Operacja pt. „Poznajemy markę lokalną Spichlerz Koronny – wizyta studyjna” współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

Wnioski i rekomendacje z wizyty studyjnej

pt. „Poznajemy markę lokalną Spichlerz Koronny – wizyta studyjna”

Na organizację wizyty studyjnej do **Stowarzyszenia LGD - Korona Północnego Krakowa** zdecydowaliśmy się ze względu na fakt, że stworzona przez nich Marka Lokalna „Spichlerz Koronny” jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych w kraju. Wspólnie z LGD Korona Północnego Krakowa uzgodniliśmy program wizyty, żeby był najbardziej korzystny i interesujący dla uczestników wyjazdu.

Znak Lokalny „Spichlerz Koronny” został opracowany i opatentowany w 2015 roku. Ideą, która od początku przyświecała powstawaniu „Spichlerza Koronnego” jest **promocja i rozpowszechnianie** wśród mieszkańców oraz turystów **produktów i usług najwyższej jakości** z terenu LGD- Korona Północnego Krakowa.

Obszar, na którym działa LGD jest krainą owocujących sadów i bogatych ogrodów i pól, która oferuje zdrowe i smaczne naturalne produkty oraz gotowe, wyjątkowe przetwory. Na terenie działa wiele firm wytwarzających wysmienite produkty spożywcze, a restauracje i hotele, ale także gospodarstwa agroturystyczne oferują wspaniałą kuchnię, której część stanowią dania oparte o lokalne produkty i płody ziemi.

Celem znakowania produktów i usług jest m.in.: **wsparcie przedsiębiorczości** opartej na **zasobach lokalnego środowiska**, wyróżnienie produktów i usług o najwyższej jakości, wartościowych dla budowania marki lokalnej „Spichlerz Koronny”, tworzenie sieci współpracy i wspólna promocja wyjątkowych produktów i usług oznakowanych Znakiem, wymiana wiedzy i doświadczeń w procesie wdrażania i promocji Marki z partnerami lokalnymi oraz zewnętrznymi na poziomie krajowym i międzynarodowym oraz dążenie do podnoszenia jakości produktów i usług oznaczonych Znakiem.

O prawo do używania i posługiwania się Znakiem Jakości „Spichlerz Koronny” mogą ubiegać się posiadające osobowość prawną jednostki terenowe stowarzyszeń, przedsiębiorcy, organizacje, posiadające siedzibę lub oddział i faktycznie działające na obszarze LGD Stowarzyszenie Korona Północnego Krakowa.

Znak Jakości „Spichlerz Koronny” przyznawany jest dla **produktów spożywczych, usług gastronomicznych i noclegowych** oraz **oferty turystyczno- rekreacyjnej, produktów rękodzielniczych** oraz **użytkowych**, lokalnych **wydarzeń edukacyjnych, kulturalnych i promocyjnych**.

Wizyta studyjna pt. „Poznajemy markę lokalną Spichlerz Koronny – wizyta studyjna” odbyła się w dniach 1-3 września 2023 r. Uczestniczyło w niej 30 osób tj. przedstawicielei KGW i innych stowarzyszeń

Zachęcamy do odwiedzenia stron internetowych: mazowieckie.ksow.pl, gdzie można znaleźć informacje o bieżących inicjatywach i wsparciu KSOW oraz ksow.pl, gdzie można zarejestrować się jako Partner KSOW.



Mazowsze.
serce Polski



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Materiał informacyjny opracowany przez Lokalną Grupę Działania – Przyjazne Mazowsze

Operacja pt. „Poznajemy markę lokalną Spichlerz Koronny – wizyta studyjna” współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

lokalnych z terenu powiatu płońskiego, zainteresowanych tworzeniem strategii promocji i budowania marki produktów lokalnych.

Organizator wizyty (koordynator i osoba współpracująca) prowadził rozmowy bezpośrednio z uczestnikami, zbierał informacje zwrotne zarówno w trakcie wizyty, jak również po jej zakończeniu. Prowadził rozmowy telefoniczne z uczestnikami w ciągu kilku dni, by pozyskać wnioski i wypracować wspólne rekomendacje z wizyty.

Wnioski z wizyty studyjnej:

Wizyta studyjna była okazją do poznania dobrych praktyk na obszarze LGD Korona Północnego Krakowa w zakresie tworzenia marki lokalnej „Spichlerz Koronny” czyli **sposobu identyfikacji i wizualizacji produktów lokalnych, ich promocji i sprzedaży**, sposobów budowania współpracy pomiędzy producentami, organizacjami, samorządami, zdobycia wiedzy i doświadczeń w procesie wdrażania Marki, ze szczególnym uwzględnieniem roli lokalnych produktów w rozwoju działalności KGW, stowarzyszeń i producentów. Podczas spotkań, szkoleń i warsztatów uczestnicy pozyskali wiedzę i umiejętności w tym zakresie.

1. Udział w szkoleniu pn. „Rola marki lokalnej w promocji i sprzedaży lokalnych produktów na przykładzie Marki Lokalnej Spichlerz Koronny”

Podczas szkolenia prowadzonego przez panią Olę Gałek, specjalistkę ds. marki lokalnej i produktu lokalnego, uczestnicy zdobyli wiedzę na temat **tworzenia koncepcji budowania marki lokalnej, korzyści wprowadzenia tej marki na rynek**, zarówno dla użytkowników Znak, jak i potencjalnych klientów, dowiedzieli się, jak ważnym zadaniem jest stworzenie Systemu Identyfikacji Wizualnej Znak i z jakimi korzyściami się to wiąże. Poznali etapy planu wdrożenia marki lokalnej m.in.: wykorzystania narzędzi promocji i kanałów komunikacji, czy stworzenia harmonogramu działania.

2. Wizyta u lokalnych producentów: serów na terenie farmy Manowce oraz producenta przetworów z róży pomarszczonej (produkty objęte znakiem jakości Spichlerz Koronny)

Działalność w tych gospodarstwach pokazała uczestnikom wizyty **inicjatywę kobiet**, które znalazły niszę na rynku lokalnym i stworzyły produkty, które cieszą się popularnością wśród lokalnej klienteli. Uczestnicy poznali różnorodne **metody sprzedaży**: targi lokalne, sprzedaż prosto z gospodarstwa, możliwość zamawiania on-line, co ułatwia dotarcie do klienta i powoduje rozpoznawalność produktów.

Podczas spotkań uczestnicy poznali zasady funkcjonowania tych gospodarstw, sposoby na sprzedaż oraz wykorzystywane narzędzia do promocji własnych wyrobów. Spotkania z właścicielami stworzyły

Zachęcamy do odwiedzenia stron internetowych: mazowieckie.ksow.pl, gdzie można znaleźć informacje o bieżących inicjatywach i wsparciu KSOW oraz ksow.pl, gdzie można zarejestrować się jako Partner KSOW.



Mazowsze.
serce Polski



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Institucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Materiał informacyjny opracowany przez Lokalną Grupę Działania – Przyjazne Mazowsze

Operacja pt. „Poznajemy markę lokalną Spichlerz Koronny – wizyta studyjna” współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

dobrze warunki do prowadzenia dyskusji i dzielenia się wiedzą i doświadczeniami ze zrealizowanych przedsięwzięć w zakresie projektów promujących lokalne produkty oraz partnerską współpracę. Uczestnicy degustowali lokalne produkty m.in.: **sery kozie miękkie i dojrzewające z ziołami** (czosnek niedźwiedzi, chili i oregano) oraz **przetwory z róży pomarszczonej** tj. soki, konfitury, syropy.

3. Warsztaty z przygotowania potraw z produktu regionalnego – czosnku galicyjskiego

W ramach tego spotkania uczestnicy poznali działalność **Stowarzyszenia Wesołe Kumoszki z Granowa**. Jest to Stowarzyszenie, które działa jako KGW, a Panie poprowadziły warsztaty z wykorzystania produktu wpisanego do Rejestru Chronionych Oznaczeń Geograficznych i Chronionych Nazw Pochodzenia oraz do Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności - Czosnku galicyjskiego.

Koło jest przykładem bardzo aktywnej organizacji, a spotkanie z jej przedstawicielkami było okazją do poznania dobrych praktyk, zapoznania się ze sposobami działania, ze szczególnym uwzględnieniem roli lokalnych produktów w rozwoju działalności KGW.

Uczestnicy wizyty podkreślili znaczenie jednoczenia się organizacji i scalania regionu poprzez wspólną markę, wzajemne przekazywanie informacji („rozpowszechnianie wici”) co się dzieje, co robią inni. „Internet to połowa sukcesu, ważne są spotkania, bezpośrednie kontakty, rozmowy, wspólne imprezy”. Ważna jest jakość kontaktów, gościnność, przyjazna atmosfera i wzajemna pomoc. Integracja kół gospodyń wiejskich z obszaru LGD Korona Północnego Krakowa przekładała się, dzięki wzajemnej pomocy na „mistrzostwo świata w kuchni”. Podczas warsztatów uczestnicy degustowali potrawy z **produktu regionalnego - czosnku galicyjskiego** (czekoladki z czosnkiem, bigos z jabłek, zupa z ciecierzycy z czosnkiem).

4. KGW „Nad Stawami” oraz degustacja produktów lokalnych połączone ze spotkaniem „Metody sprzedaży na przykładzie Wielkowiejskiego Targu”

Podczas spotkania pt. „Metody sprzedaży na przykładzie Wielkowiejski Targu” poprowadzonego przez Janusza Bończaka w siedzibie **KGW "Nad Stawami"** Masłomiąca uczestnicy degustowali różnego typu produkty lokalne z obszaru LGD, ze szczególnym naciskiem na produkty zgromadzone pod Marką Lokalną „Spichlerz Koronny”, mieli okazję zobaczyć również wizualizację Znaku Marki na opakowaniach produktów oraz materiałach promocyjnych tych produktów.

Koło Gospodyń Wiejskich „Nad Stawami” w Masłomiącej, które funkcjonuje od 2019 roku to miejsce, które poprzez swoją bogatą działalność służy wszystkim mieszkańcom Masłomiącej. Pozwala na

Zachęcamy do odwiedzenia stron internetowych: mazowieckie.ksow.pl, gdzie można znaleźć informacje o bieżących inicjatywach i wsparciu KSOW oraz ksow.pl, gdzie można zarejestrować się jako Partner KSOW.



Mazowsze.
serce Polski



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Institucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Materiał informacyjny opracowany przez Lokalną Grupę Działania – Przyjazne Mazowsze

Operacja pt. „Poznajemy markę lokalną Spichlerz Koronny – wizyta studyjna” współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

swobodną wymianę myśli i poglądów, a także wypicie kawy w dobrym towarzystwie. To przestrzeń, w której każdy znajdzie coś dla siebie – niezależnie od wieku.

Koło może się poszczycić zajęciem I miejsca w konkursie kulinarnym w ramach VI edycji Wiosennego Festiwalu Kulinarnego organizowanego przez LGD Stowarzyszenie Korona Północnego Krakowa. A ich daniem popisowym była kaczka, taki też przepis można znaleźć w wydawnictwie kulinarnym.

Z wypowiedzi uczestników wynika, że projekty i działania, które otrzymały certyfikat Marka lokalna „Spichlerz Koronny” pokazane podczas spotkania warto wykorzystać przez Koła Gospodyń Wiejskich i inne organizacje, przy projektowaniu i wdrażaniu lokalnych inicjatyw czy pozyskiwaniu nowych źródeł dochodów.

Podkreślili rolę wyeksponowania produktów lokalnych i ich promocję, rozstawianie marki, pokazywanie, że to „fajnie działa”, stwarzanie możliwości posmakowania produktów lokalnych i ich zakupu. Zwrócili uwagę na ładne wydawnictwa, w których są zebrane przepisy na lokalne potrawy. Ponadto w widocznych miejscach regionu wyeksponowano **wyróżniki, symbole regionu**, które pokazują to co produkują na tym terenie.

5. XIII Małopolskie Święto Warzyw

Wydarzenie to miało charakter wystawy rolniczej (sprzęt rolniczy, materiały do produkcji warzyw, warzywa) oraz przeglądu KGW z naciskiem na ich działalność kulinarną. Stoiska KGW obfitowały w dania kuchni regionalnej połączonej z nowoczesnymi przepisami. W ramach Święta odbył się też Konkurs, któremu przyświeca idea pozytywnej konkurencji i rozwija kreatywność członkiń KGW, było to także świetne narzędzie do promocji obszaru gminy, które dzięki wieloletniej tradycji na stałe wpisało się w kalendarz wydarzeń powiatowych i wojewódzkich.

Uczestnicy zwiedzili stoiska lokalnych producentów oraz degustowali produkty regionalne. Mieli okazję do bezpośredniej wymiany doświadczeń i spostrzeżeń dotyczących promocji lokalnych produktów. Wskazali również jak istotna jest także dobra organizacja wydarzeń, która przekłada się na wzajemny sukces.

Sama wizyta była również okazją do integracji uczestników, wymiany wiedzy i doświadczeń z małopolskimi Kółami Gospodyń Wiejskich., nawiązywaniu kontaktów i budowaniu sieci współpracy oraz do zacieśnienia współpracy z LGD- Przyjazne Mazowsze. Stała się dla nich inspiracją do przeniesienia sprawdzonych i skutecznych rozwiązań budowania i promocji marki lokalnej na nasz obszar.

Zachęcamy do odwiedzenia stron internetowych: mazowieckie.ksow.pl, gdzie można znaleźć informacje o bieżących inicjatywach i wsparciu KSOW oraz ksow.pl, gdzie można zarejestrować się jako Partner KSOW.



Mazowsze.
serce Polski



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Institucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Materiał informacyjny opracowany przez Lokalną Grupę Działania – Przyjazne Mazowsze

Operacja pt. „Poznajemy markę lokalną Spichlerz Koronny – wizyta studyjna” współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

Rekomendacje z wizyty studyjnej:

- Warto korzystać ze sprawdzonych u partnerów z innych regionów wzorców i sprawdzonych rozwiązań promujących i wspierających rozwój lokalnych produktów, przy projektowaniu własnych produktów.
- Ważne w tworzeniu strategii rozwoju lokalnego jest uwzględnienie budowania sieci współpracy lokalnej i ponadlokalnej na rzecz promocji i wspierania produktów lokalnych.
- Warto uczyć się od innych, ale także pokazywać to co mamy wartościowego, tradycje i dziedzictwo kulturowe, organizować wizyty studyjne u nas, realizować wspólne warsztaty, wymieniać się doświadczeniami.
- Warto zadbać o jakość kontaktów lokalnych, pomiędzy organizacjami ale także pomiędzy NGO i JST, tworzenie miłej atmosfery, gościnność, serdeczność – to działa.
- Warto razem pracować nad wspólną marką, wspierać i inspirować się wzajemnie, rozstawić, popularyzować to co mamy wartościowego.
- Trzeba systematycznie spotykać się z organizacjami, wyjść do ludzi, żeby nie siedzieli w domu.
- Należy budować współpracę i pogłębiać integrację organizacji poprzez wspólne działania.
- Trzeba tworzyć warunki do prezentacji dorobku organizacji.
- Realizować wspólne projekty i pozyskiwać fundusze na działania.
- Bardziej angażować gminy do rozpowszechniania i promocji lokalnych produktów.
- Warto nagradzać i wspierać lokalnych liderów.
- Warto współpracować z innymi LGD i wymieniać się doświadczeniami.
- Warto zadbać o dobrą informację na temat wydarzeń i możliwości pozyskiwania funduszy, wspierać zwłaszcza młode organizacje.
- Należy wspólnie przemyśleć jak wyeksponować wyróżniki, symbole naszego regionu, pokazać co produkujemy – np. truskawki poprzez rzeźby, murale itp.
- Warto zebrać przepisy na lokalne produkty kulinarne i wydać publikację oraz ją rozpowszechnić.

Zachęcamy do odwiedzenia stron internetowych: mazowieckie.ksow.pl, gdzie można znaleźć informacje o bieżących inicjatywach i wsparciu KSOW oraz ksow.pl, gdzie można zarejestrować się jako Partner KSOW.