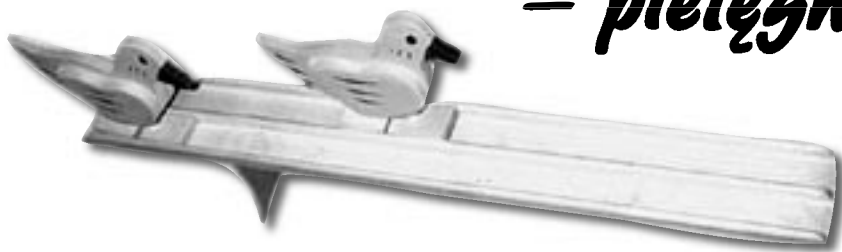


# Produkt lokalny – pielęgnowanie tradycji



Zabawka stryżawska  
– produkt z marką  
„Łączy nas Babia Góra”, fot. Olga Gałek

Przez ostatnie lata rynek polski zalewany był przez produkty wytwarzane na masową skalę, pozbawionych wartości smakowych, estetycznych, kulturowych. Produkty te dodatkowo nafaszerowane są chemią począwszy od nawozów i pestycydów stosowanych w rolnictwie, na barwnikach i konserwantach używanych w produkcji skończywszy. Ten przesyt sztuczności spowodował, iż ludzie zatęsknili za tradycyjnymi produktami wytwarzanymi naturalnymi sposobami. Dość mają anonimowych towarów. Potrzebują produktów, w których oprócz wysokiej jakości dostaną pozytywne skojarzenia, coś z czym będą mogli się utożsamiać.

**Produkt uznawany mianem „produktu lokalnego” przygotowywany jest ze składników pozyskanych tradycyjnymi sposobami, zakorzenionymi w danym regionie. Wytwarzany w naturalny sposób – bez sztucznych zabiegów, ulepszczy, powstaje w harmonii z przyrodą, promując idee ekologiczne.**

Produktem lokalnym może być:

- wyrób artystyczny, użytkowy np. ludowe, drewniane rzeźby i zabawki itp.
- produkty spożywcze pozyskiwane lub wykonywane tradycyjnymi metodami
- produkty usługowe.

Produkty te wytwarzane są na małą skalę, niosą ze sobą niepowtarzalny styl, charakterystyczny dla danego terenu, a dzięki właściwie prowadzonej promocji niejednokrotnie mogą stać się atrakcją turystyczną, wizytówką danego terenu. To co wizualnie wyróżnia te towary spośród dostępnych na rynku to na pewno opakowanie, które również wytwarzane jest tradycyjnymi sposobami jak np. koszyki wiklinowe. Tego typu opakowania same w sobie mogą być towarem handlowym, a połączone z innymi produktami dodatkowo podkreślają ich związek z naturą, ze wsią.

Oprócz kultywowania tradycji danego regionu, produkt lokalny dodatkowo wyzwala aktywizację zawodową, pobudza przedsiębiorczość, stwarza nowe wartości, inicjuje współpracę samorządów, organizacji społecznych, okolicznych przedsiębiorców, tworzy nowe miejsca pracy – szczególnie istotne jest to na obszarach wiejskich, gdzie panuje duże bezrobocie.

## Instrumenty promujące produkt lokalny

W Unii Europejskiej prowadzona jest polityka ochrony nazw i znaków pochodzenia produktów, dając gwarancje jakości, miejsca pochodzenia i tradycyjnego charakteru danego wyrobu. W Polsce nie ma doświadczeń związanych z ochroną produktów lokalnych i regionalnych. Przed nami stoi zadanie stworzenia systemu, który w chwili przystąpienia Polski do Unii pozwoli lokalnym producentom skutecznie konkurować z wytwórcami podobnych towarów z innych krajów UE.

Doświadczenia krajów europejskich wykazują, iż produkty lokalne cieszą się dużą popularnością wśród turystów, dając szanse okolicznym mieszkańcom do dodatkowego zarobku. W Polsce przedsięwzięcia tego typu dopiero odnajdują swoją ramię bytu. Polska wieś potrzebuje instrumentów, którymi mogłaby się promować. Produkt lokalny może stanowić doskonałą podstawę, na bazie której można oprzeć promocję regionu. Brakuje jednak mechanizmów niezbędnych do stworzenia produktom stałego miejsca na rynku jak i w świadomości odbiorców. Z myślą o tym prowadzonych jest szereg inicjatyw, między innymi odbywają się konferencje, seminaria, imprezy folklorystyczne, które mają za zadanie pomóc wskrzesić na nowo tradycje, wspierać lokalnych wytwórców i przedsiębiorców.

W celu skutecznej promocji produktów lokalnych, zachowanie tradycji, naszego dziedzictwa kulturowego powołano m.in. Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego<sup>1)</sup>. Fundacja Fundusz Współpracy w ramach Polsko-Amerykańskiego Projektu Rozwoju Produktów Lokalnych „Agro-smak” podejmuje problematykę ochrony naszej rodzimej żywności.



Barwicki chleb – produkt z marką „Naszynnik Północy”, fot. Olga Gałek

W Krakowie Fundacja Partnerstwo dla Środowiska<sup>2)</sup> prowadzi od 2002 r. Program „Produkt Lokalny”, którego zadaniem jest wypracowanie stałych mechanizmów wprowadzających produkt na rynek. Instrumenty te pozwalają wykreować produkt lokalny, sprawią, iż stanie się konkurencyjny w stosunku do obecnych już na rynku produktów, oraz pozwolą mu się na nim utrzymać. Duży nacisk położony jest na pomoc doradczą poprzez konsultacje, seminaria, warsztaty.

Projekt ten skierowany jest do społeczności lokalnych m.in. do bezrobotnych, rolników, rzemieślników, wytwórców, którzy wyrażają chęć prowadzenia działalności związanej z kultywowaniem tradycji danego regionu.

W terenie Program „Produkt Lokalny” realizowany jest za pośrednictwem działających społecznie Koordynatorów Zespołów Roboczych Grup Partnerskich, powoływane są również zespoły tematyczne związane z produktem lokalnym, przedsiębiorczością, marką lokalną. W ten sposób powstały m.in. „stryszawskie ptaszki”, „barwicki chleb”, „mąka debrzniańska”, „aniołek z Wysokiej”, „przemkowski miód”.

promocji i systemu ochrony produktów lokalnych powinno być kluczową kwestią, albowiem świadczy to o naszej tożsamości narodowej. Fakt ten jest szczególnie istotny w chwili przystąpienia Polski do UE produkt lokalny może być doskonałym elementem promocji danego regionu, ale żeby tak mogło się stać, musi być stworzony system, który będzie go wspierał. Pierwsze kroki zostały już poczynione. Potrzebne są kolejne, jeśli nie chcemy by ktoś nam zarzucił, że „swego nie znamy a cudze chwalimy”.

#### Literatura

1. Przewodnik turystyczny – „Przysłop. Z widokiem na Babią Górę”; Wydawnictwo Bezdroża; Kraków 2003;
2. Poradnik, Moja firma – sukces indywidualny i lokalny; Fundacja Partnerstwo dla Środowiska; Kraków 2004;
3. Zaręba D., Bukowska R. – Kobiety z fantazją. Kobiety na rzecz dziedzictwa i rozwoju zrównoważonego terenów wiejskich. Polsko-słowacko-czesko-amerykański program „BABINIEC”; Lanckorona 2003;
4. Materiały uzyskane w Fundacji Partnerstwo dla Środowiska.

**Ewa Ćwik**  
 ewa\_cwik@op.pl

### Wybrane imprezy promujące Produkty Lokalne:

kwiecień (Niedziela Palmowa)  
 jarmark i konkurs palm, Lipnica Murowana

maj  
 Święto Zabawki Ludowej, Stryszawa

czerwiec  
 Wystawa „Babiogórscy Twórcy”, Jordanów

lipiec  
 Kiermasz Produktów Lokalnych, Lipka

Absolwentka Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie odbywająca w 2003 r. staż w Fundacji „Partnerstwo dla Środowiska” w Krakowie

1. Fundusz Współpracy Projekt Agro-Smak;  
 ul. Górnośląska 4 a,  
 00-444 Warszawa;  
 tel. 0-22/450-99-53;  
 e-mail: agro-smak@cofund.org.pl.

2. Fundacja Partnerstwo dla Środowiska;  
 ul. Bracka 6/6,  
 30-005 Kraków;  
 www.epce.org.pl

Produkty te nie są anonimowe. Wypracowały swoją własną markę lokalną, która obok standardowych informacji o jakości produktu, daje klientowi pozytywne skojarzenia związane z miejscem jego pochodzenia.

Doskonałym przykładem lokalnych działań promujących swoje korzenie jest „Święto Zabawki Ludowej” organizowane corocznie w babiogórskiej miejscowości Stryszawa. Organizatorzy chcą w ten sposób przybliżyć tradycyjną, sięgającą XVIII w. technikę wyrobu zabawek.

Niewątpliwą atrakcją tej imprezy jest wystawa zabawek, kiermasz sztuki ludowej i rękodzieła artystycznego, pokazy rzeźbienia, garncarstwa oraz innych ginących zawodów. Stryszawskie produkty lokalne opatrzone są znakiem „Łączy nas Babia Góra”, który identyfikuje je z miejscem pochodzenia.

Nasze dziedzictwo kulturowe jest naszym największym skarbem, pokazuje nasze korzenie. Wypracowanie mechanizmów

Witki brzozone ze Skowarneek – produkty z marką „Naszynnik Północy”, fot. Olga Gałek

