



**Strategická koncepce rozvoje projektu Liberecký kraj sobě
na období 2024-2025**

RESUME

Regionální výrobci a poskytovatelé služeb obohacují místní trh i komunitní život a rozvíjejí udržitelnou lokální ekonomiku založenou na místních zdrojích, pracovní síle a zkušenostech.

Liberecký kraj se dlouhodobě věnuje podpoře tradičních řemeslníků, spolupracuje s certifikačními autoritami regionálních produktů Libereckého kraje. Od roku 2019 připravoval systém kontinuální podpory regionálních výrobců a ve čtvrtek 19. listopadu 2020 byl spuštěn internetový portál www.lksobe.cz.

„Liberecký kraj sobě“ je projekt orientovaný na podporu regionálních výrobců a poskytovatelů služeb. V základní podobě jde o prezentaci jednotlivých výrobců, značek a o jejich koncepční podporu, a to ve spolupráci se zástupci regionálních značek, podnikatelského inkubátoru Lipo.Ink, případně dalších zúčastněných subjektů. Výsledkem je cílená podpora podnikatelských subjektů v regionu, zejména v oblasti vzdělávání, propagace, informační a dotační podpory.

Podpora regionálních značek je celoevropsky podporovaným trendem. V praxi se jedná z velké části například o podporu regionálních dodávek místně produkováných potravin. Mezi hlavní přínosy patří zkrácení dodavatelských řetězců a podpora místních podnikatelských subjektů. Roste i společenský tlak na blízké dodávky potravin, související s uhlíkovou stopou. Přínosů lokalizace využívá také udržitelný cestovní ruch: návštěvy řemeslnických dílen, vlastní výroba nebo suvenýry s jedinečným otiskem místa mohou spoluvytvářet šetrné a zároveň unikátní turistické produkty. Podpora regionální produkce má své místo i ve vzdělávání, kde napomáhá budovat vztah dětí a mládeže k místu, kde žijí, ale i zcela prakticky udržovat povědomí o rukodělné řemeslné práci a původu potravin.

Nositelem projektu je *Liberecký kraj* a řídí jej *Agentura regionálního rozvoje*.

Jedním z výstupů projektu je internetový portál www.lksobe.cz. Zájemci tu najdou regionální výrobky a služby od zdravých potravin až po autorské šperky či moderní vybavení domácnosti, ale i tipy na výlet nebo nápady na akce na víkend ve svém blízkém okolí. Místní samosprávy mohou v katalogu regionálních výrobců a poskytovatelů služeb nalézt partnery či spoluorganizátory pro komunitní akce a projekty. Nejen žákům, studentům a učitelům přináší portál Liberecký kraj sobě tipy a nápady, jak poznávat vlastní kraj, jeho tradice a řemesla prostřednictvím exkurzí, zážitků a workshopů.

Certifikovaným i necertifikovaným regionálním výrobcům a poskytovatelům služeb nabízí projekt podporu v jejich podnikání prostřednictvím marketingových kampaní, dotačních konzultací a vzdělávacích aktivit připravovaných podle jejich potřeb.

Projekt Liberecký kraj sobě naplňuje Strategii rozvoje Libereckého kraje 2021-2027 a úzce spolupracuje s projektem Zdravý Liberecký kraj.

MISE

Liberecký kraj je dobré místo k životu. Lidem se tu dobře žije, podniká a pracuje, místní i návštěvníci zde rádi tráví volný čas.

VIZE

Funkční lokální ekonomika. Ekonomika je jedním z pilířů udržitelného rozvoje. Lokální ekonomika, jako jeden ze segmentů tohoto pilíře, je součástí DNA života lidí v Libereckém kraji. LKS se v rámci tohoto pilíře zaměřuje na podporu segmentu malých podniků, řemeslníků, výrobců a producentů dle stanovených kritérií.

CÍLOVÉ SKUPINY

Regionální výrobci, řemeslníci a producenti, malé firmy s originálním produktem působící na území Libereckého kraje.

Veřejnost, potenciální zákazníci domácí i návštěvníci kraje.

STRATEGICKÝ CÍL PROJEKTU

Liberecký kraj sobě působí a je veřejností a partnery vnímán jako mediátor tématu regionální produkce místních výrobců, řemeslníků a producentů a významu lokální a cirkulární ekonomiky a jako relevantní partner podpory podnikání samotnými výrobci.

LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ

Naplňování strategického cíle

K MISI "LIBERECKÝ KRAJ JAKO DOBRÉ MÍSTO PRO ŽIVOT" PŘÍSPÍVÁ LKS PODPOROU LOKÁLNÍ EKONOMIKY

Dílčí cíle projektu

Zákazník **motivovaný** k lokálním nákupům, který ví, **kde** prodejce najde a kde regionální produkty koupí.

Projekt Liberecký kraj sobě je vnímán jako **mediátor tématu** regionální produkce (ve smyslu originální řemeslný produkt) a významu lokální a cirkulární ekonomiky **veřejností**.

Samotnými **producenty** pak ve smyslu podpory takového podnikání, kterému **pomáhá stabilizovat se a růst**.

plošná propagace
tématu lokální
ekonomika a
edukace
veřejnosti o jeho
smyslu

propagace
databáze LKS
jako místa, kam
přijdou hledat
lokální producenty

kvalitní webový
katalog

příležitost
nakupovat online i
offline

edukačně
motivační obsah -
podcast, videa,
blog a na to
navázané soc. sítě
a newsletter pro
veřejnost

rozvoj
podnikatelského
know-how

vzdělávací
akademie všech
úrovní a
platform

sdílení expertů,
inkubace apod.

Průřezové nástroje:

silný brand a jednotný vizuální styl

kvalitní obsah vycházející z analýz

vysoce funkční a uživatelsky příjemný online nástroj

Obr. 1: Vizualizace naplňování strategického cíle rozvoje projektu LKS

Projekt má dva hlavní rozvojové směry:

- ✚ Směrem k veřejnosti, obyvatelům kraje ale také návštěvníkům – turistům, kteří do kraje přijíždějí. Ti by měli projekt vnímat jako ucelenou platformu, která vychází z myšlenky, že **podpora lokálních producentů má smysl**. Protože je lepší si z výletu či dovolené přivést něco opravdu místního, řemeslného, s puncem originality. Výsledkem je **zákazník motivovaný k lokálním nákupům**. Platforma LKS je pro něj známé a relevantní místo, kde informace o regionální produkci hledá.
- ✚ Směrem k samotným producentům, výrobců a řemeslníkům, kterým chce pomáhat **v rozvoji podnikatelských dovedností** a nabízet kreativní řešení podpory podnikání. Projekt je jimi vnímán jako užitečný partner, zdroj informací a mediátor témat, které výrobce zajímají.

Důležitou součástí projektu je **sítování a propojování** s dalšími profesními platformami a partnery. Rozvoj projektu sleduje potřeby regionálních producentů a reaguje na ně. Projekt působí multiresortně a multidisciplinárně. Zasahuje do odvětví cestovního ruchu i kulturně společenských aktivit a v tomto duchu spolupracuje s dalšími platformami. Zároveň spolupracuje a využívá výstupů dalších podpůrných projektů podporovaných Libereckým krajem jako je podnikatelský inkubátor Lipo.ink, Křišťálové údolí apod. Na základě definovaných principů udržitelného rozvoje reaguje na související a průřezová témata jako je společensky odpovědné podnikání, cirkulární ekonomika, re-use principy apod. Potenciál sítování do budoucna zasahuje nejen do sousedních krajů, ale také příhraničních regionů Německa a Polska.

OBLASTI AKTIVIT VEDOUcí K NAPLŇOVÁNÍ CÍLŮ

1/ Marketing

Všechny marketingové kanály propojuje jednotná strategie vizuální a obsahová

Online marketing

- nastavit a dlouhodobě rozvíjet odkazový profil a SEO, PPC marketing, referenční marketing
- propojit s existujícími platformami vč. cestovního ruchu (bannery na “spřátelených” webech a soc. sítích, sdílené články, příběhy, propojené marketingové kampaně)
- připravit zahraniční mutace, rozvíjet marketing pro zahraničí
- možnost reklamního prostoru pro partnery (samofinancování)
- připravit a rozvíjet pravidelné časově omezené tematické kampaně s vazbou na další aktivity v regionu (Velikonoce, Vánoce, dožínky, řemeslné trhy...)

Sociální sítě

- Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube a další dle aktuálních marketingových doporučení odborníků
- Marketing na soc. sítích, referenční marketing
- Spolupracovat s partnerskými stránkami, stránkami samotných výrobců – sdílení

Newsletter, Blog, Podcasty

- Vytvořit redakční rady, spolupráce s dalšími projekty LK a ARR a s garanty reg. značek
- Tematicky propojit s tištěnými médii – seriály o řemesle apod.
- Budovat komunity odběratelů

Offline marketing

- PR články v médiích, regionální TV a rádia, krajský a městské zpravodaje, odborné zpravodaje a bulletiny (hospodářská komora)
- Navázat spolupráce s odbornými časopisy a tematicky zaměřenými časopisy – Venkov a styl, Umění a řemesla, Pravý domácí časopis, Krásný rok apod., navázání spolupráce s lifestyleovými magazíny jako Herbář apod.
- Propojit s existujícími eventy, vlastní stánek na akcích, umístění značky LKS na propagačních materiálech partnerů (plakáty, weby apod.)
- Billboardy / Bannery
- Loga / vizitky v obchodech partnerů

2/ Přímá podpora regionálních výrobců a edukační programy

Oblasti podpory:

- Obchodní dovednosti (ve spolupráci s Lipo.Ink a dalšími partnery)

Formou seminářů / webinářů, tutoriálů a vzdělávacích videí

- Jak postavit produkt a jeho rozvoj,
 - business plán
 - Marketing
 - Ochrana produktu / patentování
 - A další dle potřeb výrobců
-
- Dotační podpora
 - Informace o zdrojích
 - poradenství o využitelnosti zdrojů a jejich náročnosti vzhledem k potřebám výrobců (míra kofinancování, administrativní zátěž apod.)
 - Pomoc v potížích ohledně čerpání dotačních prostředků

 - Odborné poradenství a služby
 - Vytvoření dlouhodobého partnerství s odborníky různých oborů
 - Zprostředkování odborného poradenství formou ambulancí a jiných vzdělávacích modulů
 - Zprostředkování odborných nebo jinak specializovaných služeb formou hromadné zakázky

3/ Management projektu

- Dlouhodobá a systematická práce na rozvoji projektu, stabilizace rozpočtu a personálního obsazení
- Analytika kampaní, reporting a vyhodnocování aktivit
- Systematicky spolupracovat s Pracovní / poradní skupinou složenou ze zástupců regionálních značek a výrobců
- Aktivně vyhledávat a rozvíjet spolupráci s partnery projektu, síťování, informovanost a technologické propojení
- Provázanost v podpoře mezi Křišťálovým údolím a ostatními produkty ARR / Libereckého kraje
- Zapojit se do strategického plánování rozvoje příslušných oblastí v rámci strategií kraje i dalších partnerů
- Technologie – web a další aplikace
 - Kontinuální rozvoj a aktualizace
 - Stálá správa profilů výrobců, vytváření nových profilů
 - Technický rozvoj funkcionalit webu, např. automatizace propojení databází
 - Vývoj webu vzhledem k potřebám zákazníků – nová kategorizace, nové moduly apod.
 - Zahraniční mutace
 - Intranet, sekce pouze pro registrované (umístění vzdělávacích materiálů apod.)

Tato koncepce byla schválena poradním sborem projektu Liberecký kraj sobě v listopadu 2023.

KRAJSKÁ STRATEGIE ROZVOJE

Projekt Liberecký kraj sobě zohledňuje krajské priority a potřeby, které jsou zachycené v dokumentu Strategie rozvoje Libereckého kraje 2021–2027.

Prosperující kraj

A2 KONKURENCESCHOPNÉ PODNIKÁNÍ, VÝZKUM, VÝVOJ A INOVACE

A2.1b. Rozvoj stávajících i nových nástrojů podpory začínajících podnikatelů a firem v raném stádiu vývoje

A2.1c. Vytváření podmínek pro posílení provázanosti podnikatelských aktivit a propojování podnikatelských subjektů

A2.1f. Podpora regionálních produktů, tradičních výrob a řemesel, lokální spotřeby a místních spotřebitelských řetězců

A2.1h. Podpora rozvoje sociálního podnikání

A2.1i. Rozvoj otevřených poradenských služeb pro podnikatele

A2.1k. Využití marketingových nástrojů pro propagaci regionu a podnikatelských aktivit v regionu

A2.1l. Zvyšování zájmu o podnikání a popularizace podnikatelských úspěchů

A2.1p. Vzdělávání podniků v tématech digitalizace, digitální transformace a nových technologií

A2.1q. Snižování administrativní zátěže pro podnikání (automatizace a systémová integrace)

Atraktivní kraj

B1.1 SLUŽBY A INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU

B1.1d. Využití kulturního a přírodního potenciálu Libereckého kraje pro rozvoj cestovního ruchu s ohledem na místní specifika

B1.1f. Podpora nabídky a prodeje kombinovaných turistických produktů a balíčků služeb

B1.1g. Vytváření a využívání nástrojů pro návratnost turistů a návštěvníků (opětovná návštěvnost)

B1.1l. Zavádění nových chytrých technologií a komunikačních nástrojů při tvorbě turistické nabídky

B1.1m. Rozšiřování, modernizace a udržování informačních systémů v oblasti cestovního ruchu

B1.2 ŘÍZENÍ A PROPAGACE CESTOVNÍHO RUCHU

B1.2b. Rozvoj a využívání destinační značky propagující kraj jako celek (Crystal Valley ...) i jednotlivé jeho části (místní specifika)

B1.2c. Tvorba nástrojů ke zvýšení motivace obyvatel k návštěvě blízkého okolí jejich bydliště (zpracování nabídky, tipů ...)

B1.2d. Vzájemná spolupráce, propagace a koordinace marketingu v oblasti cestovního ruchu (propojení kontaktů, komunikace mezi subjekty) s přihlédnutím k přirozeným geografickým hranicím turistických oblastí

B1.2i. Využívání moderních technologií a řešení pro marketing cestovního ruchu se zaměřením na domácí i zahraniční trh

B3.1 KULTURA

B3.1c. Zachování tradic a tradičních řemesel

B3.1d. Podpora kulturních aktivit nadregionálního, celostátního a mezinárodního významu

Propojený kraj

C2.3f. Podpora vzdělávání v oblasti informačních technologií a elektronické bezpečnosti

Pečující kraj

D3.1 UŽIVATELÉ SLUŽEB V SOCIÁLNÍ OBLASTI

D3.1d. Využití potenciálu aktivních seniorů

D4.1 KRIMINÁLNÍ A PATOLOGICKÉ JEVY

D4.1f. Zvyšování informovanosti o způsobech ochrany před kyberkriminalitou (již od základní školy) a zapojení do národních projektů

Spolupracující kraj

E1.4 OBČANSKÁ SPOLEČNOST

E1.4b. Podpora místních veřejně prospěšných aktivit podnikatelských subjektů, neziskových organizací i veřejné správy

E1.4h. Motivační výchovné a preventivní programy a aktivity zaměřené na posilování vztahu obyvatel k místnímu regionu

E1.4j. Podpora aktivit v oblasti dobrovolnictví

E2.3 ROZVOJ MĚST A VEŘEJNÉ SLUŽBY

E2.3b. Vytváření podmínek pro podporu podnikatelských aktivit, místních produktů a firem

Sebevědomý venkov

E3.2 LIDÉ NA VENKOVĚ

. Zachování a podpora společenského a spolkového života a tradic na venkově

E3.3 SPRÁVA VENKOVSKÉHO ÚZEMÍ

E3.3c. Podpora projektů zajišťujících poradenství pro subjekty působící v oblasti rozvoje venkova a hospodářsky slabých oblastí

E3.3f. Podpora aktivit vedoucích k zachování či obnovení specifické atmosféry venkova

Zelený kraj

F3.1 ZEMĚDĚLSTVÍ

F3.1h. Podpora aktivit vedoucích ke zvyšování konkurenceschopnosti a využívání místních zdrojů a zemědělské produkce

Dotační programy

Regionální rozvoj

2.5 Podpora regionálních výrobků, výrobců a tradičních řemesel

Kultura, památková péče a cestovní ruch

7.6 Řemeslná a zážitková turistika

7.7 Podpora cestovního ruchu v turistických oblastech Český ráj, Krkonoše, Jizerské hory, Máchův kraj a Lužické hory

7.9 Podpora nadregionálních témat a produktů cestovního ruchu