

10 września 2014



Jak skutecznie promować produkty regionalne

Świętokrzyskie ma bardzo bogate, zróżnicowane dziedzictwo kulturowe, czyste środowisko

naturalne i wiele rodzinnych gospodarstw rolnych z ogromnym potencjałem wytwarzania produktów regionalnych. Wytwarzane według tradycyjnych receptur, bez konserwantów i polepszaczy, przebojem zdobywają rynek. Trzeba jednak jeszcze dużego wysiłku promocyjnego, by je skutecznie eksportować.

- Produkty regionalne na rynku krajowym radzą sobie bardzo dobrze, dobrze się sprzedają i są produktami poszukiwanymi – podkreśla **Ireneusz Bęben**, prezes Zarządu Świętokrzyskiego Oddziału Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego. Jako dobry przykład podaje, między innymi, Buskowsiankę, Miody Napękwskie, Ser Chmielnicki, czy Masło Pierzchnica.

Rynki europejskie to znacznie większe wyzwanie. – Nasze produkty regionalne są tam trochę kojarzone, nie są dobrze znane. Musimy na tym polu wykonać dużo pracy – mówi **Grzegorz Orawiec**, dyrektor Departamentu Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego – ale po to mamy Dom Polski Wschodniej, by pokazać jednym głosem w Brukseli unikatowość tych produktów i tworzyć sieć współpracy.

Służą temu, organizowane cyklicznie, konferencje i spotkania poświęcone aspektom prawnym w procesach certyfikacji eksportu i systemom jakościowym produktów lokalnych oraz kwestiom skutecznej promocji produktów regionalnych i tradycyjnych Polski Wschodniej, a także roli jaką odgrywają w eksporcie i na rynku krajowym. Ich uczestnicy wymieniają się informacjami i dzielą doświadczeniem. Spotkania, jak to, które odbyło się niedawno w Sandomierzu, gromadzą samorządowców, przedsiębiorców i ekspertów, między innymi, z ministerstwa gospodarki. Organizuje je Dom Polski Wschodniej w Brukseli oraz Biuro Regionalne Województwa Świętokrzyskiego w Brukseli, które funkcjonuje w ramach Departamentu Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego w Kielcach.

- Chcemy uruchomić wszelkie możliwe instrumenty wsparcia i promocji produktów regionalnych. Nasi producenci i grupy producenckie dysponują potężną bazą, służącą do przygotowania, przechowywania dużych jednorodnych partii towarów. Są gotowi, by te towary eksportować – mówi **Kazimierz Kotowski**, członek Zarządu Województwa Świętokrzyskiego.

Takim instrumentem są targi, wystawy, spotkania eksperckie, wizyty studyjne czy tzw. polskie dni w Brukseli. Świętokrzyscy przedsiębiorcy chętnie korzystają z możliwości wyjazdu i zaprezentowania się. Znakomitą okazją był na przykład Bal Polski w Brukseli, którego uczestnicy mogli spróbować sandomierskich jabłek, win z regionalnych winnic i wody mineralnej „Buskowsianka”.

Maksymalizując wysiłki na rzecz lepszej promocji, szybszego i skuteczniejszego rozwiązywania problemów prawnych, ekonomicznych, handlowych, 21. świętokrzyskich producentów produktów regionalnych postanowiło przyłączyć się do Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego. Oddział świętokrzyski tej organizacji powstał w listopadzie 2013 roku, a w lipcu 2014 roku, w Targach Kielce, zainaugurował swoją działalność.

- Oddział tworzą ci, którzy mają się czym pochwalić, zdeterminowani, aby w sposób silniejszy zaistnieć na krajowym rynku. Świętokrzyskie, oprócz pięknych krajobrazów, ma naprawdę doskonałą, różnorodną kuchnię - podkreśla **Izabella Byszewska**, prezes Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego.