



STOWARZYSZENIE

Grupa Odrobnika



WSPÓLNA OFERTA MAŁOPOLSKICH PRODUKTÓW REGIONALNYCH

i innowacyjne formy ich zbiorowego wprowadzania na rynek



UNIA EUROPEJSKA



MAŁOPOLSKA



STOWARZYSZENIE

Grupa Odrobnika



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.
Instytucja Zarządzająca Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Publikacja opracowana przez Stowarzyszenie GRUPA ODROBNIKA

Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich Programu
Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020



Odwiedź portal KSOW - www.ksow.pl
Zostań Partnerem Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich

WSPÓLNA OFERTA MAŁOPOLSKICH PRODUKTÓW REGIONALNYCH

I innowacyjne formy ich zbiorowego wprowadzania na rynek

FASOLA "PIĘKNY JAŚ"

Z DOLINY DUNAJCA



PRODUKT
CERTYFIKOWANY
DAJE GWARANCJĘ
JAKOŚCI!



CZYSTA NATURA
W TWOIM SKLEPIE!



Organizacja Producentów:

Lokalna Grupa Działania Dunajec-Biała
ul. Browarki 7, 32-840 Zakliczyn
www.dunajecbiala.pl, e-mail: biuro@dunajecbiala.pl
tel 14 665 37 37

Producenci:

Jan Czaja
33-115 Janowice 31
e-mail: grakh@poczta.onet.pl

Pod nazwą *Fasola "Piękny Jaś"* z Doliny Dunajca od 2011 roku (jako produkt regionalny ze znakiem Chroniona Nazwa Pochodzenia) sprzedawane są wyłącznie nasiona fasoli tycznej "Piękny Jaś" zaliczane do fasoli wielokwiatowej (*Phaseolus multiflorus*) uprawiane na obszarze 11 małopolskich gmin leżących w dolinie rzeki Dunajec: Gródek nad Dunajcem (powiat nowosądecki), Zakliczyn, Wojnicz, Wierzchosławice, Radłów, Wietrzychowice, Tarnów, Pleśna, Żabno (powiat tarnowski), Czchów (powiat brzeski) i Gręboszów (powiat dąbrowski).



Jest to roślina jednoroczna, pnąca, tyczna, średnio plenna, dość późna. Strąki dojrzewają do późnej jesieni. Nasiona tej fasoli należą do największych w obrębie gatunku fasola wielokwiatowa, są gładkie, dobrze wypełnione, jednolite w kształcie. Ziarna są boczenie spłaszczone o nerkowatym kształcie i wyróżnia je to, że cechują się wysoką zawartością magnezu, delikatną strukturą i konsystencją, słodkim smakiem, cienką i miękką skórką oraz po całonocnym namoczeniu krótkim czasem gotowania.

Zarówno na plantacjach tradycyjnych (tyczki drewniane), jak i przy uprawie szpalerowej (wsporniki podtrzymujące druty) wykonuje się pilenie ręczne, a w nielicznych gospodarstwach mechaniczne w międzyrzędziach. Rolnicy zbierają Fasolę metodą dwufazową, na przełomie września i października. Dosuszanie (nasiona w strąku) przeprowadzane jest w przypadku up-

rawy szpalerowej na pokosach, a na plantacjach tradycyjnych w przewiewnych pomieszczeniach. Warto wiedzieć, że Dolina Dunajca jest jednym z najcieplejszych terenów w Polsce, a występujące tu powodzie naniósł wartościowe muły rzeczne które użyźniły gleby, wzbogaciły o magnez, a występujące wzdłuż rzeki Dunajec mgły tworzą specyficzny mikroklimat który ma pozytywne działanie na wzrost i dojrzewanie Fasoli "Piękny Jaś" z Doliny Dunajca.

Fasola jest wysokobiałkowa rośliną strączkową która w naszej diecie z powodzeniem może zastąpić mięso.



Fasola „Piękny Jaś” z Doliny Dunajca pakowana jest w opakowania jednostkowe 500 g (0,5 kg) zaś opakowanie zbiorcze zawiera 24 torebki które razem ważą 12 000 g (12 kg)

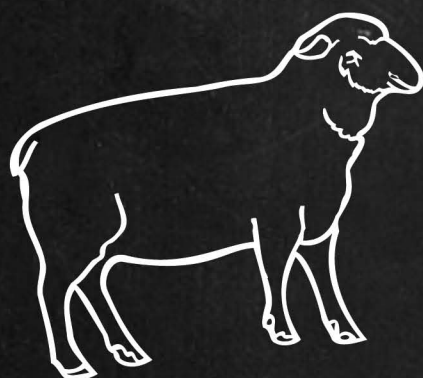
BRYNDZA PODHALAŃSKA

SER OWCZY



WYPRÓBUJ
NIEPOWTARZALNY
SMAK!

PRODUKT
NATURALNY



POLSKI WYRÓB!

Organizacja Producentów:
Regionalny Związek Hodowców Owiec i Kóz
ul. Szaflarska 93 d/7
34-400 Nowy Targ

tel.: 18 266 46 21
fax: 18 266 46 21
e-mail: rzhoik@kr.home.pl

Ser „Bryndza Podhalańska” należy do grupy serów podpuszczkowych miękkich. Jego barwa może być biała, biało kremowa lub z odcieniem seledynowym. Jest to produkt o smaku pikantnym, słonym lub lekko słonym, a czasem lekko kwaśnym. Produkcja „Bryndzy Podhalańskiej” jest limitowana czasowo i ma miejsce tylko od maja do września danego roku kalendarzowego.



Produkcja „Bryndzy Podhalańskiej” odbywa się na obszarze powiatu Nowotarskiego, powiatu Tatrzańskiego oraz obszarze sześciu gmin z powiatu Żywieckiego: Milówka, Węgierska Górka, Rajcza, Ujsoły, Jeleśnia i Koszarawa. Tradycyjna nazwa tego regionu to „Podhale” stąd wywodzi się nazwa „Bryndza Podhalańska”. Na całym tym obszarze występują właściwe warunki naturalne oraz znajdują się tu wytwórcy posiadający specyficzną wiedzę związaną ze znajomością tradycyjnych metod produkcji. Dzięki połączeniu tych czynników w tym regionie możliwe jest wytworzenie produktu o odpowiedniej jakości.

Wytwarzanie serów owczych było nieodzownym elementem towarzyszącym przez stulecia wypasowi owiec na Podhalu. Nabyta wiedza dotycząca sposobu oraz zasad wytwarzania „Bryndzy Podhalańskiej” była przekazywana z pokolenia na pokolenie i stała się obecnie sztuką, która jest charakterystyczna dla producentów z tego regionu. Dzięki połączeniu czynników natu-

ralnych, specyficznych umiejętności oraz dzięki zachowania tradycyjnej receptury powstaje niepowtarzalny produkt – „Bryndza Podhalańska”.

Wyjątkowa roślinność wpływa na jakość mleka, które jest wykorzystywane do produkcji. Połączenie jakości surowca oraz wiedzy i doświadczenia producentów pozwalają uzyskać „Bryndzy Podhalańskiej” specyficzny, niepowtarzalny smak.

Skład chemiczny sera: zawartość wody nie więcej niż 60 %, zawartość suchej masy nie mniej niż 40 % oraz zawartość tłuszczu w suchej masie nie mniej niż 38 %.



**Bryndza Podhalańska pakowana
jest wg. potrzeb zamawiającego**

OSCYPEK

SER OWCZY



TRADYCYJNY SMAK!

OD 38% TŁUSZCZU

Z MLEKA OD
NASZYCH OWIEC!

**POSTAW NA
LOKALNE
WYROBY!**


Ma kształt dwustronnego stożka, wrzeciona o długości od 17 do 23 cm, średnica w najszerszym miejscu do 6 do 10 cm a masa od 0,6 do 0,8 kg. Barwa po przekrojeniu lekko kremowa, przy skórcie ciemniejsza, dopuszcza się barwę zbliżoną do białej. Barwa skórki słomkowo-lśniąca, jasnobrązowa z delikatnym połyskiem. „Oscypek” jest wytwarzany wyłącznie w okresie od maja do września i może być sprzedawany tylko w całości. Jego produkcja jest zatem limitowana czasowo.



Jest produkowany na terenie dwóch Województw, śląskiego tu obejmuje: Gminy z powiatu Cieszyńskiego: Istebna, Gminy z powiatu Żywieckiego: Milówka, Węgierska Górka, Rajcze, Ujsoły, Jeleśnia i Koszarawa i Małopolskiego tu obejmuje: Cały Powiat Nowotarski i Cały Powiat Tatrzański, Gminy z Powiatu Suskiego: Zawoja i Bystra Sidzina, Gminy z Powiatu Limanowskiego: Niedźwiedź i część gminy Kamienica, która położona jest na terytorium Gorczańskiego Parku Narodowego lub znajduje się na południe od rzeki Kamienica oraz sołectwa z gminy Mszana Dolna: Olszówka, Raba Niżna, Łostówka, Łętowe i Lubomierz, Gminy z Powiatu Nowosądeckiego: Piwniczna, Muszyna i Krynica.

Mleko do produkcji „Oscypka” pozyskuje się od „Polskiej Owcy Górskiej”. Rasa ta jest ściśle związana z historią i tradycją Podhala oraz zamieszkującej ten region ludności. Jest doskonale przystosowana do warunków klimatycznych i tradycyjnych systemów chowu w terenach górskich. Owce rasy „Polska Owca Górską”

wypasane na Podhalu żywią się ponadto bardzo zróżnicowaną specyficzną roślinnością, co ma wpływ na smak i skład mleka, a w konsekwencji daje wytwarzanemu z tego mleka produktowi szczególny smak i aromat.

„Oscypek” jest bardzo starym wyrobem pasterzy wołoskich, wypasających owce na polanach górskich. Przywędrował na Podhale razem z całą kulturą wołoską, organizacją wypasów, sposobem prowadzenia bacówki, przerabiania mleka.

Skład chemiczny sera zależy od długości czasu wędzenia oraz zmienia się w zależności od pory roku: zawartość wody nie więcej niż 44 %, zawartość suchej masy nie mniej niż 56 % oraz zawartość tłuszczu w suchej masie nie mniej niż 38 %.



Oscypek sprzedawany jest na sztuki i pakowany wg. potrzeb zamawiającego

Organizacja Producentów:
Regionalny Związek Hodowców Owiec i Kóz
ul. Szaflarska 93 d/7
34-400 Nowy Targ

tel.: 18 266 46 21
fax: 18 266 46 21
e-mail: rzhoik@kr.home.pl

REDYKOŁKA

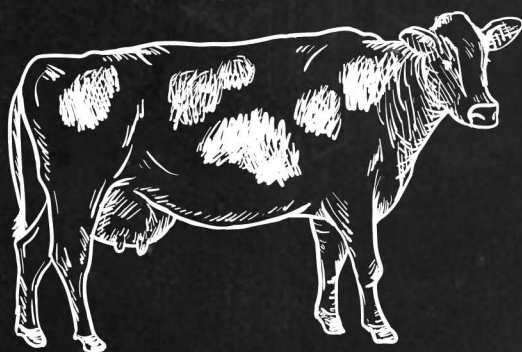
SER PÓŁTŁUSTY



TRADYCYJNA
RECEPTURA



PROSTO
Z POLSKICH
GÓR!



TATRY



Organizacja Producentów:
Regionalny Związek Hodowców Owiec i Kóz
ul. Szaflarska 93 d/7
34-400 Nowy Targ

tel.: 18 266 46 21
fax: 18 266 46 21
e-mail: rzhoik@kr.home.pl

Jest to niewielki serek w kształcie zminiaturyzowanego zwierzątka, ptaka, serduszka lub wrzeciona. Redykołka jest serem półtwardym, półtłustym. Najmniejsze redykołki ważą od 30 do 60 gram i są w kształcie wrzecion. Waga serków o pozostałych kształtach nie może przekroczyć 300 gramów.



Kolor skórki słomkowo-lśniący (jasnobrązowy z delikatnym połyskiem) nadany podczas procesu wędzenia. Mleko niepasteryzowane, podstawowy składnik sera redykołka pochodzi od owiec rasy „Polska Owca Górska”. Do produkcji sera redykołki dopuszcza się stosowanie mleka od krów rasy „Polska Krowa Czerwona” wypasanych na określonym obszarze geograficznym. Zawartość mleka krowiego nie może jednak przekraczać 40 % całkowitej ilości mleka użytego do produkcji redykołki.

Redykołka Jest produkowana na terenie dwóch Województw, śląskiego tu obejmuje: Gminy z Powiatu Cieszyńskiego: Istebna, Gminy z Powiatu żywieckiego: Milówka, Węgierska Górka, Rajcza, Ujsoły, Jeleśnia i Koszarawa i Małopolskiego tu obejmuje: Cały Powiat Nowotarski i Cały Powiat Tatrzański, Gminy z Powiatu Suskiego: Zawoja i Bystra Sidzina, Gminy z Powiatu Limanowskiego: Niedźwiedź i część gminy Kamienica, która położona jest na terytorium Gorczańskiego Parku Narodowego lub znajduje się na południe od rzeki Kamienica oraz sołectwa z gminy Mszana Dolna: Olszówka, Raba Niżna, Łostówka, Łętowe i Lubomierz, Gminy z Powiatu Nowosądeckiego:

Piwniczna, Muszyna i Krynica.

Ekstensywny i sezonowy wypas owiec, będący naturalną charakterystyką hodowli owiec na Podhalu, które dostarczają surowca (mleka) do produkcji sera redykołka, jest owocem tradycji przodków, którzy na tych terenach zaczęli wypaszać owce już w czasach średniowiecza.

O popularności tego wyrobu i jego związku z regionem najbardziej jednak świadczy zainteresowanie turystów i obowiązkowy zakup redykołki jako jednej z najważniejszych pamiątek pobytu na Podhalu.

Skład chemiczny sera zależy od długości czasu wędzenia oraz zmienia się w zależności od pory roku: zawartość wody nie więcej niż 44 %, suchej masy – nie mniej niż 56 %; tłuszczu w suchej masie – nie mniej niż 38 %.



Redykołka sprzedawana jest na sztuki i pakowana wg. potrzeb zamawiającego

SUSKA SECHLOŃSKA

ŚLIWKA SUSZONA

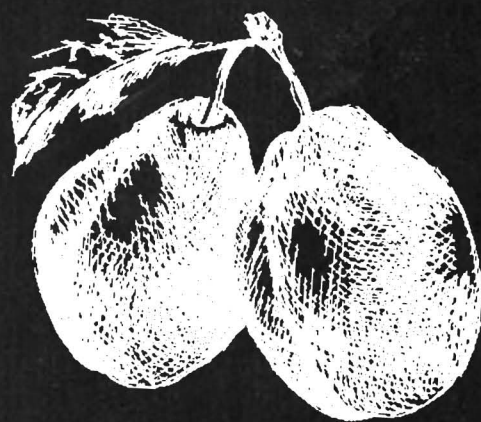


**NATURALNIE
Z NASZYCH
DRZEW!**



PROSTO Z POLSKI!

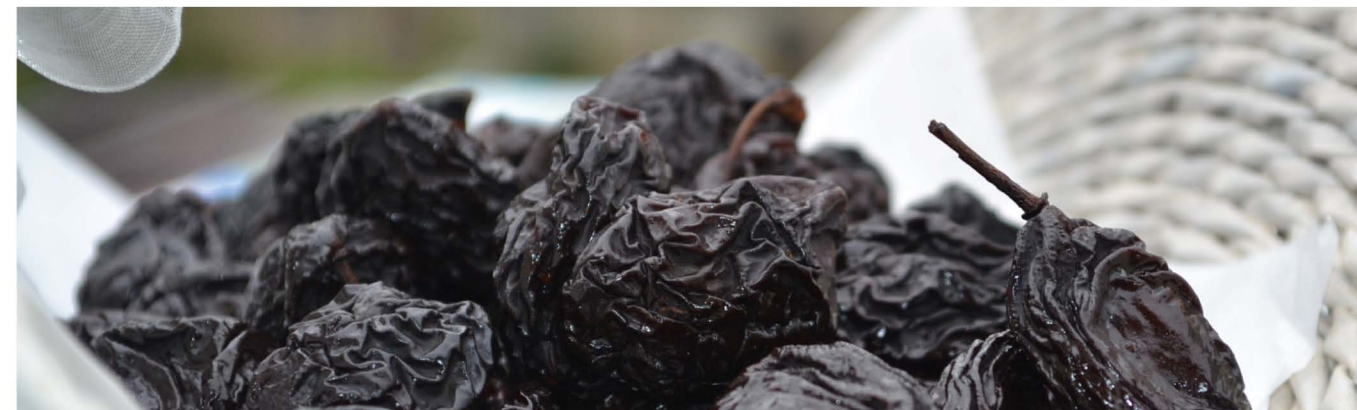
**BEZ
SZTUCZNYCH
DODATKÓW**



Organizacja Producentów:
Stowarzyszenia Producentów Owoców
i Warzyw w Ujanowicach
Sechna 32, 34-603 Ujanowice

tel.: 18 333 41 59
fax: 18 333 30 76
e-mail: biuro@suskasechlonska.pl

Nazwa „suska sechłońska” wywodzi się z miejscowej gwary. Suska oznacza suszkę, czyli podsuszoną i podwędzoną śliwkę. Dookreślenie „sechłońska” pochodzi od nazwy miejscowości Sechna, leżącej w gminie Laskowa, z której wywodzi się tradycja suszenia. Suski sechłońskie to śliwki poddane procesowi podsuszania i podwędzania, z pestkami lub drylowane.



Nazwa „suska sechłońska” wywodzi się z miejscowej gwary. Suska oznacza suszkę, czyli podsuszoną i podwędzoną śliwkę. Dookreślenie „sechłońska” pochodzi od nazwy miejscowości Sechna, leżącej w gminie Laskowa, z której wywodzi się tradycja suszenia. Suski sechłońskie to śliwki poddane procesowi podsuszania i podwędzania, z pestkami lub drylowane.

Obszar geograficzny, na którym wytwarzana jest suska sechłońska obejmuje 239,55 km² i położony jest w województwie małopolskim w granicach administracyjnych czterech gmin: Laskowa, Iwkowa, Łososina Dolna i Żegocina. Nazwa „suska sechłońska” wywodzi się od nazwy wsi Sechna leżącej w gminie Laskowa i jest tradycyjnie używana na całym obszarze geograficznym wytwarzania suski sechłońskiej.

Wielkość suski sechłońskiej zależy od wielkości owoców wykorzystanej odmiany śliwek i waha się od 1,5 cm do 4,5 cm, a w 1 kg mieści się od 44 do 99 sztuk owoców. Kształt zależy od odmiany owoców przeznaczonych do suszenia i może być od kulisto-splaszczonego do podłużnego. Suska sechłońska charakteryzuje się elastycznym, mięsistym miąższem i pomarszczoną i lepką skórką w kolorze ciemnogrnatowym przechodzącą nawet do czarnego. W smaku jest

lekko słodka z posmakiem i aromatem wędzenia. Do wyrobu suski sechłońskiej wykorzystywane są owoce odmiany śliwy domowej typowej, tzw. Węgierki i jej pochodnych. Owoce tych odmian odznaczają się pożądanymi cechami przy procesie suszenia i wędzenia w tym: dużą zawartością cukru oraz stosunkowo małą zawartością wody.

Suska sechłońska poddawana jest zarówno suszeniu jak i wędzeniu. Podwędzanie i podsuszanie śliwek w suszarniach odbywa się gorącym dymem, co odróżnia suskę sechłońską od śliw suszonych gorącym powietrzem. Podczas podwędzenia dymem śliwka traci część wody zawartej w tkankach, a równocześnie nasycy się dymem, który ma właściwości antyseptyczne. Zmniejszenie zawartości wody w tkance podczas wędzenia oraz działanie antyseptyczne dymu hamują rozwój bakterii gnilnych i zwiększają trwałość wyrobu. Dym nadaje owocom niepowtarzalny kolor, aromat i smak.

W momencie sprzedaży zawartość wody w gotowym produkcie wynosi od 24 % do 42 %.



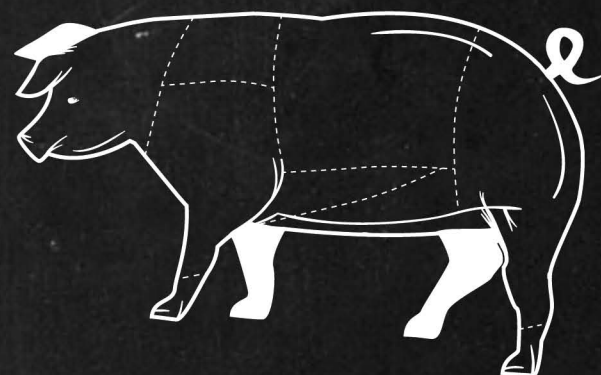
Suska Sechłońska pakowana jest w opakowania jednostkowe po 250 gram

KIEŁBASA LISIECKA

ŚLIWKA SUSZONA



WYRÓB
Z WIELOLETNIĄ
TRADYCJĄ...



Organizacja Producentów:
Wędliny Tradycyjne "LENIK" Lucyna Lenik
Rybna 540, 32-061 Rybna

tel.: (12) 280-43-16
e-mail: w.lenik@interia.pl

„Kiełbasa lisiecka” to produkt z wysokiej jakości mięsa wieprzowego (przy czym 85 % mięsa pozyskiwane jest z odpowiednich mięśni szynki), odpowiednio rozdrobnionego i przyprawionego, którym wypełniono osłonki o specyficznym przekroju i poddano procesowi naturalnego wędzenia.



Kiełbasa kształtem przypomina wianek uformowany zgodnie z naturalnym skrętem osłonek. Średnia wielkości pojedynczego wianka kiełbasy mieści się w granicach 35–40 cm. Z wyglądu kiełbasa ta odznacza się barwą ciemnobrązową, typową dla produktów naturalnie wędzonych. Powierzchnia osłonki jest czysta, lśniąca, lekko pomarszczona, sucha w dotyku. Kształt na przekroju przyjmuje formę okrągłą lub owalną. Przekrój poprzeczny wynosi średnio 52 mm. Dominuje smak doprawionego mięsa wieprzowego z delikatnie wyczuwalnym smakiem pieprzu, aromatem czosnku i zaznaczoną obecnością soli.

Kiełbasa powstaje w Gmina Czernichów i gmina Liszki w powiecie krakowskim województwa małopolskiego.

Producenci sami prowadzą dodatkową klasyfikację poubojową mięsa, dzięki której określają przydatność elementów tuszy do produkcji „kiełbasy lisieckiej”. Specyfiką „kiełbasy lisieckiej” jest także to, że większość mięsa

użytego do jej produkcji jest grubo krojona (kostki o boku 3–5 cm). Dlatego też na przekroju poprzecznym „kiełbasy lisieckiej” wyraźnie widoczne są kawałki mięsa otoczone bardziej rozdrobnionym farszem.

Związek „kiełbasy lisieckiej” z regionem opiera się na lokalnej technologii wytwarzania (wyjątkowe know-how) i kunszcie producentów wynikających z wieloletnich tradycji masarskich, co powoduje, że „kiełbasa lisiecka” posiada szczególne cechy jakościowe przedstawione powyżej oraz na reputacji opisaną poniżej.

Bardzo dobra jakość „kiełbasy lisieckiej” oraz jej wyjątkowa reputacja zostały potwierdzone licznymi nagrodami, m.in. w ogólnopolskim konkursie „Nasze Kulinarne Dziedzictwo”.



Kiełbasa Lisiecka pakowana jest wg. zapotrzebowania zamawiającego

OBWARZANEK KRAKOWSKI

WYPIEK TRADYCYJNY



ZASMAKUJ
TRADYCYJNEGO
PRZEPISU!



POLSKI WYRÓB!



PRODUKT LOKALNY
BEZ SZTUCZNYCH DODATKÓW!

Organizacja Producentów:

Grupa producentów obwarzanków krakowskich
działających przy Jurańskiej Izbie Gospodarczej
ul. Kolejowa 38, 32-080 Zabierzów

tel.: 12 285 23 75, 12 285 27 88, 12 285 29 23

fax: 12 285 20 93

e-mail: biuro@jig.krakow.pl

„Obwarzanek krakowski” to wypiek przypominający pierścień, ma kształt owalny, z otworem w środku, rzadziej przybiera formę regularnego koła. Fakturę powierzchni tworzą sploty w formie spirali. Przekrojony splot „obwarzanka krakowskiego” ma okrągły lub owalny kształt. Jego kolor zmienia się od jasnozłocistego, przez ciemnozłocisty, do jasnobrązowego i cechuje się wyraźnym połyskiem.



Obwarzanek powstaje w województwie małopolskim na terenie miasta Kraków oraz powiatów krakowskiego i wielickiego w granicach administracyjnych.

Wielkość produktu mieści się w granicach: średnica (12-17 cm), (grubość splotu 2-4 cm), (waga 80-120 g). W dotyku „obwarzanek krakowski” jest lekko twardy o zróżnicowanej powierzchni – od gładkiej po lekko chropowatą. Widoczne sploty spirali na skórcie są lekko twarde, w środku miękisz jest jasny, miękki i lekko wilgotny. Chrupka skórka i miękisz „obwarzanka krakowskiego” mają lekko słodkawy smak typowy dla wyrobów piekarniczych wstępnie obwarzanych (parzonych w gorącej wodzie), a następnie pieczonych. Do dekoracji „obwarzanka krakowskiego” stosuje się różne posypki, między innymi: sól, sezam, mak, czarnuszkę, posypkę ziołową – mieszankę różnych ziół lub przyprawową – mieszankę przypraw pikantnych (papryka, kminek, pieprz), ser, cebulę.

Zasadniczy wpływ na charakterystyczne cechy

wyrobu mają umiejętności lokalnych piekarzy wykształcone przez setki lat produkcji tego wyrobu: ręczne obrabianie i formowanie ciasta, dzięki czemu każdy „obwarzanek krakowski” ma nieco inny kształt, a także – tzw. obwarzanie, czyli sposób wstępnego przygotowywania wyrobu.

„Obwarzanek krakowski” jest tradycyjnym pieczywem, które w początkach swojej tradycji mogło być wypiekane tylko w okresie Wielkiego Postu przez piekarzy specjalnie wyznaczonych w tym celu przez cech piekarzy krakowskich. Według definicji ze Słownika staropolskiego „obwarzanek to rodzaj ciasta w kształcie zwiniętego w kółko wałka, prawdopodobnie przed pieczeniem parzony”. Sama polska nazwa „obwarzanka krakowskiego” pochodzi właśnie od sposobu jego produkcji, czyli od obwarzania ciasta obwarzankowego w podgrzanej wodzie.



Obwarzanek Krakowski sprzedawany jest na sztuki, pakowany wg. zapotrzebowania zamawiającego

JABŁKA ŁĄCKIE

PROSTO Z SADÓW



WIELE ODMIAN –
JEDNA. WSPÓLNA TRADYCJA



**SAMO
ZDROWIE!**

Organizacja Producentów:
Stowarzyszenie Łącka Droga Owocowa
Łącko 445, 33-390 Łącko
tel.: 18 444 64 27, 601 877 001
e-mail: sekretariat@ldo.pl

Zrzeszenie Sądeckich Sadowników
"Jabłko Sądeckie" Sp. z o.o.
Łącko 710, 33-390 Łącko
www.jablkosadeckie.pl,
e-mail: biuro@jablkosadeckie.pl
tel.: tel./fax: 18 444 69 86

Pod chronioną nazwą „jabłka łąckie” mogą być sprzedawane jabłka następujących odmian: IDARED i sporty, JONAGOLD i sporty, SZAMPION i sporty, LIGOL i sporty, GOLDEN DELICIOUS i sporty, GALA i sporty, BOSKOOP, RED BOSKOOP, ELISE, EARLY GENEVE, TOPAZ, LOBO, RUBIN i sporty, GLOSTER, JONAGORED i sporty.



„Jabłka łąckie” produkowane są na obszarze położonym na terenie gmin: Łącko, Podegrodzie i Stary Sącz w powiecie nowosądeckim oraz gminy Łukowica w powiecie limanowskim, w województwie małopolskim.

Wygląd zewnętrzny owoców jest uzależniony od cech danej odmiany. Barwa zasadnicza jest charakterystyczna dla danej odmiany, a rumieniec jest wyraźnie mocniejszy od przeciętnego. Niektóre z odmian mają woskowy nalot. Owoce mają tendencję do rdzawienia.

Charakterystyczną cechą „jabłek łąckich” jest ich stosunkowo wysoka kwasowość (3,7-12,0 g/kg). Dzięki temu „jabłka łąckie” mają tzw. „górką zieloną nutkę”, czyli są bardziej wyraziste w smaku, kwaśniejsze i bardziej aromatyczne.

Renoma „jabłek łąckich” ukształtowała się w oparciu o długoletnią tradycję ich wytwarzania, o czym świadczy fakt, że już w XIII w. z sadów w okolicy Łącka wywożono surowe śliwy i jabłka do Gdańska (W. Bazeli, „Historie starsządeckie”, Kraków 1965, s. 173). Sady łąckie wymieniane są w dokumentach z XVI w., jako ogrody folwarczne i parafialne. W XVII i XVIII w. istniały już na tych terenach duże sady jabłoniowe. Protokoły dworskie z wizytacji przeprowadzonej w 1698 r. informują m.in. o tym, że część chałupników miała obowiązek zbierania owoców i dostarczania ich do dworu w ramach prac pańszczyźnianych.



Jabłka Łąckie sprzedawane są w opakowaniach po 1 kg lub są pakowane wg. zapotrzebowania zamawiającego

CHLEB PRĄDNICKI

CIEMNE PIECZYWO



TWORZONY
WEDŁUG WŁASNEJ
RECEPTURY!

PEŁNIA AROMATU...

TRADYCYJNA
METODA

„Chleb prądnicki” jest chlebem ciemnym, wytwarzanym na zakwasie żytnim, wypiekany jest w dwóch kształtach: owalnym i okrągłym na bazie następujących surowców: wysokiej jakości mąki żytniej i pszennej, gotowanych ziemniaków lub płatków ziemniaczanych, otrąb żytnich, soli, wody pitnej, świeżych drożdży, kminku.



Chleb prądnicki powstaje w Małopolsce w Mieście Kraków w granicach administracyjnych „Chleb prądnicki” może być sprzedawany bez opakowań. Każdy bochenek o wadze 4,5 kg, sprzedawany w całości posiada banderolę z nadrukiem zawierającym informacje wynikające z przepisów dotyczących oznakowania towarów spożywczych w obrocie. W przypadku chleba sprzedawanego w częściach ($\frac{1}{2}$ lub $\frac{1}{4}$) jest on pakowany w foliowe, bądź papierowe torby, do których wkładana jest etykieta o grafice analogicznej do banderoli. Na etykiecie musi zostać umieszczony symbol chronionego oznaczenia geograficznego oraz napis „Chronione Oznaczenie Geograficzne”.

„Chleb prądnicki” oraz metoda jego wytwarzania zostały ukształtowane w toku wieloletniej praktyki, wypracowanej przez pokolenia piekarzy. Charakterystyczne cechy „chleba prądnickiego” związane są z czynnikami ludzkimi – umiejętnościami i kunsztem sztuki piekarskiej wytwórców, którzy pieką go według

tradycyjnych metod przy wykorzystaniu tylko określonych surowców.

Szczególną cechą najsilniej odróżniającą „chleb prądnicki” od innych wyrobów jest jego rozmiar, gruba skórka oraz długotrwała świeżość. Chleb na co dzień wypiekany jest w bochnach o wadze 4,5 kg, a dla celów okazjonalnych piecze się bochny o wadze 14 kg. Każdy bochenek chleba ma nieco inny kształt. Ponadto, „chleb prądnicki” przechowywany w normalnych warunkach zachowuje świeżość przez siedem dni.

Cechą szczególną jest również fakt, że „chleb prądnicki” jest pieczywem, które „dojrzewa” po upieczeniu i pełni smaku i aromatu osiąga w drugiej dobie od ukończenia wypieku



Chleb prądnicki sprzedawany jest na sztuki, pakowany wg. zapotrzebowania zamawiającego

Organizacja Producentów:
Krakowskie Wypieki S.C. M. Masier, Ł. Romaniszyn
ul. K. Makuszyńskiego 8A
31-752 Kraków

tel.: 12 684 39 20, 12 422 85 48

KARP ZATORSKI

SWIEŻA RYBA



ZATORSKA
METODA CHOWU

WYSOKA JAKOŚĆ!

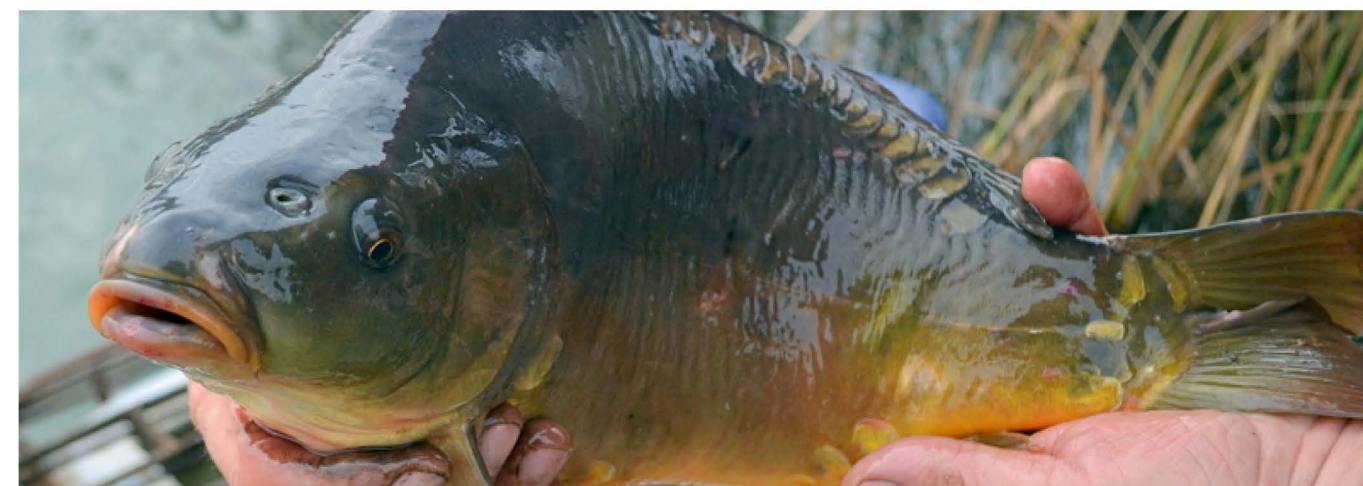
MIĘSO Z NIŻSZĄ
ZAWARTOŚCIĄ TŁUSZCZÓW!



Organizacja Producentów:
Lokalna Grupa Producentka Karpia Zatorskiego
Pl. Kościuszki 5
32-640 Zator

tel.: 33 841 21 28, 602 464 243
fax: 33 841 05 85
e-mail: fishrzd@man.pl

„Karp zatorski” powstał w wyniku krzyżowania czystej linii karpia zatorskiego z czystymi liniami: węgierską, jugosłowiańską, gołyską i izraelską. „Karp zatorski” to żywa ryba, sprzedawana w stanie świeżym, nieprzetworzonym hodowana jest wyłącznie w ziemnych stawach karpowych, zgodnie z zatorską metodą chowu opartą na dwuletnim systemie chowu.



„Karp zatorski” produkowany jest na terenie 3 gmin położonych w zachodniej części województwa małopolskiego. Są to gminy: Zator i Przeciszów w powiecie oświęcimskim oraz gmina Spytkowice w powiecie wadowickim.

Nazwę „karp zatorski” stosuje się na potrzeby wprowadzania do obrotu żywych ryb, dlatego też w przypadku hurtowych dostaw ryb w zbiornikach transportowych i z wykorzystaniem pojazdów mechanicznych, nazwa ta pojawia się na fakturach, kwitach dostaw i dokumentach przewozowych i może pojawić się na danym zbiorniku lub pojeździe mechanicznym. W punktach sprzedaży detalicznej żywe ryby umieszczane są w specjalnych basenach z natlenieniem. Baseny te są oznakowane widocznymi napisami „karp zatorski”.

„Karp zatorski” swoją jakość i właściwości zawdzięcza nie tylko środowisku przyrodniczemu, z którym jest nierozdzielnie związany, ale także tradycji i technice hodowli na tym terenie. Lokalni hodowcy i naukowcy dzięki obserwacjom, pracom badawczym i doświadczeniu wyselekcjonowali karpie najlepiej przystosowane do

warunków panujących na obszarze geograficznym związanym z certyfikatem. W ten sposób wyhodowano czystą linię „karpia zatorskiego”, którą krzyżuje się z czystymi liniami opisanymi powyżej. Stosowanie zatorskiej metody chowu, dostosowanej do warunków środowiskowych obszaru warunkuje uzyskanie produktu o odpowiednich cechach. Skrócenie okresu chowu do dwóch lat, pozwala na wyprodukowanie karpia młodego, o wysokich walorach smakowych, właściwościach organoleptycznych oraz mięsa o mniejszej zawartości tłuszczu, niż u starszych ryb handlowych, uzyskiwanych w powszechnie stosowanym dłuższym cyklu produkcyjnym. Młody wiek karpia decyduje o delikatnym smaku, który różni „karpia zatorskiego” od karpia wyprodukowanego na odmiennym obszarze geograficznym. Decyduje także o jakości mięsa i jego cechach organoleptycznych, które są wysoko cenione przez konsumentów.



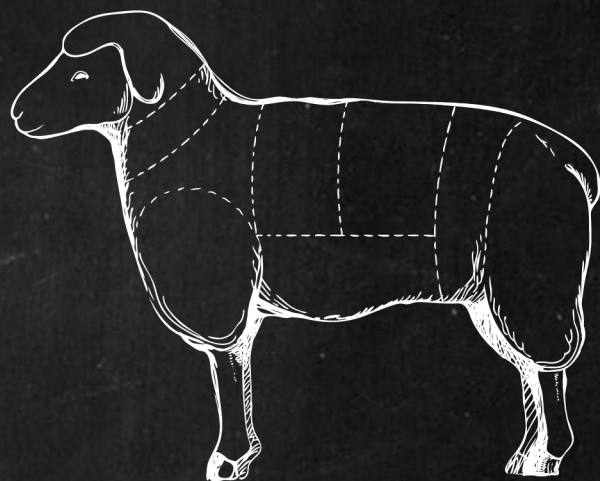
Karp zatorski sprzedawany jest na sztuki, możliwa dostawa wg. zapotrzebowania zamawiającego

JAGNIĘCINA PODHALAŃSKA

WYRÓB MIĘSNY



⚡
**PONAD
STULETNI
TRADYCJA...**



✪
**... SMAKU
I AROMATU.**

Organizacja Producentów:
Tatrzańsko-Beskidzka Spółdzielnia Producentów
"Gazdowie" w Leśnicy
ul. Polna 33, 34-403 Leśnica

tel.: 18 265 64 98, 608 120 268
fax: 18 266 46 21
e-mail: gazdowie@poczta.onet.pl

Chronione Oznaczenie Geograficzne obejmuje jagnięta ras: „polska owca górska” i/lub „polska owca górska odmiany barwnej” i/lub „cakiel podhalański”. Wymienione rasy nie są krzyżowane między sobą. Mianem „jagnięciny podhalańskiej” określa się wyłącznie jagnięta, których wiek nie przekroczył 60 dni. Są to tzw. tuszki jagniąt mlecznych uzyskujące wagę od 4 kg do 8 kg.



„Jagnięcina podhalańska” produkowana jest w województwie śląskim: w powiecie cieszyńskim gmina Istebna; w powiecie żywieckim gminy: Milówka, Węgierska Górka, Rajcza, Ujszoły, Jeleśnia i Koszarawa oraz w województwie małopolskim: cały powiat nowotarski i cały powiat tatrzański; w powiecie suskim gminy: Zawoja, Bystra i Sidzina; w powiecie limanowskim gminy: Niedźwiedź i część gminy Kamienica, która położona jest na terytorium Gorczańskiego Parku Narodowego lub znajduje się na południe od rzeki Kamienica oraz sołectwa z gminy Mszana Dolna: Olszówka, Raba Niżna, Łostówka, Łętowe i Lubomierz; w powiecie nowosądeckim gminy: Piwniczna, Muszyna i Krynica.

„Jagnięcina podhalańska” cechuje się niskim otłuszczeniem tuszy, wyjątkową soczystością, która jest uzależniona od zawartości tłuszczu śródmięśniowego, czyli marmurkowatości. Ponadto, mięso wyróżnia się jasnoróżową barwą i miękką lecz sprężystą strukturą. Najbardziej charakterystyczną i wyróżniającą cechą

„jagnięciny podhalańskiej” jest jej specyficzny smak i zapach zbliżony do dziczyzny, a szczególnie do zapachu sarniny.

„Jagnięcina podhalańska” cieszy się doskonałą opinią wśród odbiorców zarówno krajowych jak i zagranicznych. Na przestrzeni wielu wieków chowu owiec we wskazanym regionie, ukształtowała się w oczach konsumentów silna renoma „jagnięciny podhalańskiej”. Dzięki setkom lat kultywowania tradycji wypasu owiec górskich, a tym samym budowaniu silnej „marki” krajowi konsumenci utożsamiają „jagnięcinę podhalańską” z regionem, z którego pochodzi. Świadomość konsumentów o silnie zakorzenionej tradycji pasterstwa oraz popularność etosu górskiego dodatkowo przekłada się na renomę „jagnięciny podhalańskiej”.



**Jagnięcina Podhalańska pakowana
wg. zapotrzebowania zamawiającego**

MERYTORYCZNE KONCEPCJE INNOWACYJNYCH FORM MARKETINGOWYCH DLA 11 MAŁOPOLSKICH PRODUKTÓW REGIONALNYCH (OZNACZENIE CHNP, CHOG)

Założenie opracowania:

Opisywane produkty cechują się bardzo silnym związkiem z miejscem wytwarzania, interesującą opowieścią, która stoi za nimi i wysoką jakością wykonania. Są efektem pracy rzemieślniczej, tradycji przekazywanej z pokolenia na pokolenie. Adekwatnym do nich określeniem są raczej wyroby, co wskazuje na ich proces powstawania, w którym istotnymi elementami są praca rąk, wiedza i umiejętności przekazywana z ucznia na mistrza. Opisane poniżej formy wejścia i rozwoju obecności na rynku dostosowane są do ich niszowego i prestiżowego charakteru. O ile niszowość ma szansę zmienić swoją skalę z regionalnej czy krajowej na międzynarodową to ich komercjalizacji powinien wciąż towarzyszyć charakter produktu premium, który swojej wyjątkowości także zawdzięcza wyższą niż ich odpowiedników rynkowych cenę. Ta wyższa cena jest początkowo uzasadniona w ramach zakupów w czterech segmentach:

- ❁ Turyści – oryginalna pamiątka z regionu,
- ❁ Szefowie kuchni - gastronomia,
- ❁ Odbiorca świadomy – sklepy z żywnością wysokiej jakości i ekologiczną lub dyskonty,
- ❁ Media kulinarne.

Poniżej przedstawiono propozycje innowacyjnych form marketingowych w dotarciu do opisanych powyżej segmenty odbiorców.

1 Małopolscy kucharze gotują po małopolsku – akcja skierowana do znakomitych małopolskich szefów kuchni. Zaproszenie do wspólnego gotowania menu degustacyjnych z uwzględnieniem 11 małopolskich produktów. W akcji mogą uczestniczyć kucharze, którzy osiągnęli coś w swoim dorobku i zostali dostrzeżeni np. przez sieć Slow Food Polska, Przewodnik Gault&Milleaut, sieć Europejskiego Dziedzictwa Kulinarne czy osiągnęli inne sukcesy np. wygrali konkurs typu eliminacje do Kulinarne Pucharu Polski lub Kulinary Puchar Polski, zostali laureatami Nobel Food and Wine. Akcja zakłada wspólne gotowanie np. w poszczególnych restauracjach prowadzonych przez renomowanych szefów, w plenerze związanym z poszczególnymi produktami. W akcji mogą być zaangażowani dostawcy i producenci regionalnych produktów z listy „11”. Proponuje się żeby każda edycja poświęcona była dwóm produktom z listy.



Scenariusz akcji – początkowo wystarczy znaleźć 2 uznanych szefów entuzjastów tego pomysłu i zaproponować im organizację kolacji na 4 ręce. Kucharze gotują razem w jednym ze swoich lokali. Ich działanie wspiera się marketingowo i produkcyjnie. Uczestnikami kolacji są goście typu foodies. Ilość gości na pierwszym wydaniu około 40 osób. Docelowo około 120 osób podczas eventu.

Uczestnicy – szefowie kuchni np. z restauracji odznaczonych co najmniej jedną czapką w przewodniku Gault and Milleaut

Promocja – media branżowe tj. gastronomiczne takie jak Poradnik Restauratora, Food and Friends, Food Service i inne,

Grupa docelowa akcji – w pierwszym kroku szefowie z Małopolski jednak już równolegle kucharze z całej Polski.

2 Dania Do It Yourself – jako pamiątka z Mało-polski. Opracowanie przepisu oraz składników na 2-3 dania tradycyjne dla Małopolski, w których 11 produktów gra istotną rolę. Przygotowanie przepisu i wybranych składników w formie „gotowej” do ugotowania.

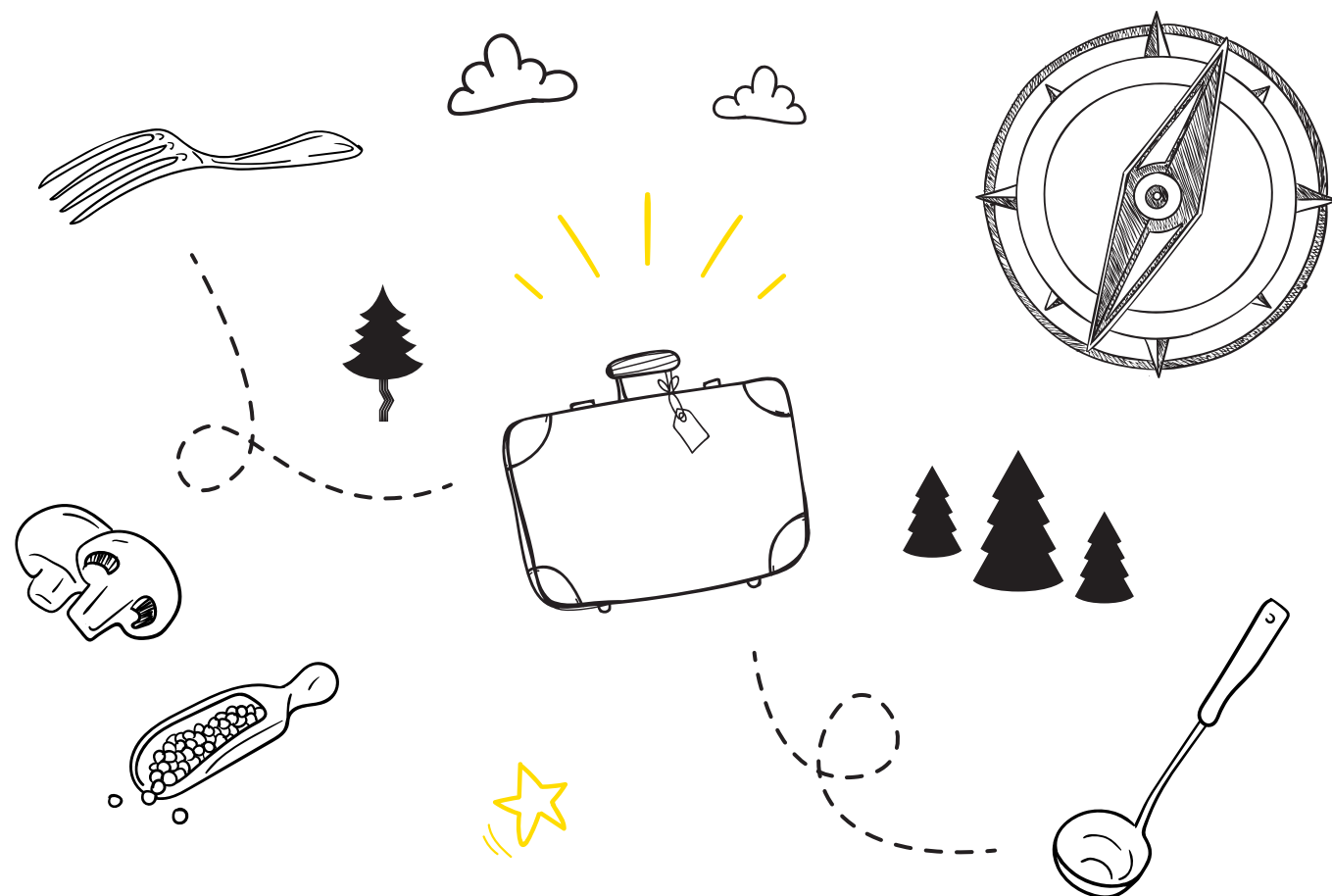
Scenariusz – Wybieramy jednego lub dwóch szefów kuchni, którzy tworzą przepisy dań. Wybieramy składniki z listy 11 produktów. Opracujemy graficznie przepisy oraz nagrywamy film z ich przygotowania. Dystrybucja w sklepach z pamiątkami na terenie Małopolski. Dodatkowo możliwość zakupu w restauracjach obsługujących turystów.

Odbiorca – turysta z Polski i Zagranicy

3 Małopolskie regionalne tapasy – opracowanie sposobów na przygotowanie zestawów smaków do piwa i wina opartych na zestawie wybranym z 11 produktów. Jedno zbiorcze opakowanie np. fasoli Jaś w ziołowej zalewie, bryndzy, oscypka, kiełbasy Lisieckiej i obwarzanka. Do ustalenie optymalne zestawienia przekąsek inne do piwa inne do wina. Zbiorcze opakowanie na minimum 3 produkty powinno stanowić doskonałą pamiątkę z Małopolski. W wersjach mini, for 2, premium.

4 Współpraca z eatpolska.com i organizacja degustacji 11 produktów w ramach organizowanych głównie dla turystów zagranicznych food tour z przewodnikami po restauracjach w Krakowie.





5 Małopolskie smaki - szlak certyfikowanych smaków Małopolski - Szlak turystyczny meat & eat – spotkanie z producentem i wspólne przygotowanie dania np. oferta dla Poland Culinary Vacations biura podróży, które organizuje przyjazdy kulinarne do Polski z USA.

W Polsce funkcjonuje już ponad 30 szlaków turystycznych, których motywem przewodnim są kulinaria. Niektóre z nich założone zostały wokół produktów certyfikowanych przez ośrodki doradztwa rolniczego (np. Świętokrzyska Kuźnia Smaków), marszałków województw czy miasta (Smaki Gdańska) nie ma jednak jeszcze szlaku, który miałby tak silne karty w ręku jak certyfikaty unijne. To niewątpliwie wyróżnia Małopolskę, która dysponuje aż 11 produktami z listy 39, które zostały wpisane na unijne listy z obszaru całego kraju. Liczba 11 miejsc jest w pełni wystarczająca w celu utworzenia kulinarnego szlaku turystycznego. Mógłby on integrować inne szlaki kulinarne funkcjonujące na terenie Małopolski takie jak szlak oscypkowy czy Małopolski Szlak Śliwkowy. Stanowiłby główną pętlę kulinarną regionu, z której mogą odpączkować inne szlaki. Docelowo każdy z 11 produktów mógłby mieć swój mini szlak. Pozwoliłoby to skanalizować zainteresow-

anie kulinariami pochodzącymi z Małopolski. Dla tych smakoszy, którzy chcą poznać ogólnie ofertę smaków Małopolski taki szlak byłby jak znalazł. Dla powracających i pragnących zgłębić tajnik i wybranego składnika potrawy dedykowaną ofertą byłby szlaki monograficzne poświęcone poszczególnym produktom. Zakłada się, że w ramach szlaku powinny być zapewnione następujące atrakcje:

Warsztaty kulinarne - Mogą odbywać się w kilku lub jednym miejscu profesjonalnie do tego przygotowanym. Sala warsztatowa powinna umożliwiać prace kilkunastu osobom i prowadzącemu. Wyposażenie w płyty indukcyjne (jedna na dwie osoby), deski, noże, piekarnik itp. Sala powinna dawać możliwość obsłużenia gości indywidualnych jak również grup np. podczas spotkań integracyjnych czy wigilii firmowych.

Ambasada szlaku – centrum informacji turystycznej, prezentacji produktów i ich sprzedaży. stworzą możliwość zapoznania się w jednym miejscu z wszystkimi certyfikowanymi produktami. Poznania ich historii, opowieści o nich, ludzi, którzy za nimi stoją ich smaków.

Standard obsługi turysty na Szlaku.

6 Wspólny system oznakowania i identyfikacji graficznej. Rekomenduje się wdrożenie jednolitego systemu oznakowania dla produktów certyfikowanych pochodzących z Małopolski. System ten powinien pozostawać w korelacji ze standardem marki regionalnej oraz znakami ChOG, ChNP. Możliwe jest wprowadzenie wspólnych etykiet i opakowań lub przynajmniej części opakowań przeznaczanie nie reprezentowanie wspólnej nazwy. System powinien obejmować wszechstronne pola zastosowań takie jak:

- * Opakowania produktów
- * Oznaczania obiektów
- * System oznaczeń drogowych
- * Serie pamiątek związanych z tematem (farfuchy, ręczniki i rękawice kuchenne, deski do serwowania, torby bawełniane, koszulki i inne)

7 Półka certyfikowanych smaków z Małopolski.

Zaprojektowanie oryginalnej formy ekspozycji wspólnej dla wszystkich 11 produktów ChOG i ChNP. W zależności od specyfikacji przechowywania produktów (np. ser i kiełbasa być może muszą być składowane w warunkach chłodzonych). Taka półka powinna mieć charakter jakościowy, a nawet prestiżowy. Jej projekt powinien wynikać z systemu identyfikacji graficznej serii produktów oraz wytycznych wynikających z ergonomii powierzchni sklepowych. Możliwe jest wykonanie półki z kilkuwarstwowej tektury falistej kaszerowanej folią matową. Półka powinna mieć innowacyjny kształt np. malowanej makiety mapy Małopolski ze wskazaniem na miejsca pochodzenia produktów lub np. ukształtowania terenu z nawiązaniem do kształtu Podhala i szczytów tatr. Usytuowanie półki w jednej z sieci handlowych musi być poparte precyzyjnym rozpoznaniem warunków jakie muszą spełniać dostawcy do takich sieci w tym w szczególności obliczeniem możliwych wolumenów sprzedaży i wysokości osiągniętych marży z takich kontraktów.

Poniżej podano szacunkową ilość placówek jakie posiadają sieci sklepowe w Polsce.

Biedronka - 2 500 sklepów

Lidl - 600 sklepów

Intermarche - 200 sklepów – bardzo interesująca konstrukcja zakupów około 75% zakupów realizowanych przez centrale pozostałe sklepy indywidualnie dobierają sobie w regionie. Można spróbować negocjacji z nimi poprzez wejście do pojedynczego sklepu i uzyskanie rekomendacji agenta sklepu. Wtedy centrala nie może odmówić spotkania ze sprzedawcą.

Piotr i Paweł – 120 sklepów najwięcej w Wielkopolsce, ale także w innych dużych miastach. Starają się być ofertą bardziej premium niż dyskonty.

Chata Polska - 250 sklepów, bardzo duże różnicowanie powierzchniowe

Z analiz rynku sieci handlowych wynika, że trzeci kwartał 2017 roku był słaby i w czwartym będzie większa elastyczność na wpuszczenie nowych produktów, żeby poprawić wynik finansowy.

Przed rozpoczęciem rozmów handlowych konieczność poczynienia kalkulacji czy 11 dostawców jest w stanie zatowarować jakąś z sieci w ilości startowej oraz uzupełniać ilość startową 2-3 razy w tygodniu. Stand mógłby być eksponowany w sklepie minimalnie przez okres tygodnia, choć rekomenduje się wydłużenie tego okresu do miesiąca w zwyż.

OBECNIE DODATKOWE STANDY W SKLEPIE NIE MOGĄ BYĆ PRZEDMIOTEM POBIERANIA DODATKOWYCH OPŁAT. JEST TO PRAKTYKA ZAKAZANA.

11x

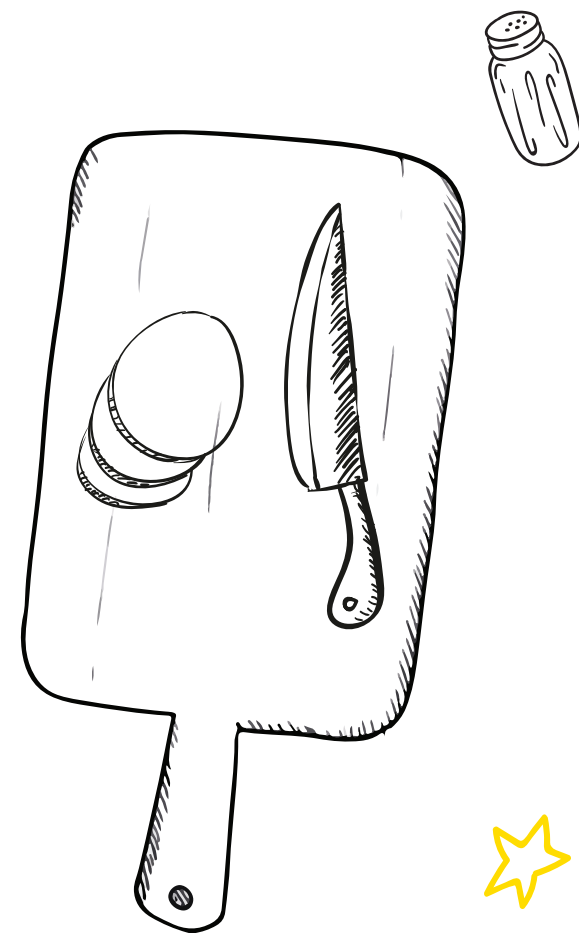


Należy policzyć wolumen produktów potrzebnych do zatowarowania standu np. według algorytmu. NA standzie będzie eksponowany karton opakowań kiełbasy o wadze 12 kg. Ilość sklepów w sieci np. 120. Ilość potrzebna do jednorazowego zatowarowania 1440 kg.

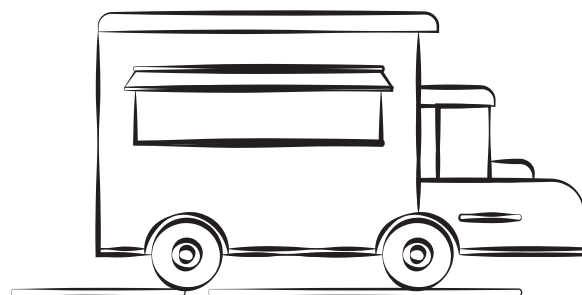
Wariacją nt. Półki smaków – Małopolska rekomenduje – może być wykonanie jakościowego standu pozwalającego na ekspozycję i sprzedaż 11 małopolskich produktów w punktach koncentracji ruchu turystycznego. W założeniu powinny one stwarzać możliwość zapoznania się i zakupu wszystkich smaków z osobna, zakupu wspólnego. Konieczne jest także stworzenie opakowania z mini porcjami – oferującego możliwość degustacji odrobiny produktu w miarę możliwości. Po spróbowaniu poszczególnych smaków gość może sam wybrać, które z produktów nabyć już w większej formie i zabrać ze sobą jako pamiątkę. Półka smaków powinna być dostępna w takich miejscach jak: hotele (recepcja lub tuż obok), lotnisko, dworzec – sklep z pamiątkami, okolice Rynku Głównego w Krakowie czy Krupówek. Chodzi o zaistnienie w miejscach typowo turystycznych gdzie w cenie są oryginalność, wysoka jakość i związek produktu z miejscem, a nie jego cena. Takie standy powinny na stałe wtopić się w krajobraz Małopolski. Prawdopodobnie koszty dystrybucji w ramach takiego rozwiązania oraz osiągnięte marże w nim ujęte będą bardziej korzystne niż współpraca z sieciami handlowymi.



9 Food Truck Smaków Małopolski – Obecnie Food Trucki przeżywają szczyt popularności. Ich złoty – festiwal odbywają się w każdym mieście wojewódzkim. Coraz większe zainteresowanie kuchnią regionalną, slow foodem i jakościowym street foodem można wykorzystać w celu zbudowania mody na Małopolskie produkty ChNP, ChOG. Food Truck mógłby być przedsięwzięciem zarówno promocyjnym np. z wykorzystaniem funduszy unijnych jak również komercyjnym. Food Truck Małopolski może pojawiać się w miejscach generujących duży ruch i co za tym idzie duże przychody. Należą do nich np. Targi Śniadaniowe w Warszawie (organ-



8 Gra kulinarna Smak Małopolski. Gra karciana oparta o produkty i przepisy na małopolskie dania. Taka gra może być reklamą produktów oraz souvenir z pobytu w Małopolsce. Scenariusz gry może polegać na tym, że gracze zdobywają składniki do przygotowania regionalnych dań. Po skompletowaniu składników do przygotowania dania mogą wyłożyć danie i zdobyć punkty. Gracze podczas zabawy poznają produkty i sposoby ich połączenia. Do gry dołączone mogą być także przepisy i składniki dań regionalnych w formie mini książki kucharskiej.

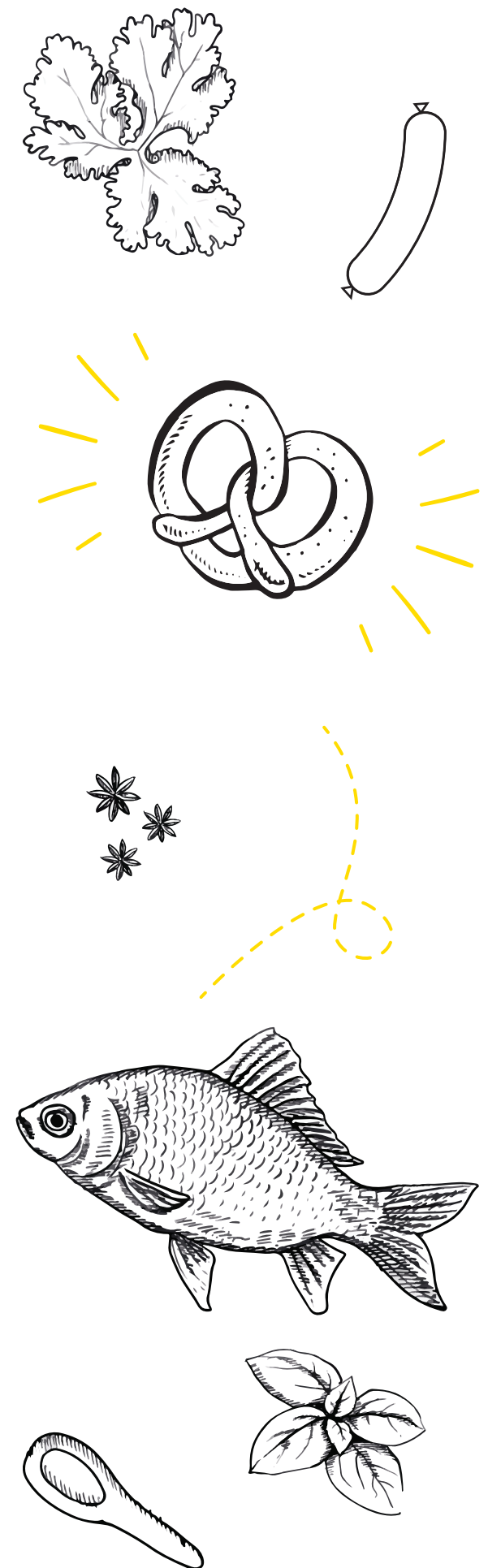


izowane w sposób cykliczny i profesjonalny), Targ Towarzystki w Poznaniu, Wydarzenia w Brovarze Mieszczańskim we Wrocławiu, Wydarzenia organizowane w Garnizonie w Gdańsku itp. W Food Trucku powinny być przygotowane 1-2 dania uliczne z wykorzystaniem wybranych z 11 produktów z certyfikatem. Dodatkowo prowadzona sprzedaż każdego z produktów w formie do przygotowania w domu.

10 Małopolskie produkty polecają się na śniadania w restauracjach hotelowych. Wprowadzenie do restauracji w tym restauracji hotelowych. Produkty małopolskie mogą stanowić wyróżnik oferty gastronomicznej np. hotelowej oferty śniadaniowej np. kiełbasa lisiecka czy oscypek jak i inne z grupy certyfikowanych produktów mogą tworzyć stand regionalny wyróżniony znakiem ChNP, ChOG. Przy standzie powinna znajdować się również treściwa informacja nt. każdego z produktów.

11 Małopolskie produkty na małopolskich ekranach. Promocja produktów kulinarnych z Małopolski na ekranach promocyjnych w miejscach związanych z obsługą ruchu turystycznego takich jak restauracje, restauracje hotelowe, poczekalnie na lotniskach i dworcach, należące do samorządu województwa kolej. Sukces tego działania warunkuje przygotowanie najwyższej jakości filmów promocyjnych ukazujących certyfikowane produkty. Wprowadzenie spotów promocyjnych o produktach tradycyjnych spowoduje, iż turysta spożywając posiłek będzie mógł oglądać materiał promocyjny i wybrać ze stołu właśnie produkty lokalne lub posiłki przygotowane na ich bazie, które zobaczył w materiałach filmowych i które go zaintrygowały.

12 Zaproszenie wybranych restauracji w Małopolsce do wprowadzenia do swoich menu na stałe dań wykorzystujących jako składnik produkty certyfikowane. Dania takie powinny być zaznaczone w menu logo ChNP, ChOG i marką wspólną Małopolskich Smaków. W tych restauracjach powinna pojawić się także pozostała oferta 11 certyfikowanych produktów regionalnych taka jak tapasy regionalne, możliwość zakupu degustacyjnych próbek produktu, możliwość zakupu produktu w opakowaniach konsumenckich.



13

PR wśród dziennikarzy i blogerów kulinarnych oraz tour operatorów zainteresowanych organizacją turystyki kulinarnej do Małopolski.

Objęcie wspólnymi działaniami PR dotyczącymi grupy 11 produktów najbardziej wpływowych polskich redakcji czasopism kulinarnych oraz blogerów. Przygotowanie dla nich notatki prasowej ze zdjęciami wysokiej jakości oraz zorganizowanie study touru. Podczas study touru powinni oni poznać opowieść, miejsca i ludzi, którzy stoją za każdym z produktów. Koniecznym jest odwiedzenie plantacji, zakładów produkcyjnych i zaangażowanie przedstawicieli mediów w proces wytwarzania poszczególnych wyrobów. Uczestnicy wyprawy powinni także skosztować kilku potraw w restauracjach, które serwować będą dania z użyciem certyfikowanych produktów.



14

Produkty certyfikowane jako temat jakościowych paczek kulinarnych np. współpraca z liderem paczek z wysokiej jakości produktami spożywczymi – w

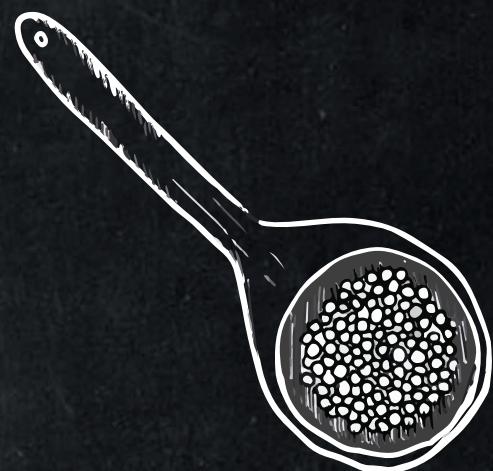
Polsce jest to Cud Miód BOX i stworzenie paczki dedykowanej dla Małopolskich produktów jak również udział certyfikowanych produktów z Małopolski w paczkach comiesięcznych o innych tematach przewodnich. Dodatkowo warto rozważyć stworzenie sklepu on-line, który będzie dawał możliwość kompozycji i zamówienia on-line koszyka małopolskich smaków jako prezentu okazjonalnego. Taki sklep docelowo mógłby służyć jako platforma komercjalizacji także innych polskich produktów spożywczych certyfikowanych unijnymi znakami smaku.



15

Organizacja święta Małopolskich Smaków we współpracy z Urzędem Marszałkowskim, Urzędem Miasta Kraków, restauratorami i innymi podmiotami odpowiedzialnymi za promocję regionu i kulinariów.

Połączenie imprezy zlokalizowanej w centrum miasta o charakterze „jarmarku kulinarnego” z możliwością degustacji menu małopolskich w restauracjach serwujących dania z produktów certyfikowanych. Możliwość rozmowy np. z organizatorami Małopolskiego Karnawału Smaków lub Nocy Restauracji.



WSPÓLNA OFERTA MAŁOPOLSKICH PRODUKTÓW REGIONALNYCH

i innowacyjne formy ich zbiorowego wprowadzania na rynek

Opracowanie projektu:
Stowarzyszenie
GRUPA ODROLNIKA



NINIEJSZA PUBLIKACJA NIE JEST PUBLIKACJĄ KOMERCYJNĄ PRZEZNACZONĄ DO SPRZEDAŻY



STOWARZYSZENIE

Grupa Odrolnika