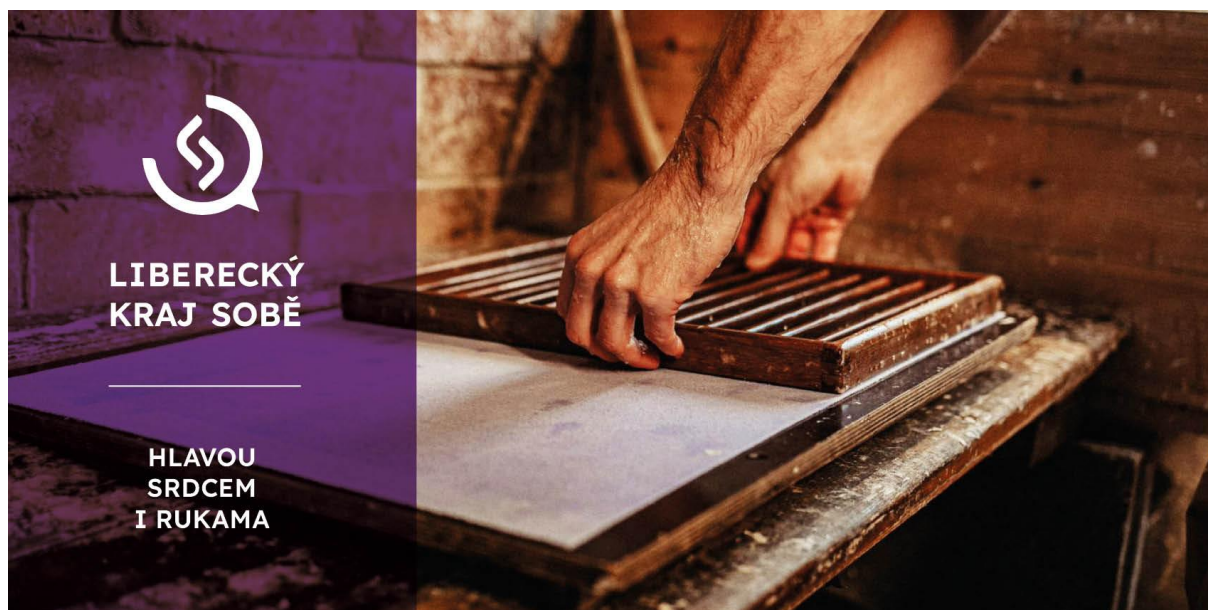




**Koncepce rozvoje projektu
Liberecký kraj sobě
na období 2026-2028**

Schváleno Radou Libereckého kraje dne 9. 12. 2025 usnesením č. 2232/25/RK.

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 a spolupracuje s certifikačními autoritami regionálních značek. 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 a 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 řemeslných 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, a zároveň 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 zde najdou regionální výrobky a služby od zdravých potravin přes autorské šperky až po 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“ a projektem „Podpora rozvoje sociální ekonomiky a sociálního podnikání v Libereckém kraji“.

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. „Liberecký kraj sobě“ 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“ (dále jen LKS) působí a je veřejností a partnery vnímán jako mediátor tématu regionální produkce místních výrobců, řemeslníků a producentů, 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 i 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, výrobcům a řemeslníkům, kterým chce projekt pomáhat **v rozvoji podnikatelských dovedností** a nabízet kreativní řešení podpory podnikání. Projekt je jimi vnímán jako užitečný partner, zdroj informací a mediátor témat, která výrobce zajímají.

Důležitou součástí projektu je **síťování a propojování** s dalšími profesními platformami. 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 partnery. Zároveň spolupracuje a využívá výstupů dalších podpůrných projektů Libereckého kraje jako je podnikatelský inkubátor Lipo.ink, Sociální ekonomika Libereckého kraje, Smart Akcelerator, Křišťálové údolí, Datový portál LK 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 síťování 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 vizuální a obsahová strategie. Marketing je cíleně zaměřen na propagaci značky LKS, nikoli na konkrétní výrobce.

Online marketing

- Nastavit a dlouhodobě rozvíjet odkazový profil a SEO, PPC marketing, referenční marketing
- Propojit s existujícími platformami včetně cestovního ruchu (bannery na spřátelených webech a sociálních sítích, sdílené články, příběhy, propojené marketingové kampaně)
- Připravit zahraniční mutace, rozvíjet marketing pro zahraničí
- Připravit a rozvíjet pravidelné časově omezené tematické kampaně s vazbou na další aktivity v regionu (Velikonoce, Vánoce, dožínky, řemeslné trhy apod.)

Sociální sítě

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

Newsletter, blog, podcasty

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

Offline marketing

- PR články v médiích, regionální TV a rádia, krajský magazín, obecní a městské zpravodaje, odborné zpravodaje a bulletiny (např. hospodářská komora)
- Navázat spolupráci s odbornými časopisy a tematicky zaměřenými časopisy (např. Venkov a styl, Umění a řemesla), navázání spolupráce s lifestyleovými magazíny (např. Herbář)
- Propojit s existujícími akcemi, vlastní stánek LKS, umístění značky LKS na propagačních materiálech partnerů (plakáty apod.)
- Vlastní akce a workshopy pro veřejnost (včetně samotného provozu a konání promoakcí v prodejním showroomu regionálních výrobků)
- Billboardy a bannery
- Loga a vizitky v obchodech partnerů

2/ Přímá podpora regionálních výrobců a edukační programy

Aktivity podporující konkrétní výrobce, které by mohly ovlivnit jejich postavení na trhu, jsou realizovány formou veřejné podpory de minimis a průběžně prověřovány z hlediska pravidel veřejné podpory.

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 skupinou / poradním sborem složeným ze zástupců regionálních značek a výrobců
- Aktivně vyhledávat a rozvíjet spolupráci s partnery projektu – síťování, informovanost a technologické propojení
- Vhodně využívat aktivity, služby a výstupy dalších projektů Libereckého kraje / ARR
- Zapojit se do strategického plánování rozvoje příslušných oblastí v rámci koncepcí / strategií Libereckého 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.)

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

A2.1 PODNIKÁNÍ

- 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

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

C2.3 INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE

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

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

E2.3 ROZVOJ MĚST A VEŘEJNÉ SLUŽBY

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

E3.2 LIDÉ NA VENKOVĚ

E3.2a. 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