



Výrobci z Hané a Jeseníků se vydali za šumavskou značkou

Šumava - Dva dny na Šumavě ve společnosti lidí, kteří označují své výrobky regionální značkou, nebo těmi, kteří ji udělují či o ni teprve usilují. Takové bylo složení výpravy poznávacího zájezdu, který uspořádala MAS Moravská cesta ve čtvrtek a pátek od 10. do 11. dubna.

Na Šumavu se vydali zástupci značky Haná regionální produkt, jejímž koordinátorem je MAS Moravská cesta a Jeseníky originální produkt. O tu se zase starají koordinátoři z MAS Horní Pomoraví. Proč právě na Šumavu? „Právě tam jsou s udělováním regionální značky asi nejdál. I když už existuje 24 značek v rámci celé republiky, na Šumavě se začaly originální produkty výrobců označovat mezi prvními,“ vysvětlila důvod Julie Zendulková z MAS Moravská cesta. Kromě výrobků navíc certifikují na Šumavě i ubytovací a zážitková zařízení. „V tom jsou už než třeba my, kteří nyní stojíme teprve před certifikací hotelů, ubytoven a stravovacích zařízení,“ uvedla Julie Zendulková z MAS Moravská cesta s poukazem na dva spolčníky z bouzovského hotelu, kteří se zájezdu rovněž účastnili a projevili o značku Haná zájem. Zkušenosti s udělováním certifikátů Šumava – originální produkt představila na semináři Kateřina Vlášková. „Z více než stovky udělených certifikátů tam má dnes značku něco před osmdesát výrobců a provozovatelů různých zařízení. Většina z těch, kteří značku už nemají, buď skončili s výrobou nebo naznali, že jim značka nedává to, co od ní očekávali. Velká většina nám ale zůstává a oceňuje její přínos pro sebe i region,“ řekla. Po jejím výstupu předvedla své řemeslo Hedvika Zahálková, jež vyrábí v Kašperských Horách vinuté perly a páteříky. S poutavým komentářem, jak se kdysi ve sklářském kraji dařilo tomuto řemeslu, zaujala většinu přítomných. „První páteřík – korálek, ze kterého se na Šumavě po staletí vyráběly růžence, jsem našla na omítce našeho starého kamenného domu. Páteřík proto, že slova modlitby začínají Pater noster – Otče náš. Dodnes se dají kolem starých hutí a v potocích, které z nich vytékají, najít úlomky skla nebo také při troše štěstí dokonce celé korálky. Odtud už byl jen krůček k tomu zkusit roztavit tyčku skla a vytvořit svůj vlastní korálek,“ řekla.

Následující den patřil poznávacím exkurzím do Šumavských bylinných lázní v Kašperských Horách, jež se řadí do kategorie certifikovaných zážitků a jsou také jedinými lázněmi v České republice, které nabízejí zcela unikátní skloubení lázeňství s přírodou, zemskou energií a historií. Další cesta vedla na zámek Hrádek, kde se zase mohli účastníci dozvědět o letité cestě majitelů zámku k rekonstrukci historického sídla i certifikaci ubytovacího a stravovacího zařízení. Závěrečná část zájezdu se uskutečnila u jedné z nejnápadnějších postav, která dělá značce Šumava reklamu po celém světě. Blanka Milfaitová z obce Pohoří vyrábí nejlepší marmelády na světě a za své špičkové produkty sbírá zlaté medaile na významných gurmánských soutěžích. Právě v její Slunečné kavárně v Srní si účastníci zájezdu nejen nakoupili vynikající marmelády, ale také se naposledy nadechli šumavského vzduchu.

Na Šumavu se za poznáváním značky vypravila i skupina lidí ze slovenské MAS Zlatá cesta. Navázali kontakty s jeseníckými i hanáckými výrobci. „Poznala jsem například zajímavého včelaře, od něhož se určitě necháme inspirovat,“ řekla včelařka z rodinného včelařství Půža, které chová ve Zlatých Horách kolem 150 včelstev.



**Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova:
Evropa investuje do venkovských oblastí**



PROGRAM ROZVOJE VENKOVA



Každý region v České republice má svůj vlastní neopakovatelný charakter, daný přírodním bohatstvím, kulturou a staletými tradicemi jeho obyvatel. "Také výrobky a produkty pocházející z určité oblasti nesou část tohoto charakteru – je do nich vložena práce tamních řemeslníků a zemědělců i část jejich duše," vysvětluje filosofii regionálního značení předsdkyně Asociace regionálních značek Kateřina Čadilová.

šum



***Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova:
Evropa investuje do venkovských oblastí***

