

Małopolska ma swój regionalny znak jakości. Logo „Made in Małopolska”, które pokazano na Forum w Krynicy w ubiegłym roku promuje to co najlepsze w regionie: produkty, projekty, przedsięwzięcia.



Samorządowcy przekonali się, że budowa silnej marki regionu jest jednym z najskuteczniejszych narzędzi promocji. Mieszkańcy, konsumenci, wszyscy ci, którzy korzystają z oferty „Made in Małopolska” wiedzą natomiast, że polecany im produkt jest najwyższej jakości.

O znak „made in Małopolska” mogą ubiegać się producenci regionalnych wyrobów gastronomicznych, spożywczych, lokalni przedsiębiorcy, realizatorzy wartościowych inicjatyw, a także samorządy.

Projekt „Made In Małopolska” zakłada współpracę marketingową z najważniejszymi i uznanymi markami regionu poprzez zbudowanie sieci partnerskich relacji i wzmocnienie współuczestnictwa w rozwoju marki Małopolska. W przedsięwzięciu tym chodzi m.in. o to, aby w świadomości Małopolan i turystów zbudować pozytywne skojarzenia marek z miejscem ich powstawania, a znak „Made in Małopolska” podkreśla miejsce pochodzenia firm i produktów, a także potwierdza ich jakość i renomę.

Partnerami projektu „Made in Małopolska” są tak znane, często również za granicą, marki jak Fakro, Maspex, ZIKI DERMO, Radio RMF FM, Conhpol, Polskie Koleje Linowe, Kraków Airport, czy Tymbark.

Elementem projektu była majowa kampania „Małopolska na rowery-100 % emocji made in Małopolska”. W kampanii tej przekonywano, że jazda na rowerze, to nie tylko dobry sposób na spędzenie weekendu, ale też duża dawka endorfin oraz emocje. Województwo zostało patronem tytularnym wielu atrakcyjnych imprez rowerowych.

Podobnie, tegoroczna edycja Małopolskiego Festiwalu Smaku, które jest największym wydarzeniem kulinarnym w regionie, była przeprowadzana właśnie pod hasłem „Made in Małopolska”. W Festiwalu brało udział wielu producentów smacznej żywności, którzy mogli już poszczycić się opisywanym logo.

Innym, interesującym projektem jest Małopolska Karta Wód. Wody mineralne z Małopolski, to nie tylko bogactwo zawartych w nich składników i biopierwiastków, ale także różnorodność aromatów, smaku i stopnia mineralizacji. Aby pomóc smakoszom odnaleźć się w krainie smaków wód z regionu, województwo małopolskie we współpracy z hydrosommelierami opracowało pierwszą w Polsce **kartę wód mineralnych.**

Z pomocą karty będzie można nauczyć się sztuki pairingu, czyli odpowiedniego dopasowania danego rodzaju wody do wytrawnego wina czy różnych dań.

Małopolska karta wód mineralnych trafi do najlepszych restauracji i hoteli w całej Polsce. Karta wód została opracowana wspólnie z Żółtym Przewodnikiem „Gault & Millau” Polska.

Najbliższym wydarzeniem kreującym markę Małopolska będzie organizowany już po raz drugi Kongres Marki Małopolska. Odbędzie się on 10-11 października 2018 r. w Krynicy Zdroju.

Kongres, którego tematem przewodnim będzie *Made in Małopolska* to okazja do zaprezentowania pierwszych efektów współpracy w ramach projektu. Dzięki udziałowi w wydarzeniu uczestnicy poznają korzyści płynące ze współpracy, które przekładają się na lokalne zmiany, ale również scalają potencjał regionu i prezentują go na zewnątrz wzbudzając żywe zainteresowanie. Kongres będzie również okazją do poszerzenia wiedzy na temat szeroko pojętego marketingu terytorialnego, nowoczesnych narzędzi komunikacji marketingowej.

Kongres skierowany jest do władarzy gmin, miast i powiatów, pracowników jednostek samorządu terytorialnego, instytucji zaangażowanych w [System Koordynacji Marki Małopolska](#), którzy zajmują się promocją, marketingiem i zagadnieniami public relations, partnerów i potencjalnych partnerów projektu *Made in Małopolska* oraz instytucji i firm realizujących działania kreujące markę Małopolska.

(Oprac. na podstawie materiałów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego)