

Tanulmányút Csehországba a helyi termékek védjegyrendszerének tanulmányozására

Beszámoló, fontosabb tanulságok

A tanulmányutat a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség szervezte és finanszírozta. Vendéglátó és helyi szervező az Asociace Regionálních Značek (Association Of Regional Brands – ARZ – Helyi Termékek Védjegyeinek Szövetsége¹) volt. 2009. július 19-22-ig két kistérséget – Moravský Kras-t (Crna Hora település) és Šumavát (Horní Plana, Zelnava, Stachy, Kasperske Hory, Nezdice települések) látogatták meg a résztvevők. A tanulmányút során az ARZ vendéglátói bemutatták a helyi termékek védjegyrendszerét, illetve a védjegyet használó termelők, szolgáltatók mutatták be tevékenységüket és azt, hogy hogyan, miért vesznek részt a rendszerben.

A védjegyrendszer decentralizált: 11 térség 255 terméke vagy szolgáltatása vesz részt benne. Fő üzenete: igazolja, hogy egy termék vagy szolgáltatás adott térségből származik. Ezen kívül a nem lehet káros a környezetre és a térségben jellemző átlagos minőséget kell minimum teljesítenie (nem prémiumtermékeket jelöl).

Központi logo vagy márkanév nincs, de a helyi termékek logói grafikailag nagyon hasonlóak egymáshoz. Közös arculati terv alapján, de a helyi jellegzetességekhez igazodva tervezik meg az arculatot. A dizájnér (talán túlságosan is) fontos szereplő a rendszerben: ugyan az ARZ a központi szakmai koordinátor, de a kistérségi koordinátorral a dizájnér köt szerződést a védjegyhasználatra. Azonban, ha az ARZ úgy dönt, hogy helyi koordinátorok megszegték a feltételeket, akkor a dizájnérnek fel kell bontania a licenz szerződést.

A rendszer minimális központi koordinációval működik. Gyakorlatilag két személy alkotja a „központot” az ARZ egyesületnél. Ők jogosultak a védjegyhasználat licenzét átadni a helyi koordinátoroknak. A védjegyrendszer alapjait egy Natura 2000 program során, EU-támogatásból dolgozták ki, 3 térségre. Azóta az új belépő térségek önállóan kezdeményezték a helyi védjegyek kialakítását. A licenzt a helyi védjegy használatára a helyi koordinátor facilitálásával létrehozott helyi bizottságok ítélik oda, pontozásos rendszer alapján. Itt előfordulnak viták is. Az elutasított termékek, szolgáltatások előállítói a sumavaiak szerint rendszerint fejlesztik terméküket és újra pályáznak a védjegyhasználatra. A védjegyhasználat díja térségenként eltér, a helyi koordinátorok határozzák meg. Fontosak a rendszerben az eladási pontok, melyek úgy kaphatják meg a helyi logo használatának jogát, ha vállalják, hogy minimum 3 helyi terméket árusítanak. A Crna Horai sörfőző tulajdonosa arra szolgáltatott példát, hogy egy sikeres helyi vállalkozás hogyan vállal felelősséget térségéért és juttatja vissza hasznának egy részét helyi fejlesztésekre. Ezek számára is fontosak, hiszen a térség hírnevéből (is) él, jogos tehát a hasznok önkéntes megosztása, a hosszú távra tekintő fejlesztések.

A központi és helyi koordinátorok is jobbra civil szervezetek. A megismert példák alapján a rendszert részben a védjegyhasználati díjakból, részben támogatásokból finanszírozzák, nem önfenntartó egyelőre üzleti szempontból. A marketing fő csatornái a védjegyrendszerhez kapcsolódó helyi lapok, az internet, e-mail-listák és a szájhagyomány. Ezeket hatékonyak ítélik, de az elektronikus médiában nem is lenne pénzük megfizetni a reklámokat.

A termékek nagy (valószínűleg nagyobb) része olyan kézműves termék (pl. dísz tárgyak) vagy élelmiszer (sajt, méz, kenyér), melyeket turistáknak adnak el, gyakran turisztikai szolgáltatásokkal összekapcsolva. A védjegyrendszert turistacsalogatónak is szánják. A meglátogatott termelők, szolgáltatók közül összesen egy (az üveggyöngy készítő) számolt be arról, hogy mérhető üzleti forgalomnövekedést hozott számára a védjegyrendszerbe való belépés. Nagyon sokan azért lépnek be a rendszerbe, mert büszkék a termékükre és úgy érzik, hogy a védjegy a presztizsüket növeli.

¹ <http://www.domaci-vyrobky.cz>

Ötletek a hazai védjegyrendszer fejlesztéséhez

1. A cseh-hez hasonló rendszer hazánkban is elindítható.
2. Olyan rendszer válhat hosszú távon stabillá, amely
 - a lehető legnagyobb mértékben decentralizált,
 - a helyi fejlesztési igényekre, kezdeményezésekre,
 - és a helyi, aktív emberekre támaszkodik,
 - szervesen (lassan) fejlődik,
 - a helyi identitást és a büszkeséget erősíti.
3. Ez rövid távon nem feltétlenül jelent mérhető üzleti és munkahelyteremtési sikereket. Azonban járulékos hatásai (pl. helyi identitás erősítése) fontos vidékfejlesztési célokat támogat, hosszabb távú gazdaságösztönző szerepe jelentős lehet.
4. A cseh helyi termék védjegyrendszerhez képest nagyobb szerepet kellene szánni a mindennapi használati termékeknek, élelmiszereknek a védjegyet használók között.
5. A hazai bevezetést nehezítheti, hogy Magyarországon a helyi termékek és a hazai turizmus kultusza gyengébb, alacsony a társadalmon belüli (és ezen belül a gazdálkodók közötti) bizalom szintje, gyengébb a nemzeti érzelmek. Azonban erősödik és egy ilyen védjegyrendszer és annak megfelelő kommunikációja erősítheti ezeket.
6. Tartani lehet attól, hogy a kontraszelekció (a tehetséges szereplők elvándorlása) miatt azok a helyi kezdeményezések, melyekre egy ilyen védjegyrendszert alapítani lehetne éppen nem az LHH térségekben találhatók jelenleg. De keresni kell ilyeneket.
7. A rendszer tervezéséhez nélkülözhetetlen 2 vagy 3 olyan épkezláb térségi kezdeményezés, amelyeket be lehet vonni az elméleti alapok lerakásához. Nem érdemes hazai helyi termék védjegyrendszert tervezni, ha nincsenek olyan helyi kezdeményezések, vagy arra nyitott szereplők, amelyek az illetet érdemben tudnák hasznosítani.
8. A tervezés kezdeti fázisától meghatározó szerepet kell adni a helyi szereplőknek (termelők, szolgáltatók, civil szervezetek), akik végső soron a védjegy használói lesznek, hogy a napi tapasztalataikra épülhessen a tervezés és a gyakorlatból táplálkozzon.
9. A „központi” tervező csapatnak inkább facilitátor szerepet kellene ellátni, illetve technikai segítséget kellene nyújtani a folyamathoz. A műhelybeszélgetések sorozatának felépítése megtervezhető, de a lebonyolítás során maximálisan a helyiek elvárásaihoz és ritmusához kell igazodni.
10. A rendszer részben közhasznú (vidékfejlesztési, munkahelyteremtési) célokat is szolgál, ezért elindítását közpénzekkel is szükséges támogatni. Célszerű azonban olyan mérföldköveket meghatározni és olyan ösztönzőket alkalmazni, melyek hosszabb távon növelik az üzleti bevételek (pl. védjegyhasználati díjak) szerepét.
11. A rendszer elindításához nem feltétlenül kellene óriási támogatási források. A rendszer tervezésének, az igények meghatározásának kezdeti szakasza alacsonyabb költségekkel indulhat (facilitátorok, műhelybeszélgetéseken résztvevők költségei, grafikai, honlapépítési, jogi tanácsadói költségek). A későbbiek során üzemfejlesztési támogatásra is szükség lehet, a helyi igényeknek megfelelően.
12. A folyamatban a politikai elkötelezettségű szereplőknek vagy általuk irányított szereplőknek (pl. önkormányzati képviselők, polgármesterek, HVI koordinátorok) minimális szerepet kell kapniuk. A jelenlegi folyamatokat (pl. ÚMVP, LEADER) e szereplők dominálják, így azért nincs szükség egy újabb folyamat elindítására, hogy erre is a politika nyomja rá a bélyegét.
13. A fenti ok miatt célszerű a koordinációra és a rendszer építésére eleinte kisebb forrásokat biztosítani, mert a „nagy” pénzek kivívják a politikai szereplők figyelmét.
14. Ugyanezen okból óvakodni kell attól, hogy nagy, központosított, komoly hatalom és pénz felett rendelkező szervezetek alakuljanak ki akár a központi, akár a helyi koordinációnál. Decentralizált hálózatépítésre van szükség.

Kajner Péter
Kajner Péter, kajner@obh.hu