

# Český výrobek je sázkou na tuzemské produkty

Ředitel společnosti Český výrobek Leo Kolečkář vysvětluje, proč se rozhodl vsadit na tuzemské produkty. Jeho projekt nabízí podporu českým společnostem, ty za to získají výhodu na pultech obchodů. Zkušenost totiž dokazuje, že zákazníci české výrobky označené jasným logem preferují.



**Proč jste se rozhodl propagovat české výrobky?**

Po celou dobu, kdy pracuji v obchodě, mě zajímalo, podle čeho se zákazníci rozhodnou, jaké zboží koupí. Zjistili jsme, že jsou zákazníci, pro něž není nic důležitějšího než cena. Je ale i početná skupina lidí, kteří si všímají i dalších vlastností výrobků, například jejich původu. Zvláště v posledních letech se zákazníci začali orientovat na nákup českých produktů. I když možná je lepší říci, že by je rádi kupovali. Mnohdy je totiž obtížné původ zjistit. Proto jsme tu my. Chceme dát zákazníkům záruku, že výrobky označené naším logem jsou české a že se na to mohou spolehnout.

**Jak tedy funguje projekt Český výrobek?**

Tak, že udělujeme řádně registrovanou ochrannou známku. Logo Český výrobek je navíc navrženo tak, aby zákazníkovi okamžitě došlo, že kupuje opravdu tuzemský produkt.

**Už jste naznačil, že rozeznat původ výrobku je mnohdy těžké. Jak ho poznáte vy?**

Máme zpracován právní rozbor na to, jaké výrobky mohou být označovány jako Český výrobek. Vypracoval ho profesor Masarykovy univerzity Petr Hajn, tím se řídíme.

**Co všechno musí zájemce o značku Český výrobek splňovat?**

Ochrannou známku mohou dostat pouze ty produkty, které se vyrábějí v České republice, na jejichž výrobě se podílejí čeští zaměstnanci a obsahují minimálně 50 procent tuzemských surovin, tedy pokud ty jsou dostupné. Firma také musí doložit, že její výrobky jsou jakostní, bezpečné a nezávadné. Před udělením loga se o výrobě osobně přesvědčujeme přímo na místě. Při udělování loga je velmi důležité, aby označení bylo prospěšné pro výrobek i pro ochrannou známku Český výrobek. Nebudeme ji tak například



poskytovat výrobkům zahraničních fast foodů. Musím dodat, že se nám několikrát stalo, že jsme logo pro nesplnění podmínek neposkytli. A to je to, čemu říkáme ryze projekt. Chceme tak chránit to dobré, co naše vlast má a umí.

**Má pak uživatel vaší známky i další povinnosti?**

Samozřejmě. Povinností je dodržovat podmínky pro udělení značky po celou dobu jejího užívání.

**Co za to Český výrobek nabízí?**

Uživatel známky především získá jednu jistotu: že o jeho zboží bude větší zájem. Dokazují to i různé výzkumy. Třeba průzkum MML TGI (výzkum spotřebního chování v letech 2006–2008, je realizován společností Median, ročně je dotazováno přibližně 15 000 respondentů). Podle výsledků v České republice převažují lidé, kteří preferují domácí zboží před zahraničím. Vyjádřeno v číslech, domácí výrobky preferuje 3 925 000 osob (téměř 45 procent populace). Podíl osob, které dávají přednost českým výrobkům, je poměrně stabilní a pohybuje se mezi 42 až 45 procenty.

To potvrdily i naše vlastní průzkumy, kdy výrobky označené logem Český výrobek nakupovali zákazníci v průměru o 75 procent více než neoznačené. Zároveň se uživatelé odlišují od často bezejmenné konkurence.

**Říkáte, že se snažíte české výrobky i propagovat. Jak?**

Tak, že poplatky za licenční smlouvy investujeme do podpory značky, výrobců a jejich označených výrobků. Pravidelně

svou práci, kterou umí dobře, a výsledkem je skvělá myšlenka, která nese to, co potřebujeme všichni – hrdost na svou práci, spokojené zákazníky, fungující firmu i hospodářství, jistoty a práci.



hy výrobků. Proto máme zastoupené výrobce z celé řady oborů – jako z potravinářského, strojírenského, sklářského, výrobky chemického a lehkého průmyslu. Zatím nejvíce jsou



Gait euis et atem vel ea am del enis nullaore feuis ad te magnim

**Hovoříte i o logu Český výrobek, jenže takový nápis může být na jakémkoli tuzemském produktu. Jak zákazník pozná, že jde o výrobek, který splňuje vaše podmínky, a může se spolehnout na jeho původ?**

V našem logu najdete list lípy srdčité, našeho národního stromu. Velké „C“, které s listem tvoří kruh, má nejen význam jako „český“, ale symbolizuje ucelenost, provázanost a ochranu. Logo je doplněno nápisem ČESKÝ VÝROBEK, který zákazníkovi přímo říká, co kupuje, a není tak třeba provádět další nákladnou vysvětlovací kampaň. Hledání a výběru loga jsme věnovali velkou pozornost. Aby zákazníci kupovali zboží, musí uspo-

zastoupeni výrobci plastových oken, kteří vyrábějí okna z českých okenních profilů. Velmi nás těší, že si ochranná známka Český výrobek získává mezi výrobci dobré renomé díky svým jasným pravidlům. Naše koncepce vede k vytvoření silné značky přes všechny výrobní obory.

V tom je náš obrovský potenciál. Aby byla značka silná a aby se dala marketinově podporovat, potřebuje mít širokou a pevnou základnu, na níž je možno stavět. Naši základnou a naším potenciálem je několik tisíc výrobců všech odvětví v celé zemi. Pro ty jsme tady.

Chceme naše zákazníky informovat jasným a jednoduchým způsobem o výjimečnosti označených produktů. Kvalitní české výrobky jsou skutečně čím dál vzácnější, pokud vezmeme v úvahu skutečnost, že 70–80 procent zboží se k nám dováží. Snažíme se svým dílem přispět k větší kultivovanosti trhu a dát výrobcům možnost využít potřeby zákazníků v jejich prospěch. Navíc víme, že v dnešní těžké době dávají lidé přednost všemu, co jim poskytuje jistotu, čemu mohou věřit. Proto je tu Český výrobek.

**OCHRANNOU ZNÁMKU MOHOU DOSTAT POUZE TY PRODUKTY, KTERÉ SE VYRÁBĚJÍ V ČESKÉ REPUBLICE, NA JEJICHŽ VÝROBĚ SE PODÍLEJÍ ČEŠTÍ ZAMĚSTNANCI A OBSAHUJÍ MINIMÁLNĚ 50 PROCENT TUZEMSKÝCH SUROVIN**

propagujeme ochrannou známku v tisku, píšeme články o projektu, investujeme do inzerce, měli jsme například billboardy na dálnici. Podporujeme akce jako Soutěž o nejlepší český knedlík, o nejlepší „svíčkovou“ omáčku, staročeskou zabijačku, masopust v Praze a podobně. Spolupracujeme s Agrární komorou, Hospodářskou komorou a dalšími organizacemi, které podporují naši myšlenku. Naše aktivity jsou podrobně uvedeny na [www.czvyrobek.cz](http://www.czvyrobek.cz).

Je to taková týmová práce, kdy výrobce prezentuje logo na svých obalech či letácích a my pak prezentujeme jeho společnost a výrobky mediálně. Tak dělá každý

kojovat jejich potřeby, musí se jim líbit. Proto při udělování loga doporučujeme jeho vhodné umístění na výrobku, aby označení bylo prospěšné pro samotný produkt i pro ochrannou známku Český výrobek, neboť zákazník dobře vnímá všeobecně český výrobek hlavně u potravin a dostatečně velké logo na výrobku mu pomáhá se rychle orientovat nebo jej přímo vyhledávat.

**Na jaké výrobky může být udělena vaše značka? Jen na potraviny?**

To ne. Ochrannou známku máme registrovanou pro téměř všechny dru-

**Není nebezpečné podporovat české výrobky v situaci, kdy náš průmysl velkou část své produkce vyváží?**

Už prezident T. G. Masaryk říkal: „Nebát se a nekrást.“ Nebojme se podporovat naše výrobky, vždyť to není nic špatného. Vzhledem k tomu, že náš program není financován z veřejných zdrojů a není ani zaměřen proti dováženým výrobkům, můžeme si dovolit naplno říkat: „Kupujte české výrobky!“ A vyzýváme všechny firmy: „Buďte hrdí na to, že vyrábíte české výrobky, dejte to svým zákazníkům zřetelným označením na vědomí a oni se vám odmění!“ ■