

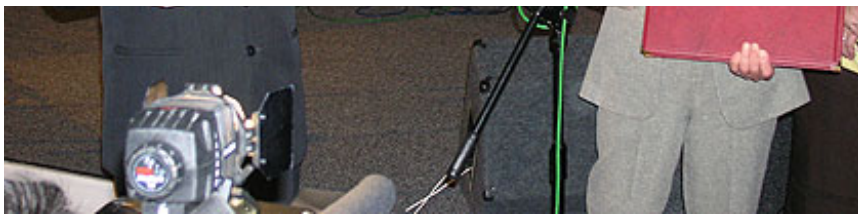
SMIAK ROKU

I Miejsce

Swojski ser koryciński, Krystyna i Andrzej Łukaszuk:

- Jesteśmy naprawdę bardzo zaskoczeni i wzruszeni. Nie spodziewaliśmy się, że nasz produkt znajdzie uznanie Kapituły. Do końca nie przypuszczaliśmy, że to właśnie nam przypadnie to najwyższe wyróżnienie. Mam nadzieję, że również dzięki temu ser koryciński zyska jeszcze więcej sympatyków i smakoszy. Dzięki temu świat dowie się, że istnieje taki ser, z czego się bardzo cieszymy. Nagroda ta, może bezpośrednio nie przekłada się na konkretne kwoty, które można dzięki temu zarobić, jednak w dłuższej perspektywie tytuł Podlaskiego Smaku Roku przyczyni się do wzrostu popularności, a zarazem sprzedaży. To nasz wspólny interes – nasz region, aby stać się jeszcze bardziej atrakcyjnym turystycznie potrzebuje takich elementów jak produkt regionalny, w np. postaci sera korycińskiego. Takie produkty wpływają na upowszechnianie Podlasia i turyści na pewno chętniej wybiorą się tu, aby u źródeł kupić i skosztować naszego sera. Zrobimy wszystko co w naszej mocy, aby sprostać wymaganiom związanym z otrzymanym dziś tytułem. Będziemy ciągle poprawiali jego jakość i dbali o jego smak. Jesteśmy z tego dumni.





II Miejsce

Pierekaczewnik, Dżaneta Bogdanowicz:

- Nie ukrywam tego jak ważna jest to dla mnie ta nagroda, ze względu na to, że my dopiero rozpoczynamy agroturystykę tatarska jurta. Każde takie dostrzeżenie nas jest bardzo ważne. Do tej pory wydawało się nam, że potrawy, które tam serwujemy na czele z Pierekaczewnikiem smakują tylko nam. Nie przypuszczaliśmy, że spodobają się one komukolwiek innemu z zewnątrz, szerszej publiczności. Dlatego rodzina była dość sceptycznie nastawiona, kiedy ja, od wielu już lat próbowałam rozpocząć jakąś działalność turystyczną właśnie w Kruszynianach. Moi bliscy przekonywali mnie, że nikt tam nie przyjedzie. Dwa lata temu rozpoczęłam od serwowania dań tatarskich. Okazało się to doskonałym pomysłem. Zaczęli ściągać do nas turyści z całego kraju. Tak naprawdę to wiele zawdzięczamy właśnie im. To oni nas dopingowali, przekonywali, że jedzenie jest tak smaczne, że trzeba dalej iść w tym kierunku. Dotąd przyjeżdżając do Kruszynian odwiedzano wyłącznie meczet i Mizar. Mieszkający tam Tatarzy byli w zasadzie nieobecni. A teraz, można wejść do prawdziwej, historycznej tatarskiej chaty, która pochodzi z nadania dla rodziny Bogdanowiczów jeszcze z rąk Króla Jana III Sobieskiego. Gospodarstwo jest prowadzone przez trzy pokolenia: zajmują się tym moi teściowie, ja z rodziną oraz nasze córki. Stale się rozwijamy. Chcemy dalej podążać w tym kierunku i mamy nadzieję, że za rok będzie jeszcze lepiej.





III Miejsce

Marka Żubr, Patrycja Skrzypiec:

- Decyzję o tym, jak wykorzystamy dzisiejszą nagrodę pozostawiamy dla specjalisty brand managera marki. Na pewno będziemy starali się to wykorzystać, ponieważ marka Żubr ściśle wiąże się z Podlasiem. Poprzez tę markę staramy się my promować Podlasie, ale też odwrotnie. Dlatego to wyróżnienie przyda nam się i będzie dowodem na to, że nie tylko Żubr związany jest z Podlasiem, ale również Podlasie ściśle wiąże się z tą marką. To na pewno duża radość i sukces, lecz zarazem nadal mamy spore pole do popisu, aby być może za rok odnieść jeszcze większy sukces. Promocja naszej marki to akcja ogólnopolska gdzie reklama Żubra oparta jest na puszczy Białowieskiej i Podlasiu. Podkreślamy ten związek naszego produktu z tym właśnie miejscem.



Wyróżnienie internautów

Sękacz suwalski, Arkadiusz Prelewicz:

- To wyróżnienie jest dla nas szczególnie cenne, bo wynika z gustów konsumentów. Trochę może martwi to, że Kapituła nie podzieliła stanowiska internautów, ale to, co zdobyliśmy jest dla nas nie mniej ważne. Sękacz to naszym zdaniem swoiste spoiwo kulinarne Suwalszczyzny i reszty Podlasia. Konsumenci naszego regionu są bardzo wierni naszemu wyrobowi. Myślę, że sękacze z Janzy zagospodzą na wielu podlaskich stołach podczas zbliżających się świąt Wielkanocnych. Na pewno będziemy wykorzystywać zdobyte wyróżnienie w naszych akcjach promocyjnych i działaniach marketingowych. Zauważamy, że wszelkiego rodzaju zdobyte przez nas nagrody zwiększają popularność naszego produktu. Podlaska Marka Roku to oręż w walce o klientów. Jest to świetne narzędzie marketingowe i jestem pewien, że zwiększy się dzięki temu sprzedaż.

