

Úvod / Introduction	7
Regionální značení v České republice a na Slovensku / Regional branding in the Czech Republic and the Slovak Republic	13
Třináct značek v jednom systému / <i>Thirteen brands within one system</i>	14
Tři případové studie / <i>Three case studies</i>	20
Rozvoj a aplikace značky ŠUMAVA originální produkt® / <i>Development and application of the brand ŠUMAVA the original product®</i>	20
Značení místních produktů – nový pohled na turistický region Moravský kras / <i>Local product branding – a new view of a tourist region Moravian Karst</i>	30
Polabí – zkušenosti atypického regionu <i>The Elbe Valley (Polabi) – experience of a non-typical region</i>	48
Značení regionálních výrobků na Slovensku / <i>Regional product branding in Slovakia</i>	55
Regionální značení napříč Evropou / Regional branding throughout Europe	59
Regionální značení a regionální produkty v Nizozemsku / <i>Regional branding and regional products in the Netherlands</i>	62
Značka West Cork Fuchsia 1994–2010 – Od společenství ke klastru / <i>The West Cork Fuchsia Brand 1994–2010 – From Community to Cluster</i>	74
Když historie pomáhá budovat budoucnost / <i>When History helps to build the future</i>	86
Údolí řeky Barycz doporučuje / <i>Barycz Valley recommends</i>	106
Marketing v environmentálně citlivé oblasti – případová studie z údolí Barycze / <i>Place Marketing in an Environmentally Sensitive Area – Case Study of the Barycz Valley</i> ...	106
To nejlepší z údolí Barycze: Tři roky značky „Údolí Barycze doporučuje“ / <i>The Best from the Barycz: Three Years of the Barycz Valley Recommends Brand</i>	115
Značka Transylvania Authentica / <i>The Transylvania Authentica Brand</i>	124
Regionální značení v mezinárodním kontextu / Regional branding in an international context	135
Venkovská kvalita / <i>Rural quality</i>	136
Kdo je kdo v této publikaci / Who is who in this publication	149