

**Mednarodna delavnica »Teritorialne blagovne znamke v alpski regiji«**

Bolzano, Italija, 13.–14. 5. 2019

V maju je bila na raziskovalnem inštitutu EURAC v Bolzanu organizirana dvodnevna delavnica v okviru Strategije Evropske unije za alpsko regijo (EUSALP), kjer se je obravnavalo teritorialne blagovne znamke kot pristop k razvoju določenega območja (na primer občine, zavarovanega območja, regije). Prvi dan delavnice je bil namenjen osvetlitvi tovrstnih blagovnih znamk tako z znanstvenoraziskovalnega gledišča kot tudi z managerskega in gospodarskega. Po predstavitvi koncepta blagovnih znamk, je sledila predstavitev šestih primerov dobrih praks z območja Alp: iz Slovenije je bila predstavljena znamka »Bohinjsko«. Sklepni del prvega dne delavnice je potekal v obliki okrogle mize na temo upravljanja in izzivov pri razvoju teritorialnih blagovnih znamk.

Drugi dan delavnice je bil namenjen terenskim ogledom. Udeleženci smo v središču mesta Bolzano najprej obiskali trgovino z izdelki, ki se tržijo pod blagovno znamko »Pur Südtirol« (slika 1). Ob ogledu so nam upravljalci blagovne znamke predstavili strateške usmeritve, ciljne skupine kupcev in poslovni model. Terenski ogled smo nadaljevali z ogledom turistične kmetije, ki je vključena v blagovno znamko turističnih kmetij Južne Tirolske »Roter Hahn« (slika 2). Na kmetiji nam je gospodarica razkazala kmetijo in razložila ugodne učinke povezanosti turističnih kmetij v skupno blagovno znamko, ki povečuje prepoznavnost Južne Tirolske kot območja visokokakovostne ponudbe turističnih storitev na kmetijah in posameznim kmetijam znižuje stroške trženja. Dvodnevna delavnica se je sklenila s kosilom, ki so ga sestavljale tradicionalne južnotirolske jedi.



Slika 1: Trgovina z izdelki blagovne znamke »Pur Südtirol«.



Slika 2: Turistična kmetija, ki je vključena v blagovno znamko »Roter Hahn«.

Dvodnevna delavnica je bila izvrstna priložnost za prenos znanja in učenja iz primerov dobrih – in tudi manj uspešnih – praks vzpostavljanja ter upravljanja s teritorialnimi blagovnimi znamkami. Izpostavljene so bile številne razlike med posameznimi območji in državami na območju Alp: v Avstriji so nekatere znamke uveljavljene že več kot tri desetletja, v Sloveniji pa se je njihovo uveljavljanje in vzpostavljanje v zadnjem desetletju šele pričelo. Hkrati so se ob izmenjavi izkušenj pojavile številne ideje in pobude za mednarodno projektno sodelovanje v prihodnosti, ki bi upravljalcem in raziskovalcem pomagale razrešiti vprašanja o učinkih in zakonitostih delovanja teritorialnih blagovnih znamk.

Erik Logar

Šesti sestanek za projekt MEDFEST  
Heraklion, Grčija, 28.–29. 5. 2019



Konec maja na grškem otoku Kreta potekal predzadnji sestanek projekta MEDFEST - *Mediterranean Culinary heritage experiences: how to create sustainable tourist destinations* (Sredozemska kulinarčno dediščinska izkušnja: kako ustvariti trajnostno turistično destinacijo). Gostitelj tokratnega sestanka je bil Tehnološki inštitut Heraklionske zbornice za trgovino in industrijo (Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου; slika 1), ki v projektu sodeluje kot eden izmed sedmih partnerjev.

Sestanek je potekal dva dni. Prvi dan je bil namenjen pregledu dosedanjega projektne dela in aktivnosti v okviru četrtega delovnega paketa, ter nekaterim načrtom za zadnje projektne obdobje. Izpostaviti velja pripravo zaključne publikacije ter priprave na zaključno konferenco, ki bo v začetku septembra v Taviri na Portugalskem.

Drugi dan smo dopoldanski del srečanja namenili pregledu dela v okviru prvega in drugega delovnega paketa. Pri razpravi o drugem delovnem paketu smo prisluhnili sodelavkama AZRRI-ja, ki sta