

VINOTEKA STARI TRG SLOVENSKE KONJICE Z OBOGATENO PONUDBO

V okviru partnerstva sedmih občin: Dobje, Dobrna, Oplotnica, Slovenske Konjice, Šentjur, Vitanje, Zreče in v sklopu aktivnosti razvojnega programa podeželja se 10. novembra 2006 odpira

PRVI PRODAJNI KOTIČEK BLAGOVNE ZNAMKE ZELENİ SNOPI

Prodajni kotiček je sestavni del ponudbe Vinoteke Stari trg v Slovenskih Konjicah. Do konca leta mu bodo sledila prodajna mesta in kotički še v drugih občinah – zelo kmalu tudi v Šentjurju.

V začetni prodajni ponudbi je ob izbrani paleti najkvalitetnejših vin s Konjiškega, prisoten asortiman kmetijskih pridelkov, krušnih izdelkov, razni sokovi in kisi, medicarski izdelki, pletarski izdelki, zelišča in čaji, spominki, kovani izdelki, glineni izdelki, okrasni nakit. Asortiman se bo postopoma širil, predvsem pa bo širitev v smeri vključevanja vedno večjega števila

ponudnikov iz področja vseh sedmih občin. Na ta način se bo ponudba blagovne znamke približala celotnemu slovenskemu prostoru.

S ciljem pritegniti čim več obiskovalcev in oplemenititi že tako bogato osnovno turistično ponudbo, je bil izdan tudi prospekt Po poteh dediščine od Pohorja do Bohorja, kot promotor izjemne kulturne, zgodovinske in naravne dediščine tega območja.

KAKO SMO ZVEZALI ZELENI SNOPI OD POHORJA DO BOHORJA

Skozi aktivno delovanja Razvojne agencije Kozjansko in ob podpori, ter intenzivnem sodelovanju vseh sedmih občin se je v okviru partnerstva razvila kvalitetna ponudba storitev, izdelkov in pridelkov.

Za učinkovit tržni pristop je potrebno to ponudbo predstaviti celostno in upošteva vse standarde, ki jih predpisuje zakonodaja ter zadovoljstvo in varstvo potrošnikov.

Projekta smo se lotili pri temeljih: definiciji tržne znamke, s katero bomo preko različnih komunikacijskih in tržnih kanalov ponudbo predstavili kar najširši javnosti.

Blagovna znamka je psihološki konstrukt, ki zahteva psihološko orožje in je mnogo več kot ime, znak, simbol, slogan ali kombinacija le teh – je pojem, ki presega raven celostne grafične podobe. Ne le uporabna vrednost izdelka.

Močna blagovna znamka izžareva energijo, življenjski slog, dosežke, uspeh, status, strast, romantiko, spomine, upanja, želje, sanje, domišljijo, poezijo. Zlije se s sanjami, hrepenenjem in željami uporabnikov, ter jih popelje v svet zelene identitete.

Z vsemi temi predpostavkami smo skupaj s strokovnjaki iskali izhodišča za našo skupno tržno znamko.

Definirali smo cilje:

- s celostno rešitvijo skozi skupno tržno znamko povezati ponudbo sedmih občin in jo na trgu plasirati kot edinstven prepoznaven produkt, drugačen od ostalih
- ustvariti branding, ne samo oglaševalsko enkratno akcijo
- ustvariti edinstven lokalni proizvod, ki se trži na globalnem trgu in doma.

Določili smo osnovne vsebinske sklope naše ponudbe:

- neokrnjena narava
- bogata kulturna in naravna dediščina
- skrb za trajnostni razvoj
- etnografsko bogastvo, običaji, tradicionalne prireditve
- ekološko kmetijstvo
- kulinarčno bogastvo
- izjemna vsestranska pestrost na zelo majhnem prostoru.

Opredelili smo glavne ciljne skupine:

- domači in tuji obiskovalci, zelo heterogene skupine: upokojenci, aktivno prebivalstvo, družine, šole, poslovneži, mladi in
- lokalno prebivalstvo, ki jih bo obstoječe gradivo nagovarjalo, vzpodbujalo, k smelim podjetniškim idejam in med njimi osveščalo samozavest o izjemni ponudbi in priložnostih, ki jih to področje nudi.

Ubesedili smo sporočila in misli ponudnikov naše tržne znamke:

Iz preteklosti v prihodnost...

Lokalna samozavest z odprtostjo in sprejemljivostjo za trende globalizacije...

Iz tradicije v sodobnost...

Vse poti vodijo iz objema podeželja v svet... in se vračajo, da črpajo moč, energijo iz izkušenj naših pradedov...

In rodil se je: **ZELENI SNOF**

Zakaj snop?

Ker povezuje – ljudi, interese, energijo, potrebe, želje, ambicijesedmih občin in morda nekoč še več..., ker je snop nekaj domačega, tisto kar nas vodi do polja, zemlje z vsem njenim bogastvom, do prvobitnosti, zdravja, življenjske moči.... Ker je snop tisti, ki spominja na žetev, nagrado za uspešno preteklo delo....

In zakaj zeleni?

Ker je v zelenem še moč mladosti, pričakovanj, vizij, neizpetosti, večnosti...ker je naša priroda zelena, zdrava, vitalna, sveža, mlada, še neokrnjena...

In zakaj poleg zelene barve v znaku še rumena?

Ker je sonce rumeno, ker so ljudje prijazni kot rumena, ker vinogradi in sadovnjaki postanejo v času zorenja sladko rumeni, ker so listi bogate dediščine, kulture, glasbe, ki jo piše zgodovina blede rumeni, ker sta kruh in potica naših gospodinj rumena in ker tukajšnji ljudje nosijo v sebi ideje, ki kot zvezde rumeno žare

Zakaj blede rumena in zelena?

Ker je to nostalgija za nekimi umirjeni časi....ki jih najdemo samo še tukaj...

Tržno znamko zeleni snop bodo nosili pridelki, izdelki in storitve področja od Pohorja do Bohorja. Z imenom smo ji postavili temelje. Smo na začetku poti.

Strategijo razvoja tržne znamke zeleni snop smo zasnovali načrtno, dolgoročno in trudili se bomo skupaj s proizvajalci in vsemi ponudniki, da bo v kar najširši okolici postala prepoznavna in iskana.

Vizija povezovanja v okviru programa razvoja podeželja, je s skupnimi močmi na podlagi tradicije, bogate naravne in kulturne dediščine naših prednikov ter podjetnosti prebivalcev, krepiti gospodarsko moč našega podeželja ter njegovo prepoznavnost kot območja, ki je znalo na inovativen način uspešno spojiti preteklost s prihodnostjo in pri tem ohraniti in nadgraditi svojo podeželsko identiteto.

Razvijamo prihodnost s tradicijo je osnovno sporočilo.

Verjamemo, da bo vinoteka Stari trg v Slovenskih Konjicah prijetno stičišče tako lokalnega prebivalstva kot številnih obiskovalcev in gostov, tržna znamka pa bo kvaliteten pripomoček za učinkovitejše trženje in promocijo področja.

NA KRATKO ŠE O PARTNERSTVU ZELENÍ SNOF

Leta 2003 se je sedem občin (Dobje, Dobrna, Oplotnica, Slovenske Konjice, Šentjur, Vitanje in Zreče) odločilo medsebojno razvojno povezati in pristopiti k pripravi skupnega programa razvoja podeželja skladno s smernicami Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. Ob skupnem delu se razvija vse trdnejša povezanost na različnih področjih. Nosilec aktivnosti je Razvojna agencija Kozjansko iz Šentjurja, ki v tesnem sodelovanju z občinami in drugimi nosilci razvoja podeželja izvaja različne skupne aktivnosti in projekte.

Območje se aktivno pripravlja na izvajanje programa Leader s ciljem, izkoristiti tudi to razvojno priložnost podeželja.

S skupnimi projekti smo bili uspešni na različnih razpisih. Trenutno potekajo trije večji skupni projekti, in sicer na področju povezovanja proizvajalcev in trženja, turistične promocije in usposabljanja.

Trdnost povezave se kaže v vsakodnevnem skupnem delu, razviti organizacijski povezavi, s skupnim pojavljanjem na sejnih, v medijih,.... in tudi **s prvim v vrsti prodajnih kotičkov ZELENÍ SNOF.**