



KOLEKTIVNE BLAGOVNE ZNAMKE SE PREDSTAVIJO

Slovensko podeželje s svojo bogato naravo in kulturno dediščino omogoča pridelavo raznovrstnih pridelkov in s tem odlično osnovo za kakovostne živilske, pa tudi rokodelske izdelke, gastronomske storitve in vodena doživetja. V rubriki bodo v nadaljevanjih predstavljene zgodbe 12 kolektivnih blagovnih znamk, vzpostavljenih po modelu Izvorno slovensko. Pod njega se podpisuje podjetje ProVITAL d.o.o., sam sistem pa izhaja iz dolgoletnega sodelovanja avtorice dr. Tanje Lešnik Štuhec s prof. dr. Janezom Bogatajem in drugimi člani strokovnih komisij, ki skrbijo za preverjeno kakovost certificirane ponudbe.

ZGODBE, V KATERIH STA UJETA BOHINJSKO SRCE IN DUŠA

✍ dr. Tanja Lešnik Štuhec (ProVITAL d.o.o.)
 📷 arhiv Turizem Bohinj

Bohinjci so odgovorni, trmasti in dosledni ljudje. Izklesala jih je dolga era železarstva pa tudi oddaljenost od udobja urbanega okolja. Že stoletja se borijo s težkimi pogoji življenja v gorskem alpskem prostoru, ki ohranjen, kot je, dokazuje, da vedo, kako ravnati z naravo in kulturno krajino ter pridelavo živil, ki jo dopušča kratka vegetacijska doba. Močno se zavedajo, da je turizem ena pomembnejših gospodarskih dejavnosti, za katero se je potrebno odločiti, saj zacveti le, ko postane način življenja lokalnih prebivalcev. Naša skupna strokovna pot se je pričela z drugim Mednarodnim festivalom alpskega cvetja, ko je med sirarji završala novica, da ponudniki izven Bohinja na svoje izdelke zapišejo privlačno misel, da so bili predelani v Bohinju in jih zato bolje prodajajo. Takrat smo na pobudo Turizma Bohinj z deležniki Bohinja pričeli razmišljati o viziji lokalnega okolja skozi razvoj turistične dejavnosti in gradnjo kakovosti izdelkov iz živil visoke kakovosti, ki so pridelana in predelana z lokalno dodano vrednostjo bohinjskega prostora.

Spoštovanje naravnih danosti in lokalnih prebivalcev, ki z načinom življenja ohranjajo pristnost destinacije Bohinj, se odraža tudi v certificirani ponudbi – skozi označene izdelke in storitve s KBZ Bohinjsko ter skupnim trženjem le-teh. Strateško razvojni namen certificiranja ponudbe v destinaciji Bohinj se ne navezuje le na razvoj in večjo pridelavo pridelkov ter predelavo v visoko kakovostne izdelke, temveč je usmerjen tudi v nadgradnjo kakovosti storitev – personalizirana doživetja ter prepoznavanje podjetniških priložnosti, ki bi lokalnim prebivalcem omogočala dostojno življenje. Tako smo v sklopu »Strategije razvoja turizma v destinaciji Bohinj 2012–2016« med ključnimi ukrepi zapisali tudi vzpostavitev Centra kakovosti, ki je v sodelovanju z delovno skupino odgovoren za vzpostavitev sistema kolektivne blagovne znamke

➤ **Pomemben korak v razvoju je bilo oblikovanje tipske darilne embalaže, ki je podobo bohinjskih izdelkov povzdignila na visoko kakovostno raven.**

➤ **V mrežo kolektivne znamke Bohinjsko je trenutno združenih 73 ponudnikov. Nad razvojem in podobo certificiranih izdelkov bdi Center za kakovost v okviru zavoda Turizem Bohinj.**



(KBZ) in skrbi za kakovost in trženje certificiranih lokalnih izdelkov in storitev. Za oblikovanje podobe znamke Turizem Bohinj ni najel marketinške agencije, temveč je angažiral ekipo mladih oblikovalk, s katerimi so v preteklosti že sodelovali. Vzoredno z oblikovanjem celostne podobe znamke Bohinjsko smo razvijali tudi nov koncept in vizualno podobo destinacijske znamke. V procesu razvoja strategije so bile z deležniki Bohinja začrtane osebnost in vrednote destinacije Bohinj in KBZ Bohinjsko. V letu 2012 smo po usposabljanju in svetovanju ponudnikom pri razvoju in celostni podobi izdelkov izvedli prvo strokovno ocenjevanje. Začetki so bili izziv in počasi se je gradilo zaupanje ter pripadnost ponudnikov, kupcev in splošne javnosti. V prvi fazi rasti in upravljanja znamke smo se usmerjali h gradnji integritete znamke v lokalnem okolju in zaupanju ter sodelovanju ponudnikov. Veliko pozornosti je bilo namenjene izvajanju konzultacij za razvoj izdelkov, skrbi za mreženje ponudnikov ter nadgradnji uporabnosti in vizualne podobe izdelkov, brezplačnemu oblikovanju etiket in embalaže. Z namenom optimizacije stroškov so bila uvedena enotna naročila nosilnih papirnatih vrečk, serviet, označevalnih etiket in darilne embalaže, ki so imetnikom certifikata na voljo po nabavnih cenah ne glede na količine nakupa. Pomemben korak v razvoju je bilo oblikovanje tipske darilne embalaže, ki je podobo bohinjskih izdelkov povzdignila na

visoko kakovostno raven. Ključno vlogo je imel natečaj za kulinarčni spominek alpske gastronomske regije. Izmed 17 izbranih spominkov iz Bohinja so 3 zasedli prva mesta. Zadnjih nekaj let so bila usposabljanja in svetovanja v okviru znamke usmerjena v oblikovanje privlačnih, povezanih in samosvojih, po meri oblikovanih doživetij za prepoznane ciljne skupine gostov, ki spoštujejo mehko mobilnost, sonaravno nastanitev in vključenost v lokalno življenje. Še vedno se izvaja konzultacije za razvoj izdelkov in doživetij iz lokalnih gradiv in živil, skrbi za mreženje ponudnikov, nadgradnjo uporabnosti in vizualne podobe izdelkov, kakor tudi za brezplačno oblikovanje označevalnih elementov. Trenutno (jesen 2020) je v mrežo Bohinjsko združenih 73 ponudnikov. S certifikatom se ponaša 130 rokodelskih izdelkov in izdelkov unikatnega in industrijskega oblikovanja, 140 pridelkov in živilskih izdelkov, 70 jedi in pijač, postreženih na gostinski način, 35 vodenih doživetij in 6 nastanitvev. Center za kakovost Turizma Bohinj bdi nad razvojem in podobo certificiranih izdelkov ter pod vodstvom dr. Jane Vilman zagotavlja nenehno strokovno pomoč in podporo lokalnim podjetniškim pobudam. Ekipa združuje več zunanjih sodelavcev, med njimi tudi neodvisne člane strokovnih komisij za ocenjevanje in eno osebo, ki je polno zaposlena kot koordinatorka KBZ Bohinjsko. Skrb za kakovost ponudbe certificirane s KBZ Bohinjsko je ključni



BOHINJ JE SAMO EN KORAK STRAN.

Turizem Bohinj, Stara Fužina 38, 4265 Bohinjsko jezero, t: +386 4 574 75 90
 e: info@bohinj.si | /lakebohinj | /lakebohinj | /lakebohinj | www.bohinj.si

gradnik vzdržnega in odgovornega turizma, ki temelji na razvoju lokalnega okolja, prepoznavanju nosilne sposobnosti danosti, ki jih območje Bohinja ponuja, seveda z vso odgovornostjo do narave in ljudi, ki na območju živijo. Od leta 2014 se certificirana ponudba in ponudniki predstavljajo v tiskanem katalogu, ki posodobljen izide vsako leto v začetku julija. Znamka Bohinjsko je predstavljena v destinacijski reviji, na spletnih medijih ter na spletni strani bohinj.si. Trženje izdelkov je usmerjeno na prodajo na domu, lokalnih tržnih mestih in brezplačnih stojnicah v sklopu prireditvev. Izdelki so na voljo v info centrih in v dveh trgovinah z živili. Od leta 2018 je vzpostavljena tudi spletna prodaja daril iz Bohinja, ki jo upravlja Turizem Bohinj.

Skozi redna srečanja z imetniki certifikatov, osebnimi stiki, z uvedbo brezplačnih prodajnih mest na prireditvah, brezplačnega oblikovanja označevalnih elementov, tipsko embalažo in z nenehnim spodbujanjem podjetniških iniciativ, certificirani izdelki danes pripovedujejo bohinjske zgodbe – pravimo, da je v njih bohinjsko srce in duša. Po osmih letih lahko trdimo, da so Bohinjci znamko Bohinjsko vzeli za svojo. Znamka v najboljši luči predstavlja Bohinj kot odgovorno trajnostno destinacijo ter način življenja njenih domačinov.



Destinacija Bohinj je prejela mnoge nagrade za odgovorno upravljanje destinacije. Zavod Turizem Bohinj je na WTM London prejel prestižno priznanje v kategoriji odgovorni turizem in bil zaradi trajnostnega delovanja, ki temelji na vrednotah in konceptu znamke Bohinjsko, Mednarodnega festivala alpskega cvetja ter prizadevanj na področju zelene mobilnosti, prepoznan kot pionir odgovornega turizma v Evropi in Sloveniji.

Med **rokodelskimi izdelki**, ki nosijo certifikat KBZ Bohinjsko, izstopajo gorjuške fajfe, nakit z biserno matico ter po meri izdelani specialni nahrbtniki, leseni in pleteni izdelki.

Med **živili** velja izpostaviti sire in med njimi še predvsem mehki sir mohant - bohinjski posebnež z evropskim geografskim poreklom, z močnim vonjem in okusom, ki ga je moč okusiti tudi v čokoladnih pralinah. V bogati **gostinski ponudbi** je nujno poskusiti jedi iz avtohtone jezerske postrvi in zlatovčice, ki ju gojijo v manjši družinski ribogojnici, ajdove krape z bohinjsko skuto in jedi z dodatkom avtohtone sorte koruze trdinke Bohinjke.

Vodena doživetja temeljijo na ohranjeni naravi Bohinja in specifičnih znanjih in spretnostih lokalnih ponudnikov na ali ob bohinjskih vodah, gurmanski piknik na jezeru, muharjenje ter vodeno opazovanje cvetočih travnikov peš ali iz konjskega sedla.

Bivanje po bohinjsko je vezano na nastanitev z lokalno dodano vrednostjo, ki se kaže skozi tradicionalno arhitekturo in domačen ambient, opremo interierja lokalnega porekla in nosi okoljski znak, s tipičnim bohinjskim zajtrkom, vključevanjem certificiranih doživetij, trajnostno mobilnostjo s kartico Gost Bohinja ter raziskovanjem narave in kulturne dediščine povezanih partnerjev po celotnem območju Julijskih Alp.

Po meri oblikovana povezava zgoraj omenjenega ponuja avtentična, edinstvena, izkustvena, zelena in butična doživetja Bohinja za izbrane ciljne skupine stacionarnih gostov, ki želijo poglobljeno izkusiti prostor pod Triglavom.