



**LIFE
DINALP
BEAR**

Population level management and
conservation of brown bears in northern
Dinaric Mountains and the Alps



LIFE13 NAT/SI/000550

Projekt LIFE DINALP BEAR in oznaka Medvedu prijazno

- **Poročilo delavnice z
uporabniki oznake Medvedu
prijazno**

*Akcija C.6: Promocija rjavega medveda v
ekoturizmu*

Pripravili: Neja Petek in Petra Goneli, Nea Culpa
d.o.o.

April, 2019

Univerza v Ljubljani




**Nea
Culpa**

1. POROČILO DELAVNICE

1.1. Ozadje

Biotehniška fakulteta UL je v sklopu projekta LIFE DINALP BEAR (LIFE 13 NAT/SI/000550) razvila oznako Medvedu prijazno. Oznaka je namenjena promociji izdelkov in storitev, ki prispevajo k sobivanju človeka z medvedom. Medvedu prijazne prakse vključujejo: (i) učinkovito varovanje čebelnjakov, pašnih živali ali sadovnjakov, (ii) shranjevanje odpadkov na medvedu nedostopna mesta, (iii) razvoj odgovornih turističnih programov, (iv) aktivno promocijo ohranjanja medveda v lokalnem okolju. Glavni cilj oznake Medvedu prijazno, ki si želi prerasti na nivo družbeno odgovorne blagovne in tržne znamke, je sprejemanje medveda v lokalnem okolju in ohranjanje njegove naravne plašnosti v življenjskem prostoru, ki ga naseljuje, saj bo prav to naši najbolj karizmatični zveri omogočilo dolgoročno ohranitev.

Oznaka Medvedu prijazno ima trenutno dva glavna cilja:

- povezuje in promovira ponudnike izdelkov, turističnih produktov in storitev, ki uporabljajo medvedu prijazne prakse;
- širi pozitivna sporočila o medvedu in ukrepih sobivanja z medvedom.

Oznako Medvedu prijazno uporabljajo različni ponudniki iz Slovenije in Hrvaške, od tega je:

- 34 pridelovalcev medu,
- 9 pridelovalcev kmetijskih izdelkov,
- 13 izdelovalcev spominkov,
- 6 nastanitev in ponudnikov kulinarike,
- 10 ponudnikov turističnih vodenj.

Uporabniki oznake Medvedu prijazno so se srečali na naši delavnici. Namen delavnice za ponudnike oznake Medvedu prijazno je bil pridobiti povratne informacije o zadovoljstvu obstoječih ponudnikov oznake in spodbuditi skupno razmišljanje o njenem nadaljnjem razvoju. Proces idejnega viharjenja je potekal po metodi moderirane delavnice agencije za razvoj in marketing v turizmu Nea Culpa, ki je pripravila tudi scenarij in vsa izhodišča za strukturirano podajanje povratnih informacij in iskanje idej za prihodnji razvoj oznake Medvedu prijazno.

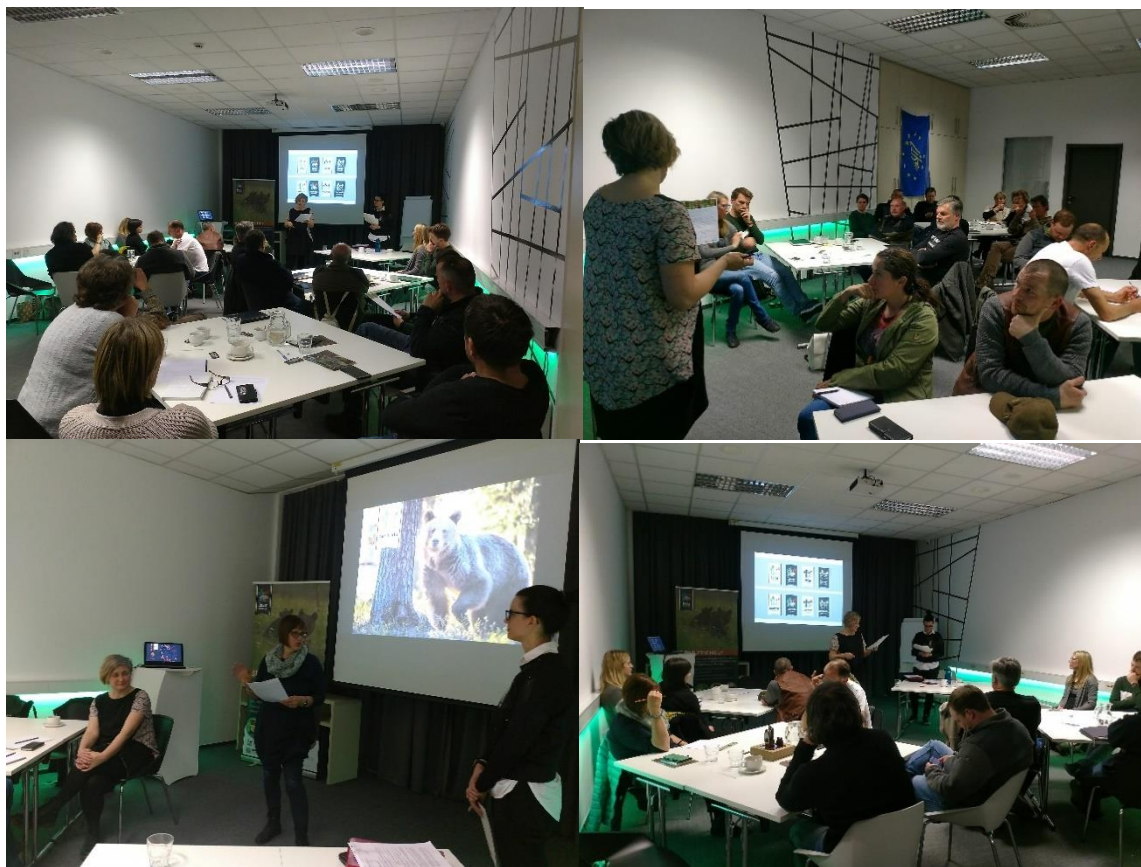
1.2. Udeležba

Delavnice se je udeležilo 20 uporabnikov oznake Medvedu prijazno iz Slovenije.

Seznam prisotnih:

Ban Maks
Bergoč Andrej
Draškovič Pelc Petra
Goneli Petra
Kavčič Irena
Klančar Peter
Korošec Teja
Kverh Tanja
Majić Skrbinšek Aleksandra
Marolt David
Matko Matjaž
Matko Darka
Meglič Boštjan
Mlakar Miha
Moric Anja
Nared Romana
Osmak Martina
Primc Aleksander
Rot Dušan
Rot Slavka
Surina Egon
Šabec Zorko
Štrukelj Marjana
Petek Neja

1.3. Utrinki z delavnice



1.4. Program in povzetek vsebin delavnice

15:30 – 15:40 Uvodni pozdrav in predstavitev projekta LIFE DINALP BEAR (Irena Kavčič, Biotehniška fakulteta)

15:40 – 16:10 Uporaba kolektivnih oznak, ki lahko prerastejo v vplivne znamke, in zviševanje vrednosti posamičnih ponudnikov s skupnim znamčenjem in trženjem (Neja Petek, Nea Culpa)

16:10 – 17:10 Vprašalnik za obiskovalce o uporabi oznake Medvedu prijazno in prvi krog predstavitve udeležencev

17:10 – 17:25 Odmor

17:25 – 17:35 Prihodnost oznake Medvedu prijazno (Nea Culpa, Petra Goneli)

17:35 – 19:00 Delo v skupinah (moderira Nea Culpa, Neja Petek)

Po uvodni predstavitvi projekta je sledil kratek pregled obstoječe uporabe oznake Medvedu prijazno skupaj s predstavitvijo nekaterih primerljivih oznak v tujini, ki so prerasle v primere dobre prakse. Poiskali smo primere za različna področja uporabe znamke:

- turizem na primeru Natural habitat adventures (WWF), Wildelife Friendly Tourism

- kmetijstvo in pridelki na primeru Wildelife Friendly, Rainforest certified
- izdelki in spominki na primeru Ivoryella in I Heart dogs.

Udeleženci, ki so bili na delavnici, so vprašalnik o zadovoljstvu z oznako ter priložnostmi za nadaljnji razvoj izpolnili na delavnici. Pomembnejši poudarki so izpostavljeni v točki 2 (Vprašalnik), celotna analiza rezultatov je v prilogi.

V drugem delu je tudi pregled možnih smeri nadaljnjega razvoja oznake Medvedu prijazno (točka 3.2. s kratkimi smernicami za nadaljnji razvoj. Sledilo je delo v skupinah za udeležence. Štiri skupine udeležencev so na podlagi vnaprej pripravljenih izhodišč razmišljale o prihodnosti oznake Medvedu prijazno. Na koncu so skupine predstavile zaključke viharjenja idej.

2. VPRAŠALNIK

Udeleženci delavnice so individualno odgovarjali na vprašalnik o zadovoljstvu in odnosu do oznake Medvedu prijazno na delavnici. Tisti, ki se delavnice niso mogli udeležiti, so prejeli elektronsko verzijo vprašalnika. Skupaj je na vprašalnik odgovorilo 34 uporabnikov znamke Medvedu prijazno.

Natančnejša analiza vprašalnika je v prilogi (priloga 4.2.)



LIFE
DINALP
BEAR



3. NADALJNI RAZVOJ ZNAMKE MEDVEDU PRIJAZNO

3.1. SWOT analiza

PREDNOSTI

Oznaka s pozitivnim sporočilom za ohranjanje medveda in njegovega naravnega prostora, kar je v promociji in tržni poziciji dodana vrednost za ponudnike.

Oznaka kaže dobre rezultate sprejemanja med ponudniki in uporabniki izdelkov / storitev Medvedu prijazno, zato jo želijo imetniki / nosilci oznake uporabljati tudi po zaključku projekta.

PRILOŽNOSTI

Nadgradnja oznake v resno certifikacijsko znamko ali kolektivno blagovno znamko z jasnim sistemom klasifikacije, participacije in pravil uporabe ter promocije znamke za ponudnike.

Medsebojno povezovanje ponudnikov in ciljno usmerjena promocija znamke Medvedu prijazno.

Razvoj in nadgradnja znamke na druge zveri (ris, volk).

Nadgradnja Medvedu prijaznih sporočil v povezano tržno komunikacijsko zgodbo in komunikacijsko platformo z jasnimi izhodišči, možnostmi in predvidenimi kanali uporabe za posamične ponudnike.

SLABOSTI

Oznaka je v vizualnem smislu preveč podobna projektni oznaki in premalo resni znamki kakovosti ali certifikacijski znamki (problem pomanjševanja, črno-belih verzij, preveč nasičene podobe z različnimi vizualnimi elementi in barvami, itd.)

Trenutno gre za izključno promocijsko oznako brez natančnih standardov nivoja kakovosti produktov in izdelkov, ki jo nosijo, ali natančnejše sheme in pogojev letnega obnavljanja ali potrjevanja oznake.

NEVARNOSTI

Odvisnost prihodnosti znamke od pridobivanja sredstev iz različnih projektnih virov.

Nekonsistentna vizualna podoba oznake Medvedu prijazno z drugimi oznakami in/ali znamkami iz drugih projektov ter s tem kopičenje množice oznak/znamk in posledično razvrednotenje pomena posamezne oznake.

Razpršenost oznake Medvedu prijazno na preveč različnih dejavnosti, pri katerih na



LIFE
DINALP
BEAR



Pravila za uporabo oznake niso jasno določena. Manjka priročnik Celostne grafične podobe, komunikacije in uporabe za ponudnike ter možnosti izpostavitve privlačnih vsebin, ki osveščajo tudi kupce nosilcev oznake glede pomena in poslanstva medvedu prijaznih praks.

prvi pogled kupcu ni jasno, kako in zakaj so medvedu prijazne: kmetijski izdelki, spominki, turistična vodenja, nastanitve, kulinarčna ponudba, pridelovalci medu... V prihodnosti bi bila zato nujen premislek o resnejši znamki z jasnejšo komunikacijo raznolikih področij.

3.2. Povzetek zaključkov skupinskega dela na delavnici

Prednosti uporabe oznake Medvedu prijazno

Ponudniki so izpostavili naslednje prednosti uporabe oznake Medvedu prijazno:

- ozaveščanje o ohranjanju vrste,
- prepoznavnost označenih produktov,
- pripadnost skupnim vrednotam,
- spodbujanje radovednosti pri kupcih,
- spodbujanje etičnosti pri turistih,
- iztočnica za komunikacijo s kupci,
- dodana vrednost za goste,
- njihovi izdelki dobijo pozitivno konotacijo,
- njihove turistične storitve nagovarjajo trajnostne turiste,
- njihovi izdelki in storitve pridobijo kontekst in značaj neokrnjene narave,
- njihovi izdelki in storitve privabljajo zanimive potencialne kupce,
- njihovi izdelki in storitve spregovorijo o sožitju z naravo.

Potencial za nadgradnjo in izboljšave oznake Medvedu prijazno

Ponudniki so izpostavili naslednje potenciale in predloge za nadgradnjo oznake Medvedu prijazno:

- naj oznaka v prihodnje pomaga razvijati etičnost pri obiskovalcih gozda (Nekateri obiskovalci gozda pridejo z motivom, da bi videli divje živali v gozdu. Ne odločijo se za vodenje z izurjenimi vodniki in pri raziskovanju ne upoštevajo osnovnih pravil (povzpenjajo se na opazovalnice, izmenjujejo koordinate, kjer so videli divjad itd.).
 - možnosti povezovanj s centri, ki prodajajo lokalne izdelke / spominke;
- možnosti povezovanj s turističnimi centri (TIC), da dodajo Medvedu prijazne izdelke
- v svojo ponudbo;
 - kulturni potencial medveda, raziskovanje vpliva medveda na človeka, npr. v pravljicah, slikarstvu itd. in vključitev širše komunikacija tega vpliva v lokalne in turistične zgodbe;

- izdelava skupnih promocijskih materialov (pingvini, zastavice, letaki), ki bi jih lahko uporabljali vsi ponudniki. Primer: ponudnik, ki gre na sejem, si lahko sposodi pingvina. Izdelava maskote znamke Medvedu prijazno, tudi v naravni velikosti za namen promocije.

Prepoznavnost oznake Medvedu prijazno

Ponudniki so izpostavili naslednje pobude glede prepoznavnosti oznake Medvedu prijazno:

- ustanove, ki se ukvarjajo z raziskovanjem, zaščito in osveščanjem v povezavi z medvedom (BF UL), bi morale načrtno in dolgoročno skrbeti za razvoj in promocijo oznake;
- razširitev oznake na širšo mrežo ponudnikov z območja življenjskega prostora medveda (sadje, oblačila);
- promocija oznake prek različnih nacionalnih kanalov, združenj in agencij, ki imajo funkcijo/poslanstvo razvoja in promocije, npr. skupen nastop v pogovorih s Slovensko turistično organizacijo kot nacionalno agencijo za promocijo slovenskega turizma;
- skupno trženje in promocija na družabnih omrežjih, oblikovanje spletne in fizične trgovine izdelkov in storitev Medvedu prijazno;
- predstavitev znamke v okviru Slovenskega zajtrka (zloženska), ki že poteka na slovenskih šolah;
- izdelava promocijskega »merchandizing« materiala npr. Medvedu prijazne majice, papirnate vrečke...

Povezovanje ponudnikov, ki uporabljajo oznako

Ponudniki so izpostavili naslednje pobude glede povezovanja prek oznake Medvedu prijazno:

- razvoj skupnih akcij in nastopov na trgu (skupna spletna stran, spletna trgovina);
- organizacija Medvedu prijazne tržnice;
- povezovanje različnih ponudnikov in medsebojno vzajemno »cross marketing« trženje (npr. Medvedu prijazna skuta, postrežena v Medvedu prijazni skodelici);
- skupni nastopi ponudnikov na sejnih, turističnih sejnih ali posebnih promocijah (npr. Medvedu prijazni čebelarji = Medvedov med);

ponudniki turističnih storitev bi v svojo verigo storitev lahko še bolj vključevali druge ponudnike in izdelovalce (npr. Hostel Bearlog Kočevje ima tudi trgovino s spominki in pridelki).

Prihodnost upravljanja z oznako Medvedu prijazno

Ponudniki so izpostavili naslednje pobude glede prihodnosti oznake Medvedu prijazno:

- z oznako naj upravlja neodvisna pristojna ustanova, nosilci naj jo v skladu z jasno

- določenimi navodili in komunikacijsko platformo uporabljajo;
- nujno je določiti eno institucijo, ki je verodostojna in bo lahko upravljala z oznako Medvedu prijazno (npr. BF UL).
 - pripraviti bi bilo potrebno navodil
 - a za uporabo in komunikacijo oznake, ki naj preraste v resnejšo znamko.

Vizualna podoba oznake

Različne skupine so podale naslednje komentarje:

- predlagali bi mehkejša linije,
- medved ne izstopi dovolj, je preveč v ozadju,
- znamka je že prepoznavna, zato je ne bi spreminjali, morda samo izčistili,
- izziv je izbrati jezik, v katerem se komunicira, obstaja namreč angleška in slovenska različica,
- črno-bela različica je pretemna in ima preveč negativno konotacijo,
- medved je v osnovni različici logotipa bele barve in preveč spominja na polarnega, čeprav gre za promocijo sobivanja z rjavim medvedom.

Predlogi za nadgradnjo načina uporabe oznake medvedu prijazno, pri označevanju produktov/ storitev.

Ponudniki so podali naslednje predloge:

- oblikovanje QR kode;
- izdelava posebne celostne podobe za čebelarje, npr. razvoj podznamke medvedov med, ki bi bila grafično usklajen z znamko Medvedu prijazno;
- priprav vsebin in linkov za ponudnike Medvedu prijazno;
- pomoč oblikovalca pri vključitvi oznake medvedu prijazno na obstoječe etikete ponudnikov;
- razvoj in nakup dodatnih promocijskih materialov za promocijo znamke (npr. lesene oglasne table, majice, kape, promocijske papirnate vrečke itd.).

Predlogi za nadgradnjo promocije sobivanja človeka in medveda ter za dodatni materiale z informacijami o načinu življenja medvedov in ali obnašanju turistov na območju, kjer živi medved.

Predlogi in pobude ponudnikov so bili naslednji:

- zbiranje zanimivih zgodb in dejstev v zvezi z medvedom;
- predstavitev medveda z vidika etnologije;
- promocija sobivanja z izdelki (npr. lesena piščalka za varnost, zvončki);

- zloženke o medvedu za TIC-e (s turistično pod-zgodbo in priporočili za obnašanje v gozdu).

Dodatno: Medvedovarni smetnjaki se na terenu dobro obnesejo. V krajih, kjer so redni konflikti med medvedom in človekom, je ključno pripraviti ozaveščanje s primeri dobrih praks razreševanja izzivov z medvedi.

Predlogi za komunikacijska izhodišča za komuniciranje sobivanja med človekom in medvedom.

Udeleženci so podali zanimive predloge o načinu komuniciranja sobivanja človeka in medveda ter znamke Medvedu prijazno. Tako so udeleženci predlagali, da bi bilo dobro narediti zgibanko, ki spremlja zgodbo sobivanja s človekom skozi oči medveda. Od začetkov, ko je bil medved gospodar gozda, do danes, ko človek še vedno vstopa v medvedovo dnevno sobo, a včasih z miselnostjo, da lahko dominira naravi. Ena skupina je pripravila zapis zgodbe o medvedu, ki je vabilo v »medvedje kraje«:

Nekoč je živel medved, ki je želel živeti v mirnem in čistem okolju. Želel je udobno posteljo, veliko gurmanskih užitkov in ljudi, ki ga bi spoštovali. Medved je izbral naše kraje, zakaj jih ne bi tudi vi?

Prispevek turističnih agencij nevladnim organizacijam od vsakega Medvedu prijaznega turističnega vodenja.

- Turistični ponudniki so že sedaj donirali določen % od vsakega vodenja opazovanja medveda oz. njegovega življenjskega okolja. To je veljalo za vse programe, ki so predstavljeni na Medvedu prijazni spletni strani in preko nje tudi rezervirani.
- Vse skupine ponudnikov so se strinjale z obstoječo donacijo. Večinsko so se strinjali, da bi lahko donacijo razširili tudi na izdelke / pridelke in vodenja. Pri tem je ključno, da se sredstva transparentno porabijo. Želeli bi čim bolj specificirano informacijo, ne samo za katero nevladno organizacijo se donira, ampak tudi točno kaj se s temi sredstvi naredi (npr. nakup xy medovarnih smetnjakov itd.).
- Podprli so tudi predlog vključitev končnih uporabnikov, ki bi lahko soodločali, kateri nevladni organizaciji se donira sredstva, s pripombo, da zbiranje tovrstnih informacij ne sme biti preveč komplicirano za same ponudnike.
- Ponudniki so izrazili željo, da potrebujejo materiale in besedila, kjer je predstavljen celoten donacijski model, da ga lahko komunicirajo naprej svojim kupcem. Bolj ko bo natančno opredeljeno, zakaj se donira, lažje bodo prepričali goste / kupce.

Vizualna podoba znamke Medvedu prijazno in pripis

Dobro prakso oznake Medvedu prijazno bi želeli v prihodnosti prenesti tudi na druge zveri (ris, volk), zato smo udeležencem pripravili različne možne predloge za nadgradnjo znamke.

Vse štiri skupine so se strinjale, da je vizualno najmočnejša podoba medveda, zato bi medved lahko predstavljal vse tri zveri. Druga možnost bi bila, da bi v grafični podobi predstavili vse tri zveri. Izziv tovrstne rešitve predstavlja jasnost in prepoznavnost tovrstne znamke pri pomanjševanju in črno-beli različici.

Vsi udeleženci so se tudi strinjali, da želijo enotno znamko, ne družine znamk. Odločitev v zvezi s pripisom bo nekoliko zahtevnejša. Najenostavnejša rešitev bi bila npr. Slovenski zveri prijazno, vendar ta pripis nima toliko emocionalnega naboja kot npr. Medvedu prijazno.

3.3. Smernice za nadaljnji razvoj

3.3.1. Vizija in cilji znamke

Opredelitev vizije znamke za prihodnost. Pri viziji je potrebno opredeliti tudi možnosti nadgradnje znamke na ostale slovenke zveri. Pomembno je, da se zastavijo tudi konkretni cilji za kratkoročno in dolgoročno obdobje znamke.

3.3.2. Določitev skrbnika znamke in upravljanje znamke

Udeleženci delavnice so se soglasno strinjali, da upravitelj znamke ostane Biotehniška fakulteta. Torej verodostojen in neodvisen upravljalec.

V nadaljevanju bo potrebno določiti tudi model upravljanja znamke in zagotoviti sredstva za razvoj in promocijo znamke.

3.3.3. Vizualna nadgradnja znamke

Znamka bo skladno z vizijo nadgradnje in širitve na druge zveri potrebovala vizualno in komunikacijsko nadgradnjo. Udeleženci delavnice so se večinsko strinjali, da je medved najbolj reprezentativna zver, ki je tudi vizualno najbolj privlačna. V nadaljevanju bi bilo potrebno najti najboljšo komunikacijsko rešitev za pripis. Obstoječo podobo bi bilo potrebno tudi vizualno izčistiti oz. prenoviti.

3.3.4. Nadgradnja v resno znamko z razdelano komunikacijsko platformo, priročnikom podobe in uporabe

Znamka je trenutno ustvarjena do prve faze in pripravljena za najbolj splošno rabo namestitve v obliki etikete/nalepke na izdelke in storitve, ki jih povezuje. V prihodnosti bi bilo potrebno ustvariti resnejšo znamko s strukturirano komunikacijsko platformo, ki natančno opredeljuje poslanstvo znamke in njeno notranjo komunikacijo (med upravitelcem in nosilci ter križno med nosilci) ter zunanje komuniciranje (v odnosu do strokovnih javnosti, medijske javnosti in končnih kupcev ponudnikov/nosilcev znamke). Znamka bi potrebovala tudi kodeks in zavezo ponudnikov, resnejše kriterije ter natančen priročnik podobe in

uporabe z jasnimi navodili za ponudnike in več orodji/kanali/mediji možne komunikacije.

3.3.5. Distribucija znamke

Pomembno je, da ustrezno širimo mrežo ponudnikov, ki so nosilci znamke. V procesu nadgradnje in širitve znamke bo potrebno poskrbeti tudi za poenoteno uporabo znamke. V ta namen je potrebno pripraviti nadgradnjo priročnika celostne grafične podobe znamke za ponudnike. V primeru, da finančna sredstva to omogočajo, pa bi bila dobrodošla tudi pomoč pri umeščanju znamke na obstoječe etikete oz. celo oblikovanje Medvedu prijazne embalaže. Skrbnik znamke vodi tudi evidenco o uporabi znamke in skrbi za njeno pravilno uporabo pri posamičnih ponudnikih.

3.3.6. Nadgradnja znamke v certifikacijsko shemo

Znamka se ima možnost razviti v resno certifikacijsko znamko s stopnjami doseganja različnih ravni zastavljenih kriterijev, ki bi jih bilo potrebno opredeliti in v skladu z njimi tudi ravni njihovega doseganja (npr. bronasti – srebrni – zlati znak). Certifikacijske sheme se lahko financirajo z javnimi viri (proračun, projekti) in participacijo deležnikov.

3.3.7. Registracija znamke (odločitev certifikacijska vs. kolektivna blagovna znamka)

Znamko bo potrebno tudi registrirati. Obstajata dve možnosti registracije znamke:

- kolektivna blagovna znamka
- certifikacijska znamka.

Povzemamo razlago Urada Evropske unije za intelektualno lastino, ki na spletni strani <https://euipo.europa.eu/ohimportal/sl/certification-and-collective-marks> natančneje pojasnjuje razliko med tema dvema znamkama.

Kolektivna znamka EU pomeni, da blago ali storitve, zaščitene s to znamko, zagotavljajo člani združenja in jo lahko uporabljajo samo oni.

Kolektivna znamka EU označuje trgovski izvor določenega blaga in storitev, in sicer tako, da potrošnika obvesti, da je **proizvajalec blaga ali ponudnik storitve član določenega združenja in da ima pravico do uporabe blagovne znamke.**

Uredba o blagovni znamki EU opredeljuje kolektivno znamko kot blagovno znamko, ki je »sposobna razlikovati blago ali storitve članov združenja, ki je nosilec blagovne znamke, od blaga ali storitev drugih podjetij« (člen 74 uredbe o blagovni znamki EU).

S kolektivnimi znamkami je mogoče **krepitev zaupanje potrošnikov v proizvode in storitve**, ki se ponujajo na podlagi kolektivne znamke. Pogosto se uporabljajo **za identifikacijo proizvodov ali storitev proizvajalcev oziroma ponudnikov, ki imajo podobne interese.**

Prijavo kolektivnih znamk lahko vložijo samo združenja izdelovalcev, proizvajalcev, ponudnikov storitev ali trgovcev ter pravne osebe, za katere velja javno pravo (če so organizirane podobno kot združenja).

Certifikacijska znamka EU pa pomeni, da blago ali storitve izpolnjujejo določene značilnosti, kot so opredeljene v pravilniku o uporabi.

Certifikacijske znamke so nova vrsta blagovnih znamk v sistemu blagovne znamke EU. To so znaki, s katerimi se certificirajo določene značilnosti blaga in storitev (npr. njihova kakovost), zanje pa je možno vložiti prijavo od 1. oktobra 2017.

Uredba o blagovni znamki EU opredeljuje certifikacijsko znamko kot znamko, ki »omogoča razlikovanje med blagom ali storitvami, ki jih je imetnik znamke certificiral na podlagi materiala, načina proizvodnje blaga ali opravljanja storitev, kakovosti, natančnosti ali drugih značilnosti, z izjemo geografskega porekla, na eni strani ter blagom in storitvami, ki niso certificirani, na drugi strani« (člen 83(1) uredbe o blagovni znamki EU).

Posamezne certifikacijske znamke se med seboj razlikujejo po delovanju in nekaterih bolj formalnih vidikih. **Pomembna razlika med posamezno znamko in certifikacijsko znamko je, da imetnik certifikacijske znamke (fizična ali pravna oseba, institucija ali organi in osebe javnega prava) ne more opravljati poslovne dejavnosti, ki vključuje dobavo iste vrste blaga ali storitev, kot so certificirani.**

Če ste imetnik certifikacijske znamke, lahko certificirate blago in storitve, ki jih bodo drugi uporabljali pri opravljanju svoje dejavnosti, ne morete pa sami certificirati in uporabljati svojega blaga in storitev. Imetnik certifikacijske znamke ima **dolžnost nevtralnosti** v zvezi z interesi proizvajalcev blaga ali dobaviteljev storitev, ki jih certificira.

3.3.8. Pravilnik o uporabi znamke

Skladno z odločitvijo o prihodnosti znamke bo potrebno pripraviti tudi nadgradnjo kriterijev za podelitev uporabe znamke in nadaljnje rabe znamke. V primeru certificiranja morajo biti

kriteriji zelo jasno opredeljeni, predvidena sta tudi monitoring na terenu in letna osvežitev znamke. Za registracijo kolektivne blagovne znamke je potrebno ob prijavi poleg znamke predložiti tudi Pravilnik o kolektivni znamki. Pri kolektivni blagovni znamki so kriteriji lahko ohlapnejši, vendar zaradi ugleda znamke priporočamo, da se poleg obstoječih kriterijev, ki so vezani na ohranjanje medveda, dodajo tudi kriteriji za spremljanje kakovosti in/ali trajnosti izdelkov. Predlagamo tudi redna letna preverjanja na terenu in delavnice za uporabnike znamke. Tudi v primeru kolektivne znamke bo potrebno pripraviti shemo letnega osveževanja znamke.

3.3.9. Trženjski načrt

Pripravi se načrt, ki vključuje različne trženjske in promocijske aktivnosti znamke Medvedu prijazno in sporočila znamke:

- Priprava kampanje s ciljem dviga prepoznavnosti znamke za ponudnike in njihove končne uporabnike/kupce.
- Priprava dodatnih promocijskih materialov za spodbujanje sobivanja človeka in medveda za posamične segmente ponudnikov (npr. Priporočila za obnašanje turistov, Zanimiva dejstva o medvedih za izdelovalce spominkov).
- Organizacija povezanih trženjskih aktivnosti za ponudnike znamke Medvedu prijazno (npr. skupni nastopi na sejnih).
- Povezovanje ponudnikov po posamičnih segmentih in skupne aktivnosti za promocijo in trženje.
- Organizirane aktivnosti za B2B partnerje po posamičnih segmentih (npr. linija izdelkov Medvedu prijazno v TIC-ih).
- Izdelava promocijskih materialov znamke (foto vsebine, video vsebine, promocijski izdelki).
- Izobraževanje ponudnikov o uporabi znamke in širjenju pozitivnih sporočil o sobivanju z medvedmi in zvermi

4. PRILOGE

- 4.1. Predstavitev za delavnico Medvedu prijazno Nea Culpa
- 4.2. Kratek povzetek analize vprašalnikov

Priloga 4.1. Predstavitev za delavnico Medvedu prijazno Nea Culpa



LIFE
DINALP
BEAR




**Nea
Culpa**

SKUPAJ OBLIKUJEMO PRIHODNOST OZNAKE MEDVEDU PRIJAZNO

Neja Petek, direktorica
Petra Goneli, direktorica projektov
Agencija za razvoj in marketing v turizmu Nea Culpa

PROJEKT Life Dinalp Bear



**sprejemanje medveda v lokalnem okolju
= dolgoročna ohranitev vrste**

A brown bear stands upright in a forest, looking directly at the camera. The bear is positioned in the lower-left quadrant of the frame. To its right, a large red circle contains white text. The background is a soft-focus forest with green foliage and tree trunks. The foreground is filled with out-of-focus white flowers.

**promocija
sobivanja človeka
z medvedom**



**OBLIKOVANJE ZNAMKE
MEDVEDU PRIJAZNO**



medvedu
prijazno





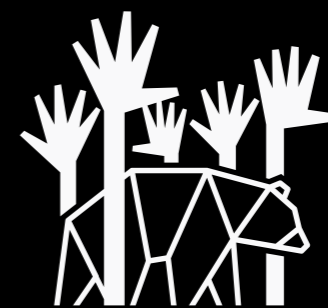
bear
friendly



bear
friendly



bear
friendly



bear
friendly



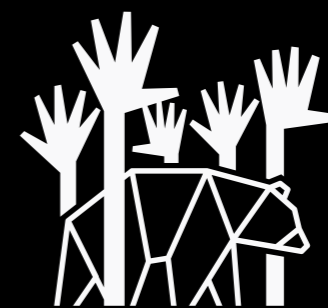
medvedu
prijazno



medvedu
prijazno



medvedu
prijazno



medvedu
prijazno

Poslanstvo znamke Medvedu prijazno



1. Povezuje in promovira ponudnike produktov in storitev, ki uporabljajo medvedu prijazne prakse

Poslanstvo znamke Medvedu prijazno

2. Širi pozitivna sporočila o medvedu





**UPORABA ZNAMKE MEDVEDU
PRIJAZNO IN PROMOCIJA**

Izdelava nalepk, prelepk in obešank



Zloženska o medvedu



Rjavi medved (Ursus arctos)

je največji predstavnik zveri v Evropi in dober pokazatelj ohranjenosti okolja. Hkrati je tudi zelo pomemben del naše naravne in kulturne dediščine.

Glavne grožnje za ohranitev medvedov

Medvedi so radovedne živali, ki večino časa preživijo v iskanju hrane. Hrana medvede pogosto privablja v bližino človeških naselij, kjer lahko povzročijo precejšnjo škodo na nezavarovanih poljščinah, domačih živalih in ostalem premoženju.

Tovrstni konflikti najpogosteje prispevajo k padcu tolerance ljudi do medvedov, kar lahko vodi v povečane zahteve po odstrelu ali nezakonito ubijanje.

Povečanje lokalne sprejemljivosti vrste je zato izjemnega pomena za dolgoročno ohranitev rjavega medveda.

Sobivanje z medvedi je mogoče

V gosto poseljenih območjih, kot je srednja Evropa, medvedi redno prihajajo v stik z ljudmi. Kljub temu da konfliktov med ljudmi in medvedi ni mogoče popolnoma preprečiti, se jim z ustreznimi ukrepi lahko v veliki meri izognemo.

Podprite medvedu prijazne prakse

Oznaka medvedu prijazno je namenjena promociji produktov in storitev, ki prispevajo k sobivanju človeka z medvedom. Medvedu prijazne prakse vključujejo:

- učinkovito varovanje pašnih živali, čebelnjakov ali sadovnjakov,
- shranjevanje odpadkov na medvedu nedostopna mesta,
- razvoj odgovornih turističnih programov,
- aktivno promocijo ohranjanja medveda v lokalnem okolju.

Z uporabo medvedu prijaznih produktov in storitev podpirate lokalno skupnost in prispevate k boljšemu sobivanju z medvedom.



Več medvedu prijaznih izdelkov:
www.discoverdinarics.org

S finančno podporo LIFE, finančnega mehanizma Evropske unije.



Brown bear (Ursus arctos)

is the largest carnivore in Europe and an important element in well-preserved environments. Bear is also very important natural heritage and is part of our land.

Main threats to bear conservation

Bears are curious and regularly seek out food during the bulk of their lives. When searching for food they often approach human settlements and can cause considerable damage by eating crops, killing domestic animals and damaging property. When conflicts increase or become severe, bears are often removed from the population.

Acceptance of bears among people is crucial for their long term survival.

Coexistence with bears is possible

Central Europe is largely a human-dominated landscape, despite having some small, preserved fragments of pristine nature. This means that we share the same areas with bears. In such landscapes the occurrence of human-bear conflicts is inevitable, but can largely be avoided with the appropriate conflict mitigation measures.

Support bear friendly practices

Bear friendly label was designed to award practices that promote coexistence between bears and humans.

Bear friendly practices include:

- effective protection of livestock, beehives or orchards,
- use of bear-proof garbage bins,
- development of responsible tourism programs,
- active promotion of bear conservation in the local area.

Support bear friendly products and services to benefit local community and contribute to coexistence with bears.



Find more bear friendly product at
www.discoverdinarics.org

With the contribution of the LIFE financial instrument of the European Union.



Informacije o medvedu za ponudnike



- Splošne informacije o rjavem medvedu
- Glavne grožnje za ohranitev medvedov
- Zakaj potrebujemo medvede?
- Kako lahko pripomoremo k boljšemu sobivanju z medvedom?

Portal Discover Dinarics



Nature
Tours

Nature
Conservation

Bear
friendly

Dinaric
Wildlife

Discover
News

About
Us



Following the bear footprints

Trip Summary

The program is designed for lovers of nature, hiking, photography and adventure. The path runs along the secluded paths of the Kočevje forests, home of bears and other wild animals. During this three-day guided hiking adventure, we will pay special attention to the responsible entry into the wildlife habitat. Therefore, a large part of the program is dedicated to learning about the life of wild animals, understanding their natural environments and the correct and controlled visit. We assure you that you will see real and painted bear footprints along the trail. The program includes all meals and non-alcoholic beverages. The accommodation is provided in forest huts in the middle of the Kočevje forest far away from civilization, without electricity and running water which adds charm to the adventure. Each day will begin

Družina medvedu prijaznih ponudnikov

- 34 pridelovalcev medu**
- 9 pridelovalcev kmetijskih izdelkov**
- 13 izdelovalcev spominkov**
- 6 nastanitev in kulinarična ponudba**
- 10 ponudnikov turističnih vodenj**



Kategorija kmetijstvo

Proizvajalci medu, sadnih namazov, mlečnih izdelkov

Medvedu prijazni:

- učinkovito varovanje pašnih živali, čebelnjakov, sadovnjakov (elektroograje, pastirski psi)

Kategorija turizem

Odgovorni turistični programi, turistične nastanitve, gostinska ponudba

Medvedu prijazni:

- ozaveščanje o primernih načinih vedenja na območju medveda
- upoštevanje smernic
- shranjevanje odpadkov na medvedu nedostopna mesta (gostinska ponudba)

Participativni model

prispevek za naravovarstvo za NVO



Kategorija aktivna promocija

Izdelovalci spominkov, igrač itd.

Medvedu prijazni:

- širjenje pozitivnih sporočil o medvedu
- shranjevanje odpadkov na medvedu nedostopna mesta

Smo medvedu prijazni – kako to predstavimo?



**PRIMERI AMBASADORJEV
ZNAMKE MEDVEDU PRIJAZNO**

PETRA DRAŠKOVIČ

DOMOV GALERIJA KOLEDAR  IZLETI MILA PETRA

WE ARE BEAR FRIENDLY



This certificate was given to us in the framework of LIFE DINALP BEAR project.

Our work (products and trips) were recognized that they actively promote bear conservation.

We are proud that our efforts for nature conservation have been recognized in this matter.

It is not only confirmation of our efforts but a huge responsibility for the future.

choose among our suggestions

or design your own custom trip

CONTACT US AND TELL US YOUR WISHES

we would love to hear your ideas

Name

Email Address

Message

GOODPLACE



WILD LIFE WATCHING

WILDLIFE ADVENTURES

Hiking around Lake Bohinj, biking to an alpine valley, exploring the emerald **Soča river** on mini rafts and visiting the stunning **Tolmin gorges**. A visit to two karst attractions, the UNESCO site of **Škocjan Caves** and the intermittent **Lake Cerknica**, is followed by bear watching, and it is all packed in a single day. A short visit to the capital of Slovenia, Ljubljana, returns you to the urban beat before going home.

DURATION

7 DAYS

SUITABLE FOR

FAMILIES WITH OLDER CHILDREN, INDIVIDUALS, SMALL GROUPS

SEASON

MAY - OCTOBER

PHYSICAL DIFFICULTY

MEDIUM

THE POSSIBILITY OF MEETING

BEAR, WOLF, LYNXS, FOREST BIRDS, OWLS, WATER BIRDS, DEER

[MORE INFORMATION](#)

BOOK NOW!

Subscribe to our newsletter:

SUBSCRIBE

I FEEL SLOVENIA

soča
OUTDOOR FESTIVAL

ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

TRANS SLOVENIA

Travelife
PARTNER
Committed to sustainability

SLOVENIA
GREEN
TOURISM AGENCY

DISCOVER
DINARICS

SLOVENIABEARS.com



Slovenianbears offers ideal sighting options, however, sightings cannot be guaranteed. Nature follows its own set of rules.

FOOD

Two main meals per day, plus snacks.

ACCOMODATIONS

Comfortable wilderness guesthouse offers its guests 5 comfortable rooms overlooking the idyllic landscape. All rooms include free Wi-Fi, TV and toilet



REVIEWS

workshops - subscribe to our newsletter and send us your e-mail


email address

SUBSCRIBE



Our program follows guidelines for responsible use of bears in tourism and was awarded by bear friendly label

SOCIAL MEDIA

Follow us on You Tube 

Follow us on Facebook 

Follow us on Instagram 



NATURE IN COLOURS

Meet Paul and Jana



[Home](#) [Tours](#) [Holiday house](#) [Souvenirs](#) [Travel Tips](#) [About us](#) [Contact](#) [Booking](#)   

Nature in colour – Slovenia wildlife tours, is set up Paul and Jana. They are both are biologists and local guides, who are living in Slovenia. Here, they love to take you to the wonderful places which they know best ... [>>more](#)

MORE ABOUT OUR SLOVENIA WILDLIFE TOURS



OUR PROFITS GO TO NATURE

Nature in colour is the brand under which we organise our nature tours in Slovenia. We are a non-profit company with the status of a social enterprise, and we are committed to working towards broad environmental and social goals. We invest our profits in nature conservation activities.

[Read more](#)



BEAR FRIENDLY

In 2017 we received the Bear-friendly label for our wildlife holidays. This label is developed in the **LIFE DINALP BEAR** project, which contributes to brown bear conservation. The Bear-friendly label is awarded to practices which contribute to better coexistence between large carnivores (bear, wolf and lynx) and humans.

[Read more](#)

SEJALEC 2017



FINALIST

AWARD WINNING

We started planning our wildlife holidays in 2015 and by 2016 we started with marketing. In 2017, we were awarded the third place in the national Sejalec ("sower") competition for innovative tourism products and received the title "Finalist of Sejalec" for our nature tours.

[Read more](#)

TRIPS4PHOTOS

The South of Slovenia is special. Far away from the main routes of tourists, away from the crowd and full of divine, green forests, the Kočevska region is the most forested area in the country. The high plateaus of the Dinaric Alps, the deep canyon of the Kolpa river and rich wildlife are perfect spots for our wildlife and macro workshop. You will be guided by a master of macro photography Vasja Marinc, a local photographer from Kocevje, who will take you to the next level of macro, wildlife and landscape photography.

The last chance to book your place for Brown Bear spotting and photography is 1 month before the workshop start date.



This photography workshop was awarded with a bear friendly label, which is given to the practices that promote coexistence between bears and humans. The bear friendly label highlights the connection between bears and local communities, which are deeply intertwined in the northern Dinaric region and in the Alps.

More info: [DISCOVER DINARICS](#) and [LIFE DINALP BEAR](#)

Itinerary:

Day 1: Arrival, transfer to the bearspotting place, Bear spotting session

Day 2: Bearsporting session #2 or landscape photography workshop

Day 3: Macro photography workshop morning, departure to Ljubljana



Difficulty level:

Moderate (walking - hiking)

What is included:

Transport, accommodation (double room), Three meals per day, tickets, entrance fees, parkings, Pro photographer tuition.

What is excluded:

Airfares to Slovenia, alcohol and beverages, travel and gear insurance

Single room accommodation: 250 EUR

[BOOK NOW](#)

HOSTEL BEARLOG



[O DESTINACIJI](#) [AKTIVNOSTI](#) [DOGODKI](#) [NASTANITVE](#) [ZEMLJEVID](#)



Delovni čas

Ponedeljek - nedelja od 07. do 22. ure



Trženje v kanalih, ki spodbujajo trajnostni turizem

- Green global travel**
- See the wild (The Keep it Wild Pledge)**
- Responsible travel**



**CILJNE SKUPINE
SLOVENSKEGA TURIZMA**

Johanne, ZELENi RAZISKOVALCI (RAZISKOVALCI)



„Pomembna se mi zdi razvita infrastruktura za kolesarje, pešce in javni prevoz.“

razgledana

vztrajna

logična

preprosta

POKLIC znanstvenica

STATUS poročena

POTUJE pogosto

PRIHAJA IZ DE, Beneluks



potuje z možem

PRIMARNI MOTIV

- Iti nekam, kjer je lepo

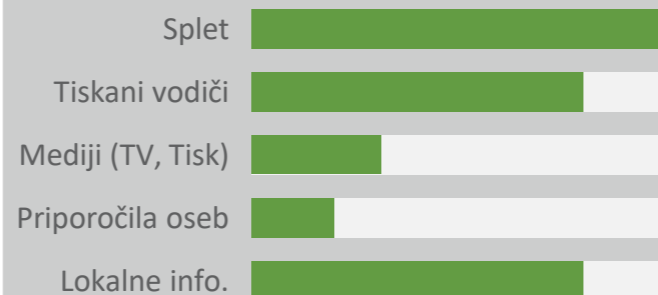
SEKUNDARNI MOTIVI

- Spoznati novo deželo
- Doživeti raznolikost

PRIČAKOVANJA

- Sprostitev in dobro počutje
- Občutek miru in umik od vsakdana
- Barvita narava in lepi razgledi
- Čisto okolje
- Kvaliteten javni transport in dostopne informacije (pravočasne, dobre povezave)
- Ljudje govorijo angleški jezik

VPLIV NA ODLOČANJE



ZANIMANJA

narava, kultura

- Lahke aktivnosti v naravi
- Ogled naravnih znamenitosti (Postojnska jama, Bled)
- Obisk starih mestnih jeder (npr. Piran)
- Obisk Ljubljane



POTOVANJE



SPANJE



POTOVALNI STIL



OPIS

Johanne ima v vsakodnevem življenju naporno in odgovorno službo. Prostega časa ima malo, zato ga želi maksimalno izkoristiti tudi na potovanju, kamor se običajno odpravi s svojim možem. Je razgledana, svet okrog sebe razume po svoje ter ga raje odkriva sama, kot pa verjame tistemu, kar sliši. Spoznavanje novih stvari rada kombinira s sprostivitvijo. Fotografije so pomemben vir pri odločanju za potovanja, saj preko njih razvija občutke ter si ustvari pričakovanja.

RAZISKOVANJE

3 mesece vnaprej

VIR INFORMIRANJA

Splet
Tiskani vodiči

REZERVACIJA

1 mesec vnaprej
Booking.com

POTOVANJE

1 teden
1.200 € na par

Max, DRUŽABNI FOODIEJI (DRUŽABNIKI)



„Vedno odnesem nekaj steklenic vina domov.“

užitkar

iskriv

vedoželjen

lenoben

POKLIC gradbeni inženir

STATUS poročen

POTUJE pogosto

PRIHAJA IZ IT, Beneluks, UK, Francija



potuje z družino, občasno v paru

PRIMARNI MOTIV

- Okusiti in izkusiti presežke

SEKUNDARNI MOTIVI

- Uživati in se dobro imeti
- Spoznati nekaj novega
- Preživeti kakovosten čas z ženo in otroki

PRIČAKOVANJA

- Bližina in druženje
- Biti sproščen
- Spočiti se in se naspati
- Pozabiti na vsakdan
- Otroci se bodo zabavali
- Poskrbljeno bo za varstvo in varnost otrok
- Vzeti si nekaj časa zase z ženo

VPLIV NA ODLOČANJE



ZANIMANJA

kulinarika, kultura, zgodovina

- Kulinarika
- Obisk vinskih kleti
- Lokalne znamenitosti
- Razvajanje v dvoje (za otroke aquafun)
- Zgodovina in gradovi
- Znamenitosti: Bled in Ljubljana



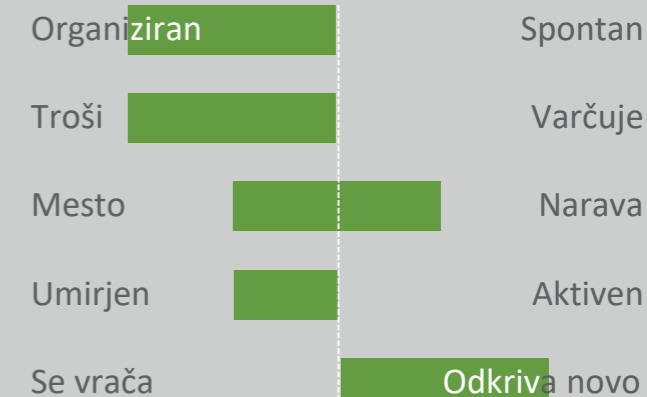
POTOVANJE



SPANJE



POTOVALNI STIL



OPIS

Družina in otroci mu veliko pomenijo, vendar vedno rad nekaj časa preživi tudi sam z ženo. Nekoč bi si želel prepotovati svet. Rad se podaja v neodkrite in manj poznane dežele, vendar se rad vrača tudi tja, kjer se je nekoč dobro počutil. Poleg spoznavanja starih mestnih jeder mu je zelo pomemben element narave, pri kateri zelo ceni njene sadove, zato mu preživet večer ob dobri hrani in pijači veliko pomeni. Aktivnostim v naravi se izogiba, raje ima prijetno udobje. Je izrazit esteta.

RAZISKOVANJE

6 mesecev vnaprej

VIR INFORMIRANJA

Splet
Agencija

REZERVACIJA

5 mesecev vnaprej
Agencija / **Booking.com**

POTOVANJE

10 dni
2.500 € na družino

Mette, AKTIVNE DRUŽINE (RAZISKOVALCI)



„Z avtom lahko prideš samo do mesta, s kolesom mnogo dlje.“

športna

fokusirana

predana

spontana

POKLIC lab. tehnik

STATUS poročena

POTUJE dvakrat letno

PRIHAJA IZ Beneluks, Skandinavija, HR



potuje z družino

PRIMARNI MOTIV

- Doživeti nekaj novega

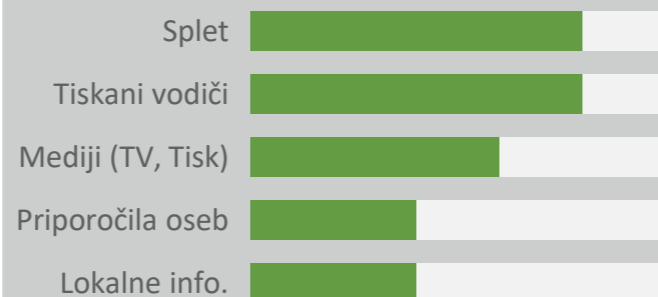
SEKUNDARNI MOTIVI

- Biti aktiven
- Spoznati naravno okolje

PRIČAKOVANJA

- Uživanje in sprostitev
- Širitev obzorja
- Umik od vsakdanjega življenja
- Občutiti povezanost z družino
- Razgibano dogajanje
- Neomejeno gibanje v naravi
- Prijazni ljudje

VPLIV NA ODLOČANJE



ZANIMANJA aktivnosti v naravi

- Športne aktivnosti (rafting, jahanje), prilagojene celotni družini
- Aktivno raziskovanje na kolesu
- Vzpon na Triglav



POTOVANJE



SPANJE



POTOVALNI STIL



OPIS

Mette je ob popoldnevih vedno zaposlena z otroki, ki jih vozi na številne športne dejavnosti. Sama ima za hobi jahanje islandskih konjev. Doma je navajena ravne pokrajine, zato jo vedno pritegne razgibana pokrajina in možnosti aktivnega preživljanja časa v naravi. Razmišlja o 400 km dolgi krožni turi na kolesu.

RAZISKOVANJE

1-6 mesecev vnaprej

VIR INFORMIRANJA

Splet

REZERVACIJA

1 mesec vnaprej
Booking.com

POTOVANJE

2 tedna
2.500 € na družino

Mireille, AVANTURISTI (RAZISKOVALCI)



„Ko sem videla viseči most čez Sočo, sem vedela, da hočem tja.“

drzna

neodvisna

športna

spontana

POKLIC ravnateljica

STATUS partner

POTUJE dvakrat letno

PRIHAJA IZ Beneluks, FR



potuje v paru

PRIMARNI MOTIV

- Aktivno doživetje

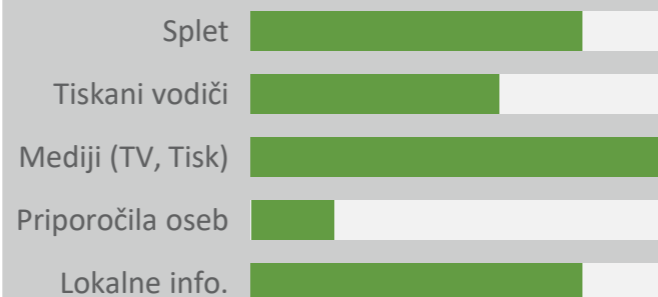
SEKUNDARNI MOTIVI

- Umik od stresa in vsakdanjega urnika
- Nove izkušnje in spoznanja

PRIČAKOVANJA

- Doživeti občutek svobode
- Začutiti energijo in utrip srca
- Občutiti veselje
- Potešiti nemir
- Varnost
- Pristen a nevsiljiv stik z okolico in prebivalci
- Kraji, neobremenjeni s turizmom
- Priložnost za aktivnosti

VPLIV NA ODLOČANJE



ZANIMANJA šport, narava

- Adrenalinski in vodni športi: kanu, padalstvo, kanjoning, gorsko kolesarstvo
- Pohodništvo
- Vzpon na Triglav
- Naravne znamenitosti (slapovi)
- Zgodovinske znamenitosti (Kobariški muzej)
- Glamping



POTOVANJE



SPANJE



POTOVALNI STIL

Organiziran	<div style="width: 0%;"></div> Spontan
Troši	<div style="width: 25%;"></div> Varčuje
Mesto	<div style="width: 0%;"></div> Narava
Umirjen	<div style="width: 0%;"></div> Aktiven
Se vrača	<div style="width: 0%;"></div> Odkriva novo

OPIS

V prostem času trenira aikido. Rada spremlja dokumentarne oddaje in lepi posnetki ter fotografije jo izjemno pritegnejo k obisku dežele. Ko bosta s partnerjem privarčevala dovolj denarja, bosta kupila camper. Sanja o tem, da bosta z njim prepotovala vse neodkrite kotičke sveta, od morij do gora. Stalni izzivi in novosti ji predstavljajo novo perspektivo in možnost osebne rasti. Na potovanje vedno vzame svoje kolo, ki ji predstavlja svobodo gibanja. Občutek svobode je tudi razlog za šotorjenje, če vreme tega ne dopušča, pa poiščeta namestitev privatnega tipa.

RAZISKOVANJE

2 meseca vnaprej

VIR INFORMIRANJA

Splet
TV

REZERVACIJA

1 teden vnaprej in na kraju samem
Lokalne strani / TIC / **Booking.com**

POTOVANJE

1 teden
1.100 € na par

PRIMERI DOBRIH PRAKS IZ TUJINE

WILDLIFE FRIENDLY

**We protect wildlife in wild places and on
PRIVATE lands in between.**

**Join our tribe, share our story and become
a HERO for people and wildlife**

**We believe in power of consumers
to CHANGE the world**

WILDLIFE FRIENDLY

[ABOUT US](#)[JOIN OUR TRIBE](#)[MEDIA](#)[BUY WILD!](#)[GET CERTIFIED](#)[DONATE NOW!](#)

"Join our tribe, share our story and become a **hero** for people and wildlife"



We invite you to envision a world where people and wildlife not only coexist but thrive. In this world, nourishing foods and handcrafted products are part of an elegant solution rooted in collaboration, sustainability and with respect for farmers and artisans, the land, and wildlife. A world where tourists are engaged as partners in conservation. Everyone wins. This is the World of Certified Wildlife Friendly®.

[JOIN US](#)

WILDLIFE FRIENDLY

Certifikacijski sistem za kmetijske pridelovalce

- **standardi za kmetijske pridelovalce**
- **prijava v certificiranje**
- **prijavnina 250\$**
- **pregled na terenu (obisk ekipe)**
- **odločitev (komisija)**
- **letno poročilo in obnova certifikata**

WILDLIFE FRIENDLY

- Wildlife Friendly™ Tourism



[ABOUT](#) [PLEDGE](#) [AFTER YOUR VISIT](#)

412

HAVE TAKEN THE PLEDGE

By **visiting** gorillas in the wild through organized tourism, **YOU contribute** to their continued **survival**.

WILDLIFE FRIENDLY

Promocija izdelkov s certifikatom



ABOUT US

JOIN OUR TRIBE

MEDIA

BUY WILD!

GET CERTIFIED

DONATE NOW!



Buy Wild!

Where to buy Certified Wildlife Friendly™ products & services around the world.

Share   



All

Specialty Foods

Coffee, Tea & Spices

Essential Oils

Fashion

Fiber

Home Furnishings

BioFuel

Tourism



Anne Kent Taylor



Aroma Forest



Ayrshire Farm



BeadWORKS Kenya



Brattset Family Farm



Certified Gorilla Friendly™



Certified Gorilla Friendly™



Certified Gorilla Friendly™



RAINFOREST CERTIFIED

Certifikat za podjetja, kmetije, ki dosegajo stroge okoljske in socialne standarde.

 RAINFOREST-ALLIANCE.ORG

FOR BUSINESS



DONATE

What We Are Doing ▾

What You Can Do ▾



What Our Seal Means | The Latest | About | For Business[?]



WILDLIFE

We Are All Interconnected

WHAT'S AT STAKE

OUR WORK

OUR IMPACT

GET INVOLVED

Ivoryella Good clothes for a good cause.

FREE US SHIPPING ON ALL ORDERS OVER \$75!

MY ACCOUNT WISHLIST CLUB ELLA HELP

ivory ella

NEW

CLOTHES

ACCESSORIES

SALE

MISSION

SEARCH

BAG (0)



Leafy Print Weekender



Grey Leafy Print Belt Bag



Light Pink Backpack



Mini Clear Backpack



Peridot Leafy Print Lanyard



GOOD CLOTHES FOR A GOOD CAUSE

In 2015, we found out about the sad reality of the ivory trade and abuse of elephants. Instead of looking the other way, we saw an opportunity to make a difference by creating Ivory Ella and donating a portion of proceeds to the Save the Elephants.

[More About Our Mission](#)



GET \$10



Leave a message

Heart dogs Produkti za pse in njihove lastnike



Dogs

Women

Men

Home Goods

Collections

Blog

Social Impact

Subscribe

Account



Search store



12M Shelter Meals Donated

131K Toys Donated

\$257K Funded for Service Dogs

\$30K Disaster Relief Funds Raised

128K Rescue Miles Funded

Shop

Showing 1 - 48 of 5335 results

Sort by price: low to high ▾



Free "Heart For Rescue" Set of 3 Purple Cord Bracelets: Provides 1 Meal for a Shelter Dog

~~\$14.99~~ \$0.00



FREE 2 Pack Pet Alert Stickers: For Every Door & Window of Your Home
SUPPLIES VERY LIMITED

~~\$7.99~~ \$0.00



FREE "Invisible" Finger Toothbrush: Perfect for Dogs Who Hate Brushing

\$0.00



GreaterGood Donation

\$0.00 - \$20.00

1,2,3, AKCIJA

KREATIVNI RAZMISLEK – KJE SMO



**PRIHODNOST ZNAMKE
MEDVEDU PRIJAZNO**

Kolektivna znamka je posebna oblika znamke, ki je tudi sicer lahko katerikoli znak ali kombinacija znakov, vendar je le ta namenjena uporabi s strani različnih združenj (pravnih in fizičnih oseb). Eden izmed pogojev za registracijo take znamke je veljaven pravilnik, ki določa pogoje in obveznosti iz naslova take znamke. Uporabljamo jo v primerih, ko obstaja več potencialnih uporabnikov iste znamke.

POGOJ = združenja izdelovalcev, proizvajalcev, ponudnikov storitev ali trgovcev ter pravne osebe, za katere velja javno pravo (če so organizirane podobno kot združenja).

Kolektivne znamke v Sloveniji

BOHINJSKO (nastanitve, vodenja, restavracije in gostilne, kulinarčni in rokodelski izdelki) / SKRBNIK IN PROMOTOR = LTO

BOHINJ | SLOVENIJA
TRIGLAVSKI NARODNI PARK, JULIJSKE ALPE

[PRIREDITVE](#) [BOHINJ](#) [DOŽIVETJA](#) [INFORMACIJE](#) [NASTANITVE](#) [SLO](#)



BOHINJSKO/FROM BOHINJ



PODARITE IZBRANE IZDELKE S CERTIFIKATOM BOHINJSKO/FROM BOHINJ.

Kolektivne znamke v Sloveniji - BOHINJSKO



PONUDBA S CERTIFIKATOM BOHINJSKO/FROM BOHINJ



PONUDBA IZBRANIH HIŠNIH SPECIALITET

Ne spreglejte najokusnejše plati Bohinja. Preverite seznam gostiln in restavracij z znamko Bohinjsko.

...VEČ



PRIDELKI IN KULINARIČNI IZDELKI

Odlični priboljški za vsak okus in vsako priložnost.

...VEČ



ROKODELSKI IZDELKI

Rokodelski izdelki ter izdelki unikatnega in industrijskega oblikovanja.

...VEČ



NA LOVU ZA DOŽIVETJI

Vodena doživetja, nagrajena s certifikatom Bohinjsko / From Bohinj

...VEČ



PONUDBNIKI NASTANITEV BOHINJSKO

Preživite dopust v neokrnjeni naravi Bohinjskih gora. Dobrodošli!

...VEČ

SEZNAM VSEH PONUDNIKOV ZNAMKE BOHINJSKO

Certifikacijska znamka dokazuje, da z njo označeni blago in storitve izpolnjujejo standard, ki je določen s pravilniki o uporabi, njegov nadzor pa je pod odgovornostjo imetnika certifikacijske znamke, ne glede na identiteto podjetja, ki dejansko proizvaja ali zagotavlja zadevno blago in storitve ter dejansko uporablja certifikacijsko znamko.

POGOJ = imetnik certifikacijske znamke ima **dolžnost nevtralnosti** v zvezi z interesi proizvajalcev blaga ali dobaviteljev storitev, ki jih certificira.

WILDLIFE FRIENDLY

sustainable tourism ventures** that actively contribute to conservation of key species while supporting local community development.

** Under the new definition of Wildlife Friendly™ Tourism and within the associated Principles and Standards, a tourism venture is defined as a hotel, lodge, tour operator, educational facility, or other tourism product.



Prihodnost znamke Medvedu prijazno

Vizija znamke

Upravljanje znamke

Registracija znamke

Distribucija znamke

Promocija znamke

Skrbnik znamke

Poslovni model

Pravilnik o uporabi znamke

Priročnik CGP

Marketinški načrt

1,2,3, AKCIJA
KREATIVNI RAZMISLEK
– KAM GREMO



medvedu
prijazno





Hvala

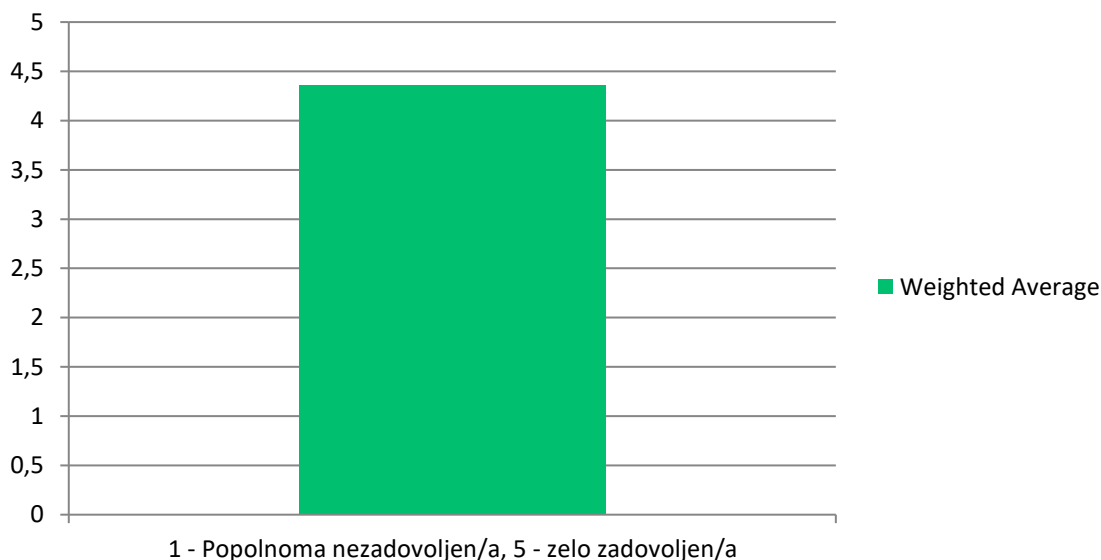
Priloga 4.2. Kratek povzetek analize vprašalnikov

Udeleženci delavnice so individualno odgovarjali na vprašalnik o zadovoljstvu in odnosu do oznake Medvedu prijazno na delavnici. Tisti, ki se delavnice niso mogli udeležiti, so prejeli elektronsko verzijo vprašalnika. Skupaj je na vprašalnik, ki je vključeval 17 vsebinskih vprašanj odgovorilo 34 uporabnikov znamke Medvedu prijazno. Spodaj povzemamo 11 odgovorov na vprašanja.

1. Na lestvici od 1 do 5 označite koliko ste na splošno zadovoljni z dosedanjo uporabo znamke Medvedu prijazno.

1	2	3	4	5	Skupaj	Povprečje
0	3,03%	12,12%	30,30%	54,55%	33	4,36

Na lestvici od 1 do 5 označite koliko ste na splošno zadovoljni z dosedanjo uporabo znamke Medvedu prijazno.





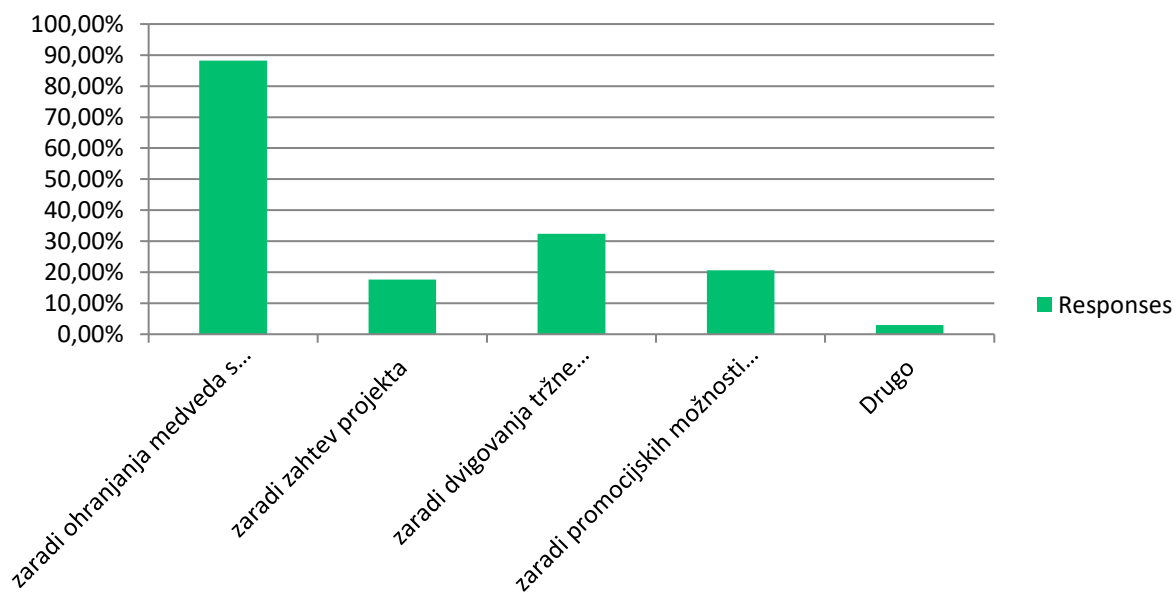
LIFE
DINALP
BEAR



2. Zakaj ste se odločili za uporabo oznake Medvedu prijazno? Izberete lahko dva odgovora.

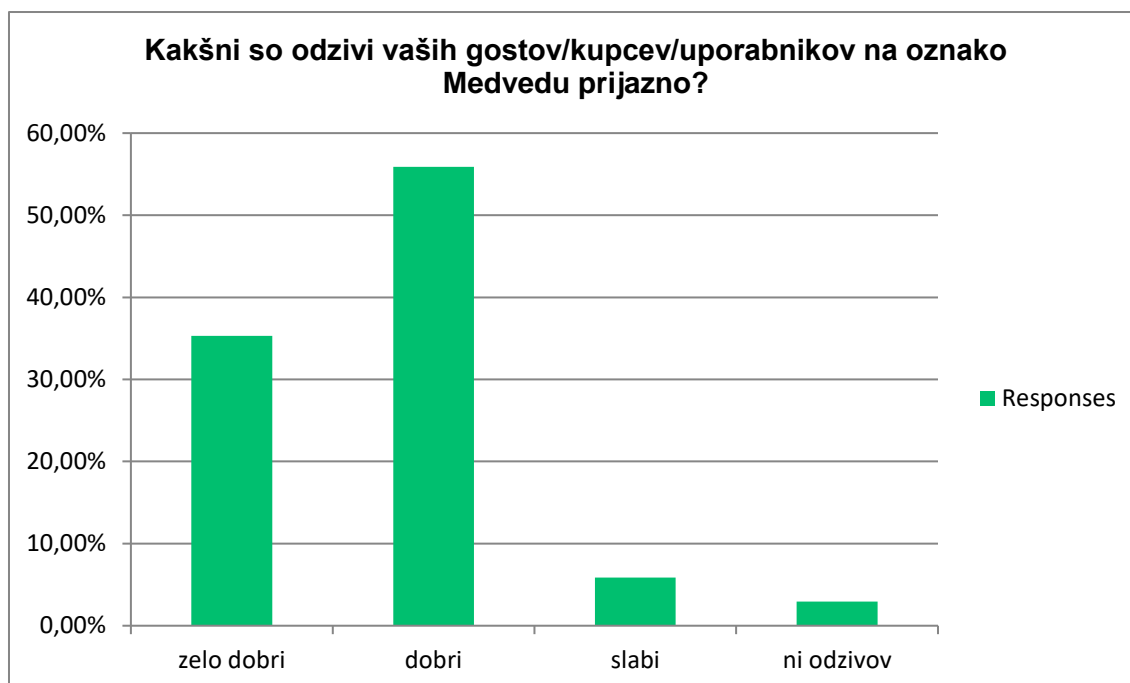
Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
zaradi ohranjanja medveda s spodbujanjem sobivanja medveda in človeka	88,24%	30
zaradi zahtev projekta	17,65%	6
zaradi dvigovanja tržne vrednost produkta/storitve	32,35%	11
zaradi promocijskih možnosti znotraj projekta	20,59%	7
Drugo	2,94%	1
	Skupaj	34

Zakaj ste se odločili za uporabo oznake Medvedu prijazno? Izberete lahko dva odgovora.



3. Kakšni so odzivi vaših gostov/kupcev/uporabnikov na oznako Medvedu prijazno?

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
zelo dobri	35,29%	12
dobri	55,88%	19
slabi	5,88%	2
ni odzivov	2,94%	1
	Skupaj	34



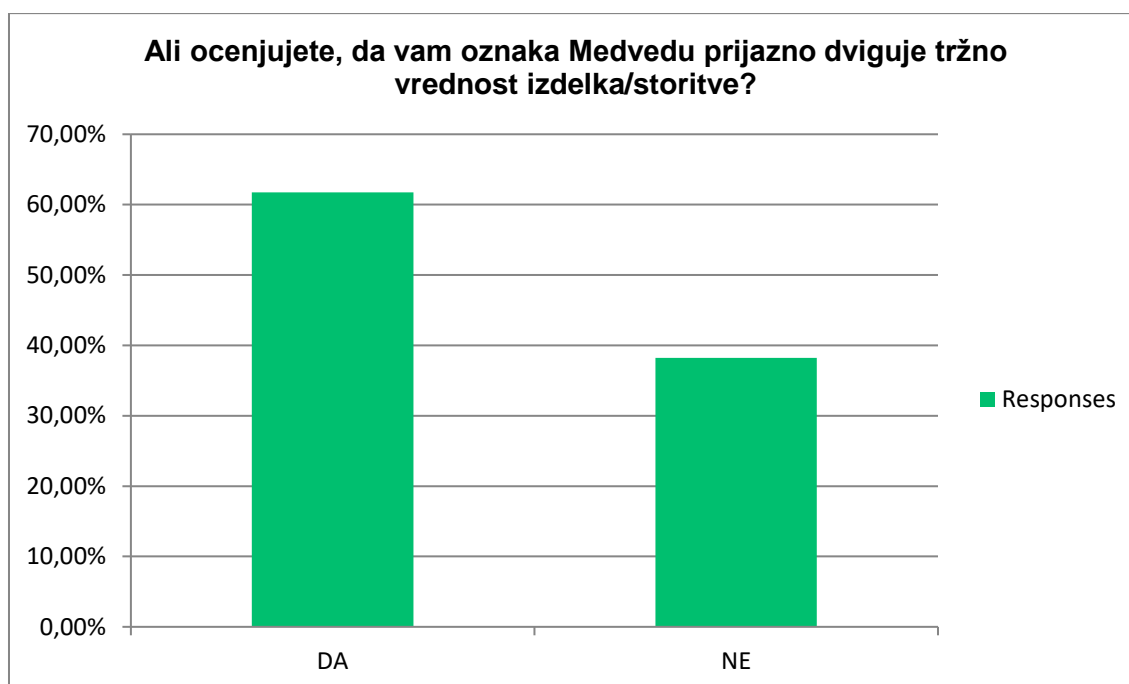


LIFE
DINALP
BEAR



4. Ali ocenjujete, da vam oznaka Medvedu prijazno dviguje tržno vrednost izdelka/storitve?

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
DA	61,76%	21
NE	38,24%	13
	Skupaj	34





LIFE
DINALP
BEAR



6. Ali pri nagovarjanju kupcev/gostov razložite tudi zgodbo o oznaki Medvedu prijazno?

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
DA	91,18%	31
NE	8,82%	3
	Skupaj	34



8. Vprašanje za organizatorje turističnih programov. Ali v svojih komunikacijah posebej izpostavljate, da gre določen % od vsakega prodanega programa za okoljevarstveno NVO?

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
DA	43,48%	10
NE	56,52%	13
	Skupaj	23



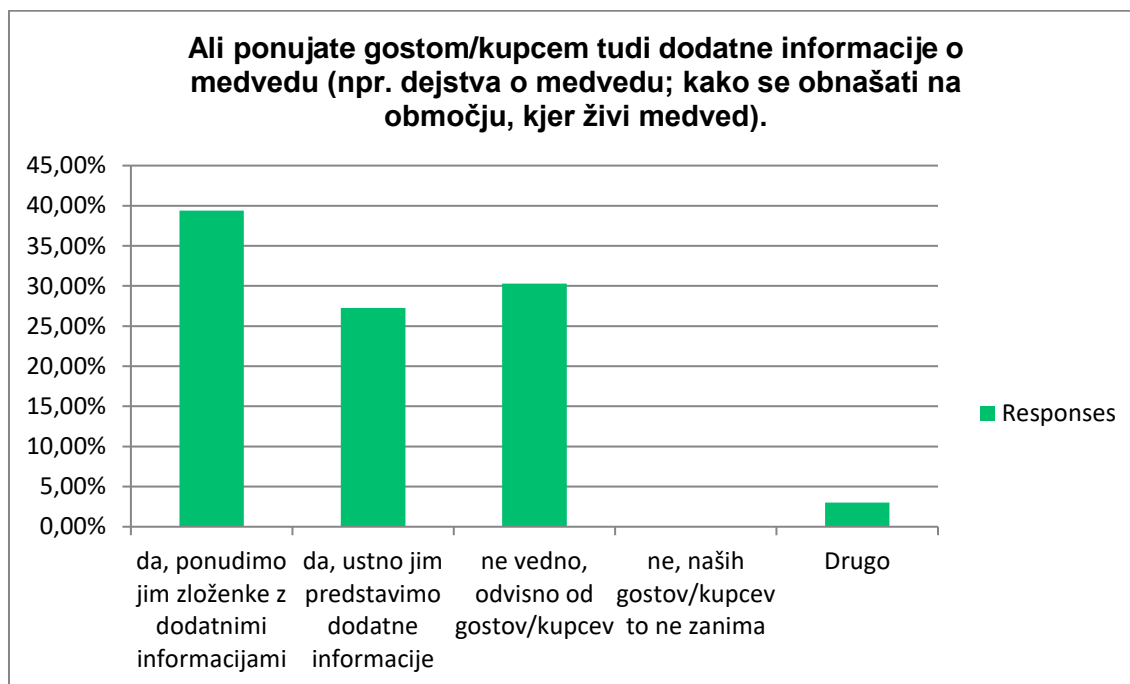


LIFE
DINALP
BEAR



9. Ali ponujate gostom/kupcem tudi dodatne informacije o medvedu (npr. dejstva o medvedu; kako se obnašati na območju, kjer živi medved).

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
da, ponudimo jim zloženke z dodatnimi informacijami	39,39%	13
da, ustno jim predstavimo dodatne informacije	27,27%	9
ne vedno, odvisno od gostov/kupcev	30,30%	10
ne, naših gostov/kupcev to ne zanima	0,00%	0
Drugo	3,03%	1
	Skupaj	33





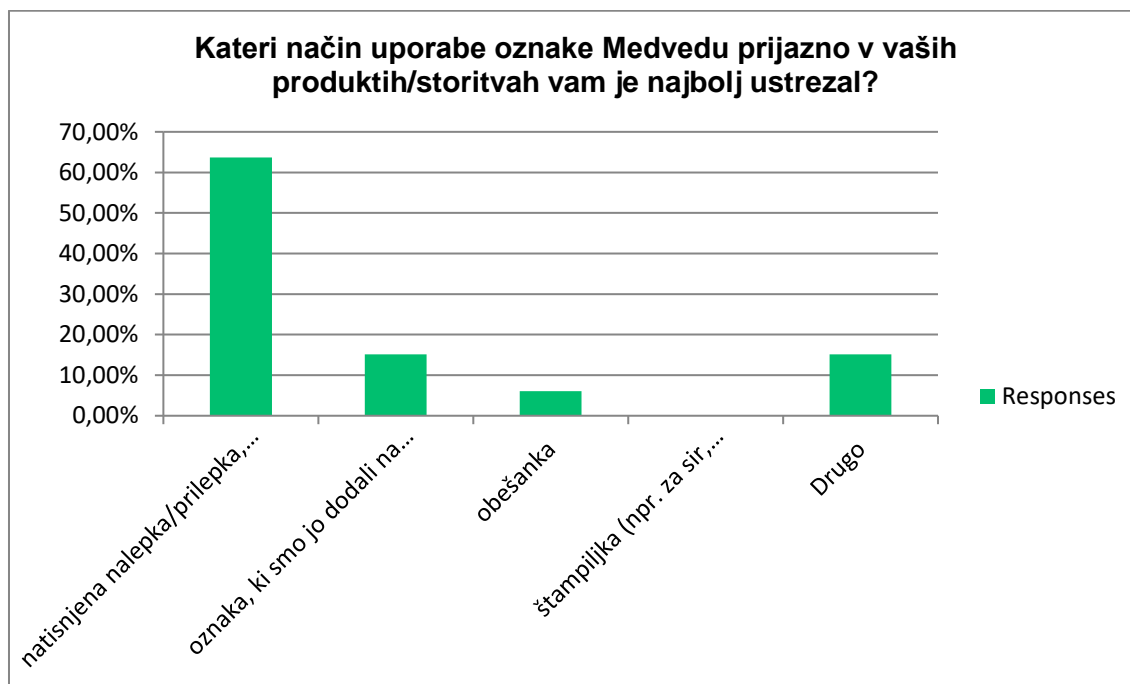
LIFE
DINALP
BEAR



LIFE13 NAT/SI/000550

11. Kateri način uporabe oznake Medvedu prijazno v vaših produktih/storitvah vam je najbolj ustrezal?

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
natisnjena nalepka/prilepka, ki smo jo dodatno nalepili	63,64%	21
oznaka, ki smo jo dodali na našo etiketo ob tisku naših standardnih etiket	15,15%	5
obešanka	6,06%	2
štampljka (npr. za sir, keramiko)	0,00%	0
Drugo	15,15%	5
	Skupaj	33





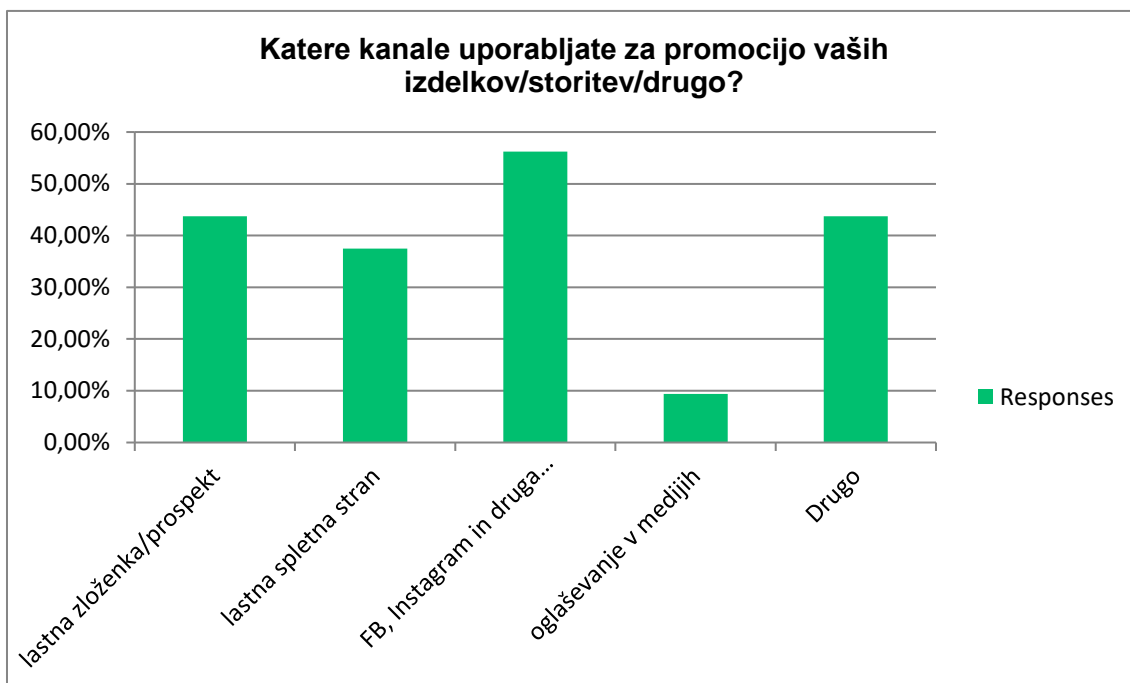
LIFE
DINALP
BEAR



LIFE13 NAT/SI/000550

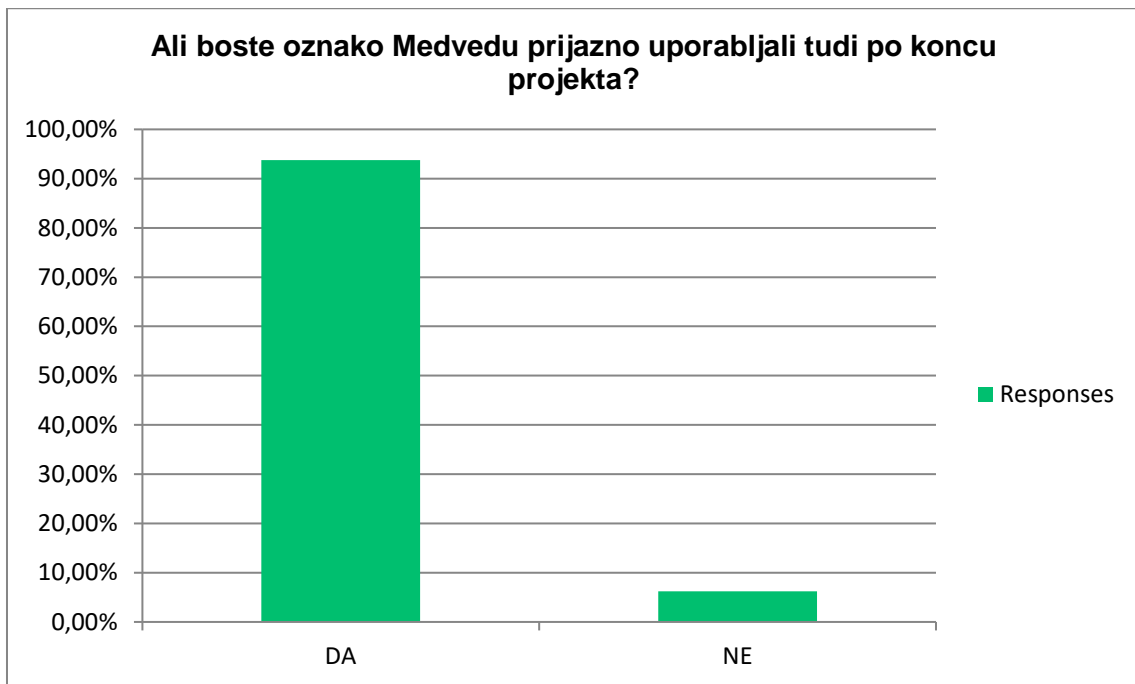
13. Katere kanale uporabljate za promocijo vaših izdelkov/storitev/drugo?

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
lastna zloženka/prospekt	43,75%	14
lastna spletna stran	37,50%	12
FB, Instagram in druga družabna omrežja	56,25%	18
oglaševanje v medijih	9,38%	3
Drugo	43,75%	14
	Skupaj	32



16. Ali boste oznako Medvedu prijazno uporabljali tudi po koncu projekta?

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
DA	93,75%	30
NE	6,25%	2
	Skupaj	32





LIFE
DINALP
BEAR



LIFE13 NAT/SI/000550

17. Po izteku projekta ne bo več zagotovljenih dodatnih sredstev za tisk nalepk in obešank. Za tiste, ki še niste ali ne morete zagotoviti integracije oznake na vašo standardno etiketo/obešenko smo predvideli več možnih rešitev. Obkrožite črko pred tisto, ki se vam zdi bolj sprejemljiva. Veseli bomo tudi kakšnega vašega predloga.

Možni odgovori	Odzivi vprašanih	
integracija oznake na obstoječo etiketo	29,41%	10
nalepke/prelepke/obešanko Medvedu prijazno, bi zagotovili sami	11,76%	4
v zameno za izdelavo nalepk/prelepk in promocijo na projektnih kanalih smo pripravljene prispevati članarino (okvirna ocena: za članarino v višini 20 EUR, bi dobili 400 nalepk ali prelepk)	32,35%	11
Drugo	26,47%	9
	Skupaj	34

