



## Majhne teritorialne blagovne znamke v Alpah

### Ali lahko majhne teritorialne blagovne znamke prispevajo k trajnostnemu razvoju obrobnih alpskih območij?

Teritorialne blagovne znamke so kolektivne promocijske pobude, ki pod svojim okriljem združujejo lokalne pridelovalce in predelovalce pridelkov in živil ter obrtnike in ponudnike storitev z določenega območja. V primerjavi z drugimi kolektivnimi instrumenti, kot sta na primer zaščiten geografska označba ali destinacijska blagovna znamka, teritorialne blagovne znamke ne uživajo širše prepoznavnosti.

Na tej drugi mednarodni dvodnevni delavnici želimo povezati oblikovalce politik, mednarodne strokovnjake, predstavnike teritorialnih blagovnih znamk, nevladnih organizacij, lokalne deležnike in interesnih skupin ter v okviru odprte razprave nasloviti specifične izzive manjših blagovnih znamk ter predstaviti njihov doprinos k razvoju trajnostnega gospodarskega, socialnega, kulturnega in okoljskega razvoja obrobnih alpskih območij.

Delavnico v okviru dejavnosti Akcijske skupine 6 (naravni in kulturni viri) Strategije EU za alpsko regijo (EUSALP) organizirajo Stalni sekretariat Alpske konvencije, raziskovalno središče EURAC Research in Polo Poschiavo. Izvedena bo pod strokovnim vodstvom profesorja Diega Rinalla iz izobraževalnega središča za sodobno podjetništvo Kedge Business School, ki bo delavnico tudi moderiral.

Delavnica bo potekala dva dni. Prvi dan bo namenjen pregledu političnega konteksta in evropskih programov (evropski zeleni dogovor, skupna kmetijska politika, strategija »od vil do vilic«), ki so bili razviti v podporo trajnostnemu načinu življenja v državah Evropske unije. Drugi dan pa bo posvečen učinku teritorialnih blagovnih znamk na razvoj lokalnih skupnosti.

#### Kdaj

**Četrtek, 10. junija 2021** (popoldne) in  
**petek, 11. junija 2021** (dopoldne)

#### Kje

Virtualno srečanje Zoom

Registracija

Oba dneva bo zagotovljeno simultano tolmačenje v alpskih jezikih (slovenščini, italijanščini, nemščini in francoščini) ter v angleškem jeziku

Dogodek poteka v okviru projekta AlpGov 2 (št. 942), ki ga sofinancira Evropski sklad za regionalni razvoj v okviru programa Interreg Območje Alp.



## Prvi dan Četrtek

10. junij 2021, popoldne, od 15.00 do 17.00

### Uvodni nagovor

*Roland Psenner*, Predsednik Eurac Research

*Christiane Barret*, generalna predstavnica, francosko predsedstvo EUSALP

*Alenka Smerkolj*, generalna sekretarka Alpske konvencije

### Teritorialne blagovne znamke, nedoločljiv pojem? Na poti k skupni terminologiji

*Prof. Diego Rinallo*, Kedge Business School, Francija

Kako lahko politike na ravni Evropske unije, nacionalni in lokalni ravni podprejo teritorialne blagovne znamke, zlasti manjše? Zaradi heterogenosti institucionalnih ureditev v alpskih državah, raznolikosti praks trženja teritorialnih blagovnih znamk in neenotne opredelitve oblikovalci, politik pogosto spregledajo zlasti majhne teritorialne blagovne znamke. Za njih podpora zgolj na najvišji politični ravni ne predstavlja velikega doprinosa. Medtem ko bi podpora na občinski ravni s sprejetjem in izvajanje ukrepov, kot so na primer uvedba uporabe lokalnih kmetijsko-živilskih proizvodov v kuhinjah lokalnih šol in uradov, predstavljala veliko spodbudo.

Izhajali bomo iz dejstva, da so teritorialne blagovne znamke v primerjavi s kratkimi dobavnimi verigami ali geografskimi označbami pogosto spregledane kot orodje trajnostnega lokalnega razvoja, in odprli razpravo o najprimernejših političnih ukrepih, ki lahko spodbudijo njihov nastanek, rast in razvoj.

Izpostavili bomo tudi, kako lahko teritorialne blagovne znamke z opredelitvijo okolju prijaznih specifikacij izdelkov kmetom in proizvajalcem, s katerimi sodelujejo, lajšajo prehod na krožno gospodarstvo ter pomagajo lokalnim deležnikom pri prilagajanju na podnebne spremembe in nižanju njihovih učinkov.

- **Osrednji nagovor 1: Strategija Od vil do vilic, Skupna kmetijska politika in njuna vloga pri podpiranju kratkih dobavnih verig in teritorialnih blagovnih znamk**  
*Antonia Lütteken*, Commission européenne, DG Agriculture
- **Osrednji nagovor 2: Krožno gospodarstvo in inovacije na gorskih območjih: Vloga teritorialnih blagovnih znamk?**  
*Marie Clotteau*, Marie Clotteau, Euromontana (Francija)

### Okrogla miza: Teritorialne blagovne znamke in podnebne spremembe

Ljudje alpsko kmetijstvo pojmujejo kot trajnostno. Vendar – ali je to res tako? Se lahko izboljšamo? Na tem interaktivnem srečanju bomo iskali povezave med teritorialnimi blagovnimi znamkami, prilagajanjem na podnebne spremembe in ogljičnim odtisom. Nato bomo poskušali odgovoriti na naslednja vprašanja: Ali so lahko majhni proizvodni sistemi še bolj trajnostni? Kako lahko podnebnju prijazni pristopi postanejo del specifikacij proizvodov teritorialnih blagovnih znamk in s tem prispevajo k zmanjšanju emisij CO<sub>2</sub>?

### Udeleženci v razpravi:

*Helmut Hojesky*, predstavnik Avstrijskega zveznega ministrstva za podnebne ukrepe in predsednik posvetovalnega odbora za alpsko podnebje. Alpske konvencije, bo predstavil njen Akcijski načrt za podnebje v Alpah 2.0 Alpske konvencije s poudarkom na gorskem kmetijstvu in turizmu.

*Christian Hoffmann*, Eurac Research, bo predstavil rezultate projekta 100 % lokalno Pripravljalnega akcijskega sklada za alpsko regijo (ARPAF): Kako lahko razvijemo lokalne kmetijsko-živilske oskrbovalne verige i prihodnosti?

*Christian Hiß*, ustanovitelj in izvršni direktor podjetja Regionalwert AG iz Freiburga v Nemčiji bo govoril o pogojih, ki so potrebni za razvoj regionalne prehranske neodvisnosti.

*Alessa Perotti*, Y gibanje Young Transformers, Bites of Transfoodmation, bo predstavila zaključke svoje raziskave „Resnični stroški hrane“.

### Vprašanja in odgovori

### Zaključek

## Drugi dan petek

**Petek, 11. junij 2021, dopoldne, od 9.30 do 11.30**

Drugi dan bo v ospredju lokalna raven in socialno-ekonomski teritorialnih blagovnih znamk.

Naslovili bomo težave, s katerimi se srečujejo mali proizvajalci, ter koristi, stroške in izzive sodelovanja pod okriljem teritorialne blagovne znamke ter prisluhnili izkušnjam iz prakse. K sodelovanju bomo povabili tudi raziskovalce, ki proučujejo teritorialne blagovne znamke na območju Alp, ter ponudnike tehnologij, ki so razvili rešitve za t. i. pripovedno označevanje živil, proizvodov, izdelkov in storitev.

### Uvodni pozdrav

*Wolfger Mayrhofer*, Stalni sekretariat Alpske konvencije

*Christian Hoffmann*, Eurac Research

- **Osrednji nagovor: Izzivi v razvoju teritorialnih blagovnih znamk na slovenskem podeželju**

*Erik Logar*, mladi raziskovalec, Geografski inštitut Antona Melika, ZRC SAZU Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnost

### Okrogla miza: Teritorialne blagovne znamke na alpskem območju

Besedo bodo prevzele organizacije za vodenje teritorialnih blagovnih znamk na alpskem območju. Kakšne so njihove zgodbe, dejavnosti in ključni izzivi, s katerimi se soočajo? Kaj sprašujejo oblikovalce politik na lokalni in nacionalni ter evropski ravni? Kako lahko prispevajo k zelenemu prehodu v Alpah?

*Pascal Denolly*, Marque IsHere, Francija

*Michael Fend*, Vulkanland, Avstrija

*Armin Bernhard*, Zadruga Obervinschgau/Alta Val Venosta, Italija

*Rémy Lacombe*, Marque Valeurs Parc, Interparcs Provence-Alpes, Côte d'Azur, Francija

### Vidiki: Dvig učinkovitosti teritorialnih blagovnih znamk

Osredotočili se bomo na ozaveščanje o edinstvenem prispevku teritorialnih blagovnih znamk k trajnostnemu razvoju lokalnih skupnosti. Majhne blagovne znamke igrajo različne vloge: krepijo povezovanje lokalnih oskrbnih verig (npr. kmetijstvo, proizvodnja hrane, restavracije in lokalni distributerji) in prinašajo širše družbene koristi lokalnemu prebivalstvu, vključno z izgradnjo lokalnega ponosa in prilaščanjem lokalne kulturne dediščine; imajo pozitiven doprinos v širšem kontekstu za deležnike v turizmu in kulturi; ter spodbujajo varovanje rodovitnih pokrajin, biotske raznovrstnosti in tradicionalnih znanj in veščin. Spraševali se bomo, kako njihove pozitivne učinke lahko še okrepimo?

*Reto Rauch*, Bieraria Engiadinesa, član Bun Tschlin (CH): Vpliv pridružitve teritorialni blagovni znamki

*Nina Grah*, Vrtnarstvo Grah, članica podjetja Babica & Dedek (SI): Pozitivni učinki članstva v teritorialni blagovni znamki

*Paola Gioia*, Kedge Business School (FR): Teritorialne blagovne znamke na krožniku: Analiza ocen restavracij, ki so podpisale listino 100 % Valposchiavo, na portalu Tripadvisor

*Ciro Borrelli*, CEO QualityChai (CH), Komuniciranje izjemnosti izdelkov teritorialnih blagovnih znamk: Koda QR in druge aplikacije

### Vprašanja in odgovori

### Zaključek