

Srce Slovenije kot blagovna znamka izdelkov, ljudi in idej

Slovenija - sreda, 18.06.2008

Tekst (jur)

LITJA, KAMNIK - Blagovna znamka Srce Slovenije je bila sicer registrirana in zaščitena že oktobra lani. Na Centru za razvoj Litija, kjer se jim je tudi porodila zamisel o združevanju izdelkov, ljudi in idej pod to blagovno znamko, pa so včeraj v naravnem zdravilnem gaju Tunjice naredili še korak naprej. Odprli so polnilnico zdravilne vode z imenom živa voda. Ta je le majhen delček Srca Slovenije.



Direktorica litijskega razvojnega centra Saša Gradišek pravi, da gre pri vsem skupaj za večjo prepoznavnost geografskega območja v obliki srca in za povezavo kakovosti v vseh pogledih na tem območju. Srce Slovenije kot blagovna znamka združuje številne aktivne projekte, iniciative, dogodke, izdelke in ljudi, ki lahko na tak način dosegajo posledično večjo dodano vrednost. "Gradimo predvsem na vrednotah, kakovosti in srčnosti. Združujemo številne partnerje, blagovno znamko pa predstavljajo predvsem ljudje, ki so zmožni na nekoliko drugačen način razumeti svojo podjetniško priložnost," poudarja Saša Gradišek. Torej gre za živ proces, od katerega bodo imeli tisti, ki so vanj pripravljeni vložiti predvsem svoje srce, prej ali slej tudi podjetniške koristi. Blagovna znamka je namenjena tistim, ki delujejo in ustvarjajo v središču Slovenije. "V krogu kakšnih petdeset kilometrov okoli geometrijskega središča Slovenije," dodaja Gradiškova. Takšno ozemlje pokriva več občin in ena od pglavitnih stvari je zato medobčinsko povezovanje, sodelovanje in združevanje na partnerski osnovi. Eden od teh partnerjev pa je tudi naravni zdravilni gaj Tunjice, kjer so včeraj uradno odprli novo polnilnico zdravilne vode, ki naj bi bila namenjena premagovanju stresov in bolezni. To pa se dobro vključuje v celostno podobo blagovne znamke Srce Slovenije, saj gre za širok nabor različnih vsebin.