



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks

Võrumaa arendustöötajate kokkusaamine Rogosi mõisas

16.02.2016

Memo

I VÕRUMAA KUVAND

1. Taivo Tali ettekanne. Vt slaidid, võrumaa arendustöötajate ümarlaud 16_02_16.pdf

- -Mis on Võrumaa PATEE programm kuvandi alaprojekti ülesanded
- -Mis on kuvand/bränd, näited, praktika mujalt
- -Ülevaade Võrumaa kuvandi otsimisest, mida oleme siiani teinud.

2. Vana-Võromaa kultuurimärk

Külli Eichenbaum: See on Vana-Võromaa sümbol märgina, pluss tekst, mis töötab koos märgiga.

Märk on paindlik ja annab kohandada ka vastavalt ettevõtja soovile (nt keelepruuk erinevates Vana-Võromaa nurkades).

Kodulehel kasutamise julgustus – kes, kuna ja miks neid märke pruukida võiks.

<http://wi.ee/tegemise/vana-voromaa-aronguprogramm/vana-voromaa-mark/>

Juris Juhansoo: Mida tähendab rist märgil?

Külli Eichenbaum: See on oluline sümbol piirkonnas ja lisaks on rist ka üldiselt rahvakultuuris väga levinud sümbol.

Lipu valimisel oli suurema ringi kaasamine, aga märgi töötas välja ekspertide töögrupp.

Rein Järvelill: Kahetine tunne seoses märgiga. Mida me otsime, kas see meetodika annab tulemust?

Aluseks on Võrumaa arengustrateegia. Tegelikult me reaalselt hetkeolukorda ei hinda ja püüame tekitada midagi muud, mis meil tegelikult olemas on. Arengustrateegias on sees Võro ja Seto kultuuri säilitamine. Kas neil mõnel Setomaa vallal - Meremäel ja Missol - on siia asja või mitte, kui me räägime Võromaa brändist? Kas me peame need ühe brändi alla panema või mitte? Või peaks rääkima kahest brändist ja tegelema kahe kuvandi otsimisega. Kas me võtame aluseks Vana-Võromaa ja Setomaa või on meie lähtekohaks Võro maakonna bränd?

Taivo Tali: Seda me täna arutamegi, mil moel ja kas me saame kasutada Vana-Võromaa brändi olemasolevaid osasid. Mina näen, et Võrumaa ja Setomaa brändid võivad olla omavahel seotud kui töötame välja suurema brändi. Täna on küsimuste esitamise aeg, oluline on tuua välja need kohad, kus peaksime edasi tööd tegema, ka juhtgrupi tasandil.

Rein Järvelill: Brändimine eeldab raha. Millega me täna arvestama peame? Kas meetodika arvestab vähemustega nagu Setumaa.

Juris Juhansoo: Kui rahast rääkida, siis võiks Setomaa välja jätta ☺. Aga brändina sooviks ikka näha Võrumaa ja Setomaa brändi seotuna.

Britt Vahter: Me ei tea aasta pärast, kas Võrumaa nendes piirides, mis praegu on, üldse jätkab. Me ei tea, millised omavalitsused tekivad. Selles mõttes võivad kultuuriruumi põhised kuvandid olla palju püsivamad. Arengustrateegia dokumendis on Setomaast vähem juttu ehk seetõttu, et meie nägemuses on Setomaa oma arengus ja brändingus ees.

Rein Järvelill: Milline ikkagi on olemas lähtekoht. Kui te ütlete, et Setomaa kui bränd on olemas ja jääb, siis ei pea ma enam kaasa rääkima ja töötage välja milline bränd siia kõrvale tahes. Oluline on, et olemasolevaid brände kõrvale ei jäetaks.

3. Rühmatööd:

3.1. Mis on praegu käibel Võrumaa brändina või selle osadena (sümbolid, sõnumid, sihtgrupid, objektid, sündmused, laused) jne.?

- Uma (mekk, pido, loomekoda ...ja hää). See on aga sisemine värk, mis väljapoole Eestit ei tööta. Kõige paremini töötab maakonna sees.
- Mahe ja muhe
- Aigu om (võiks rohkem veel levitada ja promoda. Reglement välja töötada)
- Uma ja Hää (juba ettevõtte poolt registreeritud kaubamärk)
- Kimmäs kotus
- Umbe hää
- Kohalik söök ja jook
- Pärimuskultuur
- Setomaa, suitsusaun
- Tamme-Lauri tamm, Munamägi ja muud maamärgid
- Maalähedus ja Maale elama kampaania (hajaasustus, meie jaoks on see oluline teema)
- Savvusann
- Seto Kuningriik
- **Võromaa. See on kõige selgem kaubamärk**

UMA võiks olla TUUMMÄRK, KATUSEBRÄND.

Üks rühm hääletas, milline märk kõige mõjusam oleks. Kõige rohkem hääli sai Uma Mekk, edasi Savusann, Setomaa, vähem Maale elama, Munamägi, Tamme-Lauri Tamm, Haanja 100, laadad (Lindora, Maarahva, Hauka), Seto Kuningriik, Värvidest kasutada kindlasti rohelist ja punast.

Kommentaariid:

- Uma Mekk juba töötab, tuleb seda jõuliselt edasi ajada.
- Ummamuudu, aigu om jne. töötavad ise ja peaks neid ehk rohkem suunama õigetes kohtades toimima
- Suitsusauna teema on oluline, aga tegemist on peretavaga ja igalepoole ei saa seda panna (saab kasutada turismis ja toidus). Ennekõike on see üks eluviisi hoidmise märk.
- Mahe ja muhe – kas see märk kõnetab või mitte? Mis on nende sõnade tähendused, mis on selle taga?. Ülekantud tähenduses need sõnad ei tööta, kuna sõnadel on liiga tugev otsene tähendus.

- Võrumaa maastiku märk (Rõuge järved-kirik kilekotil) väiksena väga ei tööta.
- „Uma“ sünnilugu – ei saanud kasutada Vana-Võromaa väljundite promomiseks Võru, kuna Põlva omad vaatavad viltu. Nii sündis „Uma“ (Uma leht jne).
- Kõigil on oma sihtgrupid ja oma kontekst, mis võiks ka jääda
- Seto ja Võro kombineeritud lipp, kust poolt tuul puhub, see lipp paistab ☐
- Vana-Võromaa märgist loeb välja nagu punane oleks seto poolt ja roheline Võro poolt. Kui see kasutusele võtta hetkel maakonna mõttes, siis annaks Seto-ja Võro tähenduse, mis annaks võimaluse kasutada seda märki, kui kahte kultuuri ühendavat brändi.
- Teised märgid (Uma...) toimivad iseenesest , meil on siia maani puudu olnud kokkulepitud üldine Võrumaa bränd.
- Suurinvestoritele praegused märgid ei mõju, ei tööta.
- Invest In Võru – millist investorit me tahame, millised on meie eelistingimused teiste piirkondadega (elektri liitumine Kagu-Eestis). Kuna Võru inimesed on oma juurte poolest paiksed, siis inimesed on nõus töötama ka väiksema palgaga kui saavad tööd kohapeal. See on argument investorile – stabiilne tööjõud.

VORUMAA KUVAND
PATEE ALAPROGRAMM

16.02.16 ROGOSI MÕIS
 • Eeltoos, olukorra kaardistamine, küsimused.

MIS ON KUVAND?
 • Leida tasakaal sisemise ja välimise brändingise vahel

MIS ON TÄNA OLEMAS?
 • Setomaa lähteülesandes võtta kui tugevusena.

• KUVANDI HETKESEIS
 • TÄHTIS ON KOHAPEAL MÄRKI TUNNETADA!

• JUHTGRUPP
 • KUTSUB KOKKU, TEEB KOKKUNÕRTEID

- VAA
- Võro Instituut
- Omavalitsusliit
- Maavalitsus
- Linnavalitsus
- Ekspertid

• ARENDUSTÖÖTAJAD
 • KAS RÄÄGIME KAHEST BRÄNDIST?
 • KUIHU KUULUB SETOMAA?
 • KUIDAS BRÄNDE SIDUDA?
 • KULTUURIRUUMI PÕHINE KUVAND
 • MITUT MÄRKI ME OTSIME?

• TUNNETUSLIK - SEE ONGI SEE VORUMAA!

• NIMI, TERMIN, SÜMBOL

• KAHATURUNDUS

26.08.14 KAARDISTATI:

- mõnus
- rahulik
- maagiline
- ummamuudu
- traditsioonidega

• VANA-VORUMAA märk

- -UMA MEKK
- UMA PIDO
- TREHVÄMI RÕUGÕN

• HAANAJAMAA

- AIGU OM!
- TAN VÕI RÕUKI VÕRO KIILT
- VORUMAA - MAHE JA MUHE
- VÕRU - ÜTS UMMAMUUDU LIIN
- KIMMÄS KOTUS
- RÕUGE - SEITSME TÄRVE MAA
- URVASTE KAMA

• MUNAHÄGI

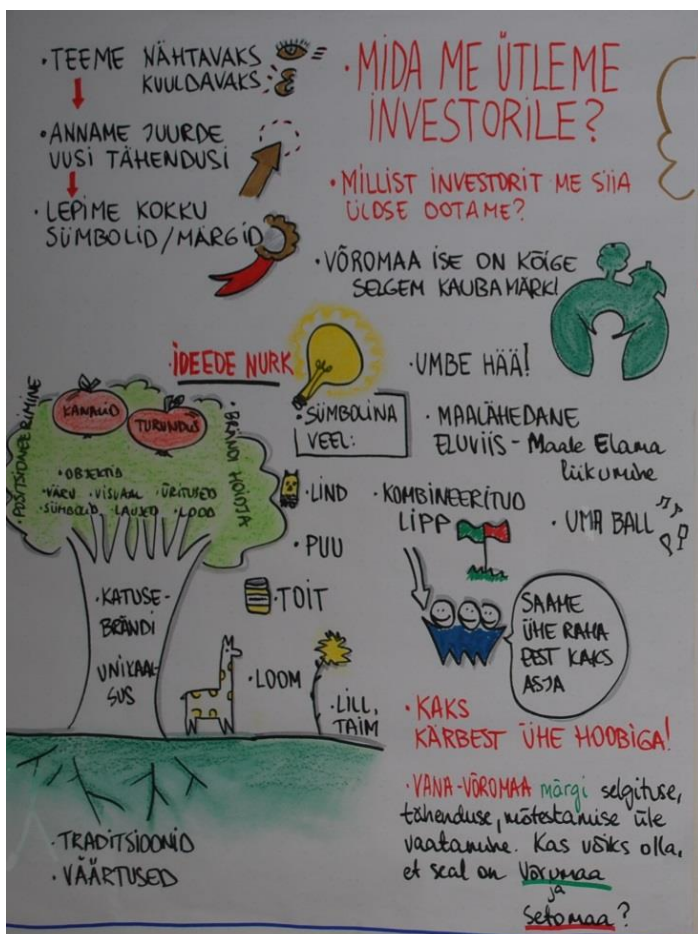
- SAVVUSANN
- SETO LEELO
- TAMME LAURI TAMM

• SOUTHERN ESTONIA (maastikupilt)

3.2. Kas ja kuidas neid brändi osasid rakendada? 2a Mis on puudu/vajab arendamist?

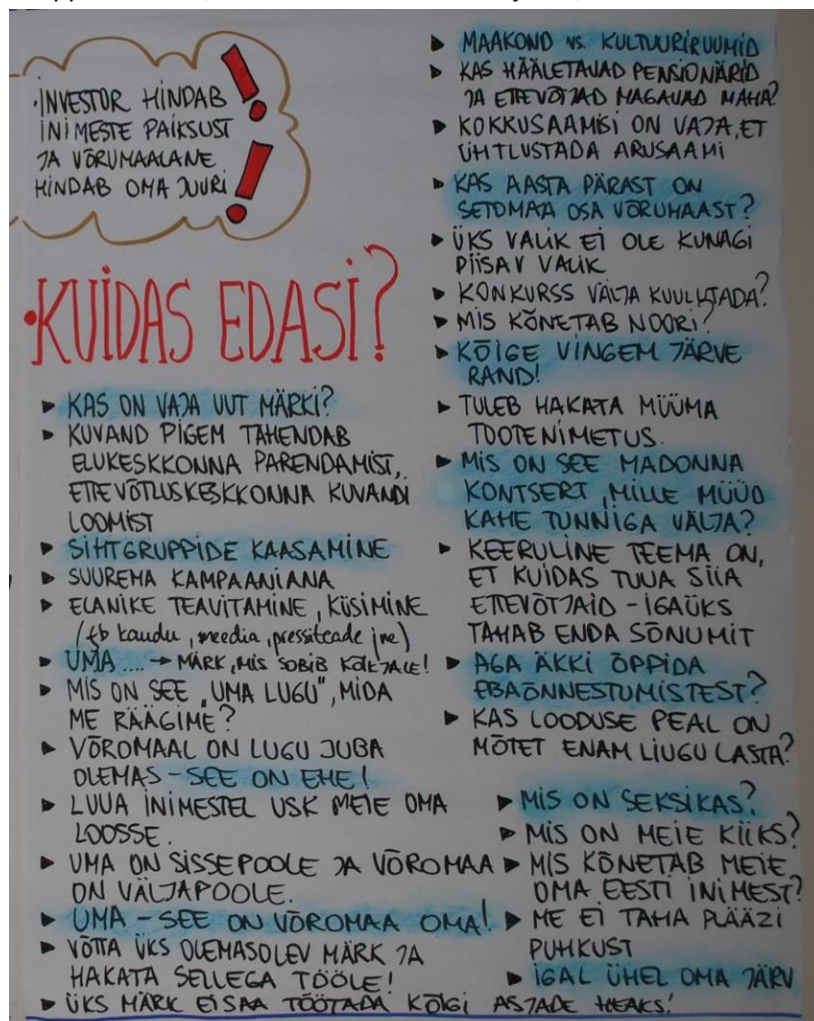
- Umad setod ja võrokused.
- Märgid väljapoole väga ei tööta.
- Kas on vaja Eestile veel ühte märki?

- Kuvandi tegevused peaksid olema suunatud eelkõige ettevõtluse edendamisele ja arendamisele. See peaks olema kogu aeg fookuses, kuidas me tuvastame oma piirkonda majanduspiirkonnana. Ettevõtluskeskkonna kuvandi loomine.
- Oluline on kõikide osapoolte varajane kaasamine protsessi. Tagasiside küsimine ka tänase koosviibimise tulemile. Ärgitada inimesi mõtlema, milline on olemasolevatest märkidest lemmik vms, FB kampaania nt. Et märk ei oleks kellelegi hallata, vaid vabalt kasutada ja pärast ei tekiks küsimusi, miks just selline märk.
- Kui meediasse minna, siis peab olema kokku lepitud sõnumid, mis me välja käime.
- Mis on UMA lugu, mida me räägime?
- Kõige tähtsam on tekitada usk sõnumitesse kohapeal, siis on tugev identiteet ja levib kuvand ka väljapoole.
- Ettepanek on ikkagi võtta kasutusele Vana-Võrumaa märk.
- Igal regioonil on olemas mingid tooted, mida müüakse välja paari tunniga (seto kultuur). Otsime need olulised asjad välja, mis toovad rahva siia ja hakkame selle pealt leidma, mis müüb.
- Kas on ebaõnnestunud märke, mille vigadest õppida?
- Kõik müüvad kaunist loodust, kuidas eristuda?
- Millised on turismisõnumid, mis meelitavad (igaühele oma järv?). Võrumaa 100 järve maa.



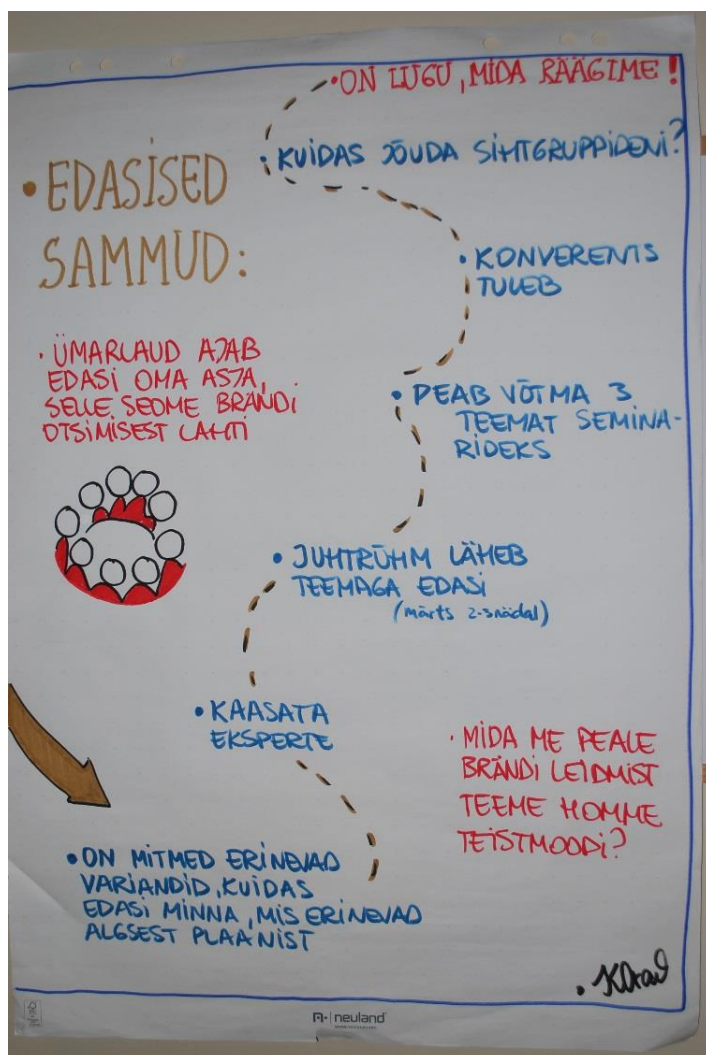
3.3. Mis küsimused, teemad on veel ülevälise Võrumaa kuvandiga? 3a Kuidas kuvandit välja töötada, milline see peaks olema?

- Kellele ja millele? Mis tootetele me brändi loome?
- Mis kõnetab noori?
- Kas on vaja kuulutada välja mingi selge lähteülesandega konkurs? Saaksime lisaks Vana-Võromaa märgile veel 3-4 uut märki, mille paneks avalikule hääletamisele.
- Haldusreform muudab väga palju piire ja järgmisel aastal ei pruugi Võru maakonda olla, aga kultuurilised eripärad jäävad.
- Kas Vana-Võromaa märk võiks olla ajutine, vahepealne lahendus?
- Kui rahvahääletus, siis suunatult potentsiaalsetele märgi kasutajatele (ettevõtjad jne).
- Maakond versus kultuuriruumid.
- Märki arutellu kaasata võimalikud kasutajad.
- Olemasolevate märkide kasutamise plaan – kokkulepe, mis märke me kasutame ja julgustada teisi kasutama. Kommunikeerida märgi eesmärki.
- Üks märk ei saa töötada kõigi asjade heaks.
- Ära kasutada loodust.
- Kultuuriruumi märgid ei pruugi investoritele mõjuda.
- Peaks leppima kokku, mida me ise teeme selle jaoks, et bränd laiemat kasutust leiaks.



3.4. Millised oleksid edasised sammud? KOKKUVÕTE

- On mitmed erinevad variandid, kuidas kuvandiga edasi minna (kas olemasoleva Vana-Võrumaa märgiga või teha konkurss)
 - Peab kaasama eksperte väljastpoolt, juba esmane tagasiside ütleks, kas ja mis märk hetkel töötab.
 - Edasi tegeleb teemaga juhtrühm
 - Korraldada lõpukonverents promomiseks
 - Vähemalt kolm teemat võiks võtta arutlemise alla lähtuvalt sihtgrupist (ettevõtlus ja investeerimine, turism, elukeskkond)
- ME PEAME KOKKU LEPPIMA, MILLINE ON LUGU, MIDA ME RÄÄGIME JA KELLELE ME RÄÄGIME**



II INFOVAHETUS VÕRUMAA ARENGU/ARENDUSE TÄHTSATEL TEEMADEL.

***Meeldetuletus – kasutage Võrumaa kultuurikalendrit!**

1. Võidupüha tähistamine (Britt, Evelin):

- **Võidupüha paraad** (22.-23. juunil avatakse Võru-Tallinn maanteele Võrumaa värava Võru linna piiril. Jagatakse Võrumaa suve eriväljaannet, kallistame ja hoolime, söödame. Kontsert Laulud sõdurile, 900 külastajat. President tervitab Võrumaalasi eraldi ja ütleb midagi Võrumaa kohta. Annab üle Kreuzwaldi muusemi tammede tõrudest kasvatatud tammed koos võidutulega. Kogu võrumaaline palagan – üleskutse palun tulge paraadile kas rahvariietes või linases kostüümis nt rahvatantsijad jne esiridadesse. Võru instituut paneb kokku lippude kollektsiooni ja õpilased müüvad maha paraadil osalejatele. Sini-must-valged õhupallid koos Võrumaa värvidega. ERR on nõus võtma meie sõnumi sisse. Loosiratas, mis on sinu õnn Võrumaal?

Tulge üritusele vabatahtlikuks!

- **Kaugtöökampaania** – mis on kaugtöö eelis kohapeal? Keskkond kaugtöö tegemiseks on palju nunnum kui paneelmajas ☺ Kogume informatsiooni, kes teevad Võrumaal kaugtööd, et rääkida nende lugusid. Lisaks FB kampaaniad, kiri Tartu IT-ettevõtetele - tooge suvekantor Võrumaale. Kaugtöö lauad pildis – kontorilauad avalikku ruumi, alevisse, linna. Miks see laud siin on, mida sellega öelda tahetakse? Palume valdade abi laudade paigutamisel.

2. Ümarlaura plaanid

- **Järgmine kohtumine on 19. aprillil.**
 - Üheks oluliseks teemaks on PATEE areng, teised projektid (puiduklaster, toiduvõrgustik, turism).
 - Teine teema – Võrumaa tähtsündmuste kalender 2017-2020? Mis laadi üritusi võiks teha, mida koos teha? Mis meelitaks siia rohkem külastajaid, kujundaks hästi Võrumaa mainet?
 - Muud ettepanekud aruytelu teemade osas on teretulnud.
- Kus toimub? Mõistlik on korraldada koos mõne ettevõtte külastamisega. Ettepanekud on teretulnud.
- **Augusti ümarlaura organiseerib Võru Maavalitsus – 2-päevane reis Läänemaale 10-11. augustil.**

Memo koostas Evelyn Tõniste, täiendas Taivo Tali.