

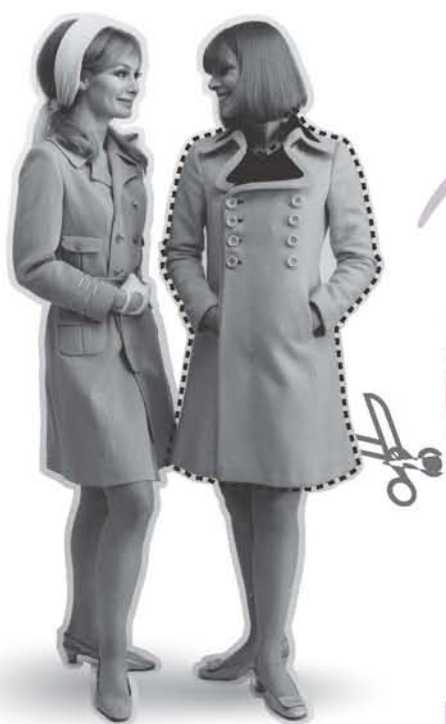
Gradivo za novinarje

Ekskluzivni humanitarni in
modni dogodek z znanimi obrazi

VINTAGE RE:DESIGN

socialno in ekonomsko odgovorna predelava

Hostel Celica, Ljubljana, 14. 12. 2011



Jaz in sestra **leta 1962**



Ponovno uporabi
in bodi "in"



Vnukinja **leta 2012**



ŠENT
ŠENT, SLOVENSKO ZDRUŽENJE
ZA DUŠEVNO ZDRAVJE

MARKACIJA
marketing in komunikacija



Atelier **INDEVIN**

Predstavitev humanitarne akcije Re:generacija

Krajši uvod v dogajanje / **razplet humanitarne akcije na Primorskem**

Po začetnem zagonu in odmevnosti RE:generacije je humanitarna akcija uspešno prešla v prakso in zaživela na Primorskem. Na terenu potekajo aktivnosti odjema in prodaje rabljenih oblačil, poleg tega se pripravljajo nove aktivnosti za spodbujanje »vintage« trenda. Odzivi javnosti so zelo pozitivni.

Obiskovalci stojnic in drugi vpleteni večinoma pozdravljajo akcijo in soglašajo, da so doslej pri nas to pogrešali. Ponudba je zanimiva tako za starejše, ki lahko darujejo svoje obleke, kot tudi za mlade, ki iščejo nekaj drugačnega, zanimivega, »vintage«.

Humanitarna organizacija **ŠENT** z logistično podporo podjetja **Komunala** Nova Gorica je do 30. 11. 2011, torej v 2 mesecih izvedla **6 postavitvev stojnic**. Pri tem so zbrali **412 kakovostnih oblačil**, dalje so prodali **23 oblačil** in s tem humanitarni organizaciji ŠENT prislužili **269€**.

Zanimanje za Re:generacijo pa se širi tudi izven Goriške regije, zato v smo v agenciji Markacija zasnovali in skupaj s partnerji Šent ter Atelier Indevin pripravili **ekskluzivni dobrodelni modni dogodek**, s katerim želimo vintage trend in dobrodelno akcijo Re:generacija približati tudi ostali Sloveniji.

Osrednji dogodek v Ljubljani, 14.12.2011 / **»Vintage« in dobrodelnost z roko v roki**

Vintage ni le trend. Je zavedanje o pomenu ponovne uporabe in recikliranja na vseh področjih življenja.

Gre za zavest, da je vsak posameznik odgovoren za okolje, v katerem živi, in za družbo, kateri pripada ...

Oblikovalci iz Ateliera Indevin bodo prikazali, kako je mogoče starejša oblačila z majhnimi posegi osvežiti in z njimi postavljati nove modne smernice. **VINTAGE RE:DESIGN - socialno in ekonomsko odgovorna predelava**

Znani slovenski obrazi pa so izkazali svojo humanitarnost s tem, da so za namene akcije poklonili svoje rabljene obleke, za kar se jim iskreno zahvaljujemo. Njihove podarjene rabljene obleke bomo v nadaljevanju akcije prodali na dobrodelni dražbi, izkupiček pa bo podarjen humanitarnemu društvu za duševno zdravje Šent.

Podprite družbeno odgovorno kulturo oblačenja tudi vi in odprite pot novemu trendu, ki je v svetu že zelo »in«.

Le ob vaši iskreni medijski podpori lahko akcija postane vseslovenska. Vintage je »in«. Bodite tudi vi.

Izvor besede »Vintage« / **Kaj pomeni in od kod izvira ?**

vintage [vintidž] > izsledek iz angleško-slovenskega slovarja

1. **samostalnik vinska trgatav; letni pridelek vina; figurativno letnik vina; poetično dobra kapljica; pogovorno produkcija, letnik;** 2. **pridevnik izbran, izvrsten; star;**

Osnovni pojem izhaja iz vinske industrije, kjer »vintage« pomeni leto, kadar je bilo vino ustekleničeno. Sama beseda izvira iz francoske »vendage« (*vendaž*), kar pomeni trgatav oz. trganje grozdja.

Kasneje je »vintage« postalo generično ime za vse izdelke druge roke, ki izvirajo iz prejšnjega obdobja. Splošno rečeno, »vintage« datira od 1920 do 1980; pred 1920 je antično. Najprej se je izraz prijel pri staromodnih avtomobilih »veteranih«, nato pa se je začel uporabljati tudi na drugih področjih, med drugim tudi v modi.

Čas je za generacijo

1 Krajši opis humanitarne akcije Re:generacija / **za kaj gre?**

S humanitarno akcijo želimo spodbuditi javnost, da svoja rabljena oblačila preda v ponovno uporabo ter s tem deluje okolju in družbi prijazno.

Pridobljena uporabna oblačila se dalje prodajajo po simboličnih cenah na mesečnih stojnicah in v prodajnem skladišču. Tako pomagamo ljudem do cenejših oblačil (kar je dandanes za marsikoga zelo dobrodošlo), končni izkupiček akcije pa gre v humanitarne namene.

Poleg tega vpeljujemo nov modni trend »vintage«, ki je v svetu že uveljavljen, pri nas pa šele prihaja.

2 Osnovne usmeritve akcije / **naše vodilo**

2.1.1 Poslanstvo akcije

Izkušnje in tradicijo povezujemo s sodobnimi modnimi trendi – zbiramo starejša oblačila in jim ustvarjamo novo dodano vrednost. S tem naredimo modo bolj dostopno, darujemo v dobrodelne namene in ohranjamo okolje.

2.1.2 Vizija akcije

V širši Goriški regiji zaživi »vintage« trend. Akcija postane medijsko odmevna in vseslovenska. Kultura oblačenja postane bolj sproščena, svojevrstna, svobodna in neobremenjena.

2.1.3 Vrednote akcije

Spodbujamo zavedanje, da je v izdelavo obleke vloženo veliko energije in materiala, zato jo je potratno nositi le takrat, ko je na višku sezone. Ne spodbujamo nepotrebne potrošnje in ne ustvarjamo odvečnih smeti.

In končno: tudi v praksi se tudi izkazuje, da so starejša oblačila veliko bolj kakovostna kot nova.

3 Ciljne javnosti / **komu je akcija namenjena?**

3.1.1 Primarni segment – MLADI in mladi »po duši«:

- kupujejo rabljene obleke in jih dodelajo, kombinirajo z novimi oblačili in modnimi dodatki
- pogosto menjajo stil, oblačila si radi izmenjujejo s prijatelji
- sodelujejo pri natečaju, dogodkih
- tudi starejši »mladi po duši« ki jih privlači alternativen življenjski slog oz. odklanjajo potrošniške vrednote

3.1.2 Sekundarni segment – STAREJŠI OBČANI:

- prinesejo stare obleke, ki jih ne potrebujejo več
- včasih tudi kupijo rabljene obleke in podpirajo dobrodelnost
- obiskujejo dogodke, spremljajo dogajanje

4 CILJI akcije / kaj želimo doseči?

4.1.1 PRIMARNI cilji in namen akcije: **humanitarnost, družabnost, vključenost**

- Pritegniti javnost k dobrodelnosti in sodelovanju.
- Dvig ozaveščenosti skozi humanitarno noto.
- V akcijo vključiti mlade modne kreatorje in druge mlade, ki želijo biti dejavni.
- V aktivnosti akcije vključiti člane humanitarnih društev, ki imajo omejene sposobnosti.
- Ovreči stereotipe ter spodbuditi domišljijo in nov pristop k oblačenju.

4.1.2 Področja dogajanja

- Primarno – utečeno: Goriška regija.
- Sekundarno – potencialna širitev akcije: Obala, Kras; Domžale in ostala Slovenija.

5 Spremljajoči dogodki / kaj se dogaja in kdaj ?

5.1.1 Tekoče dogajanje

OKT 2011-MAR 2012

- prevzemanje in prodaja blaga na stojnici Re:generacije
- predstavitev dosežkov akcije v promocijskih vitrinah akcije – stilsko urejena izložba izpostavlja najlepša prejeta oblačila in podaja aktualne informacije o poteku akcije. Enaka vsebina se manifestira na spletni strani.

5.1.2 Spremljajoče dogajanje

DEC 2011-MAR 2012

Poleg aktivnosti na stojnicah je predvideno spremljevalno dogajanje, kot je vpletanje znanih slovenskih oseb, mladih modnih kreatorjev, stilski izzivi, natečaj za najboljšo domačo kreacijo, nagradna igra in podobnih aktivnosti, ki dobrodelnosti dodajajo težo ter širijo prepričanje o pozitivnosti »vintage« trena.

5.1.3 Osrednji dogodek – slavnostna prireditev

MAREC 2012

Na dogodku načrtujemo izpeljati predstavitveni program z modno revijo, ki nas bo popeljala skozi 50-letno zgodovino mode, ki je oblikovala podobo našega današnjega okolja. Predstavljene bodo najlepše kreacije, sestavljene tako iz rabljenih kot iz novih oblačil. Dogodek bo pospremljen tudi z drugim kulturnim programom ob 50. obletnici Manufakture. Po modni reviji bomo organizirali dražbo predstavljenih kreacij, izkupiček pa poklonili v dobrodelne namene.

6 Predstavitev vpletenih organizacij / vloge partnerjev pri projektu

6.1.1 ŠENT – Slovensko združenje za duševno zdravje / Izvajalec aktivnosti na terenu

ŠENT je nevladna, neprofitna in humanitarna organizacija, ki je namenjena osebam s težavami v duševnem zdravju ter njihovim svojcem. Osnovni cilj programa Dnevnega centra je socialno vključevanje ranljive skupine oseb s težavami v duševnem zdravju v vsakdanje življenje in pomoč pri doseganju čim višje stopnje psihosocialne rehabilitacije – samostojnosti in neodvisnosti. Z organizacijo dnevnega bivanja, nudenjem brezplačnega vključevanja v različne dejavnosti, svetovanjem in pomočjo pri reševanju psihosocialnih stisk program zmanjšuje posledice, s katerimi se v vsakdanjem življenju spoprijemajo naši uporabniki.

Že od samega začetka delovanja Dnevnega centra Nova Gorica, od novembra 2000, se srečujemo s problematiko socialne izključenosti oseb s težavami v duševnem zdravju, ki se dnevno soočajo z materialno in socialno ogroženostjo, za katero niso in ne morejo biti odgovorni. Projekt Re:generacija nam ponuja odlično priložnost za socialno integracijo marginaliziranih skupin, da jih naredimo vidne v družbi. Z akcijo Re:generacija želimo namreč okrepiti moč posameznikov iz ranljivejše družbene skupine, ter prispevati k zaposlovanju omenjenih oseb, ki jim je trg dela manj naklonjen. Poleg tega bodo osebe z težavami v duševnem zdravju s svojo lastno aktivnostjo v akciji tudi nagrajene.

Viške oblačil nižje kakovosti bomo prenesli na sedež socialnega podjetja »Iz koša«, ki je bilo ustanovljeno pod okriljem društva **Projekt Človek**. Tu nekdanji zasvojenici skozi socialno rehabilitacijo poskrbijo za ekološko in varčno predelavo odpadnih materialov v uporabne predmete umetne obrti, kot so torbice, nakupovalne vrečke, itd. Želimo si, da bi tudi na Goriškem spodbudili razvoj socialne ekonomije oz. vzpostavili podobno obliko socialnega podjetništva, ter tako omogočili nove možnosti za inovativno zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela, hkrati pa z recikliranimi izdelki poskrbeli za večjo mero ekološke in družbene ozaveščenosti.

6.1.2 Atelier INDEVIN / predstavitev »vintage« trenda

Atelier INDEVIN je zavod za oblikovanje in ostale umetnosti. Deluje na področju modnega in grafičnega oblikovanja, arhitekture ter scenskih in upodobitvenih umetnosti.

Ustanovitelji zavoda izhajajo iz različnih ustvarjalnih področij in združujejo moči z namenom združevanja in povezovanja ustvarjalcev in strokovnjakov z različnih umetnostnih področij. Njihov cilj je razvoj in podpora umetniškemu ustvarjanju ter promocija in ozaveščanje javnosti o odgovornem ravnanju v umetnosti.

S svojimi projekti in dejavnostmi želijo ljudem približati tudi pomen zaščite okolja in ozaveščati o škodljivosti potrošniških materialov po zavrženju, smiselnosti ponovne uporabe in predelave avtorskih in potrošniških izdelkov in s tem spodbujati spoštovanje kulture naših prednikov ter kontinuiteto uporabe njihove zapuščine.

6.1.3 Markacija, marketing in komunikacija / komunikacijska podpora

Markacija je agencija za oživljanje čistih idej in pozitivnih namer. Organizacije in posameznike spodbuja k iskanju ravnovesja med lastno identiteto in odgovori, kako obstati na konkurenčnem trgu ... V skladu s tem poslanstvom so skupaj s partnerji zasnovali ter zapeljali tudi projekt Regeneracija. Podobno filozofijo poskušajo udejaniti pri vseh svojih projektih, pri tem projektu pa se je sinergija vseh vpletenih zelo lepo zlila in izvorno idejo nadgradila v neslutene razsežnosti. Moto agencije: **POVZROČAMO VIBRACIJE**, ki spodbujajo komunikacije. **DODAJAMO VREDNOST**, ki prinaša prednost. **USTVARJAMO IDENTITETO** zelo zavzeto.

6.1.4 Komunalna / Logistična podpora akcije na terenu

Podjetje Komunalna Nova Gorica je pristopila k projektu, ker vsebinsko sovпада z njenim poslanstvom in z globalnimi ekološkimi trendi, ki jim poskuša slediti. Projekt temelji na **filozofiji recikliranja oziroma ponovne uporabe**, kar se jim zdi vredno podpreti, saj je cilj njihove dejavnosti podoben – zmanjševanje količine odpadkov in hkrati želja, da se čim več odpadkov lahko predela ter preda v ponovno uporabo.

Njena pomoč pri projektu je predvsem logistična – skrb za prevoz stojnic, oblek iz skladišča na teren in nazaj ter pomoč pri drugih manjših logističnih potrebah.

6.1.5 Mestna občina Nova Gorica / Organizacijska podpora

Mestna občina projektu Re:generacija nudi svojo podporo, saj verjame, da lahko prinese občini veliko pozitivnega. Projekt vsebuje nove dimenzije in pokriva širok vsebinski koncept s tem, ko vpleta različne segmente ljudi: tiste, ki si ne morejo privoščiti novih oblek, posameznike, ki iščejo nekaj drugačnega, zasledovalce modnega trenda, ki v Slovenijo šele prihaja, dobrodelne organizacije, ki potrebujejo sredstva in želijo zaposliti hendikepirane posameznike preko aktivnega sodelovanja v akciji ...

Poleg vsega pa želi **vpletati mlade** in jih spodbujati k kreativnem sodelovanju ter vključuje trenutek druženja, izmenjevanja in vpletenosti različnih populacij.

6.1.6 MANUFAKTURA / Glavni pokrovitelj zagona akcije Re:generacija

Manufaktura že 50 let zagotavlja svojim strankam kakovostno blago, saj verjame, da s tem prispeva k ohranjanju zdravega odnosa do okolja in hkrati pušča vidno sled za seboj. Vrsto let je dopolnjevala svojo ponudbo modne konfekcije in dodatnih programov ter pri tem sledila potrebam družbenega okolja. Je podjetje, ki s svojo dejavnostjo vsekakor sooblikuje družbeno dogajanje v njenem okolju. Leta 2012 bo praznovala svojo **50. obletnico**. K praznovanju pristopa skozi podporo dobrodelne akcije Re:generacija, namesto da razmišlja o organizaciji klasične pompozne kulturne in zabavne prireditve.

7 Informiranje in obveščanje javnosti / kje bo akcija odmevala?

Promocijska predstavitev projekta:

- spletna stran: www.manufaktura.si/regeneracija
- promocijska zgibanka na stojnicah, v trgovinah in na info točkah
- direktna pošta – skupinam interesentov in po naslovnih bazah vseh partnerjev
- plakati v poslovalnicah in drugih ključnih mestih (pozivanje k sodelovanju)

Odnosi z javnostmi:

- novinarske konference (september 2011, marec 2012)
- javni dogodki (oktober 2011, december, februar)
- zaključna prireditev z modno revijo (spomladi 2012)
- informiranje javnosti preko medijev (ob pomembnejših novicah in dogodkih)
- alternativno dogajanje – facebook in spletni natečaj, predstavitve v šolah, mobilni plakat ...

Aktualno poročanje:

- monitor in plakat v promocijska vitrina v Modnem domu
- oglasna tabla na prodajni stojnici
- spletna stran – aktualnosti
- poročanje v lokalnih medijih: Primorske novice, Radio Robin, Vitel, Radio Koper, Primorski dnevnik ...
- poročanje v nacionalnih medijih: Delo, Dnevnik, POP TV, RTV SLO ...
- objava v mesečni brošurici »Kam?« in drugih aktualnih objavah dogodkov

8 Kontaktni podatki / kako do več informacij?

8.1.1 ŠENT - Slovensko združenje za duševno zdravje

Cigaletova 5, 1000 Ljubljana, www.sent.si

Kontaktna oseba: Barbara Dolničar
T: 01/230 78 32; E: barbara.dolnicar@sent.si

Kontaktna oseba: Margerita Humar, vodja Dnevnega centa v Novi Gorici
T: 05/330 96 00; E: margerita.humar@sent.si

8.1.2 Atelier Indevin

Gornji trg 22, 1000 Ljubljana

Kontaktna oseba: Erna Ostanek
T: 051/ 336 739; E: atelier.indevin@gmail.com

8.1.3 Markacija d.o.o.

Kromberk, Industrijska cesta 5, 5000 Nova Gorica, www.markacija.si

Kontaktna oseba: Erik Bizjak, vodja projekta
T: 05/ 33 30 841; E: erik@markacija.si

8.1.4 Komunala Nova Gorica d.d.

Cesta 25. junija 1, 5000 Nova Gorica, www.komunala-ng.si

Kontaktna oseba: Andrej Miška, direktor
T: 05/ 335 53 23; E: andrej.miska@komunala-ng.si

8.1.5 Manufaktura d.d.

Sedejeva ulica 6, 5000 Nova Gorica, www.manufaktura.si

Kontaktna oseba: Boris Tušar, direktor
T: 05/ 33 30 290; E: boris@manufaktura.si

ORGANIZATORJI DOGODKA:



ŠENT
ŠENT, SLOVENSKO ZDRUŽENJE
ZA DUŠEVNO ZDRAVJE

organizator dogodka in izvajalec aktivnosti na terenu



Atelier **INDEVIN**
predstavitev »vintage« trenda

MARKACIJA 
marketing in komunikacija

komunikacija in koordinacija dogodka, zasnova in vodenje projekta

DONATORJI DOGODKA: Zahvaljujemo se vsem donatorjem, ki so prispevali k izpeljavi dogodka



najem prostora in osebje za postrežbo



modeli za predstavitev kreacij



tisk majic



vino za pogostitev



sirarna - domači sir



Voda za pogostitev

*Turistična kmetija Široko
Most na Soči*

domači suhomesni izdelki

POKROVITELJI AKCIJE RE:GENERACIJA (na Primorskem):



MEDIJSKI POKROVITELJI:

primorske novice

