



Setomaa kostipäiv.



ÜLLE PÄRNOJA

Lõik 2014. aasta Setomaa kostipäiva tagasisidest

„Setomaa valik oli kindlasti põnevam – suitsukala igal võimalikul kujul, kruubi ja kääritatud kaera magustoidud, sadat sorti sõira –, rohkem sellist kraami, mida tüüpilises kohvikus ei leia. Pluss see, et Setomaa kohvikud olid 100 km külävüü pääle laiali laotatud. Sai iga pala vahel hinge tõmmata ja nii palju ilusat loodust läbi sõita. Aega jäi muidugi väheks, oleks tahtnud siin ja seal veel pikemalt mõnuleda. Seto melu ju nii mõnus.“ Facebook

kommunikatsioonikanal on Põltsamaa kohvikutepäeva Facebooki-lehekülj. Suvistel linna väliüritustel kasutatakse ka

pop-up-bännerit ja piirkonnas pannakse üles plakatid. Seetõttu peab Kadri Suni mõnevõrra üllatavaks eelmisel aastal kohvikukülastajate seas tehtud küsitlusest selgunud tõsiasi, et üle 40% külastajatest olid tulnud kaugemalt kui Põltsamaa linn ja seda ümbritsev vald.

Setomaa kostipäiva kommunikatsioon on suunatud nii ümbruskonna inimestele kui ka kaugematele külalistele. Setomaa Turismi eestvedaja Ülle Pärnoja väitel on kostipäiva sihtrühm kohalikku toitu, kultuuri ja maaelu nautivad väiksemad seltskonnad ja pered ning ka kaugemalt tulevad külalised on väga olulised, sest Setomaal ei ole piirkonnas inimesi nii palju kui linnades. Samuti liidab kostipäiv ja selle ettevalmistus kogukonda. „Võib

On väga tähtis, et kommunikatsioon ja turundus käiks ühte jalga ürituse sisuga.

Ülle Pärnoja
Setomaa kostipäiv