
Kmetijsko-živilska podjetja začela z akcijo Kupujem slovensko

Kmetijsko-živilska podjetja začela z akcijo Kupujem slovensko

Predstavitve nacionalne kampanje Kupujem slovensko.

Predsednik uprave Žita Iztok Bricl, direktorica Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij pri GZS Tatjana Zagorc in predsednica uprave Medexa Aleša Kandus.

Ljubljana, 9. aprila (STA) – Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij, ki deluje v okviru GZS, in slovenska podjetja iz branže bodo začela z nacionalno kampanjo Kupujem slovensko, s katero želijo povečati kupovanje živil slovenskih proizvajalcev. Z nakupom slovenskih izdelkov bodo potrošniki prispevali k boljšim rezultatom gospodarstva, k boljši blaginji in tudi zaposlenosti.

Kot je na današnji novinarski konferenci v Ljubljani povedala direktorica zbornice kmetijskih in živilskih podjetij, ki deluje znotraj Gospodarske zbornice Slovenije (GZS), Tatjana Zagorc, želijo z akcijo potrošnike opozoriti na pozitivne učinke ob potrošnji slovenskih izdelkov. Kampanja Kupujem slovensko po njenem mnenju prinaša vzpodbudo, da kadar lahko, izberemo živila slovenskih proizvajalcev. S kampanjo pa njeni snovalci ne pozivajo k izogibanju tujih izdelkov, ampak želijo potrošnike spomniti, da s kupovanjem slovenskih izdelkov oblikujemo tok, ki zagotavlja delovna mesta v slovenskem kmetijstvu in živilstvu ter ustvarja socialno varnost.

Zagorčeva je poudarila, da bo kampanja potekala v več fazah, za prvo pa so njeni pobudniki zagotovili 100.000 evrov sredstev, ki jih bodo namenili za npr. zloženke, oglase, kontaktne oddaje, plakate, s katerimi bodo opozarjali na kampanjo.

Predsednik zbornice in predsednik uprave Žita Iztok Bricl je ob tem dejal, da so slovenski živilci uspešno prebrodili izgubo trgov nekdanje Jugoslavije in se tudi uspešno prilagodili vstopu Slovenije v EU. Kljub temu pa so živilci močno vezani na slovenski trg, tako kot npr. italijanski, ki približno 80 odstotkov kmetijsko-živilskih izdelkov prodajo doma.

Z nakupom slovenskih izdelkov, ki so med drugim po Briclovih besedah priznane kakovosti, znanega porekla, certificirani z različnimi varnostnimi certifikati in dnevno na voljo kupcem, ohranjamo delovna mesta in razvijamo ruralna območja. S to kampanjo se slovenska kmetijsko-živilska podjetja pridružujejo podobnim kampanjam v sosednjih državah, kjer tudi promovirajo nakupe domačih izdelkov.

Bricl je dejal, da slovenska živilska podjetja zaposlujejo 17.000 delavcev, k skupnemu bruto domačemu proizvodu Slovenije pa prispevajo tri odstotke.