

## Kupujem slovensko

JERNEJKA DROLEC: Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij, ki združuje skoraj 500 članov iz vseh dejavnosti kmetijstva in živilstva, je pred dnevi začela nacionalno kampanjo: KUPUJEM SLOVENSKO. S tem postavljajo temelje generični promociji kmetijskih in živilskih izdelkov. Ker bodo promocijske aktivnosti financirane brez udeležbe države ali skladov Evropske unije, bodo s to kampanjo skušali prebuditi domače kupce, naj kupujejo hrano proizvedeno v slovenskih podjetjih. V zadnjem letu ob enormnih podražitvah hrane, namreč, kupci vedno bolj gledajo na ceno hrane in manj na kakovost. Kmetijstvo, vključujoč kmetijska podjetja in kmetije skupaj, zaposluje 89000 ljudi, ki delajo na 490 000 hektarih zemljišč. V Sloveniji ima 441 podjetij registrirano živilsko dejavnost, ta podjetja skupaj zaposlujejo 17000 ljudi, in večina njihovih proizvodov je namenjena domačim kupcem, ki pa v zadnjem letu, ob dražitvah hrane, vedno več segajo tudi po živilih tujega porekla. Zato se je Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij, lotila nacionalne promocijske kampanje: KUPUJEM SLOVENSKO. O ciljih kampanje doktorica Tatjana Zagorc, sekretarka Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij.

TATJANA ZAGORC ( sekretarka Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij): V mislih smo imeli ves čas obveščenost potrošnika in, nenazadnje, želeli in želimo si zvestega potrošnika. Seveda, naj ne bomo neskromni, če rečemo, da si želimo povečanje prodaje slovenskih proizvodov, ki, kar bo, seveda, tudi zagotavljalo delovna mesta v kmetijstvu in živilski industriji. In, nenazadnje, vse to, upamo, da bo izboljšalo učinkovitost agroživilske verige.

DROLEC: Pri generični promociji ni dovoljeno promovirati slovenskega porekla, za razliko od te kampanje, pri kateri ni nobenih sredstev države ali evropskih skladov, in to jim daje pravico uporabljati slogan: KUPUJEM SLOVENSKO.

ZAGORC: Za prvo fazo izvedbe te kampanje, smo, so naši člani namenili sto tisoč evrov.

DROLEC: Trajala bo šest mesecev. Promocijo bodo širili po regijah in na koncu bodo merili ali so slovenski kupci kaj bolj pozorni na poreklu živil oz. ali so kaj več povečali prodajo. Na vprašanje ali bomo potrošniki res vedeli, da pijemo mleko slovenskega porekla, ko pa vemo, da slovenski kmetje mleko prodajajo v Italijo, naše mlekarne pa manjkajoče količine, kupujejo na Madžarskem? Tatjana Zagorc odgovarja, da jim je pomembno poudariti, da je izdelek proizveden v Sloveniji.

ZAGORC: Vemo, da niso, da nimamo dovolj še samooskrbe s surovinami, da moramo nekatere surovine uvažati, tako da to, to je dejstvo, neobhodno dejstvo, ampak kot rečeno: pomembno je, da imamo tukaj 90000 kmetov, pomembno je, da imamo 441 podjetij s 17000 zaposlenimi in to želimo ohraniti.

DROLEC: Namen te akcije, pravi magister Iztok Bricelj, predsednik Zbornice živilskih in kmetijskih podjetij in hkrati predsednik uprave Žita je.

MAG. IZTOK BRICELJ ( predsednik Zbornice živilskih in kmetijskih podjetij in predsednik uprave Žita): Da vzpodbudimo domačo proizvodnjo in pa lojalnost domačega potrošnika k trošenju oziroma k kupovanju slovenskih izdelkov. Slovenska živilska in predelovalna industrija, zaposluje 17000 ljudi. Nenazadnje, tale podatek se nam zdi izjemno pomemben, predstavlja skoraj tri odstotke bruto družbenega proizvoda.

DROLEC: Bricelj zavrača očitke, da je slovenska živilska industrija premalo izvozno orientirana, za primerjavo podaja italijanska živilska podjetja, ki so tudi 80 odstotkov proizvodov, prodala do sedaj na domačem trgu. In kaj dosežemo, če kupujemo izdelke slovenske živilske industrije?

BRICELJ: Ohranjamo domača delovna mesta, kar je izjemno pomembno, vzdržujemo, nenazadnje, in tudi razvijamo, ruralna območja, negujemo in vzdržujemo domače dobavitelje. Poznani so primeri raznih multinacionalk, ki so vstopila na slovensko tržišče, nenazadnje, teh (manjka beseda) dobavitelji, domači dobavitelji, nekako, so, se jim je zmanjšal obseg posla, ker so te multinacionalke s sabo pripeljale, v bistvu, vse dobavitelje iz Evrope ali celo širše.

DROLEC: Aleša Kandus, podpredsednica Zbornice živilskih in kmetijskih podjetij in predsednica uprave Medexa poudarja, da želijo slovenske potrošnike prebuditi, da razmislijo o svojem nakupu in da pri odločitvi ne sledijo zgolj megalomanskim reklamam in kampanjam. Prehrana v družinskem proračunu, ob povečanih izdatkih za potovanja, avtomobile, kozmetiko, predstavlja le 12 do 13 odstotni delež.

ALEŠA KANDUS ( podpredsednica Zbornice živilskih in kmetijskih podjetij in predsednica uprave Medexa): Vsi vemo, da moramo v avto, da bo dobro deloval, natočiti 98 oktanski bencin; pa se kdaj vprašamo kakšna naj bo hrana, ki jo jemo? Kaj naj( manjka beseda)hrana in če res vsebuje vse tisto, kar je potrebno ali jemo le zato, da smo siti.

DROLEC: Slovenska podjetja so pod zelo strogim nadzorom, kar zagotavlja varno hrano, še izpostavlja Kandusova.

KANDUS: Ker imamo skoraj tedenske preglede naših proizvodnih obratov in naši standardi kakovosti, ki smo jih podedovali še od prej, so mnogo višji kot so bili v marsikateri evropski državi.

DROLEC: S takim poslovanjem se je Slovenija uspela izogniti vsem prehranskim aferam, spomnimo naj na nedavno italijansko afero z bufalo mozzrelo in na informacijo o 70 milijonih litrih ponarejenega vina, ki je izginilo neznano kam. V Sloveniji tudi geografska struktura ne omogoča tako intenzivne pridelave in hrana je, v bistvu, skoraj vsa butično proizvedena, pravi Kandusova.

KANDUS: Slovenci se moramo zavedati, da je za zdravo prihodnost naroda pomembno, da ohranja svojo proizvodnjo in samooskrbo. Da bomo ostali sami svoji gospodarji in sami odločili, kaj je dovolj dobro za nas. Zdrava hrana, s tem zdravo prebivalstvo, je prav gotovo za vse v nacionalnem interesu.

DROLEC: Študije o tem, kakšen je odnos Slovencev do slovenske hrane, zaenkrat še nimajo. Je pa v zadnjem letu podražitev, ko kupci gledajo predvsem ceno in ne kvalitete, zaznati upad prodaje pri slovenskih trgovcih, in nakupi se povečujejo pri tujih trgovcih, priznava Aleša Kandus. Zbornica živilskih in kmetijskih podjetij, pa bo, bolj kot s ceno, potrošnike skušala prepričati s poreklom, tradicijo in varnostjo.