



# Kupujmo slovensko

## Akcija.

Živilska podjetja so zbrala sto tisoč evrov za promocijo slovenskih izdelkov.

» JANEZ ZALAZNIK

**Ljubljana.** Kmetijsko-živilska zbornica je včeraj začela z akcijo Kupujmo slovensko. Denar so prispevala podjetja iz zbornice, ki šteje 482 članov. Kadar denar primakne država, je oglaševanje porekla zaradi pravil EU prepovedano, lahko pa bi oglaševali meso ali zelenjavo, čemur se reče generična promocija izdelkov.

### „Gre za delovna mesta“

V kmetijstvu dela 89 tisoč ljudi, v živilsko-predelovalnih podjetjih pa še skoraj 17 tisoč. „Gre za delovna mesta v agroživilstvu,“ je pojasnila Tatjana Zagorc, direktorica Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij. Doma živilska podjetja prodajo 83 odstotkov izdelkov.

„Želimo ohraniti delovna mesta, domače dobavitelje, razvijati ruralna področja, in krepiti razvoj širšega okolja,“ je pojasnil Iztok Brič, predsednik uprave Žita. Razlog, da so se za akcijo odločili zdaj, je slabša konkurenčnost panoge, prihod novih trgovcev, ki na policah skoraj nimajo slovenskih izdelkov, in manjša samooskrba Slovenije s hrano.

„Če je zagotovljena kakovost, z veseljem kupim slovenski izdelek. Na splošno pa menim, da take akcije nimajo smisla,“ meni ekonomist France Križanič. „To je marketinška akcija kot vsaka druga. Vsak proizvajalec



„Želimo ohraniti delovna mesta,“ trdi Iztok Brič, predsednik zbornice in prvi mož Žita.

lec poskuša izpostaviti svojo kakovost. Nekateri dizajn, pri avtomobilih hitrost, drugi pa lahko ženstvenost. Na kupcih pa je, da ugotovimo, kaj želimo kupovati glede na ceno in kakovost,“ meni ekonomist Igor Masten.

Aleša Kandus, predsednica uprave Medexa, je povedala, da želijo z akcijo prebuditi potrošnika, da ne bo sledil le megalomanskim kampanjam. Podjetja so zbrala sto tisoč evrov. Za primerjavo, ena od prehranskih multinacionalk za oglaševanje v Sloveniji na leto porabi pet milijonov evrov.

✉ janez.zalaznik@zurnal24.si

## Panogi v številkah

**Kmetijstvo.** Vrednost proizvodnje 1,06 milijarde evrov, 88.900 zaposlenih, 490.300 hektarjev zemlje.

**Živilstvo.** 441 podjetij, 16.669 zaposlenih, 1,88 milijarde evrov prihodkov od prodaje, 1.830 evrov dobička na zaposlenega.



Tatjana Zagorc, direktorica Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij

## Tisti, ki lahko, naj razmisli

**1** Pravite, da se je v zadnjem času izpostavljala le cena in ne kakovost. Imate podatek, da so izdelki v diskontih neakovostni ali celo nevarni?

Ne. Vsak izdelek, ki je na polici, mora biti stoodstotno varen in za ceno ponujati določeno kakovost.

**2** S kakšnim razlogom naj potrošnik kupi dražji slovenski izdelek?

Verjamem, da si marsikdo tega ne more privoščiti. Tisti, ki si lahko, pa naj pri izbiri razmisli. Razlog je tradicija, izdelek je narejen v Sloveniji in z rokami slovenskih delavcev.

**3** Se vam zdi problematično, da bodo tako oglaševani tudi izdelki, ki niso iz slovenskih surovin?

Ne, pravilo je, da mora biti izdelek proizveden v Sloveniji. Vsi vemo, da moramo določene surovine uvoziti iz regij, kjer jih pridelujejo. Med izdelki z vsega sveta moramo najti prostor za domače, ki zagotavljajo delo celotni agroživilski verigi in ljudem, ki živijo od kmetijstva.



”  
Marketinška akcija kot vsaka druga.

Igor Masten, ekonomist