

16.04.2010 STA Servis

SLOVENIJA

Naslov: Začenja se tretja faza kampanje Kupujmo slovensko

Vsebina: Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij pri Gospodarski zbornici Slovenije (GZS) je danes v Ljubljani predstavila začetek tretje faze kampanje Kupujem slovensko. Z njo želijo okrepiti prepoznavnost blagovne znamke Kupujem slovensko in interakcijo s ...

Avtor: STA

Začenja se tretja faza kampanje Kupujmo slovensko

Ljubljana, 16. aprila (STA) - Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij pri Gospodarski zbornici Slovenije (GZS) je danes v Ljubljani predstavila začetek tretje faze kampanje Kupujem slovensko. Z njo želijo okrepiti prepoznavnost blagovne znamke Kupujem slovensko in interakcijo s potrošniki ter v kampanjo aktivneje vključiti slovenske trgovce.

Tretja faza kampanje bo temeljila na promocijskih aktivnostih v trgovinah, saj se začenjajo po dveh letih delovanja kampanje vanjo vključevati tudi trgovci. Ti bodo omogočili neposreden stik s potrošniki, ki jih bodo v trgovinah skušali privabiti s pomočjo t. i. slovenskih vasi. Te simbolizirajo skupnost, v katero so združena slovenska živilska in kmetijska podjetja, je na novinarski konferenci na GZS pojasnila direktorica zbornice kmetijskih in živilskih podjetij Tatjana Zagorc.

Predsednik upravnega odbora zbornice kmetijskih in živilskih podjetij Iztok Bricl je podrobneje predstavil razmere v slovenski prehrabeni industriji. Slovenija je v minulih desetih letih večji del prehrabnih izdelkov uvozila, manj pa izvozila. Uvoz prehrabnih izdelkov narašča tudi v EU, vendar ima ta na tem področju v zunanji trgovini še vedno pozitivno bilanco. Velik preporod so na drugi strani doživele Kitajska in Brazilija, kjer so živilska podjetja v minulih petih oz. šestih letih zabeležila velik dobiček, je dejal Bricl.

Ob tem je opozoril, da je domači trg strateškega pomena za slovensko živilsko in predelovalno industrijo. Ta namreč kar 80 odstotkov prometa ustvari na domačem trgu, zato bi morala biti živilskopredelovalna industrija po njegovem v večji meri vključena v nacionalne gospodarske strategije.

Predsednica uprave Medexa Aleša Kandus Benčina je opozorila, da potrošniki z nakupom slovenskih izdelkov ohranjajo delovna mesta in skrbijo za ohranjanje slovenskega podeželja, kulturne dediščine in dobrega okusa hrane. Kandus Benčinova je poudarila tudi pomen vključevanja trgovcev v kampanjo Kupujmo slovensko, saj je pomembno, da vsi člani v predelovani verigi dobro sodelujejo. Ob koncu je dodala, da so lahko slovenski potrošniki na svojo hrano vedno ponosni.

Predsednik uprave Skupine Panvita Dejan Židan pa je izpostavil dva vidika pomena prehranske varnosti - pomen prehranske varnosti za državo in posameznika. Za državo je pomembno, da za svoje prebivalce zagotavlja dovolj hrane, hkrati pa je varnost prehrane pomembna za vsakega posameznika kot jedca jedi. Židan je dodal, da je hrana v Sloveniji dobra in raznolika, predstavlja pa tudi del slovenske tradicije.

Kampanja Kupujmo slovensko poudarja štiri osnovne vrednote - kakovost, varnost, tradicijo in okus slovenskih živilskih izdelkov -, ki jim hkrati dodaja še socialno dimenzijo ohranitve delovnih mest. Cilji nacionalne kampanje so med drugim osveščati potrošnike o prednostih domačih proizvodov, pospeševati prodajo slovenskih živilskih izdelkov in doseči večjo učinkovitost delovanja agroživilske verige. Z oznako S je označenih že več kot 500 kmetijskih in živilskih izdelkov, kampanji pa se je pridružilo že 64 kmetijskih in živilskih podjetij.