



# Živilci bodo potrošnike novačili z akcijo Kupujem slovensko

Cilj kampanje je povečati prodajo slovenske hrane ter ohraniti delovna mesta v kmetijstvu in živilski industriji

## Tatjana Pihlar

**Ljubljana** – Oznaka »Made in Slovenija« je glavni magnet za kupce

hrane in brezalkoholnih pijač, precej manj pa to velja za oblačila in obutev. To je pokazala zadnja raziskava o odnosu Slovencev do posameznih blagovnih znamk iz zdaj že davnega

leta 1999. Kakšen je odnos do izdelkov slovenskega izvora danes, je mogoče sklepati le iz trendov na trgovskih policah, saj resne raziskave o tem ni bilo že vse desetletje. Da je naklonjenost slovenskih potrošnikov upadla tudi pri hrani, dokazuje že nacionalna kampanja Kupujem slovensko, ki jo je Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij po zgledu Hr-

vaške začela včeraj, njen namen pa je povečati prodajo slovenskih izdelkov ter s tem zaščititi več kot 100.000 delovnih mest v kmetijski in živilski panogi.