



Promocija domače živilske industrije s kampanjo Kupujem slovensko

Živilci nagovarjajo potrošnike

LJUBLJANA – Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij (ZKŽP), ki deluje pod okriljem GZS, je začela nacionalno kampanjo »Kupujem slovensko«, s katero želi obvestiti potrošnike o pozitivnih učinkih kupovanja slovenskih izdelkov. Z nakupovanjem slovenskih izdelkov naj bi vsi skupaj prispevali k boljšim rezultatom gospodarstva, k ohranjanju zaposlenosti v kmetijstvu in živilski industriji, k boljši blaginji za vse, so poudarjali na včerajšnji predstavitvi kampanje.

Vzrok za kampanjo »Kupujem slovensko« so razmere v slovenskem gospodarstvu, predvsem v kmetijstvu in živilski industriji, o čemer se veliko govori in piše od lanskega poletja, je dejala **Tatjana Zagorc**, direktorica ZKŽP. Slabša konkurenčnost agroživilske panoge, spremembe na trgu z živili (k nam so prišli novi trgovci, ki skorajda nimajo slovenskih proizvodov), zmanjševanje deleža samooskrbe s kmetijskimi proizvodi in živili povečujejo skrb za našo prihodnost in prihodnost naših zanamcev, je naštevala Zagorčeva vzroke za kampanjo, o kateri so že dolgo razmišljali, da je nujna, a so naposled premagali strah, kot je dejala, da so se odločili za kampanjo s sloganom »Kupujmo slovensko«. To, kar že leta počno v sosednjih državah (tudi Hrvaška), je zdaj dozorelo tudi v Sloveniji.

Naše kmetijstvo zaposluje okrog 89.000 ljudi, ki delajo na 490.000 hektarjih zemlje; v Sloveniji deluje 441 podjetij z registrirano živilsko dejavnostjo in zaposlujejo skoraj 17.000 ljudi; podjetja izvozijo 17 odstotkov proizvodnje, torej je večina proizvodov namenjena domačemu kupcu, domači potrošnji, je naštevila Zagorčeva. Spomnila je tudi, da o promociji, ki je zadnje čase spet aktualna zaradi zakona o generični

promociji, govorimo že od leta 1999, a ta zgodba po letih, ko je bil zakon že skoraj nared in pripravljen za sprejetje (2003, pa potem znova leta 2005), še ni končana. Zato niso držali križem rok in zato zdaj promovirajo kampanjo, za katero so v slovenskih podjetjih sami zagotovili denar.

Za začetek (prva faza kampanje, ki bo trajala šest mesecev) so člani zbornice zagotovili 100.000 evrov, uporabili bodo različna sredstva za spodbujanje k izbiri slovenskih živilskih izdelkov: zloženke, oglasi, kontaktne oddaje, promocijski članki, veleplakati, spletna stran, katalog podjetij, ki sodelujejo v promocijski akciji. Vzoredne aktivnosti bodo potekale tudi po regijah v sodelovanju z območnimi gospodarskimi zbornicami, z dogodki na sejnih, v podjetjih in ne nazadnje tudi z dodatnim označevanjem proizvodov, narejenih v Sloveniji. Na koncu prve faze bodo preverili učinek, čeprav se zavedajo, da je generično kampanjo težko ocenjevati, spremljati, koliko ljudi več kupujejo tega, kar promovirajo. Potem se bodo odločili za nadaljnjo strategijo kampanje.

Iztok Bričl, predsednik ZKŽP in prvi mož Žita, je dodal, da želijo z akcijo prepričati potrošnika, da bi izbral izdelke slovenske prehra-

njevalne verige, z večjo zvestobo domačih potrošnikov izdelkom slovenske živilske industrije bodo slovenska podjetja lahko dolgoročno ostala na domačem trgu, se razvijala in zagotavljala socialno varnost zaposlenih.

Aleša Kandus, direktorica Medexa, pa je spomnila, kako pomembno je ozaveščanje o tem, kakšna je slovenska hrana, in kako pomembno je pri izbiri živil v trgovinah zato pomisliti tudi na to, kaj kupimo in kaj je dobro za naše zdravje. »Slovenska podjetja smo pod strogim nadzorom vseh naših inšpekcijskih služb. Slovenija je majhna, inšpekcij je veliko in vsa podjetja imamo vsakotedenske preglede naših proizvodnih obratov. Naši standardi kakovosti, ki smo jih podedovali, so mnogo višji kot v marsikateri drugi evropski državi. Po drugi strani je marsikatero živilo na policah, o katerem ne vemo ne kje, ne kdo in ne v kakšnih okoliščinah ga je proizvedel. S korektnim poslovanjem se nam je v Sloveniji doslej zelo uspešno uspelo izogniti prehranskim aferam, s kakršno se denimo v zadnjem času srečuje Italija s toksinom v buffalo mozzarella ali s 70 milijoni litrov ponarejenega vina.«

MARJETA ŠOŠTARIČ



IZTOK BRIČL
Foto Roman Šipič



TATJANA ZAGORC
Foto Roman Šipič



ALEŠA KANDUS
Foto Roman Šipič