Številka: 013-22/2021/15

Datum: 17. 4. 2024

# Zadeva: Zapisnik 8. seje sveta za promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov

**Datum seje: 3. 4. 2024**

Kraj sestanka: MKGP, Dunajska 22, Ljubljana

Prisotni člani sveta: Roman Žveglič (KGZS), dr. Tatjana Zagorc (GZS – ZKŽP), Alenka Marjetič Žnider (ZZS), mag. Anita Jakuš (GZS - ZKŽP), Ana Le Marechal Kolar (MKGP) in Jožica Župec (MKGP), Toni Balažič (GZS - ZKŽP), Danilo Potokar (KGZS),

Odstotni: /

Prisotni ostali iz MKGP: ministrica Mateja Čalučić, državna sekretarka Eva Knez, mag. Štefi Videčnik, Tomaž Džuban, Peter Boršič, Klavdija Leskovar, Adrijana Bezeljak, Ines Fartelj

Ostali prisotni: /

Dnevni red seje:

 1. Sprejem dnevnega reda 8. seje sveta

2. Pregled sklepov 7. seje sveta

3. Zaključno poročilo promocije mesa - programsko obdobje 2020-2022

4. Zaključno poročilo promocije mleka - programsko obdobje 2020-2022

5. Plan sektorskih promocij za leto 2024

6. Predstavitev nove celostne grafične podobe nadaljnjih kampanj

7. Razno

AD1 Sprejem dnevnega reda 8. seje sveta

Svet je potrdil predlagan dnevni red 8. seje.

AD2 Pregled sklepov 7. seje sveta

Svet je pregledal sklepe 7. seje. Vsi sklepi so bili realizirani, razen sklep D - organizacija delavnice na temo poenotenja komuniciranja deležnikov z javnostmi in predvsem kriznega komuniciranja. Svet je sklenil, da se ta sklep zaenkrat umakne in se ga ponovno uvrsti na dnevni red, ko bo zadeva aktualna. Člani so tekom razprave govorili o dodatnih ciljih in vsebinah delavnice, ki je prvotno bila namenjena kriznemu komuniciranju, po novem pa naj bi bila delavnica usmerjena v sodelovanje vseh deležnikov pri oblikovanju promocije. Svet bo o vsebini delavnice še razpravljal. V delavnico bi naj bili vključeni vsi deležniki; KMGP, GZS, ZZS in KGZS.

Po mnenju g. Balažiča bi moral biti svet za promocijo v večji meri vključen tudi v procese odločanja in se vključevati pred oddajo javnih naročil. Ga. La Marechal pa je opozorila, da bi pri promociji morali v večji meri aktivirati tudi trgovce, da tudi oni začnejo promovirati slovensko hrano.

AD3 Zaključno poročilo promocije mesa - programsko obdobje 2020-2022

Ga. Župec je predstavila podrobno zaključno poročilo promocije mesa za programsko obdobje 2020-2022, ki se je izvajalo do konca leta 2023. Predlagala je, da se del neizkoriščenih namenskih sredstev, ki so bila vplačana v 2. programskem obdobju in niso bila porabljena v tem programskem obdobju (pri tem je poudarila, da do tega prihaja zaradi rednih zamudnikov plačil prispevka), in znašajo 6.473,04 EUR, v celoti prenesejo v 3. programsko obdobje sektorja mesa, s čimer se je svet strinjal.

Ga. Leskovar je predstavila rezultate meritev na potrošnikih, ki so pokazali predvsem uspešnost kampanje mesa IK v tem obdobju. Cilji so bili doseženi in preseženi na področju Naraščanja pogostosti nakupa slovenskega mesa, in mesa z označbo IK zaradi kampanje. Prepoznavnost znaka IK pri mesu je narasla iz 76% na 83%. Cilj »Narašča želja po lokalnem mesu« ni bil dosežen, oz. je je odstotek začetnih meritev padel za nekaj odstotnih točk. Razlaga k slabše doseženemu rezultatu je podala agencija, ki je meritev izvajala, in sicer, da je padec posledica globalnih razmer, ki smo jim priča zadnjih nekaj let, predvsem pa draginja, ki se je odražala tudi na prehrambnih izdelkih. G. Balažič je komentiral rezultate in podal mnenje, da je okolje v omenjenem obdobju negativno vplivalo na doseganje ciljev kampanje mesa, pri tem pa so rezultati skupek številnih dejavnikov. Po besedah ge. Zagorc je pomembno dodatno odkrivanje ključnih momentov, ki so pripeljali do teh rezultatov, med katerimi so gotovo tudi odnosi v verigi preskrbe s hrano, zato bo te izzive v prihodnje, potrebno nasloviti na sektorje same.

G. Balažič je predlagal, da bi bilo smiselno opraviti dodatno raziskavo o dopolnilnih razlogih za nekatere negativne trende v rezultatih. Svet tako predlaga sektorskemu odboru za meso, da del sredstev nameni nadaljnji, poglobljeni raziskavi vzrokov za slabše rezultate pri merjenju učinkovitosti kampanje.

V nadaljevanju je ga. Župec predstavila sodelovanje MKGP s promocijo mesa na dogodku »Teden restavracij« ter opozorila na izredno slabo sodelovanje deležnikov kot dobaviteljev mesa »izbrana kakovost – Slovenija« restavracijam, sodelujočim v »Tednu restavracij«. Ga. Le Marechal je poudarila, da je MKGP izvedel promocijo v HORECA segmentu zato, kar je bila to izrecna želja sektorja mesa, slednji pa v celotni akciji nato ni ustrezno sodeloval z dostavo in označevanjem mesa »izbrana kakovost – Slovenija« na dobavnicah. Tako je bil podan predlog, da tudi organizator dogodka »Teden restavracij« zbere informacije od vseh sodelujočih gostiln, in sporoči ministrstvu kje so težave v zvezi z dobavo slovenskega mesa »izbrana kakovost« v HORECA segment. Ministrstvo pa mora o tem obvestiti sektor mesa.

Po besedah ge. Knez bi morala biti promocija bolj usmerjena v lokalno in okolju prijazno pridelavo. Ga. Le Marechal je opozorila tudi na problematiko visokih deležev storitvenega zakola za lastno porabo, ki so izvzeti iz sistema plačevanja prispevka za promocijo.

Ministrica Čalušić, ki se je seji pridružila naknadno, je v nagovoru med drugim opozorila, da je promocija za sektorje zelo pomembna, saj se s tem pomaga opolnomočiti zadnji del verige preskrbe s kmetijskimi in živilskimi proizvodi, ter potrošnike ozavestiti, saj se le kompetenten potrošnik lahko odgovorno obnaša pri svojih nakupnih odločitvah.

AD4: Zaključno poročilo promocije mleka - programsko obdobje 2020-2022

Ga. Župec je predstavila podrobno zaključno poročilo promocije mleka v programskem obdobju 2020-2022, ki se je izvajalo do konca leta 2023. G. Boršič je predstavil rezultate raziskav, ki so v delu opaženosti in všečnosti kampanje, oziroma pogostosti nakupa slovenskega mleka in mleka z označbo IK zaradi kampanje narasla iz začetnih meritev 68%, kar na 78%. Prepoznavnost znaka IK pri mleku je 78%. Le pri rezultatu naraščanje želje po lokalnem mleku je odstotek nekoliko padel (na 67%) od začetnih meritev, kjer je bil rezultat 72%. Razlogi za padec so isti kot pri sektorju mleka, torej globalne razmere, ki so vplivale na rast cen tudi v Sloveniji.

Ga. Župec je povedala, da so ostala neizkoriščena namenska sredstva, ki so bila vplačana v 2. programskem obdobju (tudi tu zaradi zamude pri plačilih ni bilo možno teh sredstev vključiti v javna naročila), v višini 2.718,39 EUR ter predlagala, da se le-ta v celoti prenesejo v 3. programsko obdobje sektorja mleka, kar je svet potrdil.

AD5: Plan sektorskih promocij za leto 2024

Ga. Župec je predstavila načrt zbiranja prispevka za sektorske promocije za novo 3-letno programsko obdobje za sektor mesa in mleka od 2023-2025 ter sektorja sadja, in plan porabe vključno s prispevkom proračuna.

Svet se je seznanil s planom aktivnosti za leto 2024 (meso in mleko za program 2023-2025, ter sadje za program 2022-2024), znotraj katerega je predvidena:

* + promocija sektorja meso v višini 734.766,98, od tega 60 % prispevek sektorja, ostalo proračun,
	+ promocija sektorja mleko v višini 356,500 €, od tega 60% prispevek sektorja, ostalo proračun,
	+ promocija sektorja sadja v višini 150.000 €, od tega 34% prispevek sektorja, ostalo proračun.

Predstavljeni so bili argumenti in promocijski cilji kampanj, ciljne skupine, ton komunikacije ter orodja in kanali komunikacije za posamezen sektor. Izpostavljeno je bilo, da so programe promocij v celoti tudi že potrdili sektorski odbori za posamezen sektor. Poudarek v novih aktivnostih bo predvsem poglobljene razlage in zavedanje o shemi IK, izpostavitev osebnih koristi za kupca, torej zaupanje potrošnikov v lokalne proizvode oz proizvode iz sheme kakovosti. Prenovljene so ciljne skupine, ki bodo predvsem nakupni odločevalci 30-55 let, višji socialni status (60-70% proračuna), ter 30-40% proračuna ljubiteljem hrane, mladim mamicam, nosečnicam ter podmladku. Posebna ciljna skupina pa bo še naprej HORECA. Ton komunikacije bo precej bolj avtentičen, v ospredju bo potrošnik in koristi za njega. Materiali se bodo v tem opisu prilagodili posameznemu mediju.

AD6: Predstavitev nove celostne grafične podobe nadaljnjih kampanj

Ga. Bezeljak je predstavila novo celostno grafično podobo (CGP) nadaljnjih kampanj, ki jih pripravlja izvajalec Futura DDB. Ta naloga zajema izdelavo nove kreativne strategije za komunikacijsko platformo in nov CGP napis »Naša super hrana« ter nov slogan »Naša super hrana & Moja odločitev, Moja izbira, Moja prihodnost, Moje poreklo…..«. Vključena je tudi izdelava kreativne rešitve in produkcija novih orodij za kampanjo mleka in mesa.

Člani sveta so komentirali predlog CGP-ja. G. Balažič je bil mnenja, da je predlog precej generičen in bi ga bilo potrebno dopolniti z dodatnimi jasnejšimi sporočili, ki jasneje zasledujejo cilje kampanj.

AD7: Razno

* Ga. Župec je predstavila kratko poročilo o operativnem izvajanju plačila prispevka za promocijo, o plačnikih, zamudnikih ter strukturi plačnikov po sektorjih.
* Svet se je seznanil z novo obveznostjo MKGP glede promocije, ki jo po novem predpisuje Vlada RS. Na tej podlagi je obvezno objavljanje poročil o kampanjah ter obvezno predhodno pridobivanje soglasje Vlade RS za vse medijske zakupe v vrednosti nad 50.000 €.
* Člani sveta so ministrico opozorili na nerealno zahtevo vlade, da mora biti vsaka promocija v vrednosti na 50.000 EUR predhodno potrjena s strani vlade, saj je promocija po ZPKŽP sofinancirana iz sredstev sektorja in bi morala zato biti izvzeta iz teh določil. Ministrica Čalušić je svetu zagotovila, da se bodo znotraj MKGP o tem ustrezno pogovorili.
* Ga. Zagorc je pod točko razno opozorila ministrico, da je pri pripravi resolucije za prehrano bil živilskopredelovalni resor povsem izločen, saj ni imel imenovanega svojega predstavnika. Prav tako je opozorila, da v Strateškem svetu za prehrano GZS ZKŽP kot deležnik nima svojega predstavnika. Ministrica se je zavzela za ureditev te problematike.

**Sklepi:**

1. Svet je potrdil predlagani dnevi red 8. seje.

Svet je pregledal sklepe 7. seje. Vsi sklepi razen sklep B so bili realizirani. Svet je sklenil, da se sklep preoblikuje, iz prvotnega, ki je bil namenjen izključno kriznemu komuniciranju vseh deležnikov v prehrambni verigi (predvsem mesni), v odločitev, da se v nadaljevanju pripravi delavnico, ki bo usmerjena v sodelovanje vseh deležnikov pri oblikovanju promocije. Svet bo o vsebini delavnice še razpravljal. V delavnico bi naj bili vključeni vsi deležniki; KMGP, GZS, ZZS in KGZS.

1. Svet se je seznanil z zaključnim poročilom promocije mesa za programsko obdobje 2020-2022.
2. Svet se strinja, da se neizkoriščena namenska sredstva, ki so bila vplačana v 2. programskem obdobju, in ta znašajo 6.473,04 EUR, v celoti prenesejo v 3. programsko obdobje promocije sektorja mesa.
3. Svet predlaga sektorskemu odboru za meso, da del namenskih sredstev sektorja nameni za poglobljeno raziskavo vzrokov za padec uspešnosti pri kazalniku »Narašča želja po lokalnem mesu«, ki izhaja iz meritev uspešnosti promocijskih kampanj v letu 2023.
4. Svet se je seznanil z zaključnim poročilom promocije mleka za programsko obdobje 2020-2022.
5. Svet se strinja, da se neizkoriščena namenska sredstva sektorja mleko, ki so bila vplačana v 2. programskem obdobju in znašajo 2.718,39 EUR, v celoti prenesejo v 3. programsko obdobje promocije sektorja mleka.
6. Svet se je seznanil z novo celostno grafično podobo (CGP) nadaljnjih kampanj.
7. Zaradi preveč splošnega sporočila v predlogu CGP za nadaljnje kampanje je svet predlagal MKGP, da izvajalcu naroči dopolnitev slogana, ki bo jasno sporočal, da gre za lokalno hrano. Prav tako naj bodo promocijska orodja prilagojena glavnemu sporočilu, torej da gre za lokalno hrano.
8. Svet se je seznanil s poročilom o operativnem izvajanju plačevanja prispevka za promocijo.
9. Svet se je seznanil z novimi obveznostmi MKGP: na podlagi sklepa Vlade RS mora MKGP za vsako promocijsko kampanjo v vrednosti nad 50.000€ pred izvajanjem pridobiti odobritev Vlade RS.
10. Svet je izrazil veliko zaskrbljenost glede poseganja Vlade RS v promocijske aktivnosti sektorjev po ZPKŽP.
11. Ministrica Čališić je obljubila svetu, da se bodo o obveznem vladnem potrjevanju promocijskih kampanj po ZPKŽP ustrezno pogovorili na MKGP in za vlado pripravili ustrezne obrazložitve.
12. Ministrica Čalušić se je zavezala za ureditev problematike, ki jo je izpostavila ga. Zagorc, da GZS-ZKŽP ni bil vključen v pripravo resolucije za prehrano ter da kot deležnik nimajo svojega člana v Svetu za prehrano, kot je to bila do sedaj stalna praksa.

Zapisala:

mag. Štefi Videčnik, sekretarka sveta Roman Žveglič

 predsednik sveta