



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO IN OKOLJE

SLUŽBA ZA ŽIVILSKOPREDLOVALNO INDUSTRIJO IN
MEDNARODNO MEDINSTITUCIONALNO SODELOVANJE

Dunajska cesta 22, 1000 Ljubljana

T: 01 478 91 27
F: 01 478 90 13
E: pr.mkgp@gov.si
www.mkgp.gov.si

Številka: 3314-4/2011-13
Datum: 27. 3. 2013

Zadeva: Zapisnik 13. seje sveta za promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov

Datum seje: 25. marec 2013
Prisotni člani sveta: Aleša Kandus Benčina, Anita Jakuš, Anton Jagodic, Tatjana Zagorc, Janja Kokolj-Prošek, Adrijana Bezeljak, Ivan Kure
opravičeno odsotna: Marko Višnar
Prisotni ostali MKO: Marjeta Bizjak, Štefi Videčnik, Darija Valančič, Lucijan Cencič
Prisotni izvajalci: Miro Kline, Žiga Vraničar, Živa Prelog - Dialog

Sprejet dnevni red seje:

1. Sprejem dnevnega reda 13. seje Sveta za promocijo in potrditev zapisnika iz 12. seje sveta
2. Predstavitve posodobljene verzije predloga strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2013 – 2018 in skrajšane verzije strateškega načrta (dr. Kline in g. Vodušek, Dialog)
3. Potrditev strateškega načrta promocije
4. Imenovanje člana sveta za promocijo v strokovno komisijo za ocenjevanje predlogov označbe na javnem natečaju
5. Predstavitve izračunov za prispevek in pridobitev manjkajočih podatkov
6. Usmeritve članov sveta za izvajanje generične promocije za leto 2013
7. Razno

Razprava:

1) K 1. točki dnevnega reda:

Svet je potrdil dnevni red svoje 13. seje. Svet je pregledal zapisnik in sklepe 12. seje sveta. Sklep F še ni realiziran.

2) K 2. in 3. točki dnevnega reda:

Predstavnik Dialoga, g. Kline je predstavil dopolnjeno verzijo Predloga strateškega načrta promocije in kratko verzijo strateškega načrta. V predstavitvi se je osredotočil na proračun promocije in nove podatke Mediane.

Ga. Kandus Benčina je opozorila, da g. Kline v strategiji govorimo o bruto cenah, kar je treba deliti vsaj s 6, da dobimo neto cene, saj se na trgu podeljujejo do 90% rabati. Mnenja je, da je potrebno čim prej končanje strategije.

Ga. Strniša je povedala, da vodstvo MKO podpira intenzivno pripravo izvedbe zakona o promociji, saj je to tudi ministrova prioriteta. Potreben je premik in napredek, sektorji morajo čimprej doseči konsenz v ključnih odločitvah.

Ga. Jakuš je povedala, da nekateri njeni predlogi niso bili vključeni v strategijo, kot recimo razmejitve med: internim – externim komuniciranjem, analogni – digitalni mediji, generično promocijo in promocijo označb kakovosti. Želela je pojasnilo, zakaj določeni dani predlogi niso bili upoštevani. Pri kratki verziji strategije je opozorila, da je strategijo potrebno dopolniti, predlaga, da se v strategiji navaja sheme in prostovoljne označbe s skupno »označbo kakovosti«, opredeliti je treba interno in eksterno komuniciranje, katere informacije je treba komunicirati interno in katere eksterno (okolje, delovna mesta...). V sloganu »zelena miza regionalnih okusov« mora zelena miza biti definirana kot trajnostno. Na str. 12. je treba paziti na uporabo izraza »zdravo«, bolje je poudarjati »raznolikost« ali pa »s tradicijo«. Na str. 16 je treba vključiti oglaševanje. Manjkajo tudi ukrepi in orodja za izvedbo internega in zunanjega komuniciranja tako za splošno promocijo kot promocijo označb kakovosti. Pogreša tudi okvire za proračun in način pobiranja prispevkov. Priporočila za izvedbo v predlagani obliki ne sodijo v kratko strategijo.

Ga. Kandus Benčina je mnenja, da mora biti komuniciranje namenjeno predvsem externi javnosti. Internetni mediji danes finančno obvladujejo le 5% promocijskega trga. Internet se uporablja v velikem deležu le, kadar so sredstva omejena. V strategiji se ne smemo omejevati na deleže, koliko proračuna se dodeli posameznim medijem (analogno - digitalno). Strategija naj le omenja, katere kanale bomo uporabljali za interno, katere pa za eksterno komuniciranje.

Ga. Zagorc je poudarila, da je za interno komuniciranje potrebno uporabiti le orodja kot so brošure, lifleti in internetna stran, kar pa ne sme biti drago. Glede usklajevanja kakovostnih parametrov je mnenja, da je potrebno intenzivirati sestanke s sektorskimi odbori, svet jim mora pri tem pomagati.

Ga. Jakuš predlaga, da začnemo s splošno skupno promocijo, ki naj bo nadgradnja jesenske promocije o hrani iz naše bližine ali pa se uporabi izhodišča za skupno splošno promocijo, ki so navedena v predlogu strateškega načrta. Opozorila je tudi na težave, ki se lahko pojavijo pri oblikovanju shem kakovosti.

Glede deleža slovenske surovine je g. Cencič predlagal, da se predpiše 100% slovensko, pri tem pa naj mlekarne ločujejo cisterne s slovenskim mlekom od ostalih. Glede govedine je izraz slovensko meso bolj zapleteno, saj sledljivost zahteva, da se napiše ime države rojstva, vse države reje in država zakola.

Ga. Kokolj Prošek je mnenja, da je treba internetno komuniciranje izvajati obojestransko. Vzpostaviti je potrebno verige. Potrebno je prepričati akterje – sektorske odbore, ki morajo v tej fazi definirati kakovostne parametre. V naslednjih korakih je potrebno najprej določiti kakovostne parametre, nato se začne izvajanje generične promocije, ki pa jo želimo izvajati čim bolj usmerjeno, da ne bi bila sporočila v prvi fazi nasprotna tistim, ki jih bomo plasirali v promociji shem kakovosti. G. Jagodic se je strinjal z go. Kokolj Prošek, da pred sprejemom strategije ni možno izvajati generične promocije.

Ga. Strniša je predlagala, da se preferira 1-2 sektorja, ki sta najbolj pripravljena, ostali bodo sledili dobrim praksam.

Ga. Zagorc je povedala negativne izkušnje iz projekta »kupujmo slovensko«, pri katerem zgubljajo zaupanje potrošnikov zaradi uvoženih surovin, zato se zavzema za promocijo izdelkov iz slovenske surovine, ne pa tudi tuje surovine. Zavzema se, da nobenega sektorja ne izločimo iz promocije, ampak jih spodbujamo, da se organizirajo znotraj sektorja (prilagoditve silosov...). Ker bodo po zakonu plačevali kmetovalci in ŽPI, bi promocija tujih surovin vzbudila njihovo nejevoljo.

Ga. Bavec je povedala, da bodo stroški s certificiranjem shem kakovosti prvih 5 let lahko pokriti s PRP.

Ga. Bizjak je predlagala, da se uvedejo tedenski sestanki s sektorskimi odbori, ki so najbolj pripravljeni za začetek promocije. Strategija naj bo enostavna, ki ne zavezuje preveč. Podrobnosti naj definira program promocije.

Svet je sklenil, da strategija še ni primerna za potrditev. Dialog do petka, 29. 3. 2013 pripravi popravke kratke verzije strategije glede na današnje pripombe članov. Člani sveta nato vpišejo svoje pripombe v word dokumentu in jih do 5. 4. 2013 pošljejo na MKO. Dialog bo nato do 10. aprila pripravil dopolnitve strategije. Če posamezni popravki ne bodo upoštevani, bo MKO pripravil razlage, zakaj niso upoštevani. Vzporedno se izvaja tudi popravke daljše verzije, v kolikor imajo člani še pripombe. Prečiščena verzija se sprejme na naslednji seji sveta, 15. 4. 2013, nato se strategija pošlje v medresorsko usklajevanje. Pred obravnavo na vladi želi svet še vpogled v zadnjo verzijo strategije.

3) K 4. točki dnevnega reda:

Ga. Kokolj Prošek je povedala, da MKO pripravlja javni natečaj za izdelavo označbe, ki bo izveden v dveh korakih; v prvem koraku strokovna komisija izbere 5 najboljših predlogov, pridobljenih na odprtem natečaju, ki bodo nato testirane na ciljni/laični javnosti. Svet je pozvala, da imenuje enega člana v strokovno komisijo.

Svet je soglasno imenoval go. Alešo Kandus Benčina v komisijo za ocenjevanje predlogov grafične rešitve označbe po zakonu o promociji.

Svet je nadalje sklenil, da se v drugi fazi ocenjevanja vključi med intervjuvance tudi ostale člane sveta za promocijo.

Na opozorilo ge. Jakuš, da je bilo na svetu predhodno sklenjeno, da se za namen zakona o promociji uvede prostovoljna označba in ne shema kakovosti, je ga. Kokolj Prošek pojasnila, da je kontrolirana kakovost edina ustrezna rešitev, saj je raziskava pokazala, da kupci pričakujejo kakovost in redno kontrolo. Prav tako pa mora po EU zakonodaji biti kakovost pred poreklom surovine.

Na vprašanje ge. Jakuš kdo odda vlogo za zaščito živila po shemi kakovosti je g. Cencil pojasnil, da lahko vlogo za zaščito živila odda GIZ, združenje, ali zadruga. Ko je enkrat živilo zaščiteno, pa lahko zaprosi za pridobitev sheme tudi vsak naslednji posameznik ali združenje, ki izpolni iste pogoje (npr. za mleko zaprosi GIZ mleko z vsemi specifikacijami, za meso pa GIZ meso).

Svet je sklenil, da se zaradi pospešitve postopkov MKO še posebej posveti sektorju mleka (takoj za tem pa še sektorjema sadja in zelenjave) in pospeši določanje kakovostnih parametrov

4) K 5. točki dnevnega reda:

Ga. Valančič je predstavila posodobljene izračune višine sredstev, ki se bodo zbrala po zakonu. Člani so glede mleka opozorili, da količina odkupljenega mleka ni ustrezen podatek za obračun, treba je jemati količino v mlekarni prevzetega mleka, saj gre del odkupa v izvoz. Ga. Kokolj Prošek je povedala, da MKO redno dela na posodobitvah podatkov, vendar potrebuje še pomoč članov sveta in njihovih institucij, saj MKO ne razpolaga z vsemi podatki.

5) K 6. točki dnevnega reda:

Glede usmeritve sveta za skupno splošno promocijo je ga. Kokolj Prošek povedala, da je naloga sveta glede na določbe 24. člena zakona, da predlaga ministru usmeritve za program promocije. Člani sveta še niso podali usmeritve. To nameravajo po sprejetju strategije

6) K 7. točki dnevnega reda:

Pod točko razno je ga. Kandus Benčina predstavila raziskavo Mediane o tržnih deležih posameznih trženjskih kanalov v Sloveniji.

Sklepi:

- A. Člani sveta so sprejeli okvirni predlog dnevnega reda 13. seje sveta. Svet je sprejel zapisnik 12. seje sveta.
- B. Svet je sklenil, da strategija še ni primerna za potrditev. Dialog do petka, 29. 3. 2013 pripravi popravke kratke verzije strategije glede na pripombe članov, podanih na seji. Člani sveta nato vpišejo svoje pripombe v word dokumentu in jih do 5. 4. 2013 pošljejo na MKO. Dialog bo nato do 10. aprila pripravil dopolnitve strategije. Če posamezni popravki ne bodo upoštevani, bo MKO pripravil razlage, zakaj niso upoštevani. Vzporedno se izvaja tudi popravke daljše verzije na enak način, v kolikor imajo člani še pripombe. Prečiščena verzija se sprejme na naslednji seji sveta, 15. 4. 2013, nato se strategija pošlje v medresorsko usklajevanje. Pred obravnavo na vladi želi svet še vpogled v zadnjo verzijo strategije.
- C. Svet je soglasno imenoval go. Alešo Kandus Benčina v komisijo za ocenjevanje predlogov grafične rešitve označbe po zakonu o promociji.
- D. Svet je sklenil, da se v drugi fazi ocenjevanja predlogov grafičnih rešitev označbe vključi med intervjuvance tudi člane sveta za promocijo.
- E. Svet je sklenil, da bo naslednja seja sveta 15. aprila 2013 ob 13h na MKO.

Zapisala:

Štefi Videčnik

Aleša Kandus Benčina
Predsednica sveta za promocijo kmetijskih in
živilskih proizvodov