



Tlačová správa

V Bratislave, 27.04.2012

Kvalita z našich regiónov rastie!

Projekt „Kvalita z našich regiónov“ je projekt spoločenskej zodpovednosti založený na vzdelávaní spotrebiteľa a spolupráci všetkých účastníkov trhu. Zväz obchodu a cestovného ruchu Slovenskej republiky, ako gestor projektu „Kvalita z našich regiónov“ a všetci partneri majú záujem podporovať aktivity, ktoré smerujú k zvýšeniu podielu domácich produktov a zlepšeniu makroekonomických ukazovateľov Slovenska.

Druhý ročník kampane „Kvalita z našich regiónov“ vzdelávacieho projektu na podporu stability makroekonomiky Slovenska stavia na silných a pozitívnych základoch vytvorených prácou všetkých partnerov Projektu zapojených do „štartovacieho“ ročníka 2011.

CIELE PROJEKTU

- **vzdelávať občanov, aby získali základné ekonomické znalosti, ktoré im pomôžu rozhodovať sa pri nákupe z pohľadu makroekonomiky**
- **vysvetľovať spotrebiteľom, ako funguje ekonomika** a ako sa aj oni môžu podieľať na zlepšovaní kvality života spoločnosti, ktorej sú súčasťou
- **vysvetliť širokej spotrebiteľskej verejnosti, prečo je pre nich výhodné nakupovať výrobky ktoré boli dopestované alebo vyrobené v národnom regióne**
- **ovplyvniť nákupné správanie** a stabilizovať spotrebiteľské návyky v prospech regionálnych výrobkov a národného trhu
- **podpora prvovýrobcov, výrobcov a predajcov v regiónoch Slovenska**
- **podpora zamestnanosti a ďalších makroekonomických ukazovateľov Slovenska**
- **vytvorenie predpokladov na zlepšovanie dodávateľsko-odberateľských vzťahov**
- **podporiť národnú hrdosť** prostredníctvom vybudovania afinity k regionálnym produktom a úcty k vlastnej práci a práci svojich spoluobčanov
- **zlepšiť štruktúru ponuky žiadaných profesií na trhu práce** prostredníctvom zvýšenia atraktivity a obnovenia stavovskej cti jednotlivých remesiel
- **cieľom je rovnako aj vzdelávanie spotrebiteľa ohľadom významu kvality produktov** s dôrazom na potraviny a ich súvislosť so zdravotným stavom jedinca a spoločnosti

FILOZOFIA PROJEKTU JE ZALOŽENÁ NA

- **spoločenskej zodpovednosti**

Projekt môžeme zaradiť medzi projekty spoločenskej zodpovednosti, nakoľko ciele tohto Projektu spadajú do „vecí verejných“ teda v prospech celej spoločnosti a nesledujú len parciálne ciele partnerov tohto Projektu, ale primárne sú zamerané na podporu makroekonomiky štátu prostredníctvom vzdelávania obyvateľstva

- **systémovom a komplexnom riešení**

Projekt nerieši len určitú kategóriu výrobkov, ale je zameraný tak na potraviny, nepotraviny ako aj na služby, ktoré spĺňajú kritériá podpory makroekonomiky Slovenska. Dotýka sa aj ďalších celospoločenských tém, ktoré s makroekonomikou priamo súvisia.

- **partnerskom princípe spolupráce všetkých účastníkov trhu**

Projekt Kvalita z našich regiónov je postavený na partnerskej spolupráci jednotlivých partnerov z radov obchodu, výroby, štátnej správy, médií a ďalších s cieľom zapojiť do projektu spotrebiteľa

- **edukácii spotrebiteľa**

Zabezpečenie cieľov projektu je postavené na edukácii obyvateľstva prostredníctvom komunikácie cez médiá rôznymi formami a nosičmi, cez interné komunikačné nosiče jednotlivých Generálnych partnerov Projektu

- **synergii komunikácie**

Positívne výsledky a dosahovanie cieľov tempom, ktoré Projekt Kvalita z našich regiónov dosiahol je dielom a zásluhou snaženia všetkých partnerov a ich ďalších komunikačných aktivít ktoré sú pridanou hodnotou pre myšlienku edukácie spotrebiteľa

- **transparentnosti**

Koordináciu kampane Projektu ovplyvňuje koordinačný výbor, ktorý je tvorený zo zástupcov Generálnych a ďalších partnerov projektu. Na svojich pravidelných stretnutiach sa významnou mierou spolupodieľajú na dotváraní projektu „Kvalita z našich regiónov“

- **dobrovoľnosti**

Každý z partnerov ktorý sa rozhodne vstúpiť do Projektu, robí tak so svojho presvedčenia, že táto aktivita bude na prospech nielen jeho záujmom, ale na prospech celej spoločnosti

SYSTEM VZDELAVANIA SPOTREBITEĽA A OZNAČOVANIA VÝROBKOV

1. Základná vzdelávacia a komunikačná kampaň projektu „Kvalita z našich regiónov“
2. Doplnkové kampane k projektu „Kvalita z našich regiónov“
3. Podporné vzdelávacie projekty so špeciálnym zameraním
4. Aktivity v regiónoch v spolupráci so samosprávou
5. Špeciálne aktivity na báze spolupráce podnikateľských subjektov
6. Označovanie výrobkov

PREČO SA DO PROJEKTU ZAPOJILI?

BILLA ako spoločnosť, v ktorej hrá spoločenská zodpovednosť kľúčovú úlohu, považuje podporu domácej ekonomiky za základný predpoklad trvalého rozvoja celej spoločnosti. Preto sme s rozhodnutím o partnerstve v projekte neváhali ani sekundu a rozhodli sme sa hneď. Primäli nás k tomu aj dobré výsledky minuloročnej kampane, ktorá sa stretla s veľmi pozitívnym ohlasom našich spotrebiteľov.

Jiří Králíček, COO, BILLA

COOP Jednota v tejto oblasti vyvíja už niekoľko rokov vlastné aktivity. Hlavne v oblasti označovania tovarov, podpory regionálnych producentov zaradením ich tovarov do predaja v príslušnom regióne, v komunikácii na zákazníka a v neposlednom rade aj v oblasti produktového marketingu a predaja slovenských tovarov pod značkou COOP Jednota. Zapojenie sa do tohto projektu bolo logickým krokom nakoľko ciele projektu sa zhodovali s cieľmi COOP Jednoty v tejto oblasti: Cieľom projektu bolo vzdelávať občanov, aby získali základné ekonomické znalosti, apelovať na ich zodpovednosť voči svojmu regiónu a aby ho hlavne podporovali, pretože tým podporujú sami seba. Iniciatíve predchádzal projekt „Nakupujeme doma“ na ktorom COOP Jednota participovala tiež. Projekt napomáha zvyšovaniu všeobecného poznania a robí reklamu slovenským výrobkom a ich producentom. Ak spotrebiteľ takúto aktivitu zachytí v médiách, je tu šanca, že sa začne o problematiku zaujímať a v lepšom prípade môže prehodnotiť svoje nákupné zvyklosti. Spoločenský prínos je nezanedbateľný, hlavne v týchto ťažkých časoch môže pomôcť naštartovať ekonomiku.

Ing. Jozef Horečný, riaditeľ odboru marketingu, COOP Jednota Slovensko

Kampane sa zúčastňujeme z viacerých dôvodov, medzi najhlavnejšie patrí to, že sa považujeme za súčasť slovenskej spoločnosti a každodenného života Slovákov a cítime spoločenskú zodpovednosť nielen voči krajine ale aj regiónom, v ktorých pôsobíme. Patríme medzi najväčších zamestnávateľov ako aj obchodníkov na Slovensku a podpora obchodu a dodávateľsko-odberateľských vzťahov

na úrovni regiónov je pre nás veľmi dôležitá. V neposlednom rade to bola i skutočnosť, že domáce výrobky sa tešia obrovskej popularite a sú dôležitou súčasťou nášho sortimentu. To, že do kampane vstúpili obe strany, t.j. dodávatelia a maloobchod, považujeme za vynikajúcu kombináciu, pretože môžeme využiť mnoho synergií.

Martin Gärtner, vedúci úseku reklama, Kaufland

Naším prvoradým záujmom je podporovať slovenských dodávateľov a zvyšovať podiel domácej potravinovej produkcie v ponuke pre našich zákazníkov.

Ak chceme, aby ľudia kupovali slovenskú produkciu, tak okrem ponuky jej kvality a cenovej atraktivity je nevyhnutné ľuďom vysvetľovať, prečo je pre nich dobré a výhodné, keď ju budú preferovať pri svojich nákupoch. Toto je tá najsprávnejšia cesta, ktorou by sme sa mali všetci uberať.

Gabriel Točka, Corporate Affairs Manager, Tesco

Skúsenosť s projektom máme už z minulého roku, keď sme boli partnerom doplnkového projektu Kvalitné leto na Vive. Počas dvojmesačnej komunikácie naša značka Harmony posilnila svoju pozíciu a zvýšila svoj kredit u spotrebiteľov, ktorým záleží na prosperite a budúcnosti Slovenska. Rozhodovanie o partnerstve v 2. ročníku projektu podporili aj výsledky výskumu trhu, ktoré ukázali mimoriadne pozitívny postoj slovenských spotrebiteľov k myšlienke a cieľom projektu.

Pre nás, ako slovenského výrobcu a dodávateľa na domáci trh, má tento projekt nesmierny význam. Pôsobíme v silnom konkurenčnom prostredí nielen slovenských, ale najmä zahraničných značiek. Veríme, že vďaka projektu posilníme značku Harmony na slovenskom trhu, že si ju spotrebiteľia ešte viac obľúbia a budú si ju spájať s výrobcom, ktorému záleží na podpore slovenskej ekonomiky a hlavne zamestnanosti. Produkty papierovej hygieny dodávame na slovenský trh už vyše 100 rokov a veríme, že aj vďaka projektu Kvalita z našich regiónov budú naše výrobky aj naďalej súčasťou spotrebiteľského koša mnohých Slovákov.

Ing. Jaroslav Kollár, riaditeľ predaja a marketingu SHP Harmanec, a.s.

Aktuálny podiel slovenských potravín ako na pultoch predajní, tak aj v košíkoch spotrebiteľov je kritický. Podľa viacerých štúdií a prieskumov máme najnižší podiel domácich potravín na pultoch nielen v rámci krajín V4 ale tiež v rámci krajín Európskej únie. Projekt Kvalita z našich regiónov sa ako prvý rozhodol osloviť nielen odberateľov ale aj obchodné siete a aktívne komunikuje na spotrebiteľ a vzdeláva ho. Spotrebiteľ si pred pultom s výrobkami často neuvedomuje, ktorý výrobok je slovenský, resp. ho to ani nezaujíma. Produkty označené logom Kvalita z našich regiónov jasne identifikujú pôvod výrobku, čo uľahčuje správanie sa spotrebiteľa. Vďaka projektu sa nám podarilo rozšíriť pozície výrobkov na pultoch u vybraných obchodných partnerov.

Ing. Mikuláš Šranko, marketingový riaditeľ, HYZA

Projekt KZNR je pozitívny, úspešný a má ciele a hodnoty, s ktorými sa stotožňujeme. Pozitívne prijatie projektu slovenskou verejnosťou a dosiahnuté výsledky zapojených partnerov – teda celkovo úspešný štart nás presvedčil o tom, aby sa aj naše spoločnosti Liptovská mliekareň/Milex NMV stali súčasťou tohto perspektívneho projektu. Pre nás, ako výrobcov mliečnych produktov boli veľmi zaujímavé aj výsledky prieskumu, podľa ktorého sú Slováci najviac ochotní si priplatiť za slovenské značky mliečnych výrobkov.

Veľký podiel mliečnych produktov na Slovensku má žiaľ ešte stále komoditný charakter a nízka cena je pri týchto produktoch dôležitá. Naše slovenské mliečne výrobky často súťažia na regáli o pozornosť zákazníka s lacnými importovanými výrobkami zo zahraničia, ktoré sa tu mnohokrát objavia iba jednorázovo a keďže nemajú svoje meno-značku, nemajú čo stratiť. Buď sú vyrábané v prvovýrobe s vyššími dotáciami danej krajiny, alebo využívajú legislatívu okolitých krajín, ktorá je k niektorým produktom zhovievavejšia. Bojujú iba s cenou. Preto by sme v rámci projektu „Kvalita z našich regiónov“ radi využili príležitosť aj na komunikáciu pridanej hodnoty, ktorú chceme zákazníkom s našimi mliečnymi výrobkami značiek Liptov, Apetito, Bambino a Lunex prinášať.

Ľuboš Mudrák, Obchodný riaditeľ Liptovská mliekareň, a.s./ Milex NMnV, a.s.

Sme slovenský výrobca a je preto samozrejmosťou, že budovanie spotrebiteľskej afinity k regionálnym produktom sa stalo jednou z našich priorít. Kladieme veľký dôraz na inovatívnosť, kvalitu a udržateľný rast. Tieto kritéria sú veľmi blízke aj projektu Kvalita z našich regiónov, partnerom ktorého sme aj tento rok. Po pozitívnych skúsenostiach z prvého ročníka sme presvedčení, že našou účasťou opäť prispejeme k zdravému rozvoju a stabilite nášho regiónu.

Spoločnosť McCarter

Projekt spoločenskej zodpovednosti, Kvalita z našich regiónov, nás oslovil so svojou myšlienkou podpory kupovania slovenských produktov, ktorú by si mali všetci spotrebiteľia osvojiť. Pretože kúpou slovenských výrobkov podporujeme nielen ekonomiku Slovenska, ale aj samých seba a zamestnanosť vo svojom regióne. Pri útoky zahraničných výrobkov na naše pulty je tento cieľ potrebné propagovať v čo najväčšej možnej miere, a nemal by byť záležitosťou jedného roka, preto sa do tohto projektu zapájame aj v roku 2012.

Ing. Gabriela Pyteľová, výkonná riaditeľka PENAM SLOVAKIA, a.s.

Naša spoločnosť Slovenské pramene a žriedla, a.s., dodáva na trh tie najkvalitnejšie a najpredávanejšie prírodné minerálne vody Budiš, Fatra, Fatra Extra, Gemerka ako aj osviežujúce a chutné pramenité vody pod značkou Zlatá Studňa, aké sa v Európe nachádzajú. Portfólio dopĺňa aj obľúbený kofolový nápoj Šofocola. Sú to slovenské produkty s bohatou históriou. Ich kvality poznali naši predkovia a pili ich s rovnakou chuťou, s akou si ich kupujú naši súčasní zákazníci. Preto je pre nás prirodzené, že podporujeme a zapájame sa do projektu, ktorý chce top slovenské produkty tej najlepšej kvality ešte viac priblížiť ľuďom a dodať im punc výnimočnosti, ktorý im právom patrí.

Monika Mišíková, Senior Brand Manager, Slovenské pramene a žriedla, a.s.

Naša spoločnosť má výrobnú základňu na Slovensku a považujeme za mimoriadne dôležité motivovať spotrebiteľov k nákupu výrobkov vyrobených na Slovensku, v jeho regiónoch a tým podporovať zamestnanosť. Hoci sa vie o spoločnosti St. Nicolaus, že je to slovenský výrobca, zo srdca Liptova, nie je na škodu to ukázať aj takouto aktivitou. Pre nás je to spojenie Kvality a Regionality, z ktorej vychádza naša tradícia, dedičstvo a tým pádom aj kvalita.

Ing. Peter Križan, Chief Sales Executive, ST. NICOLAUS - trade

PARTNERI PROJEKTU

Záštita:

Ministerstvo hospodárstva SR

Gestor:

Zväz obchodu a cestovného ruchu SR

Generálni partneri:

BILLA, COOP Jednota Slovensko, Kaufland, Tesco, Harmanec, HYZA, Liptovská Mliekareň/MILEX, Penam, RIO, St. Nicolaus, Slovenské pramene a žriedla

Partneri:

A SMS, GfK Slovakia, ZMOS

Mediálni partneri:

Azet karta, Azet katalóg, Bedeker Zdravia, Gastro, InStore, Jemné melódie, LOTOS PLUS, PATRIOT, Markíza, DOMA, Region Press, Roľnícke noviny, Profi Press, RTVS, TA3, TASR, Tovar&Predaj

Autor Projektu:

Tauchmannová Bohumila