



Zväz obchodu
a cestovného ruchu SR



Tlačová správa

V Bratislave, 20.09.2011

Kvalita z našich regiónov

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“, má záujem podporovať aktivity, ktoré smerujú k zvýšeniu podielu domácich produktov a zlepšenia makroekonomických

ukazovateľov Slovenska

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
- podporiť predaj a kúpu výrobkov vyrobených na regionálnom trhu
- ovplyvniť nákupné správanie a stabilizovať spotrebiteľské návykyv prospech regionálnych výrobkov a národného trhu
- stabilizáciaa podpora dopytu na vnútornom trhu
- podpora prvovýrobcov, výrobcov a predajcov v regiónoch Slovenska
- podpora zamestnanosti a ďalších makroekonomických ukazovateľov
- vytvorenie predpokladov na zlepšovanie dodávateľsko-odberateľských vzťahov
- podporiť národnú hrdosť prostredníctvom vybudovania afinity k regionálnym produktom a úctu k vlastnej práci a práci svojich spoluobčanov, vedieť sa presadiť na domácom aj zahraničnom trhu

VÝSLEDKY PRIESKUMU K PROJEKTU REALIZOVANÉHO PO SKONČENÍ KAMPANE

Termín realizácie: 09/2011

Realizátor prieskumu: GfK Slovakia

Spontánna znalosť kampane projektu

Otázka pre respondentov: V poslednom období médiá komunikovali kampaň na podporu našich regiónov, v ktorej sa hovorí, že je prospešné nakupovať výrobky z našich regiónov a výrobky s označením Kvalita z našich regiónov. **Zaregistrovali ste túto kampaň?**

- **Áno, určite - 26 %**
- **Asi áno, ale nie som si istý - 46 %**
- **Nie - 16 %**
- **Nevie - 12 %**

Pochopenie kampane spotrebiteľom

Otázka pre respondentov: **Čo je podľa Vás hlavným posolstvom tejto reklamy?**

- **Podpora predaja slovenských výrobkov/výrobkov z regiónov – 65 %**
- **Znížiť počet nezamestnaných/dať ľuďom prácu – 24 %**
- **Podpora regiónov – 11 %**
- **Podpora domácich výrobcov – 10 %**
- **Podpora ekonomiky – 8 %**

Potreba vzdelávania spotrebiteľa prostredníctvom edukačných projektov

Otázka pre respondentov: **Myslíte si, že je potrebné takýmto spôsobom vzdelávať spotrebiteľa, vysvetľovať mu, prečo je pre neho dôležité nakupovať domáce výrobky, ako tým podporí slovenskú ekonomiku, seba a svoje okolie?**

- **Áno tento spôsob je výborný – 79 %**
- **Áno, ale iným spôsobom – 14 %**
- **Nie, vôbec to nie je potrebné – 7 %**

Logo kampane

Otázka pre respondentov: **V súčasnosti sú niektoré slovenské výrobky označené logom „Kvalita z našich regiónov“. Zaregistrovali ste takéto logo na výrobkoch?**

- **Áno, určite – 36 %**
- **Asi áno, ale nie som si istý/á – 42 %**
- **Rozhodne nie – 13%**
- **Neviem – 9%**

Otázka pre respondentov: **označenie týmto logom je:**

- **Lahko zapamätateľné**
 - **Určite áno – 55 %**
 - **Skôr áno – 38 %**
 - **Skôr nie – 6 %**
 - **Určite nie – 1%**
- **Vzbudzujúce hrdosť na slovenské výrobky**

- Určite áno – 46 %
 - Skôr áno – 43 %
 - Skôr nie – 9 %
 - Určite nie – 2 %
- Motivujúce ku kúpe slovenských výrobkov
 - Určite áno – 39 %
 - Skôr áno – 50 %
 - Skôr nie – 9 %
 - Určite nie – 2 %

SYSTÉM VZDELÁVANIA SPOTREBITEĽA A OZNAČOVANIA VÝROBKOV

Dôvodom vzniku a realizácie projektu „Kvalita z našich regiónov“ bol nepriaznivý vývoj zastúpenia a podielu tovarov z domácej produkcie na trhu Slovenska. Prieskumy ukázali, že v mladšej populácii klesá vnútorné presvedčenie potreby nakupovať domáce výrobky a taktiež ich vzťah k domácim produktom s vekom klesá. Cieľom projektu je zmeniť a stabilizovať spotrebiteľské správanie v prospech domácich produktov prostredníctvom vzdelávania a komunikácie so spotrebiteľom. Je vytvorený za účelom podpory makroekonomiky a podpory vnútorného trhu.

Projekt „Kvalita z našich regiónov“ môžeme rozčleniť na dve časti:

A: Systém vzdelávania a komunikácie so spotrebiteľom

B: Systém označovania výrobkov

A: Systém vzdelávania a komunikácie so spotrebiteľom

1. Základná vzdelávacia a komunikačná kampaň projektu „Kvalita z našich regiónov“

Tvorí základný kameň, filozofiu všetkých ďalších navrhnutých aktivít v systéme vzdelávania spotrebiteľa. Podmienkou dosiahnutia cieľov projektu bude viacročná komunikácia so spotrebiteľom.

Ciele projektu a kampane „Kvalita z našich regiónov“

- 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

- **podporiť predaj a kúpu výrobkov vyrobených na regionálnom trhu**
- **ovplyvniť nákupné správanie** a stabilizovať spotrebiteľské návyky v prospech regionálnych výrobkov a národného trhu
- stabilizácia a podpora dopytu na vnútornom trhu
- **podpora prvovýrobcov, výrobcov a predajcov v regiónoch**
- podpora zamestnanosti a ďalších makroekonomických ukazovateľov
- **vytvorenie predpokladov na zlepšovanie dodávateľsko-odberateľských vzťahov**
- **podporiť národnú hrdosť**, byť hrdý na výsledky svojej práce, vedieť si ich vážiť, ale aj vedieť sa presadiť na trhu práce a uplatniť sa na ňom

Realizácia tejto základnej kampane projektu na podporu makroekonomiky sa realizovala v jeho oklieštenej podobe už v roku **2009** pod názvom „**Nakupujeme doma**“ v mesiacoch júl –august. Prieskum ukázal, že táto komunikačná kampaň zameraná na zmiernenie cezhraničného nakupovania bola úspešná.

V roku **2011** pod názvom „**Kvalita z našich regiónov**“ v mesiacoch máj-jún **prebiehal projekt a vzdelávacia kampaň** v jeho komplexnej podobe so zapojením všetkých účastníkov trhu.

2. Doplnkové kampane k projektu „Kvalita z našich regiónov“

Počas jednotlivých ročníkov realizácie projektu „Kvalita z našich regiónov“ popri hlavnej komunikačnej a vzdelávacej kampani bude dôležité **realizovať podporné komunikačné aktivity, ktoré budú rozvíjať základnú kampaň, jej myšlienky a ciele.**

Príkladom tejto doplnkovej kampane k základnému vzdelávaciemu projektu Kvalita z našich regiónov je realizácia kampane v mesiacoch júl –august 2011 nadväzujúca na základnú kampaň Kvalita z našich regiónov 2011 pod názvom „**Kvalitné leto na VIVE**“, ktorá bude prebiehať počas leta v 16 mestách vo všetkých krajoch Slovenska pred nákupnými centrami a samozrejme celé dva mesiace v éteri na vlnách rádia VIVA.

3. Podporné vzdelávacie projekty so špeciálnym zameraním

Jedným z cieľov Projektu kvalita z našich regiónov je zvýšenie zamestnanosti. S témou zamestnanosť, zamestnanci je spojený aj problém nedostatku kvalifikovaných ľudí v potrebnej štruktúre. V prvovýrobe, výrobe, obchode je nedostatok zamestnancov, ktorí spĺňajú požadované kvalifikačné predpoklady. **Projekt Kvalita z našich regiónov má vytvorený televízny formát na podporu image remesiel a atraktivity odborného učňovského školstva.** Nezanedbateľný aspekt týchto podporných projektov je aj **rozvíjanie národnej hrdosti** v rovine váženía si výsledkov práce, zvyšovanie sebavedomia v tejto oblasti a tým aj **zlepšenie schopnosti uplatnenia sa na trhu.**

4. Aktivity v regiónoch v spolupráci so samosprávou

Uvedomujeme si dôležitosť rovnomernej podpory ekonomiky a zamestnanosti vo všetkých regiónoch Slovenska. Preto je našou snahou rozvíjať spoluprácu so Združením miest a obcí Slovenska. Vzdelávať na úrovni regiónov, dať možnosť ochutnať /napríklad na jarmokoch/

spotrebiteľovi nové, ale aj tradičné produkty a výrobky, aby si ich obľúbil, hľadal v obchode a týmto „tlakom zdola“ pomohol dostať tieto produkty na pulty obchodov.

V tejto rovine projektu „Kvalita z našich regiónov“ bude aj dôležité vysvetliť pestovateľom a výrobcom aby sa dokázali prispôsobiť požiadavkám obchodu čo do stálosti kvality, objemu a plynulosti dodávok a iných podmienok úspešnej spolupráce a vytvorili napríklad rôzne združenia za účelom zvýšenia konkurencieschopnosti a iné formy prispôsobenia sa požiadavkám doby.

5. Špeciálne aktivity na báze spolupráce podnikateľských subjektov

V rámci projektu „Kvalita z našich regiónov“ je priestor na realizáciu špeciálnych aktivít a programov spolupráce konkrétnych podnikateľských subjektov z oblasti obchodu na jednej strane a podnikateľov z radov pestovateľov, výrobcov, remesiel, regiónov.. na mikroúrovni, alebo aj s celoslovenským významom.

Táto forma spolupráce bude rôznorodá, ale čo sa týka podpory cieľov projektu „Kvalita z našich regiónov“ bude v budúcnosti určujúca. **Jej význam bude rásť**, nakoľko bude môcť byť realizovaná nielen na celonárodnej úrovni, ale na tej najjemnejšej regionálnej úrovni a týmto sa bude môcť dotýkať veľkej množiny podnikateľov a temer každého spotrebiteľa.

B: Systém označovania výrobkov

Systém označovania výrobkov je jedným zo základných podmienok dobrej orientácie spotrebiteľa, aby mohol ľahko a jednoznačne rozoznať ktorý produkt, výrobok bol dopestovaný, alebo vyrobený na Slovensku. Zároveň je aj predpokladom dosiahnutia úspešnosti projektu „Kvalita z našich regiónov“

Jednou z osvedčených ciest je prideľovanie licencií – práva označovať tovar logom na základe splnenia podmienok, ktoré musí uchádzač splniť, aby mu licencia bola udelená .

6. Označovanie výrobkov

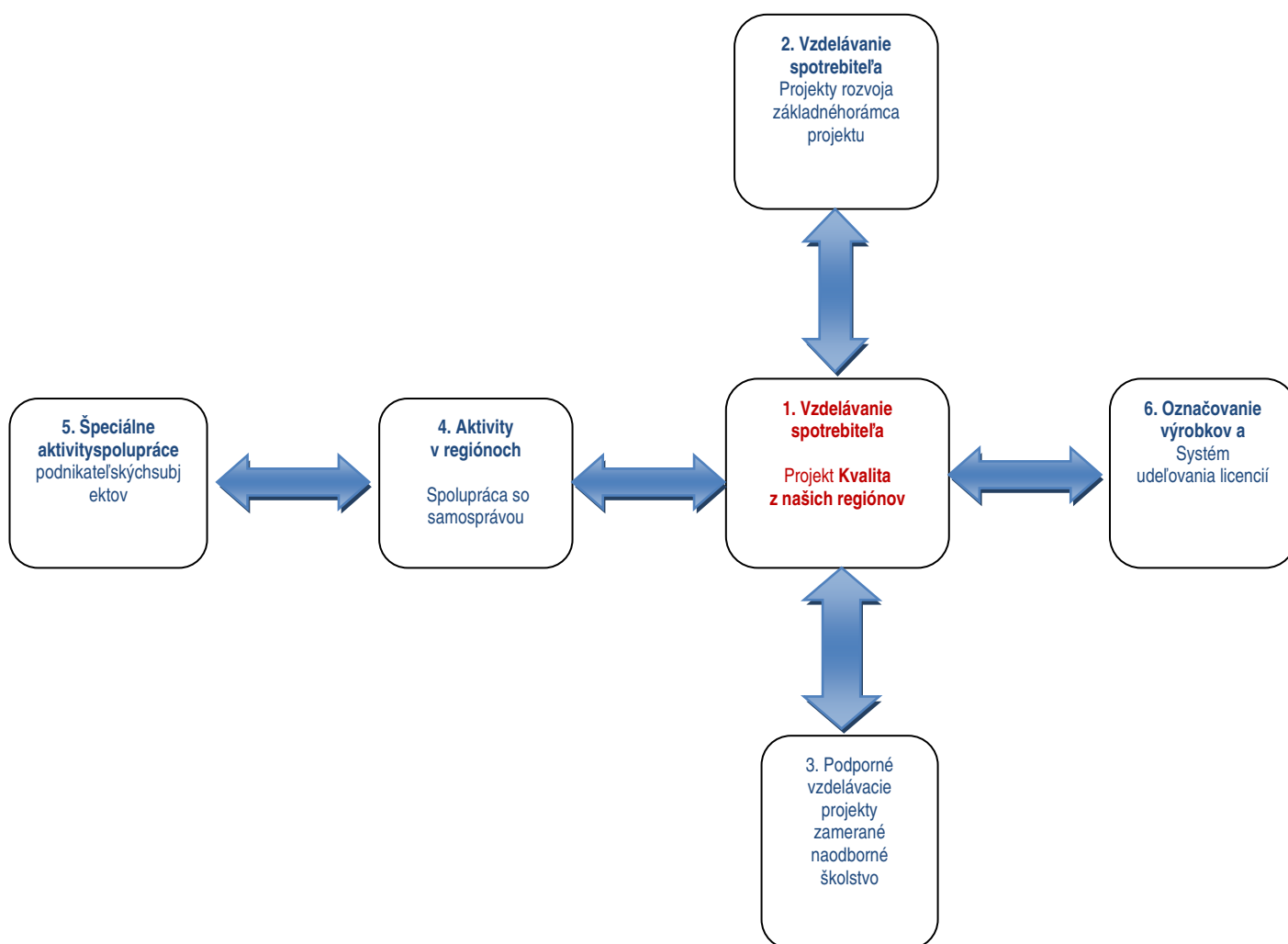
- Projekt „ Kvalita z našich regiónov“ má v rámci Slovenska zaregistrovanú ochrannú značku - logo na Úrade priemyselného vlastníctva a medzinárodne prostredníctvom OHIM



- Logom „Kvalita z našich regiónov“ sa budú označovať produkty, výrobky na základe udelenia licencie, zakúpenia práva používať toto logo na výrobkoch ktoré o licenciu požiadajú, pokiaľ budú spĺňať tieto tovary určité parametre

- Licencia by sa udeľovala na 1 rok za účelom zabezpečenia kontroly dodržania požadovaných parametrov z dôvodu hodnovernosti značky a jej kladného vnímania spotrebiteľom
- Logo na tovaroch, alebo na iných nosičoch, ktoré by označovali tovar že spĺňa podmienky udelenia licencie, by slúžilo spotrebiteľovi na jednoduchú orientáciu a identifikáciu, že tento výrobok má krajinu pôvodu Slovensko
- Finančné prostriedky získané z udelených licencií by slúžili na zabezpečenie a rozvoj projektu „Kvalita z našich regiónov“ a dosiahnutia jeho cieľov
- Výber a nastavenie parametrov bude konsenzom odborníkov z radov pestovateľov, výrobcov a obchodu

SCHÉMA PROJEKTU KVALITA Z NAŠICH REGIÓNOV



PARTNERI PROJEKTU KVALITA Z NAŠICH REGIÓNOV 2011

Záštita:

Ministerstvo hospodárstva SR, Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR

Gestor:

Zväz obchodu a cestovného ruchu SR

Generálni partneri:

BILLA, COOP Jednota Slovensko, TESCO Stores SR, Hyza, McCarter, Milsy, Penam Slovakia

Partneri:

A SMS, BMC člen skupiny Agrotec group, GfK Slovakia

Mediálni partneri:

Azet karta, Azet katalóg, Markíza, Plus JEDEN DEŇ, TvProgram, TA3, TASR, RTVS, VIVA

Autorka projektu:

Tauchmannová Bohumila

V prípade potreby ďalších informácií kontaktujte prosím **organizátora projektu INCOMA Slovakia**, s.r.o, tel. 02/ 54418969, 0903774492,
e-mail: bacikova@incoma.sk, www.incoma.sk, www.kvalitaznasichregionov.sk