



Foto: depositphotos

## Strategija

# Samooskrba zagotavlja varnost za obdobje ekonomskih kriz

**Spodbujanje kratkih oskrbnih verig ter lokalne hrane sta ena od prioritet skupne kmetijske politike EU in tudi strateška usmeritev slovenske kmetijske politike.**

Barbara Perko

Ob pojavu epidemije se je povečalo zavedanje pomena lokalno pridelane hrane in kratkih, povezanih oskrbnih verig. »To poudarjamo tudi v novi Resoluciji Naša hrana, podeželje in naravni viri po letu 2021, ki je bila sprejeta januarja letos,« pravijo na Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano RS. »Samooskrba z lokalnimi živili je velikega pomena, saj zagotavlja državno varnost za obdobje ekonomskih kriz ter zmanjšuje odvisnosti od zunanje trgovine, kar je pomembno predvsem v času motene globalne oskrbe. Spodbujanje kratkih oskrbnih verig ter lokalne hrane sta ena od prioritet skupne kmetijske politike EU in tudi strateška usmeritev slovenske kmetijske politike. Predvidene ciljno naravnane intervencije v strateškem načrtu 2021-2027 naslavlajo vprašanje povečevanja stopnje samooskrbe tam, kjer je to smiselno in mogoče, zlasti na področju rastlinske pridelave. Enako velja za predvideno prenovo zemljiške politike ter prenovo Zakona o kmetijstvu, ter programiranje Programa razvoja podeželja 2014-2020 s ciljno naravnanimi investicijskimi razpisi, ter proizvodno vezana plačila prvega stebra Skupne kmetijske politike.«

## Osveščanje potrošnikov o pomenu lokalno pridelane hrane

Velike napore se vlaga v osveščanje potrošnikov o slovenski hrani, lokalno pridelanih in predelanih proizvodih ter o njihovem pomenu tako za slovensko kmetijstvo kot tudi za živilskopredelovalno industrijo. Med drugim to počnejo z mehкими ukrepi – izobraževanjem ter ozaveščanjem v okviru svetovnega dne

**Zaradi epidemije se je povečalo zavedanje pomena lokalno pridelane hrane in kratkih oskrbnih verig.**

## Stopnje samooskrbe medletno precej nihajo

Po zadnjih podatkih Kmetijskega inštituta Slovenije so bile stopnje samooskrbe, ki zaradi sprememb v obsegu pridelave in porabe med leti precej nihajo, leta 2019 višje kot leto prej pri žitu in zelenjavi, nižale pa so se pri sadju, krompirju, mleku in medu, navajajo na ministrstvu. Več kot porabimo, smo pridelali mleka (127 %), govejega (103 %) in perutninskega (110 %) mesa. Povečala se je samooskrba z drobnico (93 %) in s svinjskim (40 %) mesom. Na ravni predhodnega leta je bila samooskrba z jajci (95 %), izjemno slaba letina je vplivala na nižjo stopnjo samooskrbe z medom (41 %). Med najvišjimi v zadnjih desetih letih je bila stopnja samooskrbe z žitom (74), najnižja do zdaj pa je bila stopnja samooskrbe s krompirjem (45 %). Samooskrba z zelenjavo se je nekoliko zvišala (44 %), slaba letina je vplivala na znižanje samooskrbe s sadjem (30 %).



Foto: Perutnina Ptuj

hrane (16. oktober), dneva slovenske hrane in projekta Tradicionalni slovenski zajtrk ter ukrepa Šolska shema z vsemi spremljevalnimi aktivnostmi.

Kot uspešno orodje se je izkazala shema Izbrana kakovost – Slovenija. »Cilj vzpostavitve te sheme je bil, da se v celoto poveže primarne pridelovalce in predelovalce, pa tudi trgovino, z namenom vzpostavitve skupnih, dogovorjenih pravil, ki so zapisana v specifikaciji,« pojasnjujejo na ministrstvu. Shema se je kljub začetnim dvomom izkazala kot uspešno orodje, ki je prvič povežalo vse deležnike v sektorjih govejega in perutninskega mesa, mleka in sadja. Omogočila je vstop široki skupini pridelovalcev in predelovalcev. »Skozi aktivnosti promocijskih kampanj je dosežena višja stopnja prepoznavnosti sheme, ki zagotavlja lokalno pridelavo oz. rojstvo in rejo živali ter predelavo, opozarja na posebne lastnosti surovine ali proizvodov ali druge specifične lastnosti pridelave, predelave. Hkrati se je povečalo razumevanje in ozaveščenost potrošnikov, dvignil se je delež potrošnikov, ki posegajo po lokalni hrani in razumejo pomembnost tovrstnih nakupnih odločitev za nacionalno kmetijstvo ter gospodarstvo,« dodajajo.

#### Kampanje so zelo dobrodošle

Perutnina Ptuj je ponosni partner v nacionalni shemi Izbrana kakovost. »Kampanje spodbujamo in jih razumemo kot orodje, s katerim osveščamo slovenske potrošnike o pomembnosti domače prireje in proizvodnje, ki poleg odlične kakovosti izdelkov, ki jo zagotavlja certifikat, ter na naše okolje zaradi kratkih poti delujeta trajnostno. Ne nazadnje, pa ne pozabimo, da imamo v Sloveniji odlično meso, katerega kakovost se meri tudi s količino uporabljenih antibiotikov na kilogram mesa v reji živali, pri čemer smo slovenski rejci z minimalno uporabo v samem evropskem vrhu, takoj za skandinavskimi državami,« pove David Visenjak, direktor trženja v Perutnini Ptuj.

»Slovenija je idealno tržišče za viške mesa, ki se občasno pojavijo v naši okolici, zato je seveda

kampanja zelo dobrodošla in koristna slovenskim kmetom kot tudi živilski industriji, ker se težko upremo cenovnemu dampedu izdelkov, ki prihaja iz tujine,« pravijo v Celjskih mesninah. »Potrošnik tako lažje prepozna slovensko meso kot bolj varno, ki je bolj pod nadzorom, in ne nazadnje z nakupom krepi nacionalno ekonomijo.« V Celjskih mesninah, kjer celotno goveje meso označujejo z označbo Izbrana kakovost, se zavedajo, da je kakovost proizvodov na prvem mestu.

#### Garancija za kakovost sta nadstandard in nadzor

»Kampanje, ki vzpodbujajo k nakupu lokalnih izdelkov, tudi nas vzpodbujajo, da podpiramo domače kmete in lokalna živilskopredelovalna podjetja, ki tem izdelkom dodajajo dodatno uporabno vrednost in konkurenčno prednost. S tem ohranjamo delovna mesta in vlagamo v razvoj domače dežele,« poudarja član uprave Pivka perutninarstva in direktor Delamarisa Aleš Debevec. Samo oglaševanje »domačega« še ne pomeni nujno kakovosti. »Garancija je, če za tem stojita nadstandard in nadzor. Izbrana kakovost se od ostalih oglaševalskih akcij razlikuje ravno po tem, da ima certifikat neodvisnega organa. Meso z znakom Izbrana kakovost - Slovenija ima predpisano postopek pridelave in predelave, kar nadzirajo neodvisni strokovnjaki. Znanih je sedem prednosti take proizvodnje, h katerim smo se zavezali: pridelava in predelava tega izdelka poteka v Sloveniji, rastlinska krma je brez živalskih proteinov in umetnih dodatkov ter antibiotikov, razdalja od reje do klavnice je največ 200 km, sledljivost zagotavljamo do končnega izdelka in končnega potrošnika, kar je razvidno tudi z oznako tega izdelka na računu in embalaži, zagotavljamo dodaten nadzor, notranje kontrole in kontrole zunanjih neodvisnih presojevalcev ter o vsem informiramo potrošnike,« pojasnjuje Debevec.

»Takšne kampanje podpiramo, saj verjamemo, da so slovenski izdelki kakovostni in vredni dodatne promocije,« so prepričani v Žitu in Podravki Ljubljana. »Sami sicer sodelujemo v delovni skupini, ki v okviru Kmetijske zbornice in GZS pripravlja parametre za shemo Izbrana kakovost Slovenije za pšenico. Za zadostitev tem kriterijem morajo biti, med drugim, izdelki oziroma njihove sestavine (ne samo moka)

#### #Izberislovensko

Na pomen podpore slovenskega kmetijstva in živilske industrije je s kampanjo »#izberislovensko« opozorila GZS – Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij. Namen kampanje je prek socialnih omrežij uporabnike obveščati o pomenu ohranitve delovanja oskrbnih verig hrane. V letošnjem letu se je namreč pokazalo, kako pomembno je podpreti slovensko kmetijstvo in živilsko industrijo.

»Pridelovalci in podjetja se trudijo, da imamo kakovostno slovensko hrano vsak dan v trgovinah, bolnišnicah, domovih za ostarele in tudi v državnih blagovnih rezervah. Podprimo jih in izberimo slovensko,« pozivajo.

**Shema Izbrana kakovost - Slovenija se je izkazala kot uspešno orodje, ki je prvič povežalo vse deležnike v sektorjih govejega in perutninskega mesa, mleka in sadja.**

pridelani in predelani v celoti v Sloveniji. Pri tej shemi ocenjujemo, da bo, glede na doma pridelane letne količine visokokakovostne pšenice, obseg krušnih oziroma pekovskih izdelkov, ki bodo zadostili tem kriterijem, majhen.«

Kampanje kot posrečen poskus vidijo tudi v Mlinotestu, a dodajajo, da »manjka strateškega upravljanja in primerne prezece v komunikacijskem spletu«. »Številne korporacijske kampanje (trgovske verige) so povzele samo idejo in sedaj izvajajo na teh temeljih svojo promocijo lokalne hrane, kar je sicer povsem legitimno, hkrati pa so z visoko frekvenco zasenčile sporočilnost nacionalne kampanje. Gre za specifičen pojav, ki se je zgodil zaradi drobljenja sredstev in idejnega potenciala,« še pravijo. »Ves čas snovanja nacionalne promocije hrane smo si predstavljali, da bo Slovenija znala metodološko postaviti to promocijo na način, kakršnega spremljamo v podobnih primerih pri članicah EU.«

#### Kje so še priložnosti?

Na ministrstvu priložnosti za podjetja živilskopredelovalne industrije vidijo v sodelovanju podjetij in pri specializaciji predelave, kar bi lahko imelo za posledico večje serije ter tako nižje stroške pre-



Foto: Žito

delave. »Potencial za razvoj vidimo tudi v prodaji prehrabnih proizvodov na tuje trge, kar je opazno predvsem pri povečevanju izvoza. Potencial na tem področju vidimo tudi pri enotnem nastopanju podjetij na tujih trgih predvsem pri dvigu blagovne znamke Slovenije, kar gotovo pripomore k boljšemu pozicioniranju ter s tem doseganju višjih cen.«

**Tukaj smo zato,  
da vas ne bo  
brcnila koklja.**

**PO DOMAČNOST IN SVEŽINO  
PRIDITE V LIDL.**

Lidl Slovenija d.o.o. k.d. | www.lidl.si



**Preprosto  
več za vas**

Med glavnimi cilji za naslednje obdobje je tudi izkoriščanje digitalnih potencialov in priložnosti, ki jih prinaša četrta industrijska revolucija.

### V pripravi strategija za naslednje obdobje

Na ministrstvu pripravljajo predlog Strateškega načrta skupne kmetijske politike 2021-2027, pri pripravi katerega upoštevajo Strategijo Razvoja RS do leta 2030. »Glavni cilji so vezani na zviševanje produktivnosti in ustvarjanje višje dodane vrednosti na zaposlenega, ki bodo podprti z inovacijami, raziskovanjem, spodbujanjem ustvarjalnosti in izkoriščanjem digitalnih potencialov ter vseh priložnosti, ki jih prinaša četrta industrijska revolucija. Živilskopredelovalna industrija je vključena v Specifičnem cilju 2 - Krepitev tržne usmerjenosti in povečanje konkurenčnosti, tudi z večjim poudarkom na raziskavah, tehnologiji in digitalizaciji. Na podlagi analize stanja se pripravlja širša analiza, ki bo služila za pripravo analize potreb in bodočih intervencij. Kot pomembni intervenciji se izkazujeta Tehnološki razvoj živilsko-predelovalne panoge, vključno z digitalizacijo in prehodom v krožno gospodarstvo ter Prenos inovacij in znanja v prakso,« napovedujejo na ministrstvu. gg

### V Sloveniji pridelana in predelana hrana je super

To sporočilo želijo na ministrstvu prek komunikacijskih kampanj prenesti potrošnikom o slovenski hrani, lokalno pridelanih in predelanih proizvodih. Od leta 2016 to gradijo na komunikacijski platformi Naša super hrana. Promocije potekajo sektorsko (sektor mleka, mesa in sadja) in splošno, na primer s shemami kakovosti. Kampanje prispevajo k dvigu informiranosti potrošnika, pa tudi k dvigu pomena lokalne pridelave in predelave pri potrošniku, hkrati pa spodbujajo ponudbo lokalnih/sezonskih proizvodov na slovenskih policah.

Konec oktobra je stekla kampanja Naše super sadje – najboljše imamo doma, ki se bo izvajala od jeseni 2020 do konca leta 2021 v štirih časovnih obdobjih (26. 10. – 25. 11. 2020, 15. 1. – 20. 2. 2021, 1. 5. – 15. 6. 2021, 20. 8. – 15. 11. 2021). Glavni cilji kampanje so okrepiti zaupanje v sadje, označeno z znakom »izbrana kakovost – Slovenija«, ter njegovo prepoznavnost na vseh vrstah lokalnega sadja; okrepiti zavedanje o pomenu uživanja svežega sezonskega sadja in okrepiti nakup sadja, ki nosi oznako »izbrana kakovost – Slovenija«.

## Inštitut za hmeljarstvo in pivovarstvo Slovenije



**INŠTITUT ZA HMELJARSTVO  
IN PIVOVARSTVO SLOVENIJE**  
*Slovenian Institute of Hop Research and Brewing*

Inštitut za hmeljarstvo in pivovarstvo Slovenije je raziskovalna, strokovno-razvojna in izobraževalna organizacija. V svoji strukturi ima 5 oddelkov, ki s svojimi dejavnostmi pokrivajo področja pivovarstva, ugotavljanja skladnosti in kvalitete kmetijskih in živilskih proizvodov, okoljske problematike, varstva rastlin, fitopatologije, žlahtnjenja rastlin, sodobne kmetijske pridelave, pridelave zdravilnih in aromatičnih rastlin in prognostične službe.

Na inštitutu je 54 zaposlenih, od tega 9 raziskovalcev z doktoratom, ki so organizirani v lastni raziskovalni skupini. Razpolagamo s sodobno opremljenimi laboratoriji za agrokemijo in pivovarstvo, za biotehnologijo, fitopatologijo, pedologijo ter mikrobiologijo (GC, GC-MS, HPLC, UV-Vis, ELISA, RT-PCR, AAS).

Že 45 let na IHPS obratuje mikropivovarna, katere glavni nameni so določanje pivovarske vrednosti genotipov hmelja, strokovno – raziskovalno delo na področju pivovarske tehnologije, izobraževanje v obliki NPK pivovar/ka, svetovanje pivovarnam.

### DELO NAŠIH ODDELKOV:

#### RAZISKOVALNO

Preko raziskovalnih programov, temeljnih in aplikativnih ter ciljnih raziskovalnih projektov, objavljanja znanstvenih in strokovnih člankov, usposabljanja mladih raziskovalcev, študentov, dijakov in neposrednih uporabnikov

#### STROKOVNO

Preko nalog javnih služb zdravstvenega varstva rastlin, žlahtnjenja novih sort hmelja, genske banke, ocenjevanja fitofarmaceutskih sredstev, certificiranja pridelka hmelja, vzgoje in certificiranja sadik hmelja, pridelave zdravilnih in aromatičnih zelišč, gnojilnih nasvetov in gnojilnih načrtov na podlagi analize tal

#### TRŽNO

V obliki izvajanja analiz v akreditiranem laboratoriju za potrebe naših raziskovalcev in za zunanje naročnike, opravljanje poskusov in analiz učinkovitosti FFS v skladu z dobro poskusno prakso (GEP) in poljskih poskusov za namene tehnologije pridelave poljščin, zelenjave, sadja, zelišč. Z živilskimi podjetji sodelujemo preko izvajanja analiz sestave in skladnosti živilskih proizvodov ter svetovanja.

Cenik storitev je dostopen na spletni strani [www.ihaps.si](http://www.ihaps.si)