



Številka: 3314-9/2018/25
Ljubljana, 12. 11. 2018
EVA (če se akt objavi v Uradnem listu RS)
GENERALNI SEKRETARIAT VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE <a href="mailto:Gp.gs@gov.si">Gp.gs@gov.si</a>
<b>ZADEVA: Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025 – predlog za obravnavo</b>
<b>1. Predlog sklepov vlade:</b>
Na podlagi 4. odstavka 6. člena Zakona o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov (Uradni list RS, št. 26/11 in 57/12) je Vlada Republike Slovenije na ..... seji dne ..... sprejela naslednji sklep:  Vlada Republike Slovenije je sprejela Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025.  <p style="text-align: right;">Stojan Tramte generalni sekretar</p> Priloga: Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025  Sklep prejme:  - Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano
<b>2. Predlog za obravnavo predloga zakona po nujnem ali skrajšanem postopku v državnem zboru z obrazložitvijo razlogov:</b>
(Navedite razloge, razen za predlog zakona o ratifikaciji mednarodne pogodbe, ki se obravnava po nujnem postopku – 169. člen Poslovnika državnega zbora.)
<b>3.a Osebe, odgovorne za strokovno pripravo in usklajenost gradiva:</b>
- Janja Kokolj Prošek, vodja Službe za podporo živilsko predelovalni industriji in promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov - mag. Štefi Videčnik, Služba za podporo živilsko predelovalni industriji in promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov
<b>3.b Zunanji strokovnjaki, ki so sodelovali pri pripravi dela ali celotnega gradiva:</b>
Predlog Strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov za obdobje 2019–2025 je pripravil po postopku javnega naročanja izbran izvajalec, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani, avtorji: izr. prof. dr. Urša Golob, izr. prof. dr. Anže Burger, doc. dr. Urška Tuškej Lovšin in red. prof. dr. Klement Podnar.
<b>4. Predstavniki vlade, ki bodo sodelovali pri delu državnega zbora:</b>
/
<b>5. Kratek povzetek gradiva:</b>
Na podlagi četrtega odstavka 6. člena Zakona o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov (Uradni list RS, št. 26/11, 57/12; v nadaljnjem besedilu: ZPKŽP) Vlada Republike Slovenije sprejme Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov za obdobje 2019–2025.

ZPKŽP v četrtem odstavku 6. člena določa, da strateški načrt promocije sprejme Vlada Republike Slovenije za obdobje šestih let in sicer najpozneje šest mesecev pred prenehanjem veljavnosti strateškega načrta za preteklo obdobje. Trenutno se izvaja triletni program promocije na podlagi Strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2013–2018. Ta program se zaradi poznega začetka izvajanja promocije zaključi 30. junija 2019. Da bi zagotovili kontinuiteto pravnih podlag za nadaljnje programe promocije, je sprejem Strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov potreben do 31. decembra 2018.

Prvi odstavek 6. člena ZPKŽP določa, da strateški načrt promocije določa dolgoročne usmeritve za načrtovanje in izvajanje promocije.

Drugi odstavek 6. člena ZPKŽP določa, da strateški načrt promocije vsebuje zlasti analizo stanja na trgih kmetijskih in živilskih proizvodov Republike Slovenije in drugih držav, opredelitev srednjeročnih razvojnih priložnosti ter vsebinska in okvirna finančna izhodišča, vključno s predvidenimi proračunskimi sredstvi za promocijo za šestletno programsko obdobje.

Tretji odstavek 6. člena ZPKŽP določa, da mora biti strateški načrt promocije izdelan na podlagi raziskav trga, ocene razvojnega potenciala določenega sektorja ter na podlagi usklajenega predloga usmeritev, ki ga na podlagi usmeritev sektorskih ter posvetovalnih odborov iz 25. člena ZPKŽP pripravi Svet za promocijo in ga predlaga ministru.

Svet za promocijo je na svoji 34. seji dne 21. avgusta 2018 potrdil Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025 in ga predlagal ministru za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano.

Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025 predstavlja temeljni dokument, ki definira okvire komuniciranja s ciljnim javnostmi po ZPKŽP, izdelan je kot nadgradnja ter nadaljevanje prvega Strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2013–2018. Strnjen je v naslednjih bistvenih točkah:

- V času prvega 6-letnega strateškega obdobja je bila vzpostavljena shema kakovosti izbrana kakovost. Sektorja mleka in govejega ter perutninskega mesa sta uspela leta 2016 in 2017 svoje proizvode certificirati in jih označiti z znakom »izbrana kakovost Slovenija«. Sektorja mleka in govejega ter perutninskega mesa sta leta 2016 vstopila v promocijo, deležniki v sektorjih so začeli z zbiranjem prispevka za promocijo po ZPKŽP. Decembra 2016 se je začel izvajati prvi 3-letni program promocije, sofinanciran delno z zbranimi prispevki, delno pa iz proračuna RS. Promocija je zajemala splošno promocijo sektorja mleko in meso, splošno promocijo sheme izbrana kakovost in promocijo označenih proizvodov v shemi izbrana kakovost. Danes potrošniki tako v večji meri prepoznajo slovenske proizvode, jim zaupajo, poznajo shemo izbrana kakovost, so za slovenske proizvode pripravljene plačati več. Po prvem 3-letnem obdobju sta se sektor mleka in mesa odločila, da s promocijo nadaljujeta tudi v naslednjem 3-letnem obdobju. Od pomladi 2018 je v shemo kakovosti izbrana kakovost vstopil tudi sektor sadje, ki bo z letom 2019 začel zbirati obvezni prispevek za promocijo in vstopil v 3-letni program promocije.
- Temeljni nadaljnjih aktivnosti na področju promocije so zapisani v predlogu Strateškega načrta promocije 2019–2025.

Namen Strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025 je:

- opredeliti načine za izboljšanje pozitivnega odnosa potrošnikov do slovenske kakovostne hrane, pridelane in predelane v Sloveniji;
- povečati prepoznavnost in zaupanje v novo shemo kakovosti – izbrana kakovost, opredeliti morebitne komunikacijske aktivnosti drugih shem kakovosti in označb;
- dvigniti prepoznavnost slovenskih prehranskih proizvodov, njihovih značilnosti in prednosti, zaradi katerih se bo v končni fazi potrošnik tudi pogosteje odločal za njihov nakup.

Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025 je izdelan na podlagi:

- analize dostopnih obstoječih gradiv, povezanih z aktivnostmi, ki izhajajo iz Strateškega

načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2013–2018;

– predlogov, komentarjev in ugotovitev, pridobljenih na delavnici s predstavniki vseh sektorskih odborov in člani Sveta za promocijo ter mnenja strokovnih izvajalcev na Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano.

Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025 vsebuje naslednje analize:

- analize porabniških trendov;
- ekonomsko analizo trga v vseh osmih sektorjih in v trgih ekoloških proizvodov (trends obsega proizvodnje, porabe, zunanjetrgovinski primanjkljaji/presežki, trend števila podjetij v sektorju, trende povpraševanja, potencialov v sektorjih);
- analize porabnikov, medijsko potrošnje, odnos potrošnikov do kmetijstva in podeželja, od označb in shem kakovosti, opaznost oglasov in promocijskih kampanj;
- segmentacijo porabnikov (cenovno občutljivi, ljubitelji slovenske kakovosti, lokalni odjemalci, zmerneži in konformneži);
- analizo oznak na trgu, ki večinoma promovirajo slovenske proizvode, vključno z znakom izbrana kakovost Slovenija;
- analizo dosedanjih promocij ter mnenja deležnikov o promociji, ki kažejo, da imajo deležniki še vedno težavo zaradi prevladujočega položaja trgovcev glede na konkurenco iz uvoza. Deležniki se zavedajo pomena združevanja tako v odnosu do trgovcev in končnih kupcev, kot do segmenta HORECA.

Za uspeh strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov so pomembni vsi deležniki in ciljne skupine promocije: končni porabniki, akterji v verigi (zadruga, trgovce in živilska podjetja), MKGP kot izvajalec, svet za promocijo in sektorski odbori, pa tudi drugi vpleteni resorji in nevladne organizacije. Predvidene aktivnosti promocije so v največji meri usmerjeni v končnega potrošnika.

Strateške usmeritve za izvajanje promocije za naslednje 6-letno obdobje zajemajo predvsem:

- nadaljevanje strategije iz preteklega obdobja in razvoj trajnostno naravnanih potrošnikov;
- integracijo vseh komunikacijskih aktivnosti;
- kombinacijo strategije potiska (označevanje in izpostavitve označenih izdelkov) in potega (ozaveščanje, vzgoja in izobraževanje trajno naravnanih potrošnikov, pop up trgovine s slovenskimi izdelki ter izdelki izbrane kakovosti);
- osredotočanje na končnega porabnika, pa tudi segment HORECA, institucionalne kupce in kmete;
- razvoj neposrednih tržnih poti;
- osredotočenost na označbo izbrana kakovost, pa tudi na EKO in ostale sheme;
- razvoj označbe »izbrana kakovost Slovenija«;
- ukinitve statusa znamke za podpis kampanje »naša super hrana«;
- vključevanje elementov socialnega marketinga – trajnostno nakupovanje.

Načrt izvajanja promocije:

– Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025 predvideva okvirna vsebinska in finančna izhodišča v ocenjenem znesku 9,8 MIO € za 6-letno izvajanje promocije. To zajema tako del, ki izhaja iz prispevkov sektorjev mleka, mesa in sadja, kot tudi prispevka države. Ta sredstva so namenjena prvenstveno za oglaševanje (okvirno 40%), preostali del pa se predvideva za aktivnosti pospeševanja prodaje, produkcijo lastnih vsebin, investicije skozi podpornike in ambasadorje, podporne tiskovine, odnose z javnostmi, direktni marketing, dogodke, sejme ter tržne raziskave.

#### 6. Presoja posledic za:

a)	javnofinančna sredstva nad 40.000 EUR v tekočem in naslednjih treh letih	NE
b)	usklajenost slovenskega pravnega reda s pravnim redom Evropske unije	DA
c)	administrativne posledice	DA
č)	gospodarstvo, zlasti mala in srednja podjetja ter konkurenčnost podjetij	NE

d)	okolje, vključno s prostorskimi in varstvenimi vidiki	NE
e)	socialno področje	NE
f)	dokumente razvojnega načrtovanja: <ul style="list-style-type: none"> <li>– nacionalne dokumente razvojnega načrtovanja</li> <li>– razvojne politike na ravni programov po strukturi razvojne klasifikacije programskega proračuna</li> <li>– razvojne dokumente Evropske unije in mednarodnih organizacij</li> </ul>	NE
<b>7.a Predstavitev ocene finančnih posledic nad 40.000 EUR:</b> (Samo če izberete DA pod točko 6.a.)		

<b>I. Ocena finančnih posledic, ki niso načrtovane v sprejetem proračunu</b>				
	Tekoče leto (t)	t + 1	t + 2	t + 3
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov državnega proračuna				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov občinskih proračunov				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) odhodkov državnega proračuna				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) odhodkov občinskih proračunov				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) obveznosti za druga javnofinančna sredstva				
<b>II. Finančne posledice za državni proračun</b>				
<b>II.a Pravice porabe za izvedbo predlaganih rešitev so zagotovljene:</b>				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
<b>SKUPAJ</b>				
<b>II.b Manjkajoče pravice porabe bodo zagotovljene s prerazporeditvijo:</b>				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
<b>SKUPAJ</b>				
<b>II.c Načrtovana nadomestitev zmanjšanih prihodkov in povečanih odhodkov proračuna:</b>				
Novi prihodki	Znesek za tekoče leto (t)		Znesek za t + 1	
<b>SKUPAJ</b>				
<b>OBRAZLOŽITEV:</b>				
<b>I. Ocena finančnih posledic, ki niso načrtovane v sprejetem proračunu</b>				
V zvezi s predlaganim vladnim gradivom se navedejo predvidene spremembe (povečanje, zmanjšanje):				
<ul style="list-style-type: none"> <li>– prihodkov državnega proračuna in občinskih proračunov,</li> <li>– odhodkov državnega proračuna, ki niso načrtovani na ukrepih oziroma projektih sprejetih proračunov,</li> <li>– obveznosti za druga javnofinančna sredstva (drugi viri), ki niso načrtovana na ukrepih oziroma projektih sprejetih proračunov.</li> </ul>				

## II. Finančne posledice za državni proračun

Prikazane morajo biti finančne posledice za državni proračun, ki so na proračunskih postavkah načrtovane v dinamiki projektov oziroma ukrepov:

### II.a Pravice porabe za izvedbo predlaganih rešitev so zagotovljene:

Navedejo se proračunski uporabnik, ki financira projekt oziroma ukrep; projekt oziroma ukrep, s katerim se bodo dosegli cilji vladnega gradiva, in proračunske postavke (kot proračunski vir financiranja), na katerih so v celoti ali delno zagotovljene pravice porabe (v tem primeru je nujna povezava s točko II.b). Pri uvrstitvi novega projekta oziroma ukrepa v načrt razvojnih programov se navedejo:

- proračunski uporabnik, ki bo financiral novi projekt oziroma ukrep,
- projekt oziroma ukrep, s katerim se bodo dosegli cilji vladnega gradiva, in
- proračunske postavke.

Za zagotovitev pravic porabe na proračunskih postavkah, s katerih se bo financiral novi projekt oziroma ukrep, je treba izpolniti tudi točko II.b, saj je za novi projekt oziroma ukrep mogoče zagotoviti pravice porabe le s prerazporeditvijo s proračunskih postavk, s katerih se financirajo že sprejeti oziroma veljavni projekti in ukrepi.

### II.b Manjkajoče pravice porabe bodo zagotovljene s prerazporeditvijo:

Navedejo se proračunski uporabniki, sprejeti (veljavni) ukrepi oziroma projekti, ki jih proračunski uporabnik izvaja, in proračunske postavke tega proračunskega uporabnika, ki so v dinamiki teh projektov oziroma ukrepov ter s katerih se bodo s prerazporeditvijo zagotovile pravice porabe za dodatne aktivnosti pri obstoječih projektih oziroma ukrepih ali novih projektih oziroma ukrepih, navedenih v točki II.a.

### II.c Načrtovana nadomestitev zmanjšanih prihodkov in povečanih odhodkov proračuna:

Če se povečani odhodki (pravice porabe) ne bodo zagotovili tako, kot je določeno v točkah II.a in II.b, je povečanje odhodkov in izdatkov proračuna mogoče na podlagi zakona, ki ureja izvrševanje državnega proračuna (npr. priliv namenskih sredstev EU). Ukrepanje ob zmanjšanju prihodkov in prejemkov proračuna je določeno z zakonom, ki ureja javne finance, in zakonom, ki ureja izvrševanje državnega proračuna.

## 7.b Predstavitev ocene finančnih posledic pod 40.000 EUR:

(Samo če izberete NE pod točko 6.a.)

### Kratka obrazložitev

## 8. Predstavitev sodelovanja z združenji občin:

Vsebina predloženega gradiva (predpisa) vpliva na:

- pristojnosti občin,
- delovanje občin,
- financiranje občin.

NE

Gradivo (predpis) je bilo poslano v mnenje:

- Skupnosti občin Slovenije SOS: NE
- Združenju občin Slovenije ZOS: NE
- Združenju mestnih občin Slovenije ZMOS: NE

Predlogi in pripombe združenj so bili upoštevani:

- v celoti,
- večinoma,
- delno,
- niso bili upoštevani.

Bistveni predlogi in pripombe, ki niso bili upoštevani.

<b>9. Predstavitev sodelovanja javnosti:</b>	
Gradivo je bilo predhodno objavljeno na spletni strani predlagatelja:	DA
(Če je odgovor NE, navedite, zakaj ni bilo objavljeno.)	
(Če je odgovor DA, navedite: Datum objave: 23. 8. 2018 na spletni strani projekta promocije <a href="http://www.nasasuperhrana.si">www.nasasuperhrana.si</a> , 5. 9. 2018 na spletni strani MKGP.	
V razpravo so bili vključeni: <ul style="list-style-type: none"> <li>– predstavniki zainteresirane javnosti: člani sektorskih odborov vseh osmih sektorjev po ZPKŽP (mleko, meso, sadje, vrtnine, med, žita, grozdje za vino in oljke), člani posvetovalnega odbora in člani Sveta za promocijo po ZPKŽP;</li> <li>– predstavniki strokovne javnosti (Zadružna zveza Slovenije, Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije, Gospodarska zbornica - Združenje kmetijskih in živilskih podjetij);</li> <li>– dne 27. 8. 2018 je bila izvedena javna razprava na sejmu AGRA, kamor so poleg zainteresirane javnosti bili povabljeni predstavniki strokovne javnosti in splošna javnost. Dogodek je bil odprt za javnost.</li> </ul>	
Mnenja, predlogi in pripombe z navedbo predlagateljev: <ul style="list-style-type: none"> <li>– splošne pripombe, ki se nanašajo na Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025, so bile podane s strani Sveta za promocijo, sektorskega odbora za mleko in sektorskega odbora za meso. Asociacije so predlagale, da se večji poudarek v promociji nameni živilskopredelovalni industriji v primerjavi s kmetovalci ter večjo osredotočenost promocije na shemo kakovosti izbrana kakovost;</li> <li>– v pripombah so posamezni deležniki (sektorski odbor za mleko, sektorski odbor za meso ter Zveza združenj ekoloških kmetij) izrazili tudi bolj konkretne pripombe, ki pa ne sodijo v Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025, ampak sodijo v izvedbene dokumente.</li> </ul>	
Upoštevani so bili: <ul style="list-style-type: none"> <li>– vsi relevantni predlogi.</li> </ul>	
Bistvena mnenja, predlogi in pripombe, ki niso bili upoštevani, ter razlogi za neupoštevanje: <ul style="list-style-type: none"> <li>– predlogi, ki sodijo v izvedbene dokumente, niso bili vključeni v Strateški načrt promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2019–2025, bodo pa ustrezno upoštevani pri pripravi operativnih triletnih programov promocije.</li> </ul>	
Javnost je bila vključena v pripravo gradiva v skladu z ZPKŽP.	
<b>10. Pri pripravi gradiva so bile upoštevane zahteve iz Resolucije o normativni dejavnosti:</b>	DA
<b>11. Gradivo je uvrščeno v delovni program vlade:</b>	NE
dr. Aleksandra Pivec ministrica	

